وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
-جامعة قاصدي مرباح ورقلة-
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان : علوم الانسانية

الشعبة : علوم الإعلام والإتصال

التخصص : اتصال جماهيري و وسائط متعددة

من إعداد الطالبة:

محمدي نسرين

بعنوان:

دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري

(دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة)

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : ..../ ..../2021

أمام اللجنة المكونة من السادة

الدكتور /	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	.....رئيسا
الدكتورة / فضيلة تومي	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	.....مشرفا
الدكتور /	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	.....مناقشا

السنة الجامعية : 2020 / 2021

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
-جامعة قاصدي مرباح ورقلة-
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم : علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي

الميدان : العلوم الإنسانية

الشعبة : علوم الإعلام والإتصال

التخصص : إتصال جماهيري و وسائط متعددة

العنوان

دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني فئة الشباب الجزائري

(دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة)

من إعداد الطالبة

محمدي نسرين

تحت إشراف

د. فضيلة تومي

السنة الجامعية : 2020/ 2021

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

اهدي ثمرة جهدي الى من كانت سبب وجودي وفدت عمرها في سبيل نجاحي امي الغالية

والى روح والدي رحمه الله

والى كل من قاسمني رحم امي وشعلة حياتي اخوتي واخواتي

والى اولادهم من الكبير الى الصغير

والى كل الزميلات والزملاء بكلية الإعلام و الإتصال،

والى جميع اساتذتي خاصة الدكتوراه فضيلة تومي التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها

والى كل من ذكره قلبي ولم يذكره قلمي

شكر وعرفان

بعد اتمامنا لهذا العمل المتواضع

نشكر المولى عز وجل على توفيقه لنا لبلوغه . . .

نتقدم بجزيل الشكر الى الأستاذة المشرفة الدكتورة فضيلة تومي وجميع اساتذتي الكرام

في جميع مراحل تعليمي من الابتدائي الى غاية الان . . .

كما نشكر الوالدة والوالد رحمه الله والإخوة و الأخوات والزميلات والزملاء . . .

وكل من ساعدنا من قريب او بعيد في انجاز هذا العمل . . .

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة وتحديد الدور الذي يقوم به الفيسبوك في نشر الوعي الديني، انطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي : **ما هو الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب** ؟ وتندرج تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي انماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك ؟
- ما هي دوافع استخدام الشباب الجزائري لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية؟
- ما هي الاشباعات المحققة من خلال تلقى المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري؟

وللإجابة على هذه التساؤلات اتبعنا مجموعة من الإجراءات المنهجية، التي طبقت على عينة من شباب ولاية ورقلة قدرت بـ 70 مفردة تم إختيارها بطريقة قصدية، حيث توصلنا إلى نتائج الدراسة كالتالي : أغلب الشباب الجزائري يتابع الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك، و إن أغلبهم حسب هذه الدراسة يميلون للمضامين الدينية؛ التي تكون على شكل فيديوهات، لأنها تأثر عليهم بشكل كبير، ثم تليها النصوص المكتوبة، كما أن أغلب الشباب يتفاعلون ويشاركون المنشورات الدينية التي يتلقونها عبر موقع الفيسبوك مع أصدقائهم ومجموعاتهم.

الكلمات المفتاحية : الدور، الفيسبوك، الوعي الديني، الشباب.

Summary

This study aims to know and determine the role that Facebook plays in the dissemination of religious consciousness, from the following main question: What role does Facebook play in the dissemination of religious consciousness among young people? It includes the following set of sub-questions:

- What are the patterns and habits of Algerian youth's use of Facebook ?
- What are the motives for Algerian youth to use Facebook posts related to religious awareness?
- What are the gratifications achieved through receiving religious publications and interacting with them through Facebook among Algerian youth?

In order to answer these questions, we followed a set of methodological procedures, which were applied to a sample of young people from Ouargla estimated at 70 individuals who were chosen intentionally, because we reached the results of l study as follows: Most young Algerians follow religious pages on Facebook, and most young Algerians according to this study They tend to religious content that comes in the form of videos, because it greatly affects them, followed by texts written, and most young people interact and share the religious posts they receive through Facebook with their friends and groups.

Keywords: role, Facebook, religious conscience, youth.

فهرس المحتويات

المحتويات

الإهداء.....I
شكر وعرفان.....II
ملخص الدراسة:.....III
Summary:.....IV
فهرس المحتويات V
فهرس الجداول.....VII
فهرس الاشكال.....IX
مقدمة.....أ

الفصل الأول : الإطار المنهجي

1. الإشكالية:.....3
2. التساؤلات الفرعية للدراسة : 5
3. أسباب إختيار الموضوع:.....6
4. أهداف الدراسة 7
5. أهمية الدراسة 7
6. مجتمع البحث وعينة الدراسة: 8
7. منهج البحث و ادواته:.....9
8. تحديد المصطلحات والمفاهيم:.....14
9. الدراسات السابقة:.....20

10. المقاربات النظرية:..... 33

الفصل الثاني : الاطار التطبيقي

تمهيد..... 43

البيانات الشخصية للمبحوثين: 44

المحور الأول: أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك..... 47

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من خلال تلقى المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري..... 62

النتائج العامة للدراسة:..... 76

خاتمة..... 82

المصادر والمراجع..... 84

الملاحق..... 93

فهرس الجداول

الجدول رقم 1 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس..... 44

الجدول رقم 2 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن..... 45

الجدول رقم 3 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي 46

الجدول رقم 4 : يمثل توزيع مفردات عينة الدراسة حسب مدة استخدمهم لموقع لفيسبوك..... 47

الجدول رقم 5 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب شكل استخدامهم لموقع الفيسبوك..... 48

الجدول رقم 6 : يمثل توزيع أفراد عينية الدراسة حسب معدل الاستخدام اليومي لموقع الفيسبوك..... 50

الجدول رقم 7: يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوقت المفضل لهم لإستخدام موقع الفيسبوك..... 51

الجدول رقم 8: يمثل توزيع الأفراد حسب المواضيع التي تلفت انتباههم على موقع الفيسبوك..... 52

الجدول رقم 9 : يمثل توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الهدف من استخدام موقع الفيسبوك..... 54

الجدول رقم 10 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تلبية الفيسبوك لحاجيات ورغبات الأفراد..... 56

الجدول رقم 11: يمثل توزيع الافراد العينة حسب ثقتهم بموقع الفيسبوك..... 58

الجدول رقم 12 : يمثل تأثير الفيسبوك على المستخدمين ونوعه..... 59

الجدول رقم 13: يمثل نواحي تأثير الفيسبوك على حياة الشباب الجزائري 61

الجدول رقم 14: يمثل توزيع الافراد حسب مفهومهم لمصطلح التوعية الدينية..... 62

الجدول رقم 15: توزيع افراد عينة الدراسة حسب ثقتهم بالمنشورات الدينية على موقع الفيسبوك..... 63

الجدول رقم 16 : يمثل توزيع أفراد عينية الدراسة حسب متابعتهم لصفحات الدينية على موقع الفيسبوك..... 64

الجدول رقم 17 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة متابعتهم لأحد الصفحات الدينية..... 65

الجدول رقم 18 : يمثل توزيع مفردات عينية الدراسة حسب تعرضهم للمنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك..... 67

الجدول رقم 19 : يبين توزيع افراد عينية الدراسة حسب تفاعلهم ومشاركتهم للمنشورات الدينية التي تصل لهم عبر موقع الفيسبوك..... 68

الجدول رقم 20 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات التي تلفت انتباههم عبر موقع الفيسبوك..... 70

الجدول رقم 21 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجالات المنشورات الدينية التي تلفت إنتباههم..... 71

الجدول رقم 22 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المعارف الدينية التي تمنحها لهم المنشورات الدينية..... 72

الجدول رقم 23 : يمثل تغيير المنشورات الدينية لمعارف سابقة عند المبحوثين..... 73

الجدول رقم 24 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصداقية المنشورات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك..... 74

فهرس الاشكال

الشكل رقم 1 : يمثل أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس..... 44

الشكل رقم 2 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن..... 45

الشكل رقم 3 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي..... 46

الشكل رقم 4 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب شكل استخدام موقع الفيسبوك.. 49

الشكل رقم 5: تمثل توزيع افراد عينة الدراسة حسب طبيعة المواضيع التي تلفت انتباههم على موقع الفيسبوك..... 53

الشكل رقم 6: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الهدف من استخدام موقع الفيسبوك... 55

الشكل رقم 7: دائرة نسبية تمثل افراد العينة حسب تلبية الفيسبوك لحاجيات ورغبات الافراد..... 57

الشكل رقم 8: يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم للصفحات الدينية..... 66

الشكل رقم 9 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصداقية المنشورات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك..... 74

مقدمة

مقدمة

شهدت حياتنا اليومية تطورات هائلة مست مختلف المجالات في عصرنا ألراهن، وكان سببها التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الإتصال وتقنياته الحديثة، وهذا كله بفضل شبكة الانترنت التي أحدثت قفزة نوعية في مجال الاتصال والتواصل، سيما ما يعرف بوسائل التواصل الإجتماعي، التي سهلت عملية التواصل الإفتراضي بين البشر في كل مكان وزمان، وجعلت عملية الإتصال بشكل أسهل وبأقل جهد ووقت ممكن، و فتحت هذه الوسائل المجال للعديد من الأفراد والمؤسسات لإنشاء علاقات جديدة مع هيئات وأشخاص آخرين، تربطهم بهم نفس المصالح و الإهتمامات والقواسم المشتركة.

ولعل أبرز هذه المواقع انتشارا في العالم هو موقع الفيسبوك، الذي تم إنشاءه من قبل الطالب الجامعي مارك زوكربيرغ سنة 2003، حيث لقى هذا الموقع رواجا كبيرا، لفت أنظار كل شرائح المجتمع، حيث يتيح لمعتمديه إمكانية إنشاء حسابات شخصية إما بالهوية الحقيقية أو بهوية مستعارة وأحيانا مزيفة، و ذلك من أجل تبادل الآراء و الأفكار وتعبير عن انشغالاتهم وإهتماماتهم وأمالهم و آلامهم، وذلك من أجل تغيير نمط حياتهم إما الإجتماعية، الإقتصادية، السياسية، الدينية، وهذا الأخير لقى إهتمام كبير من قبل مستخدمي موقع الفيسبوك، حيث سعى بعض المستخدمين إلى معالجة قضايا الدين عن طريقه، وذلك عن طريق إنشاء صفحات دينية على موقع الفيسبوك، وتبادل المواضيع الدينية إما عن طريق الفيديوهات أو الصور أو النصوص، ومشاركتها مع الأصدقاء و المجموعات، وهذا ما يعرف بالتوعية الدينية.

ومن خلال موضوع دراستنا وهو **: دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب الجزائري** تطرقنا في هذه الدراسة إلى موقع الفيسبوك الذي كما ذكرنا سابقا بأنه يعتبر من أبرز مواقع التواصل الإجتماعي، وذلك لنبين الدور الذي ساهم فيه في عملية التوعية الدينية، وذلك عن طريق المضامين الذي يتم تداولها على صفحاته، ومدى تفاعل الأفراد ومشاركتهم لها، وكذلك لمعرفة مدى إهتمام الأفراد بها.

ولإنجاز هذه الدراسة إعتمدنا على عينية من شباب ولاية ورقلة المستخدمين لموقع الفيسبوك، وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة الى فصلين الفصل الأول هو الإطار المنهجي أما الفصل الثاني فهو الإطار التطبيقي.

وقد تضمن الإطار المنهجي الإشكالية، ثم تلتها التساؤلات الفرعية، و أسباب إختيار الموضوع، أهداف و أهمية الدراسة، وكذلك مجتمع البحث وعينة الدراسة والمنهج المعتمد و أدواته، و الإطار الزماني والمكاني للدراسة، كما تطرقنا إلى المفاهيم و المصطلحات، وأخيرا الدراسات السابقة والمقاربات النظرية.

و أما عن الإطار التطبيقي فقد تضمن تفريغ البيانات في الجداول، وتحليلها تحليلا كيفيا

وكميا، وإستخلاص النتائج العامة للدراسة، وكذلك إستخلاص النتائج وفقا للتساؤلات الفرعية، فخاتمة الدراسة ومراجعها وملاحقها.

الاطار المنهجي

الفصل الأول : الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة
2. تساؤلات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. مجتمع الحث وعينة الدراسة
7. منهج البحث و أدواته
8. الإطار الزماني والمكاني للدراسة
9. تحديد المصطلحات والمفاهيم
10. الدراسات السابقة
11. المقاربات النظرية

1. الإشكالية:

تعتبر شبكة الانترنت إحدى وسائل التواصل الحديثة، التي كانت خاتمة القرن الماضي و فاتحة القرن الحالي، فقد إنتشرا بشكر كبير في كافة أرجاء العالم، و أضحت تشكل حيز ضخم في حياة الأفراد، وأنشطتهم اليومية، فقد منحت إمكانية الوصول ونشر المعلومات لمستخدميها دون أي قيود أو حدود زمنية أو جغرافية، وبهذا فقد أصبح من الصعب أن يتخلى عنها الأفراد، وهذا لأنها أصبحت تمثل جزء لا يتجزأ من حياتهم.

ونتيجة لذلك الإنتشار الضخم، والتطور الهائل، الذي حضت به شبكة الأنترنت، وظهور ما يعرف بمواقع التواصل الإجتماعي، الفيسبوك، تويتر، إنستغرام، وات ساب، فايبر... وغيرها من المواقع الأخرى، فقد أتاحت هذه المواقع مجال واسع أمام مستخدميها، للتعبير عن إهتماماتهم و أفكارهم ومشاعرهم مع الآخرين، و استطاعت ان تخلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي بين العديد من الاشخاص المختلفين من ناحية وجهات نظر و مواقعهم ولغاتهم و الوانهم وهذا من أجل التعرف وتكوين صداقات مع اشخاص تربطهم بهم نفس الإهتمامات و الميول.

ويعتبر الفيسبوك من بين اشهر مواقع التواصل الإجتماعي حيث أصبح فيه الفرد المتلقي منتج ومستقبل في نفس الوقت فقد قدمه مارك زوكربيرغ سنة 2003 كوسيلة إتصالية، كما يمتاز بأنه أحد أوائل مواقع التواصل الإجتماعي من حيث النشأة، حيث

حضى بانتشار جماهيري ضخم[1]، وهذا لأنه لقى إستقطاب المتعلم والمثقف والصغير والكبير... وهذا كله بفضل سهولة إستخدامه وتعامل معه و كذالك لإحتوائه على كل أنواع الإتصال، إما من خلال الصور أو الفيديوهات و النصوص، فهو يتيح لمعتمديه إمكانية إنشاء ملفات شخصية، ونشرها بشكل علني وذلك بهدف إنشاء وتكوين صداقات وتبادل الآراء و الأفكار، ولم يتوقف الأمر هنا فقط بل تجاوز ذلك إلى حد أنه أصبح يناقش ويتعامل ويعزز القضايا الإجتماعية، وبما أننا بلد مسلم فإن موقع الفيسبوك يعتبر مصدر أساسي ومساهم في التوعية الدينية لدى كل مستخدمي موقع الفيسبوك، خاصة لدى فئة الشباب كون الدين يعتبر أحد مقومات الدول العربية بصفة عامة، و الدولة الجزائرية بشكل خاص، ولهذا إنتشرت العديد من الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك كسلاح لنشر التوعية والتعريف بالدين الإسلامي، والسعي إلى تحسين صورة الإسلام والمسلمين وبهذا فقد ظهرت أهمية الدين الإسلامي عبر موقع الفيسبوك، فقد اضحت تنتشر بين مختلف الشعوب المسلمة وغير المسلمة في أقل وقت وجهد ممكن، متخطيا كل الحدود الجغرافيا و زمنية، عكس سابقا حيث كان توعية بالدين مقتصر فقط على المساجد والزوايا، الحلقات العلمية ، دروس الدين فقط[2] أي أنه كان يقتصر على إجبارية الحضور، وتتم التوعية بالدين عبر

[1] طه الراوي، **دور الذكاء الاصطناعي في تربع فيسبوك على عرش شبكات التواصل**، https://WWW.noonpost.com,15/06/2021/10:56

[2] عمارة دبار، **مواقع التواصل الاجتماعي وإثرها في التوعية الدينية –الفيسبوك نموذجا**، دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد العلوم الاسلامية بجامعة الوادي،1019/2018، مذكرة. لنيل شهادة الماجستير في العلوم ألإسلامية، تخصص دعوة وإعلام، قسم اصول الدين، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حما لخضر الوادي، ص 3

الفيسبوك عن طريق نشر مضامين دينية في شكل نصوص وفيديوهات وصور، يتم مشاركتها مع الأصدقاء بهدف مناقشتها وتحصيل منها معلومات دينية جديدة، تشبع حاجاتهم ورغباتهم الدينية، فتوعية الأفراد بالدين تدفعهم الى ترك المعاصي و التحلي بأخلاق حسنة وكذلك تعزز فيهم مقومات ومبادئ الدين الإسلامي الحنيف.

ونظرا للأهمية التي يحظى بها موقع الفيسبوك، وإنتشاره الواسع خاصة لدى فئة الشباب، وكذلك إلى أهمية الدين الإسلامي، وضرورة التوعية به في وقتنا الحالي،خاصة في هذا العصر الذي كثرت فيه المعاصي والمغالطات الدينية، اعتمدنا في دراستنا على اكثر الموقع استقطابا لدى الشباب ألا وهو موقع الفيسبوك، و ذلك من أجل معرفة دور الفسبوك في نشر الوعي الديني، لدى فئة الشباب ولنتعمق أكثر طرحنا الإشكال التالي:

ما هو الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري؟

2. التساؤلات الفرعية للدراسة :

- ما هي انماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك؟
- ما هي دوافع استخدام الشباب الجزائري لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية؟
- ما هي الاشباعات المحققة من خلال تلقى المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري؟

3. أسباب إختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الميول الذاتي والإهتمام الشخصي بالجانب الديني، وكذلك بوسائل التواصل الإجتماعي خاصة الفيسبوك، ما ولد فينا الرغبة في التعمق أكثر في هذا المجال ومعرفة العلاقة بينهما.
- الرغبة في التعرف على مدى تأثير الفيسبوك في الشباب خاصة من الجانب الديني.

أسباب موضوعية

- يرجع سبب إختيار وسيلة الفيسبوك بالتحديد لأنه يعتبر من أكثر الوسائل وأسهلها تداولا في أواسط المجتمعات وكذلك تميزه بخاصية التأثير القوي لإن الفرد أصبح رافضا لأسلوب التلقين الذي تعتمده وتسير عليه وسائل التواصل الاجتماعي التقليدية حيث أصبح الفرد يسعى ويحاول فرض نفسه وإبراز دوره الفعال في العملية الإعلامية، من خلال إعتماده على وسائل الإعلام الجديد الذي أتاح له إمكانية تبادل الآراء والأفكار والرد على الأفكار المعارضة له.
- يعتبر موضوع هذه الدراسة موضوع حيوي و جديد وهذا لقلة الدراسات حوله.

4. أهداف الدراسة

- –بيان أهمية البحث العلمي في المجال الديني، وضرورة إستغلال وسائل التواصل الإجتماعي في التوعية بالدين ألإسلامي ونشر أهم مبادئه وقيمه.
- –التعرف على أهم اشكال التوعية الدينية التي يقوم الفيسبوك بنشرها وترسيخها أواسط الشباب.
- –إبراز مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب.
- –الوصول إلى كيفية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك خاصة على الشباب الجزائري من ناحية نشر الوعي الديني.

5. أهمية الدراسة

- تكمن أهمية هذه الدراسة في إمكانية مساهمة هذا البحث في إثراء المحتوى العلمي فيما يتعلق بالدراسات والأبحاث القادمة المشابهة لموضوع دراستنا هذه، أي إمكانية أن تكون في وقت لأحق عبارة عن دراسة سابقه يعتمد عليها في أبحاث أخرى تحتوى على أحد متغيري هذه الدراسة.
- تناولت هذه الدراسة العلمية وسيلة من بين أهم وسائل التواصل الاجتماعي ألا وهي الفيسبوك، فاليوم لا يوجد شخصا لا يمتلك حساب على موقع الفيسبوك الذي أصبح اليوم يعتبر منبر من اجل تبادل الاراء و الافكار المختلفة، خاصة المتعلقة بالجانب الديني وتكتسب هذه الدارسة اهميتها كونها تسلط الضوء على فئة مهمة من فئات

المجتمع ألا وهي فئة الشباب، الذي يعتبر ثروة و طاقة بشرية، وعنصر هام يعتمد عليه بشكل كبير في بناء وتطوير المجتمع.

6. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث : يعرف على أنه جميع الأفراد التي تمثل الظاهرة المدروسة، بحيث يشترك هؤلاء الأفراد في صفة، أو عدت صفات معينة[1]، فهو يعد المجتمع الأكبر الذي يهدف الباحث الى دراسته، وذلك من أجل تحقيق نتائج معينة لدراسته، ويتم تعميم هذه النتائج على بقية أفراد المجتمع الاصلي[2].

بحيث يتمثل مجتمع الأصلى لهذه الدراسة في مستعملي موقع الفيسبوك من شباب ولاية ورقلة، وقد تم إختيار هذه الولاية نظرا لأسباب تخدم البحث والباحث.

العينة : ويمكن تعريفها بأنها عبارة عن نموذج يمثل جزء من المجتمع الأصلي المدروس[3]، و "يشير هذا المصطلح في علم الإحصاء إلى نسبة من العدد الكلي للحالات، تتوفر فيها خاصية أو عدت خصائص معينة. [4]"

---

[1] محمد الخضر و عبد الحميد الخليل، **مناهج البحث العلمي**، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، (د ط)، (ب سنة)، ص 242

[2] محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الاعلامية**، علم الكتاب، القاهرة، ط1، 2000، ص 130

[3] عامر قنديلجي، **االبحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية**، ط1، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص 137

[4] نخبة من اساتذة قسم علم الاجتماع، **المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية**، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية مصر، (د ط)، (د س)، ص 3

"هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة الاصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة بحيث تكون ممثلة لمجتمع الدراسة تمثيلا دقيقا[1]

وتعرف أيضا بأنها فئة جزئية من المجتمع الأصلي [2]

وفي دراستنا هذي اعتمدنا على العينة العشوائية، حيث يتم فيها إختيار أفراد أو مفردات العينة بشكل عشوائي، فيتم إعطاء كل أفراد هذا المجتمع نفس الفرصة التي تقدم لغير عند الإختيار[3]، في دراستنا هذه قدما نفس فرص الإختيار لمجتمع دراستنا الذي يتكون من مجموعة من شباب ولاية ورقلة المستخدمين لموقع الفيسبوك؛ التي قدرت ب 70 مفردة (ذكر وأنثى).

7. منهج البحث و ادواته:

لغة : مشتق من كلمة نهج،التي تعني الطريق الواضحة[4]، فيقال "فلان يستنهج سبيل فلأن إي يسلك مسلكه"[5].

[1] عبد الغني العمراني، **دليل الباحث الى اعداد البحث العلمي**، دار الكتاب العلمي، صنعاء، ط2، 2012، ص 122

[2] ثروة محمد عبد المنعم، **مدخل حديث للإحصاء و الاحتمالات**، مكتبة العبكيان، الرياض، ط3، 2011، ص 92

[3] مروان عبد المجيد ابراهيم، **اسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية**، مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2000، ص 161

[4] مجد الدين الفيروزآبادي، **قاموس المحيط**، مؤسسة الرسالة ، بيروت لبنان، ط8، 2005، ص 208

[5] ابن منظور، **لسان العرب**، دار المعارف ، مصر القاهرة، ط1، (دون سنة)، ص 4554

و يرى زين الدين الرازي في قاموس مختار الصحاح أن "(المنهج) بوزن المذهب، و (المنهاج) الطريق الواضح"[1].

لقوله تعالي﴿ وَأَنزَلْنَآ إِلَيْكَ ٱلْكِتَٰبَ بِٱلْحَقِّ مُصَدِّقًا لِّمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ ٱلْكِتَٰبِ وَمُهَيْمِنًا عَلَيْهِ ۖ فَٱحْكُم بَيْنَهُم بِمَآ أَنزَلَ ٱللَّهُ ۖ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَآءَهُمْ عَمَّا جَآءَكَ مِنَ ٱلْحَقِّ ۚ لِكُلٍّ جَعَلْنَا مِنكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ۚ وَلَوْ شَآءَ ٱللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَٰحِدَةً وَلَٰكِن لِّيَبْلُوَكُمْ فِى مَآ ءَاتَىٰكُمْ ۖ فَٱسْتَبِقُوا۟ ٱلْخَيْرَٰتِ ۚ إِلَى ٱللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ﴿٤٨﴾ سورة المائدة ,٤٨[2]

إصطلاحا : تعدد التعريفات حول المنهج

فيعرف بأنه ذلك الطريق الذي يؤدي للكشف عن الحقائق في العلوم، وذلك عن طريق مجموعة من القواعد العامة التي بدورها تقوم بتوجيه العقل، ليصل إلى نتائج معلومة[3].

ويعرف أيضا بأنه مجموعة من الأدوات الاستقصائية التي يعتمد عليها في عملية إستخراج أو إستنباط المعلومات من مصدرها الأصلي أو ألثانوي، بحث تنظم هذه المعلومات بشكل منسق، لتسهيل عملية الشرح والتحليل والتعليق على تلك المعلومات[1].

[1] زين الدين الرازي، **مختار الصحاح**، دار الكتاب العربي، بيروت، ط3، 1981، ص 284

[2] المائدة (الاية 48)

[3] عبد الرحمان بدوي، **مناهج البحث العلمي**، وكالة المطبوعة، الكويت، ط3، 1977، ص5

يعرف موريس انجرس المنهج بأنه "عبارة عن سلسلة من المراحل المتتالية التي ينبغي إتباعها بكيفية منسقة ومنظمة[2]".

وكذلك يعرف بأنه مجموعة من الخطوات يتبعها الباحث بدقة في عملية معالجته لمختلف الظواهر[3]، وذلك من أجل الكشف عن الحقائق الغيبية، أو البرهنة عن حقائق معلومة[4].

وبما أن عملية إختيار المنهج متوقفة على الاشكالية المحددة للدراسة، و لأن دراستنا تهدف لمعرف الدور الذي يقوم بيه الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب، ومنه فإن هذه الدراسة تنحصر ضمن البحوث الوصفية، التي تهدف إلى وصف الظواهر عن طريق جمع البيانات والحقائق عن الظاهرة المدروسة[5]، بحيث يقوم برصد الظواهر بطريقة كمية أو نوعية، في مدة زمنية محددة، أو عدت فترات من اجل معرفة محتوى الظاهرة[6].

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي، الذي يعتبر من بين أهم المناهج الذي يعتمد عليها بشكل كبير في الدراسات أو الابحاث العلمية[7]، و يعرفه بأنه المنهج الذي يهدف لوصف الظواهر المحددة للدراسة، بحيث يصف واقع الظاهرة بصورة موضوعية، من أجل

---

[1] عامر مصباح، **منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2011، ص 11

[2] موريس انجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم ألانسانية تدريبات علمية**، ترجمة بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة، الجزائر، ط2، 2004\2006، ص 36

[3] عامر مصباح، مرجع سبق ذكره، ص 13

[4] سمير بن هاشم العبيدي، **منهج السلف في الصفات الإلهية**، دار الكتاب ومكتبة، العراق، (د ط)، (د س)، ص 68

[5] حيدر عبد الكريم الزهيري، **منهاج البحث التربوي**، مركز الديون لتعليم التفكير، ط1، 2017، ص 121

[6] سعد سلمان المشهداني، **مناهج البحث العلمي**، دار الكتاب الجامعي ، الامارات، ط1، 2017، ص 162

[7] محمود احمد درويش، **مناهج البحث في العلوم الانسانية**، مؤسسة الامة العربية ، مصر، ط1،2018، ص 118

إستنتاج نتائج علمية[1]، و يهدف إلى وصف الظواهر و الأحداث والحصول على حقائق متعلقة بالظاهرة، بغية توضيح وتفسير وتبرير لتلك الأحداث والظواهر الموجودة[2].

أدوات جمع البيانات:

وبما ان عملية تحديد أدوات جمع البيانات المتعلقة بالدراسة ترتكز و تعتمد بشكل كبير على طبيعة المنهج في البحث، وبما أننا إعتمدنا في هذه الدراسة الوصفية على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، ونظرا لهذا إخترنا أداة الاستبيان في عملية تجميع البيانات و المعلومات بالدرجة الاولى.

حيث يمكن تعريف الإستبيان على أنه مجموعة من الاسئلة المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض، وذلك من أجل تحقيق هدف أو مجموعة من الاهداف المحددة[3]، ويعرف كذلك بأنه عبارة عن أداة لجمع البيانات حول موضوع بحث معين، بواسطة إستمارة يتم تقديمها للمبحوث أي لأفراد عينة البحث من أجل الإجابة عنها[4]، وتتضمن هذه الإستمارة مجموعة من الاسئلة المتنوعة التي تمت صياغتها بدقة[5].

[1] نجاة عيسى حسن إنصورة، **اساسيات وأصول علم النفس**، دار كنوز، مصر، ط1، 2015، ص 53

[2] عامر إبراهيم قنديلجي، **مرجع سبق ذكره**، ص 106

[3] **نفس المرجع السابق**، ص 157

[4] سناء محمد سليمان، **ادوات جمع البيانات في البحوث النفسية والتربوية**، عالم الكتاب، القاهرة مصر، ط1،2010، ص 103

[5] مروان عبد المجيد ابراهيم، **مرجع سبق ذكره**، ص 165

ويعرف ايضا "بأنه اداة علمية تبنى وفق مراحل علمية تكتسب عبرها صدقها ووثباتها وتشمل بنودها على إمكانية قياس فرضيات البحث وتحديد العلاقة بيت (بين ذكرت هكذا) المتغيرات".[1]

وإستهدفت هذه الدراسة موقع الفيسبوك، ودوره في نشر الوعي الديني، ولمعرفة هذا الدور إعتمدنا على إستمارة الإستبيان التي بواسطته إستطعنا جمع المعومات و البيانات، التي تمكننا من الإجابة على تساؤلات الدراسة، حيث تكون هذه الإستمارة ثلاثة محاور تطرقنا أولا الى البيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة حيث تضمن على ثلاثة اسئلة

1. الجنس
2. السن
3. المستوى التعليمي

- **المحور الأول** : أنماط وعادات إستخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك حيث تضمن المحور على خمسة اسئلة .
- **المحور الثاني** : دوافع إستخدام الشباب الجزائري لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية حيث تضمن المحور على ستة أسئلة.
- **المحور الثالث** : الإشباعات المحققة من خلال تلقى المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري حيث تضمن المحور على إثنا عشر سؤال.

[1] عامر مصباح، **مرجع سبق ذكره**، ص 147

-الاطار الزماني والمكاني للدراسة:

الإطار المكاني : مدينة ورقلة.

الحدود الزمنية : تم تطبيق هذه الدراسة خلال سنة 2021/2020 حيث قمنا بإنجاز الجانب المنهجي أولا في شهر أفريل، ثم انتقلت بعد ذلك إلى الجانب التطبيقى في شهر ماي إلى غاية شهر جوان.

8. تحديد المصطلحات والمفاهيم:

الدور the role:

لغة : من دار يدور أي طاف حول الشيء، ويقال طاف حوله و به وعلية وعاد إلى المكان الذي انطلق منه[1].

يعرفه **قاموس ويبستر** "أنه الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد"[2].

اصطلاحا : هو عبارة عن مجموعة من الأنماط المترابطة أو السلوكيات التي تحقق هدف متوقع في موقع معين[3]، أي أن الدور هو مجموعة من التوقعات التي تنتظرها الجماعة، من

[1] ابراهيم مصطفى واخرون، **المعجم الوسيط**، المكتبة الإسلامية ، القاهرة، (د ط)، 1972، ص 302

[2] محمد جاسم حسن الخفاجي، **روسيا ولعبة الهيمنة على الطاقة: رؤية في الادوار والاستراتيجية**، دار امجد ، عمان، ط1، 2018، ص 16

[3] السيد محمد إبراهيم سعد، **المخطط التعليمي دوره في ربط البحث بصنع السياسة التعليمية (سلسلة التربية والمستقبل العربي)**، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، (د ط)، 2011، ص 220

سلوك أحد أفرادها الذي يشغل مكانة معينة، ويعتمد هذا المصطلح في العديد من العلوم مثل علم الإجتماع، علم الإجتماع النفسي، وغيرها من العلوم الأخرى بمعاني مختلفة، فيبدأ كمظهر للبناء الإجتماعي على وضع إجتماعي معين، فيتميز بمجموعة من الصفات الشخصية للأنشطة، وهذه الصفات تخضع لعملية التقييم المعياري من طرف الأفراد المتواجدين في الموقف أو غير المتواجدين[1].

وبعرف أيضا بأنه عبارة عن "نموذج يتركز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع محدد للمكانة داخل جماعة أو موقف إجتماعي معين ويتحدد دور الشخص في أي موقف عن طريق مجموعة توقعات"[2].

التعريف الإجرائي : ونقصد بالدور في هذه الدراسة هو الوظيفة التي يقوم بها الفيسبوك في نشر والتوعية بالدين الإسلامي.

الفيسبوك Face book

هو عبارة عن موقع للتواصل الإجتماعي،أنشاه مارك زوكربيرغ في 28 أكتوبر 2003[3]، يعد واحد من أوائل شبكات التواصل الإجتماعي، فهو يحتل المرتبة الثانية بين كل المواقع

[1] نخبة من اساتذة قسم الاجتماع، ص 390

[2] نخبو من اساتذة قسم الاجتماع، المرجع نفسه، ص 390 و 391

[3] ليلى احمد جرار، **الفيسبوك والشباب العربي**، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1، 2012، ص 52

الموجودة على الانترنت[1]، حيث يعتبر مؤسسه أن موقع فيسبوك هو حركة إجتماعيه وليست مجرد وسيلة لتواصل[2].

ويعرفه موقع ويب–اربيديا على أنه التعبير المستخدم والمعتمد لوصف أي موقع إلكتروني يسمح ويتيح لمستخدميه إنشاء ملفات شخصيه ونشرها بشكل علني بهدف تكوين علاقات مع أشخاص آخرين لديهم مصالح والأهداف مشتركة[3].

هو شبكة تواصل إجتماعية مجانية منتشرة على شبكة ألانترنت فتتيح لمستخدميها إنشاء حسابات شخصية، وتحميل عليها كم هائل من الصور والفيديوهات، ومشاركتهم مع الأهل و الأصدقاء، فتمنحهم القدرة على المشاركة والمبادرة في جعل عالمهم أكثر انفتاحا[4]، ويعتبر أكثر المواقع شهرة منذ ظهوره في 2003[5]، وهو عبارة عن شبكة إجتماعية أمريكية على ألانترنت يسمح لمستخدميه إنشاء ملفات تعريف شخصية أو جماعية وكذلك يتيح لهم

[1] نفس المرجع السابق، ص 59

[2] إعداد مركز المحتسب للاستشارة، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب –توتير نموذجا**، دار المحتسب، السعودية الرياض، ط1، 1438هـ ، ص 26

[3] ليلى احمد جرار، **مرجع سبق ذكره**، ص 51

[4] حسان احمد قمحية، **الفيسبوك تحت المجهر**، ، دار النخبة، مصر، ط1، 2017، ص24و25

[5] جمال سند السويدي، **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة الى الفيسبوك**، ص 28

خاصية تحميل الصور والفيديوهات والرسائل والتعرف على أصدقاء مختلفين وتكوين صداقات جديدة[1].

إجرائيا : هو موقع الكتروني يتيح لمستخدميه انشاء حسابات وصفحات خاصة لتبادل الاراء و الافكار مثل نشر المواضيع الدينية من اجل التوعية بالدين الاسلامي ونشر مبادئه وقيمه.

الوعي الديني Religious awareness:

لغة : الوعاء مفرد الأوعية و وعي الحديث يعيه وعيا أي حفظه "والله أعلم بما يوعون" أي يضمرون في قلوبهم من التكذيب [2]

وعي : "وعي يعي وعيا"الشيء أي جمعه و وحواه و الحديث قبله وتدبره وحفظه، ويقال وعى فلان أي انتبه من غفلته [3].

ورد في **لسان العرب** : الوعي بمعنى حفظ القلب الشيء و أوعاه حفظه وفهمه و قلبه والواعي الحافظ الكيس الفقيه وفي حديث إبن امامة : لا يعذب الله قلبا وعى بالقران[1]

[1]– Michael Alozie Nwala Isaac Tamunobelema, **the Social Media and Language Use: the Case of facebook, Advances in Language and Literary Studies**, Volume 10, Issue 4, JULY 2019, Department of English Studies, University of port Harcourt, Nigeria, p10

[2] الرازي محمد، **مختار الصحاح**،مكتبة لبنان، بيروت، (د ط)، 1986، ص303

[3] لويس معلوف، **المنجد في اللغة**، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، ط19، (د س)، ص 908

اصطلاحا : يعرف بأنه حالة عقلية؛ يتم من خلاله إدراك الحقائق التي تحدث حولنا، ويتم ذلك من خلال اتصال الانسان مع المحيط الذي يعيش فيه[2].

لقوله تعالى ﴿لِنَجْعَلَهَا لَكُمْ تَذْكِرَةً وَتَعِيَهَآ أُذُنٌ وَٰعِيَةٌ ﴿١٢﴾﴾سورة الحاقّة ,12[3]

﴿وَٱللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا يُوعُونَ ﴿٢٣﴾﴾سورة الانشقاق ,23[4]

وحسب ما يعرفه **يعقوب الشراح** : بأنه حالة عقلية تمثل الإدراك والقدرة على التواصل مع البيئة الخارجية، عن طريق الحواس في الإنسان و لأنه مرتبط بالإدراك فهو لا يحدث من دون المعارف والخبرة عن الأشياء المحيطة بالإنسان فكلما زادت المعارف والخبرات كلما زاد الوعي و الإدراك وكلما نقصت المعرف والخبرات كلما نقص الوعي[5].

الوعي الديني : يعتبر جزء من السلوك الاجتماعي، ويتمثل في مجموعة من المعتقدات الإلهية والثواب و العقاب التي تؤثر في أشكال ومستويات الوعي الفردي الجماعي[6]،

---

[1] ابن منظور، **لسان العرب**، دار المعارف، القاهرة، ط1، (د س)، ص4876

[2] محمد مروان، **ما هو الوعي**، موضوع،15:40\2021\30\04\https:\\mawdoo3.com(

[3] سورة الحاقة، الأية 12

[4] سورة الإنشقاق، الأية 23

[5] الشراح يعقوب 2016، الوعي الزائف، **مجلة الرأي** /WWW.alraimedia.com/30 04/2021/16:27

[6] بوكدرون ايمان وحاج قويدر اسماء، **دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلاب الفيسبوك نموذجا ،** 1017/2018، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الاعلام اجديد، شعبة علوم الاعلام ولاتصال، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، ص 16

حيث نص القرآن الكريم في العديد من آياته على أهمية التوعية بالدين:

ولقوله تعالى ﴿بِٱلۡبَيِّنَٰتِ وَٱلزُّبُرِۗ وَأَنزَلۡنَآ إِلَيۡكَ ٱلذِّكۡرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيۡهِمۡ وَلَعَلَّهُمۡ يَتَفَكَّرُونَ ٤٤﴾سورة النحل ,٤٤[1]

﴿وَمَآ أَرۡسَلۡنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوۡمِهِۦ لِيُبَيِّنَ لَهُمۡۖ فَيُضِلُّ ٱللَّهُ مَن يَشَآءُ وَيَهۡدِي مَن يَشَآءُۚ وَهُوَ ٱلۡعَزِيزُ ٱلۡحَكِيمُ ٤﴾ سورة إبراهيم ,٤[2]

إجرائيا : هو مجموعة كم المعتقدات الإلهية، التي يدركها الفرد المسلم، من أجل معرفة الحقائق التامة المتعلقة بالإطار الفكري الاسلامي، ومبادئه والسعي للعمل بها في حياته.

الشباب : جمع شاب، الشبان، والشباب تعني الحداثة، والشبيبة عكس الشيب، و تقال شب الغلام و آمرأة شابة[3].

إصطلاحا : هو مرحلة عمرية يمر بها الإنسان تقع بين الطفولة والشيخوخة، تتميز بالحيوية والنشاط، والمرونة و النضوج والقوة، فهي المرحلة التي يتحدد فيها مستقبل الإنسان الإجتماعي[4].

[1] سورة النحل، الاية 44

[2] سورة ابراهيم، الاية 4

[3] الرازي محمد، مرجع سبق ذكره، ص 138

[4] عبد الحفيظ معوشة و الهاشمي لوكيا، الميول الانتحارية وعلاقتها بتقدير الذات لدى الشباب، دراسة ميدانية بدار الثقافة و دور الشباب بمدينة باتنة، مجلة ابحاث نفسية وتربوية، العدد 4 ديسمبر 2011، مخبر التطبيقات النفسية و التربوية، جامعة منوري، قسنطينة، ص 66

إجرائيا : الشباب هو مرحلة عمرية تمتاز بالحيوية في كل المجالات حيث تجده يتفاعل مع بشكل كبير مع المواقع الالكترونية خاصة موقع الفيسبوك.

9. الدراسات السابقة:

الدراسة الاولى : من إعداد الطالبتين "**أمينة طويجيني و صبرينة ساسي**" تحت عنوان"**دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين _الفيسبوك نموذجا_ دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ام البواقي**[1]، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال تخصص سمعي بصري، أعدت سنة 2016/2015، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية قسم العلوم الإنسانية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة في الدور الذي تقدمه مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني خاصة موقع الفيسبوك، و عليه تم صياغة التساؤل الرئيسي على النحو ألتالي

ما هو دور الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

[1]– امينة طويجيني و صبرينة ساسي،**دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين _الفيسبوك نموذجا_ دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ام البواقي**، 2016/2015، مذكرة نيل شهادة الماجستير، في علوم الاعلام و الاتصال تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الإنسانية ، كلية العلوم الانسانية والعلوم ألاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- ✓ ما هي عادات و أنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك؟
- ✓ ما هي دوافع إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك؟
- ✓ هل يساهم الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجزائريين؟

كان الهدف من هذه الدراسة هو معرفة مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجزائريين، وتكمن أهميتها في إمكانية أن تكون هذه الدراسة أو البحث العلمي إنطلاقة جديدة لدراسات أخرى مشابهة لها، إعتمدت الباحثتان في هذه الدراسة على المنهج المسحي وهذا لأنها تعتبر من الدراسات الوصفية وقد إستخدمت هذه الدراسة أداتي الملاحظة و ألإستبيان و أما في ما يخص العينة فقد تكونت من 100 مفردة من طلبة جامعة أم البواقي المستخدمين لموقع الفيسبوك تم إختيارهم بطريقة العينة القصدية، و أما عن النظرية فقد إعتمدتا على النظرية البنائية الوظيفية.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

- ✓ –الفيسبوك يحتل المرتبة الأولى في الإستخدام عكس مواقع التواصل الأخرى.
- ✓ –معظم أفراد العينة يبدون إعجابهم بالمنشورات الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك بشكل دائم لأنها تتماشى مع رغباتهم.
- ✓ –الفيسبوك لم يساهم في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين

أوجه الإستفادة من هذه الدراسة و علاقتها بدراستنا:

تمت الإفادة من هذه الدراسة في عملية شرح المفاهيم؛ وذلك لأنها تحتوي على نفس مفاهيم دارستنا فهي تعتبر دراسة سابقة لدارستنا، وتربط هذه الأخيرة بمواقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك خاصة التوعية بالدين، حيث اعتمدت هذه الدراسة على عينية قصدية واعتمدنا في دراستنا على عينة عشوائية، وكذلك فقد إستفدنا من هذه الدراسة في عملية الحصول على المراجع، وفي كيفية تحديد المنهج و أدواته.

الدراسة ألثانية من إعداد الطالبة "**عربي دلال** تحت عنوان "**تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية الطالب الجامعي الجزائري، دراسة ميدانية على طلبة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي**[1]، مذكرة نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و والإتصال 2016/2015، تخصص إتصال وعلاقات عامه، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، قسم العلوم الإنسانية جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي.

[1] **عربي دلال** تحت عنوان "**تأثير الفيسبوك على قيم الاخلاقية الطالب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية على طلبة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي**،2016/2015، مذكرة نيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و والاتصال ،تخصص اتصال وعلاقات عامه، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة في التأثير الذي ينجم عن إستخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك من ناحية القيم الاخلاقية لطالب، وعليه تم صياغة التساؤل الرئيسي على النحو التالي **ما هو تأثير الفيسبوك على القيم الاخلاقية لطالب الجامعي الجزائري؟**

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- ✓ ما هي عادات إستخدام الفيسبوك لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟
- ✓ ما هي دوافع إستخدام الفيسبوك لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟
- ✓ هل تساعد المضامين المنشورة عبر موقع الفيسبوك على إرتباط الطلبة الجامعيين الجزائريين بقيمهم الأخلاقية؟
- ✓ ما نوع التأثير الذي يحدثه الفيسبوك على القيم الأخلاقية للطلبة الجامعيين الجزائريين؟

كان الهدف من هذه الدراسة هو الكشف عن عادات إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك، وكذلك من أجل معرفة مدى مساعدة المضامين المنشورة على موقع الفيسبوك على الإرتباط بالقيم الأخلاقية، وتكمن أهميتها في الموضوع في حد ذاته وهذا لأن القيم تعتبر من البصمات الثقافية الخاصة بكل مجتمع، وكذلك من خلال الإهتمام المتزايد بشبكات التواصل الإجتماعي في جميع المجالات وجميع الأصعدة واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي بإعتباره أفضل منهج يمكن الباحثة من التعرف و معالجة

الظاهرة المدروسة، وإعتمدت الباحثة في عملية جمع البيانات من أفراد العينة المدروسة على أداتي الملاحظة و الإستبيان، و أما في ما يخص عينة الدراسة فقد تمثلت في 200 مفردة موزعة عبر كليات جامعة العربي بن مهيدي بولاية ام البواقي، و عن النظرية فقد إعتمدت على نظريتين هما نظرية الإستخدامات و الإشباعات ونظرية الحتمية القيمية في الإعلام.

ومنه فنتائج الدراسة كانت كالتالي:

- ✓ –الطلبة الجامعيون يستخدمون موقع الفيسبوك بصفة دائمة.
- ✓ –الطلبة الجامعيون الجزائريين يستخدمون الفيسبوك بدافع اكتساب معرفة و خبرات، كما أنهم يحققون إحتياجات ورغبات عبر الفيسبوك، و لا يثقون فيه نظرا لتعدد مصادره.
- ✓ –تساهم المضامين المنشورة عبر موقع الفيسبوك تجسيد القيم الأخلاقية لطلبة الجامعيين الجزائريين.
- ✓ –تأثير الفيسبوك على القيم الأخلاقية لطلب الجامعي تأثير مزدوج أي تأثير سلبي وإيجابي.

أوجه الإستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:

تم الإستفادة من هذه الدراسة من حيث شرح المفاهيم خاصة مفهوم الفيسبوك، وهذا لأنها تناولت متغير واحد ألا و هو الفيسبوك، فبهذا فيمكن إعتبار هذه الدراسة دراسة مشابهة لدارستنا، وقد أفادتنا أيضا من ناحية الحصول على مراجع، وكذلك في تحديد نظرية الدراسة.

الدراسة الثالثة دراسة الطالبة "**أسماء عمامرة**" بعنوان "**دور مواقع التواصل الإجتماعي في التوعية الدينية –الفيسبوك نموذجا دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الشهيد حما لخضر الوادي**[1]"،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام وإتصال 2017/2016، معهد العلوم الإسلامية قسم إصول الدين جامعة الشهيد حما لخضر الوادي.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة في تحديد الدور الذي تقوم بيه مواقع التواصل الإجتماعي خاصة الفيسبوك في التوعية الدينية، أي كيف تعزز مواقع التواصل الإجتماعية للدين الإسلامي لدى طلبة جامعة حما لخضر الوادي، وعليه تم صياغة التساؤل الرئيسي

[1]–**اسماء عمامرة**،"**دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية –الفيسبوك نموذجا دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الشهيد حما لخضر الوادي**"،2017/2016،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية تخصص دعوة وإعلام واتصال، قسم اصول الدين، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الشهيد حما لخضر الوادي.

على النحو التالي "**ما هو دور مساهمة الفيسبوك في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟**

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- ✓ –ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك؟
- ✓ –هل يعتبر الفيسبوك عامل مؤثر في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين؟
- ✓ –ما هو تأثير التفاعل التوعوي الديني على صفحات الفيسبوك؟

وكان الهدف من هذه الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الإجتماعي في التوعية لدينية حيث إعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي المسحي على عينة من طلبة جامعة الوادي المسجلين عام 1017/2016، حيث تتكون من 150 مفردة بمختلف تخصصات الجامعة، تم إختيارهم بطريقة العينة الطبقية العشوائية و أما بالنسبة عن الأداة فقد إعتمدت على إستمارة الإستبيان.

ومنه فنتائج الدراسة كانت كالتالي:

- ✓ أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك بنسبة كبيرة.
- ✓ كون أن للفيسبوك دور في توعية الدينة لطلبة جامعة الوادي إلا أن هذا الدور يبقى متوسطا في تلقي المعلومات الصادقة عن الدين.

- ✓ هناك نسبة كبيرة تعتبر أن ما تتعرض إليه من مضامين دينية من خلال الفيسبوك لا تحظى بالمصداقية الكافية.

أوجه الإستفادة من هذه الدراسة و علاقتها بدراستنا

تعتبر هذه دراسة سابقة لدراستنا حيث تناولت موقع الفيسبوك و التوعية الدينية وهما أحد متغيرات دراستنا، وقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في عملية شرح المفاهيم والمصطلحات وكذلك في إختيار المنهج وعينة البحث و أدواته.

الدراسة ألرابعة دراسة من إعداد الطالبتين "**بوكدرون إيمان و حاج قويدر أسماء** بعنوان "**دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلاب (الفيسبوك نموذجا)**[1]، مذكرة نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و ألاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع 2018/2017، كلية العلوم الإنسانية والعلوم ألإجتماعية قسم العلوم الإنسانية جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة.

حيث تتمحور إشكالية هذه الدراسة في معرفة طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الإجتماعي خاصة موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى فئة الطلبة الجامعيين وعليه تمت صياغة التساؤل الرئيسي على النحو التالي **ما هي طبيعة الدور الذي**

[1] بوكادرون ايمان وحاج قويدر اسماء، **مرجع سبق ذكره**

يؤديه موقع الفيسبوك كأبرز مواقع التواصل الإجتماعي في نشر وتشكيل الوعي الديني لدى فئة الطلبة الجامعيين؟

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- ✓ –ها هي دوافع استخدام طلبة جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة لموقع الفيسبوك؟
- ✓ –ما هي عادات إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك؟
- ✓ –هل يزود الفيسبوك الطلبة الجامعيين بإشباعات دينية؟ وكيف يتم ذلك؟
- ✓ –ما هو أثر الفيسبوك في تشكيل الصورة الذهنية ونشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

وكان الهدف من هذه الدراسة هو الكشف عن دوافع إستخدام طلبة جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة لموقع الفيسبوك، و كذلك لمعرفة أثر إستخدام موقع الفيسبوك ودوره في تشكيل الصورة الذهنية، ونشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، وتظهر أهميتها في معرفة طرق وأساليب نشر الوعي الديني عبر موقع الفيسبوك، وكذلك تسعى لمعرفة العلاقة القائمة بين إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك، وإتجاهاتهم نحو القضايا لدينية، وقد إعتمدت الباحثتان في هذه الدراسة على المنهج المسحي على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية المستخدمين لموقع الفيسبوك بجامعة الجيلالي بونعامة بخميس

مليانة، حيث قدرت ب 70 مفردة أختيرت بطريقة العينة القصدية، وتم الإعتماد في عملية جمع المعلومات والبيانات الخاصة بهذه الدراسة على أداة الاستبيان.

ومنه فنتائج الدراسة كانت كالتالي:

- ✓ أن أغلبية الطلبة الجامعيين يستخدمون موقع الفيسبوك يوميا من ساعة الى ثلاثة ساعات بشكل كبير وهو من أحد أهم المواقع الاجتماعية الذي يفضلونها لخصوصيته وإنتشاره الواسع.
- ✓ يستخدم الطلبة موقع الفيسبوك للتواصل مع الأصدقاء والأقارب.
- ✓ صفحة ألا بذكر الله تطمئن القلوب وصفحة نساء الجنة من أكثر الصفحات التي يتابعها أفراد العينة تليها صفحات الدعاة وهم صفحة عمرو خالد في المرتبة الثالثة وصفحة محمد العريفي في المرتبة الرابعة.
- ✓ يرى معظم الطلبة الجامعيين ذوي المستوى التعليمي ليسانس أن جل المنشورات والمواضيع الدينية التي يتابعونها على موقع الفيسبوك مصدرها معلوم.

أوجه الاستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:

تعتبر دراسة سابقة لدراستنا وهذا لأنها تناولت موقع الفيسبوك و الوعي الديني، وهما أحد متغيرات دراستنا، حيث أفادتنا في عملية تحديد وشرح المفاهيم و المصطلحات، وكذلك في تحديد المنهج، وجمع مراجع حول دراستنا حيث إختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في

عملية إختيار العينة، ففي هذه الدراسة تم إختيارها بطريقة قصدية أما في دراستنا فقد تم إختيارها بطريقة عشوائية.

الدراسة ألخامسة من إعداد الطالب "**عمارة دبار**" بعنوان" **مواقع التواصل الإجتماعي وإثرها في التوعية الدينية –الفيسبوك نموذجا**[1]دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد العلوم الاسلامية بجامعة الوادي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة و إعلام، معهد العلوم الإسلامية، قسم اصول الدين، جامعة الشهيد حما لخضر الوادي.

تتمحور اشكالية هذه الدراسة على الدور الذي يلعبه الفيسبوك في التوعية بالدين لدى طلبة معهد العلوم الاسلامية بجامعة الوادي، وعليه تم صيغة التساؤل الرئيسي على النحو التالي: **ما هو دور الفيسبوك في التوعية الدينية لطلبة معهد العلوم الاسلامية بجامعة الوادي؟**

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- ✓ –ما هي مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ –ما هي التوعية الدينية؟

[1] **عمارة دبار**، مرجع سبق ذكره

- ✓ كيف تتم التوعية الدينية عبر الفيسبوك عند طلبة معهد العلوم الاسلامية بجامعة الوادي؟

وكان الهدف من هذه الدراسة هي التعرف على أثر موقع الفيسبوك في التوعية الدينية، وكذلك معرفة مدى تأثر الطلبة الجامعيين بالتوعية الدينية عبر موقع الفيسبوك، وتكمن أهميتها في تناول هذه الدراسة لوسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة، وهي مواقع التواصل الاجتماعي تحديدا موقع الفيسبوك، وإعتمدا الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسجي لعينة من طلبة معهد العلوم الإسلامية جامعة الوادي المستخدمين لموقع الفيسبوك، حيث قدرت ب 100 مفردة تم إختيارها بطريقة قصدية أي اعتماد العينة القصدية، و في عملية جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمجتمع الدراسة على أداة الإستبيان حيث إعتمد على نسخة ورقية وأخرى الكترونية.

وكانت نتائج هذه الدراسة كالتالي:

- ✓ -يستخدم أغلب الطلبة الجامعيين عينة الدراسة موقع الفيسبوك للإطلاع على الأحداث الجارية في العالم ومعرفة اراء الاخرين في مختلف القضايا التي تطرح على كافة الأصعدة.

- ✓ –يعتبر مفهوم التوعية عند الطلبة الجامعيين عينة الدراسة هو تصحيح مفاهيم دينيه وذلك من خلال تصحيح الكثير من المعتقدات الخاطئة ومحاولة تجسيد تعاليم الدين على الواقع
- ✓ –يعتبر الفيسبوك وسيلة جد مناسبة لنشر التوعية الدينية من وجهة نظر الطلبة الجامعيين عينة الدراسة.
- ✓ جل الطلبة الجامعيين يتابعون صفحات دينية لدعاة وشخصيات معروفة.
- ✓ أغلب الطلبة الجامعيين يرون أن الفيسبوك يلبي لهم رغباتهم الدينية وذلك بالاستزادة من الثقافات الدينية من خلال الصفحات والمنشورات الدينية التي يتابعونها، والتي تحمل مجموعة من المعلومات الثقافية الدينية التي تنتمي وعيهم الديني.

اوجه الاستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:

وهذه الدراسة تعتبر ايضا دراسة سابقة لدراستنا لأنها تحتوي على متغيرات دراستنا الفيسبوك والتوعية بالدين، وسعدتنا في عملية شرح المفاهيم، وتجميع المراجع التي يمكننا الإستفادة منها في دراستنا، وتشترك أيضا مع دراستنا في المنهج المعتمد، و تختلف معها في عملية إختيار العينة، ففي هذه الدراسة تم إختيار العينة بطريقة قصدية، وفي دراستنا تم إختيارها بطريقة العينة العشوائية.

10. المقاربات النظرية:

نظرية الاستخدامات و الاشباعات

تمهيد

تعتبر نظرية الاستخدامات و الاشباعات من بين احد نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام، اهتمت نظرية الاستخدامات و الاشباعات بدراسة العلاقة بين رغبات واحتياجات الجمهور، واستخدام وسائل الاعلام لمحاولة معرفة اسباب استخدام الجمهور لوسائل الاعلام وماذا يحقق الفرد من هذا الاستخدام.

تعريف النظرية :

الاستخدامات : ويقصد به استخدام الجمهور للوسيلة الاعلامية

الاشباعات : ويقصد به اشباع احتياجات الجمهور المتلقي من مضامين الوسائل الإعلامية[1]

هي طائفة من الاراء التي تحاول تفسير الوقائع العلمية أو الظنية او البحث في المشكلات القائمة على العلاقة القائمة بين السبب و المسبب، ويقصد بها في الدراسات الإنسانية تلك الفروض أو التصورات التي توضح الظواهر الإجتماعية و الإعلامية.

[1] محمد خيرت يوسف، **مؤشرات التقييم الإعلامي**، طيبة ،القاهرة، ط1، 2015، ص21

وتعرف أيضا بأنها مجموعة من المفاهيم والتعريفات و الإفتراضات التي تمنحنا نظرة منظمة لظاهرة ما، ويتم ذلك عن طريق تحديد العلاقات المختلفة بين متغيرات تلك الظاهرة، وذلك من أجل تفسير الظاهرة والتنبؤ بها مستقبلا[1].

نظرية الإستخدامات و الإشباعات تقوم على إدراك الفروق الفردية والتباين الإجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام الى بداية منظور جديد للعلاقات بين الجماهير و وسائل الإعلام أي أن ينظر للجمهور على أنه عنصر نشط وفعال، عكس ما كان ينظر إليه سابقا على انه عنصر سلبي غير فعال، و هذا لأن الجمهور أصبح هو الذي يختار المضامين الإعلامية والوسيلة التي تشبع حاجياته ورغباته[2].

ويمكن تعرفها أيضا بأنها عبارة عن محاولة النظر إلى العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، بحيث ترى أن الجمهور يستخدم الموارد الاعلامية بدافع إشباع رغبات معينة، وأن وسائل الاعلام ليست هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام[3].

[1] عبد الرزاق الدليمي، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون**، دار اليازوري العلمية، ط1، 2016، ص 8

[2] جاب الله عائشة، **التلفزيون و المعاق سمعيا دراسة ميدانية من منظور نظرية الاستخدامات والاشباعات**، مجلة دراسات وابحاث، العدد 1 جانفي 2020،كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجزائر 3، ص 840

[3] محمد بن عبد الرحمان الحضيف، **كيف تؤثر وسائل الاعلام؟ دراسة في النظريات والاساليب**، مكتبة العبيكان، الرياض، العسودية، ط2، 1998، ص 26

نشأة نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

بدأ اعتماد نظرية الاستخدامات و الاشباعات لأول مرة في حقبة الأربعينات من القرن الماضي، و انتشرت بشكل كبير في فترة الخمسينيات عندما بدأ الباحثون الاهتمام بدراسة الكيفية التي يشارك بها الجمهور مع وسائل الاعلام المختلفة، مثل جمهور قراء الصحف، جمهور الراديو والتلفاز[1]،حيث جاءت كرد لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية، ومنه فإن الافتراض الرئيسي للنظرية يؤكد على ان الجمهور عنصر نشط وفعال في العملية الإتصالية، وتركز على استجابة وسائل الاعلام لدوافع و احتياجات الجمهور، ومنه فقد تحول الجمهور الذي كان ينظر إليه على أنه عنصر سلبي مجرد مستقبل للمضامين الإعلامية الى عنصر نشط و فعال، حيث اصبح هو الذي يختار وينتقى المضامين الإعلامية والوسيلة التي تشبع رغباته ودوافعه[2]، وبتالي تحول السؤال من ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالجمهور؟ الى ما الذي يفعله الجمهور بوسائل الاعلام[3]؟

و أبرز هؤلاء الباحثون نجد **ارنهايم (Arnheim 1944)**، الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت[4]، وكذلك دراسة "**بيرلسون**" **1949**

---

[1] نسمة إمام سليمان، **لغة التلفزيون وأثارها على الطفل**، دار العربي، القاهرة، ط1، 2019، ص 161

[2] صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة، القاهرة، ط1، 2011، 2009، ص62

[3] مصطفى علي السيد عبد النبي، **الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات**، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23، يوليو 2019، ص41

[4] بشير العلاق،**نظريات الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة**، دار اليازوري العلمية، ط1، (د س)، ص 46

التي أجريت عندما توقفت مجموعة من الصحف عن الصدور لمدة اسبوعين، وهذا بسبب اضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فقام بإستغلال إضراب الصحافة لتأكد من الدوافع التي تجعل القراء يفتقدون يومياتهم المعتادة[1]، حيث توصل إلى أن الصحف لها أدوار عديدة ومهمة في حياة الجماهير، وتعتبر تلك الأدوار هي الرابط بين الصحف و الجمهور، ويرى أيضا بأن الصحف تمثل مصدرا لنقل الأخبار و المعلومات، وتمثل أيضا عالم أخر يلجئ إليه الجمهور بدافع الهروب من مصاعب، ومشاكل حياته اليومية[2].

وكان أول ظهور لنظرية الاستخدامات و الاشباعات بصفة كاملة سنة 1974م، عندما قام الباحثان **كاتز** و **بلومار Elihu katz and blumler jay** بتأليف كتاب بعنوان "**إستخدام وسائل الاتصال الجماهيري**"، وكانت فكرته الاساسية تدور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام و محتواها من جانب، ودوافع تعرض الأفراد لها من جانب أخر[3].

[1]– بسام عبد الرحمان المشابقة، **نظريات الاتصال**، دار اسامة، الاردن عمان، (د ط)، 2015، ص 176

[2]– راندا عبد الحميد، **بحث عن نظرية الاستخدامات والاشباعات**، مقال، 21/05/2021, https://mqaall.com, 20:09

[3]– محمد حسن إسماعيل، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، الدار العلمية، الهرم، ط1، 2003، ص252 و253

أهداف نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى تحقيق ثلاثة (3) أهداف رئيسية وهي :

1. محاولة اكتشاف كيفية إستخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك لاعتبار النظرية أن الجمهور عنصر نشط وفعال، و بتالي فإن الجمهور هو الذي يختار ويستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته و رغباته، أي أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة وليست الوسيلة هي التي تستخدم الجمهور.
2. تسعى أيضا إلى الكشف عن أسباب و دوافع تعرض الأفراد لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، و ماذا ينجم نتيجة هذا التعرض.
3. تهدف نظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى تأكيد وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري[1].

[1] ماجد فاضل الزبون، **الإعلام وثقافة التفكيك**، ، دار العربي، القاهرة، ط1، 2013، ص 130

فروض نظرية الاستخدامات و الاشباعات[1]

1. أفراد الجمهور يمكنهم دائما تحديد حاجاتهم و دوافعهم، ومنه فالجمهور حسب هذه النظرية يعتبر جمهور نشط وفعال، وهذا لأنه يختار الوسائل التي بإمكانها اشباع حاجته.
2. يعتبر جمهور وسائل الاتصال جمهور إيجابي ونشط، حيث يشارك بشكل فعال في العملية الإتصالية، وذلك من أجل تحقيق أهداف وغايات محددة وهي اشباع حاجياتهم ورغباتهم.
3. تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباعات لتأكيد على ان جمهور وسائل الاتصال هو الذي يمكنه اختيار الرسائل ومضامينها التي تساهم في اشباع حاجياته و رغباته، فالأفراد هم من يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي من تستخدمهم.
4. لكل فرد من افراد الجمهور فروق فردية كالسن والمستوى التعليمي والمعيشي وغيرها من الفروق الأخرى، فهذه الاخيرة هي التي تتحكم في احتياجاتهم و رغباتهم، وكذلك في عملية اختيارهم لوسائل.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل ألاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

[1] محمد على ابو العلا، **نظريات الاتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة**، دار العلم و الايمان، ط1، 2013، ص 255 و 256

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات :

و كغريها من النظريات الاخرى فإن نظرية الاستخدامات و الاشباعات تعرضت لمجموعة من الإنتقادات، من قبل بعض الباحثين ومن بين الانتقادات الموجهة للنظرية نذكر:

1. نظرية الاستخدامات و الاشباعات لا تصلح لتعميم، وهذا لان الاستخدامات و الاشباعات المحققة من وسائل الاتصال، تختلف بإختلاف الثقافات والمجتمعات.
2. عدم قدرتها على تفسير السلوك الاتصالي بدقة، فالمحتوى يحقق للأفراد وظائف وفي حين اخر يسبب اختلالا وظيفيا لأفراد اخرين.
3. ترتكز بحوث الاشباعات على المحتوى، حيث تفترض أن المضمون يشبع حاجات معينة لدى الجمهور، إلا أنه يمكن أن لا تكون هذه المضامين ذات أهمية ولا تقدم أي اشباعات لاحتياجات ورغبات الجمهور.
4. وصفت نظرية الاستخدامات و الاشباعات عند بعض المنتقدين على انها مدخل فردي، و لهذا يصعب ربطها بالبناءات الاجتماعية الاكبر.
5. وصفت ايضا بأنها مجرد اسلوب لجمع البيانات، ويعتقدون أيضا بأن النظرية يسودها غموض في بعض عناصرها.
6. هناك من يرى من المنتقدين ان النظرية قد لا تصلح لتكنولوجيا الاتصال الحديثة وعناصرها[1].

[1] كمال الحاج، **نظريات الاعلام والاتصال**،الجامعة الإفتراضة السورية ،سورية، (ب ط)، 2020، ص 103

7. تأكد النظرية على فكرة الجمهور النشط، إلا أن العديد من الدراسات أثبتت أنه كثيرا ما يتم التعرض للمحتويات الإعلامية بدرجة قليلة من الاختيارية بل وبشكل اعتيادي.
8. تعتمد هذه النظرية على مصطلحات غامضة يصعب قياسها كمصطلح الدوافع والحاجات.
9. تدعوا نظرية الاستخدامات و الاشباعات الى الابقاء على النظام السياسي والاقتصادي والثقافي السائد، ودعمه حينما يدعى أن بعض الافراد سيجدون دائما بعض الاشباعات لحوائجهم من أي استخدام لوسائل ألإعلام[1].

إسقاط النظرية على الدراسة :

تظهر العلاقة في أن مواقع التواصل الإجتماعي خاصة موقع الفيسبوك من المصادر التي يعتمد عليها الفرد في عملية اشباع رغباته و حاجاته، ودراستنا تهدف لمعرفة الاشباعات الدينية التي يحققها الفرد من موقع الفيسبوك من خلال التعرض للمنشورات الدينية على إختلافها.

[1] هشام رشدي خير الله، **محاضرات في نظريات الاعلام**، كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، ط1، (د س)، ص 129 و 170

الاطار التطبيقي

الفصل الثاني : الاطار التطبيقي

1. تمهيد
2. التحليل الكمي والكيفي للبيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة.
3. التحليل الكمي والكيفي لانماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك.
4. التحليل الكمي والكيفي لدوافع استخدام الشباب الجزائري لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية.
5. التحليل الكمي والكيفي للاشباعات المحققة من خلال تلقى المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري.
6. الاستنتاجات العامة للدراسة
7. خاتمة

تمهيد

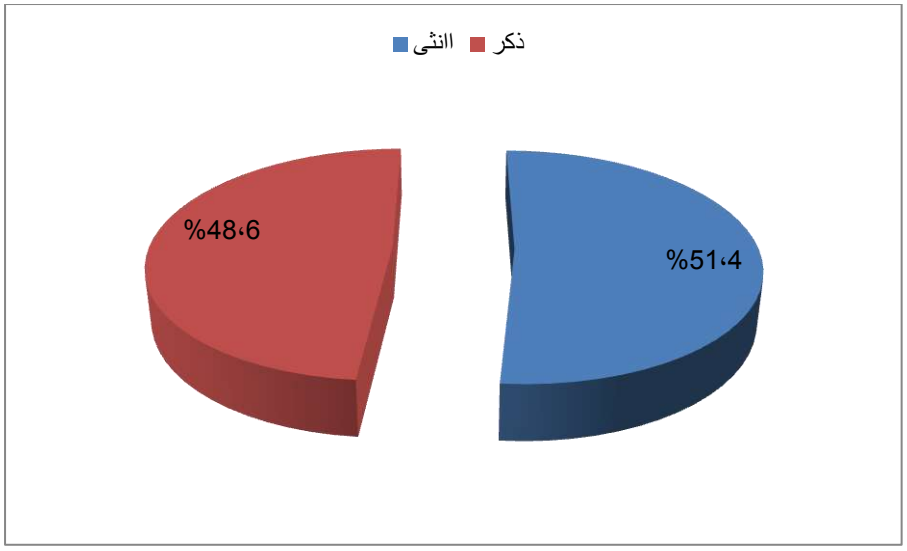
تم في هذا الفصل عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية التي تم الوصول إليها من خلال توزيع إستمارة الإستبيان على عينة من مجتمع الدراسة والتي قدرت بـ 70 مفردة من شباب ولاية ورقلة المستخدمين لموقع الفيسبوك، وبعد ذلك قمنا بتفريغ البيانات، وتحليلها و إستخلاص النتائج العامة، ثم التطرق للنتائج في ضوء التساؤلات الفرعية.

البيانات الشخصية للمبحوثين:

1_ توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس:

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	34	%48,6
أنثى	36	%51,4
المجموع	70	%100

الجدول رقم 1 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



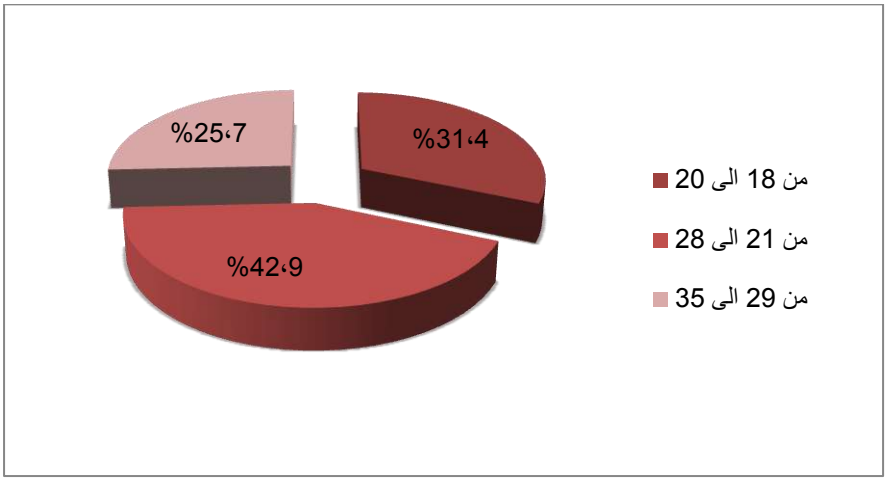
الشكل رقم 1 : يمثل أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

نلاحظ في الجدول و الشكل رقم (1) أن نسبة الإناث كانت أعلى من نسبة الذكور، حيث بلغت نسبتهم بـ 51,4%، أما عن الذكور فقد قدرت بـ 48,6%، حيث حاولنا قدر المستطاع جعل عدد كل من الجنسين متقارب في هذه الدراسة.

2_ توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير السن:

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
من 18 إلى 20	22	%31,4
من 21 إلى 28	30	%42,9
من 29 الى 35	18	%25,7
المجموع	70	%100

الجدول رقم 2 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



الشكل رقم 2 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

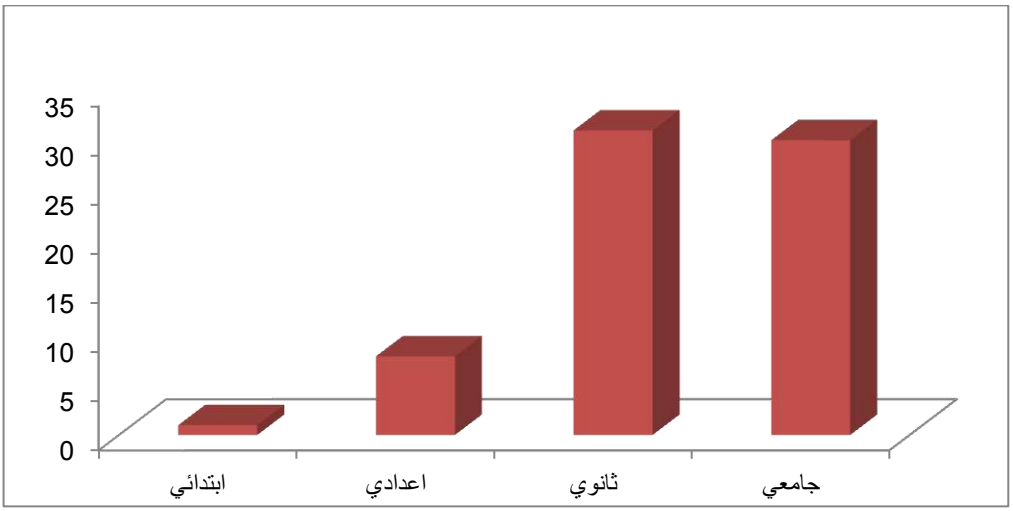
يمثل الجدول و الشكل رقم (2) احصائيات متغير السن، حيث نلاحظ أن نسبة الأفراد المستخدمين لموقع الفيسبوك الذي تتراوح أعمارهم ما بين 18 و20 قدرت بـ نسبة 31,4%، بينما قدرت نسبة الأفراد التي تتراوح أعمارهم مابين 21 و 28 بنسبة 42,9%، و أما عن الأفراد التي تتراوح أعمارهم ما بين 29 إلى 35 سنة فقد قدرت نسبتهم بـ 25,7%، ومنه

نستنتج أن أغلب الأفراد المستخدمين لموقع الفيسبوك حسب عينة الدراسة هم شباب في العقد الثاني من العمر.

3_ توزيع مفردات عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي :

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
ابتدائي	1	%1,4
إعدادي	8	%11,4
ثانوي	31	%44,3
جامعي	30	%42,9
المجموع	70	%100

الجدول رقم (3) : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



الشكل رقم 3 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

يمثل الجدول رقم (3) والشكل البياني رقم (3)، توزيع التكرارات والنسب المئوية للمبحوثين من ناحية مستواهم التعليمي، حيث نلاحظ أن أغلب أفراد العينة لهم مستوى تعليمي ثانوي، حيث قدرت نسبتهم ب 44,3%، و اما في المرتبة الثانية فقد جاء المستوى الجامعي، حيث قدرت نسبتهم بـ 42،9%، وفي المرتبة الثالثة المستوى الاعدادي حيث قدرت نسبتهم بـ 11،4%، وفي الرتبة الاخيرة المستوى الابتدائي حيث قدرت نسبته ب 1،4 %.

ومنه نستنتج أن أغلب الأفراد المستخدمين لموقع الفيسبوك حسب عينة الدراسة لهم مستوى ثانوي، وهذا الإقبال المتزايد راجع لأهمية الفيسبوك في حياتهم.

المحور الأول: أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك:

1. مدى استخدام الشباب لموقع الفيسبوك:

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
اقل من سنة	8	%11,4
من سنة الى 3 سنوات	12	%17,4
اكثر من 3 سنوات	50	%71,4
المجموع	70	%100

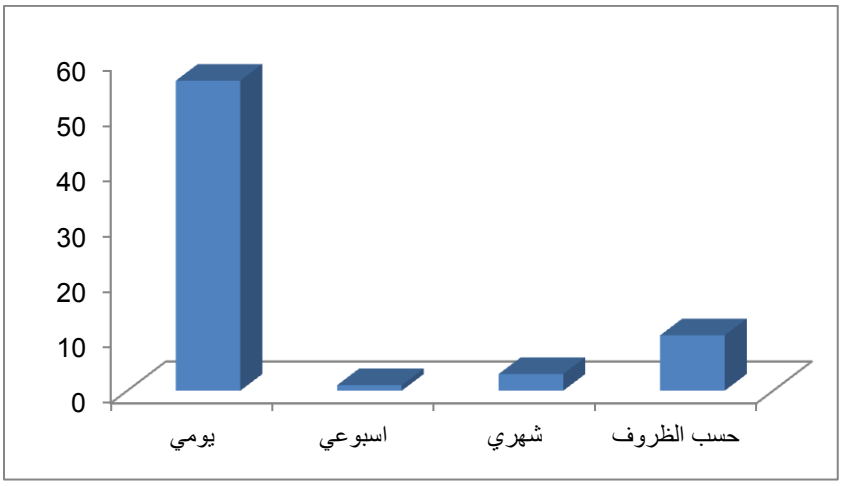
الجدول رقم 4 : يمثل توزيع مفردات عينة الدراسة حسب مدة استخدمهم لموقع الفيسبوك.

من خلال الجدول رقم (4) نجد أن أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك منذ أكثر من ثلاثة سنوات، أي ما يعادل نسبة 71،4% ، وهذا دليل على الإنتشار الواسع الذي حظى به موقع الفيسبوك، وكذلك لأهميته الكبيرة عن المستخدمين، ودليل ذلك تمسك الأفراد بهذا الموقع أي موقع الفيسبوك لمودة طويلة من الزمن تتعدى الثلاث سنوات، ثم تليها فئة من سنة إلى ثلاثة سنوت بنسبة 17،1%، وبهذا فقد إحتلت المرتبة الثانية، وفي الأخير نلاحظ أن نسبة أفراد المستخدمين لموقع الفيسبوك منذ أقل من سنة قدرت نسبتهم بـ 11,4% أي ما يعادل 8 أفراد من عينة مجتمع الدراسة، ومنه فإن أغلب الدراسات السابقة تتوافق مع هذه الدراسة في أن جل الأفراد يستخدمون موقع الفيسبوك منذ مدة طويلة تفوق 3 سنوات.

2_ توزيع مفردات عينة الدراسة حسب شكل استخدامهم لموقع الفيسبوك:

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
يومي	56	%80
اسبوعي	1	%1,4
شهري	3	%4,3
حسب الظروف	10	%14,3
المجموع	70	%100

الجدول رقم 5 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب شكل استخدامهم لموقع الفيسبوك



الشكل رقم 4 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب شكل استخدام موقع الفيسبوك

نلاحظ في الجدول رقم (5) والشكل البياني رقم (4)، أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل يومي حيث قدرت نسبتهم ب 80%، أي ما يعادل 56 فرد من مفردات العينة، حيث نلاحظ أن أغلب الدراسات السابقة التي تطرقنا لها ترى أيضا أن جل الافراد المستخدمين لموقع الفيسبوك يستخدمونه بشكل يومي، وفي المرتبة الثانية نجد أن نسبة 14،3% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك حسب الظروف فقط، وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئتي شهري و أسبوعي، وهذا لأن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت جزء لا يتجزآ من حياتنا اليومية، خاصة موقع الفيسبوك الذي يعتبر من بين أوائل مواقع التواصل الاجتماعي إنتشارا.

3_ معدل الاستخدام اليومي للفيسبوك من قبل أفراد عينة الدراسة

الإجابة	التكرارات	النسبة المؤوية%
اقل من ساعة	15	%21,4
من ساعة الى 4 ساعات	24	%34,3
اكثر من 4 ساعات	31	%44,3
المجموع	70	%100

الجدول رقم 6 : يمثل توزيع أفراد عينية الدراسة حسب معدل الاستخدام اليومي لموقع الفيسبوك

نلاحظ في الجدول رقم(6) أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون موقع الفيسبوك أكثر من 4 ساعات يوميا حيث قدرت نسبتهم بـ 44،3%، أي ما يعادل 31 فرد من مفردات عينة الدراسة، وفي المرتبة الثانية نلاحظ أن 24 فرد من مفردات العينة يستخدمون الفيسبوك من ساعة إلى 4 ساعات فقط في اليوم الواحد أي بنسة 34،3% ، و أخيرا نجد أن فئة المستخدمين للفيسبوك لأقل من ساعة كانت نسبتها قليلة حيث قدرت بـ 21،4% أي ما يعادل 15 فرد من مفردات العينة، ومنه نستنتج أن أغلب الأفراد يستخدمون موقع الفيسبوك بصفة يومية بمقدار أكثر من 4 ساعات يوميا، وهذا راجع للإقبال الكبير الذي شهدته مواقع التواصل الإجتماعي منذ نشأتها، ولما تقدمه من خدمات لمعتمديها. وبمقارنة هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة نجد أنها تتوافق معها، حيث نجد فيهما أن أغلب الأفراد يستخدمون موقع الفيسبوك بنسبة كبير خلال اليوم الواحد.

4_ الوقت المفضل لاستخدام موقع الفيسبوك بالنسبة لأفراد عينة الدراسة

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
في الفترة الصباحية	**13**	**%18،6**
في فترة الظهيرة	**6**	**%8،6**
في الفترة المسائية	**51**	**%72،9**
المجموع	**70**	**%100**

الجدول رقم 7: يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الوقت المفضل لهم لإستخدام موقع الفيسبوك

حيث نلاحظ في الجدول رقم(7) أن أغلب أفراد عينة لدراسة يفضلون استخدام موقع الفيسبوك خلال الفترة المسائية حيث قدرت نسبتها بـ 72،9%، أي ما يعادل 51 فرد مفردات عينة الدراسة المقدرة ب 70 مفردة، وتليها في المرتبة الثانية فئة الفترة الصباحية التي قدرت ب 18،6%، و أخيرا فترة الظهيرة حيث قدرت نسبتها بـ 8،6%.

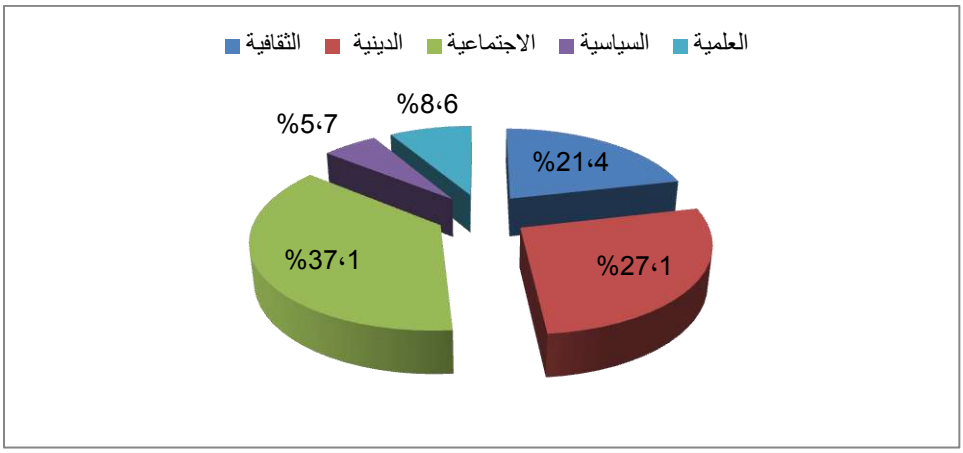
وكما ذكرنا سابقا أن أغلب الأفراد يفضلون تصفح موقع الفيسبوك في الفترة المسائية، وهذا بطبيعة الأمر راجع لتفرغ أغلب الأفراد من الواجبات والأعمال اليومية، عكس الفترة الصباحية وفترة الظهيرة التي يكون أغلب الأفراد منشغلين فيها بالدراسة أو بالعمل ...

وغيرها من الانشغالات الأخرى، وبمقارنة هذه النتيجة مع نتائج دراسات أخرى نجد أنها متوافقة فأغلب الدراسات السابقة حصلت على نفس النتيجة.

5_ طبيعة المواضيع التي تلفت انتباه مستخدمي الفيسبوك حسب افراد عينة الدراسة

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
الثقافية	**15**	**%21،4**
الدينية	**19**	**%27،1**
الاجتماعية	**26**	**%37،1**
السياسية	**4**	**%5،7**
العلمية	**6**	**%8،6**
المجموع	**70**	**%100**

الجدول رقم 8: يمثل توزيع الأفراد حسب المواضيع التي تلفت انتباههم على موقع الفيسبوك



الشكل رقم 5: تمثل توزيع افراد عينة الدراسة حسب طبيعة المواضيع التي تلفت انتباههم على موقع الفيسبوك

نلاحظ في الجدول رقم (8) و الشكل البياني رقم (5) أنه يبين المواضيع التي تلفت إنتباه مستخدم الفيسبوك حسب مفردات عينة الدراسة، فنلاحظ من خلاله أن جل أفراد عينة الدراسة المستخدمين لموقع الفيسبوك يهتمون بالمواضيع الاجتماعية على غرار غيرها من المواضيع الأخرى، فقد قدرت نسبتها بـ 37,1%، أي ما يعادل 26 فرد من مفردات عينة الدراسة، وتليها في المرتبة الثانية المواضيع الدينية التي قدرت نسبتها بـ 27,1% ، وفي المرتبة الثالثة تأتي المواضيع الثقافية بـ21.4%، وتليها العلمية بنسبة 8.6% ، والسياسية بنسة 5.7% .

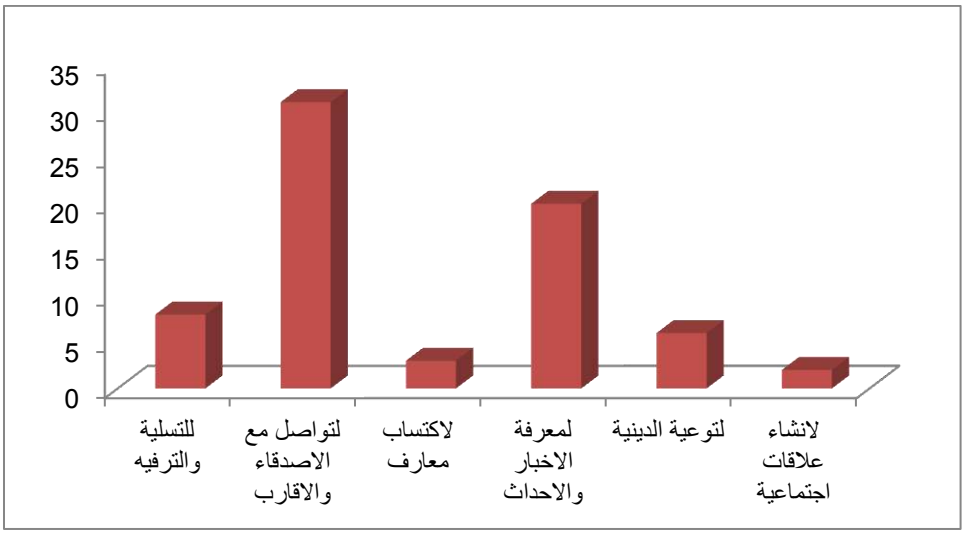
ومنه نستنتج أن أغلب المبحوثين يهتمون بالمواضيع الاجتماعية ، وهذا راجع للأهمية الكبيرة في حياة الأفراد والمجتمعات باعتبارها وسيلة مهمة لمناقشة القضايا الاجتماعية، ومحاولة الوصول لحلول لها .

2.المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب الجزائري لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية.

1_ أسباب استخدام الشباب لموقع الفيسبوك حسب افراد عينة الدراسة

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
للتسلية والترفيه	8	%11.4
لتواصل مع الأصدقاء و الأقارب	31	%44.3
لاكتساب معارف	3	%4.3
معرفة الأخبار والأحداث	20	%28.6
للتوعية الدينية	6	%8.6
إنشاء علاقات جديدة	2	%2.9
المجموع	70	%100

الجدول رقم 9 : يمثل توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الهدف من استخدام موقع الفيسبوك



الشكل رقم 6: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الهدف من استخدام موقع الفيسبوك

نلاحظ من خلال الجدول والشكل البياني أعلاه الذي يمثلان أهداف تصفح ألأفراد لموقع الفيسبوك، حيث لاحظنا ان الاغلبية يستخدمون موقع الفيسبوك بهدف التواصل مع الأصدقاء و الأقارب، وذلك بنسبة 44.3% من العدد الإجمالي لمفردات عينة الدراسة، وفي الرتبة الثانية نجد نسبة 28.6% من المبحوثين يستخدمون الفيسبوك بدافع معرفة الأخبار و الأحداث، ونسبة 11.3% يستخدمونه بدافع التسلية والترفيه، 8.6% يستخدمونه من أجل التوعية الدينية، و4.3% لإكتساب معارف و 2.9% لإنشاء علاقات إجتماعية، وبمناقشة هذي النتائج مع نتائج الدراسات السابقة نجد ان غلب النتائج كانب بأن الدافع الأساسي لإستخدامه هو التواصل مع الأصدقاء و الأقارب، حيث نجد في دراسة الطالبتين "**بوكادرون إيمان و حاج قويدر أسماء**" أن نسبة المبحوثين الذي كانت إجابتهم بـ " التواصل مع الأصدقاء والأقارب" 42,85% من أصل 70 مفردة، وفي دراسة "أمينة طويجيني و

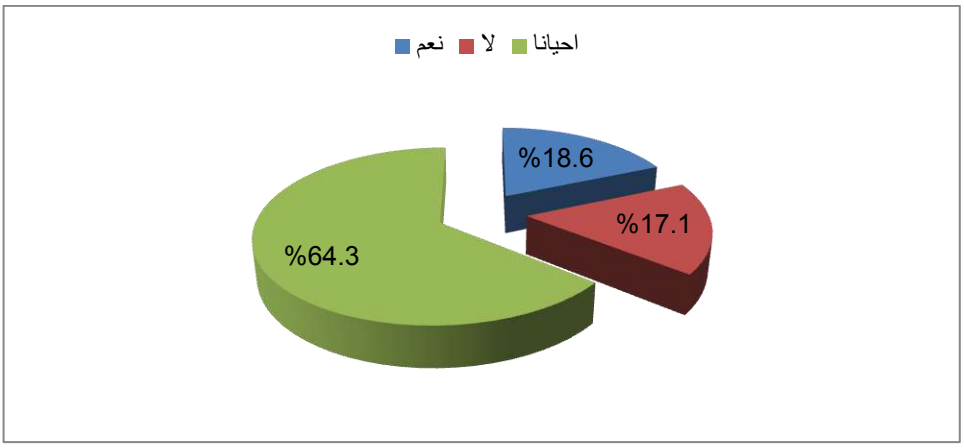
صبرينة بن ساسي" تحصلت أيضا فئة التواصل مع الأهل و الأقارب على نسبة 18,83%، أي ما يعادل 68 فرد من مفردات عينة الدراسة.

ومنه نستنتج أن الدافع الرئيسي لإستخدام موقع الفيسبوك هو التواصل مع الأصدقاء و الأقارب، وهذا حسب دراستنا وبعض الدراسات السابقة التي تطرقنا لها، وهذا راجع لسهولة إستخدامه وكذلك لاحتوائه على كل الأنواع الاتصالية.

2_ تلبية الفيسبوك لحاجيات ورغبات مستخدميه:

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	26	%37.1
لا	6	%8.6
احيانا	38	%54.3
المجموع	70	%100

الجدول رقم 10 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تلبية الفيسبوك لحاجيات ورغبات الأفراد



الشكل رقم 7: دائرة نسبية تمثل افراد العينة حسب تلبية الفيسبوك لحاجيات ورغبات الافراد

من خلال الجدول والشكل البياني نلاحظ أن نسبة 37.1% من المبحوثين أجابوا بنعم أي أن الفيسبوك يلبي حاجياتهم ورغباتهم، و نسبة 54.1% تمثل نسبة الأفراد الذي كانت إجابتهم بأحيانا، وهي تعد أكبر نسبة وهذا لأن الفيسبوك يلبي بعض الاحتياجات والرغبات لديهم، و أما نسبة 8.6% تمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم بالنفي، أي ان الفيسبوك لا يلبي أي احتياجات او رغبات لهم.

ومنه نستنتج أن موقع الفيسبوك قادر على تلبية حاجيات بعض الأفراد و إشباع رغباتهم في بعض الأحيان، وعدم تلبيتها في أن أخر.

3_ ثقة المبحوثين بموقع الفيسبوك

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	13	%18.6
لا	12	%17.1
احيانا	45	%64.3
المجموع	70	%100

الجدول رقم 11: يمثل توزيع الافراد العينة حسب ثقتهم بموقع الفيسبوك

نلاحظ في الجدول نسبة 18.6% كانت اجابتهم بنعم، أي انهم يثقون في المعلومات و الاخبار والمعارف التي تصلهم من خلال موقع الفيسبوك، ونسبة 17.1% من المستخدمين اجابو بعدم ثقتهم بموقع الفيسبوك وهذا لأن الفيسبوك يمنح خاصية النشر و إبداء الرأي لكل الأفراد، وبتالي هناك أفراد يستخدمون هذه الميزة من أجل نشر أخبار و إشاعات ومعلومات كاذبة لا محل لها من صحة، ونتيجة لهذا فأن ثقة الأفراد في موقع الفيسبوك تنقص أو تنعدم، و أما عن نسبة 64.3% فتعبر عن رأي الأغلبية الذين يرون أن موقع الفيسبوك يحظى بثقتهم في حين وبعدمها في حين أخر، وكما ذكرنا سابقا فأن الحرية التي يقدمها الفيسبوك لمستخدميه دفعت ببعض الأفراد إلى إستغلالها بشكل خاطئ، وهذا لا يعني أن الفيسبوك لا يحظى بمصداقية وثقة مستخدميه فهناك من استطاع إستغلال هذه الحرية في

أحسن صورة، وذلك من خلال نشر مواضيع ومعلومات صادقة و من مصدرها الاصلي فتحظى بثقة المتلقين على موقع الفيسبوك.

4_ تأثير الفيسبوك على الافراد

السؤال	الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
هل للفيسبوك تأثير على حياتك؟	نعم	24	%34.3
	لا	11	%15.7
	ربما	35	%50
	المجموع	70	%100
ما هو نوع هذا التأثير؟	ايجابي	50	%71.4
	سلبي	16	%22.9
	لا تأثير له	4	%5.7
	المجموع	70	%100

الجدول رقم 12 : يمثل تأثير الفيسبوك على المستخدمين ونوعه

يمثل الجدول رقم (12) تأثير الفيسبوك على حياة الأفراد، حيث قدرت نسبة الأفراد الذين أجابوا بنعم بنسبة تقدر بـ 34.3%، أي ما يعادل 24 فرد من أفراد العينة، و أما الأفراد الذين كانت إجابتهم بـ لا أي أن الفيسبوك ليس له أي تأثير على حياتهم الخاصة، فقد قدرت نسبتهم بـ 15.7%، و أخيرا نسبة 50% الذي تمثل نسبة الأفراد الذين أجابوا

بربما، أي أنهم غير متأكدين من تأثير وعدم تأثير الفيسبوك عليهم، ومنه نلاحظ أغلب أفراد عينة الدراسة غير متأكدين من تأثير الفيسبوك عليهم، ومنه نستنتج من خلال عدم تأكدهم سببه أن الفيسبوك قد أثر عليهم في بعض الجوانب في حياتهم ولم يؤثر في عليهم من جانب أخر.

يمثل الجدول رقم (12) نوع التأثير الذي يخلفه الفيسبوك على حياة الأفراد، حيث نلاحظ من خلاله أن نسبة 5.7% من الأفراد، أجابوا بأن الفيسبوك لا يؤثر على حياتهم أي تأثير، و نسبة 22.9% تمثل نسبة المبحوثين الذن ترك الفيسبوك في حياتهم تأثير سلبي، وهذا ناتج عن أن بعض الأفراد يستخدمون موقع الفيسبوك بشكل خاطئ، حيث يعود عليهم بالإدمان و الإنعزال عن الحياة الإجتماعية، أو الفساد الأخلاقي، و ضعف النتائج الدراسية، و رغم هذا فإن الفيسبوك ليس له تأثير سلبي دائما، فمن خلال إحصائيات دراستنا لاحظنا أن نسبة المبحوثين الذين يؤكدون أن للفيسبوك له تأثير إيجابي على حيتهم كانت تمثل نصف أفراد العينة المدروسة، حيث قدرت بـ 50%، أي ما يعادل 35 فرد من مفردات عينة الدراسة.

5_ نواحي تأثير الفيسبوك على حياتك

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
دراستك	17	%24.3
عملك	4	%5.7
تفكيرك	9	%12.9
واجباتك الدينية	14	%20
علاقاتك الاجتماعية	23	%32.9
لا تأثير له	3	%4.3
المجموع	70	%100

الجدول رقم 13: يمثل نواحي تأثير الفيسبوك على حياة الشباب الجزائري

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) الذي يمثل النواحي او المجالات التي يؤثر عليها الفيسبوك في حياة الأفراد حيث نجد أن نسبة 24.3% من المبحوثين أثر عليهم موقع الفيسبوك على دراستهم، ونسبة 5.7% تأثير على عملهم، و12.9% على تفكيرهم، كتغير افكارهم نحو اتجاه ما، ونسبة 20% من أفراد عينة الدراسة أثر عليهم الفيسبوك على وأجباتهم الدينية، 32,9% أثر عليهم من ناحية علاقاتهم الإجتماعية.

ومنه نستنتج أن اغلب أفراد عينة الدراسة أثر عليهم موقع الفيسبوك على علاقاتهم الإجتماعية ودراستهم.

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من خلال تلقى المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري.

1_مفهومك لمصطلح التوعية الدينية

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
التزود بالثقافة الدينية	40	%57.1
نشر اتجاه معين حول قضايا دينية	6	%8.6
الإلمام بالمواضيع الدينية	9	%12.9
تقديم نصائح حول الدين	15	%21,4
المجموع	70	%100

الجدول رقم 14: يمثل توزيع الافراد حسب مفهومهم لمصطلح التوعية الدينية

نلاحظ من خلال الجدول رقم أن أغلب المبحوثين يرون أن مفهوم الوعي الديني هو التزود بالثقافة الدينية، بنسبة قدرت بـ 57.1%، وكذلك نجد نسبة 21.4% تقديم نصائح حول الدين، و12.9% الإلمام بالمواضيع الدينية، و8.6% نشر إتجاه معين حول قضايا دينية.

نستنتج أن أغلب المبحوثين يرون أن مفهوم الوعي الديني هو التزود بالثقافة الدينية، حيث تتوافق هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة أخرى، ألا أنه يوجد دراسات تتعارض معاها، حيث ترى مصطلح التوعية الدينة يقصد به تصحيح مفاهيم دينية.

2_ الثقة بالمنشورات الدينية على موقع الفيسبوك

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	23	%32.9
لا	2	%2.9
احيانا	54	%64.3
المجموع	70	%100

الجدول رقم 15: توزيع افراد عينة الدراسة حسب ثقتهم بالمنشورات الدينية على موقع الفيسبوك

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) أن نسبة 32.9% يثقون في المضامين الدينية التي تصل لهم عبر موقع الفيسبوك، ولكن هناك نسبة 2.9% لا يثقون بمضامين الفيسبوك الدينية وتعتبر هذه أقل نسبة، ونسبة 64.3% تمثل المبحوثين الذين ثقتهم مترددة في المضامين الدينية على موقع الفيسبوك لذلك كانت إجابتهم بأحيانا.

ومنه نستنتج أن أغلب المبحوثين ثقتهم مترددة في موقع الفيسبوك، أي أنهم يثقون في بعض المضامين الدينية ولا يثقون في أخرى، وهذا لأن بعض الأفراد تنشر معلومات دينية خاطئة من مصادر مجهولة، وكذلك كما قالنا سابقا فأن الفيسبوك يسمح لأي فرد بالنشر دون خضوعه لآي قيود، وهذا ما يدفع بعض الأفراد لنشر معلومات دينية لا محل لها من الصحة، وبهذا تتزعزع ثقة الأفراد في موقع الفيسبوك، ولكن هذا لا يمنع بالقول أن أغلب

المضامين الدينية التي تصل للمبحوثين عبر موقع الفيسبوك لا تحظى بثقة الأفراد، لأن هناك معلومات دينية على الموقع تحظى بثقة الأفراد المبحوثين لوضوح مصدرها الأصلي.

3_متابعة المبحوثين الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
نعم	70	%100
لا	0	%0
المجموع	70	%100

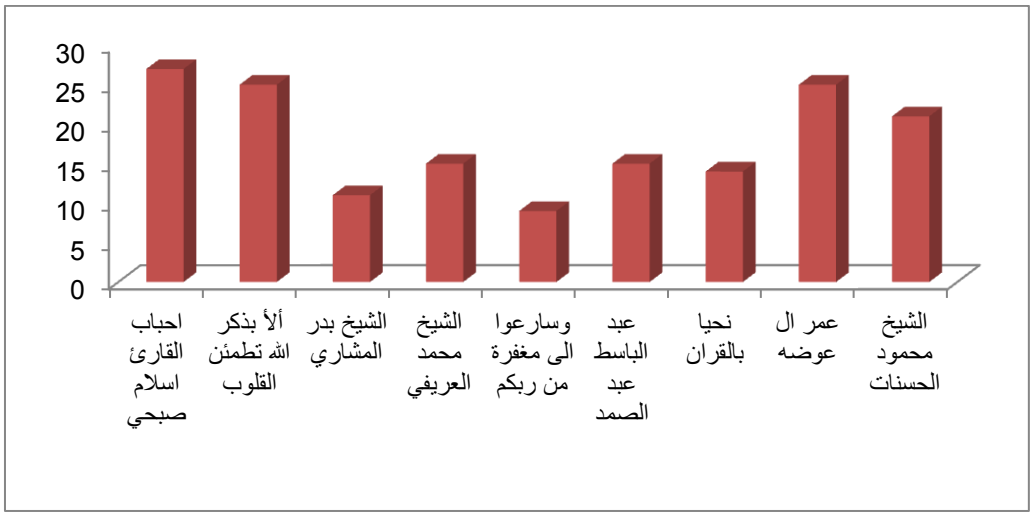
الجدول رقم 16 : يمثل توزيع أفراد عينية الدراسة حسب متابعتهم لصفحات الدينية على موقع الفيسبوك

من خلال الجدول رقم(16) الذي يمثل توزيع المبحوثين حسب متابعتهم لصفحات الدينية على موقع الفيسبوك، حيث نلاحظ أن كل المبحوثين يتابعون الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك، حيث كانت نسبتهم ب 100%، ويعود هذا للانتشار الكبير للصفحات الدينية على موقع الفيسبوك، وهذه نتيجة متوقعة فأغلب الدراسات السابقة لاحظنا من خلالها أن اغلب المبحوثين يتابعون الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك.

4_متابعة المبحوثين لأحد الصفحات الدينية

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
احباب القارئ اسلام صبحي	27	%16.6
ألا بذكر الله تطمئن القلوب	25	%15.4
الشيخ بدر المشاري	11	%6.7
عمر العوضة	25	%15.4
الشيخ محمود الحسنات	21	%12.9
الشيخ محمد العريفي	15	%9.2
وسارعوا الى مغفرة من ربكم	9	%5.5
عبد الباسط عبد الصمد	15	%9.2
نحيا بالقران	14	%8.6
المجموع	162	%100
في هذا السؤال منحة إمكانية اختيار اكثر من اجابة للمبحوثين		

الجدول رقم 17 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة متابعتهم لأحد الصفحات الدينية



الشكل رقم 8: يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متابعتهم للصفحات الدينية

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) والشكل البياني رقم(8) أن أكثر صفحة يتابعها أفراد عينة الدراسة هي صفحة أحباب القارئ إسلام صبحي، وذلك بنسبة مئوية قدرة بـ 16,6%، ثم تتبعها في المرتبة الثانية صفحتي ألا بذكر الله تطمئن القلوب، وصفحة عمر ال عوضة بنسبة 15.4% لكليهما، ثم تأتي في المرتبة الثالثة صفحة الداعية محمود الحسنات بنسبة 12.9%، و صفحتي الشيخ محمد العريفي و صفحة عبد الباسط عبد الصمد بنسبة 9.2% حيث إحتلا المرتبة الرابعة، ثم تبعتهم صفحة نحيا بالقرآن في المرتبة الخامسة بنسبة 8.6%، تليها المرتبة السادسة لصفحة الشيخ بدر المشاري 6.7%، والسابعة لصفحة وسارعوا لمغفرة من ربكم 5.5%.

ومنه نستنتج أن أغلب مفردات عينة الدراسة يتابعون صفحات دينية متنوعة على موقع الفيسبوك، وأن أكثر صفحة يتابعها المبحوثين هي صفحة أحباب القارئ إسلام صبحي، وهو

شاب مصري في مقتبل العمر، بدأ أول مرة بنشره لفيديو له وهو يرتل القرآن الكريم على منصة اليوتيوب، حيث لقى الفيديو اكثر من 50 مليون مشاهد في ظرف سنة [1].

5_اشكال تعرض أفراد عينة الدراسة للمنشورات الدينية على موقع الفيسبوك

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
دائم	29	%41.4
احيانا	41	%58.6
لا اتعرض لها ابدا	0	%0
المجموع	70	%100

الجدول رقم 18 : يمثل توزيع مفردات عينية الدراسة حسب تعرضهم للمنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك

نلاحظ من خلال خلال الجدول رقم (18) الذي يمثل توزيع أفراد عينية الدراسة حسب تعرضهم للمنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك، حيث نلاحظ نسبة 41.4% يتعرضون للمضامين الدينية عبر موقع الفيسبوك بشكل دائم، ونسبة 58.6% من المبحوثين أجابوا باحيانا، أي أنهم يتعرضون في بعض الأحيان فقط للمنشورات الدينة ولا يتعرضون لها في حين أخر، وأخيرا أغلب افراد العينة يتعرضون للمنشورات الدينية ودليل ذلك هو تحصل فئة لا تعرض لها أبدا على نسبة 0%، ومنه نستنتج أن أغلب المبحوثين يتعرضون للمنشورات الدينية، إما بصفة دائمة أو من حين لأخر.

[1] المدونة المنوعة بالفوائد،من هو القارئ اسلام صبحي https://djabwiss.blogspot.com, 25/05/2021, 9:29

6_ نسبة تفاعل ومشاركة المبحوثين للمضامين الدينية على موقع الفيسبوك

السؤال	الاجابة	التكرارات	المجموع
هل تتفاعل مع المنشورات الدينية التي تصلك عبر موقع الفيسبوك؟	نعم	60	%85.7
	لا	4	%5.7
	احيانا	6	%8.6
	المجموع	70	%100
هل تشارك المنشورات الدينية مع أصدقاءك ومجموعاتك عبر حسابك على موقع الفيسبوك؟	نعم	37	%52.9
	لا	7	%10
	احيانا	26	%37.1
	المجموع	70	%100

الجدول رقم 19 : يبين توزيع افراد عينية الدراسة حسب تفاعلهم ومشاركتهم للمنشورات الدينية التي تصل لهم عبر موقع الفيسبوك

يمثل الجدول رقم(19) نسبة المبحوثين الذين يتفاعلون مع المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك، حيث نلاحظ نسبة 85.7% كانت إجابتهم بـ نعم؛ أي أنهم يتفاعلون مع المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك، ونسبة 5.7% من المبحوثين يؤكدون عدم تفاعلهم مع المضامين الدينية التي تصل لهم عبر موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك، بمعنى إنهم لا يتفاعلون معاها بأي شكل من أشكال التفاعل، أما بتعليق أو إعجاب، و أخيرا نسبة

8.6% من أفراد عينة الدراسة كانت إجابتهم بأحيانا أي أنهم يتفاعلون من حين لأخر مع المنشورات الدينية.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يتفاعلون بشكل كبير مع المضامين الدينية عبر موقع الفيسبوك.

وكذلك نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل نسبة الأفراد الذين يشاركون المنشورات الدينية التي تصل إليهم عبر موقع الفيسبوك مع أصدقائهم و مجموعاتهم، وبهذا نجد أن نسبة الأفراد المشاركين للمضامين الدينية التي كانت إجابتهم بـ نعم هي 52.9%، أي ما يعادل 37 فرد من مفردات عينة الدراسة، ونسبة 10% من المبحوثين كانت إجابتهم بـ لا، وفي الأخير نسبة 37.1% من الأفراد كانت إجابتهم بأحيانا.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد عينة الدراسة يشاركون المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك بشكل كبير مع أصدقائهم و مجموعاتهم، ورغم هذا إلا أنه كما لاحظنا في الجدول وجود بعض المبحوثين كانت إجابتهم بالنفي، أي عدم تفاعلهم ومشاركتهم للمنشورات الدينية عبر الموقع.

7_ طبيعة المنشورات الدينية التي تلفت إنتباه المبحوثين:

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية
فيديوهات	35	%50
صور	7	%10
نصوص	28	%40
المجموع	70	%100

الجدول رقم 20 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة المنشورات التي تلفت انتباههم عبر موقع الفيسبوك

نلاحظ من خلال الجدول رقم(20) أن المبحوثين يفضلون المضامين الدينية التي تكون في شكل فيديوهات بنسبة 50%، أي ما يعادل نصف أفراد عينة الدراسة أي 35 فرد، وذلك من أجل متابعة والتفاعل ومشاركة المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك، ثم تتبعها النصوص بنسبة 40%، ثم الصور بنسبة قليلة قدرت بـ 10% فقط، ومنه نستنتج أن أغلب المبحوثين حسب عينة الدراسة أنهم يميلون للفيديوهات الدينية، وهذا لأنها تأثر فيهم أكثر من الوسائط الأخرى، وفي دراسات أخرى نجد أن أغلب المبحوثين يميلون إلى المنشورات الدينية التي تكون على شكل نصوص، وبذلك لا يمكننا تحديد طبيعة المنشورات الدينية الملفتة للإنتباه، فكل فرد يتبع الخاصية التي تشبع حاجاته ورغباته.

8_ مجالات المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك التي تلفت إنتباه المبحوثين

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية %
فتاوى	14	%20
القرآن الكريم	17	%24.3
احاديث نبوية	3	%4.3
قصص دينية	23	%32.9
قضايا فقهية	6	%8.6
ادعية و اذكار	7	%10
المجموع	70	%100

الجدول رقم 21 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مجالات المنشورات الدينية التي تلفت إنتباههم

نلاحظ من خلال الجدول رقم (21) أن المبحوثين يفضلون القصص الدينية بنسبة 32.9%، ثم يتبعها في الرتبة الثانية القرآن الكريم بنسبة 24.3% من أفراد عينة الدراسة، ثم الفتاوى بنسبة 20%، و الأدعية و الأذكار بنسبة 10%، القضايا الفقهية بنسبة 8.6%، و أخيرا الأحاديث النبوية بنسبة 4.3%.

ومنه نستنتج أن أغلب المبحوثين يفضلون القصص الدينية، وهذا لأنها ليست سرد لتاريخ أشخاص أو حياتهم، بل المراد منها أن تكون عبرة للأفراد، ليقتدوا بها، فهي تمثل وقائع لأشخاص، مثل قصص التائبين والقصص النبوية.

9_المنشورات الدينية تمنح معارف دينية للمبحوثين أم لا؟

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	56	%80
لا	0	%0
احيانا	14	%20
المجموع	70	%100

الجدول رقم 22 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المعارف الدينية التي تمنحها لهم المنشورات الدينية

نلاحظ من خلال الجدول رقم(22) أن المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك تمنح المبحوثين معارف جديدة، حيث نجد أن أغلب المبحوثين كانت إجابتهم بنعم وذلك بنسبة قدرت بـ80%، أي أن المنشورات الدينية تمنح معارف دينية للمبحوثين بنسبة كبيرة، ومن خلال ملاحظتنا نجد أن نسبة الأفراد الذي كانت إجابتهم بـ لا قدرت بـ 0%، وهذا دليل على أن أغلب المضامين الدينية تمنح مستقبليها معارف، و أخيرا فإن نسبة 20% كانت إجابتهم بأحيانا، أي أن المضامين الدينية تمنحهم معارف من حين لأخر.

10_ المنشورات الدينية غيرت معارف سابقة للمبحوثين أم لا

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	41	%58.6
لا	5	%7.1
احيانا	24	%34.3
المجموع	50	%100

الجدول رقم 23 : يمثل تغيير المنشورات الدينية لمعارف سابقة عند المبحوثين

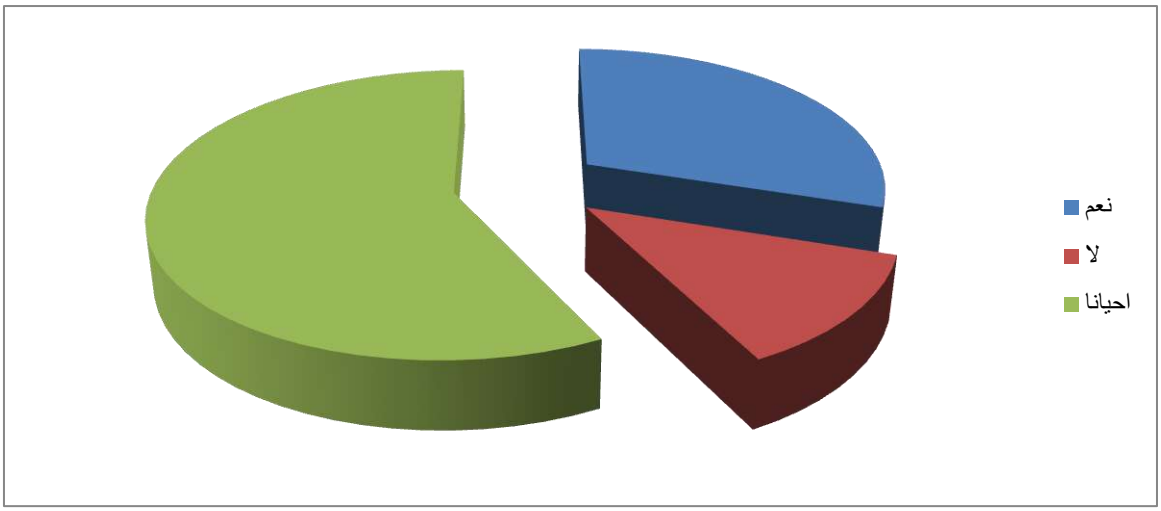
نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) أن نسبة كبيرة من افراد عينة الدراسة ساهم الفيسبوك في عملية تغيره لمعارف دينية سابقة لديهم، حيث نجد أن نسبة 58,6% من المبحوثين كانت إجابتهم بنعم، و نسبة 7,5% كانت إجابتهم بـ لا، و نسبة 34.3% كانت إجابتهم بأحيانا.

ومنه نستنتج أن جل المبحوثين ساهم الفيسبوك في تغير معارف دينية سابقة لديهم، وذلك من خلال تصحيحه لمعلومات دينية خاطئة كانت في حوزتهم.

11_هل المنشورات الدينة على موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية أم لا؟

الاجابة	التكرارات	النسبة المئوية%
نعم	24	%34.3
لا	10	%14.2
احيانا	36	%51.4
المجموع	70	%100

الجدول رقم 24 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصداقية المنشورات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك



الشكل رقم 9 : يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مصداقية المنشورات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) والشكل البياني رقم (9) أن نسبة 34.3% من المبحوثين يرون أن المنشورات الدينية التي تنشر عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك تحظى بالمصداقية، ولكن هنالك نسبة أخرى من المبحوثين قدرت بـ 14.2% ترى أن

المنشورات الدينية عبر الفيسبوك لا تحظى بأي مصداقية، وكذلك نلاحظ أن أغلب المبحوثين عينة الدراسة أنهم يرون أن هنالك بعض المنشورات تحظى بالمصداقية، ومنشورات أخرى لا تحظى بها.

ونتيجة لذلك يمكننا القول بأن المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية من حين لأخر، وكما ذكرنا سابقا فإن هذا ناجم عن الإستغلال الخاطئ لموقع الفيسبوك.

6. النتائج العامة للدراسة:

1) أغلب مستخدمي موقع الفيسبوك من الشباب الجزائري حسب هذه الدراسة هم من جنس أنثى حيث تتراوح اعمارهم مابين 21 سنة الى 28 سنة، أي انهم في العقد الثاني من العمر، واغلبهم لديهم مستوى تعليمي ثانوي.
2) نستنتج من هذه الدراسة أن أغلب الشباب الجزائري يستخدم موقع الفيسبوك منذ اكثر من ثلاثة سنوات، وهذا نتيجة لسهولة استخدامه والميزات التي يتميز بها هذا الموقع.
3) الشباب الجزائري يستخدم موقع الفيسبوك بشكل يومي، بما يعادل أكثر من 4 ساعات في اليوم الواحد، وهذا أمر عادي جدا لأن مواقع التواصل الإجتماعي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة الإنسان.
4) أغلب الشباب يفضلون تصفح موقع الفيسبوك في الفترة المسائية، حسب احصائيات هذه الدراسة، وذلك لأن الفترة المسائية تعتبر فترة راحة لعامة الناس، حيث يجرد الفرد فيها من أغلب الخدمات و الأعمال اليومية، فبتالي فهي تعتبر وقت فراغ.
5) المواضيع الاجتماعية، والدينية، والثقافية، هي أكثر المواضيع التي تلفت إنتباه الشباب المستخدم لموقع الفيسبوك، على غرارها من المواضيع الأخرى.
6) يهدف الشباب الجزائري حسب هذه الدراسة من خلال موقع الفيسبوك الى التواصل مع الاصدقاء و الأقارب، وبتالي فهو يحقق الوظيفة الأساسية لموقع الفيسبوك، وهي وظيفة الاتصال.

7) أغلب الشباب الجزائري يرى أن موقع الفيسبوك له دور كبير في تلبية حاجيات ورغبات الأفراد من جين لأخر، ومن بين هذا الاحتياجات نجد حاجة الاتصال ولتواصل.

8) أغلب الشباب الجزائري حسب عينة هذه الدراسة لهم ثقة في موقع الفيسبوك، إلا أن هذه الثقة يمكن أن تختفي من حين لأخر.

9) للفيسبوك تأثير على أغلب الشباب الجزائري حسب هذه الدراسة، وهذا التأثير كان بشكل إيجابي بنسبة كبيرة.

10) للفيسبوك تأثير كبير على الشباب الجزائري من ناحية علاقاتهم الإجتماعية، من ناحية اكتسابهم لمعارف أصدقاء جدد، تربطهم نفس الاهتمامات و المصالح، وكذلك من ناحية واجباتهم الدينية، وكذلك من ناحية دراساتهم، حيث يسهل الفيسبوك عليهم عملية التواصل مع زملائهم في الدراسة، وكذلك التواصل مع الأساتذة، ولكن لا يمكننا القول أن هذا التأثير دائما إيجابي، فيمكن أن يكون سلبي مثل إهمال دراستهم، و إنشاء علاقات صداقة مع اشخاص مجهولين يدفعونهم نحو مشاكل غير متوقعة.

11) أغلب الشباب حسب هذه الدراسة يرون أن مصطلح التوعية الدينية يعني التزود بالثقافة الدينية.

12) أغلب المضامين الدينية التي تنشر على موقع الفيسبوك، تحظى بثقة المتلقى من حين لأخر.

13) أغلب الشباب الجزائري يتابعون الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك.

14) صفحة القارئ إسلام صبحي على موقع الفيسبوك، من بين أكثر الصفحات الدينية متابعة من قبل الشباب الجزائري، وذلك حسب إحصائيات هذه الدراسة، تليها صفحة ألا بذكر الله تطمئن القوب، وصفحة عمر ال عوضة.

15) أغلب الشباب يتفاعل ويشارك المنشورات الدينية التي يتلقاها عبر موقع الفيسبوك مع اصدقائه ومجموعاته.

16) أغلب الشباب الجزائري حسب هذه الدراسة يملون للمضامين الدينية التي تكون على شكل فيديوهات، لأنها تأثر عليهم بشكل كبير، ثم تليها النصوص المكتوبة.

17) القصص الدينية من أكثر مضامين المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك التي تلقى إهتم كبير من قبل الشباب الجزائري، وذلك لأنها تقدم عبرة للمتلقي.

18) المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك تمنح المتلقين من الشباب معارف دينية جديدة حسب إحصائيات هذه الدراسة.

19) أغلب مستخدمي موقع الفيسبوك من الشباب يعتقدون أن المضامين الدينية التي يتلقونها من موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية من حين لأخر.

مناقشة النتائج على ضوء الاسئلة الفرعية:

بعد قيمنا بعملية تفريغ وتحليل البيانات تمكنا من الوصول إلى بعض النتائج المتعلقة بدراستنا التي تهدف بدورها الى معرفة وتحديد دور موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب، التي تم تطبيقها على عينة من الشباب الجزائري، تحديدا شباب ولاية ورقلة، وبهذا سنقوم الأن بتحليل وتفسير النتائج على ضوء الأسئلة الفرعية التي تم اعتمادها في هذه الدراسة.

حيث بينت النتائج فيما يتعلق بسؤال الأول الذي يتمحور حول **ما هي أنماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك**، حيث نلاحظ أن الشباب الجزائري يستخدم موقع الفيسبوك بنسبة كبيرة منذ أكثر من ثلاثة سنوات، بشكل يومي بما يعادل 4 ساعات يوميا، وهذا لسهولة إستخدامه، وقلة تكلفته وهذه الميزة هي التي منحت موقع الفيسبوك هذا الإنتشار الواسع، وجعت الأفراد يتمسكون به كل هذا الوقت الطويل، وهذا لأنه يحقق لهم العديد من الإشباعات مثل الدراسة، التواصل، وقد تبين لنا أن أغلب الشباب المستخدم لموقع الفيسبوك إعتمده من أجل التواصل وبهذا فقد حقق الوظيفة الأساسية لموقع الفيسبوك وهي التواصل.

و أما عن التساؤل الثاني الذي يتعلق بمعرفة **دوافع استخدام الشباب لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية**، حيث تبين لنا أن الشباب يستخدمها بدافع اكتساب معارف دينية جديدة، وكذلك من بهدف تصحيح معرف دينية خاطئة لديهم، أي يستخدمونها بدافع اشباع رغباتهم وحاجاتهم الدينية.

و فيما يخص التساؤل الثالث الذي يتمحور حول **معرفة الاشباعات المحققة من خلال تلقي المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري**، تبين لنا من خلال هذه الدراسة أن الاشباعات المحققة من خلال المنشورات الدينية التي يتفاعل ويشاركها الأفراد مع اصدقائهم، حيث تشبع هذه المنشورات إحتياجاته الدينية فتكسبه معارف جديدة تنمي رصيده المعرفي الديني، ومنه نستنتج أن الفيسبوك يعتبر وسيلة من الوسائل التي يعتمد عليها الأفراد في عملية إشباعهم لرغباتهم الدينية، و يتم ذلك من خلال متابعتهم للصفحات الدينية والتفاعل مع منشوراتها ومشاركتها، حيث لاحظنا أن أغلب المستخدمين يميلون للمنشورات الدينية التي تكون في شكل فيديوهات، وذلك لأنها تأثر فيهم بشكل كبير على غرار غيرها من الوسائط الأخرى كالصور، النصوص...، وأغلب المضامين الدينية التي تلفت انتباههم هي القصص الدينية و القرآن الكريم.

خاتمة

خاتمة

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي جزء لا يتجزء من حياة الأفراد، فقد اعتمد عليها الفرد في كل جوانب حياته، وبما أننا في بلد مسلم فهناك بعض الأفراد كان لهم إهتمام بالجانب الديني والتوعية له، وزيادة نسبة التوعية ومقدار التفاعل معه، تم اعتماد موقع الفيسبوك،

ومن خلال دراستنا الي تدور حول دور موقع الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة، أردنا معرفة العلاقة بين موقع الفيسبوك والوعي الديني، وذلك من خلال معرفة الدور موقع الفيسبوك في عملية نشر الوعي الديني، ومعرفة نسبة تفاعل ومشاركة الأفراد للمضامين الدينية التي تصل لهم عبر موقع الفيسبوك، و قد كان إهتمامنا موجه للجانب الديني وهذا لأن الدين يعتبر محور الحياة، فالوعي الديني يحقق الاستقرار النفسي والإجتماعي لحياة الأفراد، كما يساعدهم على القيام بالسلوك الديني الصحيح.

وقد إستخلصنا من هذه الدراسة العديد من النتائج، إلا أنه لا يمكننا القول أننا تعرفنا في هذه الدراسة على كل الدور الذي يقوم به الفيسبوك في نشر الوعي الديني، فهذه الدراسة تعتبر حلقة من حلقات البحث المتواصلة التي تهدف لمعرفة الدور الذي يقوم به موقع الفيسبوك في نشر التوعية الدينية في وقتنا الراهن.

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

أولا: المصادر والراجع العربية:

1/القرآن الكريم

1. سورة المائدة الأية 48

2. سورة الحاقة الأية 12

3. سورة الانشقاق الأية 23

4. سورة النحل الأية 44

5. سورة ابراهيم الأية 4

2/المعاجم

1. ابن منظور، **لسان العرب**، دار المعارف ، مصر القاهرة، ط1، (دون سنة)

2. زين الدين الرازي، مختار الصحاح، دار الكتاب العربي، بيروت، ط3، 1981

3. لويس معلوف، المنجد في اللغة، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، ط 19

4. مجد الدين الفيروزآبادي، قاموس المحيط، مؤسسة الرسالة ، بيروت لبنان، ط 8، 2005

5. المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية ، القاهرة، ط 5، 2011

3/الكتب باللغة العربية:

1. إعداد مركز المحتسب للإستشارة، دور مواقع التواصل الاجتماعي في الاحتساب –توتير نموذجا –، دار المحتسب، السعودية الرياض، ط1، 1438ه
2. بسام عبد الرحمان المشابقة، نظريات الإتصال،دار أسامة، الاردن عمان (ب ط)، 2015
3. بشير العلاق، نظريات الاتصال في المنظمات العامة بين النظرية والممارسة، دار اليازوري العلمية، ط1، (د س)
4. ثروة محمد عبد المنعم، مدخل حديث للإحصاء والاحتمالات، مكتبة العبكيان، الرياض، ط3، 2011.
5. حسان احمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، مصر، ط1، 2017
6. حيدر عبد الكريم الزهيري، منهاج البحث التربوي، مركز الديون لتعليم التفكير، ط1، 2017.
7. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث العلمي ، دار الكتاب الجامعي ، الامارات،، ط1 2017.
8. سمير بن هاشم العبيدي، منهج السلف في الصفات الإلهية، دار الكتاب ومكتبة، العراق،(د ط)، (د س).
9. سناء محمد سليمان، ادوات جمع البيانات في البحوث النفسية والتربوية، عالم الكتاب، القاهرة مصر، ط1، .2010

10. السيد محمد إبراهيم سعد، المخطط التعليمي دوره في ربط البحث بصنع السياسة التعليمية،(سلسلة التربية والمستقبل العربي)، مكتبة الانجلو المصرية، مصر، (د ط)، 2011،
11. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مؤسسة طيبة، القاهرة ط1، 2011، 2009
12. عامر قنديلجي، االبحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكتروني، دار البازوري العلمية ، عمان، ط1، 1999
13. عامر مصباح، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2 ،2011
14. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي ، وكالة المطبوعة، الكويت،ط3، 1977
15. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرون، دار اليازوري العلمية، ط1، 2016
16. عبد الغني العمراني، دليل الباحث الى اعداد البحث العلمي، دار الكتاب العلمي، صنعاء، ط2، 2012
17. كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، الجامعة الإفتراضة السورية ،سورية،(ب ط)، 2020
18. ليلى احمد جرار، الفيسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، الكويت، ط1، 2012
19. ماجد فاضل الزبون، الإعلام وثقافة التفكيك، دار العربي، القاهرة، ط2013،1

20. محمد الخضر و عبد الحميد الخليل، مناهج البحث العلمي، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، (د ط)،(د س)

21. محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام؟ دراسة في النظريات والاساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، العسودية، ط1998،2

22. محمد جاسم حسن الخفاجي، روسيا ولعبة الهيمنة على الطاقة: رؤية في الادوار والاستراتيجية، دار امجد، عمان، ط2018،1

23. محمد حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العلمية، الهرم، ط1، 2003

24. محمد خيرت يوسف، مؤشرات التقييم الإعلامي، ،مؤسسة طيبة،القاهرة، ط1، 2015

25. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، علم الكتاب، القاهرة، ط1، 2000

26. محمد على ابو العلا، نظريات الاتصال المعاصرة في ضوء تكنولوجيا الاتصال والعولمة، دار العلم والايمان، ط1، 2013

27. محمود احمد درويش، مناهج البحث في العلوم الانسانية، مؤسسة الامة العربية ، مصر، ط1، 2018

28. مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000

29. موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم ألانسانية تدريبات علمية، ترجمة بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة، الجزائر،، ط2، 2004\2006

30. نجاة عيسى حسن إنصورة، اساسيات وأصول علم النفس، دار كنوز، مصر، ط1، 2015

31. نخبة من اساتذة قسم علم الاجتماع، المرجع في مصطلحات العلوم الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية مصر، (د ط)، (د س)

32. نسمة إمام سليمان، لغة التلفزيون وأثارها على الطفل، دار العربي، القاهرة ، ط1، 2019

33. هشام رشدي خير الله، محاضرات في نظريات الاعلام، كلية التربية النوعية جامعة المنوفية، ط1،(د س)

4 / الاطروحات والرسائل الجامعية

1. اسماء عمامرة، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في التوعية الدينية –الفيسبوك نموذجا دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة الشهيد حما لخضر الوادي،"2017/2016، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة وإعلام واتصال، معهد العلوم الإسلامية، قسم اصول الدين، جامعة الشهيد حما لخضر الوادي.

2. امينة طويجيني و صبرينة ساسي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين _الفيسبوك نموذجا_ دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة ام البواقي،2016/2015، مذكرة نيل شهادة الماجستير، في علوم

الإعلام و الاتصال تخصص سمعي بصري، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الانسانية والعلوم ألاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.

3. بوكدرون ايمان وحاج قويدر اسماء، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلاب_الفيسبوك نموذجا_، 1017/2018، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الاعلام اجديد، شعبة علوم الاعلام ولاتصال، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانسة والاجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة

4. عربي دلال تحت عنوان "تأثير الفيسبوك على قيم الاخلاقية الطالب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية على طلبة جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، 2016/2015،مذكرة نيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامه، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي.

5. عمارة دبار" بعنوان" مواقع التواصل الاجتماعي واثرها في التوعية الدينية –الفيسبوك نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد العلوم الاسلامية بجامعة الوادي، 2019/2018، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم ألإسلامية، تخصص دعوة وإعلام، معهد العلوم الإسلامية، قسم اصول الدين، جامعة الشهيد حما لخضر الوادي

5/المجلات

1. جاب الله عائشة، التلفزيون و المعاق سمعيا دراسة ميدانية من منظور نظرية الاستخدامات و الاشباعات، مجلة دراسات وابحاث، العدد 1 جانفي 2020، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
2. الشراح يعقوب 2016، الوعي ألزائف، مجلة الرأي 04/2021/16:27 WWW.alraimedia.com/30/
3. مصطفى علي السيد عبد النبي، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات، المجلة المصرية للدراسات المتخصصة، العدد 23، يوليو 2019، كلية التربية النوعية، جامعة عين الشمس، مصر.
4. عبد الحفيظ معوشة و الهاشمي لوكيا، الميول الانتحارية وعلاقتها بتقدير الذات لدى الشباب، دراسة ميدانية بدار الثقافة و دور الشباب بمدينة باتنة، مجلة ابحاث نفسية وتربوية، العدد 4 ديسمبر 2011، مخبر التطبيقات النفسية و التربوية، جامعة منوري، قسنطينة.

ثانيا: المراجع والمصادر الأجنبية

1. Michael Alozie Nwala Isaac Tamunobelema, the Social Media and Language Use: the Case of Facebook, Advances in Language and Literary Studies, Volume 10, Issue 4, JULY

2019, Department of English Studies, University of port Harcourt, Nigeria.

ثالثا:مواقع الإلكترونية

1_طه الراوي،**دور الذكاء الاصطناعي في تربع فيسبوك على عرش شبكات التواصل**،https://WWW.noonpost.com,15/06/2021/10:56

2_محمد مروان، ما هو الوعي، موضوع

https://mawdoo3.com.30\04\2021,15:40

3_المدونة المنوعة بالفوائد،من هو القارئ اسلام صبحي

https://djabwiss.blogspot.com, 25/05/2021, 9:29

الملاحق

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري

(دراسة ميدانية على عينية من شباب ولاية ورقلة)

أنا طالبة في قسم علوم الإعلام واتصال أقوم ببحث في إطار التحضير لشهادة الماجستير تخصص اتصال جماهيري ووسائط متعددة، ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة أرجو منكم التكرم بالإجابة على مجموعة الأسئلة التي تتضمنها الإستمارة بكل دقة بعد القراءة المتأنية لها، وليكن في علمكم أن بيانات هذه الإستمارة سرية ولن يتم اعتمادها إلا لغرض البحث العلمي فقط.

شكرا لكم مسبقا

من إعداد الطالبة **تحت اشراف**

محمدي نسرين **د.تومي فضيلة**

السنة الدراسية 2021/2020

البيانات الشخصية المتعلقة بعينة الدراسة:

1 - الجنس ذكر ☐ أنثى ☐

2 - السن

من 18الى 20 ☐ من 21 الى 28 ☐ من 29 الى 35 ☐

3 - المستوى التعليمي

ابتدائي ☐ اعدادي ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

المحورالاول: انماط وعادات استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك:

1-منذ متى تستخدم موقع الفيسبوك؟

اقل من سنة ☐ من سنة الى 3 سنوات ☐ اكثر من 3 سنوات ☐

2- هل تستخدم موقع الفيسبوك بشكل ؟

يومي ☐ أسبوعي ☐ شهري ☐ حسب الظروف ☐

3-اذا كانت من مستخدمي موقع الفيسبوك بشكل يومي فما هو معدل استخدامك له في اليوم الواحد؟

اقل من ساعة ☐ من ساعة الى 4 ساعات ☐ اكثر من 4 ساعات ☐

4-في أي وقت تفضل تصفح حسابك على موقع الفيسبوك؟

في الفترة الصباحية ☐ في فترة الظهيرة ☐ في الفترة المسائية ☐

5-ما هي طبيعة المواضيع التي تلفت انتباهك على موقع الفيسبوك؟

الثقافية ☐ الدينية ☐ الاجتماعية ☐ السياسية ☐ العلمية ☐

المحور الثاني: دوافع استخدام الشباب الجزائري لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية.

1-لماذا تستخدم موقع الفيسبوك؟

- للتسلية والترفيه ☐
- لتواصل مع الأصدقاء و الأقارب ☐
- لاكتساب معرف ☐
- معرفة الأخبار والأحداث ☐
- لتوعية الدينية ☐
- إنشاء علاقات جديدة ☐

2-هل تعتقد ان موقع الفيسبوك يلبي احتياجاتك ورغباتك؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

3-هل تثق في المعلومات والأخبار التي تصل اليك عن طريق موقع الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

4-هل للفيسبوك تأثير على حياتك؟

نعم ☐ لا ☐ ربما ☐

5-اذا كانت إجابتك بنعم فما هو نوع هذا التأثير؟

إيجابي ☐ سلبي ☐ لا تأثير له ☐

6-هذا التأثير اثر عليك من أي ناحية؟

دراستك ☐ عملك ☐ تفكيرك ☐ علاقاتك الاجتماعية ☐

واجباتك الدينية ☐ لا تأثير له ☐

المحور الثالث:الاشباعات المحققة من خلال تلقى المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري.

1-ما هو مفهومك لمصطلح "التوعية بالدين"؟

- التزود بالثقافة الدينية ☐
- نشر اتجاه معين حول قضايا دينية ☐
- الإلمام بالمواضيع الدينية ☐
- تقديم نصائح حول الدين ☐

2-هل تثق بالمنشورات الدينية المنشورة عبر موقع الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

3-هل تتابع بعض الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

4-اذا كان جوابك "بنعم" هل تتابع احد هذه الصفحات الدينية (إمكانية اختيار أكثر من إجابة) ؟

- احباب القارئ اسلام صبحي ☐
- ألا بذكر الله تطمئن القلوب ☐
- الشيخ بدر المشاري ☐
- الشيخ محمد العريفي ☐

- وسارعوا الى مغفرة من ربكم ☐
- عبد الباسط عبد الصمد ☐
- نحيا بالقران ☐
- عمر ال عوضه ☐
- الشيخ محمود الحسنات ☐

أخرى اذكرها .....

5-هل تتعرض للمنشورات الدينية بشكل؟

دائم ☐ احيانا ☐ لا اتعرض لها ابدا ☐

6-هل تتفاعل مع المنشورات الدينية التي تصل اليك عبر موقع الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐

7-هل تشارك المنشورات الدينية مع أصدقاءك ومجموعاتك عبر حسابك على موقع الفيسبوك؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

8-ما هي طبيعة المنشورات الدينية التي تلفت انتباهك على موقع الفيسبوك؟

فيديوهات ☐ صور ☐ نصوص ☐

9-ما هي مجالات المنشورات الدينية التي تلفت انتباهك عبر موقع الفيسبوك؟

فتاوى ☐ القران الكريم ☐ أحاديث نبوية شريفة ☐

قصص دينية ☐ قضايا فقهية ☐ أدعية و أذكار ☐

10-هل المنشورات الدينية على موقع الفيسبوك تمنحك معارف دينية؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

11-هل المنشورات الدينية على موقع الفيسبوك غيرت أفكارك نحو معارف دينية سابقة ؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

12- هل ترى أن المنشورات الدينية التي تتعرض لها عبر موقع الفيسبوك تحضا بالمصداقية؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐