

قاصدي مباح - ورقة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: العلوم الإنسانية والاجتماعية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال جماهيري والوسائط جديدة

مقدمة من طرف:

مداني السعيد

وذران ياسين

الموضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى

الطلبة الجامعيين (الانستغرام أنموذجا)

دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مباح - ورقة -

تاريخ المناقشة: ...../...../2023

لجنة المناقشة مكونة من السادة:

رئيسا...../

أ / صانع رابع .....(أستاذ مساعد أ، جامعة ورقلة)..... مشرفا ومقررا

مناقشا...../

السنة الجامعية: 2022-2023

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم الإنسانية والاجتماعية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال جماهيري والوسائط جديدة

مقدمة من طرف:

مداني السعيد

وذران ياسين

الموضوع:

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى

الطلبة الجامعيين (الانستغرام أنموذجا)

دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح - ورقلة -

تاريخ المناقشة: ...../...../ 2023

لجنة المناقشة مكونة من السادة:

رئيسا...../

أ / صانع رابع .....(أستاذ مساعد أ، جامعة ورقلة)..... مشرفا ومقررا

مناقشا...../

السنة الجامعية: 2022-2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر وعرافان:

بعد أن من الله علينا بإنجاز هذا العمل، فإننا نتوجه إليه سبحانه وتعالى أولاً وأخيراً بجميع ألوان الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به فوفقنا إلى ما نحن فيه راجين منه دوام نعمه وكرمه، وانطلاقاً من قوله صلى الله عليه وسلم: «من لا يشكر الناس لا يشكر الله»، فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرافان إلى الأستاذ المشرف "صانع رابح"، على إشرافه على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذله معنا، وعلى نصائحه القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فله منا فائق التقدير والاحترام، كما نتوجه في هذا المقام بالشكر الخاص لأساتذتنا الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي ولم يبخلوا في تقديم يد العون لنا وندين بالشكر أيضاً إلى كل الطلبة الجامعيين "طلبة علوم الإعلام والاتصال الذين ساعدونا من خلال تقديم جميع التسهيلات والإجابة عن الاستبيان لجمع المعلومات المقدمة من طرفهم لإنجاز هذا البحث.

وفي الختام نشكر كل من ساعدنا وساهم في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة عطرة

## الإهداء:

اللهم لك الحمد ولك الشكر كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك،

والصلاة والسلام على الموصوف بالتقدم والأولية المنتقل في الغرر الكريمة والحباه

الله زينه بالحسن فهو حسن \* لما لمولاه في كل الأمور ركن

أوى إلى الله في سر له وعلن \* لا يبتغي من ديار الموت منذ سكن

سوى الحلال لقوت أو لستر بدن \* وكيف تدعوا إلى الدنيا ضرورة من

لولاه لم تخلق الدنيا من العدم \* صلوات ربي وسلامه عليه

أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى

كل من الوالدين الكريمين أبي الغالي وأمي الحنونة، وإلى أبي الروحي فضيلة الشيخ مسعود

بالمسعود حفظه الله ورعاه، وإلى كل الإخوة والأخوات وكذا أبناء عمي،

وإلى أغلى الأحباب وأصدقاء الدراسة التي جمعتني بهم الأيام، وأخص بالذكر كل من موسى عبد

الباسط، الزاوي، طه، وإلى كل أساتذتي في جميع اطوار الدراسة، وإلى كل من سقط سهوا من

قلمي ولم يسقط من قلبي فلکم مني أجمل تحية احتراما وتقديرا.

وفي الأخير يا رب..

يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا أصاب باليأس إذا فشلت بل

ذكرني دائما بأن الفشل هو التجربة الذي تسبق النجاح أمين يا رب العالمين

**السعيد مداني**

## الإهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الله عز وجل:

"وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا"

### سورة الإسراء الآية 24

إلى أمي الغالية وإلى روح أبي طيب الله ثراه وجعل الجنة مثواه، إلى الإخوة والأخوات،  
وإلى كل الأهل والأقارب وإلى جميع الأصدقاء وإلى كل من عرفته من قريب أو بعيد،

إلى من رفعوا رايات العلم والتعليم

أساتذتي الأفاضل،

إلى كل من سقط سهوا من قلمي ولم يسقط من قلبي.

## الملخص

### ملخص الدراسة:

هدف هذه الدراسة الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، وللوصول إلى أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات، على عينة قصدية قدرها 80 طالبا، كما هدفت الدراسة محاولة الاجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين بجامعة قاصدي مرباح؟  
ويتضمن الأسئلة الفرعية التالية:

1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام؟

2- ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام؟

3- ما هو دور الانستغرام في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

وبعد القراءة الكمية والكيفية للنتائج المحصل عليها تم التوصل إلى عدة نتائج أبرزها:

- أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الانستغرام دائما لتنوع ميزاته، ولاكتساب الثقافة والمعرفة.
  - أغلب أفراد العينة يتابعون الحسابات الدينية، ويعتبرون أن الوعي الديني هو العلاقة بين المخلوق والخالق.
  - يرى أغلب الطلبة أن الحسابات الدينية رفعت من وعيهم الديني، كما زادت من تعزيز صلتهم بالدين.
  - تعتبر قيمة الصدق أكثر القيم التي نمتها الصفحات الدينية لدى أغلب المبحوثين، ساهمت المنشورات الدينية في تغيير السلوك السلبي.
  - يعتبر أغلب المبحوثين أن موقع الانستغرام ساهم في تشكيل الوعي الديني لديهم.
- الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، الانستغرام، الوعي الديني، الدور.

**Abstract:**

The aim of this study is to explore the role of social media platforms in developing religious awareness among university students. The study focuses on a sample of students from the Department of Media and Communication Sciences. The study employed a descriptive-analytical approach and utilized a questionnaire as a data collection tool. The sample consisted of 80 purposively selected students. The main research question addressed in this study is: "To what extent does Instagram contribute to shaping religious awareness among university students at Kassidi Merbah University?" The study also included the following sub-questions:

What are the habits and usage patterns of university students regarding Instagram?

**What are the motives behind university students' usage of Instagram?**

**What is the role of Instagram in disseminating religious awareness among university students?**

**After quantitatively and qualitatively analyzing the results, several findings emerged, including:**

**The majority of the respondents frequently use Instagram due to its diverse features and for acquiring culture and knowledge.**

**Most participants follow religious accounts and perceive religious awareness as the relationship between the creature and the Creator.**

**The majority of students believe that religious accounts have increased their religious awareness and strengthened their connection to their faith.**

**Honesty is considered the most valued virtue promoted by religious pages among the respondents, and religious posts have contributed to changing negative behavior.**

**The majority of respondents believe that Instagram has played a role in shaping their religious awareness.**

**Keywords: social media platforms, Instagram, religious awareness, role.**

## فهرس المحتويات

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
I	الشكر والعرفان
II	إهداء
III	إهداء
IV	ملخص الدراسة
VI	فهرس المحتويات
IX	فهرس الجداول
XII	فهرس الأشكال
XIV	فهرس الملاحق
أ - ج	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار المنهجي</b>	
5	تمهيد
6	الإشكالية
8	تساؤلات الدراسة
9	أسباب اختيار الموضوع
10	أهداف الدراسة
10	أهمية الموضوع

11	تحديد مفاهيم الدراسة
17	مجتمع الدراسة وعينته
18	نوع الدراسة ومنهجها
19	أدوات جمع البيانات
21	مجالات الدراسة
21	المقرب النظري
29	الدراسات السابقة
40	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني : الإطار التطبيقي</b>	
42	تمهيد
43	التعريف بجامعة قاصدي مرياح
45	عرض ومناقشة بيانات الدراسة الميدانية
45	عرض البيانات الشخصية
49	عرض ومناقشة بيانات التساؤل الأول
58	عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثاني
75	عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثالث
89	النتائج العامة للدراسة
93	خاتمة

95	قائمة المصادر والمراجع
100	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
45	جدول يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير الجنس	1
46	جدول يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير المستوى الجامعي	2
47	جدول يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير التخصص الجامعي	3
48	جدول يوضح توزيع العينة حسب السن	4
49	جدول يوضح توزيع العينة حسب استخدام موقع الانستغرام	5
50	جدول يوضح استخدام موقع الانستغرام حسب متغير الجنس	6
51	جدول يوضح مدة استخدام موقع الانستغرام	7
52	جدول يوضح فترات استخدام موقع الانستغرام	8
53	جدول يوضح الوقت المستغرق في استخدام موقع الانستغرام	9
54	جدول يوضح الوقت المستغرق في استخدام الانستغرام حسب متغير الجنس	10
55	جدول يوضح الوسيلة المستخدمة لتصفح الانستغرام.	11
56	جدول يوضح المكان المفضل لتصفح الانستغرام	12
58	جدول يوضح "لماذا تستخدم موقع الانستغرام؟"	13

60	جدول يوضح سبب تفضيل موقع الانستغرام	14
61	جدول يوضح دوافع استخدام الإنستغرام	15
62	جدول يوضح ابرز أسباب استخدام موقع الانستغرام	16
64	جدول يوضح "هل تستخدم موقع الانستغرام لـ"	17
65	جدول يوضح نوع المواضيع المتابعة في موقع الانستغرام	18
66	جدول يوضح متابعة المواضيع الدينية في الانستغرام	19
66	جدول يوضح متابعة المواضيع الدينية حسب متغير الجنس	20
67	جدول يوضح المضامين الدينية التي يحرص الطلبة على متابعتها في الانستغرام	21
69	جدول يوضح طبيعة المنشورات الدينية التي يفضلها الطلبة	22
70	جدول يوضح ايجاد في الانستغرام كل الموضوعات الدينية التي يبحث عنها الطلبة	23
71	جدول يوضح جدول متابعة الحسابات الدينية على الانستغرام	24
71	جدول يوضح متابعة المواضيع الدينية حسب متغير الجنس	25
72	جدول يوضح اذا كانت اجابتك بنعم فماهي أسماء هاته الحسابات؟	26
74	جدول يوضح مفهوم الوعي الديني لدى المبحوثين	27
75	جدول يوضح رفع الحسابات الدينية في الانستغرام من وعي الديني للمبحوثين	28

76	جدول يوضح رفع الإنستغرام من الوعي الديني للمبحوثين حسب متغير الجنس	29
77	جدول يوضح مجالات الوعي التي أثرها موقع الانستغرام لدى الطلبة	30
78	جدول يوضح درجة حرص المبحوثين على متابعة الموضوعات الدينية عبر موقع الانستغرام	31
79	جدول يوضح اشكال تفاعل الطلبة مع الموضوعات الدينية التي تطرح عبر الانستغرام	32
80	جدول يوضح زيادة المنشورات الدينية في تعزيز الصلة بالدين الإسلامي	33
81	جدول يوضح القيم الدينية التي ساهمت الصفحات الدينية بالانستغرام في تنميتها لدى المبحوثين	34
82	جدول يوضح تأثير القيم الدينية التي يتعرض لها الطلبة عبر الانستغرام في حياتهم اليومية	35
83	جدول يوضح اذا كانت اجابتك بـ"نعم" فيما يتمثل ذلك	36
84	جدول يوضح مساهمة المنشورات الدينية عبر الانستغرام في اكتساب بعض السلوكيات	37
85	جدول يوضح توزيع العينة حسب اذا كانت اجابتك "بنعم"	38
86	جدول يوضح مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني	39

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
45	شكل يبين توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير الجنس	1
46	شكل يبين توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير المستوى الجامعي	2
47	شكل يبين توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير التخصص الجامعي	3
48	شكل يبين توزيع العينة حسب السن	4
49	شكل يبين توزيع العينة حسب استخدام موقع الانستغرام	5
51	شكل يبين مدة استخدام موقع الانستغرام	6
52	شكل يبين فترات استخدام موقع الانستغرام	7
53	شكل يبين الوقت المستغرق في استخدام موقع الانستغرام	8
55	شكل يبين الوسيلة المستخدمة لتصفح الانستغرام.	9
56	شكل يبين المكان المفضل لتصفح الانستغرام	10
58	شكل يبين "لماذا تستخدم موقع الانستغرام؟"	11
60	شكل يبين سبب تفضيل موقع الانستغرام	12
61	شكل يبين دوافع استخدام الإنستغرام	13

63	شكل يبين ابرز أسباب استخدام موقع الانستغرام	14
64	شكل يبين "هل تستخدم موقع الانستغرام لـ"	15
65	شكل يبين نوع المواضيع المتابعة في موقع الانستغرام	16
66	شكل يبين متابعة المواضيع الدينية في الانستغرام	17
68	شكل يبين المضامين الدينية التي يحرص الطلبة على متابعتها في الانستغرام	18
69	شكل يبين طبيعة المنشورات الدينية التي يفضلها الطلبة	19
70	شكل يبين ايجاد في الانستغرام كل الموضوعات الدينية التي يبحث عنها الطلبة	20
71	شكل يبين متابعة الحسابات الدينية على الانستغرام	21
73	شكل يبين اذا كانت اجابتك بنعم فما هي أسماء هاته الحسابات؟	22
74	جدول يوضح مفهوم الوعي الديني لدى المبحوثين	23
75	شكل يبين رفع الحسابات الدينية في الانستغرام من وعي الديني للمبحوثين	24
77	شكل يبين مجالات الوعي التي أثرها موقع الانستغرام لدى الطلبة	25
78	شكل يبين درجة حرص المبحوثين على متابعة الموضوعات الدينية عبر موقع الانستغرام	26
79	شكل يبين اشكال تفاعل الطلبة مع الموضوعات الدينية التي تطرح عبر الانستغرام	27

80	شكل يبين زيادة المنشورات الدينية في تعزيز الصلة بالدين الإسلامي	28
81	شكل يبين القيم الدينية التي ساهمت الصفحات الدينية بالانستغرام في تنميتها لدى المبحوثين	29
82	شكل يبين تأثير القيم الدينية التي يتعرض لها الطلبة عبر الانستغرام في حياتهم اليومية	30
83	شكل يبين اذا كانت اجابتك بـ"نعم" فيما يتمثل ذلك	31
84	شكل يبين مساهمة المنشورات الدينية عبر الانستغرام في اكتساب بعض السلوكيات	32
85	شكل يبين توزيع العينة حسب اذا كانت اجابتك "بنعم"	33
86	شكل يبين مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني	34

### فهرس الملاحق

رقم الملحق	عنوان الشكل
01	استمارة الاستبيان
02	الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان

مقدمة

## مقدمة:

إن ما يشهده العالم الحديث في الوقت الراهن من تطورات وتقدم في شتى المجالات، وعلى رأسها تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، حيث مرت هاته التكنولوجيايات بمراحل تطور عديدة علميا كانت أو تقنية، وصولا إلى مراحل متقدمة وهوما يسمى بتكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة اعتمادا على الذكاء الإنساني، إلى أن ظهرت شبكة الأنترنت في القرن العشرون، حيث انتشرت هاته الأخيرة بشكل واسع في جميع أنحاء العالم، كما ربطت أجهزة الاتصال ببعضها البعض، وبذلك ساعدت التكنولوجيا الرقمية على تواصل الشعوب وتقريب المسافة بينهم باختلاف توجهاتهم، وعبرت بذلك الحدود الجغرافيا والسياسية من خلال هذا التطور التكنولوجي.

بعد التطور الهائل في التكنولوجيا خلال العقود الماضية انعكس ذلك بشكل كبير على حياتنا اليومية، وقد تغيرت الطريقة التي نتواصل بها فيما بيننا. حيث تمكنت مواقع التواصل الاجتماعي من بناء نظم قادرة على تنمية مشاركة المستخدم وتحقيق درجة أعلى من التفاعلية والتحكم في الاتصال، وهو ما ظهر بشكل واضح في مواقع التواصل الاجتماعي من حيث حرية الرأي والتعبير وتبادل المعلومات، كما طور من عملية التواصل بين الأفراد والتفاعل مع بعضهم البعض على نطاق واسع، وأصبحت جزءاً جوهرياً لا غنى عنه في الحياة بمختلف شرائح المجتمع على حد سواء، إذ مكنت المستخدمين البحث عن المعلومات بشكل أسرع ومشاركتها على نطاق اوسع، بالإضافة إلى ذلك، توفر شبكات التواصل فرصة للتفاعل بين المستخدمين في العديد من المجالات ومن خلالها يمكن توطيد العلاقات الأسرية والصدقات وتوسيع دائرة المعارف.

توفر مواقع التواصل الاجتماعي مثل Instagram و Facebook و Twitter لمستخدميها فرصا غير محدودة للتواصل والتعلم، مما يخلق بيئة فريدة من نوعها تتميز بالانفتاح والحرية في طرح ومشاركة ومناقشة مختلف الموضوعات الراهنة التي تساهم في توعية الأفراد وجذب انتباههم لهذه القضايا، من هنا ظهر موضوع تشكيل الوعي الديني في المجتمع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة لدى فئة الشباب الجامعي أو الطلبة

الجامعيين الذين يعدون من الشرائح المهمة في المجتمع ومن أكثر المستخدمين للتكنولوجيات التطبيقات الحديثة.

من هنا جاءت هذه الدراسة لمعالجة ودراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بينها الانستغرام Instagram، في تشكيل الوعي الديني بين طلاب الجامعة، وللقيام بذلك تم اتباع الخطة التالية: مقدمة، ثم الجانب المنهجي للدراسة وتم في اتباع التسلسل التالي: إشكالية الدراسة، تساؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الموضوع، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة، تحديد مفاهيم الدراسة، مجتمع الدراسة وعينته، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، مجالات الدراسة، المقرب النظري.

أما الجانب التطبيقي فيتضمن: التعريف بجامعة قاصدي مرياح بورقلة، عرض البيانات الشخصية، عرض ومناقشة بيانات التساؤل الأول، عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثاني، عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثالث، النتائج العامة للدراسة، وخاتمة.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي

### تمهيد

- 1 إشكالية الدراسة
  - 2 تساؤلات الدراسة
  - 3 أسباب اختيار الموضوع
  - 4 أهمية الموضوع
  - 5 أهداف الدراسة
  - 6 تحديد مفاهيم الدراسة
  - 7 مجتمع الدراسة وعينته
  - 8 نوع الدراسة ومنهجها
  - 9 أدوات جمع البيانات
  - 10 مجالات الدراسة
  - 11 المقترح النظري
  - 12 الدراسات السابقة
- خلاصة

**تمهيد:**

يعتبر الإطار المنهجي من أسس البحث العلمي التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي دراسة علمية كانت، بحيث ترسم للباحث المسارات التي يتوجب عليه اتباعها في بحثه، كما تمكنه من اختيار المناهج والأدوات والأطر النظرية المناسبة لدراسته، وذلك من أجل بلوغ المسطرة، حيث يتضمن الإطار المنهجي عادة مجموعة من العناصر التي تستخدم في فهم وتحليل أعمق لموضوع الدراسة، حيث سيتم في الدراسة الحالية التعرف على الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين من خلال استخدامهم لموقع الانستغرام، حيث سيتضح ذلك من خلال إشكالية وتساؤلات الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، ثم التعرف على أهمية وأهدافه، وتحديد مفاهيم الدراسة من أجل توضيح الرؤى بشكل أدق، ومن خلال مجتمع الدراسة وعينته يتبين جليا العينة المستهدفة من الدراسة، أما نوع الدراسة ومنهجها فيساعد على ضبط الموضوع والأسئلة بدقة مع تحديد أدوات جمع البيانات المناسبة للدراسة، مجالات الدراسة فتحدد من خلالها حدود الدراسة الميدانية والزمانية والموضوعاتية، أما المقترَب النظري حيث يمكن من خلاله فهم وتفسير الظواهر والمشكلات، من أجل تحليلها وتحديد العوامل التي تؤثر فيها، الدراسات السابقة والتي بدورها تساهم في تطوير الفكر النظري من خلال توجيه الأبحاث للطرق والأساليب المناسبة وزيادة مصداقيتها، وتحديد الفجوات البحثية واتخاذها كمنطلقات لدراسات جديدة.

**(1) الإشكالية:**

لقد شهد عالمنا على مر الأزمنة تغيرات هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقفزة نوعية أدت إلى تسارع وتيرة البرمجيات والتقنيات التكنولوجية. مما ساهم في نقل المجتمعات والعالم الحديث إلى عصر الانفجار المعلوماتي، حيث تعتبر الانترنت من أبرز شواهد هذا التطور، وهي من أهم التقنيات التي تساهم في نشر المعلومات وتبادل المعارف والخبرات في الوقت الراهن عالميا، كما تعد عصب التواصل بين شعوب العالم، وكذا مركزا ومصدرا شاملا لمختلف العلوم والمجالات، ولكل الأعمار والمستويات، وهو ما مكن من تقريب المسافات المتباعدة.

وعند ظهور هذه الوسيلة برزت معها المواقع والوسائط الالكترونية الجديدة والمتعددة حيث تعد أهم ركائزها الأساسية، وذلك لأنها تستقطب المتابعين حول أنحاء العالم وتعرض صفحات حول مواضيع مختلفة لشتى مستخدمي هذه الوسائل. وتطرح من خلالها انشغالات وأهداف متباينة، جعلت هذه الأخيرة تتنامى وتتطور بشكل ملحوظ، حيث أدى ذلك لظهور برمجيات وتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت هي الأخرى ثورة حقيقية وتغييرات جوهرية شملت جميع مجالات الحياة محليا وعالميا محدثة ظواهر جديدة وانعكاسات على مختلف التنظيمات والبنى الاجتماعية.

تعد شبكات التواصل الاجتماعي حالياً مثل، Twitter، Facebook، Youtube، Instagram، من أكثر الوسائل شهرة وانتشاراً، حيث وفرت فضاءات مفتوحة للتعبير والنقد والتهكم بدون قيود، فأصبحت من أهم وسائل تحقيق التواصل الانساني والاكتشاف المعرفي والنقاش المجتمعي، وساعدت في نشأة واقع تتجدد فيه صورة المجتمع وتفاعلاته، ففي الآونة الأخيرة لم يعد استخدام هذه المواقع يقتصر في التواصل الاجتماعي فقط بل أصبح لها دور في تشكيل وعي المستخدمين بمختلف القضايا والأحداث، فمن هذا المنطلق يمكن اعتبار هذه المواقع تقوم بدور محوري لا يمكن إغفاله، إذ أصبحت تؤثر في الوعي وتحليل الأحداث بالإضافة إلى تكوين الاتجاهات والآراء حول كل ما يدور في المجتمع.

في الوقت الحالي، تشمل مواقع التواصل الاجتماعي جميع المعارف الدينية مثل التفاسير القرآنية والفتاوى والمسائل الدينية والرسائل السماوية، وتدعم نشر الثقافة الدينية في المجتمعات المختلفة بين شرائحها المتنوعة. يعتبر الطلاب الجامعيون والشباب من بين الأكثر استخداماً لهذه المواقع، والذين يتعرضون لمختلف القيم والأيديولوجيات الغربية الدخيلة، ولذلك يتطلب الأمر ترسيخ الوازع الديني لديهم. فالوعي الديني لا يقتصر على مجرد مبادئ نظرية يسعى الإسلام لتأكيدھا في قلب المسلم وعقله،<sup>1</sup> بل هو جزء من سلوك المسلم ومنهجه وواقع حياته، ويشتمل أسس تتمثل في الإيمان والأخلاق وكل القيم التي يحترمها ويتبعها المسلم في حياته. وبالتالي، فإن التربية على الوعي الديني من الأمور الهامة التي ينبغي الحث والقيام بها في المجتمع، فهو يلعب دوراً بارزاً في التوجيهات الحياتية للأفراد المتعلقة بالدين، إذ يجب

<sup>1</sup>فهد يحيى السميح، تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي، دراسة ميدانية على طلاب وطالبات جامعة أم القرى، المجلة التربوية لتعليم الكبار - كلية التربية - جامعة أسيوط، العدد الثالث، مصر، 2019 ص 168-169.

العمل على تعزيز هذا الوازع الديني لدى الشباب والطلاب لمواجهة التحديات التي يواجهونها في العالم الحديث الدائمة التغير.

وبما أن الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي هم فئة الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون أشهر المواقع المختلفة، والتي من بينها تطبيق الانستغرام شائع الاستخدام والانتشار في أوساط الطلبة نظرا لما يتميز به من مزايا كمجانيته وسهولة استخدامه.. الخ بالإضافة إلى نشر مختلف الثقافات فيه وهذا لانفتاحه على العالم، وإحداثه لتأثيرات مختلفة عليهم، من هنا تأتي هذه الدراسة لتوضح دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح بورقلة، ومن هذا المنطلق نطرح الإشكال التالي:

ما مدى مساهمة موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين بجامعة قاصدي مرياح؟

## (2) تساؤلات الدراسة

- 1- ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام؟
- 2- ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام؟
- 3- ما هو دور الانستغرام في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

**(3) أسباب اختيار الموضوع:**

إن لكل دراسة علمية أسباب تؤدي بالباحث لدراستها، حيث تنقسم هذه الأسباب إلى ذاتية وموضوعية والتي تظهر كالتالي:

**- أسباب ذاتية:**

- الرغبة والاهتمام بدراسة البحوث التي تسلط الضوء على مصادر الوعي الديني في مواقع التواصل الاجتماعي.
- الاهتمام الشخصي بمواضيع دينية مختلفة على موقع الانستغرام.
- الرغبة الشخصية في محاولة التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.

**- أسباب موضوعية:**

- يتمتع الموضوع بأهمية كبيرة في المجتمع، حيث يعد من الظواهر الحديثة التي تحتاج إلى دراسة وبحث، وذلك نظراً لتهديد العولمة الثقافية للدين الإسلامي.
- يشهد الحديث عن المواضيع الدينية انتشاراً واسعاً، إذ يمكن لأي شخص نشر المعلومات حولها على منصات التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحتها ومصدرها.
- يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واسع للأغراض الدينية في مختلف الأماكن، وتتنوع مصادرها المستخدمة بشكل معقد.

**(4) أهمية الدراسة:**

يتميز كبحث علمي بأهميته الخاصة التي تدفع الباحث إلى القيام بها، حيث تكمن أهمية الدراسة الحالية من الناحية العلمية من خلال الأهمية البالغة التي يكتسبها الدين والوعي الديني في المجتمع، والتحديات التي تواجهه خاصة في ظل الانتشار والاستخدام الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يأتي هذا البحث كمحاولة لفهم مستقبل نشر الثقافة الإسلامية والوعي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين الطلاب الجامعيين باعتبار إمكانية استغلال هذه الفئة من طرف العلماء والمهتمين بالدين الإسلامي لنشر الأفكار والقيم الإسلامية في العالم.

وتزداد أهمية الدراسة في ظل الانتشار المستمر للصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي واهتمام المستخدمين بها، والتي أصبحت ظاهرة تتطلب البحث والتحليل.

أما من الناحية العملية تبرز أهمية الدراسة في مساعدة المجتمع الإسلامي على رفع مستوى الوعي الديني، وهذا يأتي في ظل التحديات التي تواجه المجتمع الإسلامي في الوقت الحاضر، مثل التغريب والعولمة ومحاربة الهوية والثقافة الدينية، وكذلك تحسين العلاقات الإنسانية عن طريق التعامل مع الأديان الأخرى.

**(5) أهداف الدراسة:**

سعت هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

✓ معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام.

✓ التعرف دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام.

✓ معرفة مدى مساهمة الانستغرام في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.

## (6) تحديد مفاهيم الدراسة:

### 1-الدور:

يعرف الدور لغة: دار، دورا ودوراناً: تحرك (الحركة) وعاد إلى حيث كان أو إلى ما كان عليه.<sup>1</sup>

اصطلاحاً: يعرفها "أحمد زكي بدوي" في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه: "السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة، وهو الجانب الحيوي حركي يجمع العناصر الفيزيقية كالمكان الذي يتواجد فيه الشخص، والمجال الاجتماعي مثل البيئة والمحيطين به، والمجال النفسي بالمعنى الخاص أي ما يتصل بالفرد وذاته من قيم وعادات وميول..."<sup>2</sup>

إجرائياً: يقصد بالدور في الدراسة الحالية هو الوظيفة التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى المستخدمين وخاصة الطلبة الجامعيين بقسم علوم الإعلام والاتصال، وذلك ويعد موقع "الانستغرام" نموذجاً من نماذجها، حيث يتم فيه تبادل المعلومات الدينية والمحتوى الثقافي المتعلق بالدين بين المستخدمين، مما يساعد في تعزيز الوعي الديني وتعميق المعرفة الدينية لديهم.

<sup>1</sup>المنجد في اللغة والأعلام، ط43، دار المشرق، بيروت، لبنان، 2008، ص 228

<sup>2</sup> أحمد زكي بدوي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 1982، ص ص 395-396

## مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف قاموس أكسفورد مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مواقع أو تطبيقات تمكن المستخدمين من التواصل مع بعضهم البعض عن طريق نشر المعلومات والتعليقات والرسائل.<sup>1</sup> كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، وتختلف طبيعة التواصل من موقع الآخر، ولعل من أبرز هذه المواقع الفيس بوك و"تويتر" و"جوجل بلس"، و"لينكد إن"، وغيرها من المواقع المتخصصة مثل "يوتيوب" و"إنستغرام".<sup>2</sup>

**إجرائياً:** مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات وتطبيقات عبر الإنترنت تتيح للمستخدمين التواصل والتفاعل مع بعض هم البعض، ومشاركة الاهتمامات والأنشطة، تم تصميم هذه المواقع لتسهيل التواصل والتفاعل بين الأفراد وتمكينهم من مشاركة الأفكار والمعلومات والصور والفيديوهات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية.

## الوعي الديني:

## الوعي:

<sup>1</sup> أسامة غازي المدني، ذكاء الإعلام، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2022، ص ص 109-110.

<sup>2</sup> إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 22.

وَعَى يَعِي وَعْيًا الْحَدِيثَ: حَفْظُهُ وَقَبْلَهُ، وَالْقُرْآنَ: عَقْلُهُ إِيمَانًا بِهِ فَهُوَ وَاعٍ. كَمَا يَعْرِفُ " وَالْفَهْمُ وَسَلَامَةُ الْإِدْرَاكِ".<sup>2</sup>

**ب-إصطلاحاً:** يعرف "أنه اتجاه عقلي انعكاسي يمكن الفرد من إدراك ذاته والبيئة المحيطة به بدرجات متفاوتة من الوضوح والتعقيد. ويتضمن الوعي إذا وعي الفرد بوظائفه العقلية والجسمية، ووعيه بالأشياء وبالعالم الخارجي، وإدراكه لذاته بوصفه فرداً أو عضواً في الجماعة. أي أن الوعي يبدأ ذاتياً دون إغفال الجانب الاجتماعي، ويتم بدرجات متباينة بين الأفراد، وكذلك تفاوت درجات الوضوح والتعقيد"<sup>3</sup>.

### تعريف الدين:

أ- لغة: ما يدين به الإنسان لربه من عقائد وأحكام.<sup>4</sup>

ب- اصطلاحاً: الاعتقاد بوجود الله، والخصوع له خضوعاً مطلقاً، ذلاًّ وحباً، رغبة ورهبة.<sup>5</sup>

### الوعي الديني:

الوعي الديني يشير إلى أنه يحتوي على أشكال معرفية وقيمية متنوعة ومتعددة حول

أبعاد العلاقات بين البشر، وبين البشر والطبيعة، وبين البشر والكون، وصولاً إلى علاقة الفرد

<sup>1</sup> أحمد رضا، معجم متن اللغة، المجلد الخامس، دار ومكتبة الحياة، بيروت، لبنان، 1960، ص 784.

<sup>2</sup> قاموس المعاني: / وعى/ <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>

<sup>3</sup> مصطفى شربال، الطاهر بلعبور، الوعي الاجتماعي: المفاهيم والاختلاف بين علم النفس وعلم الاجتماع، مجلة أبحاث نفسية وتربوية، العدد 03، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2018، ص 102.

<sup>4</sup> طه أحمد الزبيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2010، ص 132.

<sup>5</sup> سالم عبد الجليل، الدين واحد والشرائع متعددة، 2020، دار البشر للثقافة والعلوم، القاهرة مصر، ص 10.

بالخالق عز وجل حتى ولو تعددت أشكال الربط، وهو يتألف من وعي فردي يعبر عن إدراك الفرد للمعارف والقيم والأحكام الدينية.<sup>1</sup>

**إجرائياً:** يعني الوعي الديني في هذه الدراسة المعارف المتعددة التي تحكم العلاقات بين الأفراد والمجتمعات، وعلاقتهم بالله سبحانه وتعالى من خلال فهمهم لأحكام دينهم ومبادئ الشريعة الإسلامية وتطبيقهما. ويتم ذلك من خلال التعرض لمواضيع دينية مختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي بما في ذلك موقع الإنستغرام بما أنه موضوع للدراسة الحالية.

### الطلبة الجامعيين:

**لغة:** " طَالِبٌ يُطَالَب، مطالِبَةٌ وطلاباً، طالِبُهُ بالشيء: سأل بِالْحَاحِ ما يَعتَبَرُ حقاً له، طالِبُهُ بحصته. طالب: طالبون وطلبة وطلاب مؤنث طالِبَةٌ ج. طالبات: اسم فاعل من طلب، تلميذ يطلب العلم في مرحلتي التعليم الثانوي والجامعية".<sup>2</sup>

### إصطلاحاً:

يعرف الطالب الجامعي على أنه " ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مركز التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعاً لتخصصه الفرعي اسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية

<sup>1</sup> زينة جدعون، زينب مهية، الخطاب الديني المعتدل عبر اليوتيوب ودوره في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة تبسة، ورقة مقدمة للملتقى الوطني حول: "سوسيولوجيا الخطاب الديني في الجزائر" 10-11 افريل 2019، ص 3.

أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الاول، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص1407.

والفاعلة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، إذ أنه يمثل عددياً النسبة العالية في المؤسسة الجامعية<sup>1</sup>.

**إجرائياً:** يقصد بالطلبة الجامعيين في الدراسة الحالية هو المجتمع الذي ستجرى الدراسة حوله، والمتمثلين في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح، ومحاولة تحديد التأثيرات التي يمكن أن يسببها استخدام موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام على الوعي الديني والسلوكيات الدينية لدى الطلبة.

## 2-الانستغرام:

(إنستغرام أو إنستغرام أو إنستجرام) يكتب بالإنجليزية Instagram وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً المملوكة من قبل شركة ميتا Meta<sup>2</sup>، المعروفة سابقاً باسم شركة فيسبوك. يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي والإنستغرام تطبيق إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية<sup>3</sup>.

**إجرائياً:** يقصد بالطلبة الجامعيين في الدراسة الحالية هو المجتمع الذي ستجرى الدراسة حوله، والمتمثلين في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح، ومحاولة تحديد

<sup>1</sup> فضيل دليو وآخرون، "الجامعة تنظيمها وهيكلتها"، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد الأول، جامعة قسنطينة، 1995، ص 226.

<sup>2</sup> إنستغرام <https://ar.wikipedia.org/wiki/إنستغرام>، تاريخ الزيارة: 02 /01 /2023، على الساعة: 20:15.

<sup>3</sup> عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 66.

التأثيرات التي يمكن أن يسببها استخدام موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام على الوعي الديني والسلوكيات الدينية لدى الطلبة.

## (7) مجتمع الدراسة وعينته:

## ✚ مجتمع الدراسة:

إن مرحلة اختيار عناصر مجتمع البحث من المراحل المهمة في إنجاز أي بحث، إذ يعرف مجتمع البحث على أنه "كل المفردات التي يهتم الباحث بدراستها سواء كانت بشرية أو مادية بشرط اشتراكها في مجموع من الخصائص، وتتحدد حسب طبيعة وأغراض البحث، بهدف تعميم النتائج عليها".<sup>1</sup>

وفي الدراسة الحالية فإن مجتمع البحث يتمثل في الطلبة الجامعيين بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح، ونظرا لأن مجتمع البحث واسع ولضيق الوقت سيتم التركيز على الفئة التي تلبي حاجيات الدراسة وتحقق أهدافها، وعليه سيتم استهداف من يستخدمون الانستغرام، وبالتحديد من يتصفحون ويطلعون على المنشورات الدينية بأنواعها في هذا الموقع.

## ❖ عينة الدراسة:

يعتبر تحديد واختيار العينة باختلاف تقسيماتها من أهم الخطوات في البحث العلمي، فالعينة تعرف على أنها:

"تلك المجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكون واهم مصدر جمع بيانات هفي أثناء تنفيذه لبحثه.

<sup>2</sup>نادية عيشر وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص265.

وتتم عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث".<sup>1</sup>

ومن خلال ما تم ذكره فقد أعتمد في الدراسة الحالية العينة القصدية " وهو أسلوب لاختيار عينة من المجتمع بشكل متعمد يعتقد مسبقاً أن مفردات هذه العينة هي خير من يمثل مجتمع الدراسة، فأحياناً ومن خلال طبيعة الدراسة يلجأ الباحث إلى اختيار العينة العمدية ليصل إلى هدف الدراسة".<sup>2</sup> وتم اختيار 80 مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال كعينة قصدية، حيث تساعد العينة القصدية الباحث على جمع البيانات والتحليل الإحصائي للبيانات المتوصل إليها، ففي الدراسة الحالية سيتم استهداف شريحة من الذين يستخدمون موقع الانستغرام، من أجل التعرف فيما إذا كان يشكل ويعزز من الوعي الديني لديهم.

### 8) نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، والتي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصفها دقيقاً وتحديدها تحديد كفيماً أو كمياً، قبل تعريف المنهج الوصفي، نعرف المنهج أولاً والذي يعرف بأنه: "هو الأداة والوسيلة التي تعتمد وترتكز عليها المجتمعات في تحقيق أهدافها وهو الطريق الذي يحدد من قبل الباحث لكشف تلك الحقائق".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> سعد سلمان المشهداني، *مناهج البحث الإعلامي*، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 43.  
<sup>2</sup> يحيى بن حفاف، عيسى نظور، "مكانة ودور العينات في البحوث والدراسات العلمية" المؤتمر الدولي العلمي: منهجية البحث العلمي وتقنيات إعداد المذكرات والأطروحات الجامعية، أيام 14-15/08/2021، الجزء الأول، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2021 ص48

<sup>3</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم، *أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية*، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص61.

أما المنهج المستخدم في الدراسة الحالية فهو **المنهج الوصفي التحليلي** والذي يعرف بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم؛ لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات ومعلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة". كما يعرف، "بأنه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلاً كافياً ودقيقاً؛ لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث".<sup>2</sup>

وقد تم استخدام هذا المنهج في الدراسة الحالية باعتباره مناسب للبحث ويفيد في الحصول على المعلومات المناسبة من الطلبة الجامعيين، للتعرف على الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والإنستغرام بصفة خاصة في تعزيز الوعي الديني لديهم، وكذا التعرف على الأساليب والتقنيات التي يستخدمها الطلبة الجامعيين للتفاعل مع المحتوى الديني، وهو ما يساعد على فهم أفضل للعوامل التي تساهم في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة.

## (9) أدوات جمع البيانات:

<sup>1</sup> سامي ملحم، **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 324.

<sup>2</sup> بشير الرشدي، **مناهج البحث التربوي، رؤية تطبيقية مبسطة**، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2000، ص 59.

تم توظيف أداة استمارة الاستبيان في الدراسة الحالية، والتي يعرفها موريس أنجرس

بأنها: "تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الأفراد، وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة

والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية".<sup>1</sup>

كما تعرف بأنها: "هو أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل استمارة للبحث تتكون من قائمة

من الأسئلة توجه للأفراد ليقوم المبحوث بالإجابة عليها بنفسه من أجل الحصول على

معلومات حول موضوع معين".<sup>2</sup>

ولقد تم استخدام أداة "استمارة الاستبيان" في الدراسة الحالية لأنها من الأدوات الأساسية

والهامة في دراسات البحث العلمي، وتستخدم لجمع البيانات والمعلومات من المشاركين في

الدراسة، فهي ضرورية للحصول على آراء وملاحظات الطلاب حول الموضوع، ولتحليل

وتفسير البيانات والمعلومات التي تم جمعها بطريقة علمية دقيقة، لضمان النتائج التي تحاول

الدراسة التوصل إليها.

وتتضمن استمارة الاستبيان البيانات الشخصية، وثلاث محاور عدد أسئلتها 27 سؤالاً المندرجة

ضمن المحاور التالية:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام ويحتوي على 06

أسئلة.

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام ويحتوي على 12 أسئلة.

<sup>1</sup> موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، ط2، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص 204.

<sup>2</sup> نبيه صالح السامرائي، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية - نموذج لكتابة الأطروحة والدفاع

عنها-، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص128.

المحور الثالث: دور الانستغرام في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين ويتضمن 09 أسئلة.

### 10) مجالات الدراسة

#### - المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح بورقلة.

#### - المجال الزمني:

تم البدء في هذه الدراسة منذ جانفي 2022 وتم الانتهاء منها في شهر جوان 2023.

#### - المجال البشري:

يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح بورقلة خلال 2022-2023.

#### - الحدود الموضوعاتية:

هذه الدراسة تعالج موضوع دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الانستغرام أنموذجا، وبالضبط دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

### 11) المقترح النظري

أولا: النظرية البنائية الوظيفية **Structural-functional Theory**

❖ التعريف بنظرية البنائية الوظيفية

تعتبر نظرية البنائية الوظيفية بأن النظام الاجتماعي مجموعة من الأجزاء المترابطة في توازن ديناميكي، يقوم على الأنشطة المتكررة، حيث يقوم كل جزء في الهيكل الاجتماعي بأنشطة تساهم في تحقيق التناسق والتوازن الاجتماعي العام.<sup>1</sup>

ترجع الأصول الفكرية العامة لنظرية البنائية الوظيفية إلى آراء علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين، من أمثال "أوجست كونت" الذي جعل من القياس أو التناظر العضوي أساساً لمفاهيمه عن المجتمع. حيث سار في نفس الاتجاه "هاربرت سبنسر" في فلسفته الاجتماعية حول نفس الفكرة.

حيث طور علماء الاجتماع المعاصرين مثل "إيميل دوركايم" هذا التوجه وأصبحت الفكرة العامة للنظرية مهمة لتحليل المجتمعات البدائية من طرف علماء الأنثروبولوجيا أمثال "بروتيسلاف مالينو فسكي"، و "راد كليف براون". وفي العصر الحديث استمرت الافتراضات الخاصة بالمذهب العملي البنائي أو الهيكلي في تطوير مناقشات علم الاجتماع الحديث من خلال كتابات "ميرتون" و "تالكوت بارسونز".<sup>2</sup>

### ❖ افتراضات النظرية:

اتفق الباحثون على عدد من الافتراضات الخاصة بهذه النظرية وهي:

<sup>1</sup> ليلي حسن السيد، حسن عماد مكاري، الاتصال و نظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 124.  
<sup>2</sup> ملفين ل. ديفلر، ساندر بول - روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، تر: كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية لنشر والتوزيع، القاهرة، 1993، ص65

- النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة، وتنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.
- يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، ومجموع عناصره تضمن استمرار ذلك بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن، فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.
- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.
- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده، وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية للحاجات.<sup>1</sup>

#### ❖ البنائية الوظيفية من منظور إعلامي:

تعتبر وسائل الإعلام وعملية الاتصال الجماهيري أنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الاجتماعي للمجتمع الذي تعمل فيه، والتبعية البنائية التي توجد بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى لا تؤثر فقط في العمل اليومي لمجتمعات بل تؤثر أيضا في الطريقة التي يستخدم بها الأفراد وسائل الإعلام في حياتهم اليومية، وتساهم في تحقيق التوازن الاجتماعي لهذا المجتمع، وبهذا يمكن القول بأن الإعلام يعد من بين المكونات الأساسية التي لا غنى

<sup>1</sup> لمي العبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، لبنان، 2006، ص ص 174 - 175.

عنها بالنسبة إلى الهيكل الاجتماعي وبدونه ما كان بوسع مجتمعنا المعاصر بالشكل الذي نعرفه أن يستمر، خاصة في ظل التعقيد والتغير السريع المستمر الذي يحصل فيه.<sup>1</sup>

### ❖ إسقاط النظرية على الدراسة:

يتمثل دور مواقع التواصل الاجتماعي في تأثيرها على النسق الاجتماعي في الوقت الحالي، وتؤدي أدواراً مختلفة حسب توظيف كل فرد في المجتمع لها ومن بين هذه المواقع يمكن القول بأن الانستغرام يدخل ضمن الأجزاء الرئيسية للنسق الاجتماعي، حيث يعتبر موقعا يؤدي وظيفة ضرورية لا يمكن الاستغناء عنها في المجتمع. وتتمثل هذه الوظيفة في المساهمة في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين. وتطبيق نظرية البنائية الوظيفية في هذا السياق يعني أن مواقع التواصل الاجتماعي لا تعتبر مجرد أدوات تواصل بين الأفراد، بل هي جزء لا يتجزأ من النسق الاجتماعي، وتؤثر في تكوين الوعي الديني لدى المجتمع. ويمكن أن يكون لها أثر إيجابي أو سلبي على الوعي الديني، حسب الاستخدام الذي يقوم به المستخدمون لتلك المواقع، وبالتالي يمكن القول إن دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني يتطلب دراسة وتحليل عميق لتأثيراتها على المجتمع، والتعامل معها بحكمة ووعي لتحقيق أقصى استفادة منها في تطوير الوعي الديني لدى الأفراد.

<sup>1</sup> ملفين.ل. ديفلر، ساندرابول - روكيتش، مرجع سبق ذكره، صص 66-67.

## ثانياً: نظرية الاستخدامات والاشباع: Uses and Gratifications

## التعريف بنظرية الاستخدامات والاشباع:

تفترض هذه النظرية أن الجمهور مشاركون فعالون أي إيجابيون في عملية الاتصال الجماهيري، حيث يستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم. كما تفترض هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يعبر عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد، وأن الجمهور هو الذي يختار المضامين التي تلبي وتشبع حاجاته.

وتهدف نظرية الاستخدامات والاشباع إلى السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وكذا شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.<sup>1</sup>

## ➤ نشأة نظرية الاستخدامات والاشباع

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال، ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينيات في أعمال لازرسفيلد وستاتون وبييرلسون، Lazarsfeld, Berisom, Staton، وفي الخمسينيات

<sup>1</sup> وديع العززي، دراسات في استخدام وسائل الإعلام الجديد، دار اليازوري، الأردن، 2021، ص 89.

في أعمال ريليز Rileys وفريدسون Freidson وماك كوبي Mac Coby وفي الستينيات في أعمال شرام Schram ولايل Lyle وباركر Parker.<sup>1</sup>

هذا وقد ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري تأليف كاتز Katz وبلومر Bloome ودار هذا الكتاب حول فكرة أساسية مؤداها تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها ودوافع الفرد من التعرض إليها، حيث اهتم "كاتز" وزملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية لإشباعها، ومن بين البدائل المختلفة منها وسائل الاعلام ومحتواها من خلال الفرد يبدأ في رسم توقعاته عن تلبية وسائل الاعلام لهذه الحاجات، مقارنة بمصادر أخرى لإشباع هذه الحاجات.<sup>2</sup>

➤ **فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:** يلخص كاتز وزملاؤه افتراضات نظرية

الاستخدامات والاشباعات كما يلي:

- إن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة، بل يتم من خلال السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه الوسيلة.
- جمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه.
- يمتلك الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يري أنها تشبع حاجاته.

<sup>1</sup> مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 279.

<sup>2</sup> منال هلال لمزاهرة، نظريات الاتصال، الاردن دار المسيرة، 2012، ص 172

• تنافس وسائل الاعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي والمؤسسات الاعلامية.

• يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.<sup>1</sup>

**تطبيق الاستخدامات والإشباع في دراسات استخدام الشبكات الاجتماعية على الانترنت:**

لقد أصبحت نظرية الاستخدامات والإشباع تستخدم بشكل واسع، باعتبارها من أكثر

النظريات المناسبة لدراسة استخدام الانترنت وحسب "رايس" و "وليمز" Williams و Rice

فإن الإعلام الجديد يعد مكان ملائم لاختبار العديد من النظريات والنماذج، من بينها نظرية

الاستخدامات. بحيث أشارت مقالات كل من "ويليمز" و "ستورفر" و "قرانت بين عامي 1994

و 1996 إلى درجة ملائمة نظرية الاستخدامات والإشباع لبحوث الإعلام الجديد، حيث

أوضح Rafaeli و Newhagen أن هذه النظرية ستكون صالحة للاستخدام خاصة في ظل

التحولات التي تحدث في الانترنت.<sup>2</sup>

ومن خلال العديد من البحوث ، توقع "روجيرو" Ruggiero بأن الانترنت سيساهم في

العديد من التغييرات مما سيؤدي إلى تحولات جذرية في عادات وأنماط مستخدمي وسائل

الإعلام، إلى جانب الأدوار الشخصية والاجتماعية، حيث إن التفاعل الشخصي مع الأصدقاء

<sup>1</sup> مي العبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ص 280-281.

<sup>2</sup> نعيمة بوزينة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي-جامعة الجلفة نموذجاً- 2016/2017، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2017-2018، ص

والعائلة والاتصال المهني، تحول من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي ككيان على الانترنت نظرا لازدياد شعبية مواقع الشبكات الاجتماعية، حسب Raak و Bonds-Raake فإن الشبكات الاجتماعية هي أماكن افتراضية تلبي حاجات مجموعة محددة من الأشخاص، وبالتالي خلق مجتمع فيه الكثير من الأفراد غير قادرين على إيجاد حاجاتهم خارج بيئة الانترنت.<sup>1</sup>

في هذا الإطار، قام الباحثون بابتكار منظومة ومنهجية جمعت بين نظريات تقليدية على غرار نظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية. فسلوك المستخدمين المرتبط بهذه المواقع انتقائي ونشط أي أن المستخدم يبادر بانتقاء مضامين بعينها لتحقيق إشباع مخصصة تماما مثلما هو شأن استخدام الوسائط التقليدية.<sup>2</sup>

### ➤ إسقاط النظرية على الدراسة:

تستند هذه النظرية على فكرة أننا نختار استخدامات متنوعة للوصول إلى مختلف الأهداف والإشباع. كما تشير إلى أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام (بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي) لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم، فمن المهم النظر في كيف يتم استخدام هذه المنصات ولأي أغراض. من خلال فهم الدوافع الكامنة وراء استخدام الوسائط، يمكننا فهم تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي والجوانب الأخرى من حياتنا بشكل أفضل. ومن هنا فإن استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي يتضمن التسجيل على المواقع التي تناسب اهتماماتهم والتي تتحدث عن موضوعات يستمدون منها قيمهم ومعتقداتهم الدينية، مثل موقع "الانستغرام". ففي الدراسة الحالية سوف يتم محاولة التعرف ما إذا كان هذا الموقع يساهم في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الذين يستخدمونه. خاصة مع تزايد أهمية هذه

<sup>1</sup>نعيمة بوذينة، مرجع سبق ذكره، ص ص 55-56.

<sup>2</sup>نعيمة بوذينة، مرجع نفسه، ص 56.

المواقع بالنسبة للطلبة الجامعيين، حيث سيتم التركيز على فهم استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ودورها في زيادة أو تغيير وعيهم الديني، وفهم المزيد من الجوانب المحيطة بهذا الموضوع.

## 12) الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى: دراسة "أمانة طويجيني" و "صبرينة ساسي" بعنوان "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين" الفايسبوك-أنموذجا- دراسة على عينة من طلبة جامعة أم البواقي".<sup>1</sup>  
تمحورت إشكالية الدراسة على النحو التالي:

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

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

- ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك؟

- هل يساهم الفايسبوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

سعت الدراسة الوصول للأهداف التالية:

- معرفة عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفايسبوك كإحدى

تطبيقات الإعلام الجديد من خلال تشكيله للوعي الديني.

<sup>1</sup>أمانة طويجيني، صبرينة ساسي ، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين" الفايسبوك-أنموذجا- دراسة على عينة من طلبة جامعة أم البواقي"، مذكرة ماستر في السمعي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015/2016.

- التعرف على دوافع استخدام موقع الفايسبوك من قبل الطلبة الجامعيين الجزائريين في تشكيل وتنمية الوعي الديني.

- معرفة مدى مساهمة الفايسبوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين لاعتباره أكثر المواقع استخداما وأكثرها استقطابا.

- محاولة دعم رصد البحث في دراسات تطبيقات الإعلام الجديد في الجزائر، خاصة مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

تم توظيف المنهج الوصفي للدراسة، والملاحظة واستمارة الاستبيان كأدوات لجمع البيانات حول مشكلة الدراسة، كما استخدمت الباحثتان العينة القصدية، على 100 مفردة من طلبة جامعة أم البواقي من مستخدمي الفايسبوك.

وقد توصلت الباحثتان إلى النتيجة التالية:

- الفايسبوك يحتل المرتبة الأولى في الاستخدام عكس مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.

- يستخدم أفراد عينة الدراسة الفايسبوك بدافع التواصل مع الأهل والأصدقاء.

- من خلال النتائج العامة التي أجابت على التساؤلات الفرعية خلصت إلى أن

الفايسبوك ليس له دور كبير في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين.

### ➤ أوجه الاستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:

لقد تم الاستفادة من الدراسة السابقة في الجانب المنهجي للدراسة كالإشكالية واختيار المنهج، وأدوات جمع البيانات، بالإضافة إلى تحديد النظريات المناسبة كمقرب نظري وكذا في تصميم استمارة الاستبيان.

تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة في أغلب متغيراتها، إلا أنها تختلف في الموقع الاجتماعي والعينة المدروسة، حيث استهدفت الدراسة الحالية "الانستغرام" كموقع اجتماعي، وطلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح بورقلة كعينة للدراسة.

### - الدراسة الثانية:

دراسة "إيمان بوكدر" و "أسماء حاج قويدر" الموسومة بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي، الفيس بوك نموذجاً".<sup>1</sup>

وقد انطلقت الدراسة من الإشكالية التالية:

✚ ما طبيعة الدور الذي يؤديه موقع الفيس بوك كأبرز مواقع التواصل الاجتماعي

في نشر وتشكيل الوعي الديني لدى فئة الطلبة الجامعيين؟

ويندر تحت هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

✓ ما هي دوافع استخدام طلبة جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة لموقع

الفيس بوك؟

<sup>1</sup>إيمان بوكدر، أسماء حاج قويدر، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي، الفيس بوك نموذجاً"، مذكرة ماستر في تخصص: وسائل إعلام والمجتمع، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، 2017/2018.

- ✓ ما هي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك؟
- ✓ هل يزود الفيس بوك الطلبة الجامعيين بإشباعات دينية؟ وكيف يتم ذلك؟
- ✓ ما هو أثر استخدام موقع الفيس بوك في تشكل الصورة الذهنية ونشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

سعت هذه الدراسة للوصول للأهداف التالية:

- ❖ الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيس بوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.
- ❖ معرفة طرق وأساليب نشر الوعي الديني عبر موقع الفيس بوك.
- ❖ السعي لمعرفة العلاقة القائمة بين استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيس بوك واتجاهاتهم نحو القضايا الدينية.
- ❖ معرفة نوع الصورة الذهنية المتشكلة لدى الطلبة الجامعيين إزاء الدين من خلال موقع الفيس بوك.

وقد استخدمت الباحثتان منهج المسح، وأدات استمارة الاستبيان لجمع البيانات، وزعت على عينة قدرها 70 مفردة من الطلبة الجامعيين.

وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أغلب المبحوثين من الطلبة الجامعيين يتصفحون موقع الفيس بوك يوميا بمعدل ثلاث ساعات للتواصل مع الأصدقاء والأقارب لتلبية الاحتياجات الثقافية، العلمية، والدينية. وهم يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح هذا الموقع خاصة في الفترة الليلية.

- معظم أفراد العينة يعتبرون مفهوم الوعي الديني عبر الفيس بوك هو الاستزادة من الثقافة الدينية من خلال النصوص والفيديوهات عبر الصفحات والمنشورات الدينية التي يتابعونها بكثرة.

- أغلبية الإناث من الطلبة الجامعيين يتأثرون بالمعلومات الدينية التي يقدمها لهم الفيس بوك على غرار الذكور الذين لهم احتكاك كبير بالمساجد والأئمة، معظم نسبة فئة الذكور يرون أن المواضيع الدينية المنشورة على الفيس بوك تصحح بعض من مفاهيم أو الأخطاء السائدة والأقلية من الإناث كان لهن نفس الرأي.

- الطلبة الجامعيين ذوي المستوى التعليمي ماستر ليسانس يرون أن الفيس بوك يصنف ضمن الوسائل التي تزيد وتثري الوعي الديني للفرد.

### ➤ أوجه الاستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:

تم الاستفادة من هذه الدراسة في الجانب المنهجي وخصوصا المساعدة في صياغة الإشكالية، وفي الجانب التطبيقي وذلك بالمساعدة في استمارة الاستبيان، تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في معظم متغيراتها إلا أنهما يختلفان في المواقع الإلكترونية المدروسة ومكان الفئة المدروسة، حيث تستهدف الدراسة الحالية موقع الانستغرام أنموذجا، وطلبة من علوم الإعلام بجامعة ورقلة كعينة للدراسة.

### - الدراسة الثالثة:

دراسة كل من "هبة محمد إسماعيل عبد الله" و " عبد النبي سليمان حسن يعقوب"

المعنونة بـ "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات

السودانية، الفيسبوك - نموذجاً - دراسة على طلاب كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية<sup>1</sup>.

تتمثل الإشكالية الرئيسية للدراسة في:

➤ ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني لدى طلاب الجامعات

السودانية - الفيس بوك أنموذجاً؟

حيث تدرج ضمنه الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم التوعية الدينية؟
- كيف يسهم الفيس بوك في نشر الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية؟
- ما المضامين الدينية المطروحة عبر صفحات الفيس بوك؟
- ما الدوافع من نشر وتلقي المواد الدينية على الفيس بوك؟
- إلى أي مدى أسهم الفيس بوك في التعريف بتعاليم الدين الإسلامي؟

هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على مساهمة الفيس بوك في نشر الوعي الديني.
- توضيح المضامين الدينية التي يتم نشرها عبر صفحات الفيس بوك.
- التعرف على دوافع نشر وتلقي المواد الدينية على صفحات الفيس بوك.

<sup>1</sup> هبة محمد إسماعيل عبد الله، عبد النبي سليمان حسن يعقوب، "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية، الفيسبوك - نموذجاً - دراسة على طلاب كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية"، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، العدد 16، المؤسسة العربية للتربية والآداب، مصر، 2021.

حيث وظف فيها المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام أداة الاستبانة "استمارة إلكترونية" لجمع البيانات، وزع على عينة عشوائية مكونة من 206 مبحوثاً.

توصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها:

✓ أكد المبحوثين تعرضهم لصفحات الفيس بوك في فترات مختلفة كل ما أتاحت لهم فرصة لذلك.

✓ أثبتت الدراسة أن الفيس بوك أسهم في تعريف الطلاب بتعاليم الدين الإسلامي وأكسبهم معلومات دينية جديدة، كما أسهم في تعزيز قيمهم الدينية وتصحيح بعض المفاهيم المغلوطة لديهم.

✓ أثبتت الدراسة أن أغلب المبحوثين يفضلون تلقي المنشورات الدينية في شكل نصوص وفيديوهات.

✓ أثبتت الدراسة أن المضامين الجاذبة هي المحاضرات الدينية والدروس والآيات القرآنية ويتم التفاعل معها عن طريق الإعجاب.

➤ **أوجه الاستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:**

تم الاستفادة من هذه الدراسة في الجانبين المنهجي وخاصة في تعريف مفاهيم الدراسة، والتطبيقي من خلال تصميم الاستبيان.

حيث تعتبر هذه الدراسة جد مشابهة للدراسة الحالية من ناحية العنوان والمتغيرات المدروسة والفئة المستهدفة من الدراسة والمتمثلة في الطلبة، لكن تختلف عنها في الموقع الإلكتروني المدروس، ففي الدراسة السابقة درست الفيس بوك، أما الدراسة الحالية فتدرس موقع الانستغرام.

– الدراسة الرابعة:

Nosiba Ali Al-Mosa, "Role of Social Networks in Developing Religious and Social Values of the Students of the World Islamic Sciences & Education University"<sup>1</sup>.

دراسة "نسبية علي موسى" المعنونة بـ " دور الشبكات الاجتماعية في تنمية القيم الدينية والاجتماعية لطلاب جامعة العلوم الإسلامية العالمية".

لخصت الباحثة مشكلة دراستها بالسؤال التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في القيم

الدينية والاجتماعية لطلبة الجامعة الأردنية من وجهة نظرهم؟

وسعت الباحثة الإجابة على الأسئلة التالية:

• ما هو دور الشبكات الاجتماعية في القيم الاجتماعية والدينية لعلوم وتربية العالم الإسلامي وقيم طلاب الجامعة؟

• هل دور الشبكات الاجتماعية في القيم الاجتماعية والدينية لطلاب جامعة العلوم الإسلامية العالمية والتعليم تختلف باختلاف النوع الاجتماعي؟

• هل دور الشبكات الاجتماعية في القيم الاجتماعية والدينية لطلاب جامعة العلوم الإسلامية العالمية والتعليم تختلف باختلاف ساعات الاستخدام (مرتفع ، منخفض)؟

<sup>1</sup>Nosiba Ali Al-Mosa, "Role of Social Networks in Developing Religious and Social Values of the Students of the World Islamic Sciences & Education University", International Education Studies; Vol. 8, No. 9; Published by Canadian Center of Science and Education,2015.

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في القيم الاجتماعية والدينية لطلبة جامعة العلوم الإسلامية العالمية والتعليم.

حيث طبقت الدراسة المنهج المسحي والوصفي، وتكونت عينة الدراسة التي تم اختيارها باستخدام الطريقة العشوائية الطبقية من 334 طالباً وطالبة، وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات بعد التحقق من صدقها وموثوقيتها.

أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القيم الاجتماعية والدينية تعزى إلى وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء النتائج.

#### أوجه الاستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:

تستفيد الدراسة الحالية من الدراسة السابقة في معرفة بعض العوامل المؤثرة في تشكيل

الوعي الديني عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على القيم المجتمعية والدين.

تختلف هذه الدراسة عن الدراسة السابقة في هدفها حيث تسعى إلى التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الانستغرام بصفة خاصة في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين.

أما الدراسة السابقة والتي تعتبر (دراسة مرتبطة) بالنسبة لدراستنا، فتهدف إلى التعرف على مدى تأثير الشبكات الاجتماعية في القيم الدينية والاجتماعية من منظور الطلاب أنفسهم بينما تناولت الدراسات.

## - الدراسة الخامسة:

Bouziane Zaid , Jana Fedtke, Don Donghee Shin , Abdelmalek El Kadoussi, Mohammed Ibahrine, "Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices"<sup>1</sup>.

دراسة: بوزيان زيد، جانا فيدتك، دون دونغهي شين، عبدالمالك القدوسي، محمد إبحرين، الموسومة

بعنوان "الإسلام الرقمي وجيل الألفية المسلم: كيف يعيد مؤثر ووسائل التواصل

الاجتماعي تصور السلطة الدينية والممارسات الإسلامية".

حاولت الورقة البحثية معالجة موضوع أدوار المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي

في إعادة تصور الإسلام وإعادة تشكيل المعتقدات الروحية والممارسات الدينية بين الشباب

في منطقة الخليج والعالم العربي وخارجها. وهو ما يثير أسئلة جديدة حول مستقبل الإسلام في

سياق التحديات الناشئة، مثل انفتاح التكنولوجيا والانغلاق المتصور في كثير من الأحيان

للأنظمة الدينية والثقافية داخل المجتمعات الإسلامية.

تستخدم هذه الورقة مقارنة دراسة حالة نوعية لتحليل المحتوى الديني لعينة الدراسة.

ولمعالجة البحث وظف التحليل الموضوعي لمحتوى Instagram و YouTube لأربعة مؤثرين

معروفين على وسائل التواصل الاجتماعي في منطقة الخليج والمتمثلين في: "سلامة محمد"

<sup>1</sup>Bouziane Zaid ,Jana Fedtke, " Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices", Religions 13, MDPI, Basel, Switzerland , 2022.

و"خالد العامري" من الإمارات العربية المتحدة، و"أحمد الشقيري" من المملكة العربية السعودية ، و"عمر فاروق" من البحرين.

وخلصت الدراسة إلى أن المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي يتحدون السلطات الدينية التقليدية لأنها تعيد تصور الهويات الإسلامية بناءً على نمط حياة عالمي جديد.

### أوجه الاستفادة من هذه الدراسة وعلاقتها بدراستنا:

لقد تم الاستفادة من الدراسة السابقة في كشفها لأدوار المشاهير وصناع المحتوى والمؤثرين الشباب في مواقع التواصل الاجتماعي في العالم الإسلامي العربي، من خلال استغلال هذه المساحات من طرفهم في نقل الرسائل الإسلامية وفق نظرتهم. لاستكشاف جوانب متعددة لظاهرة معاصرة في سياق الحياة الواقعية.

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة في الموضوع المستهدف الذي نحاول من خلاله التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الانستغرام بصفة خاصة في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين. أما الدراسة السابقة والتي تعتبر (دراسة مرتبطة) بالنسبة لدراستنا، فتعالج موضوعها من زاوية أدوار المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في إعادة تصور الإسلام وإعادة تشكيل المعتقدات الروحية والممارسات الدينية بين الشباب.

**خلاصة الفصل:**

ومما سبق يتضح أن الإطار المنهجي من العناصر الهامة لأي دراسة أكاديمية فهي ضرورة لضمان مصداقية الدراسات، إذ توجه الباحث للطريق والمنهج الصحيح حيث تساعده على تنظيم أفكاره ومعلوماته وغرلة المعلومات المهمة من الغير مهمة، وبالتالي تضمن له الوصول الى النتائج التي يصبوا إليها من أجل تقديم إضافة تكون نقطة بداية إلى بحوث جديدة، بالإضافة الى توفير معلومات علمية دقيقة يمكن استخدامها في تطوير العلوم وحل المشكلات والتحديات التي تواجه العلوم أو الباحثين أو المجتمعات.

## الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد:

التعريف بجامعة قاصدي مرياح

عرض ومناقشة بيانات الدراسة الميدانية:

- عرض ومناقشة البيانات الشخصية
- عرض ومناقشة بيانات التساؤل الأول
- عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثاني
- عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثالث

النتائج العامة للدراسة

خاتمة

**تمهيد:**

يعد الجانب التطبيقي من الدراسة من أهم أجزائها؛ إذ يساهم في تحقيق الأهداف المُرساة للدراسة، ومن خلال هذا الجزء في الدراسة الحالية، ستوضح بعض النتائج والملاحظات المهمة، التي يمكن استخدامها في إثراء بحوث ودراسات أخرى في نفس المجال، من خلال إبرازها الأساليب التي يستخدمها الطلبة الجامعيون في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية تأثير ذلك على تشكيل الوعي الديني لديهم. هذا بالإضافة إلى بحث الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات الدينية، وكيف يؤثر ذلك على الطلبة، بجانب بحث تأثير هذه المواقع في تحفيز الطلبة على القيام بكل ما يتناسب مع الدين، والمحافظة على هذا الإرث. يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى استكشاف دور مواقع التواصل الاجتماعي عموماً، والانستغرام بشكل خاص، في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، وذلك بتحليل وتفسير النتائج للوصول إلى الأهداف المرجوة، ومن المتوقع أن تحقق هذه الدراسة نتائج هامة ومفيدة في هذا المجال، وتساهم في فهم أفضل لدور التكنولوجيا في تشكيل السلوكيات والمعتقدات الدينية لدى عينة البحث.

## التعريف بجامعة قاصدي مباح:

تعود أصول جامعة قاصدي مباح ورقلة إلى المدرسة العليا (ENS) التي تم إنشاؤها بموجب المرسوم رقم 65-88 الصادر في 22 مارس 1988. فيعام 1997، بموجب المرسوم رقم 159-97 المؤرخ 10 مارس 1997، تم إنشاء المركز الجامعي من ورقلة التي تضم الآن تحت سلطتها المعهد الوطني للتعليم العالي في الزراعة الصحراوية (INAFSAS) - المرسوم رقم 337-97 المؤرخ 10 سبتمبر 1997) إلى جانب المعاهد التأسيسية الخمسة:

معهد الزراعة الصحراوية.

معهد العلوم الدقيقة.

معهد القانون والعلوم السياسية.

معهد الآداب واللغات.

معهد الاقتصاد والعلوم الاجتماعية.<sup>1</sup>

تتكون جامعة قصبه مباح - ورقلة حاليا من 10 كليات. لكل منها عدة إدارات وفقاً للنصوص المعمول بها، ولاسيما المرسوم التنفيذي رقم 13-100 المؤرخ 2 جمادى الأولى 1434 الموافق 14 مارس 2013 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 01-210 الصادر في 2 جمادى الأولى. 1422 الموافق 23 يوليو 2001 م بإنشاء جامعة ورقلة .. تم تحديد عدد الكليات المكونة للجامعة وطبيعة الكليات المكونة للجامعة قاصدي مباح ورقلة على النحو التالي:

كلية الرياضيات وعلوم المواد (FMSM)

كلية التقنيات الجديدة للمعلومات والاتصالات (FNTIC)

كلية العلوم التطبيقية (FSA)

كلية المحروقات والطاقات المتجددة وعلوم الأرض والكون (FHERSTU)

كلية علوم الطبيعة والحياة (FSNV)

كلية الاقتصاد والأعمال وعلوم التسيير (FSECSG)

<sup>1</sup><https://www.univ-ouargla.dz/index.php/en/home/presentation-of-the-university.html>، تاريخ الزيارة 15-05-2023، على الساعة

كلية الحقوق والعلوم السياسية (FDSP)

كلية الآداب واللغات (FLL)

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية (FSHS)

كلية الطب (FM)

ومعهدين هما:

معهد علوم وتقنيات الأنشطة البدنية والرياضية (ISTAPS)

معهد التكنولوجيا (IT)

تقع إدارة جامعة قاصدي مرباح ورقلة على طريق غرداية.

ثلاثة أحرم جامعية رئيسية تشكل العمارة الرئيسية للجامعة. منذ 05 سبتمبر 2005 أصبحت الجامعة

تعرف الآن باسم "جامعة قاصدي مرباح ورقلة".<sup>1</sup>

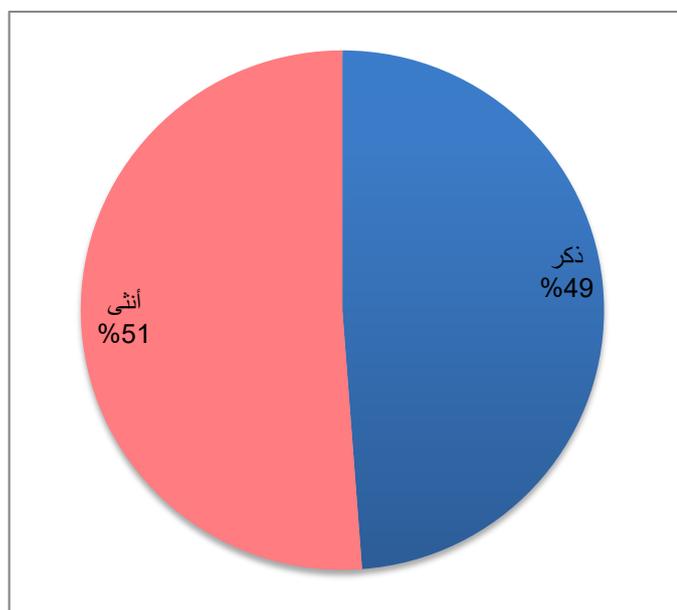
---

<sup>1</sup>مرجع نفسه.

## ❖ عرض ومناقشة بيانات الدراسة الميدانية:

## ✓ عرض البيانات الشخصية:

الجدول رقم 01: جدول يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير الجنس

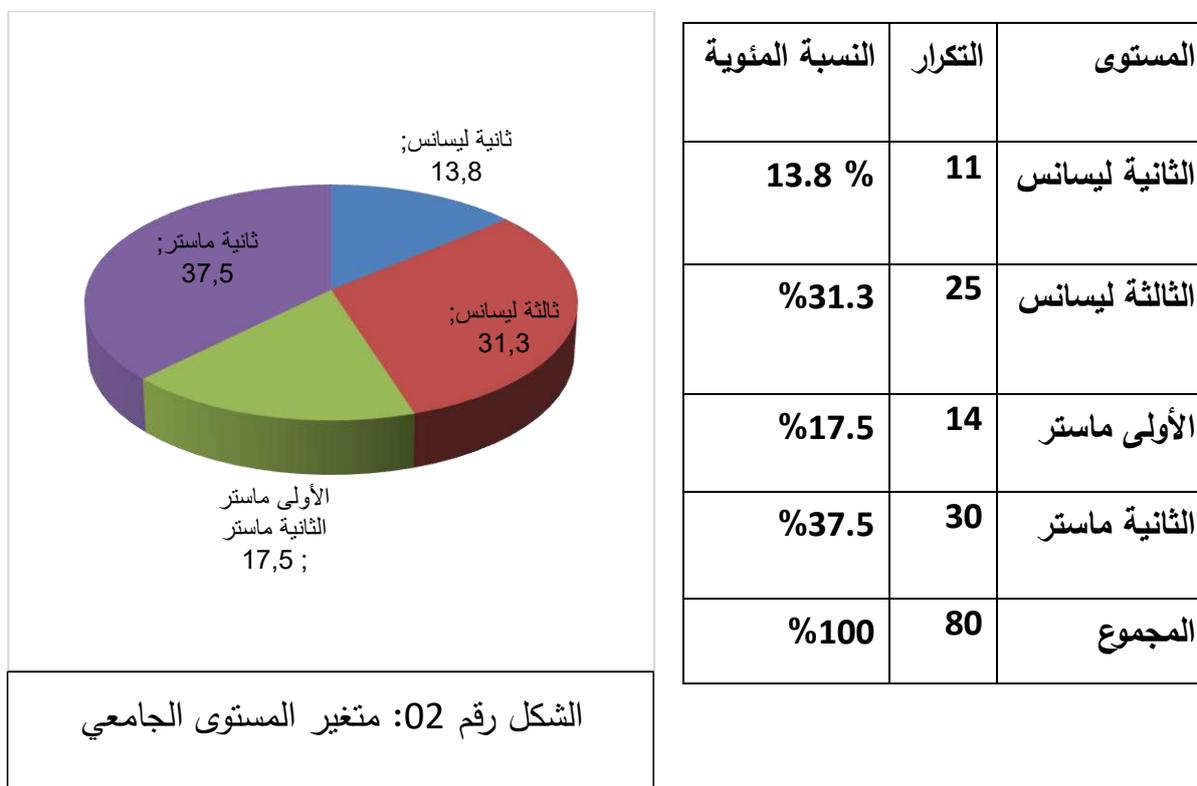


المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	39	48.8%
أنثى	41	51.2%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 01: توزيع عينة البحث حسب متغير الجنس

يلاحظ من خلال الجدول رقم (01) والشكل (01)، توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير الجنس، بحيث أن نسبة الإناث واللواتي أجبن عن استمارة الاستبيان تقدر بـ 51.2% هي أعلى قليلا من نسبة الذكور والذين تبلغ نسبتهم 48.8% .

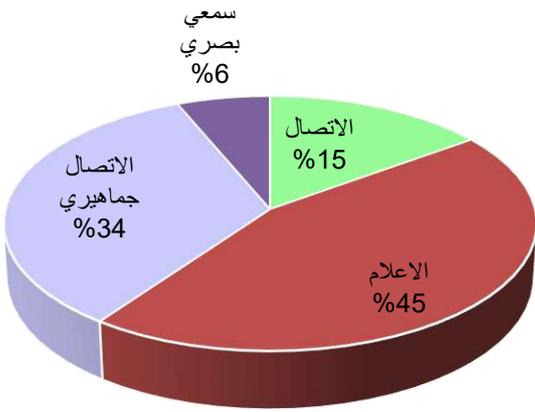
الجدول رقم 2: جدول يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير المستوى الجامعي



يتبين من الجدول أعلاه والشكل المرفق معه، أن أكبر نسبة جاءت لمستوى الثانية ماستر وهي 37.5%، يليها مستوى الثالثة ليسانس بـ 31.3%، ثم أولى ماستر بنسبة قدرها 17.5%، وفي الأخير مستوى الثانية ليسانس بنسبة 13.8%.

الجدول رقم 3: جدول يوضح توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير التخصص الجامعي

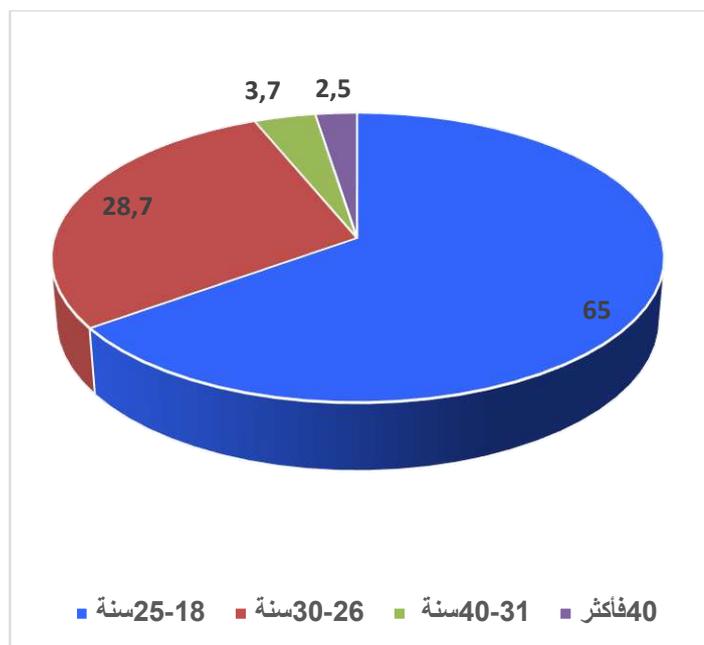
التخصص	التكرار	النسبة المئوية
الاتصال	36	45%
الاعلام	12	15 %
الاتصال الجماهيري والوسائط جديد	27	33.8%
سمعي بصري	5	6.3%
المجموع	80	100%



الشكل رقم 3: يمثل توزيع العينة حسب التخصص

من خلال الجدول رقم (03) والشكل (03) يتبين لنا أن تخصص الاتصال هو أعلى نسبة من بين التخصصات حيث تقدر نسبتهم بـ 45% ، ثم يأتي بعده تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بنسبة 33.8% ، يليه تخصص كل من الإعلام بـ 15% ، وسمعي بصري 6.3% .

الجدول رقم 4 جدول يوضح توزيع العينة حسب السن



المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
18-25 سنة	52	65%
26-30 سنة	23	28.7%
31-40 سنة	3	3.7%
40 فأكثر	2	2.5%
المجموع	80	100%

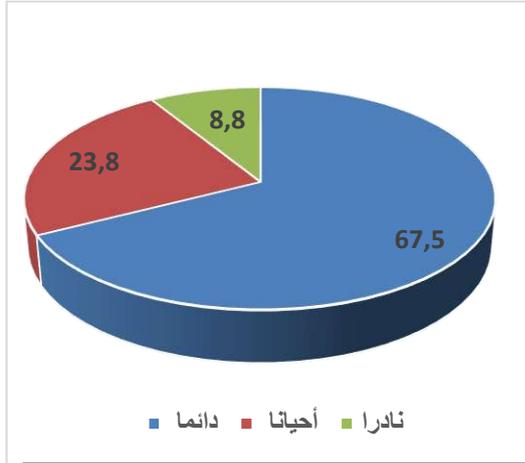
الشكل رقم 4 يمثل توزيع العينة حسب السن

يلاحظ من خلال الجدول رقم (04) والشكل (04) أن أكبر نسبة جاءت للفئة السنية (18-25 سنة) بنسبة تبلغ 65 % ، النسبة الثانية هي لفئة (26-30 سنة) بنسبة 28.7 ، في حين أن أقل نسبتين متقاربتين هي للفئة (31-40 سنة) بنسبة تقدر بـ 3.7 % ، و (40 فأكثر) بنسبة 2.5 % .

## ✓ عرض ومناقشة بيانات التساؤل الأول

عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام:

الجدول رقم 5: يوضح توزيع العينة حسب استخدام موقع الانستغرام



خيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	54	67.5%
أحيانا	19	23.8%
نادرا	7	8.8%
المجموع	80	100

الشكل رقم 5 : توزيع العينة حسب استخدام موقع الانستغرام

يبين الجدول والشكل أعلاه استخدام موقع الانستغرام حيث يظهر بأن خيار "دائما" جاء كأكثر نسبة بـ 67.5% ، يليها الخيار "أحيانا" بـ 23% ، ثم "نادرا" بـ 8.8% .

وقد يعود استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام "دائما" لأنهم أصبحوا لا يستغنون عن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة والانستغرام بصفة خاصة، حيث يصنف كرايع وسيلة مشهورة ونشطة عالميا، إذ تشير إحصائيات لسنة 2023 أن عدد مستخدميه حول العالم بلغ مليار 1.628<sup>1</sup>، وبما أن الطلبة أغلبهم من فئة الشباب فإن الإحصائيات تشير إلى أن هذا الموقع أكثر شعبية لدى هذه الفئة، كما تعتبر هذه النتيجة مشابهة لنتيجة دراسة "أمينة طويجيني" و"صبرينة

<sup>1</sup>Essential Instagram statistics and trends for 2023 ,<https://datareportal.co/2023/5/10/> / H 10 :30

ساسي" توصلتا إلى أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) "دائماً" بنسبة %1.53<sup>1</sup>

الشكل رقم 6: جدول يوضح استخدام موقع الانستغرام حسب متغير الجنس

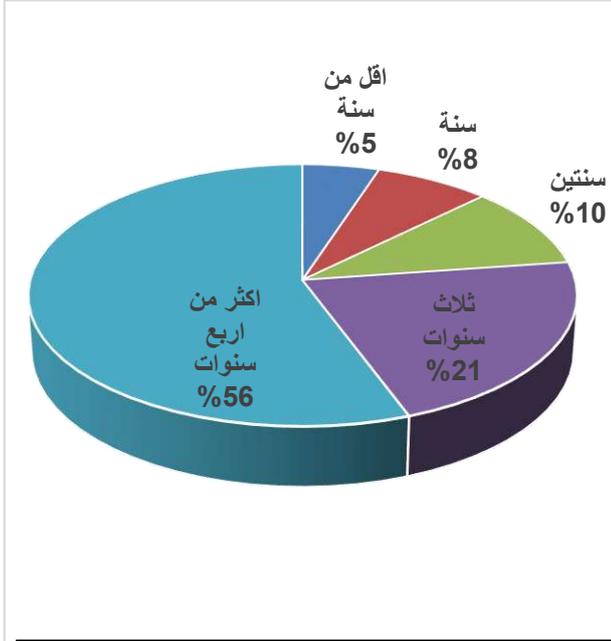
الجنس		الذكور		الإناث	
الخيارات	تكرار	%	تكرار	%	تكرار
أحيانا	9	23.1%	10	24.4%	
دائما	26	66.7%	28	68.3%	
نادرا	4	10.3%	3	7.3%	
المجموع	39	100%	41	100%	

يبين الجدول أعلاه تباينا طفيفا ما بين الفئتين في استخدام موقع الإنستغرام، حيث تظهر نتائج الجدول أعلاه أن فئة الذكور يستخدمون الموقع دائما بنسبة 68.3% ، وهي أعلى قليلا من درجة استخدام الإناث والتي بلغت نسبة استخدامهم للإنستغرام "دائماً" بنسبة 66.7% ، تشير الإحصائيات القائمة على النوع بأن عدد المستخدمين الذكور لموقع الانستغرام أكثر من الإناث، حيث يبلغ عدد مستخدميه الذكور % 51.8 أما الإناث % 48.2، حيث تشير إحصائيات للسنة 2023 يصنف الموقع كرابع منصات التواصل الاجتماعي استخداما.<sup>2</sup>

وقد يعود استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام "دائماً" لأنهم أصبحوا لا يستغنون عن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة و الإنستغرام بصفة خاصة.

<sup>1</sup> أمينة طويجيني، صبرينة ساسي ، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين" الفيسبوك-نموذجاً-دراسة على عينة من طلبة جامعة أم البواقي"، مذكرة ماستر في السمي بصري، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016/2015، ص 82.  
<sup>2</sup> <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats/>، تاريخ الزيارة: 2023-05-17، على الساعة: 10:30.

الجدول رقم 7: جدول يوضح مدة استخدام موقع الانستغرام



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	5	5%
سنة	6	7.5%
سنتين	8	10%
ثلاث سنوات	17	21.3%
أكثر من أربع سنوات	44	55%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 06: يبين مدة استخدام موقع الانستغرام

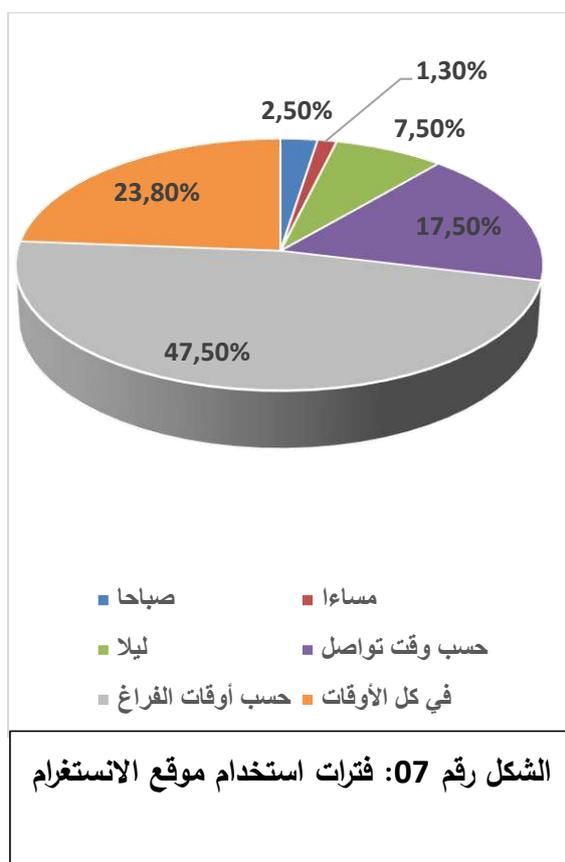
نلاحظ من خلال الجدول (07) والشكل (06) أن أغلب المبحوثين يستخدمون الإنستغرام منذ "أكثر من أربع سنوات" بنسبة 55% ، يليها خيار ثلاث سنوات بنسبة 21.3% ، ليأتي بعدها خيار سنتين بنسبة 10% ، وبنسبة أقل لـ سنة 7.5% ، وأقل من سنة 5% .

وقد يرجع استخدام الطلبة موقع الانستغرام منذ أكثر من أربع سنوات إلى أنهم أصبحوا أكثر إبحارا واستخداما لهذه المواقع كما أنه دليل على خبرتهم فيه.

تتقارب النتائج المحصل عليها مع دراسة "أمينة طويجيني" و" صبرينة ساسي" حيث توصلتا إلى أن أغلب المبحوثين في دراستهم يستخدمون الفيسبوك منذ أكثر من سنتين بنسبة 1.61%

<sup>1</sup>أمينة طويجيني، صبرينة ساسي ، مرجع سبق ذكره ص 91.

الجدول رقم 8: جدول يوضح فترات استخدام موقع الانستغرام



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	2	%2.5
مساءا	1	%1.3
ليلا	6	%7.5
حسب وقت تواصل	14	%17.5
حسب أوقات الفراغ	38	%47.5
في كل الأوقات	19	%23.8
المجموع	80	%100

يشير الجدول أعلاه إلى الفترة المستغلة في استعمال موقع الانستغرام حيث تعتبر فترة "حسب أوقات الفراغ" والتي تقدر نسبتها بـ 47.5% هي النسبة الأعلى من بين كل النسب، ليأتي بعدها، خيار "حسب وقت التواصل" بنسبة 17.5% ، أما أقل النسب فهي للخيار "ليلا" بنسبة 7.5% ، ثم "صباحا" بـ 2.5% ، و "مساءا" 1.3% .

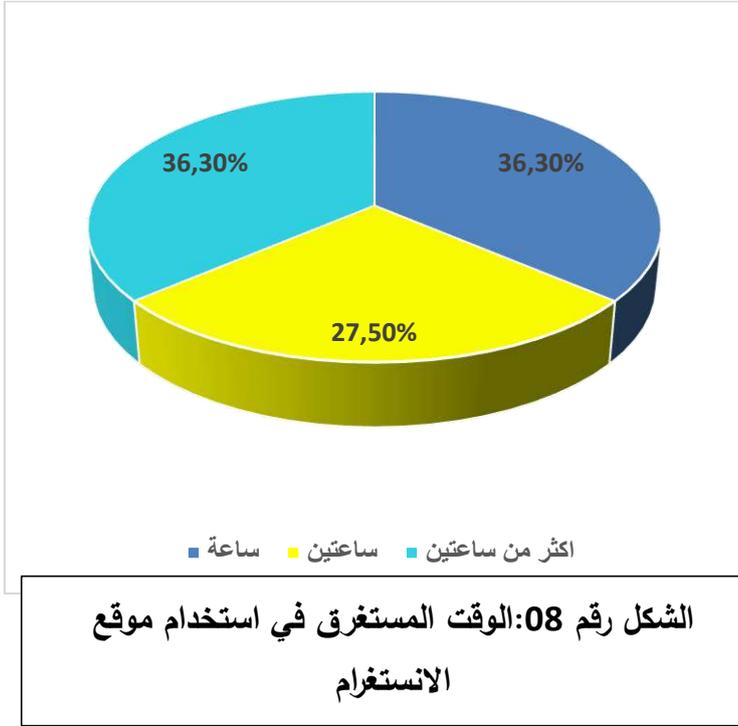
ويعود استخدام أغلب المبحوثين للإنستغرام "حسب أوقات الفراغ" لأنهم قد يكونوا منشغلين بالدراسة في أغلب الأوقات لذا يستخدمونه حسب الفرصة التي تتاح لهم.

تتقارب هذه النتيجة مع دراسة أمينة طويجيني وصبرينة ساسي حيث توصلتا إلى أن أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك "حسب الظروف" بنسبة 50%<sup>1</sup> وقد اختلفت مع دراسة "إيمان بوكديرون"

<sup>1</sup> أمينة طويجيني، صبرينة ساسي، مرجع سبق ذكره، ص 88.

"وأسماء حاج قويدر" توصلتا إلى أن % 41.42 يستخدمون الفيسبوك في الفترة "اليلية"،<sup>1</sup> أما دراسة "هبة فتحي و عبد النبي سليمان" فتوصلتا أن أغلب المبحوثين يستخدمون الفيسبوك في الفترة المسائية بنسبة تقدر بـ % 2.38<sup>2</sup>.

### الجدول رقم 9: جدول يوضح الوقت المستغرق في استخدام موقع الانستغرام



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ساعة	29	%36.3
ساعتين	22	%27.5
أكثر من ساعتين	29	%36.3
المجموع	80	%100

يبين الجدول السابق أن غالبية أفراد العينة يستغرقون أطول مدة ممكنة في استخدامهم لموقع الانستغرام وتمثلت في "ساعة" و "أكثر من ساعتين" بنسبة %36.3 ، ثم ساعتين بنسبة %27.5

<sup>1</sup> إيمان بوكدر، أسماء حاج قويدر، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي، الفيس بوك نموذجاً"، مذكرة ماستر في تخصص: وسائل إعلام والمجتمع، جامعة الجبالي بونعامة بخميس مليانة، 2018/2017، ص 92.

<sup>2</sup> هبة محمد إسماعيل عبد الله، عبد النبي سليمان حسن يعقوب، "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية، الفيسبوك -نموذجاً- دراسة على طلاب كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية"، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، العدد 16، المؤسسة العربية للتربية والآداب، مصر، 2021، ص 150.

ويمكن تفسير استخدام أفراد عينة البحث لموقع الانستغرام من ساعة إلى أكثر من ساعتين أنه من الممكن أن يكونوا مدمنين على هذا الموقع، بحيث كلما شعر المبحوثين بالرضا زاد هوسهم بالميزات المتوفرة في الموقع، كما يجعلهم لا يهتمون بالوقت المستغرق.<sup>1</sup>

وتعد النتائج المتحصل عليها مشابهة لدراسة (بوكديرون إيمان وحاج قويدر أسماء) اللتان توصلتا إلى أن المبحوثين يستخدمون الفيسبوك من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة 44.28%،<sup>2</sup> ونفس الشيء بالنسبة لدراسة (أمينة طويجيني وصبرينة ساسي) توصلتا إلى أن 56% من أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من ساعتين،<sup>3</sup> فيما اختلفت النتائج بعض الشيء مع دراسة (هبة محمد، وعبد النبي سليمان) توصلتا إلى أن أغلب المبحوثين يقضون أقل من ساعة في استخدام الفيسبوك بنسبة 26.2% ، فيما جاء الخيارين "ساعة إلى أقل من

ساعتين" ، "ساعتين وأقل من أربع ساعات" بنسبة واحدة والمتمثلة في 23.3% .<sup>4</sup>

#### الجدول رقم 10: جدول يوضح الوقت المستغرق في استخدام الانستغرام حسب متغير الجنس

الجنس		انثى		ذكر	
الخيارات		%	تكرار	%	تكرار
ساعة		46.2%	18	26.8%	11
ساعتين		23.1%	9	31.7%	13
اكثر من ساعتين		30.8%	12	41.5%	17
المجموع		100	39	100	41

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلب أفراد عينة البحث من فئة الإناث يستخدمون موقع الانستغرام "ساعة" بنسبة 46.2% ، على خلاف الذكور الذين يستخدمونه لـ "أكثر من ساعتين"

<sup>1</sup>نعيمة بونينة، نعيمة بونينة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي-جامعة الجلفة نموذجاً- 2016/2017، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2017-2018، ص ص 191

<sup>2</sup>إيمان بوكديرون، أسماء حاج قويدر، مرجع سبق ذكره ص 90.

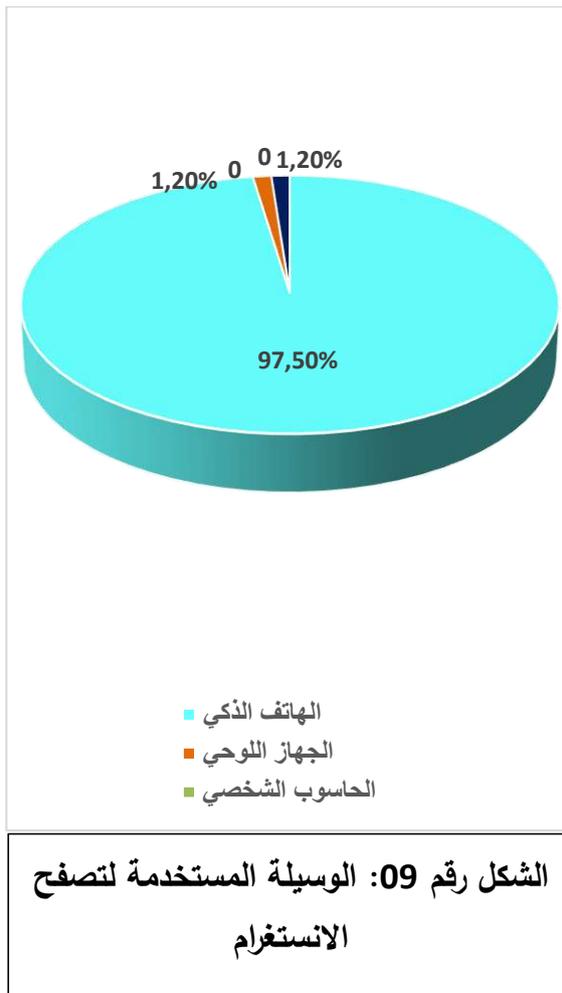
<sup>3</sup>أمينة طويجيني، صبرينة ساسي، مرجع سبق ذكره، ص 86.

<sup>4</sup>هبة محمد إسماعيل عبد الله، عبد النبي سليمان حسن يعقوب، مرجع سبق ذكره، ص 149.

بنسبة 41.5% ، أما خيار "ساعتين" فيستخدمه الذكور بنسبة 31.7% ، فيما تستخدمه الإناث بنسبة 23.1% .

ويمكن تفسير استخدام أفراد عينة البحث لموقع الانستغرام من ساعة إلى أكثر من ساعتين أنه من الممكن أن يكونوا مدمنين على هذا الموقع، بحيث كلما شعر المبحوثين بالرضا زاد هوسهم بالميزات المتوفرة في الموقع، كما يجعلهم لا يهتمون بالوقت.

الجدول رقم 11: جدول يوضح الوسيلة المستخدمة لتصفح الانستغرام.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	78	97.5%
الجهاز اللوحي	1	1.2%
الحاسوب الشخصي	0	0%
الحاسوب المكتبي	0	0%
جميع ماسبق	1	1.2%
المجموع	80	100%

يظهر الجدول والشكل أعلاه أن أكثر وسيلة استخداما لتصفح الانستغرام لدى أغلب المبحوثين هو الهاتف الذكي بنسبة 97.5% ، ثم ليليها كل من "الجهاز اللوحي" و خيار " جميع ماسبق" بنسبة 1.2% .

اذ تعتبر نتيجة منطقية نظرا للانتشار الواسع لهذه الوسيلة بين مختلف شرائح المجتمع ولأنه يتميز بخصائص عديدة تجعله المفضل لدى الكثير من أفراد عينة البحث من بينها أنه سهل الاستخدام ويمكن من خلاله تصفح الانترنت ومختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

نتائج الدراسة متوافقة مع دراسة (أمينة طويجيني وصبرينة ساسي) حيث أن أغلب أفراد العينة

يتصفحون الفيسبوك عن طريق الهاتف بنسبة 54.54%<sup>1</sup>.

ونفس الأمر بالنسبة لدراسة (بوكدرون إيمان وحاج قويدر أسماء) تظهر نتائج دراستهما بأن

84.28% يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح الفيسبوك.<sup>2</sup>

### الجدول رقم 12: جدول يوضح المكان المفضل لتصفح الانستغرام



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	31	38.8%
الجامعة	1	1.3%
الاقامة الجامعية	3	3.7%
في كل مكان	45	56.3%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 10: المكان التي المفضل لتصفح الانستغرام

<sup>1</sup>أمينة طويجيني، صبرينة ساسي ، مرجع سبق ذكره، ص 91.

<sup>2</sup>إيمان بوكدرون، أسماء حاج قويدر، مرجع سبق ذكره، ص 92.

جاء في الجدول (12) والشكل المرفق له أن أغلب الطلبة يفضلون تصفح الانستغرام "كل مكان" بنسبة 56.3% ، يليها خيار "المنزل" بنسبة 38.8% ، وأقل نسبتين هي الإقامة الجامعية بنسبة 3.7% ، والجامعة 1.3% .

قد تعود أسباب استخدام عينة البحث لموقع الانستغرام في كل مكان هو امتلاكهم للهواتف الذكية التي تمكنهم من استخدام الموقع، وما يبين ذلك هو ما يظهر في الجدول 09 أعلاه أن أغلب المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي الذي يفيد الطلبة في البحث عن المواضيع التي تهمهم والاطلاع على كل ما هو جديد نظرا لإمكانية النفاذ للإنترنت من خلاله بسهولة.

وتختلف نتائج الدراسة مع دراسة "إيمان بوكدر، أسماء حاج قويدر" اللتان توصلتا إلى معظم المبحوثين في دراستهما أن المكان المفضل لتصفح الفيسبوك بالنسبة لعينة البحث هو المنزل بنسبة 1.90% .

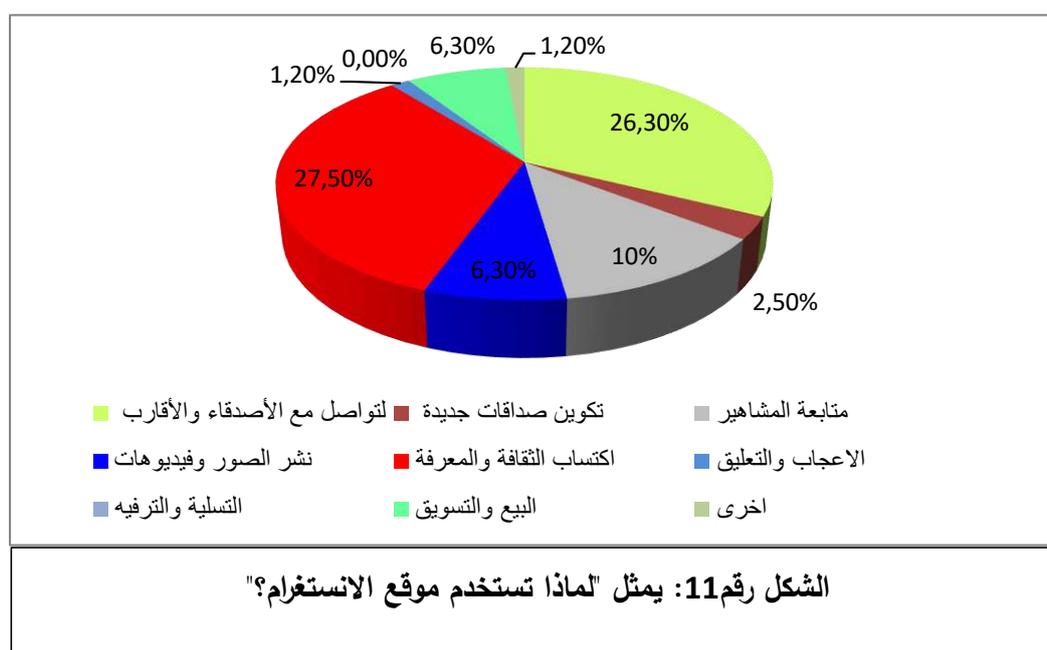
<sup>1</sup>إيمان بوكدر، أسماء حاج قويدر، مرجع سابق ذكره ص 93.

✓ عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثاني

دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام

الجدول رقم 13: جدول يوضح "لماذا تستخدم موقع الانستغرام؟"

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
لتواصل مع الأصدقاء والأقارب	21	26.3%
تكوين صداقات جديدة	2	2.5%
متابعة المشاهير	8	10%
نشر الصور والفيديوهات	5	6.3%
اكتساب الثقافة والمعرفة	22	27.5%
الاعجاب والتعليق	1	1.2%
التسلية والترفيه	0	0%
البيع والتسويق	5	6.3%
اخرى	1	1.2%
المجموع	80	100%



من خلال النتائج الموضحة في الجدول والشكل (11) أن أغلب المبحوثين يستخدمون الانستغرام لـ "اكتساب الثقافة والمعرفة" بنسبة تقدر بـ 27.5% ، ثم يليها خيار "للتواصل مع الأصدقاء والأقارب بنسبة 26.3% ، يليها كل من "متابعة المشاهير" بنسبة 10% ، ونشر الصور والفيديوهات والبيع والتسوق 6.3% .

تعود الأسباب التي تدفع الطلبة لاستخدام الانستغرام لاكتساب الثقافة والمعرفة هو تلبية حاجياتهم المعرفية وكذا للاكتشاف وعدم الاستغناء عن المعلومات. أما استخدامه للتواصل مع الأصدقاء والأقارب لأن مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة ألغت العوامل الزمانية والمكانية، كما تعتبر من الحاجات الأساسية للإنسان لتقوية الروابط الأسرية.

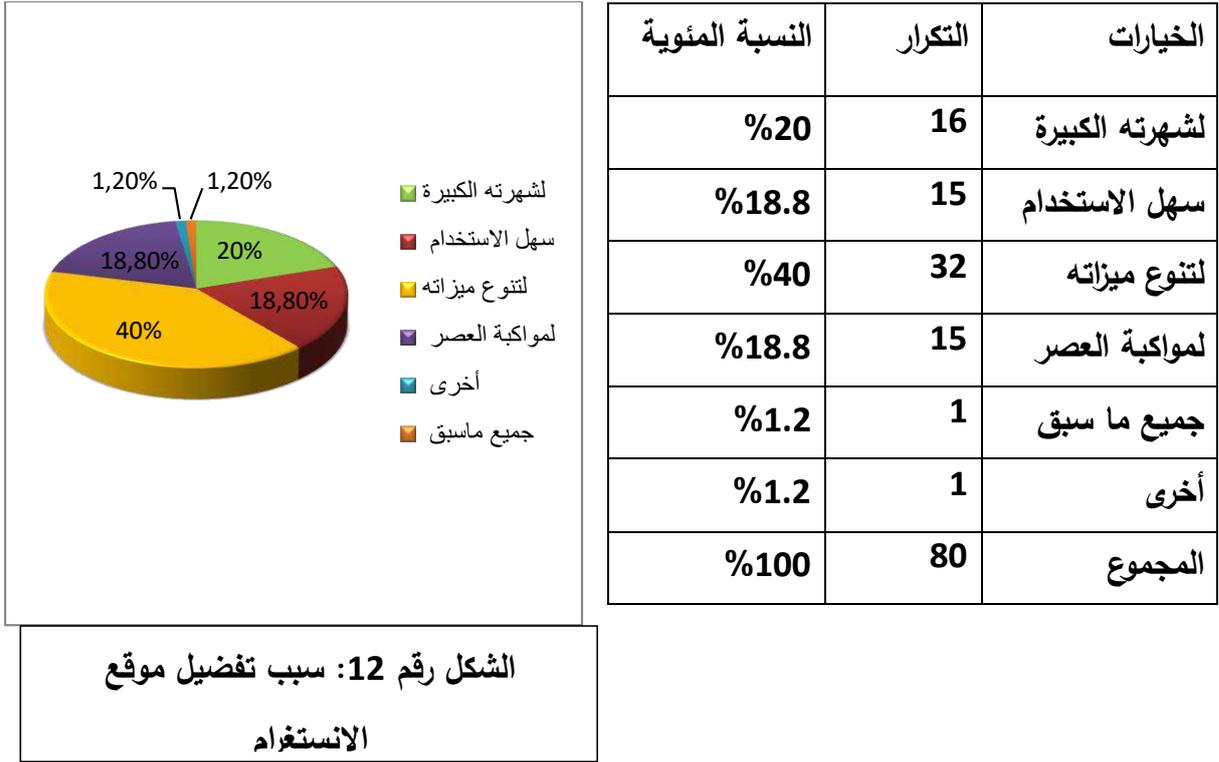
وجاءت نتائج الدراسة الحالية مختلفة قليلا مع دراسة "إيمان بوكدر، أسماء حاج قويدر" في النتائج المحصل عليها بحيث توصلت إلى أن أغلب أفراد عينة البحث يستخدمون موقع الفيسبوك للتواصل مع الأصدقاء والأقارب بنسبة % 42.85<sup>1</sup>، وكذلك اختلفت مع دراسة "أمينة طويجيني، صبرينة ساسي" اللتان توصلتا بأن % 18.83 كان دافعهم من استخدام الفيسبوك "للتواصل مع الأهل والأصدقاء"<sup>2</sup>، أما دراسة "هبة إسماعيل، وعبد النبي سليمان" فتوصلا إلى أن استخدام الفيسبوك من طرف المبحوثين كان من أجل "متابعة الأحداث"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>إيمان بوكدر، أسماء حاج قويدر، مرجع سبق ذكره ص 90.

<sup>2</sup>أمينة طويجيني، صبرينة ساسي ، مرجع سبق ذكره، 93.

<sup>3</sup>هبة محمد إسماعيل عبد الله، عبد النبي سليمان حسن يعقوب، مرجع سبق ذكره، ص 151.

الجدول رقم 14: جدول يوضح سبب تفضيل موقع الانستغرام

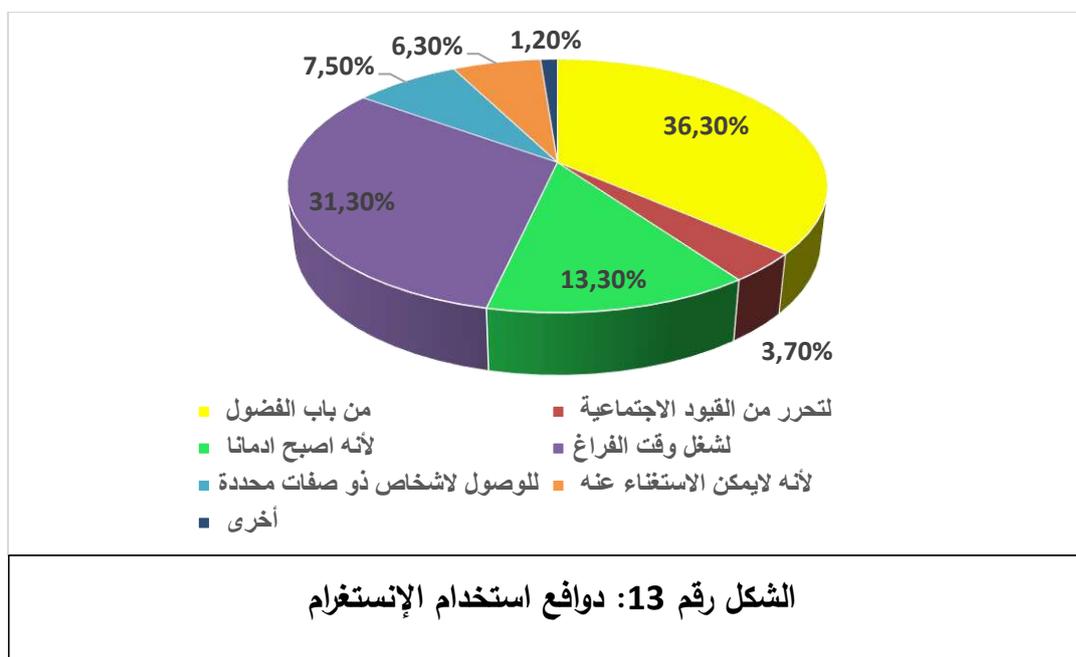


يلاحظ من خلال النتائج المتوصل إليها في الجدول (14) أن من بين أسباب تفضيل موقع الانستغرام لدى أغلب الطلبة هو "تنوع ميزاته" بنسبة 40% ، يليه خيار "لشهرته الكبيرة" بنسبة 20% ، ثم خيار كل من "سهل الاستخدام" و "لمواكبة العصر" بنسبة 18.8% ، وجاء في الأخير خيار "جميع ما سبق" بنسبة 1.2% .

وقد يعود سبب تفضيل أغلب المبحوثين للإنستغرام "لتنوع لميزاته" ولأنه مختلف عن بقية مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، بحيث أن هذه الخصائص تجذب المستخدمين له.

الجدول رقم 15: جدول يوضح دوافع استخدام الإنستغرام

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
من باب الفضول	29	36.3%
لتحرر من القيود الاجتماعية	3	3.7%
لأنه أصبح ادمانا	11	13.8%
لشغل وقت الفراغ	25	31.3%
للموصول لأشخاص ذو صفات محددة	6	7.5%
لأنه لايمكن الاستغناء عنه	5	6.3%
أخرى	1	1.2%
المجموع	80	100%



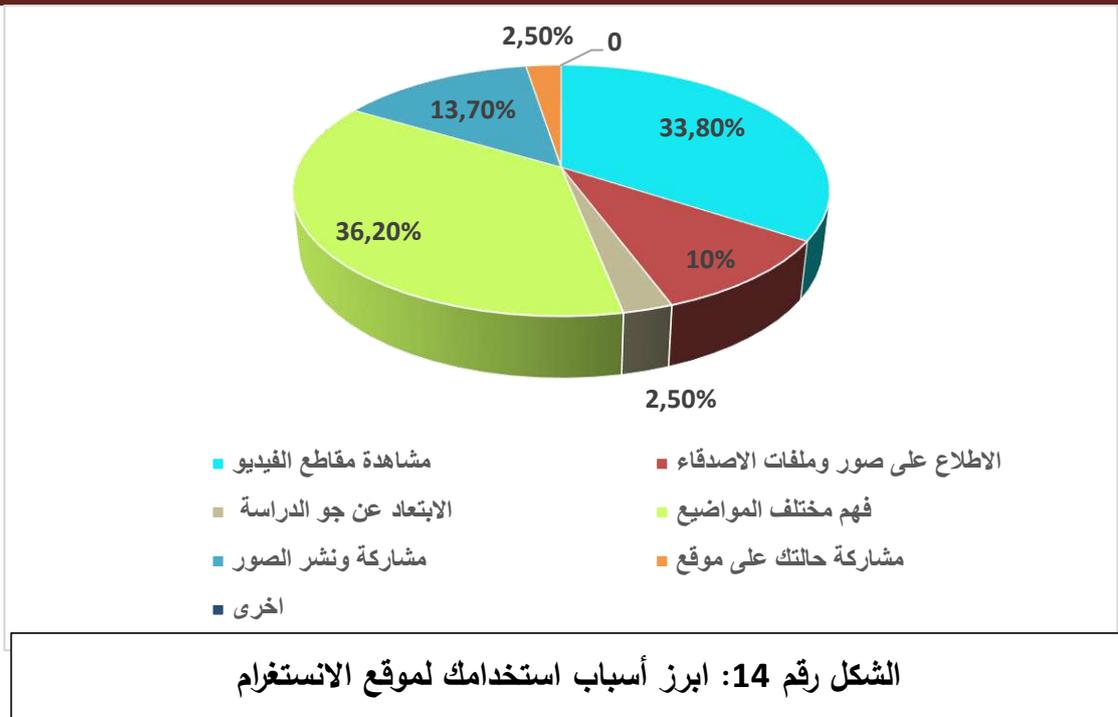
يوضح الجدول (15) والشكل (13) أن أغلب أفراد عينة البحث الأمر الذي يدفعهم لاستخدام الانستغرام هو "من باب الفضول" بنسبة 36.3%، ثم "لشغل وقت الفراغ" بنسبة 31.3% ليليها خيار "لأنه أصبح إدمانا" بنسبة تقدر بـ 13.8%، أما خيار "للموصول لأشخاص ذو صفات محددة" فنسبتهم

7.5% ، وخيار " لأنه لا يمكن الاستغناء عنه" 6.3% وفي الأخير يأتي خيار "للتحرر من القيود الاجتماعية" 3.7% .

ويرجع اختيار أغلب المبحوثين لخيار "من باب الفضول" لأن موقع الانستغرام يحفز الفضول لديهم وذلك من خلال الميزات والخصائص التي يحتويها بالإضافة إلى التحديث المستمر وتلبية رغبات المستخدمين تدفعهم لتجريبها.

### الجدول رقم 16: جدول يوضح أبرز أسباب استخدام موقع الانستغرام

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مشاهدة مقاطع الفيديو	27	33.8%
الاطلاع على صور وملفات الاصدقاء	8	10%
الابتعاد عن جو الدراسة	2	2.5%
فهم مختلف المواضيع	29	36.2%
مشاركة ونشر الصور	11	13.7%
مشاركة حالتك على موقع	2	2.5%
اخرى	0	0%
المجموع	80	100 %

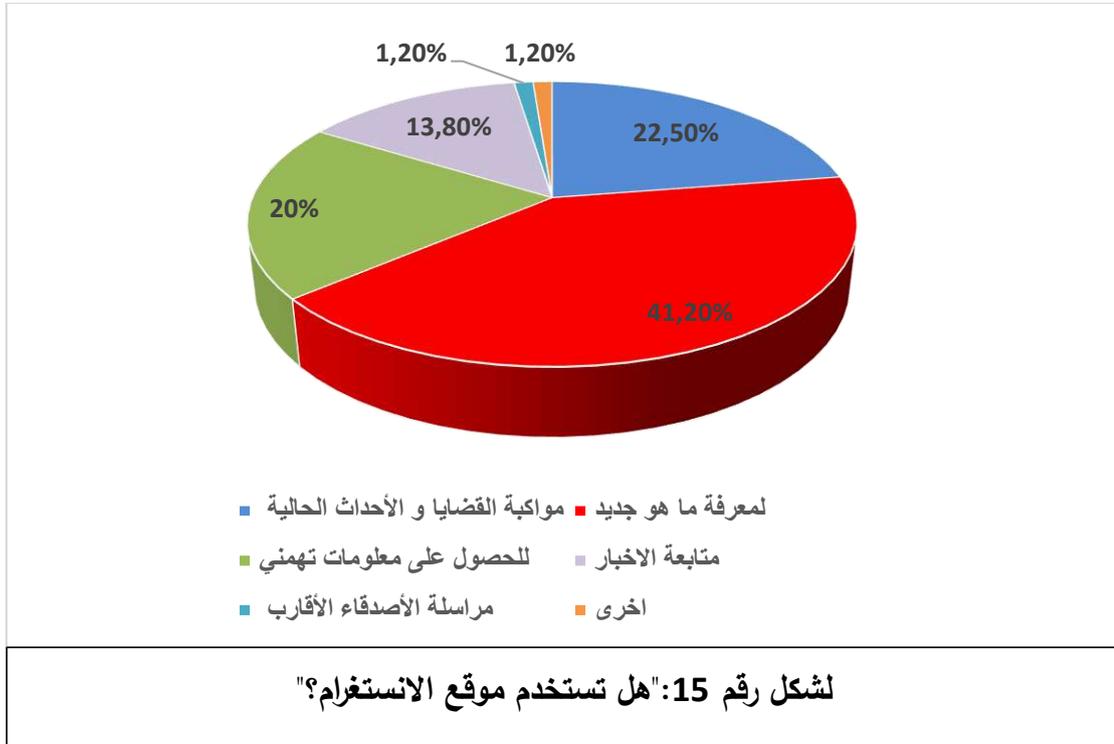


يبين الجدول والشكل رقم (14) أعلاه من أبرز أسباب استخدام موقع الانستغرام من طرف عينة البحث هو لـ "فهم مختلف المواضيع" 36.2% بنسبة، ثم يليها "مشاهدة مقاطع الفيديو" بنسبة تقدر بـ 33.8% ، ثم خيار "مشاركة ونشر الصور" بـ 13.7% ، و "الاطلاع على صور وملفات الأصدقاء" بنسبة 10% ، وفي الأخير يأتي خيار "للابتعاد عن جو الدراسة"، "مشاركة حالتك عبر الموقع" بنسبة متماثلة 2.5% .

وقد يعود ذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر العديد من الخدمات المختلفة تمكن من معرفة كل ما يدور في الساحة من مواضيع متنوعة، وهذا بدافع الفضول كما تظهره نتائج الجدول 13 أعلاه.

الجدول رقم 17: جدول يوضح "هل تستخدم موقع الانستغرام لـ":

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مواكبة القضايا و الأحداث الحالية	18	22.5%
لمعرفة ما هو جديد	33	41.2%
للحصول على معلومات تهمني	16	20%
متابعة الاخبار	11	13.8%
مراسلة الأصدقاء الأقارب	1	1.2%
اخرى	1	1.2%
المجموع	80	100%

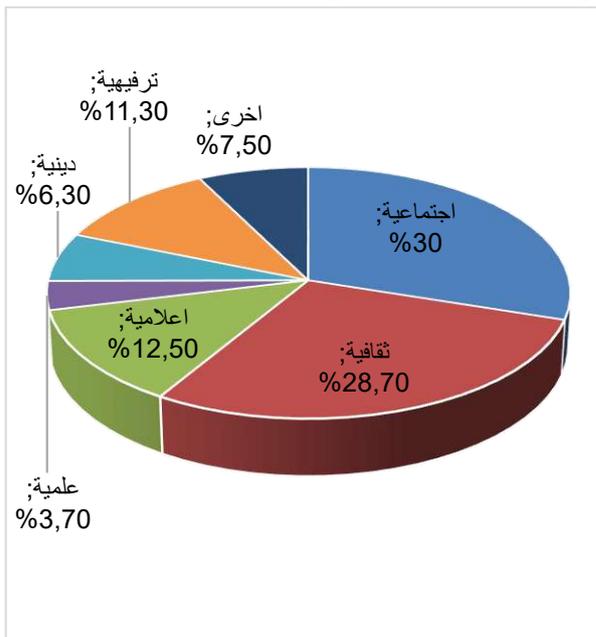


من خلال الجدول رقم (17) والشكل المرفق له يتبين أن أعلى نسبة تمثلت في "المعرفة ما هو جديد" 41.2% ، وجاءت النسبة الثانية لـ "مواكبة القضايا والأحداث الحالية" بـ 22.5% ، أما

خيار "للحصول على معلومات تهمني" جاء ثالثا بنسبة 20% ، ومتابعة الأخبار بنسبة تقدر بـ 13.8% ، وفي الأخير مراسلة الأصدقاء الأقارب 1.2% .

وربما يرجع ذلك إلى أن هذا الموقع يولي أهمية كبيرة للمعارف والمعلومات ونشرها وقت وقوعها أو ظهورها والتفاعل معها حتى لا يشعروا بأنهم منعزلين عن الوقائع والأحداث، ولأن هذه المواقع أصبحت من مصادر الأخبار والمعلومات.

الجدول رقم 18: جدول يوضح نوع المواضيع المتابعة في موقع الانستغرام



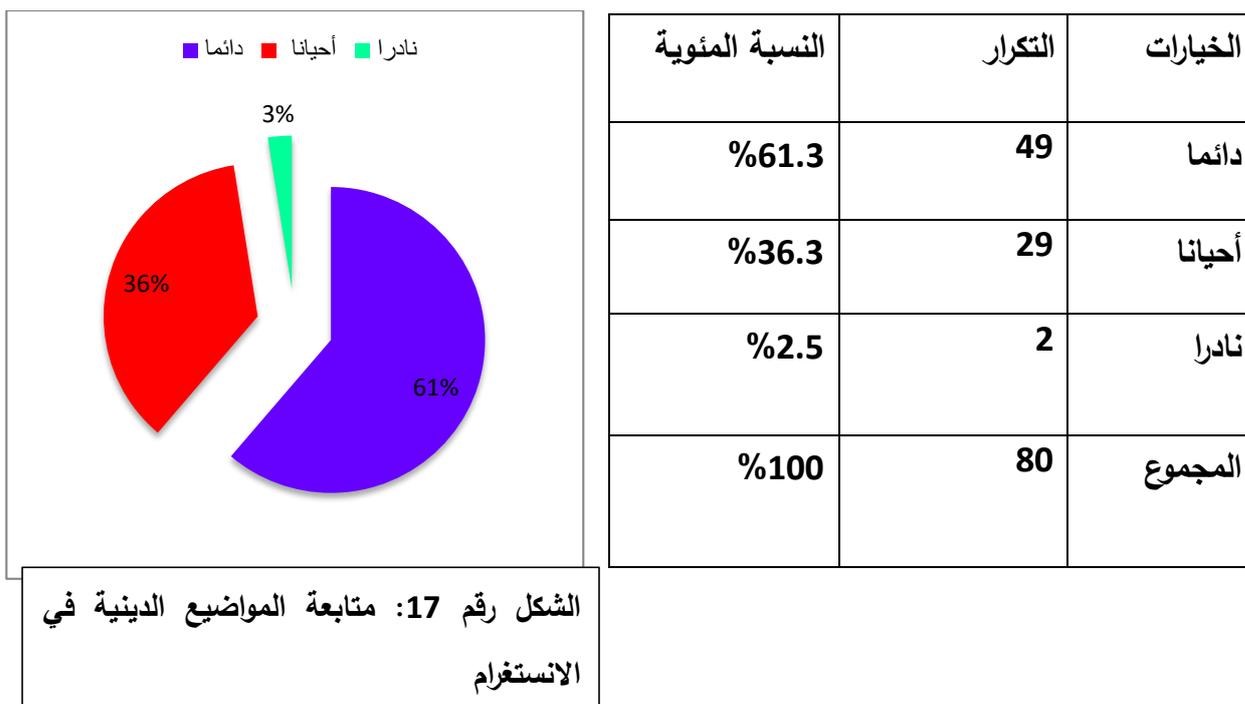
النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
30%	24	اجتماعية
28.7%	23	ثقافية
12.5%	10	اعلامية
3.7%	3	علمية
6.3%	5	دينية
11.3%	9	ترفيهية
7.5%	4	اخرى
100%	80	المجموع

الشكل رقم 16: نوع المواضيع المتابعة في موقع الانستغرام

يشير الجدول والشكل أعلاه، أن أكثر المواضيع رواجاً لدى المبحوثين هي "الاجتماعية" بنسبة 30% ، ثم "الثقافية" 28.7% ، يليها "الإعلامية" 12.5% ، ويأتي بعدها "العلمية" بنسبة 3.7% ، والدينية تقدر نسبتها بـ 6.3% ، وفي الأخير تأتي المواضيع الترفيهية بنسبة 11.3% .

يمكن تفسير ذلك بأن أفراد العينة هم جزء من أفراد المجتمع لذا يتفاعلون مع كل القضايا ذات الأبعاد الاجتماعية والتي تتداول في مختلف المواقع بكثافة، والمشاركة في إبداء الآراء حولها لأنها أكثر المواضيع قرباً وفهماً لكل أفراد المجتمع.

الجدول رقم 19: جدول يوضح متابعة المواضيع الدينية في الانستغرام



يبين الجدول والشكل أعلاه أن أغلب المبحوثين يتابعون المواضيع الدينية في الانستغرام "دائما" بنسبة 61.3% ، يليها خيار أحيانا 36.3% ، ثم نادرا 2.5% . وهذا راجع إلى أهمية المواضيع الدينية لدى أفراد العينة إذ تعد من المبادئ الأساسية لديهم، وهذا ما يثبت بأن المواضيع الدينية جد مهمة لأفراد عينة البحث ولأن المجتمع مسلم فمتابعة وتداول هذه المواضيع من الأمور المهمة بالنسبة للنسق الاجتماعي.

الجدول رقم 20: جدول يوضح متابعة المواضيع الدينية حسب متغير الجنس.

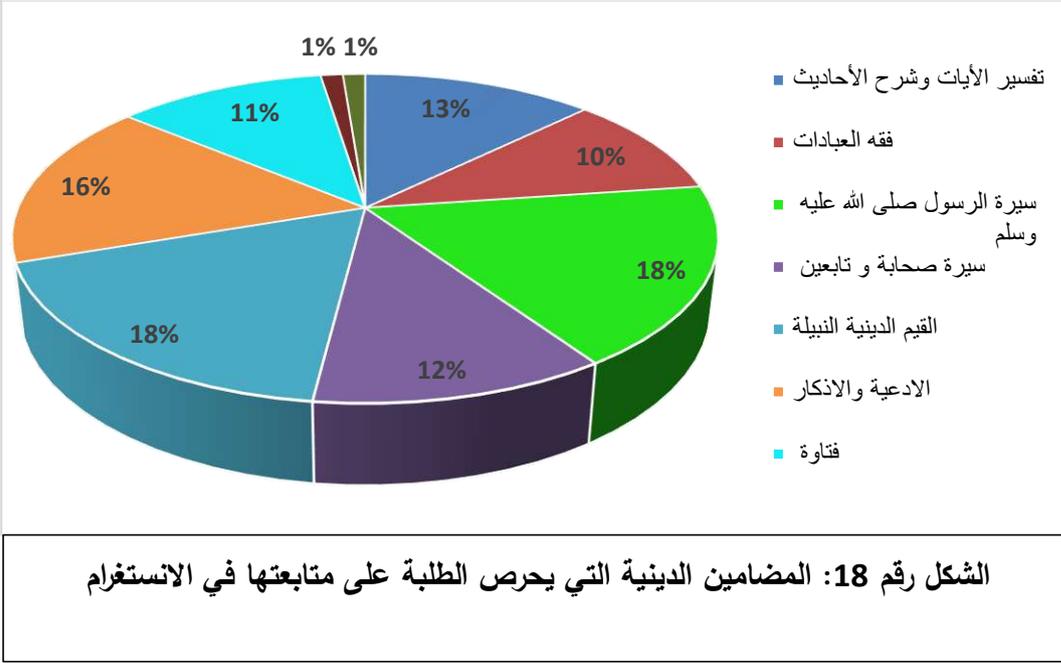
الخيارات	الجنس	
	انثى	ذكر
	تكرار	تكرار
أحيانا	14	15
دائما	24	25
نادرا	1	1
المجموع	39	41

يتبين من خلال المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه بأن أن الخيار "دائماً" جاء متقارب بين الفئتين تقدر نسبتهم بالنسبة للإناث 61.5% ، أما الذكور فنسبتهم 61% ، كما تقاربت الفئتين أيضاً في الخيار " أحيانا" حيث تقدر نسبة الذكور بـ 36.6% ، أما الإناث فتبلغ نسبتهم بـ 35.9% ، أما الخيار "نادراً" فنسبته لدى الإناث هو 2.6% ، وعند الذكور 2.4% .

وهذا ما يثبت بأن المواضيع الدينية جد مهمة لأفراد عينة البحث ولأن المجتمع مسلم فمتابعة وتداول هذه المواضيع من الأمور المهمة بالنسبة للنسق الاجتماعي.

**الجدول رقم 21: جدول يوضح المضامين الدينية التي يحرص الطلبة على متابعتها في الانستغرام**

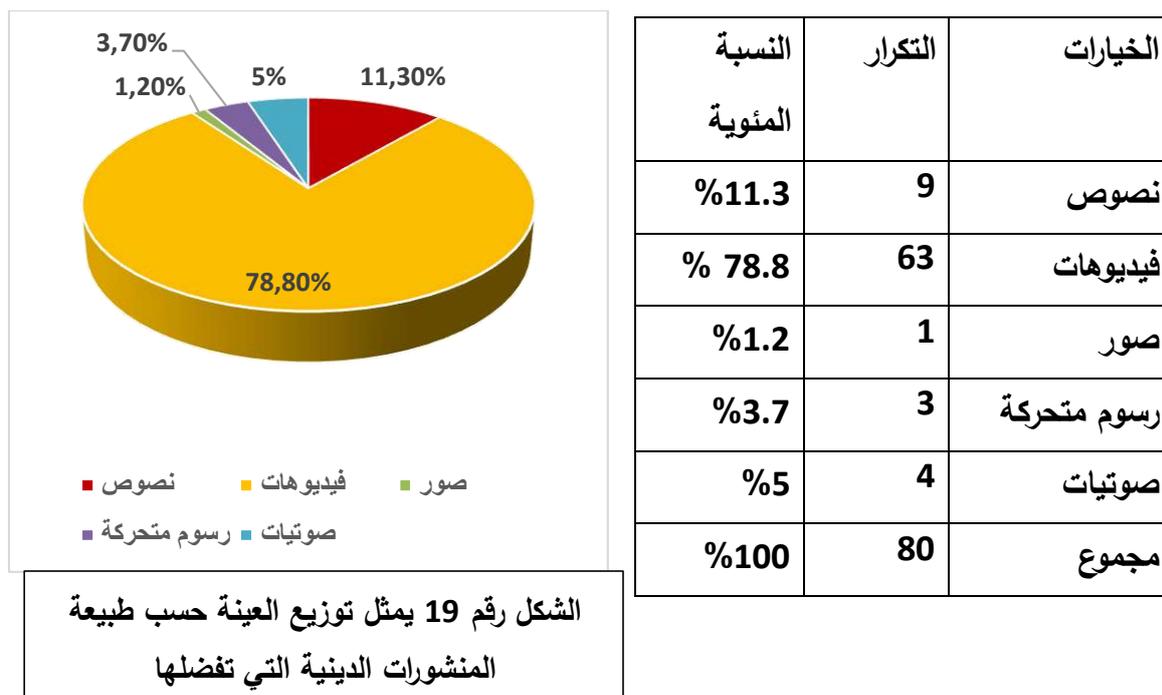
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
تفسير الآيات وشرح الأحاديث	10	12.5%
فقه العبادات	8	10%
سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم	14	17.5%
سير الصحابة والتابعين	9	11.3%
القيم الدينية النبيلة	14	17.5%
الادعية والاذكار	13	16.2%
فتاوي	9	11.3%
القرآن	1	1.2%
كل ماله صلة ويتعلق بالدين الإسلامي	1	1.2%
المجموع	80	100%



نلاحظ من خلال الجدول أعلاه بأن أعلى نسبة جاءت لخيار "سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم"، والقيم الدينية النبيلة" جاءت بنسب متساوية تقدر بـ17.5%، يليها "أدعية وأذكار" 16.2% ، ثم "تفسير الآيات وشرح الأحاديث" بنسبة 12.5% ، ليأتي بعدها " سير الصحابة والتابعين" 11.3% ، وفي الأخير يأتي "فتاوي" 11.3% ، و"فقهاء العبادات" 10% .

هناك علاقة ترابط كبيرة بين خيار "سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم" والقيم الدينية النبيلة" إذ يمكن القول بأن الرسول عليه الصلاة والسلام هو المصدر والمبلغ عن هذه القيم الدينية النبيلة التي شرعها الدين الإسلام، إذ يتبعها المسلمون ويحرصون على تطبيقها في حياتهم اليومية، حيث يستلهم الطلبة الجامعيين من رسولنا الكريم عليه الصلاة والسلام هذه القيم حيث يعملون على تطبيقها في حياتهم العملية والاجتماعية. أما بالنسبة للأدعية والاذكار فهي من أهم العبادات الواجبة على المسلمين ابتغاء الحصول على الأجر والثواب من الله جل وعلا وتحقيق الغايات وهي رضا الله ونيل الجزاء منه.

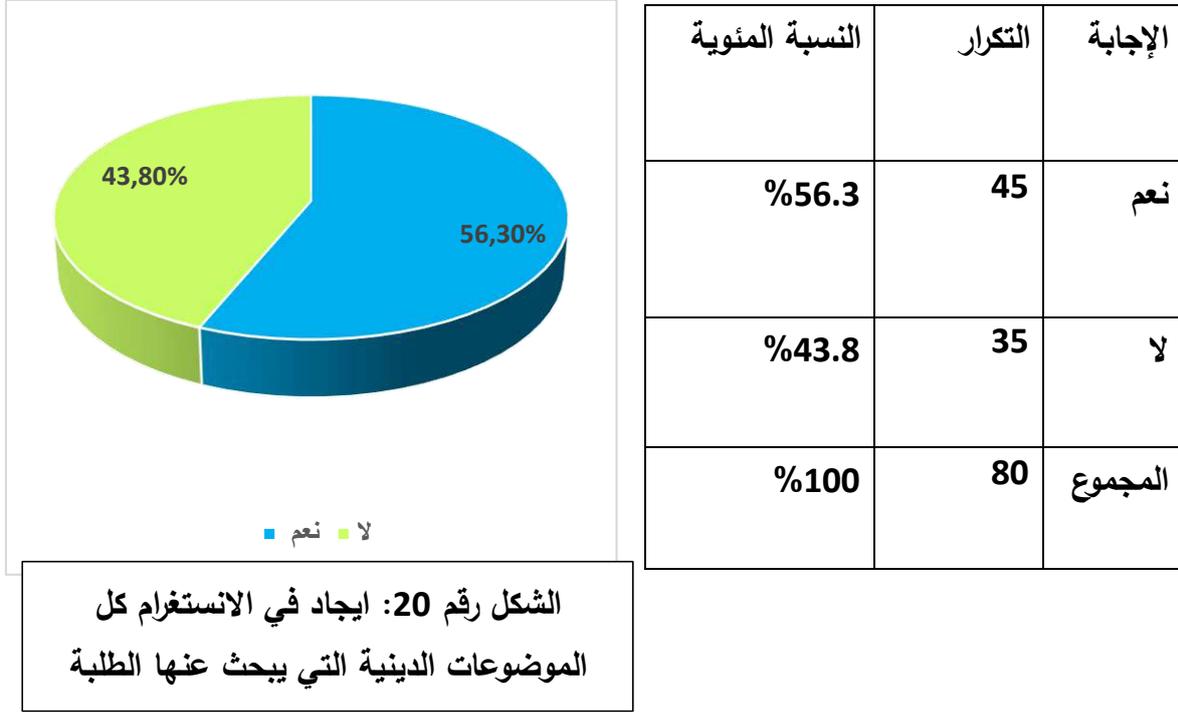
الجدول رقم 22: جدول يوضح طبيعة المنشورات الدينية التي يفضلها الطلبة



نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن "الفيديوهات" بنسبة 78.8% هي أكثر المنشورات تفضيلاً لدى أفراد عينة البحث، تليها "النصوص" بنسبة 11.3%، ثم "الصوتيات" بنسبة 5%، و "الرسوم المتحركة" 3.7%، وفي الأخير "الصور" 1.2%.

وقد يرجع تفضيل أغلب المبحوثين للمنشورات الدينية في شكل فيديو إلى أنه تصلهم المعلومات عن طريقه بشكل أفضل من الأشكال الأخرى كما أنها أسهل وأريح من القراءة والاستماع، كما يتيح للمبحوثين الاستفادة من المعلومات التي يتحصلون عليها بفضل المؤثرات الصوتية والمرئية التي تساعد على توضيح وتبسيط المفاهيم، كما يمكنهم من التفاعل والتعليق على المحتويات الموجودة فيه، كما يمكنهم أيضاً مشاركته مع زملائهم من أجل النقاشات وتبادل الآراء حول مختلف الموضوعات.

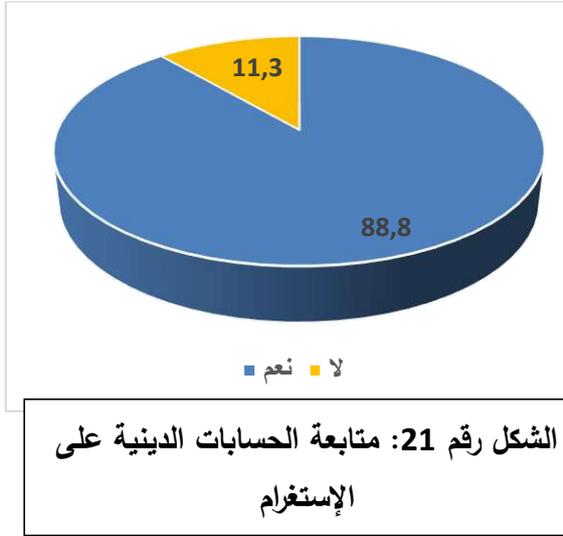
الجدول رقم 23: جدول يوضح ايجاد في الانستغرام كل الموضوعات الدينية التي يبحث عنها الطلبة



يتبين من خلال نتائج الجدول 23 أعلا أن أغلب أفراد عينة البحث أجابوا بـ "نعم" بنسبة 56.3% حول إيجادهم كل الموضوعات الدينية التي يبحثون عنها في الانستغرام، فيما أجاب البقية بـ "لا" بنسبة 43.8% .

وقد يعود هذا إلى أن هذا الموقع يحتوي كغيره من مواقع التواصل الاجتماعي هو مجال مفتوح لتبادل مختلف المواضيع التي تلبى حاجيات المستخدمين المعرفية، حيث أصبح من مصادر المواضيع الدينية بالنسبة للمبشرين حيث ينافس القنوات والمواقع المختصة في هذا المجال، في شكل نصوص وصوتيات وفيديوهات، وبثوث مباشرة أكثر فعالية في الاقناع ومصداقية لاعتمادها على الأدلة والبراهين من القرآن والسنة وأقوال العلماء.

الجدول رقم 24: جدول يوضح متابعة الحسابات الدينية على الانستغرام .



النسبة المئوية	التكرار	الإجابة
88.8%	71	نعم
11.3%	9	لا
100%	80	المجموع

يتضح من خلال الجدول والشكل 21 أن أغلب الطلبة يتابعون الحسابات الدينية في الانستغرام وذلك من خلال إجاباتهم بـ "نعم" 88.8% ، فيما أجاب البقية بـ "لا" بنسبة 11.3% .

هذا لأن الدين الإسلامي جد مهم بالنسبة للمسلمين إذ لا يستغنون عن متابعة الحسابات المتخصصة في هذا المجال، من أجل الاستفادة من الخدمات الدينية التي تتوفر فيها مثل طرح الإجابة على الأسئلة المتعلقة بالدين، وتوفير الفتاوى والدروس والخطب الدينية وهذا يعزز من المعرفة الدينية للطلبة وتطويرها

الجدول رقم 25: جدول يوضح متابعة المواضيع الدينية حسب متغير الجنس

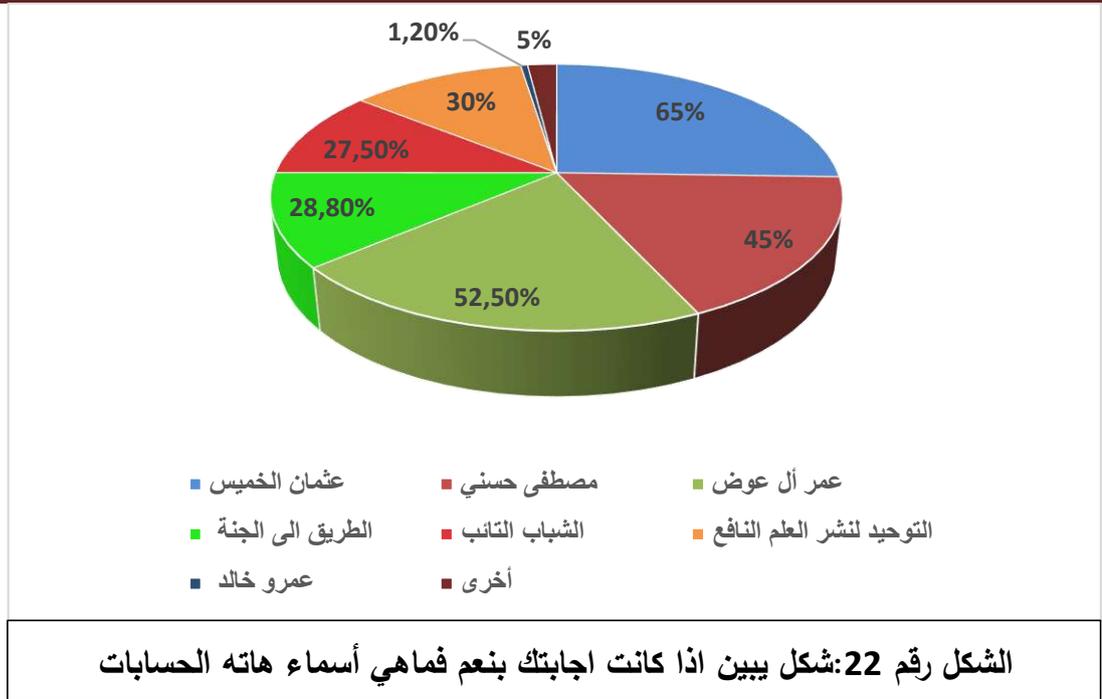
ذكر		انثى		الجنس الخيارات
%	تكرار	%	تكرار	
12.2%	5	10.3%	4	لا
87.8%	36	89.7%	35	نعم
100%	41	100%	39	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه بأن كلى الفئتين يتابعون المواضيع الدينية في الانستغرام، حيث أجابوا بنعم بنسبة 89.7% بالنسبة للإناث، أما نتيجة الذكور جاءت متقاربة مع نسبة الإناث وذلك بنسبة 87.8% ، فيما جاءت الإجابة "لا" لفئة الذكور بـ 12.2% ، أما الإناث جاءت نتيجتهم متقاربة نوعا ما بنسبة تقدر بـ 10.3% .

وبالتالي يمكن القول بأن الحسابات الدينية تعتبر وسيلة فعالة للطلبة لتعزيز معارفهم الدينية وتطويرها والبحث عن الإلهام والتحفيز من خلالها، للقيام بالأعمال الصالحة والتمسك بالعقيدة السليمة والأخلاق القويمة، وهذا يساعدهم على الاقتراب من الله عز وجل أكثر.

**الجدول رقم 26: جدول يوضح إذا كانت اجابتك بنعم فما هي أسماء هاته الحسابات؟**

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
عثمان الخميس	52	65%
مصطفى حسني	36	45%
عمر آل عوضة	42	52.5%
الطريق الى الجنة	23	28.8%
الشباب التائب	22	27.5%
التوحيد لنشر العلم النافع	24	30%
عمرو خالد	1	1.5%
أخرى	4	5%
المجموع	204	255%

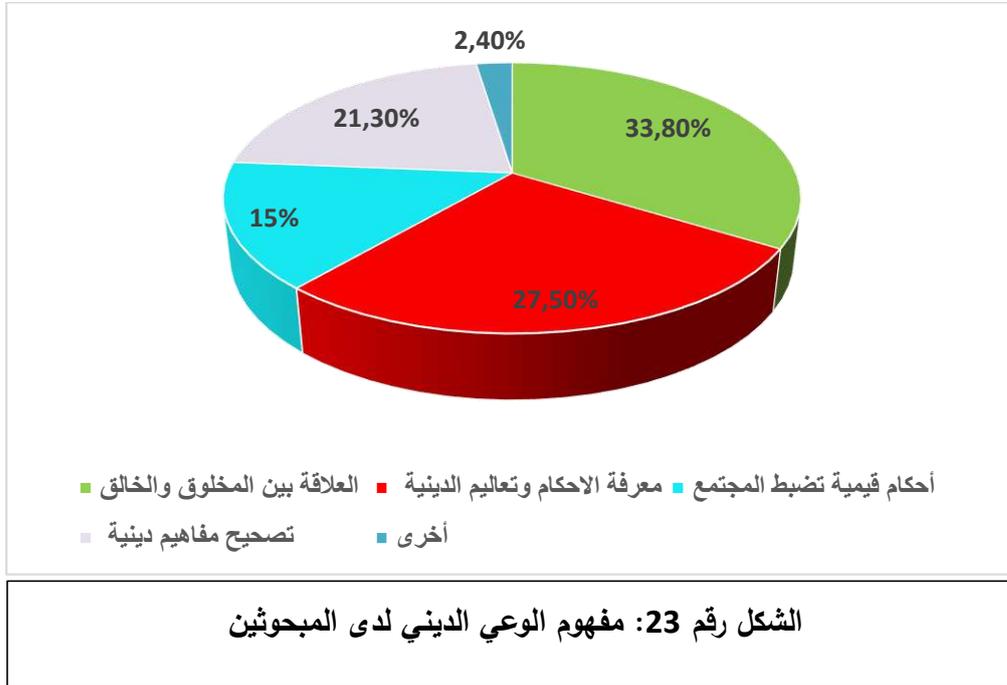


يلاحظ من خلال الجدول والشكل (22) أن أكثر الحسابات الدينية متابعة بالانستغرام من طرف المبحوثين هو حساب "عثمان الخميس" بنسبة تقدر بـ65% ، يليه حساب مصطفى حسني بـ45% ، ثم صفحة "عمر آل عوض" بنسبة تبلغ 52.5% ، و حساب "التوحيد لنشر العلم النافع" بنسبة 30% ، وجاءت الحسابات التالية بنسب متقاربة "الطريق إلى الجنة" بـ 28.8% ، والشباب التائب 27.5%، ليأتي حسب اب عمر و خالد في الأخير بنسبة 1.5% .

يعتبر العلماء والدعاة والأئمة والمصلحين من النخب ذات المكانة المرموقة في المجتمعات الإسلامية فهم حماة الرسالة الإسلامية وقيمها فهم "ورثة الأنبياء"، وبدورهم استغلوا مواقع التواصل الاجتماعي بغرض نشر الوعي الديني وتذكير المسلمين بالأعمال الحسنة وترك المخالفات المنهي عنها وكل ما يتعلق بالإسلام، إضافة إلى عدم ترك المجال لمحاولات التشكيك في الدين الإسلامي، من هنا يظهر بأن الطلبة واعون بما ينتقونه من مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم 27: جدول يوضح مفهوم الوعي الديني لدى المبحوثين

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
العلاقة بين المخلوق والخالق	27	33.8%
معرفة الاحكام وتعاليم الدينية	22	27.5%
أحكام قيمية تضبط المجتمع	12	15%
تصحيح مفاهيم دينية	17	21.3%
أخرى	2	2.4%
المجموع	80	100%



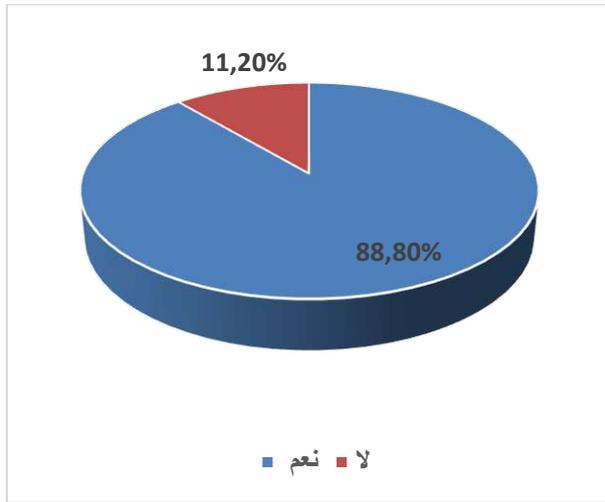
من خلال الجدول (27) والشكل البياني رقم (23) يتبين أن مفهوم الوعي الديني لدى أغلب الطلبة يتمثل في خيار "العلاقة بين المخلوق والخالق" بنسبة 33.8%، ثم "معرفة الأحكام والتعاليم الدينية" بـ 27.5%، يليه خيار "تصحيح مفاهيم دينية" بـ 21.3%، والخيار الأخير جاء لـ "أحكام قيمية تضبط المجتمع" بنسبة 15%.

وتعود أسباب اختيار أغلب المبحوثين خيار "العلاقة بين المخلوق والخالق" كمفهوم للوعي الديني، هو أن الإيمان بالله عز وجل وحده لا شريك له والإخلاص له وعبادته هو أساس الدين وأرقى مظاهر التواصل مع الله جل وعلا. وهذا هو الأساس لما يرمي له العبد لمولاه فأغلب المواضيع التي تنتشر على الموقع أهميتها تكمن العلاقة بين الخالق والمخلوق.

### ✓ عرض ومناقشة بيانات التساؤل الثالث

#### دور الانستغرام في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين

الجدول رقم 28: جدول يوضح رفع الحسابات الدينية في الانستغرام من وعي الديني للمبحوثين



الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	71	88.8%
لا	9	11.3%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 24: يمثل توزيع العينة حسب رفع الحسابات الدينية في الانستغرام من الوعي الديني للمبحوثين

من خلال الجدول أعلاه يعتبر أغلب المبحوثين بأن الحسابات الدينية في الانستغرام رفعت من وعيهم الديني ويتضح ذلك من خلا الإجابة "بنعم" بنسبة عالية تقدر بـ 88.8% ، فيما أجاب البقية بـ "لا" بنسبة 11.3% .

وهذا راجع إلى التأثير الناتج على الموضوعات المدروسة داخل موقع الإنستغرام بينما اقل نسبة كانت 11.3% لتداول البعض الآخر مواضيع أخرى عدا المواضيع الدينية وقد يرجع ذلك إلى أن المنشورات الدينية الموجودة في موقع الانستغرام وبكثافة أصبحت من أهم مصادر الوعي الديني وبديلا عن المصادر التقليدية وهذا ما تظهره النتائج الايجابية في الجداول 17، 18، 19، 20، 21،

22، 23 على التوالي جميعها تدل على الوعي الذي يتمتع به أفراد العينة، فالوعي الديني يحفظ صاحبه ويجعله يفرق بين الخطأ والصواب.

الجدول رقم 29: جدول يوضح رفع الإنستغرام من الوعي الديني للمبحوثين حسب متغير الجنس

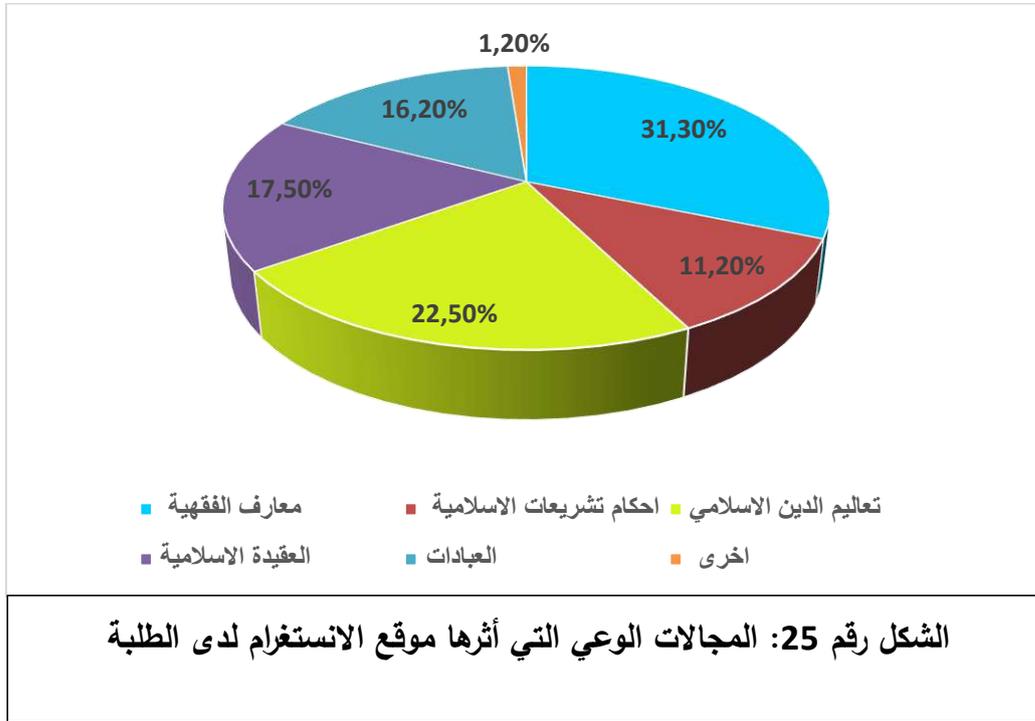
الجنس		الذكور		الإناث	
الخيارات		تكرار	%	تكرار	%
لا		5	12.2%	4	10.3%
نعم		36	87.8%	35	89.7%
المجموع		41	100%	39	100%

يبين الجدول (29) أعلاه توزيع مفردات عينة البحث حسب متغير الجنس في رفع موقع الإنستغرام من وعيهم الديني، حيث أجاب كلى الفئتين بـ "نعم" بنسبة 87.8%، فيما جاءت نسبة الإجابة "لا" 12.2% .

وقد يرجع ذلك إلى أن المنشورات الدينية الموجودة في موقع الإنستغرام وبكثافة أصبحت من أهم مصادر الوعي الديني وبديلاً عن المصادر التقليدية وهذا ما تظهره النتائج الإيجابية في الجداول 17، 18، 19، 20، 21، 22، 23 على التوالي جميعها تدل على الوعي الذي يتمتع به أفراد العينة، فالوعي الديني يحفظ صاحبه ويجعله يفرق بين الخطأ والصواب.

الجدول رقم 30: جدول يوضح مجالات الوعي التي أثرها موقع الانستغرام لدى الطلبة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
معارف الفقهية	25	31.3%
احكام تشريعات الاسلاميه	9	11.2%
تعاليم الدين الاسلامي	18	22.5%
العقيدة الاسلاميه	14	17.5%
العبادات	13	16.2%
اخرى	1	1.2%
المجموع	80	100%



يتضح من خلال معطيات الجدول (30) والشكل (25) بأن أكثر مجالات الوعي التي أثرها موقع الانستغرام لدى أغلب الطلبة هي خيار "معارف فقهية" بنسبة 31.3% ، ثم "تعاليم الدين الإسلامي" بـ 22.5% ، يليها خيار "العقيدة الإسلامية" 17.5% ، و"العبادات" 16.2% ، وفي الأخير "أحكام التشريعات الإسلامية" 11.2% .

راجع إلى التنوع المواضيع في المجال الديني وبهذا يتضح أن موقع الانستغرام أثرى فكر الباحثين بالمعلومات والمعارف أبرزها الفقهية التي تمكن المسلم من فهم دينه والعمل بهذه الأحكام لأنها ضرورية لا يمكن إغفالها، فمن خلالها يعرف الحلال والحرام، وطرق أداء العبادات، والمعاملات بين البشر.

الجدول رقم 31: يوضح درجة حرص الباحثين على متابعة الموضوعات الدينية عبر موقع الانستغرام



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة عالية	33	53.8%
بدرجة منخفضة	43	5%
بدرجة متوسطة	4	41.3%
المجموع	80	100%

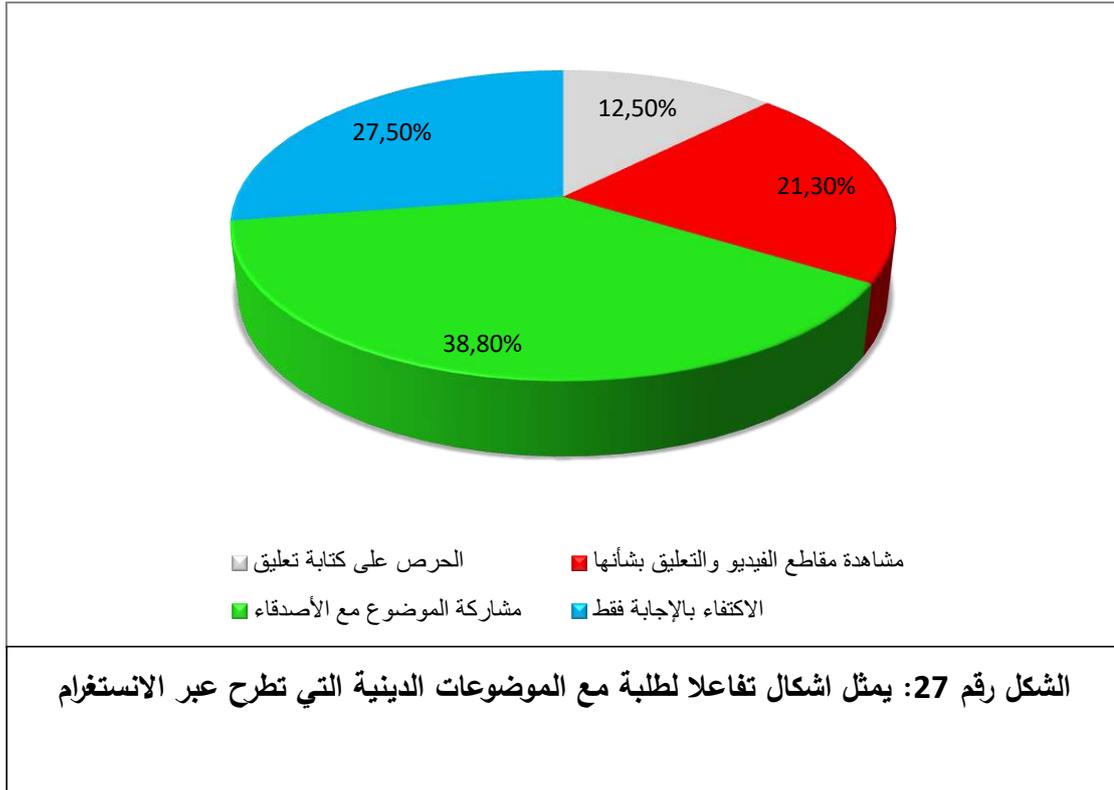
الشكل رقم 26: يمثل درجة حرص الباحثين على متابعة الموضوعات الدينية عبر موقع الانستغرام

توضح نتائج الجدول والشكل أعلاه بأن درجة حرص أغلب الباحثين على متابعة الموضوعات الدينية عبر موقع الانستغرام جاء بنسبة و"درجة عالية بـ53.8% ، يليها "درجة متوسطة-41.3% ، ثم "درجة منخفضة" بنسبة 5% .

ولعل ذلك يعود إلى أن الموضوعات الدينية التي تنشر على موقع الانستغرام لم تقنعهم بالقدر الكافي، كما قد يكون لديهم مصادر أخرى يستقون منها هذه الموضوعات مثل خطب صلاة الجمعة في المساجد، أو المواقع الدينية على الانترنت، أو قنوات اليوتيوب، أو البرامج التلفزيونية.

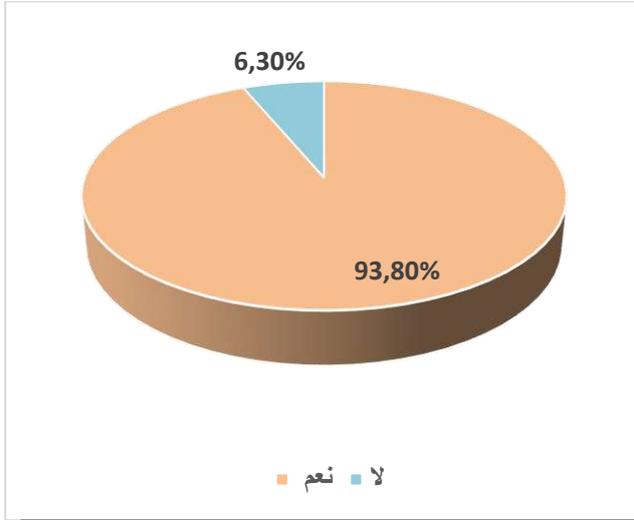
الجدول رقم 32: جدول يوضح اشكال تفاعلا لطلبة مع الموضوعات الدينية التي تطرح عبر الانستغرام

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الحرص على كتابة تعليق	10	12.5%
مشاهدة مقاطع الفيديو والتعليق بشأنها	17	21.3%
مشاركة الموضوع مع الأصدقاء	31	38.8%
الاكتفاء بالإجابة فقط	22	27.5%
المجموع	80	100%



تبين نتائج الجدول أعلاه بأن أعلى نسبة جاءت للخيار "مشاركة الموضوع مع الأصدقاء" 38.8% ، ثم "الاكتفاء بالإعجاب فقط" 27.5% ، يليه خيار "مشاهدة مقاطع الفيديو والتعليق بشأنها" بنسبة تقدر بـ 21.3% ، وفي الأخير "الحرص على كتابة تعليق" 12.5% . وهذا سببه تعميم الفائدة ونشر الارشادات والتوصيات الدينية وهذا يدل على أنهم يحاولون إثارة نقاشات مع أصدقائهم لاكتساب أفكار جديدة وتبادل المعارف ووجهات النظر في المسائل الدينية التي تطرح في الموقع.

### الجدول رقم 33: جدول يوضح زيادة المنشورات الدينية في تعزيز الصلة بالدين الإسلامي



الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	75	93.8%
لا	5	6.3%
المجموع	80	100%

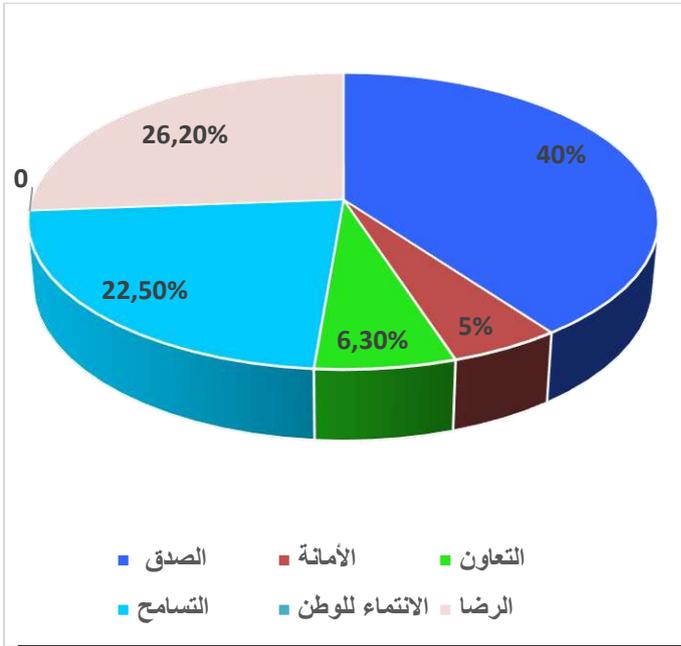
الشكل رقم 28: زيادة المنشورات الدينية في تعزيز الصلة بالدين الإسلامي

يظهر من خلال الجدول (33) والشكل (28) ومن خلال إجابة أغلب أفراد عينة البحث بـ "نعم" حول أن المنشورات الدينية زادت في تعزيز صلتهم بالدين الإسلامي بنسبة تقدر بـ 93.8% أما البقية فأجابوا بـ "لا" بـ 6.3% .

وهذا راجع الى الفائدة التي تنتشر في موقع الإنستغرام ولما لها من اهمية داخل افراد العينة لأنها من المقومات الشخصية الاسلامية، من هنا نستنتج أن المنشورات الدينية تعزز من صلة

المبحوثين بالدين وذلك من خلال استخدامهم وتعرضهم للمنشورات الدينية في موقع الانستغرام زاد من تمسكهم بالدين وتقويته لديهم، وتعزيزه لديهم يظهر مدى وعيهم.

الجدول رقم 34: جدول يوضح القيم الدينية التي ساهمت الصفحات الدينية بالانستغرام في تنميتها لدى المبحوثين



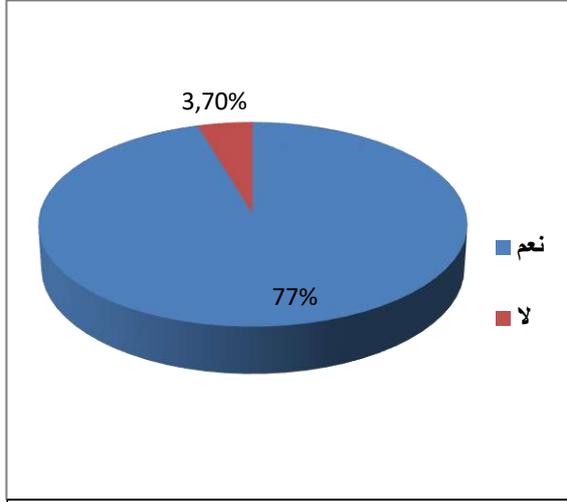
الخيارات	التكرار	النسبة
الصدق	32	40%
الأمانة	4	5%
التعاون	5	6.3%
التسامح	18	22.5%
الانتماء للوطن	0	0%
الرضا	21	26.2%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 29: القيم الدينية التي ساهمت الصفحات الدينية بالانستغرام في تنميتها لدى المبحوثين

يتبين من خلال نتائج الجدول أعلاه أن القيم الدينية التي ساهمت الصفحات الدينية بالانستغرام في تنميتها لدى المبحوثين هي قيمة "الصدق" 40% ، كأكبر نسبة، يليها الرضا بنسبة 26.2% ، ثم التسامح بـ 22.5% ، وفي الأخير قيم "التعاون" بـ 6.3% ، و"الأمانة" بـ 5% ، و"الانتماء للوطن" بنتيجة صفرية 0% .

وهذا راجع إلى أن الصدق من بين أهم القيم الإسلامية التي ينص عليها الدين الإسلامي فالصدق هو أساس إيصال المعلومة الصحيحة للمتلقي، كما أنه من القيم الإسلامية السامية حيث يعتبر من علامات المؤمنين ومن الأفعال المفروضة على المسلم.

**الجدول 35: يوضح تأثير القيم الدينية التي يتعرض لها الطلبة عبر الانستغرام في حياتهم اليومية**



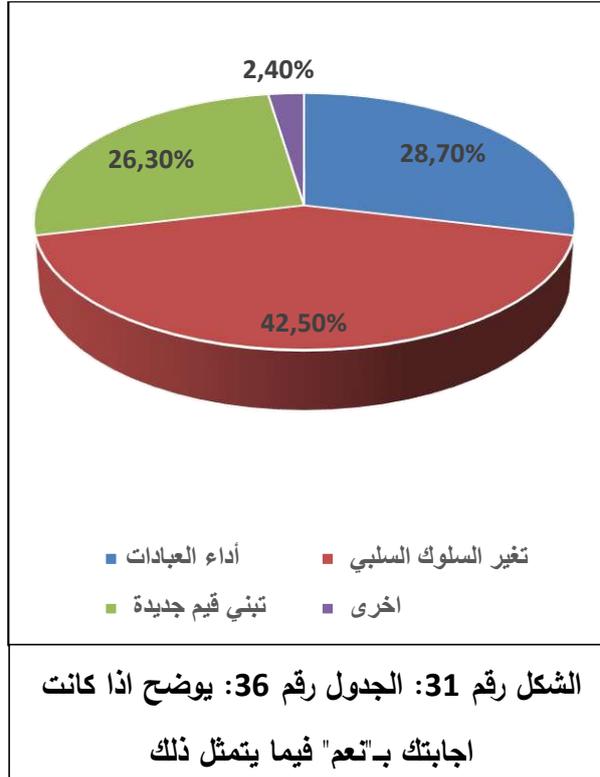
الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	77	96.3%
لا	3	3.7%
المجموع	80	100%

الشكل 30: يمثل تأثير القيم الدينية التي يتعرض لها الطلبة عبر الانستغرام في حياتهم اليومية

يتبين من خلال الجدول (35) والشكل (30) أعلاه أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ "نعم" بنسبة تقدر بـ 96.3% حول أن تأثير القيم الدينية التي يتعرضون لها عبر الانستغرام في حياتهم، فيما أجاب البقية بنسبة لا 3.7% .

ويتضح من خلال هذه النتائج أن أفراد عينة البحث يتأثرون بالقيم الدينية التي تطرح في الانستغرام، لأنها ضرورية في تشكيل سلوك وبناء شخصية الإنسان، وتحديد وتكوين مسارات المجتمعات في الحياة، وتحفظ استقرار المجتمع، كما تبين كيف يتعامل الأفراد مع بعضهم البعض وفق ضوابط ومعايير المتعارف عليها.

الجدول رقم 36: جدول يوضح اذا كانت اجابتك بـ "نعم" فيما يتمثل ذلك

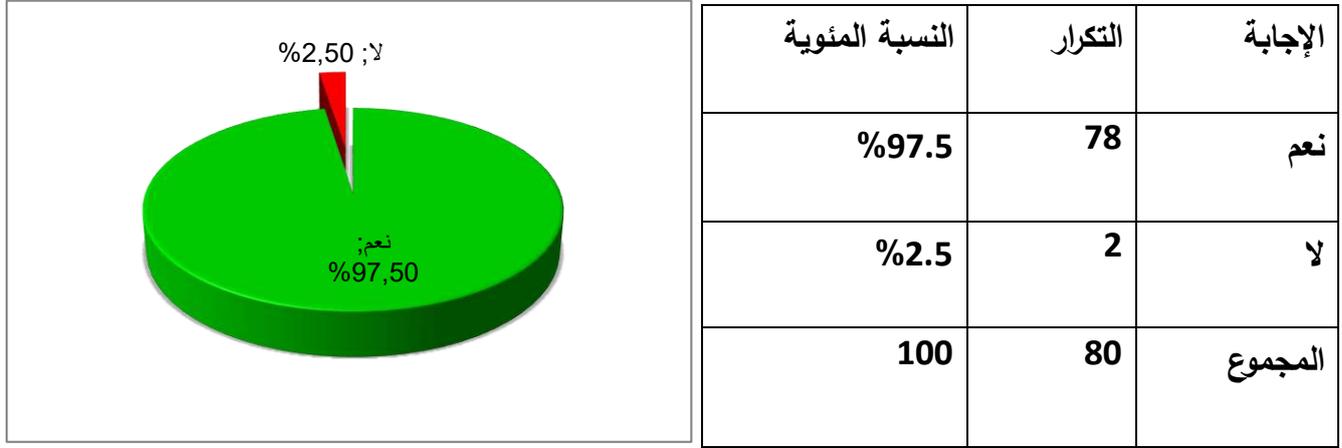


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أداء العبادات	23	28.7%
تغير السلوك السلبي	34	42.5%
تبني قيم جديدة	21	26.3%
أخرى	2	2.4%
المجموع	80	100%

يلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أثر القيم الدينية التي تعرض لها الطلبة عبر الانستغرام في حياتهم، هي "تغيير السلوك السلبي" 42.5% ، ثم "أداء العبادات" 28.7% ، وفي الأخير "تبني قيم جديدة" 26.3% .

من آثار الوعي الديني هو ما يظهر في السلوك وخاصة إذا كان سلبيا وتغيير للفعل الإيجابي والذي يعتبر من علامات صلاح الإنسان، وهو أسى درجات الوعي حيث تؤثر القيم الإسلامية في تعديل السلوك وهذا ما تؤكد عليه نتائج الجدول 29، 30، 32.

الجدول رقم 37: جدول يوضح مساهمة المنشورات الدينية عبر الانستغرام في اكتساب بعض السلوكيات



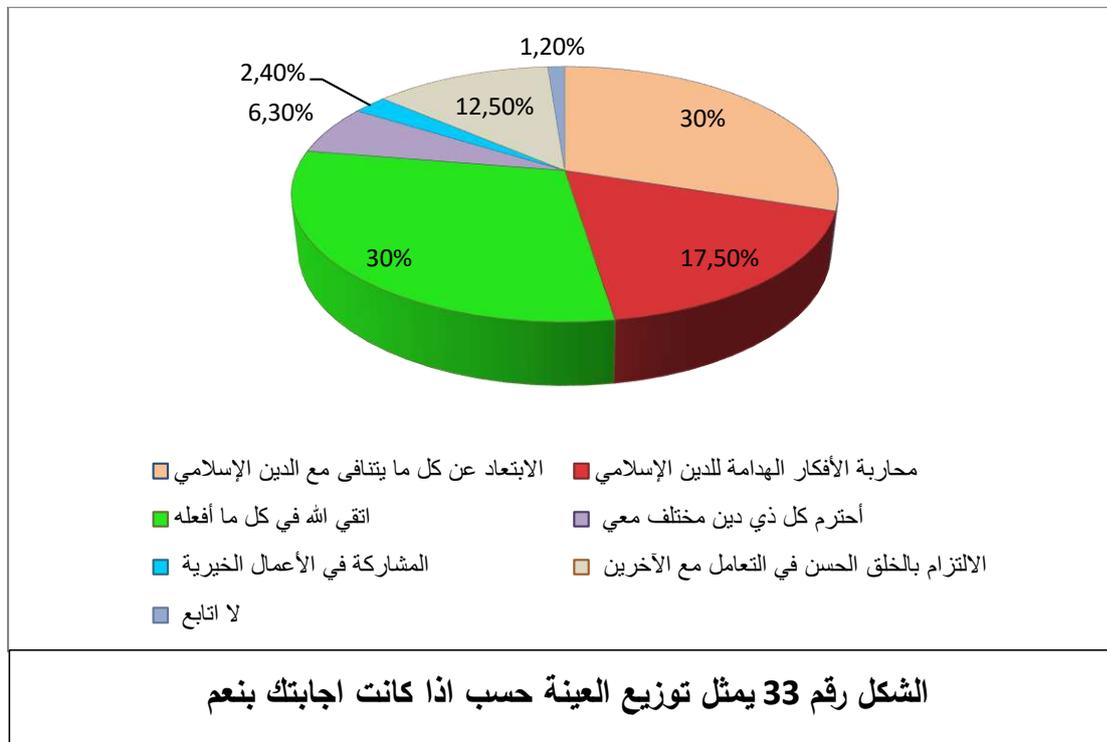
الشكل رقم 32: مساهمة المنشورات الدينية عبر الانستغرام في اكتساب بعض السلوكيات

يلاحظ من خلال الجدول (37) أن أغلب الطلبة يرون أن المنشورات الدينية عبر الانستغرام ساهمت في اكتسابهم لبعض سلوكيات وهذا يظهر من خلال إجاباتهم بـ"نعم" بنسبة 97.5% ، فيما أجاب البقية بـ "لا" بنسبة 2.5% .

إن التعرض لمحتويات الصفحات الدينية عبر الانستغرام والتأثر بمنشوراتها من علامات تشكل الوعي الديني وخاصة التي تحاول استهداف تغيير سلوكيات الأفراد للأحسن والثبات عليها.

الجدول رقم 38 : جدول يوضح توزيع العينة حسب اذا كانت اجابتك "بنعم"

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الابتعاد عن كل ما يتنافى مع الدين الإسلامي	24	30%
محاربة الأفكار الهدامة للدين الإسلامي	14	17.5%
اتقي الله في كل ما أفعله	24	30%
أحترم كل ذي دين مختلف معي	5	6.3%
المشاركة في الأعمال الخيرية	2	2.4%
الالتزام بالخلق الحسن في التعامل مع الآخرين	10	12.5%
لا اتابع	1	1.2%
المجموع	80	100%

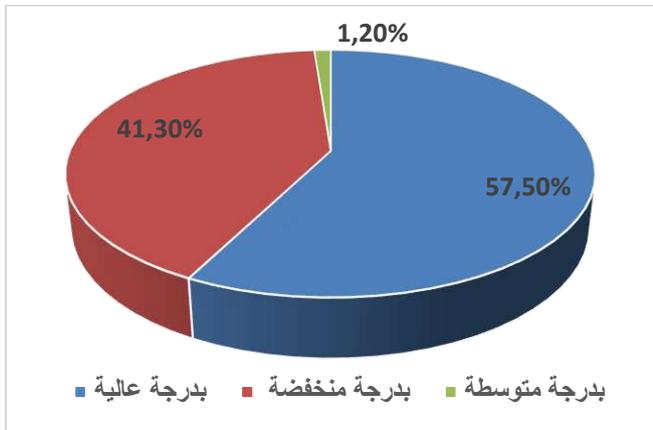


يتضح من خلال خيارات الباحثين حول أن المنشورات الدينية عبر الانستغرام ساهمت في اكتساب أغلب الباحثين لبعض سلوكيات، حيث تتمثل في "الابتعاد عن كل ما يتنافى مع الدين الإسلامي"، "أتقي الله في كل ما أفعله" 30% ، ثم "محاربة الأفكار الهدامة للدين

الإسلامي"17.5% ، ليليتها خيار "الالتزام بالخلق الحسن في التعامل مع الآخرين"12.5% و "أحترم كل ذي دين مختلف معي"6.3% ، و"المشاركة في الأعمال الخيرية"2.4% ، وفي الأخير "لا أتابع"1.2% .

إن ما يلاحظ حول المنشورات الدينية الأكثر رواجاً في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الانستغرام بصفة خاصة هي منشورات الأدعية والأذكار كما تظهر في نتائج الجدول 18، بالإضافة إلى المنشورات التي تذكر وتحت على الابتعاد عن كل ما يتنافى مع الدين الإسلامي، واتقاء الله في كل الأفعال، إذ ثبت في القرآن والسنة على المكانة العظيمة للمتقين الذين يؤمنون بالله عز وجل وينقادون له ويمتثلون لأوامره ويتركون كل منهى عنه.

الجدول رقم 39: جدول يوضح مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
درجة عالية	46	57.5%
درجة منخفضة	33	41.3%
درجة متوسطة	1	1.2%
المجموع	80	100%

الشكل رقم 34: مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني

من خلال الجدول (39) والشكل (34) ومن خلال النتائج المتحصل عليها بأن موقع الانستغرام ومن خلال المضامين المطروحة فيه ساهم "بدرجة عالية" وبنسبة تقدر 57.5% ، من تشكيل الوعي الديني لدى أغلب المبحوثين ، فيما اختار البعض خيار "بدرجة منخفضة" بنسبة 41.3% ، ثم "بدرجة متوسطة" بنسبة 1.2% ، وجاءت هذه النتائج معاكسة ومختلفة مع دراسة كل من "أمينة طويجيني" و"صبرينة ساسي" توصلتا إلى أن أفراد العينة يرون بأن "الفييس بوك" لا يساهم في تشكيل

الوعي الديني لدى الطلبة، حيث أجاب أغلبهم بـ "لا"، بنسبة % 58، فيما أجاب البقية بـ "نعم" بنسبة % 42.

من خلال هذه النتائج يتبين بأن المضامين الدينية المطروحة في الانستغرام تساهم في تشكيل الوعي الديني لدى أفراد العينة وبدرجة عالية، حيث تثبت أن لمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من المصادر المؤثرة والفعالة في تشكيل الوعي الديني لدى الأفراد المستخدمين فباستطاعتها دفعهم إلى تبني قيم معينة أو تغييرها، أو تزويدهم بالمعلومات الدينية التي يحتاجونها، ونظرا للمزايا التفاعلية لهذه المواقع فهي تحظى بشعبية لدى الطلبة الجامعيين والتي تعتبر جزء لا يتجزأ من المنظومة الاجتماعية من حيث تنميتها لمعارفهم ووعيهم اتجاه الدين.

النتائج العامة للدراسة

النتائج العامة الدراسة :

نتائج التساؤل الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام:

- أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الانستغرام "دائماً" بنسبة % 67.5
- أغلبية الاناث والذكور يستخدمون الانستغرام "دائماً" .
- أغلب أفراد العينة يستخدمون موقع الانستغرام منذ "أكثر من أربع سنوات" بنسبة % 55.
- الفترة المفضلة لاستخدام موقع الانستغرام بالنسبة للمبحوثين هي " حسب أوقات الفراغ" بنسبة % 47.5.
- يستغرق المبحوثين من "ساعة" إلى "أكثر من ساعتين" في استخدامهم لموقع الانستغرام بنسبة % 36.3 .
- أغلب الاناث يستخدمون موقع الانستغرام لمدة "ساعة"، أما الذكور فيستخدمونه "لأكثر من ساعتين".
- يستخدم الطلبة "الهاتف الذكي" عند تصفحهم لموقع الانستغرام بنسبة % 97.5 .
- أغلب المبحوثين يتصفحون الانستغرام "في كل مكان" بنسبة % 56.3 .

نتائج التساؤل الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام:

- % 27.5 يستخدمون الانستغرام لـ "اكتساب الثقافة والمعرفة"، و % 26.3 يستخدمونه " لتواصل مع الأصدقاء والأقارب".
- يفضل أغلب أفراد العينة الانستغرام لـ "تنوع ميزاته" بنسبة % 40 .
- يعد خيار "من باب الفضول" وبنسبة % 36.3 هو من أبرز دوافع استخدام موقع الانستغرام من طرف الطلبة.
- من أبرز أسباب استخدام المبحوثين للانستغرام هو "فهم مختلف المواضيع" بنسبة % 36.2
- أغلب أفراد العينة يستخدمون الانستغرام "لمعرفة ما هو جديد" بنسبة % 41.2 .
- أكثر المواضيع متابعه من طرف المبحوثين هي الإجتماعية بنسبة % 30 ، والثقافية بنسبة % 28.7 .

## النتائج العامة للدراسة

- معظم أفراد العينة يتابعون المواضيع الدينية في موقع الانستغرام "دائماً" بنسبة 61.3% .
- تتابع فئة الإناث والذكور من الطلبة الجامعيين المواضيع الدينية "دائماً".
- إن أكثر المضامين الدينية التي يحرص المبحوثين على متابعتها هي "تفسير الآيات وشرح الأحاديث" و "سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم" بنسبة 17.5% .
- يفضل أغلب المبحوثين المنشورات الدينية في شكل "فيديو" بنسبة 78.8% .
- أغلب الطلبة يتابعون الحسابات الدينية بنسبة 88.8% .
- المبحوثين من إناث وذكور في أغلبهم يتابعون الحسابات الدينية في الانستغرام.
- أغلب المبحوثين يتابعون حساب "عثمان الخميس" بنسبة 65% ، وحساب " عمر آل عوضة" بنسبة 52.5% .
- معظم المبحوثين يعتبرون " العلاقة بين المخلوق والخالق " هي مفهومهم للوعي الديني بنسبة 33.8% .

### نتائج التساؤل الثالث: دور الانستغرام في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين:

- أغلب المبحوثين أجابوا بـ "نعم" حول رفع الحسابات الدينية في الانستغرام من وعيهم الديني بنسبة 88.8% .
- أجاب أغلب فئتي الإناث والذكور بـ "نعم" من أن الحسابات الدينية بالانستغرام ترفع من وعيهم الديني.
- يعد خيار "المعارف الفقهية" وبنسبة 31.3% هي أكثر مجالات الوعي التي أثارها الانستغرام لدى أفراد البحث.
- أغلب المبحوثين يحرصون على متابعة الموضوعات الدينية "بدرجة عالية" بنسبة 53.8% .
- من أشكال التفاعل مع الموضوعات الدينية لدى عينة الدراسة هو "مشاركة الموضوع مع الأصدقاء" بنسبة 38.8% .
- أجاب "بنعم" بنسبة 93.8% معظم المبحوثين من أن المنشورات الدينية زادت من تعزيز صلتهم بالدين الاسلامي.

## النتائج العامة للدراسة

- إن قيمة "الصدق" 40% وبنسبة تعتبر أكثر القيم التي ساهمت الصفحات الدينية في رفعها لدى عينة الدراسة.
- أغلب الطلبة أجابوا بـ "نعم" بنسبة 96.3% حيث يعتبرون أن القيم الدينية أثرت في حياتهم اليومية.
- اختار أغلب المبحوثين خيار "تغير السلوك السلبي" بنسبة 42.5% كأكثر القيم إثراء في الحياة اليومية.
- أغلب أفراد البحث أجابوا بـ "نعم" بنسبة 97.5% والذي يعتبر بأن المنشورات الدينية بالانستغرام تساهم في اكتساب السلوكيات لديهم.
- يعتبر خيار "الابتعاد عن كل ما يتنافى مع الدين الإسلامي" و "اتقي الله في كل ما أفعله" وبنسبة 30% هما السلوكيات التي اكتسبوها جراء متابعة المنشورات الدينية بالانستغرام.
- أجاب أغلب المبحوثين بأن المضامين الدينية المطروحة بالانستغرام تساهم في تشكيل الوعي الديني لديهم "بدرجة عالية" وبنسبة 57.5%

خاتمة

## خاتمة:

في الختام، يمكن القول مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تلعب أدوار بالغة الأهمية في المجتمع والتي أصبحت تسهل وتسرع من تواصل الأفراد مع بعضهم البعض حيث أصبحت كبديل عن كل ما هو تقليدي، حيث تم استخدامها في كل الميادين الاجتماعية والعملية والحياتية، إذ مكنت مستخدميها من الاحتكاك بالعالم الخارجي من خلال الاطلاع على ثقافات الشعوب المختلفة عن بعضها البعض، وساهمت من اتاحت تبادل المعلومات والخبرات والاشتراك في الحوارات والنقاشات من دون قيود، من هنا تظهر التأثيرات التي تحدثها هذه المواقع على سبيل المثال التأثير في الآراء العامة للأفراد.

ومن خلال الدراسة الحالية عن موضوع " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلاب الجامعيين" والذي يعتبر مسألة ذات أهمية كبيرة وخاصة في المجتمعات المتدينة. حيث أظهرت نتائج الدراسة بأن استخدام الطلبة موقع، أظهر بأن أغلب الطلبة يتابعون المواضيع الدينية حيث مكنهم الموقع من الوصول إلى مجموعة متنوعة من المحتوى الديني والمعرفي والمتمثل في حسابات ذات توجه ديني وحسابات الدعاة والمصلحين، كما أبرزت النتائج بأنهم يتفاعلون معه بتبادلها مع أصدقائهم.

فمع زيادة انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع "الانستغرام" بشكل خاص بين الشباب، أصبح من السهل الوصول إلى المحتويات الدينية المتنوعة، والتعرف على أفكار ووجهات نظر مختلفة، يمكن أن يساهم هذا في توسيع آفاق الطلاب وتعزيز وعيهم الديني وفهمهم للمسائل لدينية المختلفة.

باختصار، يمكن أن يكون للانستغرام دور إيجابي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلاب الجامعيين من خلال توفير فرصة للاطلاع على المعتقدات والممارسات الدينية بالنسبة للمسلمين، مخاطر محتملة للتأثر بآراء غير موثوقة أو تفسيرات خاطئة للمفاهيم الدينية. لذلك، ينبغي عليهم أن يتحلوا بالنقد في البحث والتحقق من صحة المعلومات التي يتلقونها على الانستغرام، والاعتماد على مصادر موثوقة ومتخصصة لتعزيز فهمهم الديني الصحيح والتمسك به .

## قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع:

### • المعاجم والقواميس:

- (1) المنجد في اللغة والأعلام، ط43، دار المشرق، بيروت، لبنان، 2008.
- (2) الزبيدیه أحمد، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1، دار النفائس للنشر، الأردن، 2010.
- (3) بدوي أحمد زكي، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، لبنان، 1982.
- (4) مختار عمر أحمد ، معجم اللغة العربية المعاصرة ،المجلد الاول ،ط1،عالم الكتب، القاهرة، 2008،
- (5) رضا أحمد، معجم متن اللغة، المجلد الخامس ، دار ومكتبة الحياة، بيروت، لبنان، 1960.

### • الكتب:

- (6) أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات علمية، ط2، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
- (7) الرشيدي بشير، مناهج البحث التربوي، رؤية تطبيقية مبسطة، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2000.
- (8) السامرائي نبيه صالح، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية - نموذج لكتابة الأطروحة والدفاع عنها-، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014 .
- (9) الشاعر عبد الرحمن بن ابراهيم، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- (10) العبد الله مي، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، لبنان، 2006.
- (11) العززي وديع، دراسات في استخدام وسائل الإعلام الجديد، دار اليازوري، الأردن، 2021.

- (12) المشهداني سعد سلمان، **مناهج البحث الإعلامي**، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.
- (13) المدني أسامة غازي، **ذكاء الإعلام**، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2022.
- (14) هلال لمزاهرة منال، **نظريات الاتصال**، الاردن دار المسيرة، 2012.
- (15) حسن السيد ليلي، **مكاوي حسن عماد، الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
- (16) ملحم سامي، **مناهج البحث في التربية وعلم النفس**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- (17) ملفين ل. ديفلر، ساندر بول - روكيتش، **نظريات وسائل الإعلام**، تر: كمال عبد الرؤوف، ط1، الدار الدولية لنشر والتوزيع، القاهرة، 1993.
- (18) عبد الجليل سالم، **الدين واحد والشرائع متعددة**، 2020، دار البشر للثقافة والعلوم، القاهرة مصر.
- (19) عيشور نادية وآخرون، **منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
- (20) عبد المجيد إبراهيم مروان، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
- (21) خليفة إيهاب، **حروب مواقع التواصل الاجتماعي**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2022.

• **الدراسات الأكاديمية:**

- (22) بوكدرن إيمان، حاج قويدر أسماء، " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي، الفيس بوك نموذجاً"، مذكرة ماستر في تخصص: وسائل إعلام والمجتمع، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، 2018/2017.

(23) بوزينة نعيمة، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على الرأي العام الجزائري، دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي-جامعة الجلفة نموذجاً- 2017/2016، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2017-2018.

(24) طويجيني أمينة، ساسي صبرينة، "دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين" الفيسبوك -أنموذجاً- دراسة على عينة من طلبة جامعة أم البواقي"، مذكرة ماستر في السمي بصري، جامعة العربي بن مهدي أم البواقي، 2016/2015.

• المجالات:

(25) السميح فهد يحيى، تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي، دراسة ميدانية على طلاب وطالبات جامعة أم القرى، المجلة التربوية لتعليم الكبار- كلية التربية- جامعة أسيوط، العدد الثالث، مصر، 2019 .

(26) دليو فضيل وآخرون، "الجامعة تنظيمها وهيكلتها"، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد الأول، جامعة قسنطينة، 1995.

(27) محمد إسماعيل عبد الله هبة، سليمان حسن يعقوب عبد النبي، "مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية، الفيسبوك -أنموذجاً- دراسة على طلاب كلية الإعلام جامعة أم درمان الإسلامية"، المجلة العربية لإعلام وثقافة الطفل، العدد 16، المؤسسة العربية للتربية والآداب، مصر، 2021.

(28) شرب المصطفى، الطاهر بلعير، الوعي الاجتماعي: المفاهيم والاختلاف بين علم النفس وعلم الاجتماع، مجلة أبحاث نفسية وتربوية، العدد 03، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2018.

• الملتقيات:

(29) بن حفاف يحيى، نظور عيسى، "مكانة ودور العينات في البحوث والدراسات العلمية" المؤتمر الدولي العلمي: منهجية البحث العلمي وتقنيات إعداد المذكرات والأطروحات الجامعية، أيام 14-15/08/2021، الجزء الأول، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، 2021.

(30) جدعون زينة، مهية زينب، الخطاب الديني المعتدل عبر اليوتيوب ودوره في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية بجامعة تبسة، ورقة مقدمة للملتقى الوطني حول: "سوسيولوجيا الخطاب الديني في الجزائر" 10-11 افريل 2019.

• المراجع الأجنبية:

- 31) Bouziane Zaid , Jana Fedtke,” **Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices**”, Religions 13, MDPI, Basel, Switzerland , 2022.
- 32) Nosiba Ali Al-Mosa, ”**Role of Social Networks in Developing Religious and Social Values of the Students of the World Islamic Sciences & Education University**” , International Education Studies; Vol. 8, No. 9; Published by Canadian Center of Science and Education,2015.

• المواقع الالكترونية:

- (33) قاموس المعاني: /وعى/ <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>
- (34) [انستغرام](https://ar.wikipedia.org/wiki/انستغرام) / <https://ar.wikipedia.org/wiki/انستغرام>، تاريخ الزيارة: 02 /01 /2023 ، على الساعة: 20:15.
- 35) **Essential Instagram statistics and trends for2023 ,**  
<https://datareportal.com/>
- (36) <https://www.univ-ouargla.dz/index.php/en/home/presentation-of-the-university.html>، تاريخ الزيارة 2023-05-15، على الساعة 17:00.
- (37) <https://sproutsocial.com/insights/instagram-stats>، تاريخ الزيارة: 17-05-2023، على الساعة: 10:30.

الملاحق

الملاحق

الملحق رقم (01): الأساتذة المحكمين لاستمارة الاستبيان

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	التخصص
فضيلة تومي	أستاذة التعليم العالي	علوم الإعلام والاتصال
غوتي زياني	أستاذ محاضر أ	علوم الإعلام والاتصال



جامعة قاصدي مبراح - ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال  
استمارة استبيان حول

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين  
الانستغرام-أنموذجا- دراسة على عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال

بعد التحية والتقدير

نضع بين أيدي المبحوثين المحترمين استمارة خاصة ببحث علمي ميداني، لتحضير شهادة الماستر حول الموضوع المذكور أعلاه، كما نحيطكم علما أن هذه الاستمارة تحتوي على مجموعة أسئلة فالرجاء منكم القراءة المتأنية لها والإجابة عليها حسب ما هو موجود من معلومات مقدمة في محاور الدراسة، وهذه الاستمارة تستعمل فقط لأغراض علمية بحثية. مشكورون على التعاون.

ملاحظات :

تكون الإجابة على الأسئلة بوضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة، أما الأسئلة التي تتطلب إجابة مفصلة أو إضافات من طرفك فيرجى الإجابة عليها بكلماتك الخاصة.

إشراف الأستاذ:

رابح صانع

إعداد الطالبين:

مداني سعيد

وذن ياسين

الموسم الجامعي: 2022-2023

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر  أنثى

المستوى الجامعي:

الثانية ليسانس  الثالثة ليسانس  الأولى ماستر  الثانية ماستر

التخصص: إعلام واتصال  اتصال  إعلام  الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة   
السمعي بصري

السن: من 18-25 سنة  من 26-30 سنة  من 31-40 سنة  40 سنة فأكثر

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام:

1) هل تستخدم موقع الانستغرام؟

دائم  أحيانا  نادرا

2) منذ متى تستخدم موقع الانستغرام؟

اقل من سنة  سنة  سنتين  ثلاث سنوات  أكثر من أربع سنوات

3) ماهي فترات استخدامك لموقع الانستغرام؟

صباحا  مساء  ليلا  حسب وقت التواصل  حسب أوقات الفراغ   
في كل الأوقات

4) كم من الوقت تستغرقه في استخدام موقع الانستغرام؟

ساعة  ساعتين  أكثر من ساعتين

5) ماهي الوسيلة التي تستخدمها لتصفح حسابك على الانستغرام؟

الهاتف ذكي  الجهاز اللوحي  الحاسوب الشخصي  الحاسوب المكتبي   
جميع ما سبق

6) ما هو المكان الذي تفضله لتصفح موقع الانستغرام؟

المنزل  الجامعة  الإقامة الجامعية  في كل مكان

المحور الثاني: دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام

## الملاحق

(7) لماذا تستخدم موقع الانستغرام؟

- للتواصل مع الأصدقاء والأقارب  الثقافة والمعرفة
- تكوين صداقات جديدة الإعجاب والتعليق
- متابعة المشاهير  التسلية والترفيه
- نشر الصور والفيديوهات  البيع و التسوق

أخرى أذكرها.....

(8) ما هو سبب تفضيلك لموقع الانستغرام؟

- لشهرته الكبيرة  سهل الاستخدام  لتنوع ميزاتة لم  العصر

أخرى أذكرها.....

(9) ماهي دوافع استخدامك لموقع الانستغرام؟

- من باب الفضول  للتحرر من القيود الاجتماعية  لأنه أصبح إدمانا
- لشغل وقت الفراغ  للوصول لأشخاص ذو صفات محددة  لأنه لا يمكن الاستغناء عنه

أخرى أذكرها.....

(10) ماهي أبرز أسباب استخدامك لموقع الانستغرام؟

- مشاهدة مقاطع الفيديو  الاطلاع على صور وملفات الأصدقاء  للابتعاد عن جو الدراسة
- فهم مختلف المواضيع  مشاركة ونشر الصور  مشاركة حالتك عبر الموقع

أخرى أذكرها.....

(11) هل تستخدم موقع الانستغرام لـ ؟

- مواكبة القضايا والأحداث الحالية  لمعرفة ما هو جديد
- للحصول على معلومات تهمني  متابعة الأخبار

أخرى أذكرها.....

(12) ما هو نوع المواضيع التي تتابعها في موقع الانستغرام؟

## الملاحق

إجتماعية  ثقافية  إعلامية  علمية  دينية  ترفيهية

أخرى أذكرها.....

13 هل تتابع المواضيع الدينية في موقع الانستغرام؟

دائماً  أحيانا  نادرا

14 ماهي المضامين الدينية التي تحرص على متابعتها عبر موقع الانستغرام؟

تفسير الآيات وشرح الأحاديث  فقه العبادات  سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم

سير الصحابة والتابعين  القيم الدينية النبيلة  أدعية وأذكار  فتاوي

أخرى أذكرها.....

15 ما طبيعة المنشورات الدينية التي تفضلها؟

نصوص  فيديو هات  صور  رسوم متحركة  صوتيات

16 هل تجد في الانستغرام كل الموضوعات الدينية التي تبحث عنها؟

نعم  لا

17 هل تتابع الحسابات الدينية على موقع الانستغرام؟

نعم  لا

- إذا كانت إجابتك بـ (نعم) فما هي أسماء هذه الحسابات؟

عثمان الخميس  مصطفى حسني  عمر آل عوضة

الطريق إلى الجنة  الشباب التائب  التوحيد لنشر العلم النافع

أخرى أذكرها.....

18 ما هو مفهومك للوعي الديني؟

العلاقة بين المخلوق والخالق  معرفة الأحكام والتعاليم الدينية

أحكام قيمية تضبط المجتمع  تصحيح مفاهيم دينية

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: دور الانستغرام في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين

19 هل رفعت الحسابات الدينية في الانستغرام من وعيك الديني؟

نعم  لا

## الملاحق

20) ماهي المجالات الوعي التي أثارها موقع الانستغرام لديك؟

- معارف فقهية  أحكام التشريعات الإسلامية  تعاليم الدين الإسلامي  العقيدة الإسلامية  العبادات

أخرى أذكرها.....

21) ما درجة حرصك على متابعة الموضوعات الدينية عبر موقع الانستغرام؟

- بدرجة عالية  بدرجة منخفضة  بدرجة متوسطة

22) ماهي أشكال تفاعلك مع الموضوعات الدينية التي تطرح عبر الانستغرام؟

- الحرص على كتابة تعليق  مشاهدة مقاطع الفيديو والتعليق بشأنها  مشاركة الموضوع مع الأصدقاء  الاكتفاء بالإعجاب فقط

23) هل زادت المنشورات الدينية عبر الانستغرام في تعزيز صلتهك بالدين الإسلامي؟

- نعم  لا

24) ماهي أكثر القيم الدينية التي ساهمت الصفحات الدينية بالانستغرام في تنميتها لديك؟

- الصدق  الأمانة  التعاون  التسامح  الانتماء للوطن  الرضا

25) هل أثرت القيم الدينية التي تتعرض لها عبر الانستغرام في حياتك اليومية؟

- نعم  لا

- إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما يتمثل ذلك؟

- أداء العبادات  تغيير السلوك السلبي  تبني قيم جديدة

أخرى أذكرها.....

26) هل ساهمت المنشورات الدينية عبر الانستغرام في اكتسابك لبعض السلوكيات؟

- نعم  لا

- إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما يكمن ذلك؟

- الابتعاد عن كل ما يتنافى مع الدين الإسلامي  أحترم كل ذي دين مختلف معي  محاربة الأفكار الهدامة للدين الإسلامي  المشاركة في الأعمال الخيرية  أنقي الله في كل ما أفعله  الالتزام بالخلق الحسن في التعامل مع الآخرين

أخرى أذكرها.....

## الملاحق

(27) ماهي درجة مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الانستغرام في تشكيل الوعي

الديني لديك؟

درجة عالية  درجة منخفضة  درجة متوسطة