



جامعة الشهيد حمّـة لخضر - الوادي

معهد العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين



دور مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الدعوي

الفييس بوك أنموذجا

دراسة ميدانية بولاية الوادي

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

المشرف:

الطاهر عمارة الأدغم

الطلبة:

- إلهام بن خليفة
- إيمان بن علي
- ربيعة عباسي

السنة الجامعية: 1436-1437هـ/2015-2016م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

نحمد الله ونشكره إذ أنعم علينا بنعمته وأكرمنا بفضله وعطائه بأن وفقنا وأمدنا بالقوة وألهمنا الصبر بإنجاز هذا العمل المتواضع. ونتمنى أن يكون منارة في درب طلب العلم والمعرفة ونبراساً يحمله ويواصل مسيرته غيرنا بإذن الله.

وانطلاقاً من قول النبي صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله". نتوجه بالشكر والتقدير والامتنان إلى أستاذنا الفاضل "الطاهر عمارة الأدم" على توجيهاته ونصائحه الثمينة وعلى رحابة صدره وسعة أفقه.

الشكر كذلك للأستاذة الأفاضل: الدكتور رشيد خضير، هشام ميسة، طيبي عبد الرحمان، بلقاسمي مصطفى، عبد الغني حوبة..

وإلى الأخت بن علي زينب وكل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة بكلمة، أو بفكرة، أو بمرجع. داعين الله العلي القدير أن يجعل عملنا خالصاً لوجه الكريم في الدنيا، وفي ميزان حسناتنا في الآخرة.

شكراً لكم

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور موقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك" في العمل الدعوي، من خلال دراسة عينة من مستخدمي موقع "الفايس بوك" في الوادي، ولقد تم الاعتماد على أداة استبيان لجمع البيانات، حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور: المحور الأول: (معلومات أولية)، والمحور الثاني: (مستوى التفاعل والاستخدام الشخصي لموقع التواصل الاجتماعي "الفايس بوك Face book")، والمحور الثالث: (مدى تأثير الفايس بوك في العمل الدعوي).

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج.

Abstract:

This study aims to reveal the role of social networking "Facebook" sites in advocacy work , Through a sample study of users of the site "Facebook" in Oued souf City, We've been relying on a questionnaire for data collection , Where the questionnaire was divided into three axes : The first axis : (preliminary information) , the second axis: (level of interaction and personal use of social networking site "Facebook"), and the third axis: (over the Facebook effect in advocacy work) .

The study found a range of results.

❖ فهرس المحتويات:

الصفحة	الموضوع
أ	شكر وتقدير
ب	ملخص الدراسة
ج	الفهارس
1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
3	1- مشكلة الدراسة
3	2- أسباب اختيار الموضوع
3	3- أهمية الدراسة
4	4- أهداف الدراسة
5	5- الدراسات السابقة
9	6- المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة
10	7- الإجراءات المنهجية للدراسة
10	7-1- نوع الدراسة ومنهجها
11	7-2- مجتمع الدراسة والعينة
11	7-3- أدوات جمع البيانات
12	7-4- مجالات الدراسة
12	7-5- المعالجة الإحصائية
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي	
14	1-1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
16	1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

18	1-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
20	1-4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
2- نموذج من الشبكات الإجتماعية «الفييس بوك»	
24	2-1- نشأة الفييس بوك
25	2-2- أهم السمات التي يوفرها موقع الفييس بوك
26	2-3- نماذج تطبيقية لاستخدام الفييس بوك
28	2-4- إيجابيات وسلبيات الفييس بوك
3- الدعوة الإسلامية	
31	3-1- تعريف وخصائص الدعوة الإسلامية
34	3-2- أهمية وفضل الدعوة الإسلامية
36	3-3- مصادر وأهداف الدعوة الإسلامية
38	3-4- أساليب الدعوة الإسلامية
41	3-5- وسائل الدعوة الإسلامية
الفصل الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة	
44	1- نتائج الدراسة
62	2- الخاتمة والتوصيات
3- الملحق	
66	3-1- الاستبيان
71	3-2- قائمة المحكمين
72	قائمة المصادر والمراجع

❖ فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
44	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	01
44	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن	02
45	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المهنة	03
46	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	04
47	يوضح عدد الأفراد حسب امتلاكهم حساب على موقع الفيس بوك	05
48	يوضح أسباب عدم امتلاك حساب على موقع "الفيس بوك" لدى العينة	06
49	يوضح عدد الساعات التي تقضيها العينة على موقع "الفيس بوك"	07
50	يوضح مدة الاستخدام لموقع "الفيس بوك"	08
51	يوضح الاسم المستخدم على "الفيس بوك"	09
51	يوضح اللغة التي تعتمد عليها العينة في استخدام موقع "الفيس بوك"	10
52	يوضح طريقة تواصل العينة	11
53	يوضح المكان المفضل لدى العينة عند استخدام "الفيس بوك"	12
54	يوضح الموضوعات المفضلة لدى العينة	13
55	يوضح درجة الثقة بالمعلومات على "الفيس بوك"	14
55	يوضح الدافع من استخدام "الفيس بوك"	15
56	يوضح طبيعة المنشورات الدعوية للعينة	16
57	يوضح إضافة غير المسلمين على صفحة الفيس بوك	17
58	يوضح أسباب إضافة غير المسلمين	18
58	يوضح التفاعل من طرف الجمهور على المنشورات الدعوية للعينة	19

الفهارس

59	يوضح كيفية تفاعل الجمهور	20
59	يوضح مدى نجاح الفيس بوك في العمل الدعوي	21
60	يوضح مدى تنمية مشاركة العينة في الصفحات الإسلامية	22
60	يوضح حالة الدعوة بعد ظهور الفيس بوك	23
61	يوضح عدد الأفراد الذين يرون بأن الدعوة في حالة تقدم	24
62	يوضح عدد الأفراد الذين يرون بأن الدعوة في حالة تراجع	25

❖ فهرس الآيات:

الصفحة	رقم الآية	السورة	شطر الآية
14	9	التغابن	«يَوْمَ يَجْمَعُكُمْ لِيَوْمِ الْجَمْعِ ذَلِكَ يَوْمُ التَّعَابُنِ»
30	11	آل عمران	«كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ...»
33	14	الرعد	« لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ...»
34	25	يونس	«وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي...»
34	33	فصلت	« وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ...»
35	104	آل عمران	«وَوَلَّتْكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ...»
36	120	هود	«وَكُلًّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ...»
36	90	الأنعام	«أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ ائْتَدَتْ...»
37	13	الحجرات	« يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى...»
38	125	النحل	«أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ...»
39	129	البقرة	« رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ.. »
39	269	البقرة	« وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا »
42	9	القلم	«وَأِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ»

42	214	الشعراء	«وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ»
----	-----	---------	-----------------------------------------

❖ فهرس الأحاديث النبوية

الصفحة	الحديث
35	«مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى، كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ،..»

❖ فهرس الأعلام والأماكن المترجم لهم:

الصفحة	الاسم
17	ستانلي ميلغرام
22	سان فرانسيسكو
23	جاود كريم
24	مارك زوكر بيرغ
32	محمد عبد الله أبو الفتح البيانوني
35	أبو هريرة رضي الله عنه

مقدمة

مقدمة:

الدعوة إلى الله -تعالى- هي مهمة ورسالة أشرف الخلق (الأنبياء والمرسلين) -عليهم الصلاة والسلام-، وهي سبب خيرية أمة الحبيب محمد -p-، ورحم الله أمير المؤمنين عمر بن الخطاب "رضي الله عنه" حين كان يقول: من سره أن يكون من هذه الأمة فليؤد شرط الله فيها. قالوا: وما شرط الله فيها يا أمير المؤمنين؟ قال: الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.

والإسلام دين يصلح به كل زمان ومكان على مر العصور، حيث أخذ بكل الوسائل المتاحة لنشر الدعوة من الخطابة والرسائل والشعر والاتصال الجمعي في المساجد وموسم الحج والعمرة، والدارس للسيرة النبوية؛ يجد أن النبي -p- سلك كلَّ طريق، ليصل بدعوته إلى الناس.. ولنا في رسول الله "صلى الله عليه وسلم" أسوة حسنة.

ومع التطورات المتلاحقة، في عالم الاتصال والتواصل، بوسائله المختلفة والتي من بينها مواقع التواصل الاجتماعي، فإن الدعوة الإسلامية تقوم باستخدام هذه الوسائل وبفاعلية لشرح مبادئ، وقيم، وموقف الإسلام من القضايا المطروحة على الساحة في مختلف المجالات الدينية، والسياسية، والاقتصادية، والأخلاقية، والعسكرية، والإنسانية، وغيرها.

ويلاحظ أن مواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة «الفيس بوك»، استحوذت على عقول كثير من الناس، وبخاصة الشباب منهم، وعلى الرغم من إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي، فإن لها سلبيات خطيرة جدا على سلوك الشخصية المسلمة، وعلى عقيدتها وآدابها، وقيمها، وأخلاقياتها، لأنها ليس فيها حدود للتعامل بين المسموح والممنوع، أو بين الحلال والحرام؛ بل كل شخص حر فيما يطرحه من فكر أو سلوك أو اعتقاد. ولذلك دعوة للدعاة أن ينتهجوا النهج الذي سلكه رسول الله -p-، مادامت الوسيلة مشروعة.



الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1- مشكلة الدراسة:

أصبح موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" وسيلة مؤثرة فعالة في نشر الدعوة الإسلامية، ونظرًا لأهمية هذا الموقع في العمل الدعوي جاءت دراستنا لنتضمن الإشكال المحوري الآتي:

• ما دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في العمل الدعوي؟

ومن الأسئلة الفرعية:

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات استخدام موقع "الفييس بوك" لدى قطاعات المجتمع تبعاً لمتغير الجنس (ذكر - أنثى)؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات استخدام موقع "الفييس بوك" لدى قطاعات المجتمع تبعاً لمتغير السن؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجات استخدام موقع "الفييس بوك" لدى قطاعات المجتمع تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

2- أسباب اختيار الموضوع:

- (1)- الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بالموضوع.
- (2)- كون موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" هو أحد وسائل نشر الدعوة.
- (3)- أن موقع التواصل الاجتماعي "فييس بوك" يصل إلى الملايين في كافة أنحاء العالم.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الموضوع من خلال اعتبارات كثيرة منها:

- (1)- أنها تستهدف فئة الشباب وهم المتأثرون بالمشكلة بشكل مباشر وأكثر من غيرهم من قطاعات المجتمع، حيث ستشكل آراء هذه الفئة المستهدفة من المجتمع محور الدراسة.

(2)- كما يعتبر التواصل الاجتماعي تقنية إجرائية أساسية في فهم التفاعلات البشرية وتفسير النصوص وكل طرائق الاتصال والإرسال وبالتالي يمكن الجزم بالقول أن التواصل أصبح علماً قائماً بذاته له تقنياته ومقوماته الخاصة وأساليبه وأشكاله المحددة له. وهو في الوقت نفسه بمثابة المعين والوعاء المتسع الذي تستقي منه كثير من العلوم.

(3)- كما تتبع أهمية الموضوع كذلك من كونه أحد الموضوعات العظيمة والتي حرص عليها القرآن وغرس مفاهيمها في نفوس المؤمنين.

(4)- وأيضاً انتشار استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" الذي يضم العديد من المشتركين من مختلف العقائد والجنسيات، حيث يسهل إيصال الدعوة الإسلامية إلى كافة أنحاء العالم.

(5)- كما تكمن أهمية الدراسة في ندرة الدراسات والأبحاث السابقة التي كتبت في هذا المجال على حد العلم، وقوة موضوع الدراسة وحداتها، مما يقتضي تسليط الضوء عليها وتوثيقها، وفهمها، واستخلاص النتائج منها.

4- أهداف الدراسة:

يُعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته ويهدف تبني أي باحث لموضوع معين إلى سد الفضول المعرفي الذي يلزمه، وإزالة الغموض عن بعض القضايا، ولذلك تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيسي لها وهو معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في العمل الدعوي، ومن هذا الهدف تتدرج جملة من الأهداف الفرعية الآتية:

(1)- معرفة مدى تأثير موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في العمل الدعوي.

(2)- معرفة الدافع من استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك".

(3)- معرفة الدور الذي يؤديه موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" لخدمة الدعوة الإسلامية.

(4)- التعرف على النشاطات الدعوية التي تنشرها عينة الدراسة عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك".

(5)- إثراء المكتبة الإسلامية بدراسة علمية تتناول موضوعا جديدا.

5- الدراسات السابقة:

بعد البحث في إطار الإمكانيات المتاحة فإننا لم نعثر على دراسات في هذا الموضوع نظراً لحدائته، غير أننا استطعنا فيما بعد الحصول على دراسات سابقة قد تكون قريبة من موضوع البحث في هذه الدراسة، وهنا تناولنا البعض المفيد مما توفر من دراسات تتعلق بهذه الدراسة أو تقترب منها وهي كالتالي:

الدراسة الأولى: (استخدام الأئمة لموقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك: دراسة ميدانية).

تمحورت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: "ماهي طبيعة الاستخدام الدعوي للأئمة عينة الدراسة لموقع التواصل الاجتماعي فيس بوك facebook؟"

وقد استخدمت الباحثتان منهج المسح الوصفي من خلال دراسة عينة من أئمة المساجد ببلدية قسنطينة، وهذا بالعينة الطبقية التناسبية التي تستخدم عندما تكون شرائح المجتمع محل الدراسة غير متساوية حيث يتم اختيار أعداد مختلفة من كل طبقة كعينة تمثل المجتمع.

وفيما يخص أدوات البحث، تم الاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية لجمع بيانات الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أغلب الأئمة لديهم حساب على موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك".
- إعجاب الأئمة بالفييس بوك كوسيلة دعوية، ونادوا بالجدية في العمل الدعوي عبره.
- "الفييس بوك" أثر على تواصل الأئمة مع الآخرين.
- دافع الأئمة لاستخدام "الفييس بوك" هو زيادة الثقافة وتنمية المعرفة والدعوة إلى الله.

الدراسة الثانية: (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي)

تمحورت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: "على الرغم من وجود اتجاه عام لدى الدولة والمؤسسات الخاصة والأفراد المعنيين بالنشاط السياحي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق المقصد السياحي المصري، إلا أن مشاركات وتفاعلات الأعضاء المسجلين على صفحات هذه المواقع مازالت ضعيفة مما قد يعيق نجاح تلك الصفحات في تحقيق أهدافها التسويقية".

وقد استخدمت الدراسة المنهج الاستكشافي/التمهيدي Exporative في المبحث الأول وذلك لتحديد قدر مناسب من المعارف والأطر التي تلقى الضوء على المشكلة ومناطق حدوثها، والتي قد تساهم في تحديد المؤشرات الأولية لأسباب حدوث المشكلة، وقد استخدم المنهج الوصفي Descriptive في المبحث الثاني لوصف الدراسة نظريا من خلال جمع البيانات من مصادرها الثانوية والتي تخدم مشكلة الدراسة وتعطي إجابات نظرية على تساؤلات الدراسة. وأيضا استعمل المنهج التحليلي Analytical في المبحث الثالث لتحليل البيانات المُتَحَصَل عليها من مصادرها الأولية، باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS. كما استخدم المنهج التفسيري Explanatory في المبحثين الثالث والرابع لتفسير وتوضيح العلاقات المختلفة بين العوامل المؤثرة في تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، ولتفسير الأسباب العلمية.

وقد تم توزيع الاستمارة على المبحوثين من خلال المقابلة الشخصية، أثناء انعقاد المؤتمر السياحي السادس لكلية السياحة والفنادق جامعة الفيوم، مما مكن من وجود أكبر قدر من أفراد عينة المجتمع المستهدفة من (أعضاء هيئة التدريس، خبراء السياحة، كبار الموظفين بوزارة السياحة، طلاب كلية السياحة والفنادق) وذلك باختيار العينة العشوائية.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– أن دولة الإمارات العربية المتحدة المرتبة الأولى بين دول العالم العربي من حيث استخدام موقع الفيس بوك عام 2010م، إذ أن 45% من سكانها لديهم حسابات على الموقع، وقد احتلت مصر المرتبة الثانية عشر، أما من حيث عدد المستخدمين

على مستوى الوطن العربي فقد احتلت مصر المرتبة الأولى بنسبة 22% من إجمالي المستخدمين على مستوى الوطن العربي (4634600 فرد).

الدراسة الثالثة: (دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية).

تمحورت مشكلة الدراسة في التساؤل التالي: "ما هو الدور التي تقوم به الشبكات شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية".

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية *Descriptive Studies* التي تهتم بدراسة واقع شبكات التواصل الاجتماعي وتناولها للقضايا المجتمعية الفلسطينية، وتأثيرها على تنمية وتفعيل مشاركة الشباب الفلسطيني اتجاه قضايا المجتمعية والتي تهدف إلى تصنيف البيانات والحقائق التي يتم تجميعها وتسجيلها ثم تفسيرها وتحليل هذه البيانات تحليلًا شاملاً واستخلاص دلالات مفيدة.

وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي. وفي إطار هذه الدراسة تم الاستعانة بالمنهج المسحي على عينة من جمهور الشباب الفلسطيني ونشطاء الإنترنت باستخدام أسلوب المسح بالعينة في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس وفلسطيني الخارج. وتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في جميع الشباب الفلسطيني من المرحلة العمرية (18) سنة إلى أقل من (35) من الذكور والإناث.

ولجأ الباحث إلى اختيار العينة من المجتمع الأصلي بأسلوب المسح بالعينة قدرها (410) مبحوثاً، وذلك من خلال العينة الحصصية غير احتمالية.

وفيما يخص أدوات البحث، تم الاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية لجمع بيانات الدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

– أن نسبة 96.1% يستخدمون الشبكات الاجتماعية، وبلغت الذين يستخدمونها أحياناً بنسبة 3.9%، كما أن المبحوثين يتابعون لقضايا المجتمعية على شبكات التواصل

الاجتماعي بنسبة كبيرة بلغت 99.3%، إذ جاءت نسبة من أجابوا بنعم 82.2%، وأحياناً بنسبة 17.1%، في حين أن 0.7% أجابوا بعدم المتابعة.

– بينت الدراسة أن شبكة (الفييس بوك) من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداماً وتفاعلاً وفقاً لوجهة نظر المبحوثين إذ جاءت في المرتبة الأولى، ثم المحادثات (سكاي بي، والماسنجرات)، يتبعها مشاركة الفيديو (اليوتيوب)، ثم (جوجل بلس)، يتبعها التدوين المصغر مثل (تويتر)، يليها المنتديات، ثم المدونات، وأخيراً موقع الصور (الفليكر).

❖ موقع الدراسة من الدراسات السابقة:

من خلال استعراض أهم الدراسات السابقة والنتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات يتضح أن هناك فرق بينها وبين هذه الدراسة، وذلك على النحو التالي:

– أن الدراسة الأولى عن استخدام الأئمة لمواقع التواصل الاجتماعي، والثانية على دورها في تسويق مصر كمقصد سياحي دولي، والثالثة على دورها في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية. في حين تتناول هذه الدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في العمل الدعوي.

– تتشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة من حيث نوع البحث: وصفي، منهجه مسحي وأدواته (الاستبيان)، وتتشابه كذلك مع بعض الدراسات من حيث مجتمع الدراسة.

وهذا يعني أن مشكلة الدراسة جديدة فهي تتناول دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في العمل الدعوي، وهو ما لم تتناوله أي دراسة سابقة، رغم اتفاق هذه الدراسة معهم من حيث نوع البحث ومنهجه وأدواته.

6- المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة:

6-1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

تعرف "بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".¹

6-2- تعريف الفيس بوك:

هو موقع ويب وأحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، ويسمح بالاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.²

6-3- تعريف الدعوة الإسلامية:

- لغة: دَعَاهُ صَاحَ بِهِ وَاسْتَدْعَاهُ أَيضاً وَدَعَوْتُ اللَّهَ لَهُ وَعَلَيْهِ أَدْعُوهُ دُعَاءً وَالدَّعْوَةُ الْمَرَّةُ الْوَاحِدَةُ وَالدُّعَاءُ أَيضاً وَاحِدُ الْأَدْعِيَةِ.³
- اصطلاحاً: "تبليغُ الإسلام للناس، وتعليمُهُ إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة".⁴

¹ رضوان بلخيري، المدخل إلى الإعلام الجديد-المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط:1؛ الجزائر: دار الجسور، 1435هـ/2014م)، ص20.

² فيس بوك، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، 18:46، 2016/02/17.

³ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح. (لا.ط؛ بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 1415هـ/1995م)، ص218.

⁴ محمد أبو الفتح البيانوني، مدخل إلى علم الدعوة. (ط:3؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1415هـ/1995م)، ص40.

• تعريف الدعوة الإسلامية:

الدعوة الإسلامية هي الخضوع والانقياد لتعاليمه بلا قيد ولا شرط ومن المعلوم أن الانقياد لله دليل الخضوع له، ولذا اشترط الاختيار الحر في هذا الانقياد ليتحقق الخضوع التام.¹

7- الإجراءات المنهجية للدراسة:

سيتم التعرف على المنهج المستخدم، كذلك على مجتمع الدراسة والعينة، وأيضا أدوات جمع البيانات، وإلى مجالات الدراسة.

7-1- نوع الدراسة ومنهجها:

تدخل هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية باعتبارها أنسب الطرق لمعالجة الإشكالية المطروحة في بحثنا وهي: "دور مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الدعوي"، فالمنهج الوصفي هو: "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم؛ لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا عن طريق جمع البيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة."²

ومن أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسة الوصفية هو منهج المسح حيث يزود المسح الباحث بمعلومات تمكن من التعليل والتفسير واتخاذ القرارات ويكشف عن العلاقات ثم إن المسح يجري على الطبيعة وليس في ظروف مخبرية، وعلى نطاق واسع أو نطاق ضيق.³

¹ - أحمد أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها. (ط:2؛ القاهرة: دار الكتاب المصري، 1407هـ/1987م)، ص13.

² - مساعد بن عبد الله النوح، مبادئ البحث التربوي. (ط:1؛ لا.م: لا.ن، 1425هـ/2004م)، ص130.

³ - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية. ج:1 (ط:1؛ بيروت: دار الفكر المعاصر، 1421هـ/2000م)، ص305.

7-2- مجتمع الدراسة والعينة:

هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.¹ وقد تمثل مجتمع الدراسة في (إمام مسجد، أستاذ، طالب جامعي، موظف، عامل).

ونظراً لصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة، لكبر حجمه، تم استخدام أسلوب العينة حيث كلما زاد عدد عناصر أو مشاهدات مجتمع الدراسة الأصلي، زاد حجم العينة المطلوبة والعكس صحيح، مع ملاحظة أن نسبة العينة إلى مجتمع الدراسة الأصلي تقل كلما زاد حجم المجتمع الأصلي.² وذلك من خلال العينة عشوائية من (إمام مسجد، أستاذ، طالب جامعي، موظف، عامل) بولاية الوادي.

7-3- أدوات جمع البيانات:

إن أداة البحث هي الوسيلة التي يجمع بها الباحث بياناته، وليس هناك تصنيف موحد لهذه الأدوات حيث تتحكم طبيعة فرضية البحث في اختيار الأدوات التي سوف يستعملها الباحث، لهذا كان عليه أن يلم بطرق عديدة، وأساليب مختلفة، وأدوات متباينة كي يستطيع أن يحل مشكلة البحث والتحقق من فرضه، وقد يستفيد الباحث من أكثر من أداة واحدة في بحثه، ولعل أول ما يجب على الباحث هو اختيار عينة يدرسها، ومن ثم يقرر إن كان يلجأ إلى الملاحظة أو المقابلة أو الاستبيان للتحقق من فرضه. إلا أننا اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان، فهو أداة مفيدة من أدوات البحث للحصول على الحقائق، والتوصل إلى الوقائع والتعرف على الظروف والأحوال ودراسة المواقف والاتجاهات والآراء، يساعد الملاحظة ويكملها، وهو في بعض الأحيان الوسيلة العملية الوحيدة للقيام بالدراسة العلمية.³

¹ - رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية، مرجع سابق، ص 306.

² - المرجع السابق، ص 308.

³ - المرجع السابق، ص 329.

وقد احتوى الاستبيان على 22 سؤالاً، بما يتوافق مع أهداف الدراسة، وتم مراجعته من طرف أستاذ المشرف وبعض الأساتذة وبعدها تم إجراء عدة تعديلات عليه بعد ذلك تم توزيعه على 200 مفردة من عينة الدراسة بولاية الوادي، إلا أنه لم يرجع من الاستبيانات سوى 181 استبيان، لذلك أصبحت عينة الدراسة تقدر بـ 181 مفردة.

• تصميم استمارة الاستبيان:

تم تصميم الاستبيان بما يتوافق مع أهداف الدراسة، وقد تضمن المحاور التالية:

1- المتغيرات الديمغرافية: تم اختيار مجموعة المتغيرات الديمغرافية التي تتعلق بالأمور الشخصية وذلك من أجل التعرف على بعض الحقائق المتعلقة بعينة الدراسة، من حيث (الجنس، العمر، المهنة، المستوى التعليمي).

2- مستوى التفاعل والاستخدام الشخصي لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك": في هذا المحور تم طرح جملة من الأسئلة حول مستوى التفاعل والاستخدام الشخصي من قبل الجمهور لموقع الفييس بوك، وقد احتوى على 8 أسئلة وكل سؤال تضمن جملة من الخيارات.

3- مدى تأثير الفييس بوك في العمل الدعوي: في هذا المحور أردنا معرفة مدى تأثير عينة الدراسة (إمام مسجد، أستاذ، طالب جامعي، موظف، عامل) بموقع الفييس بوك وماهي نظرتهم تجاه الدعوة عبر هذا الموقع، وقد احتوى كذلك على 9 أسئلة.

7-4- مجالات الدراسة:

❖ **المجال المكاني:** تم إجراء الدراسة الميدانية بولاية الوادي.

❖ **المجال الزمني:** تمت هذه الدراسة في الفترة الممتدة ما بين 23 أبريل إلى غاية 30 أبريل 2016م.

❖ **المجال البشري:** تمت الدراسة على 181 مفردة من (أئمة، أساتذة، طلبة جامعيين، موظفين، عاملين).

7-5- المعالجة الإحصائية:

بعد تسلم الاستبيان من العينة (181 مفردة)، قمنا بعملية المراجعة والتحليل لهذه الاستبيانات تم استخدام النسبة المئوية لقياس التوزيعات التكرارية.



الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

1- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

تنتشر اليوم في مختلف مناطق العالم، وبالاعتماد على شبكة الانترنت مواقع تعرف "بمواقع التواصل الاجتماعي" أو "شبكات التواصل الاجتماعي"، حيث أحدثت هذه الشبكات نقلات نوعية كبيرة في حياة الناس فصاروا مولعين بهذه المواقع بسبب ما وفرته لهم من مجالات ومساحات كبيرة، فأصبحوا قادرين من خلال هذه الشبكات على إيصال أصواتهم التي لم تكن مسموعة من قبل، والتعرف على بعضهم البعض بشكل أكبر، مما مهد لهم الطريق للتفاعل والتشارك وبناء المصالح المشتركة.

1-1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

1-1-1- تعريف "التواصل" و "الاجتماعي":

أولاً: تعريف "التواصل":

لغة: تَوَصَّلَ إليه أي تَلَطَّفَ في الوصول إليه و التَّوَاصَّلُ ضد التصارم و وَصَّلَهُ تَوْصِيلاً إذا أكثر من الوصل و وَاصَلَهُ مُوَاصَلَةً و وَصَّالاً و منه المُوَاصَلَةُ في الصوم و المُؤَصِّلُ بلد.¹

اصطلاحاً: انفتاح الذات على الآخر في علاقة حية لا تنقطع حتى تعود من جديد.²

ثانياً: تعريف "الاجتماعي":

لغة: [جمع] ج م ع : جَمَعَ الشيء المتفرق فاجْتَمَعَ وبابه قطع و تَجَمَّعَ القوم اجتمعوا من هنا وهنا و الجَمْعُ أيضا اسم لجماعة الناس و يجمع على جُمُوعٍ والموضع.³ قال تعالى: «يَوْمَ يَجْمَعُكُمْ لِيَوْمِ الْجَمْعِ ذَلِكَ يَوْمُ التَّغَابُنِ» (سورة التغابن: 9) يقال للجموع: الجمع، والجماعة.

¹ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، مرجع سابق، ص740.

² ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي-أنواعه-ضوابطه-آثاره-ومعوقاته "دراسة قرآنية موضوعية"، رسالة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية: كلية أصول الدين، غزة، 1432هـ/2011م، ص8.

³ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، مرجع سابق، ص119.

والإجماع، أي إجماع الأمة: الإتفاق، يقال: هذا أمرٌ مُجمَعٌ عليه: أي مُتَّفَقٌ عليه.¹

اصطلاحاً: هو مجموعة من الأفراد يربط بينها رابط مشترك؛ يجعلها تعيش عيشة مشتركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف بها فيما بينهم.²

1-1-2- تعريف التواصل الاجتماعي:

التواصل الاجتماعي هو مقياس لكيفية تفاعل الناس وتفاعلهم مع بعضهم البعض. وعلى المستوى الفردي، يتضمن التواصل الاجتماعي نوعية وعدد العلاقات التي تربط الفرد بالآخرين في الدائرة الاجتماعية التي تشمل العائلة والأصدقاء والمعارف. وبعيداً عن مفاهيم المستوى الفردي.³

1-1-3- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

التعريف العلمي: مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت العالمية (World Wide Web)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد أو مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات.⁴

إن الهدف من شبكات التواصل الاجتماعي ليس مجرد تبادل الأفكار والآراء حول الاهتمامات المشتركة والظواهر المعاصرة، ولكن البحث عن الحلول وتقديم الاقتراحات للقضايا والمعضلات في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها من المجالات،

¹ - محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض الملقب بمرتضى، الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، ج20 (لا.ط؛ لا.م: دار الهداية، د.ت)، ص463.

² - ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي-أنواعه-ضوابطه-آثاره-ومعوقاته، مرجع سابق، ص 9.

³ - تواصل اجتماعي، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، 18:56، 2016/02/17.

⁴ - أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ديسمبر 2013م، ص43.

لذلك تعرف بأنها: "شبكات إلكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذوي ميول واتجاهات متقاربة، للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات." ¹

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداماً من قبل المبحوثين تليها المواقع العامة ثم مواقع الدردشة والمواقع المتخصصة وأخيراً كل من المنتديات والمدونات. ²

وتعرف كذلك "بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها." ³

وتصنف هذه المواقع ضمن مواقع الجيل الثاني (2.0) للويب. كما انتشرت هذه المواقع الاجتماعية بشكل كبير في أنحاء العالم مما أدى لكسر الحدود الجغرافية له وجعله يبدو كقرية صغيرة تربط أبناءه بعضهم ببعض. ⁴

1-2- نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام (1995) وهو موقع Classmates.com؛ وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها

¹ تركي بن عبد العزيز السديري، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات "دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية". رسالة ماجستير في الدراسات الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العدالة الجنائية، الرياض، 1435هـ/2014م، ص16.

² كحيل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي "دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي - موقع الفيس بوك أنموذجاً"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، باتنة، 2011/2012م، ص263.

³ رضوان بلخيري، المدخل إلى الإعلام الجديد - المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص20.

⁴ عائشة يحيى الحكي، ((سلبيات وإيجابيات التواصل الاجتماعي)) بحث منشور على شبكة الانترنت (www.dr-aysha.com)، تاريخ التصفح: 19:07، 2016/02/17م.

تشارك في هذا الموقع، ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملاءه.¹

وفي عام 1997 أطلق موقع "SixDegrees.com"، الذي أخذ اسمه من عبارة "Six degrees of Separation" أي ست درجات من الانفصال التي أخذت من تجربة العالم الصغير "لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفرد "لستانلي مليغرام".* وزود مستخدميه بأدوات تساعدهم في العثور على المصادر على شبكاتهم، إضافة إلى وظائف ثانوية مثل إدارة الاتصال. وأغلق مع نهاية العام 2000.²

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

المرحلة الأولى:

يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1 web وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات.

شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع Live Journal وموقع 1999cyworld الذي أنشئ في كوريا وموقع Ryze الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية. وتجدر الإشارة في الطرح التالي أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات

¹ - غزال مريم، شعوبي نور الهدى، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ليسانس أكاديمي في اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مرياح: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة، 2014/2013م، ص17.

* ستانلي ميلغرام: ولد عام 1933م، وتوفي عام 1984.

² - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط : كلية الإعلام، الأردن، 2012/2011م، ص34.

الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحًا على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.¹

المرحلة الثانية:

يشير الويب 2.0 إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها..). ولقد ارتبطت هذه المرحلة بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية. ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع-ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيس بوك. وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الانترنت على مستوى العالم.²

1-3- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتشارك شبكات التواصل الاجتماعي في خصائص أساسية، بينما تتمايز البعض عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها وأبرز تلك الخصائص هي:

1-3-1- سهولة الاستخدام:

من بين الأمور التي ساعدت بشكل كبير في انتشار الشبكات الاجتماعية هي بساطتها، 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.

¹ - غزال مريم، شعوبي نور الهدى، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص17.

² - مريم نزيهان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية 'دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، باتنة، 1432-1433هـ/2011-2012م، ص ص48-49.

1-3-2- التفاعلية:

وتعني رجع الصدى، وقد عرف Durlak، التفاعلية "بأنها العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد".¹

1-3-3- 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، الصورة الفيديوهات الموسيقى وغيرها من الوظائف الأخرى، كما تسمح مواقع الشبكات الاجتماعية للأشخاص بتعبئة وتنظيم علاقاتهم الاجتماعية وصفحاتهم الشخصية بالطريقة التي يحب أصدقاؤهم رؤيتهم بها.²

1-3-4- تكوين مجتمع افتراضي:

تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد بإنشاء صداقات يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن مواقع التواصل دعمت الاتصال فمستخدمو هذه المواقع يخبرون في أساليب كالرسم إضافة إلى الانضمام إلى مجموعات قراءة الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبها والفيديوهات وغيرها من الخدمات.

1-3-5- قابلية التحويل:

حيث أتاح الاتصال الرقمي لإمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة أو العكس.³

¹ - مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (فيسبوك-أنموذجاً) "دراسة ميدانية"، مذكرة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، 2013/2014م، ص58.

² - مريم نزيهان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، مرجع سابق، ص52.

³ - غزال مريم، شعوبي نور الهدى، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص ص59-60.

1-3-6- خاصية الصور:

هذه الخاصية تتيح إمكانية إعداد ألبوم الصور، كما يستعرض من خلالها صور أصدقائه المضافين لديه وصور عائلته وصور مناسباته الخاصة أو العامة.

1-3-7- خاصية Vidéo:

تتيح للمشارك إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة به ومشاركتها مع الأصدقاء على هذا الموقع.

1-3-8- خاصية المجموعات:

هذه الخاصية هي أساس العمل الجماعي على هذه الشبكات الاجتماعية، حيث تتمتع جميع الشبكات الاجتماعية بإمكانية إعداد مجموعة اهتمام لها هدف يجمعها وتقدم خدمات ما على مستوى الشبكة.

1-3-9- خاصية الأحداث العامة:

تتيح هذه الخاصية للمشاركين، إمكانية الإعلان عن حدث ما جارٍ حدوثه، وأخبار الأصدقاء والأعضاء به.¹

1-4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية هي تلك المواقع الضخمة التي تجمع الآلاف بل الملايين أين يمكنهم تكوين صداقات ومشاركة صورهم وملفاتهم، كما يمكنهم تكوين الجمعيات والأحزاب. وعقد التحالفات وتنظيم الحملات الالكترونية. وأشهر هذه الشبكات:

¹ - مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (فيسبوك-أنموذج)، مرجع سابق، ص ص 59-60.

1-4-1- الفيس بوك (Face book):

يعرف على أنه موقع تواصل اجتماعي تابع لشركة "فيس بوك" يستطيع أي شخص الوصول إليه عبر الانترنت والتسجيل به مجاناً، ويقوم بالاتصال مع الآخرين والتفاعل معهم.¹

ويعرف أيضاً على أنه "شبكة اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، اكتسبت اسمها كموقع للتواصل الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية.²

وهناك تعريف آخر للفيس بوك بأنه "موقع ويب وأحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية تديره شركة "الفيسبوك"؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم. كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.³

¹ - عبد الكريم سعودي، إدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي "دراسة على عينة من طلبة جامعة بشار". دراسات نفسية وتربوية، بشار: مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، بجامعة بشار (الجزائر)، 13 ديسمبر 2014م، ص44.

² - بارزان صابر خالد وعمر ياسين إبراهيم، أثر برنامج ارشادي لعلاج الإدمان على الفيس بوك لدى طلبة المرحلة الإعدادية بمركز مدينة أربيل، رسالة ماجستير، جامعة صلاح الدين: كلية التربية، أربيل-العراق، 2014م، ص71.

³ - فيس بوك، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، مرجع سابق.

1-4-2- تويتر (Twitter):

ظهر هذا الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو*، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006.¹ ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام 2007م، وأخذ (تويتر) اسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، واتخذ من العصفورة رمزاً له، ويسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة.²

ويعرف على أن تويتر يعني المغرد، وهو عبارة عن موقع من فئة المواقع الاجتماعية. ويتم استخدام هذا الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص أو الشركات أو المجموعات لتبادل الأفكار والأخبار وخلافه. كل ما على من يريد الدخول إلى هذا العالم إلا أن يتوجه إلى <http://twitter.com> ويقوم بإنشاء حساب فيه، ومن ثم يباشر بإضافة أصدقائه ومن يرغب بمتابعة أخبارهم.³

وهناك تعريف آخر: التويتر "هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى 140 حرف

* سان فرانسيسكو: هي مدينة في ولاية كاليفورنيا الأمريكية. المدينة معروفة عالمياً بجسرها الذي يسمى جسر البوابة الذهبية والهرم الأمريكي المشهور. إنها المدينة الرابعة في كاليفورنيا من حيث السكان، والثانية في الولايات المتحدة في كثافة السكان.

¹ - تويتر، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، 18:55، 2016/02/17.

² - حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية - الفيس بوك وتويتر نموذجاً - "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، 1433هـ/1434هـ، ص32.

³ - فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ((تويتر نموذجاً)) "دراسة تطبيقية". المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض: كلية الملك خالد العسكرية، ع(61)193، 1436هـ/2014م، ص202.

للمرسلة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية.¹

1-4-3- يوتيوب (YouTube):

تقوم فكرة الموقع الذي تأسس في عام 2005م على إمكانية إتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي تسمح للمستخدمين بتحميل الملفات المتوفرة على الانترنت، سواء كانت إعلامية أم للتسلية أم شخصية، ويستطيع أي شخص في الوقت نفسه أن ينشر ما يريد باستثناء المحتوى المسيء أو غير القانوني.

وكان أول فلم تم وضعه على الموقع لوجاود كريم*، (أحد مؤسسي الموقع) بتاريخ 2005/04/23م بعنوان "أنا في حديقة الحيوان"، لمدة 19 ثانية ويظهر فيه كريم أمام فيل في حديقة سامباولو.²

ويعرف أيضا على أنه موقع ويب يسمح لمستخدميه برفع التسجيلات المرئية مجانا ومشاهدتها عبر البث الحي بدل التنزيل ومشاركتها والتعليق عليها وغير ذلك.³

¹ - السيد عبد المولى السيد أبو خطوة وأحمد نصحي أنيس الشرييني الباز، شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، مملكة البحرين: الجامعة الخليجية، ع 15، 2014م، ص194.

* جاود كريم: أحد مؤسسي موقع مشاركة الفيديو الشهير يوتيوب، وهو من أصول بنغالية ولد في 1 يناير 1979 بألمانيا الشرقية لينتقل إلى ألمانيا الغربية بعد سنة، أنهى دراسته الثانوية والتحق بإحدى جامعات إلينوي لكنه أسقط دراسته الجامعية مبكرا ليعمل لدى شركة (باي بال) لكنه أكمل دراسته ليحصل على شهادة البكالوريوس في علوم الحاسوب سنة 2004.

² - عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، مرجع سابق، ص45.

³ - يوتيوب، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، 19:01، 2016/02/17م.

1-4-4- موقع لينكدن LinkedIn.com

هو شبكة اجتماعية مهنية، ففي الوقت الذي تركز فيه مواقع الشبكات الاجتماعية مثل "فيس بوك" و"ماي سبيس" على العلاقات الشخصية والاجتماعية، لينكدن يسمح للمهنيين بإنشاء ومن ثم الحفاظ على العلاقات في المجال العلمي وكذا تعزيز خدماتهم ومهاراتهم المهنية. ورغم بداياته في 2002 إلا أنه اليوم أصبح من بين أهم الشبكات الاجتماعية المهنية.¹

كذلك هناك مواقع أخرى كموقع: ماي سبيس MySpace، هاي فايف، اكس بوكس²...

2- نموذج من الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك"

تمهيد:

يعتبر موقع فيس بوك للتواصل الاجتماعي واحد من أشهر المواقع على الشبكة العالمية، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس في مختلف الطبقات والاتجاهات حول العالم.

2-1- نشأة الفيس بوك

نشأة فكرة الفيس بوك على يد شاب أمريكي اسمه "مارك زوكر" * عام 2004م، وكان عمره (19 عاماً)، درس في جامعة هارفارد³، وكان له هدف واضح هو تصميم موقع

¹ - مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية"، مرجع سابق، ص 61.

² - خدمة الشبكة الاجتماعية، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، 18:53، 2016/02/17.

* مارك زوكر بيرغ: ولد في 14 مايو 1984، وايت بلينس، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية. لأسرة يهودية في بيئة متعلمة. هو رجل أعمال ومبرمج أمريكي. اشتهر بتأسيسه موقع الفيس بوك الاجتماعي، أنشأ الموقع مع زملائه في قسم علوم الحاسب موسكوفيتش دستين وكريس هيوز وهو في جامعة هارفارد، وهو المؤسس والمدير التنفيذي لموقع الفيس بوك.

³ - عمار توفيق أحمد بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة "الفيس بوك" نموذجاً "دراسة نظرية إحصائية"، بحث مقدم لمؤتمر "وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع"، جامعة النجاح الوطنية: كلية الشريعة، فلسطين، ص 8.

للانترنت لجمع زملائه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم وكان معروفاً بولعه الشديد بالانترنت.¹

وكغيره من الشبكات الاجتماعية فإن "الفايس بوك" انطلق أساساً كوسيلة لدخول الانترنت والانضمام إلى مجموعة من الناس لتبادل المعلومات والاهتمامات، ومع النمو الكبير لأعداد المستخدمين والعائدات المالية الضخمة، أصبح من الصعب استيعاب حجم النمو العالمي لـ "الفايس بوك"، وذلك منذ لحظة أن افتتح على المستخدمين من غير الطلبة في خريف 2006، وفي بداية 2008 افتتح "الفايس بوك" مشروع الترجمة الجديدة، وفي نهاية 2008 أمكن استخدامه بـ35 لغة، وبعد هذه الفترة عرف "الفايس بوك" ارتفاعاً ملحوظاً لعدد المستخدمين. وبفضل النجاحات التي حققها الموقع تلقى "مارك زوكر" عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار في 2010م، إلا أنه فاجأ الكثير برفضه العرض لأنه رأى أن قيمة شبكته أعلى بكثير من المبلغ المعروض عليه.²

2-2- أهم السمات التي يوفرها موقع الفايس بوك

(Wall) أو لوحة الحائط وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

(Pook) أو النكزة التي تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

(Photos) أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع.

¹ - الشعبي مونية، بريك سميحة، توتي زهرة، أثر استخدام الإعلام الجديد على قيم وسلوكيات الطلبة موقع التشبيك الاجتماعي الفايس بوك نموذج "دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام والاتصال-جامعة ورقلة"، مذكرة ليسانس في العلوم الإنسانية تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مباح: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة، 2013/2014م، ص40.

² - مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين، مرجع سابق، ص ص68-69.

(Status) أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.¹

(New feed) أو تغذية الأخبار (تعرض المستجدات من أخبار المستخدمين وأصدقائهم).

(Profile) أو الصفحة الشخصية للمستخدم (ويعرض فيها كل نشاطه، ومساهمته في الفيس بوك، وكذلك يسمح للأصدقاء بالإطلاع على أنشطته).²

(gifts) أو الهدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا.

(Market place) أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مجانية.³

2-3- نماذج تطبيقية لاستخدام الفيس بوك

وتحت الخطوات التالية:

الخطوة الأولى: لإنشاء حساب " الفيسبوك "

1- كتابة الاسم الأول والأخير مثال : (أحمد ناصر).

2- كتابة البريد الإلكتروني وكلمة السر.

3- كتابة الجنس.

4- تاريخ الميلاد.

¹ - بن نصيب راضية، بكوش أسماء، استخدام الأئمة لموقع التواصل الاجتماعي facebook الفيس بوك "دراسة ميدانية"، مذكرة ليسانس في الدعوة والثقافة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر: كلية أصول الدين، قسنطينة، 1436-1437هـ/2014-2015م، ص ص82-83.

² - عمار توفيق أحمد بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة "الفيس بوك"، مرجع سابق، ص9.

³ - مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية، مرجع سابق، ص72.

الخطوة الثانية: كتابة بعض البيانات الشخصية:

1- عن مستوى الدراسة.

2- العمل.

الخطوة الثالثة: اختيار الصورة المناسبة لملفك الشخصي في "الفيس بوك" ويظهر:

كهذه الواجهة:

تقوم باختيار (continue & save) لحفظ البيانات وتفعيلها.¹

بعد كل هذه الخطوات ستظهر لك هذه الصفحة الرئيسية " للفيس بوك " على النحو

التالي: ومن القائمة اليسرى المنسدلة يمكنك ملاحظة ما يلي:



- ترحيب Welcome
- أخبار News fad
- الرسائل Messages
- الأحداث Events
- الصورة الشخصية Photo
- الأصدقاء Friends
- التطبيقات Applications
- الألعاب Games

¹ - بن نصيب راضية، بكوش أسماء، استخدام الأئمة لموقع التواصل الاجتماعي facebook الفيس بوك، مرجع سابق، ص ص 83-84.

كيف تضيف الأصدقاء وتتواصل معهم عبر "الفايس بوك" البريد الإلكتروني "Email" وما عليك سوى القيام بوضع بريده الإلكتروني على شريط البحث بأعلى الصفحة.¹



(Friend findpeople.you.know @ hotmail.com وسيظهر لك التاريخ وتحتة رقم add as) ويتم التواصل معه عبر إرسال رسالة إليه وتختار من أسفل صورته (Message send Ahmed) يظهر لك الشكل الآتي:



لإرسالها بعد كتابة الرسالة اضغط على إرسال.²

2-4- إيجابيات وسلبيات الفيس بوك

2-4-1- إيجابيات الفيس بوك:

- الفيس بوك هو انفتاح ثقافي معرفي واسع بين الدول ويساعد على سرعة التواصل والتعارف بين الأشخاص لمعرفة أهم أخبارهم وأهم الأحداث على المستوى الاجتماعي والرياضي والفني والديني وجميع المجالات الأخرى ويساعد ذلك على إنشاء علاقات اجتماعية جديدة وبعيدا عن أماكن الدراسة والأسرة.
- سهولة الاستفادة منه في حقل الدعوة ونشر النصائح والتوصيات.

¹ - بن نصيب راضية، بكوش أسماء، استخدام الأئمة لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، مرجع سابق، ص84.

² - المرجع السابق، ص85.

- تحول العالم إلى شبكة مصغرة يتواصل فيها الناس على اختلاف أجناسهم بسهولة.
- إن الفيس بوك هو أداة مفيدة ضمن جهود الأشخاص الرامية إلى الحفاظ على شعورهم بالقيمة الذات وثقتهم بأنفسهم.
- أنه وسيلة تواصل مجانية ويعد واحد من أفضل وسائل التواصل الاجتماعية حيث أنه بإمكاننا إنشاء صفحة خاصة للدراسة فيتنسنى للطلاب أن يشاركوا فيها دروسهم ومشروعاتهم واختباراتهم.
- متابعة جديد الأخبار وملخصات الأحداث.¹

2-4-2- سلبيات الفيس بوك:

"الفيسبوك" حاله حال الكثير الاختراعات والتقنيات التي أثرت في حياة البشر، فبرغم من إيجابياته التي ساعدت الشباب على تنفيذ أعمال مفيدة وتحقيق الكثير من الأهداف، إلا أن هناك الكثير من الآثار السلبية على مستخدميه منها:

- إضاعة الوقت: بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على صور أصدقائه دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره. "قالفيسبوك" يهدر الكثير من وقت الشباب دون فائدة تجنى. فهناك أعداد كبيرة من طلاب الجامعات يقضون أكثر من 10 ساعات في تصفح "الفيسبوك" فقط.
- الإدمان وضعف مهارة التواصل: وهي من أهم الآثار التي قد تشكل خطرا على مستخدمي الشبكة الاجتماعية خصوصا الشباب والمراهقين. فإن قضاء الوقت الطويل أمام شاشة الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركاتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، وبما أن التواصل بين الناس بشكل مباشر يؤدي إلى تطوير المهارات التي تساعد الشباب في مجالات الاتصال الإنساني حيث تنمي عندهم الحس بالمسؤولية تجاه الغير وتقوي سرعة البديهة لديهم

¹- الشعبي مونية، بريك سميحة، توتي زهرة، أثر استخدام الإعلام الجديد على قيم وسلوكيات الطلبة موقع التشبيك الاجتماعي الفيس بوك نموذج، مرجع سابق، ص43.

- فيستطيعون التعامل مع هذه المواقف فإن إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم إلى العزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.¹
- انتحال الشخصيات: ما زالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويج الشائعات، وكسب المال، وحرف الحقائق عن مسارها.
- الإعلانات الدعائية المزعجة: ظهرت في الآونة الأخيرة الكثير من البوستات الدعائية التي تدعو لكسب المال، وأخرى تدعوك لزيارة مكان معين، أصبحت تتكرر بطريقة مزعجة في المجموعات التي بها ما يزيد عن الألف عضو.²

3- الدعوة الإسلامية

تمهيد:

الدعوة إلى الله هي رسالة السماء إلى الأرض وهداية الخالق إلى المخلوق، وهي دين الله القويم وطريقه المستقيم، وقد أولاه الإسلام عناية شديدة وعهد إلى الأمة بأن تقوم الطائفة منها على واجب الدعوة لله والخير وإبلاغ الرسالة المحمدية في كل زمان ومكان، قال تعالى: «كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ» (سورة آل عمران: 11).

¹ - بن نصيب راضية، بكوش أسماء، استخدام الأئمة لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، مرجع سابق، ص 86.

² - المرجع السابق، ص 87.

3-1- تعريف الدعوة الإسلامية وخصائصها

3-1-1- تعريف الدعوة الإسلامية

(1) - الدعوة في اللغة:

[دعا] الدَعْوَةُ إلى الطعام بالفتح. يقال: كنا في دَعْوَةِ فلان ومَدْعَاةِ فلان، وهو في الأصل مصدرٌ، يريدون الدُّعَاءَ إلى الطعام.¹
الدَّعْوَةُ، (بالكسر: الإِدْعَاءُ في النَّسَبِ). يقال: فلانٌ دَعِيَ بَيْنَ الدَّعْوَةِ والدَعْوَى في النَّسَبِ.²

(د ع و): دعوتُ اللهَ أَدْعُوهُ دُعَاءً ابْتَهَلْتُ إِلَيْهِ بِالسُّؤَالِ وَرَغِبْتُ فِيمَا عِنْدَهُ مِنْ الْخَيْرِ وَدَعَوْتُ زَيْدًا نَادِيئُهُ وَطَلَبْتُ إِقْبَالَهُ وَدَعَا الْمُؤَدَّنُ النَّاسَ إِلَى الصَّلَاةِ فَهُوَ دَاعِي اللَّهِ وَالْجَمْعُ دُعَاةٌ.³

(2) - الدعوة في الاصطلاح:

هي العلم الذي به تعرف كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق.⁴
الدعوة هي "تزويد الجماهير - بصفة عامة - بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصورة مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك

¹ - أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية. ج:6(ط:4؛ بيروت: دار العلم للملايين، 1407هـ/1987)، ص2336.

² - محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض، الرِّيْدِي، تاج العروس من جواهر القاموس. ج:38، مرجع سابق، ص49.

³ - أحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي، أبو العباس، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير. ج:1(لا.ط؛ بيروت: المكتبة العلمية، د.ت)، ص194.

⁴ - سعيد بن علي وهف القحطاني، العلاقة المثلى بين الدعاة ووسائل الاتصال الحديثة في ضوء الكتاب والسنة. (لا.ط؛ الرياض: مطبعة سفير، د.ت)، ص12.

بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته.¹

ويعرفه أبو الفتح البيانوني* بقوله: "تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة".²

(3) - تعريف الدعوة الإسلامية:

هي الدعوة إلى الإسلام الحنيف بالتعريف به والترغيب فيه والحث على اعتناقه والحث على الانخراط في سلك المؤمنين به والعاملين بشريعته.³

هي السعي لنشر دين الله - عقيدة وشريعة وأخلاقا، ويتحقق هدف الدعوة إلى الله بالعلم والعمل والقدوة، وبالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والإصلاح والاستقامة والإخلاص والتجرد.⁴

"إن الدعوة إلى الله حياة الأديان، وأنه ما قام دين من الأديان ولا انتشر مذهب من المذاهب، ولا ثبت مبدأ من المبادئ إلا بالدعوة. وما تداعت أركان ملة بعد قيامها ولا درست رسوم طريقة بعد ارتفاع أعلامها، ولا تلاشت نزعة من النزعات بعد إحكامها إلا بترك الدعوة، فالدعوة حياة كل أمر عام تدعى إليه الأمم والشعوب، سواء أكان الأمر حقا أم باطلا".⁵

¹ - محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي. (ط: 1؛ القاهرة: دار الفجر، 2002م)، ص 108.

* محمد عبد الله أبو الفتح البيانوني: ولد عام 1359هـ/1940م في مدينة حلب شمال سورية، التخصص العلمي: في أصول الفقه، ولقد حصل على شهادة "الدكتوراه" في أصول الفقه من الجامعة الأزهرية برسالة قدمها بعنوان "الحكم التكليفي في الشريعة الإسلامية" وذلك عام 1390 هـ.

² - محمد أبو الفتح البيانوني، مدخل إلى علم الدعوة، مرجع سابق، ص 40.

³ - علي بن أحمد بن الأمين الريبوني، فقه الدعوة الإسلامية في الغرب ووجوب تجديدها على الحكمة والوسطية والاعتدال. ((موقع الإسلام <http://www.al-islam.com>))، ص 3.

⁴ - ناصر بن عبد الكريم العقل، العلماء هم الدعوة. ((موقع الإسلام <http://www.al-islam.com>))، ص 7.

⁵ - رؤوف شلبي، الدعوة الإسلامية في عهدها المكي: مناهجها وغاياتها. (ط: 3؛ لا.م: دار القلم، د.ت)، ص 20-

الدعوة الإسلامية هي الخضوع والانقياد لتعاليمه بلا قيد ولا شرط ومن المعلوم أن الانقياد لله دليل الخضوع له، ولذا اشترط الاختيار الحر في هذا الانقياد ليتحقق الخضوع التام.¹

ويمكننا تعريف الدعوة الإسلامية بأنها تطلق على مقصدين:

الأول: تطلق على الإسلام كله، قال تعالى: «لَهُ دَعْوَةُ الْحَقِّ..» (سورة الرعد: 14). فيقال دعوة الإيمان، ودعوة الإسلام، ودعوة الأنبياء...، ومن هذا المعنى ما ورد في دعاء الأذان ((اللهم رب هذه الدعوة التامة)). أي دعوة التوحيد، ودعوة الإيمان.

الثاني: تطلق على كل عمل يدعى فيه إلى الله: كالتدريس، والخطابة، والوعظ، والمحاضرات والمؤتمرات، والمناظرات والدفاع عن الإسلام، والرد على خصومه، والجهاد، وكل ما من شأنه إعلاء كلمة الإسلام.²

3-1-2- خصائص الدعوة الإسلامية

تميزت الدعوة بعدة خصائص أهمها: ربانية في مصدرها، وسطية في اختيار الله لها، إيجابية في نظرتها للكون والإنسان والحياة، واقعية حين تتعامل مع الفرد والمجتمع، أخلاقية في وسيلتها وغايتها، شمولية في مناهجها، عالمية في الدعوة إليها، شورية في الحكم بها، جهادية لمن يصد طريقها.³

¹ - أحمد أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، مرجع سابق، ص 13.

² - عدنان بن محمد آل عرعور، منهج الدعوة في ضوء الواقع المعاصر. (ط: 1؛ ل.م، ل.ن، 1426هـ/2005م)، ص 19.

³ - دزيرية عطا الله، مليكة زيد، نسيمه حناشي، دور المرأة في الدعوة إلى الله -بورتريه حول زينب الغزالي الجبلي أم الصابرين-، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية، جامعة حمّ لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الوادي، 2012/2013م، ص 21.

3-2-2- أهمية وفضل الدعوة الإسلامية

3-2-1- أهمية الدعوة الإسلامية

الدعوة إلى الله تعالى من أهم الطاعات وأجل القربات التي أمر بها الله تعالى في كتابه وعلى لسان رسوله صلى الله عليه وسلم، ومما يبين شرفها ومنزلتها وأهميتها النقاط الخمسة الآتية:

- 1- أن الدعوة إلى الله تعالى تولاهما الله سبحانه بنفسه فهو الذي يدعو عباده إلى طاعته وتقواه التي هي طريق الجنة، وبنهاهم عن معصيته ومخالفة أمره التي هي طريق النار والعذاب¹، كما قال سبحانه وتعالى: « وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ » (سورة يونس: 25).
- 2- تجعل من المسلمين الجدد حلفاء طبيعيين للمسلمين يتبنون أهداف المسلمين المشروعة بأمانة وإخلاص.²
- 3- أن الدعوة إلى الله تعالى من أهم الواجبات الدينية، ومن أجل القربات وأفضل الطاعات؛ إذ بها يتبين الهدى من الضلال، والحق من الباطل، والغى من الرشاد، والخطأ من السداد، والصالح من الفساد، وهي وظيفة الرسل وأتباعهم إلى يوم القيامة.³

3-2-2- فضل الدعوة الإسلامية

ورد في فضل الدعوة والدعاة آيات وأحاديث كثيرة، كما أنه ورد في إرسال النبي صلى الله عليه وسلم الدعاة أحاديث لا تخفى على أهل العلم، ومن ذلك، يقول الله تعالى: « وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ » (سورة فصلت: 33). فهذه الآية الكريمة فيها التتويه بالدعاة والثناء عليهم، وأنه لا أحد أحسن

¹ عبد الله بن محمد بن عبد المحسن المطوع، الدعوة الإصلاحية في بلاد نجد على يد الإمام محمد بن عبد الوهاب وأعلامها من بعده. (ط:3؛ لا.م: دار التدمرية، 1424هـ/2004م)، ص22.

² محمود شيت خطاب، أهمية الدعوة. ج:1 (ط:1؛ المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية، د.ت)، ص24.

³ عبد الرزاق بن عبد المحسن البدر، مكانة الدعوة إلى الله وأسس دعوة غير المسلمين. (لا.ط؛ لا.م: دار الفضيلة، د.ت)، ص ص4-5.

قولاً منهم، وعلى رأسهم الرسل عليهم الصلاة والسلام، ثم أتباعهم على حسب مراتبهم في الدعوة والعلم والفضل.¹

وقوله تعالى: «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (سورة آل عمران: 104). فالله عز وجل يأمر بالدعوة إليه والحث على تبليغها فهذه الآية تشير أن الله يأمر الأمة الإسلامية بأنه لا بد من هناك جماعة متخصصة تدعو إلى الخير تأمر بالمعروف وتنهى عن المنكر.²

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ * - رضي الله عنه - أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ - صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى، كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئًا، وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ، كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئًا».³

¹ - عبد العزيز بن عبد الله بن باز، الدعوة إلى الله وأخلاق الدعوة. (ط:4؛ الرياض - المملكة العربية السعودية: رئاسة إدارة البحوث العلمية والافتاء، 1423هـ/2002م)، ص21.

² - عازب الشيخ الضاوية، عازب الشيخ مباركة، غنابزية فاطمة، منهج النبي موسى عليه السلام في الدعوة إلى الله، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمّه لخضر، الوادي، 1434/1435هـ-2013/2014م، ص8.

* أبو هريرة: ولد الصحابي أبو هريرة عبد الرحمان بن صخر الدوسي (19ق.هـ -599م) في اليمن وتوفي في (57هـ - 676م) في المدينة المنورة، وهو من صحابة الرسول p، قد أجمع أهل الحديث السنّة أن أبا هريرة أكثر الصحابة رواية وحفظاً لحديث رسول الله. اسمه في الجاهلية عبد شمس بن صخر ولما أسلم سماه رسول الله عبد الرحمان بن صخر الدوسي نسبة إلى قبيلة دوس بن عدنان بن عبد الله بن زهران.

³ - عبد العظيم بن عبد القوي بن عبد الله، أبو محمد، زكي الدين المنذري، مختصر صحيح مسلم «لإمام أبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري». تحقيق: محمد ناصر الدين الألباني، ج2 (ط:6؛ بيروت: المكتب الإسلامي، 1407هـ/1987م)، كتاب: العلم، باب: من دعا إلى هدى أو ضلالة، ص492.

3-3- مصادر وأهداف الدعوة الإسلامية

3-3-1- مصادر الدعوة الإسلامية

مصادر الدعوة هي: القرآن الكريم، السنة النبوية المطهرة، سيرة السلف الصالح، استنباطات الفقهاء، التجارب، وتكلم فيما يلي بشيء من الإيجاز عن المصدرين الرئيسيين للتعريف بكل منهما.

1- القرآن الكريم:

في القرآن الكريم آيات كثيرة تتعلق بأخبار الرسل الكرام وما جرى لهم مع أقوامهم. وما خاطب الله تعالى به خاتمهم سيدنا محمداً صلى الله عليه وسلم من أمور الدعوة إليه. وهذه الآيات الكريمة يستفاد منها أصول أساليب الدعوة ووسائلها، التي يجب أن يفقهها المسلم كما يتفقه أمور الدين الأخرى، لأن الله جل جلاله ما قصها علينا وأخبرنا بها إلا لنستفيد منها ونتزود من معانيها ما يعيننا على الدعوة إلى الله تعالى، ونلتزم بنهجها. قال ربنا تبارك وتعالى: «وَكُلًّا نَقُصُّ عَلَيْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الرُّسُلِ مَا نُنَبِّئُ بِهِ فُؤَادَكَ وَجَاءَكَ فِي هَذِهِ الْحَقُّ وَمَوْعِظَةٌ وَذِكْرَى لِلْمُؤْمِنِينَ» (سورة هود: 120).

وقال تعالى: «أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ ائْتَدَهُ» (سورة الأنعام: 90) فهذه الآية الكريمة تشير إلى لزوم الاقتداء بنهج رسل الله في الدعوة إليه.¹

2- السنة النبوية:

وفي السنة النبوية أحاديث كثيرة تتعلق بأمور الدعوة ووسائلها. كما أن السيرة النبوية المطهرة وما جرى لرسول الله ﷺ في مكة والمدينة، وكيفية معالجته للأحداث والظروف التي واجهته، كل ذلك يعطينا مادة غزيرة جدا في أساليب الدعوة ووسائلها.

¹ - عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة. (ط:3؛ بغداد: لان، 1396هـ/1976م)، ص ص 397-398.

فالسيرة النبوية والتوجيهات النبوية الكريمة تطبيقات عملية لما أمر الله به رسوله ﷺ في أمور الدعوة وتبليغ الرسالة، وما ألهم رسوله في هذا المجال، فلا يجوز للداعي أن يغفل عن سيرة النبي الكريم صلى الله عليه وسلم.¹

3-3-2- أهداف الدعوة الإسلامية

- 1- تهدف الدعوة إلى الخير دائماً. وتحاول أن يصل الإنسان إلى تمام الخير وكماله، فشرعت لأجله كثيراً من التعاليم كل منها له هدفه الخاص لتصل في النهاية إلى الهدف الرئيسي الذي ترجوه الدعوة لمتبعيها ألا وهو تحقيق السعادة ونشر الإسلام.²
- 2- إن من أعظم غايات الإسلام وأهدافه؛ تعارف هذه الشعوب المنتشرة على سطح المعمورة، وتقاربها... وتوحيد هذه الأمم تحت راية واحدة راية توحيد الخالق - وتفاهمها. كما جاء في قوله تعالى: « يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا.. » (سورة الحجرات: 13). فإذا تعارفت الشعوب وتقاربت، وتوحدت الأمم وتفاهمت، على رب واحد، ودين واحد، وقبلية واحدة، وبالإيمان بالرسول جميعاً، وأصبح عامل تفاضلها تقوى الله، إذا حصل هذا، أصبح الناس جميعاً عباداً مؤمنين، وأخوة متحابين، فيزول ما بينهم من عدا، وينطفئ ما بينهم من نيران الحروب والبغضاء، فيعيشون وقتئذ بسلام، وينعمون بأمان.³
- 3- العمل على تزكية النفس بالفضائل الأخلاقية والمبادئ الإيمانية والاجتماعية وفي إطار ذلك بيان محاسن الإسلام ومزاياه.⁴
- 4- العمل على نشر دعوة الله، دعوة الحق في العالم كله، شرقه وغربه، إسلاميه وغير إسلاميه، لأن الإسلام هو دين البشرية كلها، مهما يكن لها من دين أو نظام؛ لأنه الدين الخاتم التام الكامل، الذي جعل الله له الهيمنة، على كل دين ونظام، والذي قضى سبحانه بأن يمكن له في الأرض، إذا كان أهله من المؤمنين الذين يعملون

¹ عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، مرجع سابق، ص 398-399.

² أحمد أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، مرجع سابق، ص 30.

³ عدنان بن محمد آل عرعور، منهج الدعوة في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص 22.

⁴ محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي-المبادئ-النظرية-التطبيق، مرجع سابق، ص 123.

الصالحات، إنه الدين الذي رضي الله للبشرية كلها ديناً، لأن البشرية كلها مطالبة بأن تدخل في دين الحق دين الإسلام.

5- العمل على تحرير الأوطان الإسلامية كلها من أي عدوان واقع عليها أو إحتوائها، وتحريرها من التبعية لأي تيار من التيارات السائدة في العالم غير الإسلامي، واتخاذ كافة الوسائل المشروعة في سبيل تحقيق هذا الهدف الكبير.¹

3-4- أساليب الدعوة الإسلامية

المراد بأسلوب الدعوة ما بلغت به أوامر الله تعالى وإرشاداته إلى المدعويين وهو لا يخرج عما جاء به القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة.²

تعددت أساليب الدعوة في القرآن الكريم ونظراً لكثرتها فسنتكفي بذكر أسلوب الحكمة وأسلوب الموعدة الحسنة وأسلوب الجدل والتي هي أحسن.

كما جاء في قوله تعالى: «أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ» (سورة النحل: الآية 125).

1- الحكمة:

الحكمة هبة وفضل من الله عز وجل يهبها لمن يشاء من عباده وأوليائه³، والحكمة صواب القول، وسداد العمل واستقامة الرأي، وهي مرتبة فكرية وعقلية يسمو إليها الإنسان عندما يصل بإيمانه الشديد وتوحيده السديد، وعقيدته الخالصة إلى تصور سليم للحياة والموت، والمعاش والمعاد، والدنيا والآخرة، والدين الحق ورسالته، وإذا كان للدابة حكمة بحكم

¹ علي عبد الحليم محمود، فقه الدعوة إلى الله. ج1 (ط: 1؛ ل.م.، دار الوفاء، 1410هـ/1990م)، صص 209-210.

² أبو المجد سيد نوفل، أساليب الدعوة إلى الله في القرآن الكريم، (لا.ط؛ المدينة المنورة: مجلة الجامعة الإسلامية، د.ت)، ص128.

³ شقوري عفاف، شلاقة كلثوم، مرغني جهاد، وسائل وأساليب الدعوة من خلال السيرة النبوية، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة حمه لخضر، الوادي، 1434-1435هـ/2013-2014م، ص16.

مسيرتها فلا تضل بها السبل، فالحكمة للإنسان المسلم بهذه المثابة وعي واستتارة وهداية تبصره بمواقع قدمه، ومعالم طريقه، وترسم له ما يأتي وما يدع¹.
وأن الحكمة في القرآن الكريم تأتي على أربعة أوجه أحدها. مواظ القرآن الكريم،
وثالثها: النبوة، ورابعها: القرآن بما فيه من عجائب.

وكل هذه المعاني متقاربة لأن الحكمة مشتقة من الإحكام وهو الإنفاق ومرجعها إلى العلم الدقيق.²

وجاء في مختار الصحاح أن الحُكْمُ: يأتي بمعنى الحكمة من العلم والحكيم العالم وصاحب الحكمة والحكيم أيضا المتنقن للأمر وقد حَكُمَ من باب ظُرْفُ أي صار حكيماً.³
والحكمة المقرونة بالكتاب، فهي السنة من: أقوال النبي - صلى الله عليه وسلم - وأفعاله، وتقريراته، وسيرته⁴، كقوله تعالى: «رَبَّنَا وَأَبْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ». (سورة البقرة: 129)

والداعية إلى الله تعالى يحتاج إلى الحكمة في بيان أصول الدين وفروعه، وفي طريقة التبليغ، وأسلوب الأداء، ومن لم يؤطر دعوته بالحكمة ويجعلها منطلقا له في جميع أموره ومواقفه فإن الفشل حليفه⁵. لقول الله تعالى: «وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا» (سورة البقرة: 269).

2- الموعظة الحسنة:

وبالموعظة الحسنة يظهر للدعاة أن هدفهم هو حب الخير للناس بهذا الدين وحماية مستقبلهم في الدنيا والآخرة من الضنك والضياع.⁶

¹ - بن نصيب راضية، بكوش أسماء، استخدام الأئمة لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، مرجع سابق، ص 39.

² - أحمد أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، مرجع سابق، ص 279.

³ - محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، مرجع سابق، ص 167.

⁴ - سعيد بن علي بن وهف القحطاني، مفهوم الحكمة في الدعوة إلى الله تعالى في ضوء الكتاب والسنة. ج1 (لا.ط؛ الرياض: مطبعة السفير، د.ت)، ص 15.

⁵ - عزيز بن فرحان العنزي، البصيرة في الدعوة إلى الله. (ط:1؛ أبوظبي، دار الإمام مالك، 1426هـ/2005م)، ص 101.

⁶ - رؤوف شلبي، الدعوة الإسلامية في عهدنا المكي: مناهجها وغاياتها، مرجع سابق، ص 347.

والأصل في الموعظة أنها: القول الذي يُلين نفس المخاطب ليستعد لفعل الخير والاستجابة له.

والموعظة في معناها تدل على ما يجمع الرغبة بالرهبة والإنذار بالبشارة.¹
وجاء في مختار الصحاح الوَعْظُ: النَّصْحُ والتذكير بالعواقب وقد وَعَظَهُ من باب وعد وعِظَةً أيضاً بالكسر فَاتَّعَظَ أي قَبِلَ الموعظة.²

(3) - المجادلة بالتي هي أحسن:

بلا تحامل على المخالف ولا تزدليل له ولا تقييح حتى يطمئن إلى الداعي ويشعر أن ليس هدفه الغلبة في الجدل ولكن الإقناع والوصول إلى الحق.³
والجدال هو نوع من الحوار والمناقشة بين فردين بهدف إظهار الاتجاهات والآراء بالأدلة ونفي حجج الخصم وتنفيذها من أجل إحقاق حق أو إبطال باطل.⁴
وجاء في لسان العرب الجَدَلُ: ويقال جَادَلْتُ الرجل فجدلته جَدَلًا أي غلبته ورجل جَدِلَ إذا كان أقوى في الخِصَامِ وجادلته أي خاصمه مُجادلةً وجدالاً والاسم الجَدَلُ وهو شِدَّةُ الخصومة.⁵

¹ - صالح بن عبد الله بن حميد، مفهوم الحكمة في الدعوة. (ط:1؛ المملكة العربية السعودية، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، 1422هـ)، ص ص 10-11.

² - محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، مرجع سابق، ص 740.

³ - بوطجين ميلودة، بوبكري كريمة، عزيزي حليلة، دور المرأة الإعلامية في الدعوة الإسلامية عبلة الكحلوي نموذج، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمّه لخضر، الوادي، 2014/2013م، ص 14.

⁴ - آمال فريجات، بشيرة حاقة، سهيه رزاق لبزة، أساليب الدعوة في القرآن الكريم في ضوء آية النحل: (أدع إلى سبيل ربك..) 125، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمّه لخضر، الوادي، 1434-1435هـ/2013-2014م، ص 33.

⁵ - محمد بن مكرم بن منظور الأفرقي المصري، لسان العرب. ج 11 (ط:1؛ بيروت: دار صادر، د.ت)، ص 103.

3-5- وسائل الدعوة الإسلامية

لابد للمرء في سبيل تحقيق أهدافه والوصول إلى غايته، من استخدام الوسيلة التي تُعينه على ذلك، فإن الله عز وجل قد ربط الأسباب بالمسببات، وأمر بالأخذ بالوسائل المؤدية إلى الغايات،¹

وَالْوَسِيلَةُ: هي ما يتقرب به إلى الغير، والجمع الوَسِيلُ وَالْوَسَائِلُ. والتوسيل والتوسُّلُ واحد. يقال: وَسَّلَ فلانٌ إلى رَبِّهِ وَسِيَلَةً، وتَوَسَّلَ إليه بَوَسِيَلَةٍ، أي تقرب إليه بعمل. والوَاسِلُ: الراغب إلى الله.²

ووسائل الدعوة: هي ما يتوصل به الداعية إلى تبليغ دعوته من أشياء وأمر.³

الوسائل أيضا "ما يستعين به الداعي على تبليغ الدعوة إلى الله على نحو نافع مثمر"،⁴ وهي تنقسم إلى قسمين رئيسيين:

القسم الأول: الوسائل المعنوية

وهي جميع ما يعين الداعية على دعوته من أمور قلبية أو فكرية. وذلك كالصفات الحميدة والأخلاق الكريمة، والتفكير، والتخطيط، وما إلى ذلك من أمور لا تُحَسُّ ولا تُلمَس، وإنما تعرف بآثارها.

¹ - عفاف قده، جهاد كرمادي، عائشة مسعودي، الدعوة إلى الإسلام عبر الأنترنت-فيس بوك-أنموذجا، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، جامعة الشهيد حمّـه لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الوادي، 1435/1434هـ- 2014/2013م، ص12.

² - أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية. ج5، مرجع سابق، ص1841.

³ - سعيد بن علي بن وهب القحطاني، فقه الدعوة في صحيح الإمام البخاري. (ط:1؛ لا.م: الرئاسة العامة لإدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، 1421هـ)، ص1116.

⁴ - عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، مرجع سابق، ص447.

القسم الثاني: الوسائل المادية

وهي جميع ما يعين الداعية من أمور محسوسة أو ملموسة، وذلك كالقول، والحركة والأدوات، والأعمال. ومنها: الكتابة، والإذاعة، والتلفاز، وإعمار المساجد، وإقامة النوادي والمخيمات وما إلى ذلك.

وكان صلى الله عليه وسلم يحرص على الوسائل المعنوية كل الحرص، وكان المثل الأعلى في الالتزام بها، ومن ذلك قوله تعالى: «**وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ**» (سورة القلم: 9).

وأما في جانب الوسائل المادية فقد استخدم النبي صلى الله عليه وسلم كل وسيلة مشروعة متوفرة في عصره، واجتنب كل وسيلة محرمة، وهي التي اجتمع فيها الحلال والحرام-مما شابها من الحرام.

ومن الأمثلة على استخدامه للوسائل المشروعة المتوفرة في عصره: استخدامه ρ وسيلة المآذب-أي الدعوات إلى الطعام- من أجل جمع الناس على أمر يبلغهم عن طريقه دعوته، وكان ذلك حينما نزل قوله تعالى: «**وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ**» (سورة الشعراء: 214)، فدعا النبي ρ جمعاً من أقربائه، وصنع لهم طعاماً، ثم دعاهم إلى الله تعالى¹...

ومن الأمثلة على تجنبه ρ للوسائل المحرمة: ما جاء في حديث الأذان، حينما تشاور المسلمون في علامة يجعلونها نداءً للصلاة فأشار بعضهم بالناقوس فلم يستخدمه النبي ρ لما فيه من مشابهة للنصارى، وأشار بعضهم بالبوق فلم يستخدمه النبي ρ لما فيه من مشابهة لليهود، وذكروا النار فلم يستخدمها النبي ρ لما فيها من مشابهة المجوس.²

¹ - إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وكيفية استخدامها الدعوية، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة الطائف: كلية المعلمين، الطائف، صفر 1429هـ، ص12.

² - المرجع السابق، ص13.



الفصل الثالث

عرض وتحليل ومناقشة

نتائج الدراسة

المحور الأول: معلومات أولية

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

الجنس	ك	%
ذكر	105	58.01
أنثى	76	41.98
المجموع	181	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) مايلي: أن عينة الذكور جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (58.01%)، بينما جاءت عينة الإناث في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (41.98%).

ومنه نستنتج أن الذكور هم أكثر متابعة لموقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك، وهذا راجع إلى طبيعة ومهام كل فئة. حيث أن نسبة الإناث أقل من الذكور في استخدامهم لموقع التواصل "الفيس بوك" راجع إلى انشغالاتهن ودورهن في التوفيق بين الأسرة والدراسة والبيت والعمل.

جدول رقم(02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن

السن	ك	%
من 18 إلى 30 سنة	107	59.11
من 31 إلى 40 سنة	48	26.51
40 سنة فأكثر	26	14.36
المجموع	181	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) مايلي: جاءت عينة الدراسة من (سن 18 إلى 30 سنة) في المرتبة الأولى بنسبة (59.11%)، أما من (سن 31 إلى 40

سنة) في المرتبة الثانية بنسبة (26.51%)، ومن (سن 40 سنة فأكثر) في المرتبة الثالثة بنسبة (14.36%).

نستنتج أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين (18 إلى 30 سنة)، هم الأكثر استخداماً لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"، وهذا راجع إلى استعماله في المجال الدراسي والعملية وذلك بتبادل الخدمات والمعلومات والموضوعات بين الطلبة والموظفين والأساتذة والعاملين والأئمة.

جدول رقم(03): يوضح تقسيم عينة الدراسة حسب المهنة

المهنة	ك	%
إمام مسجد	7	3.86
أستاذ	32	17.67
طالب جامعي	70	38.67
موظف	46	25.41
عامل	26	14.36
المجموع	181	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(03) مايلي: جاءت نسبة الطلبة الجامعيين في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (38.67%)، وفي المرتبة الثانية الموظفين بنسبة (25.41%)، أما في المرتبة الثالثة فكانت للأساتذة بنسبة (17.67%)، ثم المرتبة الرابعة العاملين بنسبة (14.36%)، وأما المرتبة الخامسة والأخيرة أئمة المساجد بنسبة (3.86%).

نستنتج أن الطلبة الجامعيين هم الأكثر استخداماً لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك".

جدول رقم(04): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	ك	%
ابتدائي	2	1.10
متوسط	14	7.73
ثانوي	33	18.23
جامعي	132	72.92
المجموع	181	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(04) مايلي: جاءت عينة الدراسة حسب المستوى الجامعي في المرتبة الأولى وذلك بنسبة (72.92%)، أما في المرتبة الثانية فكان لمستوى الثانوي بنسبة (18.23%)، أما في الثالثة فكانت لمستوى المتوسط بنسبة (7.73%)، وفي المرتبة الرابعة لمستوى ابتدائي بنسبة (1.10%).

ومنه نستنتج أن تنوع المستوى التعليمي لأفراد الدراسة، مما يعني أن تحديدهم لتوظيف موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك في العمل الدعوي سيتأثر بخلفتهم العلمية، نظراً لتأثير المستوى الدراسي في اتجاهات الأفراد، لأن العلم يكسب الأفراد قيم وخبرات تسهم إلى حد كبير في تكوين اتجاهات إيجابية أو سلبية نحو موضوع معين. وهو ما سيعطي مصداقية أكبر لنتائج الدراسة، أكثر مما لو أن العينة لا تتمتع بهذه الدرجة من المستوى العلمي.

المحور الثاني: مستوى التفاعل والاستخدام الشخصي لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"

جدول رقم (05): يوضح عدد الأفراد حسب امتلاكهم حساب على موقع "الفييس بوك"

حسب امتلاكهم حساب على موقع "الفييس بوك"	ك	%
نعم	137	75.69
لا	44	24.30
المجموع	181	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) مايلي: أن نسبة أفراد الدراسة الذين يملكون حساب على موقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك هم أعلى نسبة والتي تقدر بـ(75.69%)، أما بالنسبة للأفراد الذين لا يملكون حساباً على موقع التواصل الاجتماعي بنسبة (24.30%).

كما تتفق دراسة بن نصيب راضية وبكوش أسماء سنة 2014 بقسنطينة بدراستنا، على أن أعلى نسبة هم الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي الفييس بوك والتي تبلغ (68%)، بينما الذين لا يستخدمون ولا يملكون حساب على موقع التواصل الاجتماعي بنسبة (32%). (بن نصيب راضية وبكوش أسماء، 2014، ص 89)

ومنه نستنتج أن نسبة مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى؛ وهذا راجع لأهمية ودور هذه الوسيلة في فهم التفاعلات البشرية، وتفسير النصوص، وتبادل الآراء بين المستخدمين مع بعضهم البعض، بإضافة إلى أنه يضم العديد من المشتركين من مختلف العقائد والجنسيات، بينما نسبة الذين لا يملكون حساب على موقع الفييس بوك قليلة؛ راجع إلى أن هذه الفئة ترى بأنه إضاعة للوقت، كما يؤثر على الجانب الأسري حيث يؤدي إلى العزلة الاجتماعية.

جدول رقم(06): يوضح أسباب عدم وجود حساب على موقع "الفييس بوك" لدى العينة

أسباب عدم وجود حساب على موقع "الفييس بوك"	ك	%
لا أملك جهاز	5	11.36
غير مقتنع به	34	77.27
لا أعرف كيفية استخدامه	5	11.36
المجموع	44	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(06) مايلي: جاءت نسبة غير مقتنعين بموقع الفييس بوك في المرتبة الأولى بنسبة (77.27%)، وتساوت النسبة بين الذين لا يملكون جهاز والذين لا يعرفون كيفية استخدامه بنسبة (11.36%).

وهذا على عكس ما جاءت به دراسة بن نصيب راضية وبكوش أسماء سنة 2014 بقسنطينة، أن في المرتبة الأولى هم الأفراد الذين لا يملكون جهاز للتواصل بنسبة (42.85%) مقارنة بالأسباب الأخرى. (بن نصيب راضية وبكوش أسماء، 2014، ص90)

ومنه نستنتج أن نسبة الغير مقتنعين بموقع الفييس بوك في المرتبة الأولى؛ وهذا راجع إلى عدم الثقة في ما ينشر أو يعرض عبر هذا الموقع بالنسبة لهذه الفئة، كما يعتبرونه وسيلة سلبية في حياة الأفراد والمجتمعات.

جدول رقم(07): يوضح عدد الساعات التي تقضيها العينة على موقع "الفييس بوك"

عدد الساعات التي تقضيها العينة على موقع "الفييس بوك"	ك	%
أقل من ساعة واحدة	58	42.33
من 1 إلى 2 ساعة	42	30.65
من 2 إلى 4 ساعة	21	16.05
أكثر من 4 ساعات	16	11.67
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(07) مايلي: أن عدد الساعات التي تقضيها العينة على موقع التواصل "الفييس بوك" أقل من ساعة واحدة هي في المرتبة الأولى بنسبة (42.33%)، ثم تليها من 1 إلى 2 ساعة بنسبة (30.65%)، أما عن المرتبة الثالثة من 2 ساعة إلى 4 ساعة فتقدر بـ (16.05%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة والتي هي أكثر من 4 ساعات فتقدر بنسبة (11.67%).

وهذا ما تؤكدته دراسة بن نصيب راضية وبكوش أسماء سنة 2014 بقسنطينة، على أن نسبة العينة التي يقضون أقل من ساعة، كانت هي الأكبر حيث بلغت (38.88%)، وهي أعلى نسبة مقارنةً بعدد الساعات الأخرى. (بن نصيب راضية وبكوش أسماء، 2014، ص92)

وكذلك دراسة سامي أحمد شناوي ومحمد خليل عباس سنة 2014 بالأردن، أن مدة استخدام الفييس بوك أكثر من 4 ساعات كانت بالمرتبة الأخيرة بنسبة (19.7%). (سامي أحمد شناوي ومحمد خليل عباس، 2014، ص92)

ومنه نستنتج أن أغلبية العينات سواء كانوا إناث أو ذكور، مسنين أو شباب، يقضون أقل من ساعة واحدة وهذا ما يدل على أن موقع التواصل الاجتماعي هو حاجة ثانوية رغم مكانته في نشر الدعوة وأيضاً في التواصل مع الآخرين.

جدول رقم(08): يوضح مدة الاستخدام لموقع "الفييس بوك"

مدة الاستخدام لموقع "الفييس بوك"	ك	%
أقل من سنتين	55	40.14
من سنتين إلى أقل من أربع سنوات	42	30.65
من أربع سنوات فأكثر	40	29.19
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(08) مايلي: أن في المرتبة الأولى كانت المدة (أقل من سنتين) هي الأكثر بنسبة (40.14%)، أما في المرتبة الثانية فكانت المدة من (سنتين إلى أقل من أربع سنوات) بنسبة 30.65%)، أما في المرتبة الثالثة فكانت المدة من (أربع سنوات فأكثر) بنسبة (29.19%).

وهذا عكس دراسة أحمد يونس محمد حمودة سنة 2013 بالقاهرة، أن مدة استخدام موقع الفييس بوك من أربع سنوات فأكثر في المرتبة الأولى بنسبة (60.7%). (أحمد محمد حمودة، 2013، ص151)

ومنه نستنتج أن المدة أقل من سنتين جاءت في المرتبة الأولى؛ وهذا راجع إلى أن أفراد عينة الدراسة استخدموا موقع الفييس بوك حديثا وذلك بعد اقتناعهم أن برغم من سلبياته إلى أنه يمكن استغلال جانبه الإيجابي من حيث نشر الدعوة والثقافة والمواظ... .

جدول رقم(09): يوضح الاسم المستخدم على "الفييس بوك"

الاسم المستخدم على "الفييس بوك"	ك	%
الاسم الشخصي	67	48.90
اسم مستعار	70	51.09
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(09) مايلي: أن أكثر أفراد عينة الدراسة يستخدمون أسماء مستعارة وذلك بنسبة (51.09%)، بينما الذين يستخدمون أسمائهم الحقيقية بنسبة (48.90%).

ومنه نستنتج أن استعمال أفراد العينة أسماء مستعارة؛ يعود إلى انعدام ثقتهم بأنفسهم، كذلك لكي لا يتعرف عليهم الآخرون أو لتجنب الإحراج من بعض الأمور. أما بالنسبة للذين يستخدمون أسمائهم الحقيقية؛ يعود لجدية هذه الفئة وحتى تكون صورتهم واضحة أمام أصدقائهم.

جدول رقم(10): يوضح اللغة التي تعتمد عليها العينة في استخدام موقع "الفييس بوك"

اللغة المعتمدة في "الفييس بوك"	ك	%
اللغة العربية	120	53.09
اللغة الفرنسية	38	16.81
اللغة الإنجليزية	15	6.63
الدارجة	53	23.45
المجموع	*226	100

* سمح باختيار أكثر من إجابة

نلاحظ من خلال الجدول رقم(10) مايلي: جاءت اللغة العربية في المرتبة الأولى بنسبة (53.09%)، بينما جاءت الدارجة في المرتبة الثانية بنسبة (23.45%)، أما في المرتبة الثالثة اللغة الفرنسية بنسبة (16.81%)، وفي المرتبة الرابعة اللغة الإنجليزية بنسبة (6.63%).

ومنه نستنتج أن اللغة العربية هي اللغة الأكثر اعتمادا في التواصل عبر موقع الفيس بوك، وهذا يعود إلى أن أفراد عينة الدراسة يعتبرون اللغة العربية هي اللغة الأساسية.

جدول رقم(11): يوضح طريقة تواصل العينة

مع من تتواصل العينة في الفيس بوك	ك	%
مع الأسرة	68	24.63
مع أصدقاء	111	40.21
مع زملاء	67	24.27
مع أشخاص جدد	30	10.86
المجموع	*276	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(11) مايلي: أغلبية العينة يتواصلون مع الأصدقاء وذلك بنسبة (40.21%)، أما مع الأسرة بنسبة (24.63%)، بينما مع زملاء بنسبة (24.27%)، ومع أشخاص جدد بنسبة (10.86%).

ومنه نستنتج أن العينة يستخدمون موقع الفيس بوك من أجل التواصل مع الأصدقاء.

* سمح باختيار أكثر من إجابة

جدول رقم(12): يوضح المكان المفضل لدى العينة عند استخدام "الفيس بوك"

المكان المفضل لدى العينة عند استخدام "الفيس بوك"	ك	%
المنزل	120	80
العمل	13	8.66
مقاهي الانترنت	8	5.33
في كل مكان	9	6
المجموع	*150	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(12) مايلي: جاءت نسبة الأفراد الذين يستخدمون موقع الفيس بوك في بيوتهم في المرتبة الأولى بنسبة (80%)، بينما في المرتبة الثانية يستخدمون موقع الفيس بوك في العمل بنسبة (8.66%)، وفي المرتبة الثالثة في كل مكان بنسبة (6%)، وفي المرتبة الرابعة والأخيرة في مقاهي الانترنت بنسبة (5.33%).

وهذا ما تؤكدته دراسة بن نصيب راضية ويكوش أسماء سنة 2014 بقسنطينة، أن في المرتبة الأولى هم الذين يفضلون استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في بيوتهم بنسبة (79.19%) مقارنة بالأمكن الأخرى.(بن نصيب راضية ويكوش أسماء، 2014، ص93)

ومنه نستنتج أن المكان المفضل لدى أفراد عينة الدراسة عند استخدام موقع التواصل الفيس بوك هو المنزل؛ وهذا راجع إلى الأريحية في الاستخدام والتواصل.

* سمح باختيار أكثر من إجابة

المحور الثالث: مدى تأثير الفيس بوك في العمل الدعوي

جدول رقم(13): يوضح الموضوعات المفضلة لدى العينة

الموضوعات المفضلة لدى العينة	ك	%
الدينية	98	25.99
الاجتماعية	83	22.01
الرياضية	31	8.22
السياسية	29	7.69
التسلية والترفيه	47	12.46
الثقافية	89	23.60
المجموع	*377	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(13) مايلي: أن الموضوعات الدينية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (25.99%)، بينما في المرتبة الثانية الموضوعات الثقافية بنسبة (23.60%)، أما في المرتبة الثالثة الموضوعات الاجتماعية بنسبة (22.01%)، وفي المرتبة الرابعة موضوعات التسلية والترفيه بنسبة (12.46%)، وفي المرتبة الخامسة الموضوعات الرياضية بنسبة (8.22%)، وفي المرتبة السادسة الموضوعات السياسية بنسبة (7.69%).

ومنه نستنتج أن الموضوعات الدينية هي الموضوعات المفضلة لدى عينة الدراسة لأنها تحفز الدعاة لمزيد من الجهود في نشر الدعوة عبر هذه الوسيلة، ثم تأتي الموضوعات الثقافية التي تنمي المعارف والمعلومات.

* سمح باختيار أكثر من إجابة

جدول رقم(14): يوضح درجة الثقة بالمعلومات على "الفيس بوك"

درجة الثقة بالمعلومات في الفيس بوك حسب العينة	ك	%
أثق بدرجة كبيرة	4	2.91
أثق بدرجة متوسطة	83	60.58
أثق بدرجة قليلة	38	27.73
لا أثق بها	12	8.75
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(14) مايلي: أن في المرتبة الأولى جاءت درجة الثقة بالمعلومات في الفيس بوك حسب العينة بدرجة متوسطة بنسبة (60.58%)، أما في المرتبة الثانية فكانت بدرجة قليلة بنسبة (27.73%)، أما في المرتبة الثالثة لا يتفون بها بنسبة (8.75%)، وفي المرتبة الرابعة فكانت بدرجة كبيرة بنسبة (2.91%).

ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يتفون بالمعلومات في الفيس بوك بدرجة متوسطة، لأنهم يعتبرون أن هناك معلومات غير صحيحة، كنشر أفكار ومعلومات خاطئة عن ديننا الإسلامي، وأيضا نشر صور وأفكار بعيدة عن الأخلاق أو العادات...

جدول رقم(15): يوضح الدافع من استخدام "الفيس بوك"

الدافع من استخدام العينة "الفيس بوك"	ك	%
زيادة الثقافة وتنمية المعارف	84	45.90
التعارف والدرشة	27	14.75
الدعوة إلى الله	45	24.59
الترفيه والتسلية	27	14.75
المجموع	*183	100

* سمح باختيار أكثر من إجابة

نلاحظ من خلال الجدول رقم(15) مايلي: أن الدافع من استخدام العينة للفيس بوك بنسبة أكبر والتي تبلغ (45.90%) هي زيادة الثقافة وتنمية المعارف، تأتي في المرتبة الثانية الدعوة إلى الله بنسبة (24.59%)، ثم على التوالي وفي نفس الرتبة التعارف والدرشة، الترفيه والتسلية بنسبة (14.75%).

وهذا ما تؤكدته دراسة ناصر محمد الأنصاري سنة 2012 بالكويت حول طبيعة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي حيث وجد أن أعلى نسبة تهتم بالسياسة والثقافة تبلغ (3.87%)، أما في المرتبة الثانية فكانت لتواصل الاجتماعي مع الأصدقاء والأهل بنسبة (3.84%). كذلك دراسة سميث الثانية (Smith، 2011) التي أظهرت أن (22%) من المواطنين الأمريكيين استخدم المواقع الاجتماعية في الحملة الانتخابية لعام (2010). (ناصر محمد الأنصاري، 2012، ص91)

ومنه نستنتج أن موقع التواصل الاجتماعي فيس بوك يستخدم لأجل زيادة الثقافة وتنمية المعارف بصفة كبيرة على خلاف التواصل والدرشة. وهذا راجع إلى تعطش الأفراد في تنمية الذات واكتساب معارف ومعلومات حديثة، وهذا إلى جانب استغلاله في تصحيح العقائد ونشر الدعوة.

جدول رقم(16): يوضح طبيعة المنشورات الدعوية للعينة

طبيعة المنشورات الدعوية للعينة	ك	%
المواعظ القصيرة	81	32.66
الآيات القرآنية والأحاديث	34	13.70
التعليق على حدث معاصر	67	27.01
الأدعية والمأثورات	59	23.79
الفتاوى	7	2.82
المجموع	*248	100

* سمح باختيار أكثر من إجابة

نلاحظ من خلال الجدول رقم(16) مايلي: جاءت في المرتبة الأولى المواعظ القصيرة بنسبة (32.66%)، أما في المرتبة الثانية التعليق على حدث معاصر بنسبة (27.01%)، وفي المرتبة الثالثة الأدعية والمأثورات بنسبة (23.79%)، وفي المرتبة الرابعة الآيات القرآنية والأحاديث بنسبة (13.70%)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة الفتاوى بنسبة (2.82%).

ومنه نستنتج أن المواعظ القصيرة جاءت بأعلى نسبة وذلك يتناسب مع ما يفضله المستخدمون، وهذا يعود إلى أن أفراد عينة الدراسة يميلون إلى المواضيع 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 في أحداث العصر، أما بالنسبة للفتاوى كانت نسبتها قليلة، ربما تعود إلى كثرة الفتاوى أو عدم طرح مستجدات حيوية فيها، أو لسهولة معرفة الفتاوى عبر الانترنت.

جدول رقم(17): يوضح إضافة غير المسلمين على صفحة الفيس بوك

إضافة غير المسلمين على صفحة الفيس بوك	ك	%
نعم	63	45.98
لا	74	54.01
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(17) مايلي: أن نسبة الأفراد الذين يرفضون إضافة غير المسلمين على صفحة الفيس بوك أكثر بنسبة تقدر بـ (54.01%)، أما الذين يقبلون إضافة غير المسلمين بنسبة (45.98%).

ومنه نستنتج أن الذين يرفضون إضافة غير المسلمين يعود إلى تعصب البعض والبعض الآخر على أنه لا يستطيع التواصل معهم لعدم فهمهم للغتهم. أما بالنسبة للذين يقبلون إضافة غير المسلمين يعود إلى رغبتهم في التقرب منهم لتصحيح صورة الإسلام عندهم، وأيضا إلى معرفة ثقافتهم وعاداتهم.

جدول رقم(18): يوضح أسباب إضافة غير المسلمين

أسباب إضافة غير المسلمين	ك	%
تعرفهم بالإسلام	38	60.31
معرفة ثقافتهم	25	39.68
المجموع	63	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(18) مايلي: أن أسباب إضافة غير المسلمين يكون في المرتبة الأولى تعريفهم بالإسلام بنسبة (60.31%)، بينما في المرتبة الثانية معرفة ثقافتهم بنسبة (39.68%). وعدد التكرارات أكثر لأن هناك من أفراد العينة يعتبرون أن إضافتهم لغير المسلمين بكلا السببين تعريفهم بالإسلام وأيضا معرفة ثقافتهم.

ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يرون أن من الأسباب الرئيسية لإضافة غير المسلمين هي تعريفهم بالإسلام.

جدول رقم(19): يوضح التفاعل من طرف الجمهور على منشورات الدعوية للعينة

مدى التفاعل من طرف الجمهور على منشورات الدعوية	ك	%
نعم	67	48.90
لا	13	9.48
أحيانا	57	41.60
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(19) مايلي: أن نسبة التفاعل من طرف الجمهور على المنشورات الدعوية بنسبة (48.90%) الذين إجابتهم بنعم، أما في المرتبة الثانية بنسبة (41.60%) الذين إجابتهم بأحيانا، أما في المرتبة الثالثة بنسبة (9.48%) الذين إجابتهم بلا.

ومنه نستنتج أن هناك تفاعل من طرف الجمهور على المنشورات الدعوية.

جدول رقم(20): يوضح كيفية تفاعل الجمهور

ك	%	كيفية تفاعل الجمهور
82	48.80	إعجاب
34	20.23	مشاركة
52	30.95	تعليق
*168	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(20) مايلي: أن الجمهور يتفاعل عن طريق إعجاب بنسبة كبيرة تقدر بـ(48.80%)، أما في المرتبة الثانية فكان عن طريق تعليق بنسبة (30.95%)، أما في المرتبة الثالثة فكان عن طريق مشاركة بنسبة (20.23%).

ومنه نستنتج أن الجمهور يكتفي بإعجاب أكثر من إعطاء رأيه أو مشاركة مع غيرهم.

جدول رقم(21): يوضح مدى نجاح الفيس بوك في العمل الدعوي

ك	%	مدى نجاح الفيس بوك في العمل الدعوي
107	78.10	نعم
30	21.89	لا
137	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(21) مايلي: أن نسبة الأفراد الذين يعتبرون أن الفيس بوك وسيلة ناجحة في العمل الدعوي بنسبة (78.10%) الذين إجابتهم بنعم، أما الذين لا يعتبرونه وسيلة ناجحة في العمل الدعوي بنسبة (21.89%) الذين إجابتهم بلا.

ومنه نستنتج أن الفيس بوك وسيلة ناجحة في العمل الدعوي.

* سمح باختيار أكثر من إجابة

جدول رقم(22): يوضح مدى تنمية مشاركة العينة في الصفحات الإسلامية

مدى تنمية مشاركة العينة نحو الصفحات الإسلامية	ك	%
نعم	64	46.71
أحياناً	62	45.25
لا	11	8.02
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(22) مايلي: أن نسبة الأفراد الذين استطاع الفيس بوك أن ينمي مشاركتهم في الصفحات الإسلامية بنسبة (46.71%) الذين إجابتهم بنعم، أما بنسبة (45.25%) الذين إجابتهم بأحياناً، أما بالنسبة للذين إجابتهم بلا بنسبة (8.02%).
ومنه نستنتج أن الفيس بوك استطاع أن ينمي مشاركة عينة الدراسة في الصفحات الإسلامية.

جدول رقم(23): يوضح حالة الدعوة بعد ظهور الفيس بوك

حالة الدعوة بعد ظهور الفيس بوك	ك	%
تقدم	102	74.45
تراجع	35	25.54
المجموع	137	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(23) مايلي: أن هناك أفراد يروا بأن الدعوة بعد ظهور الفيس بوك في حالة تقدم بنسبة (74.45%)، أما الأفراد الذين يروا بأن الدعوة في حالة تراجع بنسبة (25.54%).

ومنه نستنتج أن أغلبية أفراد الدراسة يروا بأن الدعوة في حالة تقدم.

جدول رقم(24): يوضح آراء الأفراد الذين يرون بأن الدعوة في حالة تقدم

أراء الأفراد الذين يرون بأن الدعوة في حالة تقدم	ك	%
سهولة وصول الدعوة	27	55.10
التعرف على الكثير من الحقائق الدينية والثقافية	6	12.24
لأنه يقوم على نصح الشباب	3	6.12
ازدياد عدد الداخلين للإسلام	5	10.20
كثرة الصفحات الإسلامية والدعوية	8	16.32
المجموع	49	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(24) مايلي: أن في المرتبة الأولى سهولة وصول الدعوة بنسبة (55.10%)، أما في المرتبة الثانية كثرة الصفحات الإسلامية بنسبة (16.32%)، أما في المرتبة الثالثة التعرف على الكثير من الحقائق الدينية والثقافية، أما في المرتبة الرابعة بنسبة ازدياد عدد الداخلين للإسلام بنسبة (10.20%)، أما في المرتبة الخامسة أنه يقوم على نصح الشباب بنسبة (6.16%).

ومنه نستنتج أن هناك من الأفراد يرون بأن الدعوة في حالة تقدم وذلك للأسباب التالية: سهولة وصول الدعوة إلى العالم كله، وأيضا التعرف على الكثير من الحقائق الدينية والثقافية، بالإضافة إلى أنه يقوم على نصح الشباب، وأيضا ازدياد عدد الداخلين للإسلام، وكذلك كثرة الصفحات الإسلامية والدعوية فيه.

جدول رقم(25): يوضح آراء الأفراد الذين يرون بأن الدعوة في حالة تراجع

أراء الأفراد الذين يرون بأن الدعوة في حالة تراجع	ك	%
عدم استغلاله في العمل الدعوي	9	47.36
إساءة استخدامه	5	26.31
لأنه يستعمل لترفيه والدرشة	5	26.31
المجموع	19	100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(25) مايلي: أن في المرتبة الأولى عدم استغلاله في العمل الدعوي بنسبة (47.36%)، أما في المرتبة الثانية كل من إساءة استعماله ويستعمل لترفيه والتسلية بنسبة متساوية تبلغ (26.31%).

ومنه نستنتج أن هناك من الأفراد يروا بأن الدعوة في حالة تراجع وذلك بالأسباب التالية: عدم استغلاله في العمل الدعوي، وهناك من يقول بأن هناك من يسيء استعماله، وأيضا بأنه يستعمل من أجل الترفيه والتسلية.

2- الخلاصة:

2-1- خلاصة النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن معظم فئات عينة الدراسة لديهم حساب على موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"
- سبب عدم امتلاك البعض "الفييس بوك"، أنهم غير مقتنعين به.
- أن فئات عينة الدراسة يقضون أقل من ساعة واحدة على موقع "الفييس بوك".
- قلة المدة التي تقضيها فئات عينة الدراسة في استخدامهم لموقع "الفييس بوك".
- أغلب فئات عينة الدراسة يتخذون اسم مستعار على "الفييس بوك".

- أن أغلبية فئات عينة الدراسة يستخدمون اللغة العربية والدارجة على موقع "الفييس بوك".
- أن أغلبية فئات عينة الدراسة يتواصلون مع الأصدقاء.
- المنزل هو المكان المفضل لاستخدام فئات عينة الدراسة لموقع "الفييس بوك".
- أن من الموضوعات المفضلة لدى فئات عينة الدراسة هي الدينية.
- أن أغلبية فئات عينة الدراسة يثقون بالمعلومات على موقع "الفييس بوك" بدرجة متوسطة.
- دافع فئات عينة الدراسة لاستخدام "الفييس بوك" هو زيادة الثقافة وتنمية المعارف، والدعوة إلى الله.
- أن فئات عينة الدراسة ينوعون في طبيعة منشوراتهم عبر "الفييس بوك".
- أن أغلبية فئات عينة الدراسة لا يضيفون غير المسلمين على "الفييس بوك".
- أن السبب الأكثر في إضافة غير المسلمين لدى فئات عينة الدراسة هو تعريفهم بالإسلام.
- هناك نسبة تفاعل كبيرة من طرف الجمهور على منشورات فئات عينة الدراسة عبر "الفييس بوك".
- أن أغلبية فئات عينة الدراسة يرون أن "الفييس بوك" وسيلة ناجحة في العمل الدعوي.
- أن أغلبية فئات عينة الدراسة يعتبرون أن "الفييس بوك" استطاع أن ينمي مشاركتهم في الصفحات الإسلامية.
- أن أغلبية فئات عينة الدراسة يعتبرون أن الدعوة في حالة تقدم.

2-2- توصيات الدراسة:

- توصي الدراسة بضرورة استعمال موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" لنشر الدعوة الإسلامية، نظراً لفعاليتها، وانتشاره في العصر الحاضر.
- ضرورة الاهتمام بما تتجه إليه أنظار الناس وتلبية توجهاتهم، بالتركيز على المواضيع القصيرة، وعدم الإطالة، فالمواضيع الطويلة لا تلفت الانتباه.
- أن يكثر الدعاة من الخوض في القضايا المعاصرة والحيوية التي يعاني منها المجتمع، وأن يدلوا بدلوههم فيها متخذين من الإسلام زاداً وعدة في تقييم مستجدات العصر وأحداثه.
- فرض رقابة على موقع "الفييس بوك"، وحظر ما ينشر عبرها من شائعات، وإغلاق المواقع المشبوهة التي تروج هذه الشائعات.
- مضاعفة العقوبات على ترويج الإهانات والشائعات عبر موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"، وبصفة خاصة الشائعات التي تمس الدين الإسلامي.
- الاستفادة من موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك" في التنبيه بخطورة الشائعات وما يترتب عليها من آثار سلبية، والعقوبات المترتبة على نشر وترويج الشائعات.



الملاحق

استمارة استبيان:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته تحية طيبة وبعد:

يشرفنا أن نضع بين أيديكم استبيان لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الليسانس في العلوم الإسلامية تخصص: دعوة وإعلام واتصال.

تتكون الاستبانة مجموعة من الأسئلة نأمل أن يتم تعبئتها من قبل المعنيين بهذا، كما نرجو منكم الإجابة على أسئلة الاستبانة باختيار أدق الإجابات التي تعبر عن وجهة نظركم للوصول لأقرب نتيجة فيما يتعلق بهذا الموضوع، وإجابة سيادتكم على هذا الاستبيان ستكون مساهمة فعالة في تحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة، علما بأن هذه الإجابات ستكون سرية ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

ولسيادتكم جزيل الشكر والتقدير

الملحق رقم 1:

المحور الأول: معلومات أولية:

(1) - الجنس:

ذكر أنثى

(2) - العمر:

18 إلى 30 سنة 31 إلى 40 سنة

40 سنة فأكثر

(3) - المهنة:

إمام مسجد طالب جامعي عامل

أستاذ موظف

(4) - المستوى التعليمي:

ابتدائي متوسط

ثانوي جامعي

المحور الثاني: مستوى التفاعل والاستخدام الشخصي لموقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"

بوك Face book

(5) - هل لديك حساب على موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك" ؟

نعم لا

6- إذا كانت إجابتك "لا" ماهي الأسباب؟

لا أملك جهاز غير مقتنع به

لا أعرف كيفية استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"

7- ما عدد الساعات التي تقضيها على الفيس بوك يومياً؟

أقل من ساعة واحدة 2 إلى 4 ساعة

1 إلى 2 ساعة أكثر من 4 ساعات

8- منذ متى تستخدم موقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك"؟:

أقل من سنتين

من سنتين إلى أقل من أربع سنوات

من أربع سنوات فأكثر

9- عند استخدامك لموقع التواصل الاجتماعي "الفييس بوك": ماذا تستخدم؟:

الاسم الشخصي اسم مستعار

10- ماهي اللغة التي تعتمد عليها في استخدامك الفيس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من

إجابة)

اللغة العربية اللغة الفرنسية

اللغة الإنجليزية الدارجة

11- عادة تتواصل في الفيس بوك مع من ؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- أشخاص جدد الأسرة
 زملائي أصدقائي

12- ماهي أكثر الأماكن التي تستخدم فيها موقع التواصل "الفيس بوك"؟: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- المنزل مقاهي الانترنت
 العمل في كل مكان

المحور الثالث: مدى تأثير الفيس بوك في العمل الدعوي:

13- ما الموضوعات والمواد التي تفضل المشاركة معها خلال استخدامك لموقع الفيس بوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الدينية الاجتماعية الرياضية
 السياسية التسلية والترفيه الثقافية

14- هل تثق بالمعلومات التي تحصل عليها من "الفيس بوك"؟:

- أتق بدرجة كبيرة أتق بدرجة متوسطة
 أتق بدرجة قليلة لا أتق بها

15- ماهو دافعك من استخدام موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"؟: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- زيادة الثقافة وتنمية المعارف التعارف والدرشة
 الدعوة إلى الله الترفيه والتسلية

16- ماهي طبيعة منشوراتك الدعوية التي تقوم بنشرها؟: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

المواعظ القصيرة الأدعية والمأثورات

الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة الفتاوى

التعليق على حدث معاصر

17- هل تقبل إضافة غير المسلمين على صفحتك الشخصية في " الفيس بوك"؟

نعم لا

18- إذا كانت إجابتك نعم ماهي الأسباب:

تعرفهم بالإسلام معرفة ثقافتهم

19- هل هناك تفاعل من طرف الجمهور مع منشوراتك الدعوية؟:

نعم لا أحيانا

20- إذا كانت إجابتك تفاعل فهل يتفاعل الجمهور عن طريق؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

إعجاب مشاركة تعليق

21- هل ترى أن "الفيس بوك" وسيلة ناجحة للعمل الدعوي؟

نعم لا

22- هل تعتقد أن موقع "الفيس بوك" استطاع أن ينمي مشاركتك نحو الصفحات الإسلامية؟:

نعم أحيانا لا

(23) - بعد ظهور الفيس بوك هل ترى بأن الدعوة في حالة:

تراجع

تقدم

لماذا؟.....

الملحق رقم 2: قائمة المحكمين

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	التخصص
الطاهر عمارة الأدغم	ماجستير	أصول الدين
هشام ميسة	ماجستير	إعلام واتصال
بلقاسمي مصطفى	ماجستير	إعلام واتصال
طبيبي عبد الرحمان	ماجستير	أصول الدين
رشيد خضير	دكتوراه	إعلام واتصال
زينب بن علي	ماستر	علم النفس العيادي
عبد الغني حوبة	ماجستير	قانون البيئة

قائمة المصادر والمراجع:

❖ القرآن الكريم

❖ الكتب:

- 1- أبو المجد سيد نوفل، أساليب الدعوة إلى الله في القرآن الكريم، (لا.ط؛ المدينة المنورة: مجلة الجامعة الإسلامية، د.ت).
- 2- أبو نصر إسماعيل بن حماد الجوهري الفارابي، الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية. (ط:4؛ بيروت: دار العلم للملايين، 1407هـ/1987).
- 3- أحمد أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها. (ط:2؛ القاهرة: دار الكتاب المصري، 1407هـ/1987م).
- 4- أحمد بن محمد بن علي الفيومي ثم الحموي، أبو العباس، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير. (لا.ط؛ بيروت: المكتبة العلمية، د.ت).
- 5- رجاء وحيد دويدري، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية. (ط:1؛ بيروت: دار الفكر المعاصر، 1421هـ/2000م).
- 6- رضوان بلخيري، المدخل إلى الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (ط:1؛ الجزائر: دار الجسور، 1435هـ/2014م).
- 7- رؤوف شلبي، الدعوة الإسلامية في عهدها المكي: مناهجها وغاياتها. (ط:3؛ لا.م: دار القلم، د.ت).
- 8- سعيد بن علي بن وهب القحطاني، فقه الدعوة في صحيح الإمام البخاري. (ط:1؛ لا.م: الرئاسة العامة لإدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد، 1421هـ).
- 9- سعيد بن علي بن وهب القحطاني، مفهوم الحكمة في الدعوة إلى الله تعالى في ضوء الكتاب والسنة. (لا.ط؛ الرياض: مطبعة السفير، د.ت).
- 10- سعيد بن علي بن وهب القحطاني، العلاقة المثلى بين الدعاة ووسائل الاتصال الحديثة في ضوء الكتاب والسنة. (لا.ط؛ الرياض: مطبعة سفير، د.ت).
- 11- صالح بن عبد الله بن حميد، مفهوم الحكمة في الدعوة. (ط:1؛ المملكة العربية السعودية: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد، 1422هـ).

قائمة المصادر والمراجع

- 12- عبد الرزاق بن عبد المحسن البدر، مكانة الدعوة إلى الله وأسس دعوة غير المسلمين. (لا.ط؛ لا.م: دار الفضيحة، د.ت).
- 13- عبد العزيز بن عبد الله بن باز، الدعوة إلى الله وأخلاق الدعاة. (ط:4؛ الرياض- المملكة العربية السعودية: رئاسة إدارة البحوث العلمية والافتاء، 1423هـ/2002م).
- 14- عبد العظيم بن عبد القوي بن عبد الله، أبو محمد، زكي الدين المنذري، مختصر صحيح مسلم «للإمام أبي الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري»، تحقيق: محمد ناصر الدين الألباني. (ط:6؛ بيروت: المكتب الإسلامي، 1407هـ/1987م).
- 15- عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة. (ط:9؛ لا.م: مؤسسة الرسالة، 1421هـ/2001م).
- 16- عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة، (ط:3؛ بغداد: لان، 1396هـ/1976م).
- 17- عبد الله بن محمد بن عبد المحسن المطوع، الدعوة الإصلاحية في بلاد نجد على يد الإمام محمد بن عبد الوهاب وأعلامها من بعده. (ط:3؛ لا.م: دار التدمرية، 1424هـ/2004م).
- 18- عدنان بن محمد آل عرعور، منهج الدعوة في ضوء الواقع المعاصر. (ط:1؛ لا.م، لان، 1426هـ/2005م).
- 19- عزيز بن فرحان العنزي، البصيرة في الدعوة إلى الله. (ط:1؛ أبوظبي، دار الإمام مالك، 1426هـ/2005م).
- 20- علي بن أحمد بن الأمين الريبوني، فقه الدعوة الإسلامية في الغرب ووجوب تجديدها على الحكمة والوسطية والاعتدال. ((موقع الإسلام - <http://www.al-islam.com>))، السعودية.
- 21- علي عبد الحليم محمود، فقه الدعوة إلى الله. (ط:1؛ لا.م، دار الوفاء، 1410هـ/1990م).
- 22- محمد أبو الفتح البيانوني، مدخل إلى علم الدعوة. (ط:3؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1415هـ/1995م).

قائمة المصادر والمراجع

- 23- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح. (لا.ط؛ بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 1415هـ/1995م).
- 24- محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، أبو الفيض الملقب بمرتضى، الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس. (لا.ط؛ لا.م: دار الهداية، د.ت).
- 25- محمد بن مكرم بن منظور الأفرقي المصري، لسان العرب. (ط:1؛ بيروت: دار صادر، د.ت).
- 26- محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي-المبادئ-النظرية-التطبيق. (ط: 1؛ القاهرة: دار الفجر، 2002م).
- 27- محمود شيت خطاب، أهمية الدعوة. (ط: 1؛ المدينة المنورة: الجامعة الإسلامية، د.ت).
- 28- مساعد بن عبد الله النوح، مبادئ البحث التربوي. (ط:1؛ لا.م: دار الفكر المعاصر، 1425هـ/2004م).
- 29- ناصر بن عبد الكريم العقل، العلماء هم الدعاة. ((موقع الإسلام -http://www.al-islam.com))، المملكة العربية السعودية.

❖ الرسائل ومذكرات جامعية:

- 1- إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية(الانترنت) وكيفية استخداماتها الدعوية، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب من جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، جامعة الطائف: كلية المعلمين، الطائف، صفر 1429هـ.
- 2- أحمد يونس محمد حمودة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، مذكرة ماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، جامعة الدول العربية: معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة، ديسمبر 2013م.
- 3- آمال فريجات، بشيرة حاقة، سهبه رزاق لبزة، أساليب الدعوة في القرآن الكريم في ضوء آية النحل:(أدع إلى سبيل ربك..)125، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية

قائمة المصادر والمراجع

- تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمّه لخضر، الوادي، 1434-1435هـ/2013-2014م.
- 4- بارزان صابر خالد وعمر ياسين إبراهيم، أثر برنامج ارشادي لعلاج الادمان على الفيس بوك لدى طلبة المرحلة الإعدادية بمركز مدينة أربيل، رسالة ماجستير، جامعة صلاح الدين: كلية التربية، أربيل-العراق، 2014م.
- 5- بن نصيب راضية، بكوش أسماء، استخدام الأئمة لموقع التواصل الاجتماعي **face book** "دراسة ميدانية". مذكرة ليسانس في الدعوة والثقافة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر: كلية أصول الدين، قسنطينة، 1436-1437هـ/2014-2015م.
- 6- بوطجين ميلودة، بوبكري كريمة، عزيزي حليلة، دور المرأة الإعلامية في الدعوة الإسلامية عبلة الكحلوي نموذج، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمّه لخضر، الوادي، 2013/2014م.
- 7- تركي بن عبد العزيز السديري، توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات"دراسة مسحية على العاملين في إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية". رسالة ماجستير في الدراسات الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية: كلية العدالة الجنائية، الرياض، 1435هـ/2014م.
- 8- حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية -الفيس بوك وتويتر نمونجا- "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة الملك عبد العزيز: كلية الآداب والعلوم الإنسانية، المملكة العربية السعودية، 1433هـ/1434هـ.
- 9- دزيرية عطا الله، مليكة زيد، نسيمة حناشي، دور المرأة في الدعوة إلى الله-بورتريه حول زينب الغزالي الجبلي أم الصابرين-، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية، جامعة حمّه لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الوادي، 2012/2013م.

قائمة المصادر والمراجع

- 10- الشعوبية مونية، بريك سميحة، توتي زهرة، أثر استخدام الإعلام الجديد على قيم وسلوكيات الطلبة موقع التشبيك الاجتماعي الفيس بوك نموذج "دراسة ميدانية على طلبة علوم الإعلام والاتصال-جامعة ورقلة"، مذكرة ليسانس في العلوم الإنسانية تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مباح: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة، 2014/2013م.
- 11- شقوري عفاف، شلالقة كلثوم، مرغني جهاد، وسائل وأساليب الدعوة من خلال السيرة النبوية، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة حمه لخضر، الوادي، 1434-2013م.
- 12- عازب الشيخ الضاوية، عازب الشيخ مباركة، غنابزية فاطمة، منهج النبي موسى عليه السلام في الدعوة إلى الله، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 1435/1434هـ-2014/2013م.
- 13- عبد الله ممدوح مبارك الرعود، دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012/2011م.
- 14- عفاف قده، جهاد كرمادي، عائشة مسعودي، الدعوة إلى الإسلام عبر الأنترنت- فيس بوك-أنموذجا، مذكرة ليسانس في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، جامعة الشهيد حمه لخضر: كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الوادي، 1435/1434هـ- 2014/2013م.
- 15- غزال مريم، نور الهدى، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ليسانس أكاديمي في اتصال وعلاقات عامة، جامعة قاصدي مباح: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ورقلة، 2014/2013م.

قائمة المصادر والمراجع

- 16- كحيل فتيحة، الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي "دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي- موقع الفيس بوك أنموذجا"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، باتنة، 2011/2012م.
- 17- ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي-أنواعه-ضوابطه-آثاره-ومعوقاته "دراسة قرآنية موضوعية"، رسالة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية: كلية أصول الدين، غزة، 1432هـ/2011م.
- 18- مريم مراكشي، استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالشعور بالوحدة النفسية لدى الطلبة الجامعيين (فيس بوك أنموذجا) "دراسة ميدانية"، مذكرة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، 2013/2014م.
- 19- مريم نريمان نومار، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية "دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر". مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، باتنة، 1432-1433هـ/2011-2012م.

❖ المجالات:

- 1- السيد عبد المولى السيد أبو خطوة وأحمد نصحي أنيس الشريبي الباز، شبكة التواصل الاجتماعي وآثارها على الأمن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، مملكة البحرين: الجامعة الخليجية، ع 15، 2014م.
- 2- عبد الكريم سعودي، إدمان الفيس بوك وعلاقته بالتوافق الأسري للطلاب الجامعي "دراسة على عينة من طلبة جامعة بشار". دراسات نفسية وتربوية، بشار: مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، بجامعة بشار(الجزائر)، 13 ديسمبر 2014م.

قائمة المصادر والمراجع

- 3- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة ((تويتر نموذجاً)) "دراسة تطبيقية". المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، الرياض: كلية الملك خالد العسكرية، ع(61)193، 1436هـ/2014م.

❖ المواقع الإلكترونية:

- 1- بحث منشور على شبكة الانترنت (www.dr-aysha.com)، تاريخ التصفح: 19:07، 2016/02/17م.
- 2- خدمة الشبكة الاجتماعية، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.
- 3- تواصل اجتماعي، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.
- 4- تويتر، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.
- 5- فيس بوك، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.
- 6- يوتيوب، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.

❖ الندوات والملتقيات:

- 1- عمار توفيق أحمد بدوي، أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة "الفيس بوك" نموذجاً "دراسة نظرية إحصائية"، بحث مقدم لمؤتمر "وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع"، جامعة النجاح الوطنية: كلية الشريعة، فلسطين.