

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح . ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



الميدان: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

من إعداد الطالبتين:

_ أنفال نتاري

_ ثويبة سوداني

استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام ودوره في تعزيز الوعي الإسلامي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة

نوقشت واجيزت بتاريخ 04 جوان 2024 أمام لجنة المناقشة المكونة من السادة:

رئيسا	د/ صديقي عبد الفتاح (أستاذ مساعد "ب"، جامعة ورقلة)
مشرفا ومقررا	د/بايوسف مسعودة (استاذ محاضر "أ" جامعة ورقلة)
مناقشا	د/ طرابلسي أمينة (أستاذ مساعد "أ" جامعة ورقلة)

السنة الجامعية 2024/2023.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرّفان

الحمد لله أقصى مبلغ الحمد والشكر لله من قبل ومن بعد الحمد لله على العقل والجسد أما بعد نتقدم بخالص
الشكر والعرّفان والامتنان إلى أستاذتنا الفاضلة "بايوسف مسعودة" التي لم تبخل علينا بأي معلومة
ومساعدتها لنا بنصائحها الهادفة طيلة إنجازنا هذه الدراسة

كما نتوجه بخاص الشكر والتقدير لكل من قدم لنا المساعدة في الحصول على المعلومات والبيانات
اللازمة للوصول إلى النتائج المرتبطة بالدراسة.

إلى كل من قيل فيهم "كاد المعلم أن يكون رسولا".

أسادتتنا ومعلمينا من مرحلة الابتدائي إلى مرحلة التعليم العالي

وآخر دعوانا لله رب العالمين

والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم واله وصحبه أجمعين

الوقراء

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام بعد تعب ومشقة دامت خمس سنوات في سبيل الحلم والعلم، حملت في طياتها امنيات الليالي واصبح عنائي اليوم للعين قرة ها انا اليوم اقف على عتبة تخرجني اقطف ثمار تعبي وارفع قبعتي بكل فخر فاللهم لك الحمد قبل ان ترضى ولك الحمد اذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا لانك وفققتني على اتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي...

وبكل حب اهدي ثمرة نجاحي وتخرجني

الى الذي زين اسمي باجمل الالقاب، من دعمني بلا حدود واعطاني بلا مقابل ..الى من علمني ان الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، داعمي الاول في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي بعد الله، فخرني واعتزازي

(والدي)

الى من جعل الله الجنة تحت اقدامها، واحتواني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها الى القلب الحنون والشمعة التي كانت لي في الليالي المظلمات، سر قوتي ونجاحي جنتي (والدي)

إلى ملائكة رزقي الله بهم لاعرف من خلالهم طعم الحياة الجميلة، اتكائي وضلعي الثابت الذي لا يميل إخوتي (توبة، اسامة، يحيى، ضياء، ميسون).

إلى جميع من أمدوني بالقوة والتوجيه والدعاء وامنوا بي ودعموني عائلتي، اقاربي، واصدقائي.

أنفال

الإهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك.. ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك..
إلى رجل الكفاح، إلى من كلله الله بالهبة والوقار.. إلى من علمني أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر
والإصرار.. من أحمل اسمه بافتخار.. أرجو من الله أن يحفظه ويطيل في عمره

والدي الغالي

إلى القلب النابض.. إلى ملاكي في الحياة.. إلى معنى الحب والحنان والتفاني.. إلى بسملة الحياة وسر
الوجود.. إلى رمز التضحية.. إلى من كانت دعواتها سر نجاحي إلى أعلى الحبايب.. **أمي الحبيبة**
إلى الكتف الذي لا يميل والظل الذي أحتمي به أخي **فارس** أدامك الله ضلعا ثابتا لي
إلى من عانقت روعي أرواحهم وامتزجت بهم واصطبغ لون الحياة بحبهم.. إلى من أتناقش معهم زمرة
الدم.. إلى من قاسموني الحياة بجلوها ومرها أخواتي **إحسان، ريمياء، بثينة، حلتوم**

إلى صلة الرحم وأهلي وأقاربي

أهديكم هذا الجهد المتواضع وثمره نجاحي التي لا طالما تمنيته، سائلة من الله العلي القدير أن ينفع به
،ها انا أكملت أول ثمرته بفضل سبحانه وتعالى فالحمد لله على ما وهبني وأن يجعلني مباركا وأن يعينني
أين ما كنت فالحمد لله شكرا وحبا وامتنان على الختام.

فهرس المحتویات

شكر وعرفان

الإهداء .

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

ملخص الدراسة

أ مقدمة

الفصل الأول :الإطار المنهجي للدراسة

4..... إشكالية الدراسة

5..... تساؤلات الدراسة

5..... فرضيات الدراسة

5..... أهداف الدراسة

5..... أسباب اختيار الموضوع

6..... أهمية الدراسة

7..... تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

11..... حدود ومجالات الدراسة

11..... نوع الدراسة ومنهجها

12..... أدوات جمع البيانات

15..... مجتمع البحث وعينة الدراسة

16..... الدراسات السابقة

20..... المدخل النظري للدراسة

28..... خلاصة

الفصل الثاني :الإطار التطبيقي

30.....	تمهيد.....
31.....	عرض وتحليلها البيانات وتحليلها وتفسيرها
59.....	نتائج الدراسة.....
63.....	خاتمة.....
65.....	قائمة المصادر والمراجع.....
70.....	الملاحق.....

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	31
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	32
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	33
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للانستغرام	34
05	يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للانستغرام	35
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق لتصفح الانستغرام	36
07	يبين توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المستخدمة لتصفح الانستغرام	37
08	يبين توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة على الانستغرام	38
09	يبين توزيع أفراد العينة حسب الغاية من استخدام الانستغرام	39
10	يبين توزيع أفراد العينة حسب متابعة المحتويات الدينية عبر الانستغرام	40
11	يبين توزيع أفراد العينة حسب حجم استخدام الانستغرام في الجانب الديني	41
12	اعتبار الانستغرام مصدر أولي للحصول على المعلومات الدينية	42
13	طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطالب	43
14	درجة ثقة الطالب بالمضامين الدينية المتحصل عليها من الانستغرام	44
15	مساعدة الانستغرام في إكتساب معلومات دينية جديدة	45
16	إكمال الانستغرام لدور المساجد والمؤسسات الدينية في نشر المضامين الدينية	46
17	إحصائيات الإجابة عن السؤال 17 (ساعدك الانستغرام على)	47
18	نوع القضايا الإسلامية التي تثير إهتمام الطالب على الانستغرام	48
19	مساهمة الانستغرام في تغيير وجهة النظر الطالب حول القضايا الإسلامية	49
20	مساهمة الانستغرام في تزويد الطالب بمعلومات كافية حول القضايا الإسلامية مثل قضية طوفان الأقصى	50
21	إتاحة الانستغرام متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية	51
22	تغير الانستغرام بعض سلوكيات الطلبة نحو الأحسن من خلال إطلاعهم على المضامين الدينية	52
23	توضيح هذه السلوكيات	53

54	دور المنشورات الدينية عبر الانستغرام في ترسيخ الإعتزاز الهوية الإسلامية	24
55	مساهمة في زرع القيم السلوكية	25
56	مساعدة الانستغرام على الإقتداء بالسيرة النبوية في الحياة اليومية	26
57	تمكين الطلبة من تحسين تعاملاتهم مع الآخرين من خلال إهتمامهم بالمواضيع الدينية على الانستغرام	27
58	تأثير الانستغرام بصفة خاصة في السلوكيات أو هناك مؤشرات خارجية	28

ملخص الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على البحث في متغيرين أساسيين وهما موقع الانستغرام و الوعي الإسلامي ولذلك حاولنا من خلال دراستنا الإجابة على التساؤل الرئيسي المتمثل في : ما دور موقع الانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي لدى طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة ؟

وقد أدرجنا مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في :

_ ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة جامعة ورقلة بقسم الأدب العربي لموقع الانستغرام؟

_ ما أهمية موقع الانستغرام في توعية طلبة العينة دينيا ؟

_ هل استخدام المبحوثين للانستغرام يساهم في تعريفهم بالقضايا الإسلامية ؟

_ ما مقدار تعزيز الانستغرام للسلوك الإسلامي لدى طلبة العينة ؟

بالإضافة إلى تحديد أهداف الدراسة أهمها معرفة مدى مساهمة الانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي لدى الطلبة الجامعيين من خلال دراسة وصفية إعتمدنا فيها على منهج المسح لأنه الانسب واختبرنا عينة عشوائية طبقية من قسم اللغة العربية وآدابها مكونة من 80 مفردة وقد تم الإعتماد على أداتي الملاحظة و الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

_ يساهم الانستغرام في توعية الطلبة دينيا.

_ ساعد الانستغرام الطلبة في إكتساب معلومات دينية جديدة.

_ ساهم الانستغرام في تغيير وجهة نظر الطلبة حول القضايا الإسلامية .

_ ساهم الانستغرام مساهمة جيدة في تغيير بعض السلوكيات إلى الأحسن وفي تنمية الوعي الإسلامي للطلبة.

الكلمات المفتاحية :

استخدام _ موقع الانستغرام _ دور _ الطلبة الجامعيين _ الوعي الإسلامي _ جامعة ورقلة.

Summary of the study:

This study is based on researching two main variables, namely Instagram and Islamic awareness. Therefore, we tried through our study to answer the main question, which is: What is the role of Instagram in enhancing Islamic awareness among students of the Department of Arabic Language and Literature at the University of Ouargla?

We included a set of sub-questions, namely:

- * What are the habits and patterns of use of Instagram by students of the University of Ouargla in the Department of Arabic Literature?
- * What is the importance of Instagram in educating the sample students religiously?
- * Does the respondents' use of Instagram contribute to familiarizing them with Islamic issues?
- * How much does Instagram promote Islamic behavior among the sample students?

In addition to defining the objectives of the study, the most important of which is to know the extent of the contribution of Instagram in promoting Islamic awareness among university students through a descriptive study in which we relied on the survey method because it is the most appropriate and we tested a stratified random sample from the Department of Arabic Language and Literature consisting of 80 individuals, and the observation and questionnaire tools were used to collect data from the respondents and the study reached a set of results, the most important of which are:

_ Instagram contributes to the religious awareness of students.

Instagram helped students in acquiring new religious information.

Instagram contributed to changing students' views on Islamic issues.

Instagram has made a good contribution in changing some behaviors for the better and in developing students' Islamic awareness.

Keywords:

Use of Instagram _ Role _ University students _ Islamic awareness _ University of Ouargla.

مقدمة

مقدمة :

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تسيطر على النظام الاتصالي بشكل كبير هذا وقد أصبح الناس يقضون وقتا طويلا جدا في التفاعل مع بعضهم البعض ولكن مع مرور الوقت أصبحوا يتبادلون وجهات النظر من أجل تحسين حياتهم الاجتماعية، الاقتصادية، السياسية والدينية، وفتحت آفاقا جديدة أمام عدة مفاهيم وطرحت مختلف المواضيع للنقاش الحر عبر فضاءاتها، وذلك بتجاوز هذه المنصات الهدف الوحيد التي كانت تسعى إليه وهو التواصل، وتحولت من وسائل للتواصل بين الأفراد إلى منبر للنقاشات في مختلف المواضيع، كما سعت لخلق التوعية لأفراد المجتمع. ومن بين أهم هذه المواقع أكثرها انتشارا بين الأفراد هو موقع الانستغرام الذي أصبح يضم العديد من الأفراد الذين يقومون بنشر مختلف المواضيع في مجالات متنوعة عن طريق صور وفيديوهات ومشاركاتها مع الأصدقاء من أجل كسب معلومات ومعارف جديدة حيث أصبح موقع الانستغرام يعالج مختلف القضايا خاصة المتعلقة بالدين وكذلك نظرا لأهميته البالغة في مجتمعنا كونه مجتمع مسلم محافظ، فبات هذا الموقع حلقة وصل بين الفرد ودينه وبين الفرد والمجتمع، مما جعل استخداماته تتعد وتتلمس مختلف الفئات خاصة فئة الطلبة الجامعيين، التي تعد أكبر شريحة مستخدمة لهذه المواقع، وله الدور البارز في إحداث انعكاسات داخل المجتمع ساهمت في حماية مصلحة الفرد ومصلحة المجتمع، فكلما انتشر الوعي الإسلامي في المجتمع كلما ساد الأمان والطمأنينة بين الناس.

وطبقا لموضوع دراستنا قمنا بتطبيق الدراسة ميدانيا على عينة من طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة الذين يستخدمون الانستغرام وقد قسمنا هذا الموضوع إلى قسمين نظري وتطبيقي حاولنا من خلالهما الإلمام بجميع جوانب الموضوع من أجل تحقيق الأهداف المرجوة منه والإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال النتائج المتوصل إليها في الإطار التطبيقي.

ويتناول الإطار المنهجي للدراسة: إشكالية الدراسة، تساؤلات فرعية، أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهمية الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، أدوات جمع البيانات، مجالات الدراسة، تحديد المفاهيم والمصطلحات وعرض الدراسات السابقة مناقشتها وكذا عرض نظرية الدراسة.

والإطار التطبيقي للدراسة تناولنا فيه تفريغ بيانات الإستمارة في جداول وقرائها والتعليق عليها واستخلاص النتائج بالإجابة على التساؤلات الفرعية ومناقشة الفرضيات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

ثانياً: أهداف الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

سادساً: نوع الدراسة ومنهجها

سابعاً: حدود الدراسة ومجالاتها

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خامساً: مجتمع البحث وعينة الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

سابعاً: المدخل النظري للدراسة

خلاصة

أولاً: إشكالية الدراسة:

تعد مواقع التواصل الإجتماعي اليوم أحد أبرز الوسائط الحديثة التي شهدت عنها الثورة التكنولوجية التي نعيشها منذ حوالي عقدين من الزمن حيث أحدثت هذه الوسائط جذرية في علاقات الأفراد فيما بينهم واحتلت حيزا كبيرا في حياتنا اليومية فصار الإقبال عليها بشكل كبير حيث تمكنت هذه الفضاءات الافتراضية من إلغاء حاجز المكان والزمان وجمعت حولها عدد كبير من المستخدمين في ظرف وجيز جدا وتحولت إلى فضاءات للنقاشات في شتى مجالات الحياة المتعددة فلم تستثنى أي ميدان بعينه بل ولجت جميع المجالات بما فيها الشأن الإجتماعي والسياسي وكذا الثقافي والاقتصادي وحتى أنها خاضت كذلك المسائل الدينية والفقهية¹.

لم تعد منصات التواصل الإجتماعي في الوقت الراهن تقتصر وتنحصر على مجرد تأدية الوظيفة الاتصالية بين المستخدمين فحسب بل تحولت من مجرد فضاء للترفيه والتواصل إلى منبر للنقاش الجاد والإرشاد والتوعية في العديد من المجالات بين المستخدمين حيث أتاحت لهم إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو التي ينقلون عليها الآراء والتعليقات والتوجهات وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات كما مكنتهم من إنشاء المدونات وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد وبتعدد المضامين والمحتويات تتعدد مواقع التواصل الإجتماعي التي نجد من أبرزها الانستغرام الذي يتميز عن غيره من مواقع التواصل بسهولة التعامل معه وذلك لإحتوائه على كل أنواع التواصل سواء كان من خلال التدوين أو الصور أو مقاطع الفيديو وسهولة تكوين محادثات تناقش أمرا معينا إلى غير ذلك من الوسائل التي يمكن من خلالها التواصل بين المشتركين وذلك من خلال مشاركة مختلف القضايا والأحداث الملحية للإحتياجات ورغبات مستخدميه حيث يعد هذا الموقع فضاء واسعا متنوعا لتبادل الأفكار فأصبح مؤثر رئيسي على عقل المجتمع والمحرك لنفسيته والمغير لأفكاره وصارت مختلف صفحاته تلعب دورا رئيسيا في مختلف مجالات التوعية منها الإجتماعية، السياسية، الاقتصادية، والدينية على وجه الخصوص هذا المجال الأخير (التوعية الدينية) إحتل مكانة مهمة في الانستغرام فأصبحت العديد بل الكثير من المواضيع على الانستغرام تعالج قضايا ومسائل دينية في شكل فيديوهات، صور، مقالات مكتوبة، فتاوي مكتوبة... إلى آخره وكل هذه من شأنها أن تساهم في التوعية الإسلامية وزيادة الوعي لدى الطلبة الجامعيين بالخصوص لذا جاءت هذه الدراسة حول موقع الانستغرام ودوره في تعزيز الوعي الإسلامي لدى الطلبة الجامعيين ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

¹ - وداد كريكب، وسام بولير ، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين . مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر اكاديمي في علوم الاعلام والاتصال ، جامعة محمد الصديق بن يحيى (كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية) ، الجزائر ، 2021/2020 ، ص 01

ما دور موقع الانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي لدى طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة؟
ويندرج ضمنها التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1_ ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة بقسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة لموقع الانستغرام؟
- 2_ ما أهمية موقع الانستغرام في توعية طلبة العينة دينيا ؟
- 3_ هل استخدام المبحوثين للانستغرام يساهم في تعريفهم بالقضايا الإسلامية ؟
- 4_ هل ساهم الانستغرام في تعزيز السلوك الإسلامي لدى طلبة العينة ؟

فرضيات الدراسة:

- 1_ يستخدم الطلبة الجامعيين موقع انستغرام بشكل مكثف.
- 2_ للانستغرام أهمية كبيرة وأساسية في توعية الطلبة دينيا.
- 3_ يساهم الانستغرام بشكل كبيرا في تعريف الطلبة الجامعيين بالقضايا الإسلامية.
- 4_ يساهم الانستغرام في تعزيز السلوك الإسلامي لأفراد العينة بشكل متوسط.

ثانيا: أهداف الدراسة:

تعد أهداف الدراسة بمثابة المسار الموجه لعملية البحث العلمي، وعلى كل باحث تحديد أهدافها يسعى للوصول إليها من أجل إزالة الغموض وإشباع الفضول المعرفي الذي يلازمه اتجاه الموضوع المعالج وعليه تتجلى أهداف دراستنا فيما يلي:

- _ التعرف على نمط استخدام طلبة قسم اللغة العربية وآدابها لموقع انستغرام والاشباكات المحققة منه.
- _ التعرف على الدور الذي يلعبه موقع الانستغرام في توعية الطلبة دينيا.
- _ التعرف على مساهمة استخدام الطلبة لموقع انستغرام في تعريفهم بالقضايا الإسلامية
- _ محاولة إبراز مدى تعزيز الانستغرام للسلوك الإسلامي للطلبة

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

إن إختيار الباحث لموضع الدراسة، يعد من أصعب مراحل وهو ناتج عن دوافع وأسباب جعلته يضرب إهتمامه عليه دون غيره، فهناك مجموعة من الأسباب دفعتنا للخوض في هذا الموضوع:

1_ الأسباب الذاتية:

- _ الميول الشخصي والإهتمام بالمواضيع التي لها صلة وثيقة بالوعي الديني.
- _ إعتبار الأنترنت أفضل وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال بين الأفراد لهذا علينا استثمارها في مجال الوعي والدعوة الى الله تعالى.
- _ كون الدعوة من سمات الدين الإسلامي وواجب على كل مسلم.
- _ الرغبة بإثراء المكتبة ببحث علمي جديد.

2_ الأسباب الموضوعية :

- _ تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة دور موقع الانستغرام في تعزيز الوعي الديني لدى طلبة اللغة العربية وآدابها.
- _ التزايد الكبير لموقع الانستغرام وتعدد إهتماماتهم بالقضايا الإسلامية مما يستدعي الدراسة والبحث.
- _ نسبة كبيرة من الطلبة الجامعيين تأثر فيهم موقع الانستغرام.
- _ سهولة التواصل والاتصال مع الناس عبر الأنترنت.

رابعاً: أهمية الدراسة:

- تتمثل أهمية هذه الدراسة في حد ذاته الذي يعنى بدراسة مواقع التواصل الاجتماعي وهذا في مجال الاتصال الذي يبحث في دور هذا الموقع من خلال الانستغرام ، وتبرز قيمة الدراسة أيضا من خلال الأهمية التي تكتسبها المضامين الدينية التي تطرح عبر صفحات هذا الموقع ، والاستخدام الأمثل لهذه الصفحات لحدوث نوع من الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين .
- وتتجلى كذلك أهمية الدراسة من خلال النتائج المتوصل اليها التي تقيدنا في الحصول على بيانات ومعطيات تساعدنا على الإجابة عن التساؤلات المطروحة حول دور الانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي لدى الطلبة الجامعيين ، حيث يمكن ان تكون هذه الدراسة انطلاقة لدراسات جديدة حول الموضوع الوعي الإسلامي ومواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تشكيله عبر الانستغرام ، كما يمكن لنتائجها ان تكون مواضيع بحث جديدة قد تثير استفهام باحثين اخرين ، مما يؤدي الى توسيع مجال الدراسة والبحث العلمي ، والموروث العلمي في هذا الموضوع .

خامسا: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1_ تعريف الاستخدام:

أ'_ لغة: استخدمه واختدمه فأخدمه استوهبه خادما فوهبه له، ويقال استخدمت فلانا أي سألته أن يخدمني.¹
 _ فالاستخدام في اللغة يشير إلى إتخاذ شخص ما أو حتى شيء معين من أجل الإستفادة من الخدمات التي يقدمها وتسخيرها لتحقيق جملة من الأهداف المتنوعة والاشباكات التي ترضي الشخص.²
 _ استخدامه استخداما فهو مستخدم والآخر مستخدم: اتخاذاها خدما، طلب منه أن يخدمها استخدام الإنسان الآلة او السيارة ... استعمله في خدمة نفسه.

ب'_ اصطلاحا:

يعرفه (يافيسفرانسولوكودياديك) أنه نشاط إجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار وبتكرار الأستعمال واندماجه في ممارسات وعادات الفرد ويمكن القول أن الاستخدام وسيلة إعلامية وما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والاقتصادية للأفراد، فالعوامل الاقتصادية والتكنولوجية هي مصدر سيرورة الاستخدام.³

ويعرف (جاك بيربوت) Jacques perrant في كتابه منطق الاستخدام أن مفهوم الاستخدام يعرف في الواقع معاني متعددة ومختلفة فكلمة استخدام توظف كمرادف للاستعمال أو الممارسة في بعض الأحيان وفي أحيان أخرى كمرادف للتملك.⁴

ج'_ التعريف الاجرائي:

نقصد بالاستخدام في هذه الدراسة عملية عادات وأنماط تناول واستغلال واستعمال الطالب الجامعي بجامعة قاصدي مرباح ورقة كلية قسم اللغة العربية وآدابها لموقع الانستغرام.

2_ تعريف الانستغرام:

¹ابن منظور: لسان العرب، باب الخاء، مادة خدم، ج 12، أدب الحوزة، إيران، ص167
²فريد بن زايد: واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، اتصال وعلاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009، ص 16_17
³الطاهر بابي: استخدامات الطلبة الجامعيين لبرامج الإذاعة المحلية والاشباكات المتحققة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2014/2013، ص 29
⁴تسعديت قنوار: أثر تكنولوجيايات الاتصال على الإذاعة وجمهورها دراسة مسحية في الاستخدامات والاشباكات لدى الشباب، مذكرة ماجستير كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2010، ص28

أ'_ اصطلاحاً: هو تطبيق لتبادل الصور تأسس في 2010 حيث يتيح لمستخدميه بإلتقاط الصورة ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية¹ حيث يتم مشاركة الصور والفيديوهات في انستغرام بك سهولة وسرعة عالية.²

التعريف الإجرائي:

_ اشتهر الانستغرام بتوفير واجهة بصرية جذابة وسهلة الاستخدام حيث يمكن للمستخدمين تحرير ونشر صورهم ومشاركتها مع متابعيهم ويمكن أيضاً التفاعل مع منشورات الآخرين عبر الإعجاب والتعليقات .

3_ تعريف الدور:

أ'_ لغة: يرى قاموس المنجد الدور انه جمع أدوار ويقصد به الحركة حيث كان أو إلى ما كان عليه.³ الدور في اللغة هو مشتق من الفعل دار يدور ويعني تحرك الشيء في اتجاهات مختلفة ولكن دون أن يغير مكانه .

ب'_ اصطلاحاً:

_ تعرف هبة محمد عبيد الدور على أنه وظيفة يقوم بها عضو داخل جماعة فالأسرة تتكون من أب وأم وأولاد كل منهم له دوره ووظيفته التي يجب أن يقوم بها وكل واحد منهم له مجموعة في حياتهم.⁴ يعرف الدور من الجانب الشخصي يعني تحقيق الذات أما الدور في مظهره الإجتماعي فيعتبر من تأثير المعايير التنظيمية والقيم.⁵

ج'_ تعريف الاجرائي:

ونقصد بالدور في دراستنا هو الوظيفة التي يقوم بها الانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي لدى الطلبة الجامعيين عند استخدامهم له ،وتكون إيجابية عندما تكون الوظيفة إقناعية.

¹مدحت محمد أبو النصر: الشباب وصناعة المستقبل، ط1، القاهرة، دار الكتب المصرية، 2019، ص182

²حامد القميري: تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، القاهرة، دار الروابط للنشر والتوزيع، 2012

³لويس معلوف: المنجد في اللغة العربية والاعلام، ط1، دار المشرق، بيروت_لبنان، ص288

⁴هبة محمد عبيد: معجم مصطلحات التربية وعلم النفس، ط1، دار البداية، عمان، 2007 ص97

⁵محمد سعيد فرح: البناء الاجتماعي والشخصية، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية_ مصر، 1989، ص225

4_ تعريف الوعي:

أ'_ لغة: الوعي حفظ قلب الشيء وعى الشيء والحديث يعييه وعيا ،وأوعاه: حفظه وفهمه وقبله. ¹

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

قال تعالى: ﴿لِنَجْعَلَهَا لَكُمْ تَذْكِرَةً وَتَعِيَهَا أُنْذُنٌ وَعِيَةٌ﴾ الحاقة الآية 12

وجاء في حديث عن النبي صلى الله عليه وسلم قوله "قرب مبلغ أوعى من سامع". {صحيح الترمذي} ²

ب'_ اصطلاحا :

الوعي يعني إدراك الفرد بنفسه وللبيئة المحيطة به وهو درجات من الوضوح والتعقيد ،والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه ولوظائفه العقلية والجسمية وإدراكه لخصائص العالم الخارجي وأخيرا إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في جماعة. ³

_ ويعرف الوعي أيضا من جهة نظر الباحثين في حق المناهج وطرق التدريس امتلاك المتعلم للجانب المعرض للسلوك وإدراكه للجوانب المختلفة الإيجابية والسلبية لهذا السلوك والمستويات الوجدانية ويندرج تحت مستوى الاستقبال (reoving) في تصنيف المجال الوجداني. ⁴

_ الوعي هو معرفة المتعلم من سلوكه في الجوانب المتعلقة لإسقباله للمعارف وتوجيهها.

5_ تعريف الوعي الديني :

أ'_ اصطلاحا: يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الإجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي

¹-ابن منظور: لسان العرب، باب الواو، مادة وعى، ج15، أدب الحوزة، إيران، ص396

²- محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري: تحفة الأحمدي، باب فضل علم الحديث وأهله، دار الكتب العلمية، بيروت، ج10، ص349

³-رجب عبد الجواد إبراهيم: معجم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير، دار الآفاق العربية، دب، دط، 2002، ص305.

⁴احمد حسين اللقاني: علي احمد الجمل: معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج طرق التدريس، عالم الكتب، القاهرة، ط"، 2003، ص337.

الجماعي.¹

يعتبر كذلك من أشكال الوعي البشري التي لازمتها منذ الأزل والديانات عبر التاريخ ارتبطت بحضارات معينة وبعقليات كثيرة فقد تبنى مثلا العبيد الرومان المسيحية للخلاص من الإسلام والرغبة في التغيير وظل الصراع بين الدين والسياسة قائما في كونه يعمل على الحفاظ على النظام الاجتماعي وعلى مقومات الفرد الداخلية وفي علاقاته مع الخلق والخالق ولقد ارتبطت الأديان بالثقافات والاقاليم كانتشار البوذية في الثقافة الهندية والمسيحية في الثقافة الرومانية والإسلامية عند العرب.²

ب'_ التعريف الاجرائي:

اتصالا بمفهوم الوعي بشكل عام والدين كما جاء في التعريفات السابقة فإن البحث يميز بين مفهوم الدين والوعي المرتبط به على أن الدين إنما يتمثل بالتوجيهات والتعليمات، أما الوعي فيتمثل بالمقتضيات الواجبة على أتباع أو معتقي هذا الدين (معارف ومعتقدات وعواطف وممارسات سلوكية).

6_ تعريف الوعي الإسلام:

أ'_ اصطلاحا: تأسيسا على ما سبق من تعاريف وشروح لمفهوم الدين في الإسلام وتحديد جوهر الإسلام في العبادة الواجبة، بما يشتمل عليه من مستلزمات عقائدية وسلوكية متكاملة تتصل بالمضامين الإسلامية واستحضاره وتمثله واضحا جليا في مختلف المعاملات، سواء في علاقة المسلم بذاته أو بالإله الخالق أو في علاقاته الاجتماعية والإنسانية، أو في ما يحيط به من هذا الكون الواسع.³

لذلك فإن الوعي الديني بالمنظور الإسلامي يتجلى في أبعاد متفاعلة ومتكاملة في الشخصية الإسلامية، وهي بالخصوص الاعتقاد والسلوك، وضمن هذا التحديد لمفهوم الوعي الديني فإن الجانب العقائدي من الوعي هو الذي يحدد الأطر العامة للاتجاهات والتوجهات ويحدد أهدافها وغايتها وأنه بهذه الصورة تصبح كل أعماله موجهة للإله ابتغاء مرضاته وها الشعور يدفعه إلى العمل النافع مع التمييز بين الوعي الديني الذي ينبغي أن يكون وبين الوعي المتوفر لدى المنتمين إلى الإسلام فهو حالة واقعية نسبية.

¹ناصر علي مهدي موسى، عبد الرحيم حلس: دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الإسلامي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب، جامعة الأزهر بغزة، مجلة جامعة الأزهر بغزة، مجلد 12، العدد 01، 2010، ص147.

²لمياء صابر: الحملات الاعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب ولاية سطيف، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال والعلاقات العامة، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، ص25

³شائم الهمزاني: علاقة الوعي الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي ألبانيا، دراسة ميدانية لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1998، ص35

ب'_التعريف الاجرائي :

الوعي الإسلامي هو إدراك واستيعاب الفرد المسلم للحقائق الإسلامية ومبادئ شريعة وكذا اهتمامه بمختلف القضايا الإسلامية وزرع قيم سلوكية والعمل بها في حياته.

سادسا: حدود ومجالات الدراسة:

1 _ المجال المكاني: حتى تتمكن مجموعة البحث من جمع المعلومات وحقائق كافية عن موضوع الدراسة تم إجراء هذه الدراسة في كلية الآداب واللغات جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

2_ المجال الزمني: هي المدة التي يستغرقها الباحث في جمع المعلومات والمعطيات حول الموضوع من بداية إختيار الموضوع إلى غاية إنتهائه وتمت الدراسة الميدانية لموضوع بحثنا خلال الفترة الممتدة من 06/11/2023 الى غاية 11/05/2024.

3_ المجال البشري: إستهدفت هذه الدراسة عينة من طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

سابعا: منهج وأداة الدراسة:**1_ منهج الدراسة:**

عند القيام بأي بحث علمي يجب إتباع مجموعة من الخطوات الفكرية المنظمة المرتبة لبلوغ الهدف من البحث ،ومرحلة إختيار منهج البحث خطوة هامة من خطوات الدراسة.

ويعتبر المنهج العلمي طريقة منظمة تتيح أسلوبا وخطة معينة لدراسة ظاهرة ما بهدف التوصل إلى الحقائق وترسيخ المعارف وإختبارها بعد التأكد من صحتها.¹

هو الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه الباحث في دراسته للموضوع والوصول إلى حلول أو بعض النتائج ونظرا لأهمية المنهج أو الأسلوب المستخدم في الدراسة أيا كان نوعها.

أو هو الطريق المؤدي إلى للكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة طائفة من القواعد العامة² والإجراءات والخطوات المنتظمة التي توجه سير العمل البحثي وتحدد عملياته حتى يصل الباحث إلى نتيجة.³

¹ أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص286

² عبد الرحمن بدوي: مناهج البحث العلمي، ط2، وكالة المطبوعات، الكويت، 1997، ص8

³ أحمد بدر: أصول البحث ومناهجه، ط2، مكتبة الاكاديمية، الكويت، 1982، ص130

وبما أن دراستنا تتمحور حول استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام ومعرفة مظاهر الوعي الديني عبر موقع الانستغرام فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على وصف الظاهرة وعناصرها وصفا دقيقا، كما يقوم المنهج الوصفي بوصف ما هو كائن مع تحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع ويهتم بتحديد الممارسات الشائعة والسائدة داخل الجماعات عن طريق جمع المعلومات والبيانات.

ومن هنا كتعريف بسيط للمنهج الوصفي المسحي هو الطريقة العلمية التي يعتمدها الباحث في دراسته لظاهرة إجتماعية وسياسية معينة وفق خطوات بحث معينة يتم بواسطتها تجميع البيانات والمعلومات الضرورية بشأن الظاهرة وتنظيمها وتحليلها من أجل الوصول إلى أسبابها ومسبباتها والعوامل التي تتحكم فيها وبالتالي إستخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلا.¹

_ ويعرف أيضا بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المركز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد أو فترة أو فترات زمنية معينة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية، ثم تفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية".²

2_ أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة جمع البيانات خطوة من خطوات البحث العلمي، ويعد نجاح أي دراسة مرتبط بالأداة التي يتم استخدامها حيث لا بد للباحث من إختيار أكثر الأدوات ملائمة للدراسة وذلك من أجل الوصول إلى أهداف من خلال دراسته.

إعتمدنا في دراستنا على أداتي استمارة الإستبيان والملاحظة كونهما الأنسب لدراستنا لما توفرهما من سهولة جمع المعلومات والبيانات الميدانية.

2_ 2 _ إستمارة الاستبيان:

تعد إستمارة الاستبيان من أنسب الأدوات البحثية وأكثرها ملائمة للحصول على المعلومات والتي من الممكن أن تجيب على تساؤلاتنا.

¹ عبد الرحمن ناصر جندلي: تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص199

² عبد الله محمد عبد الرحمن وآخرون: مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2002، ص 371

وإستمارة الإستبيان "هي مجموعة من الأسئلة والإستفسارات المتنوعة والمرتبطة ببعضها البعض، بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث بضوء موضوعه والمشكلة التي يختارها".¹

يعرف الإستبيان على أنه الأداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إستمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.

ويعرف أيضا بأنه تصميم فني لمجموعة من الأسئلة حول موضوع معين لتمكين الباحث من الحصول على البيانات اللازمة للبحث من خلال إجابة الأشخاص المعنيين فهي أكثر توفير للجهد والوقت والمال وهو أحد وسائل البحث العلمية المستعملة من طرف الباحث لجمع المعلومات من أشخاص في شكل إستمارة تصم أسئلة لاستتباط حقائق معينة تتعلق بإشكالية محددة ترسل، وتسلم إلى الأشخاص الذين تم إختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة وإعادتها للباحث.

وقد استخدمنا إستمارة الإستبيان لأنها أداة تمكن من جمع البيانات والمعلومات الكافية حول موضوع الدراسة.

تحتوي إستمارة بحثنا على مجموعة من الأسئلة التي حاولنا فيها أن تكون سهلة وبسيطة وواضحة بالنسبة إلى المبحوثين حيث قمنا بتوزيعها على 4 محاور رئيسية تمثلت في:
البيانات الشخصية.

_ المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة لموقع الانستغرام ويحتوي هذا المحور على 6 اسئلة (4_9).

_ المحور الثاني: أهمية الانستغرام في توعية طلبة العينة دينيا ويحتوي 7 أسئلة (10_16).

_ المحور الثالث: مساهمة الانستغرام في تعريف المبحوثين بالقضايا الإسلامية ويحتوي على 7 أسئلة (17_23).

_ المحور الرابع: مقدار تعزيز الانستغرام للسلوك الإسلامي لدى أفراد العينة ويحتوي على 9 اسئلة (24_32).

¹ عامر قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999،

_ الصدق والثبات:

_ تعريف الصدق: "هو صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل إليه الباحث من نتائج".¹

يعني صدق أسئلة الإختبار من حيث صياغتها ومحتواها وطريقة تطبيقها على المبحوثين لتحقيق الهدف من الإختبار.

_ تعريف الثبات: الثبات يعني أن تكون النتائج التي تظهرها الأداة ثابتة بمعنى تشير إلى النتائج نفسها لو أعيد تطبيقها على العينة نفسها في نفس الظروف بعد مدة زمنية ملائمة، فإذا لم تتغير النتائج بعد إعادة تطبيق الأداة ولا تختلف إستجابة المبحوثين فهذا يعني الأداة ثابتة.

فالأداة الثابتة هي الأداة التي تعطي نتائج متقاربة أو في نفس النتائج إذا طبقت أكثر من مرة في ظروف متماثلة ومن النادر أن يوجد مقياس صادق لا يكون ثابتا، فالمقياس الصادق هو مقياس ثابت لكن العكس ليس صحيحا.²

والمقياس الثابت هو المقياس الذي يعطي النتائج نفسها إذا قاس الشيء نفسه مرات متتالية تحت الظروف نفسها أي عدم تناقض المقياس مع نفسه.³

قمنا بعرض الأداة على 4 محكمين ومختصين وطلبنا منهم إبداء الرأي والملاحظات حيث عرضنا الإستبيان مرفقا مع أسئلة الدراسة وأهدافها على الاساتذة المحكمين وقد تلقينا بعض الآراء والمقترحات من الأساتذة المحكمين وقمنا في ضوء ذلك بتعديل فقرات الإستبيان في حين أن بعض الفقرات نالت رضا المحكمين وموافقاتهم فلم يطرأ عليها أي تعديل إلى أن ظهر الإستبيان بصورته الأخيرة التي جرى فيها تطبيقه على عينة الدراسة (الملحق رقم 01).

¹ حنان بشته، نعيم بوعموشة: الصدق والثبات في البحوث الإجتماعية، مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، جامعة جيجل، العدد 02، جوان 2020، ص 118

² محمد بكر نوفل، فريال ابو محمد عواد: التفكير والبحث العلمي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010، ص276

³ عصام الدليمي، صالح علي عبد الرحيم: البحث العلمي اسسه ومناهجه، ط1، دار الرضوان، عمان، 2014، ص119

ثامنا:مجتمع البحث وعينة الدراسة:

1 _مجتمع البحث:

ويقصد بمجتمع الدراسة جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها¹، ويعرف أيضا أنه مجموعة من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة² ومجتمع البحث في دراستنا هذه يشمل الطلبة الجامعيين بقسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة ، حيث يضم القسم 749 طالبا موزعين على خمس سنوات (من السنة أولى الى السنة الثالثة ليسانس ، ومن السنة الأولى الى السنة الثانية ماستر) .

ونظرا لصعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات مجتمع البحث يجأ الباحثين إلى في أغلب البحوث العلمية إلى ضبط وتعريف مفردات بحثهم في عينة محددة فالعينة إختيار وأن تخضع إلى عدة إختبارات وفي الأخير تعمم على المجتمع الأصلي.

2 _عينة الدراسة:

وتعرف العينة أنها "تمودجا يشمل ويعكس جانبا أو جزء من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث، وتكون ممثلة له، حيث تحمل صفاته المشتركة أو جزء يغني الباحث عن دراسة كل وحداته ومفردات المجتمع الأصلي."³

_ ويعرفها محمد عبد الحميد على أنها "عبارة عن عدد محدود من مفردات التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"⁴

ونظرا لصعوبة القيام بالدراسة على جميع مفردات مجتمع البحث ولأن مجتمع الطلبة كبير جدا ومتعدد التخصصات لذلك تم اعتماد العينة الطبقية العشوائية عينة للدراسة ، وتعرف على أنها "نوع من العينات يستعمل في الحالات التي يكون معروفا فيها أن في المجتمع إختلافات منتظمة وفي هذا النوع من العينات يضع الباحث شروطا معينة لإختيار أفراد العينة بحيث تمثل العينة جميع فئات المجتمع المدروس ولكي يتم الإختيار يحدد الباحث الفئات المختلفة في المجتمع الأصلي بناءا على خاصية معينة وبطريقة تناسبه أي

¹سامي محمد ملحم: مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس، ط2، دار المسيرة، عمان، ص269

²محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات التربوية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011، ص384

³عامر مصباح فديحي: منهجية البحث العلمي، د ط، عمان _الاردن، 2012، ص126

⁴محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004، ص193

أن الباحث يختار لكل طبقة وبطريقة عشوائية عددا من المفردات يتناسب مع حجمها الحقيقي في المجتمع الأصلي".¹

وعلى هذا الأساس استخدمنا في هذه الدراسة أسلوب العينة الطبقية العشوائية بأسلوب متساوي حيث أخذنا 80 مفردة وزعناها على أربع مستويات ومن كل مستوى أخذنا 20 مفردة ، وهذا لتقارب عدد الطلبة في كل مستوى إذ نجدهم موزعين على النحو التالي : 280 بالسنة الثانية ليسانس ، 218 السنة الثالثة ليسانس ، 131 بالسنة أولى ماستر و 179 بالسنة ثانية ماستر .

تاسعا: الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من الخطوات المنهجية التي تمكن الباحث من الوقوف عن أهم الأبحاث التي سبقت الموضوع الذي يسعى لدراسته حيث يلجأ الباحثون في مختلف المجالات إلى الدراسات السابقة حيث يطبعون عليها ويناقشها ويبحثون في نتائجها وذلك من خلال التوصل إلى مشكلة ما تثير إهتمامه هذه الدراسات تعتبر مصدر هام لتزويد الباحثين لمشكلات تستحق الدراسة.

وقد قمنا بإختيار ثلاث دراسات سابقة تتقاطع مع موضوع بحثنا وهي كالتالي:

الدراسة الأولى: دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين تدخل هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر بقسم العلوم الإنسانية تخصص سمعي بصري كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة ام البواقي

تمحورت إشكالية الدراسة حول ما يلي:

ما هو دور الفيس بوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

وتم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

1_ ماهي عادات وأنماط استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقع الفيس بوك؟

2_ ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لموقعا لفيس بوك؟

3_ هل يساهم الفيس بوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

¹ رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر المعاصر، دمشق، 2000،

إعتمدت الباحثين في هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة للحصول على بيانات ذات مصداقية وموضوعية واستندت إلى أداتي الملاحظة والإستبيان كما أنه تم إعتقاد عينة قصدية والتي تمثلت مفرداتها في 100 مفردة من طلبة جامعة ام البواقي.

توصلت نتائج الدراسة الى ما يلي:

- 1_ أكثر من نصف العينة يستخدمون الموقع بصفة دائمة وبشكل منتظم وهذا راجع لإنتشار الواسع لهذا الموقع في أوساط الطلبة وتوفر إمكانيات التسجيل والتعامل به.
- 2_ بينت الدراسة الفترة المفضلة للمبحوثين لتصفحهم الفيس بوك كانت حسب الظروف وهذا يعني أنهم لا يتقيدون بوقت معين.
- 3_ يفضل أفراد العينة تصفح الفيس بوك عبر الهاتف بإعتباره سهل الاستخدام والإستعمال بالإضافة إلى سهولة نقله.

التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة التي تندرج تحت عنوان مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين مع دراستنا في المتغيرين المستقل والتابع وهو مواقع التواصل الاجتماعي والوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين كما تشترك هذه الدراسة في أداة جمع البيانات وهي إستمارة الإستبيان في حين تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في تركيزها على موقع الفيس بوك كنموذج لمعرفة مساهمة هذه المواقع في نشر الوعي الديني بينما ركز بحثنا على موقع الانستغرام كأحد وسائل الاتصال الجديدة.

أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في بناء الإطار المنهجي وكذا تزويدنا بخلفية أولية حول موضوع بحثنا وإكتساب معارف جديدة ساهمت في تدعيم دراستنا

الدراسة الثانية: الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء

تدخل هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال للباحثة "هند عزوز" طرحت الباحثة التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة الدور الذي تؤديه الصحافة الجزائرية في زيادة الوعي الديني لدى القراء؟

وقد تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

_ ما خصائص المواضيع الدينية التي ركزت عليها الصحف الجزائرية في فترة من فترات التعددية الإعلامية؟

_ هل إلتزمت الصحف الجزائرية بالمرجعية الدينية المتبعة في الجزائر؟

_ ماهي مساهمة الصحف الجزائرية في تنمية الوعي الديني لدى القراء؟

_ ماهي الإقتراحات التي يقدمها القراء لتحسين المواضيع الدينية المطروقة؟

لقد إعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح الإجتماعي كونها من الدراسات الوصفية كما تمثلت أدوات جمع البيانات في أداتي إستمارة الإستبيان وأداة تحليل المحتوى أما العينة فقد إختارت الصفحات الدينية في الصحف الجزائرية وإختارت العينات العشوائية والإحتمالية حيث قدرت مفردات البحث ب 260 مفردة.

لخصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

_ تساهم الصفحات الدينية في تشكيل وتنمية الوعي الديني لدى القراء .

_ يفضل أغلب القراء قراءة المواضيع ذات العلاقة بالوعي الديني في البيت ولعل ذلك راجع إلى أن البيت أنسب فضاء للقراءة المتأنية البسيطة.

_ يعتقد جزء معتبر من المبحوثين أن الصحف الجزائرية ساهمت في تحسين حالتهم النفسية عن طريق الإقرار بدورها في تعزيز الثقة بالنفس وتخفيف ضغط الحياة بجعل المواضيع الدينية وسيلة من وسائل الترفيه عن النفس والإبتعاد عن العمل وصخب الحياة.

التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير التابع وهو الوعي الديني حيث ركزت الباحثة على الوسائل الدينية وبالتحديد الدور الذي تلعبه الصحافة في زيادة الوعي الديني لدى القراء بينما ركزت دراستنا على مدى مساهمة موقع الانستغرام في تعزيز الوعي الديني لدى فئة الطلبة الجامعيين بالخصوص طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

تختلف هذه الدراسة عن موضوعنا في المتغير المستقل حيث إعتمدت هذه الدراسة على الصحافة الجزائرية وإهتمامها من قبل القراء أما دراستنا فقد ركزت على أحد الوسائط الحديثة وهو موقع الانستغرام، كما تختلف هذه الدراسة عن بحثنا في إضافة أداة من أدوات جمع البيانات وهي تحليل المحتوى .

أفادتنا هذه الدراسة في الإطار المنهجي وكذا في تقديم بعض المعلومات عن الوعي الديني وعلاقته بالقراء

الدراسة الثالثة: دور مواقع التواصل الإجتماعي في التوعية الدينية _ الفيس بوك _ أنموذجا

تدخل هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص دعوة وإعلام واتصال بمعهد العلوم الإسلامية قسم أصول الدين جامعة الشهيد حمه لخضر _ الوادي للطلبة أسماء عمامرة

طرحت الطالبة التساؤل الرئيسي التالي:

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

ويندرج ضمنها التساؤلات الفرعية الأتية:

1_ ما مدى استخدام الطلبة الجامعيين للفيسبوك ؟

2_ هل يعتبر الفيسبوك عامل مؤثر في التوعية الدينية لدى الطلبة الجامعيين ؟

3_ ما هو التأثير التفاعل التوعوي الديني على صفحات الفيسبوك

إعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي المسحي كونها تنتمي الى الدراسات الوصفية في حين تمثلت أدوات جمع البيانات في أداة إستمارة الإستبيان أما العينة فقد إختارت العينة الطبقية العشوائية حيث قدرت مفردات البحث ب150 مفردة.

لخصت هذه الدراسة الى جملة من النتائج أهمها:

_ يعتبر موقع الفيسبوك وسيلة من وسائل الاتصال الفاعل والتواصل مع الاخرين

_ كان للمنشورات والكتابات الدينية على حائط الفيسبوك الأثر البالغ في نشر التوعية الدينية والأخلاقية بين مختلف شرائح المجتمع وخصوصا فئة الشباب الجامعي.

_ أما طلبة جامعة الوادي يستخدمون مواقع التواصل بصفة كبيرة وأن موقع الفيسبوك من بين المواقع الأكثر استخداما كما أن هناك نسبة معتبرة من الطلبة المدمنين على الفيسبوك وهذا مما أثر على علاقتهم بالدراسة والعلاقات الإجتماعية وتفكيرهم وأثر على ثقافتهم الدينية إيجابا وسلبا في تلقي المعلومات الصحيحة والموثوق بها والسلبي في تلقي المعلومات الخاطئة والمكذوبة عن الدين الإسلامي.

التعقيب على الدراسة:

تتفق هذه الدراسة مع دراستنا في المتغيرين المستقل والتابع وهو مواقع التواصل الأجتماعي والوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين كما تشترك هذه الدراسة في أداة جمع البيانات وهي إستمارة الإستبيان في حين تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في تركيزها على موقع الفيسبوك كنموذج لمعرفة مساهمة هذه المواقع في نشر الوعي الديني بينما ركز بحثنا على موقع الانستغرام كأحد المواقع المؤثرة في نشر الوعي الديني.

أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في بناء الإطار المنهجي وتزويدنا بالكثير من المعلومات حول موضوع بحثنا وإكتساب معارف جديدة ساهمت في تدعيم دراستنا.

عاشرا: المدخل النظري للدراسة:

1_ تعريف النظرية

النظرية هي عبارة عن مجموعة من المفاهيم والتعريفات والإفتراسات التي تعطينا نظرة منظمة لظاهرة ما عن طرق تحديد العلاقات المختلفة بين المتغيرات الخاصة بتلك الظاهرة، بهدف تفسير تلك الظاهرة والتنبؤ بها مستقبلا.¹

هناك قول يقول بأن النظرية العلمية نسق تصوري تمت صياغته في ضوء الخبرة بالمعرفة العلمية المتاحة، وفي ضوء الخبرة بالواقع التاريخي والمعاصر للظواهر وحركتها، يصف هذا النسق ويفسر خصائص الظواهر ومكوناتها وحركاتها وعلاقات هذه الظاهرة ببعضها أو مستقبل هذه العلاقات.²

2_ تعريف نظرية الاستخدامات والاشباعات ومقوماتها:

تهتم نظرية الاستخدامات والاشباعات بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة خلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين، أدى إلى عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال إلى رؤيتها على أنها فعالة في إنتقاء أفرادها مضمون مفضل من وسائل الإعلام³، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي وسائل الإعلام تعرض إليها من مختلف الفئات تشير إلى شدته أو كثافته حيث تمت صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام.⁴

إن نظرية الاستخدامات والاشباعات هي عبارة عن محاولة النظر إلى العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد الجمهور نوع الرسائل الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور

¹ عبد الرزاق الدليمي: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان _الأردن، 2016، ص8

² أحمد سليمان أبو زيد: نظرية علم الاجتماع رؤية نقدية راديكالية، دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع، 2006، ص22

³ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية، القاهرة _الليبية، 1998، ص239

⁴ منال هلال المزاهر: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص169

لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام.¹

نشأة النظرية:

البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات والاشباع، جاءت نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في البدايات من القرن العشرين، على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور، وبدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944 في دراسة "هيرت وهيرزج التي استهدفت الكشف عن إشباع المستمع ومشاهدي المسلسلات اليومية وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية.

وفي عام 1945 جاءت دراسة "بيرلسون" التي أجراها عندما توقفت ثماني صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال التوزيع حيث وجه سؤالاً للجمهور ما الذي افتقده بسبب غياب هذه الصحف وتوصل إلى أن ما تقوم به بأدوار مهمة للجمهور في نقل الأخبار والمعلومات والهروب من الواقع اليومي.²

واستمر الإهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال (لازارسفيد) و(ستاتون) و (بيرسون) وفي الخمسينات في أعمال "شرام" و "ليل" و "باكر"

وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري من تأليف "بلومر" و"اليهوكاتر" عام 1974 واحتوى هذا الكتاب على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب ودوافع الفرد من جانب آخر.³

فروض النظرية:

يركز مدخل الاستخدامات والاشباع على كيفية تأثير توجه وإهتمام الجمهور المسبق على طريقة تعامله مع وسائل الاتصال، فنظراً لأن دوافع الجمهور توجد أصلاً في حاجاته الاجتماعية والنفسية، فإن التأثير سوف يكون من الجمهور على وسائل الاتصال لأنه هو الذي يستخدمها لتحديد طرق وأنماط استخدام وسائل الاتصال المختلفة.

وبعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية النظرية عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع أسس العلمية والفرضيات التي تنطلق النظرية منها، ولأن نظرية الاستخدامات والاشباع قامت على افتراض الجمهور نشط على عكس نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور من خلال هذا

¹ إيمان نوي: استخدام الانترنت وعلاقته بالاغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص22_23.

² بسام عبد الرحمن مشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة للشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2011، ص23

³ منال هلال المزاهر: مرجع سبق ذكره، ص176

المنظور متلقيا سلبيا بل ينظر إليه أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من وسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية¹، ويرى "إليهوكتز" ELIHUKATZ وزملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض هي:

- 1_ أعضاء الجمهور فاعلين في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي احتياجاتهم و توقعاتهم.
- 2_ الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة وإختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- 3_ تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل من الفرد يتجه لمصادر ما دون أخرى لإشباع حاجاته.
- 4_ الجمهور هو من يحدد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو من يحدد اهتمامه وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.²
- 5_ يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتمامه فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية وباستخدامه لوسائل الإعلام.³

نقد نظرية الاستخدامات والاشباع:

بالرغم من تطور أساليب البحث والإستقصاءات المنهجية والموضوعية إلا أن صورا من الإنتقادات وجهت لهذه النظرية ومن أهمها:

_ أن الحاجات التي يسعى الناس إلى إشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام يتم تحديدها من خلال سؤالهم عن أسباب استخدامهم لهذه الوسائل، وهو ما يثير شكوكا تصل بأن وسائل الإعلام هي التي تخلق هذه الحاجات التي تعد تبريرات لاستخدام هذه الوسائل. وسبب تعقد وغموض الدوافع البشرية فان الشكوك أيضا تحبط باستخلاص هذه الدوافع من خلال سؤال الناس عنها.⁴

¹ حسنين شفيق: نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، القاهرة، 2014، ص190

² محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2014، ص284.

³ فضة عباسي بصلي، محمد الفاتح حمدي: مدخل لعلوم الاتصال والإعلام الوسائل والنماذج والنظريات، دار أسامة للنشر والتوزيع، مصر، 2003، ص255.

⁴ حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2015، ص266.

_ تنظر هذه النظرية لتعرض الجمهور لوسائل الاتصال على أنها عملية واعية وعقلانية يسعى من خلالها لإشباع حاجات محددة، إلى إن الملاحظ دائماً أن عادات الاستخدام هي الموجهة له، إضافة إلى ذلك فإن الفرد قد يحصل على اشباعات جديدة لم تكن مقصودة وقت التعرض وفي هذه الحالة تتأثر أنماط تعرضه في المستقبل المضمون ما أو وسيلة من وسائل الاتصال.

_ الحرص على تلبية حاجات أفراد الجمهور في مجالات التسلية والترفيه والهروب يؤدي إلى إنتاج مستويات هابطة من المضمون مما يؤثر سلباً على الإطار الثقافي.¹

قدم "ماك كرابل" عدة إنتقادات لنظرية الاستخدامات والاشباعات في النقاط التالية:

_ تتراوح باستمرار بين حرية الدوافع والحاجات الأساسية للمستعمل وبين تطوعيته.

_ توجه فلسفة الاستخدامات والاشباعات باستمرار مسألة قوة تأثير مضمون وسائل الاتصال.²

إسقاط النظرية:

إعتمدنا في دراستنا على نظرية الاستخدامات والاشباعات لأنها تعد من بين أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام موقع الانستغرام ومعرفة الدافع من هذا الاستخدام والاشباعات الناجمة عنه، والتي تركز على كيفية التأثير والتوجيه وإهتمام الجمهور المسبق على طريقة التعامل مع وسائل الإعلام نظراً لدوافع الجمهور التي تكمن في حاجاته الإجتماعية والنفسية، فقد تم بناء إشكالية الدراسة وصياغة التساؤلات بالإعتماد على مدخل الاستخدامات والاشباعات من خلال تساؤلات الدراسة والتركيز على معرفة عادات وأنماط الاستخدام والأسباب الكامنة وراءه ونرى هذا في دراستنا: (استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام ودوره في تعزيز الوعي الإسلامي) حيث أن طرق وأنماط استخدام الوسائل المختلفة تعتمد على الإختيار الواعي والعقلاني للطالب الجامعي كون حاجاته هي من تدفعه للإطلاع على موقع الانستغرام من أجل تلبية احتياجاته.

3_ نظرية البنائية الوظيفية:

¹ فضيل دليو: الاتصال مفاهيمه- نظرياته- وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص23

² كيجل فتيحة: الإعلام الجديد وتيسر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الإجتماعي موقع الفيسبوك _أنموذجاً_، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011، ص29_30

تستمد هذه النظرية أصولها الفكرية من علماء الإجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية والرأسمالية والتي تركز بصفة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الإجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام وإستمرارية تطوره وهذا ما تمثل في أفكار رواد علم الإجتماع بالغرب من أمثال "أوجست كونت" و"إيميل دور كايم" و"هربرت سبانسر" والعديد من علماء الإجتماع الأمريكيين المعاصرين أمثال فانكوت بار سوتر وروبرت مترون وغيرهم.¹

نشأة نظرية البنائية الوظيفية:

تقوم هذه النظرية من منطلق أنه في أي مجتمع هناك عوامل أو قوى إجتماعية تتفاعل بطرق محددة ومميزة لخلق نظام إعلامي قوي يستخدم لأداء وظائف متعددة ومتنوعة تساهم في تشكيل هذا المجتمع وعليه فإن النظم الإعلامية تقوم بدورها في تغيير المجتمع الذي قام بوضعها كما تعتبر البنائية الوظيفية من النظريات السوسولوجية التي شغلت حيزا كبيرا في ادبيات علماء الإجتماع خاصة في بدايات القرن العشرين وإحتلت مكانة مرموقة بين نظرياته.²

مسلمات البنائية الوظيفية:

يتفق الباحثون على عدد من المسلمات الخاصة بهذه النظرية وهي:

_النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم نشاط هذه العناصر بشكل متكامل

_يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ومجموع عناصره تضمن إستمرار ذلك بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الإجتماعية سوف تنشط لإستعادة هذا التوازن.

_كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها على المحافظة على إستقرار النظام .

_الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة الإستقرار وجوده وهذا الإستقرار مرهون بالوظائف التي يعدها المجتمع الأنشطة المتكررة لتلبية حاجاته.³

ولأن الاتصال الجماهيري بطبيعة الحال نظام إجتماعي جزئي تكراري الطابع يعمل داخل النظام الإجتماعي الكلي ويتفاعل مع مختلف الأنظمة الإجتماعية الجزئية الأخرى الموجودة في المجتمع فقد

¹ عبد الله عبد الرحمن: سوسولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، بيروت، د.ط، 2016، ص146

² بسام المشاقبة: مرجع سبق ذكره، ص99

³ مي العبد الله: نظريات الاتصال، جاز النهضة العربية، بيروت_ لبنان، ط1، 2016، ص175

أمكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه أو الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصاب به هذا النظام.¹

ويعتبر الباحثون أن أغلب التحليلات الوظيفية للوظائف الإجتماعية لوسائل الاتصال تأسست انطلاقاً من النموذج النظري الذي قدمه "هارلود لازويل" عام 1948 وصاغ فيه صيغته المشهورة (من قال، ماذا، بأية وسيلة، لمن وبأي تأثير) والتي وضحت لنا من خلالها أن دراسة وسائل الاتصال كدراسة علمية لا بد أن تركز على دراسة هذه التساؤلات والإجابة عليها وذلك من أجل معرفة كل من بناء ووظيفة هذه الوسائل فلاسويل حاول أن يدرس بصورة عامة طبيعة الدور الوظيفي لوسائل الإعلام والاتصال من خلال معالجته للعلاقة التي تربط هذه الوسائل بالمجتمع ككل على اعتبار أن وسائل الاتصال تعتبر عمليات إجتماعية وبناءات وأنساق إجتماعية لها وظائف طبيعية محددة.²

يرى باحث الاتصال "ويلبرشرام" أن هناك ثلاث وظائف أساسية للاتصال الجماهيري خاصة في مجال التنمية الشاملة هي

وظيفة المراقب: وذلك باكتشاف الآفاق وإعداد التقرير عن الأخطاء السياسية والقيادية التي تواجه المجتمع وإصدار التشريعات.

التنشئة: حيث تعلم وسائل الاتصال أفراد المجتمع أنماط السلوك والمهارات والتوجيهات اللازمة لبلوغ هدف التنمية.

الوظيفة السياسية: إذ تقدم وسائل الإعلام المعلومات التي تمكن الأفراد من إتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة والقرارات القيادية وإصدار التشريعات.³

الانتقادات الموجهة للنظرية:

إن الوظيفية تعاني من نواح سلبية في أفكارها من هنا وجهت إليها العديد من الإنتقادات التي يمكن إيجازها بما يلي:

1_ عدم الإتفاق بين الوظيفيين على وحدات الدراسة فمليخوفسكي مثلاً إختار جماعة الإجتماعية التي أطلق نظاماً أما روبرت كين وهيلين ليند فقد إهتم بدراسة الحاجات الإنسانية التي يشبهها المجتمع أما ميرتون

¹ فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، سوريا، 2002، ص29

² Armand, Michel matrlart: histoire des théories de la communication ,découverte ,paris, 1997, p20

³ مرفت الطرابشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص93

وليفي فقد صمما إطارا شاملا للملاحظة بينما كانت دراستهما مهتمة في المحل الأول بتناول البناءات الإجتماعية.

2_ ليس هناك إتفاق بين الوظيفية حول تعريف معين ومحدد لعلم الإجتماع فبعضهم لا سيما علماء الإجتماع منهم يحاولون ربط علم الإجتماع بالانثروبولوجيا الحضارية.

3_ تعاني المناهج المستخدمة في الإتجاه الوظيفي من ضعف ظاهر لأنها تعتمد في أغلب الأحيان على حدس الباحث أو قدرته على ملاحظة الوظائف المختلفة التي تؤديها البناءات الفرعية أو وحدات النسق.¹

إسقاط النظرية:

ولقد تم تطبيق وإسقاط هذه النظرية في موضوع دراستنا على إعتبار أنه كونه يكشف لنا الدور الذي يقوم به الانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي والحفاظ عليه إذ أصبح هذا الموقع يشكل نسقا مستقلا عن بقية الأنساق الاجتماعية الأخرى التي تسعى إلى تأدية وظيفة فاعلة ومؤثرة في المجتمع حيث تقوم بأدوار عديدة تساهم في بناء المجتمع وكيفية المحافظة على توازن النسق الإجتماعي ومن بينها التوعية والتفاعل الاجتماعي، الترفيه، والتسلية وتطوير عمليات التعليم والتواصل حيث يمكن القول أن هذه النظرية تتوافق مع دراستنا في إهتمامها بدراسة الواقع والمكان لمختلف الظواهر الإجتماعية.

¹ غنى حسين ناصر القريشي : مداخل النظرية لعلم الإجتماع ، ط1 ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان _الأردن ، 2011

خلاصة:

وبهذا نكون قد أنهينا الاطار المنهجي حيث قمنا في هذا الجانب بتحديد إشكالية الدراسة المتمثلة في: مادور الانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي لدى طلبة قسم اللغة العربية وآدابها ؟ وكذا تحديد الأسئلة الفرعية والفرضيات وكذا أسباب إختيار الموضوع والهدف منه وهو التعرف على الدور الذي يلعبه الانستغرام في توعية الطلبة دينيا ومقدار تعزيزه لسلوكهم الإسلامي وتحديد المفاهيم الواردة في الدراسة منها: الانستغرام، الوعي، الدور، الوعي الإسلامي.... والمناهج والتقنيات المستعملة في الدراسة وتأهيل البحث بجانب تم فيه التطرق إلى أهم النظريات: نظرية الاستخدامات والاشباع، النظرية البنائية الوظيفية ، وأخيرا الدراسات والأدبيات التي أجريت وألفت في الموضوع وسنتطرق لاحقا في الإطار الميداني وسنحاول فيه التحقق من الإشكالية المطروحة ومدى صحة فرضيات البحث ميدانيا وذلك من خلال عينة من طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة مستخدمين في ذلك المنهج الإحصائي وذلك عن طريق المعطيات الميدانية في جداول إحصائية وتحليلها كميًا وسوسولوجيًا .

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

تمهيد

أولاً: عرض البيانات وتحليلها وتفسيرها

ثانياً: نتائج الدراسة

ثالثاً: التوصيات

خاتمة

تمهيد:

يعتبر الجانب التطبيقي للدراسة أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية لأنه يقوم بربط معطيات الدراسة مع الواقع الفعلي لها فبعد إنتهائنا من عملية الجمع نجد أنفسنا أمام معطيات عامة وهذه المعطيات عبارة عن ملاحظات وتسجيلات ومقابلات وإستمارات مملوءة...

وهذه الخطوة الضرورية تساعد في الكشف عن دور استخدام الطلبة للانستغرام في تعزيز الوعي الإسلامي على عينة من طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة.

حيث أن عرض بيانات الإستبيان ومعالجتها وتحليلها سيمكننا من حصر مجموعة من النتائج التي بدورها تساعد في توضيح وشرح موضوع الدراسة بصورة شاملة دقيقة.

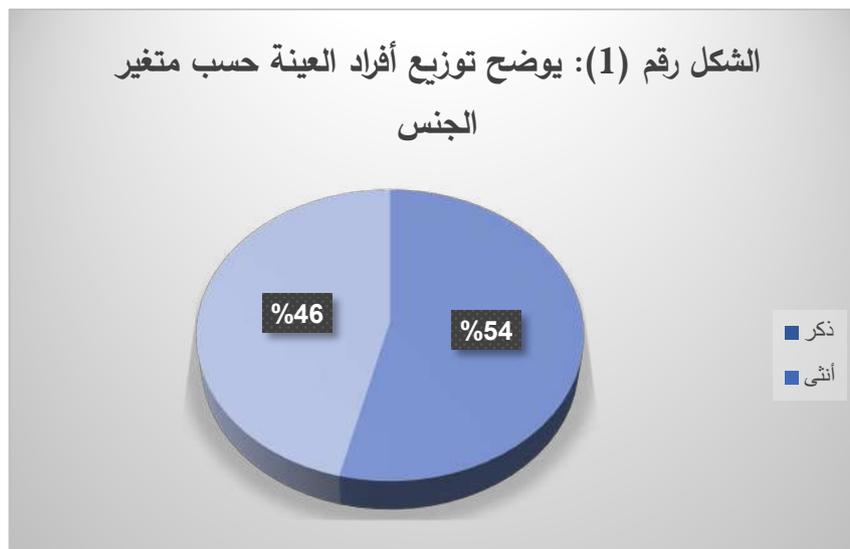
أولاً: عرض البيانات وتحليلها:

البيانات الشخصية:

الجدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسب المئوية	التكرارات	
45.5	35	ذكر
54.5	42	أنثى
100.0	77	المجموع

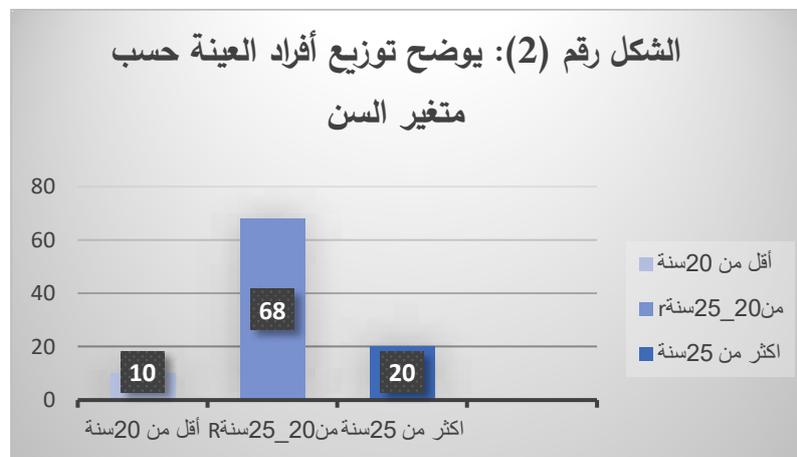
يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس وتشير نتائج الجدول إلى أن نسبة أفراد العينة من الإناث تفوق نسبة الذكور حيث قدرت نسبة الإناث بـ 54% ونسبة الذكور 45% فالإناث أكثر من الذكور وهي سمة في الجامعة الجزائرية خاصة التخصصات الأدبية.



الجدول رقم (2): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسب المئوية	التكرارات	السن
10.4	8	أقل من 20 سنة
68.8	53	من 20_25 سنة
20.8	16	أكثر من 25 سنة
100.0	77	المجموع

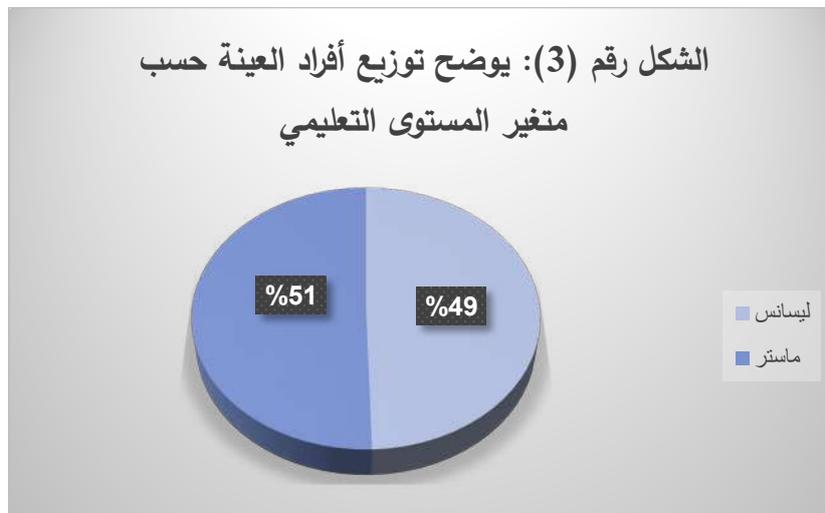
يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن ويتضح أن السن (من 20 إلى 25 سنة) في المرتبة الأولى بنسبة 68.8% أما سن (أكثر من 25 سنة) في المرتبة الثانية بنسبة 20.8% و سن (أقل من 20 سنة) في المرتبة الثالثة بنسبة 10.4%، فالعينة تغطي مختلف الفئات العمرية.



الجدول رقم (3): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرارات	
49.4	38	ليسانس
50.6	39	ماستر
100.0	77	المجموع

وضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي ويتضح أن المستوى الماستر أكثر من مستوى الليسانس بنسبة 50.6% ثم يليه مستوى الليسانس بنسبة 49.4%، ومنه نرى أن هناك تقارب بين طلبة الماستر والليسانس.

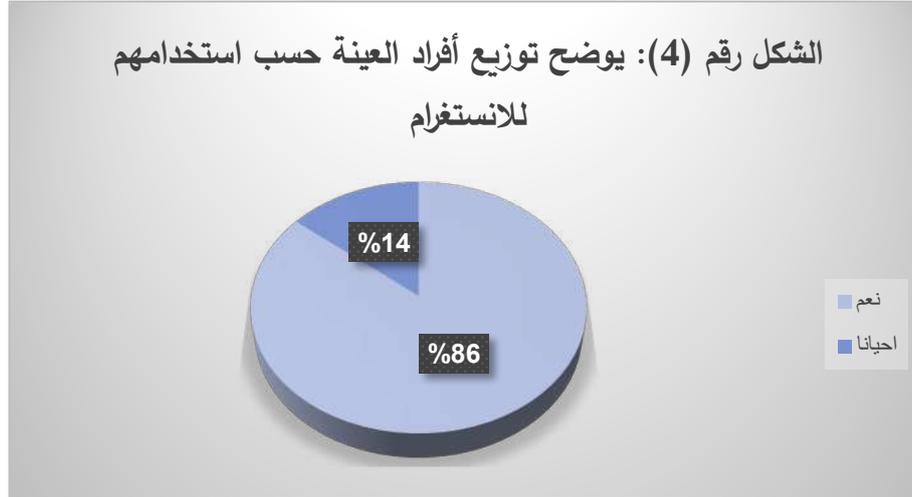


المحور الأول: وأنماط استخدام طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة لموقع الانستغرام

الجدول رقم (4): يبين توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
85.7	66	نعم
14.3	11	أحيانا
100.0	77	المجموع

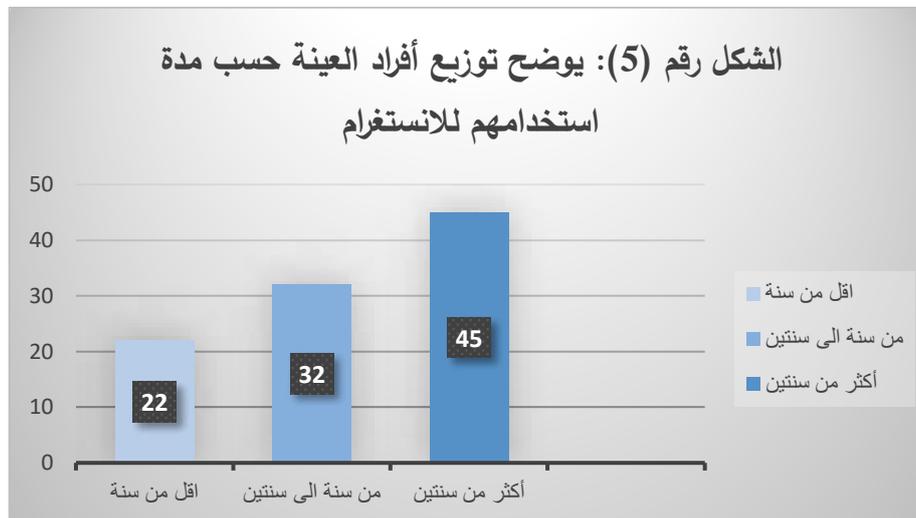
يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للانستغرام ويتضح أن الإجابات التي كانت بنعم مثلت أعلى نسبة قدرت ب 85.7% لتليها نسبة 14.3% بتكرار 11 مفردة التي مثلت الإجابة بأحيانا وهذه النتائج نفسرها كون الطالب الجامعي يستخدم الانستغرام كونه يزوده بمعلومات ومعارف جديدة وكذا يسهل عليه عملية التواصل بين الأصدقاء.



الجدول رقم (5): يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
22.1	17	أقل من سنة
32.5	25	من سنة الى سنتين
45.4	35	أكثر من سنتين
100.0	77	المجموع

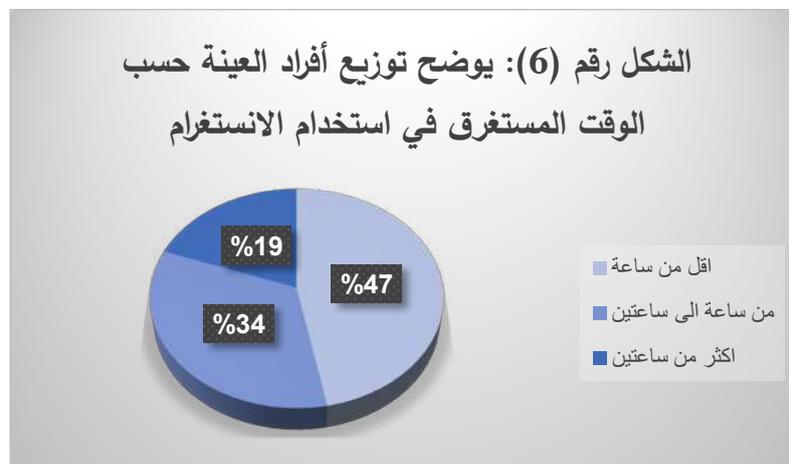
يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب مدة استخدامهم للانستغرام و تشير نتائج الجدول إلى أن نسبة 45.4% من الطلبة بدأوا يستخدمون الانستغرام منذ أكثر من سنتين والذين يتراوح عددهم 35 طالب ثم تليها نسبة 32.5% والتي مثلت 25 طالبا استخدموا الانستغرام من سنة إلى سنتين في حين استخدمه 17 طالبا بنسبة 22% منذ أقل من سنة ومما سبق نستنتج أغلبية العينة لديهم مدة جيدة منذ استخدامهم للانستغرام مما يعني أن لديهم إطلاع ومعرفة لا بأس بها حول منشوراته ولديهم خبرة في التعامل معه.



الجدول رقم (6): يبين توزيع أفراد العينة حسب الوقت المستغرق في استخدام الانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
46.8	36	أقل من ساعة
33.8	26	من ساعة إلى ساعتين
19.5	15	أكثر من ساعتين
100.0	77	المجموع

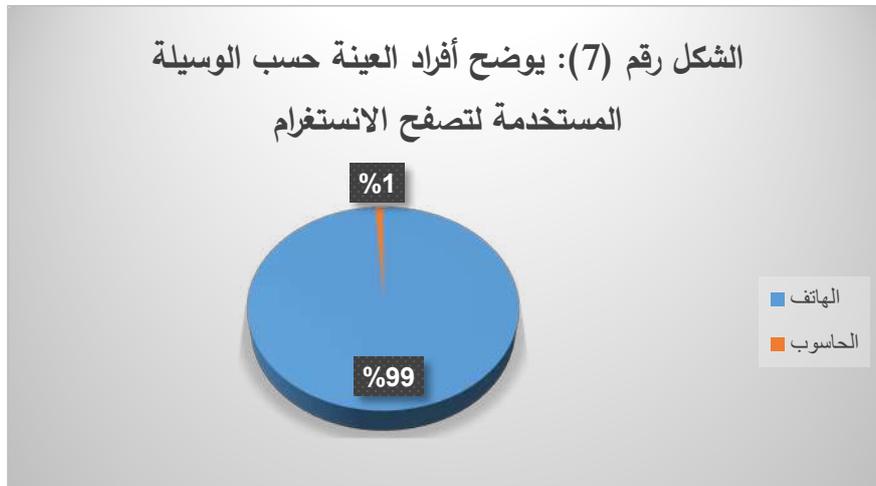
بين جدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الوقت المستغرق في استخدام الانستغرام ويتضح أن نسبة 46.8% من الطلبة الذين يستغرقون في تصفحهم لموقع الانستغرام لأقل من ساعة في حين يقضي نسبة 33.8% من الطلبة منهم من ساعة إلى ساعتين تليهم نسبة 19.5% من الطلبة الذين يستغرقون في تصفح الانستغرام أكثر من ساعتين ويرجع السبب أن نسبة استخدام الانستغرام لدى الطالب الجامعي أقل من ساعة إلى أن إنشغال الطالب بالدراسة والبحث يجعله يخصص وقت أقل لاستخدام الانستغرام.



الجدول رقم (7): يبين توزيع أفراد العينة حسب وسائل تصفح الانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
98.7	76	الهاتف
1.3	1	الحاسوب
100.0	77	المجموع

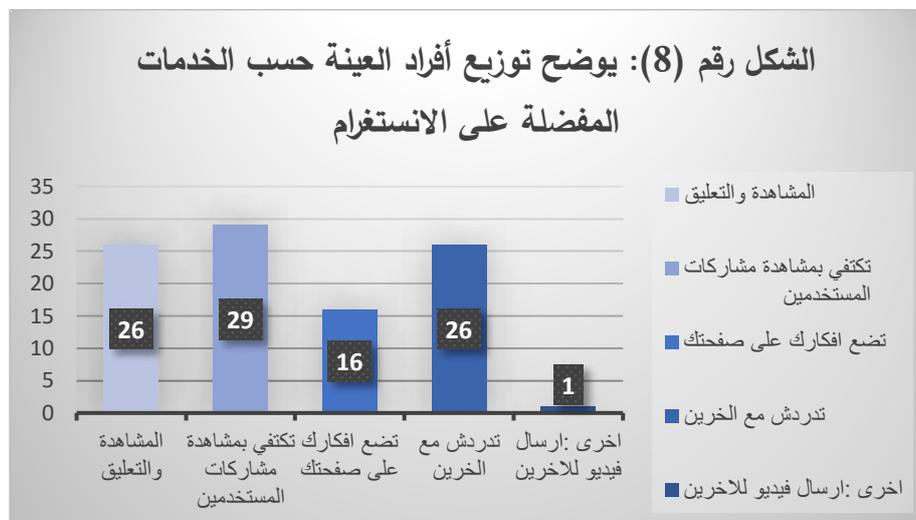
يبين الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب وسائل استخدام الانستغرام نلاحظ من خلال الجدول أنه جاءت نسبة الأفراد الذين يستخدمون الهاتف النقال في المرتبة الأولى بنسبة 98.7% بتكرار 76 طالب من أصل 77 تليها نسبة 1.3% بتكرار طالب واحد من أصل 77 الذي يستخدم الحاسوب في استخدام الانستغرام في حين لم يتم إختيار اللوحة الالكترونية من قبل أي طالب ويعود ذلك إلى سهولة استخدام الهاتف في الولوج إلى هذا الموقع بشكل سهل وسريع.



الجدول رقم (8): يبين توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة على الانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
26.0	20	المشاهدة والتعليق
29.9	23	تكتفي بمشاهدة مشاركات المستخدمين
16.9	13	تضع أفكارك على صفحتك
26.0	20	تدردش مع الأصدقاء
1.3	1	أخرى تذكر.....إرسال فيديو للآخرين
100.0	77	المجموع

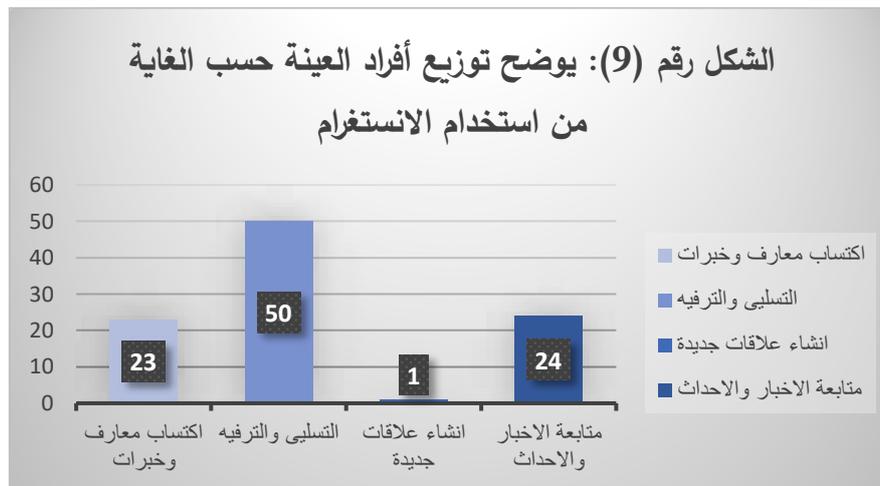
يبين الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الخدمات المفضلة على الانستغرام ويبين الجدول أن أكثر خدمة يفضلها أفراد العينات هي الإكتفاء بالمشاهدة مشاركات المستخدمين بنسبة 29.9% تليها خدمة المشاهدة والتعليق والدرشة مع الاصدقاء بنفس النسبة المتمثلة في 26.0% لتكون اخر خدمة يفضلها الطالب أن يضع أفكاره على صفحته بنسبة 16.9% بينما هناك إجابة واحدة تفضل إرسال الفيديوهات للآخرين بنسبة 1% ومنه نستنتج أن أفراد العينة يفضلون الإكتفاء بمشاهدة مشاركات الآخرين أكثر من غيرها من الخدمات.



الجدول رقم (9): يبين توزيع أفراد العينة حسب الغاية من استخدام الانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
23.4	18	إكتساب معارف وخبرات
50.6	39	التسلية والترفيه
1.3	1	إنشاء علاقات جديدة
24.7	19	متابعة الأخبار والأحداث
100.0	77	المجموع

يوضح الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الغاية من استخدام الانستغرام يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة 50.6% من افراد العينة غايتهم من استخدام الانستغرام التسلية والترفيه وهذا مؤشر سلبي في حين أن 24.7% من الأفراد غايتهم متابعة الأخبار والأحداث تليها نسبة 23.4% يستخدمون موقع الانستغرام لإكتساب المعارف والخبرات وهذا مؤشر إيجابي ثم تليها نسبة 1% غايتهم هي إنشاء علاقات جديدة في حين أنه لم يجب أي طالب على خيار البحث العلمي وهذا مؤشر سلبي ومنه نستنتج أن افراد العينة غايتهم من استخدام الانستغرام هو التسلية والترفيه أكثر من أي غاية أخرى.

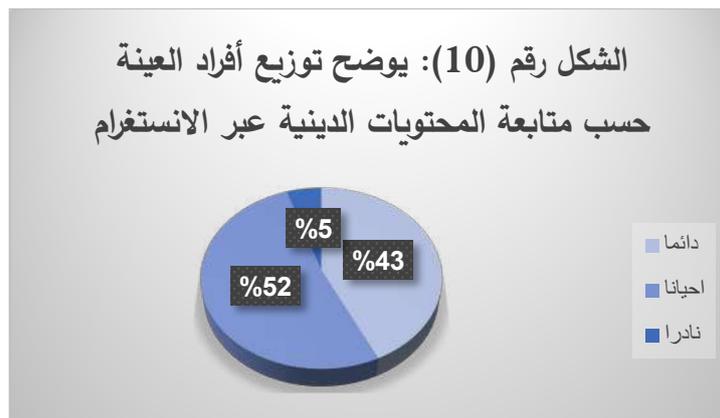


المحور الثاني: أهمية الانستغرام في توعية طلبة العينة دينيا

الجدول رقم (10): يبين توزيع أفراد العينة حسب متابعة المحتويات الدينية عبر الانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
42.9	33	دائما
51.9	40	أحيانا
5.2	4	نادرا
100.0	77	المجموع

يمثل الجدول أعلاه متابعة الطلبة للمحتويات الدينية عبر الانستغرام و قد تبين لنا أن 51.9% من الطلبة يتابعون المحتويات الدينية عبر موقع الانستغرام أحيانا وبالنسبة 42.9% من الطلبة يتابعون المحتويات الدينية عبر موقع الانستغرام دائما تليها نسبة ضئيلة من الطلبة الذين يتابعون المحتويات الدينية عبر موقع الانستغرام نادرا والمتمثلة في 5.2% نستنتج أن اغلبية الطلبة يتابعون المحتويات الدينية عبر موقع الانستغرام أحيانا و هذا مؤشر إيجابي على أن أغلب الطلبة الجامعيين يتابعون المحتويات الدينية عبر موقع الانستغرام



الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب حجم استخدام الانستغرام في الجانب الديني

النسب المئوية	التكرارات	
32.5	25	كبير
62.3	48	متوسط
5.2	4	ضعيف
100.0	77	المجموع

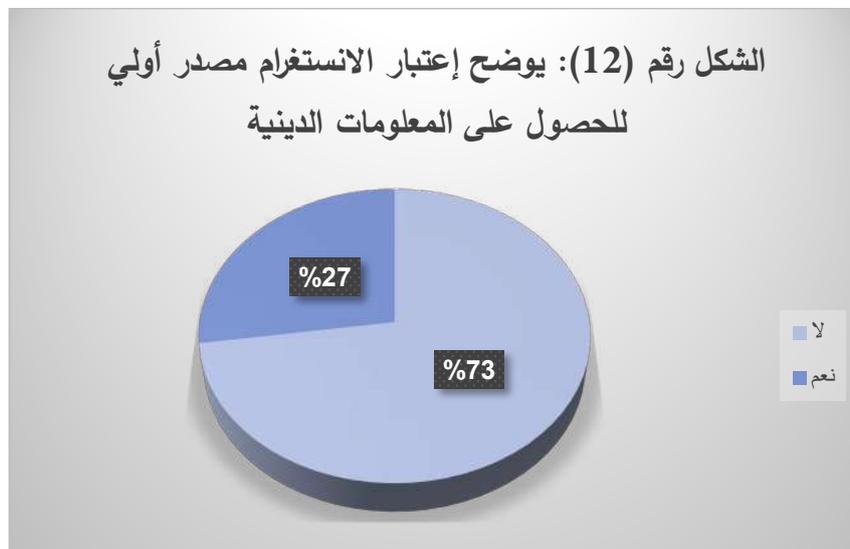
وضح الجدول أعلاه حجم استخدام أفراد العينة للانستغرام في الجانب الديني ويتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة 62.3% من الطلبة حجم استخدمهم للانستغرام في الجانب الديني متوسط تليها نسبة 32.5% من الطلبة الذين حجم استخدمهم للانستغرام في الجانب الديني كبير و 5.2% من الطلبة الذين حجم استخدمهم للانستغرام في الجانب الديني ضعيف نستنتج أن أكبر نسبة من أفراد العينة يستخدمون الانستغرام في الجانب الديني بحجم متوسط وهذا مؤشر إيجابي على أن الطلبة يتجهون للانستغرام لاستخدامه في الجانب الديني.



الجدول رقم (12): يبين إعتبار الانستغرام مصدر أولي للحصول على المعلومات الدينية

النسب المئوية	التكرارات	
72.7	56	لا
27.3	21	نعم
100.0	77	المجموع

يوضح الجدول أعلاه إعتبار الانستغرام مصدر أولي للحصول على المعلومات الدينية ويتضح لنا من خلال الجدول أن نسبة 72% من الطلبة لا يعتبرون الانستغرام مصدر أولي للحصول على المعلومات الدينية بينما 27% يعتبرون الانستغرام مصدر أولي للحصول على المعلومات الدينية ويعود هذا إلى أن هناك مصادر أخرى موثوقة يستطيع الطالب الحصول على المعلومات الدينية من خلالها غير الانستغرام



الجدول رقم (13): يبين طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطالب

النسب المئوية	التكرارات	
23.4	18	أدعية وأذكار
32.5	25	محاضرات ودروس
18.2	14	تفسيرات قرآنية
6.5	5	أحاديث نبوية
18.2	14	الاستماع للقرآن الكريم
1.3	1	أخرى تذكر مقاطع دينية قصيرة
100.0	77	المجموع

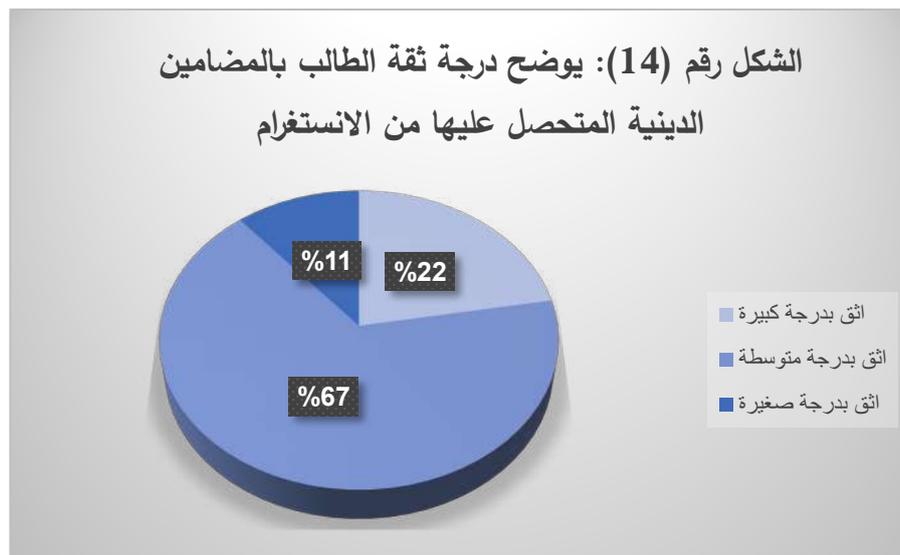
يوضح الجدول أعلاه طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطالب عبر موقع الانستغرام ويتبين لنا أنه 32.5% من الطلبة تثير المحاضرات والدروس إعجابهم عبر موقع الانستغرام تليها نسبة 23.4% من الطلبة التي تثير إعجابهم الأدعية والأذكار وتليها بنفس النسبة 18.2% من الطلبة تثير إعجابهم التفسيرات القرآنية والإستماع للقرآن الكريم تليها نسبة 6.5% من الطلبة تثير إعجابهم الأحاديث النبوية وبنسبة 1.3% من تثير إعجابهم مقاطع دينية قصيرة ويعود إعجاب أكبر نسبة من الطلبة بمضامين المحاضرات والدروس إلى أنها تفيدهم في حياتهم اليومية والإقتداء بالقيم الدينية .



الجدول رقم (14): يبين درجة ثقة الطالب بالمضامين الدينية المتحصل عليها من الانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
22.1	17	أثق بدرجة كبيرة
66.2	51	أثق بدرجة متوسطة
11.7	9	أثق بدرجة صغيرة
100.0	77	المجموع

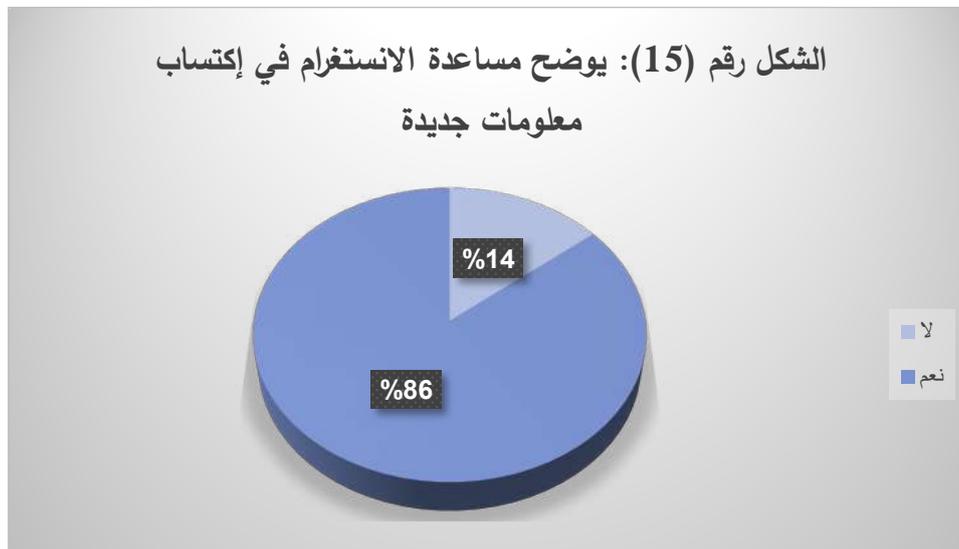
يمثل الجدول أعلاه درجة ثقة أفراد العينة بالمضامين الدينية التي يتحصل عليها من موقع الانستغرام ويتبين لنا أنه 66.2% من الطلبة يتقون بدرجة متوسطة بالمضامين الدينية التي يتحصل عليها من موقع الانستغرام تليها نسبة 22.1% من الطلبة يتقون بدرجة كبيرة بالمضامين الدينية المتحصل عليها من الانستغرام بينما 11.7% من الطلبة يتقون بدرجة صغيرة بالمضامين الدينية المتحصل عليها من الانستغرام وهذا يعود إلى خوف الطلبة من تزيف الحقائق أو نشر مضامين خاطئة عبر الانستغرام



الجدول رقم (15): يبين مساعدة الانستغرام في إكتساب معلومات جديدة

النسب المئوية	التكرارات	
14.3	11	لا
85.7	66	نعم
100.0	77	المجموع

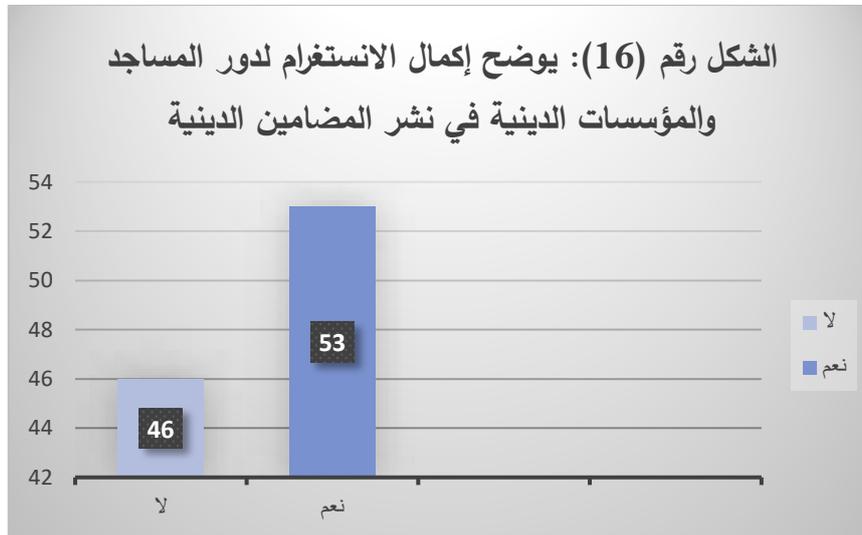
يمثل جدول أعلاه مساعدة موقع الانستغرام في إكتساب معلومات جديدة للطالب الجامعي أنه 85.7% من الطلبة ساعدهم الانستغرام في إكتساب معلومات دينية جديدة تليها نسبة 14.3% من الطلبة الذين لم يساعدهم الانستغرام في حساب معلومات دينية جديدة نستنتج أن النسبة الأكبر من الطلبة ساعدهم الانستغرام في اكتساب معلومات دينية جديدة وهذا مؤشر إيجابي على أن الانستغرام يساعد في إنشاء معارف دينية جديدة.



الجدول رقم (16): يبين إكمال الانستغرام لدور المساجد والمؤسسات الدينية في نشر المضامين الدينية

النسب المئوية	التكرارات	
46.8	36	لا
53.2	41	نعم
100.0	77	المجموع

يمثل الجدول أعلاه إكمال الانستغرام لدور المساجد والمؤسسات الدينية في نشر المضامين الدينية ويتبين لنا أن نسبة 53.2% من الطلبة يعتبرون أن الانستغرام مكمل لدور المساجد في نشر المضامين الدينية بينما 46.8% من الطلبة يرون أن الانستغرام لم يستطع أن يكمل دور المساجد في نشر المضامين الدينية نستنتج أن الانستغرام استطاع أن يكمل دور المساجد في نشر المضامين الدينية وتوعية الطلبة في هذا الجانب.

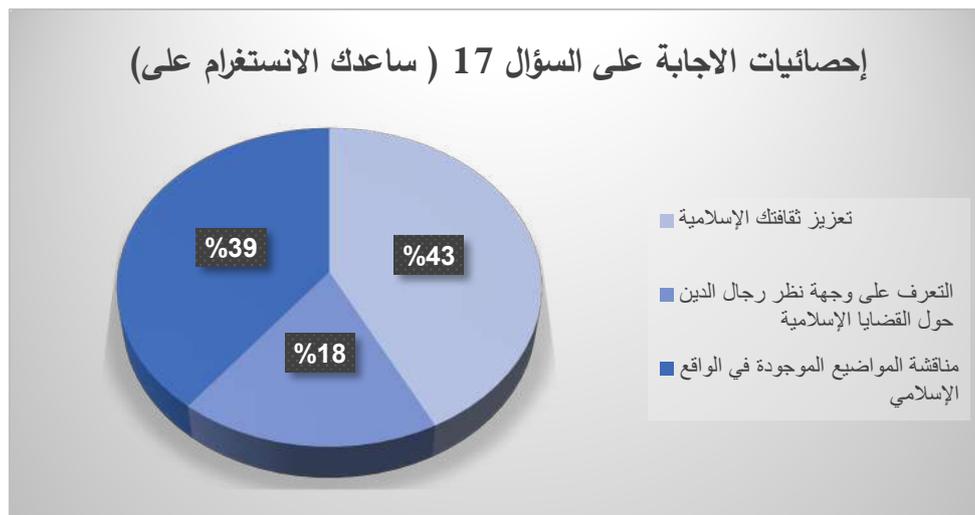


المحور الثالث: مساهمة الانستغرام في تعريف المبحوثين بالقضايا الإسلامية

الجدول رقم (17): إحصائيات الإجابة على السؤال 17 (ساعدك الانستغرام على)

النسب المئوية	التكرارات	
42.9	33	تعزير ثقافتك الإسلامية
18.2	14	التعرف على وجهة نظر رجال الدين في القضايا الإسلامية
39.0	30	مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي
100.0	77	المجموع

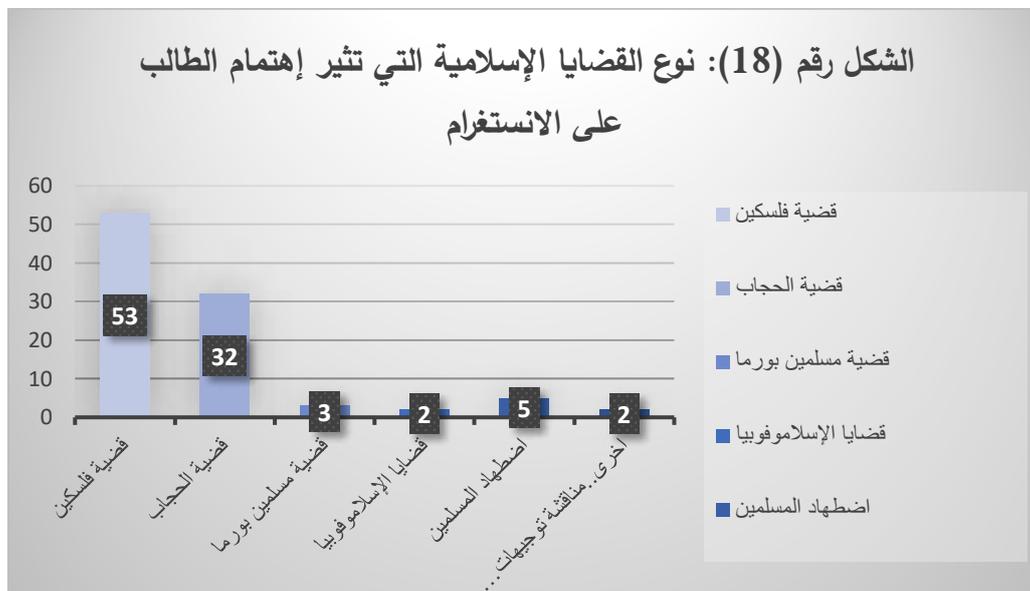
يمثل أعلاه بمساعد الانستغرام أفراد العينة ويتبين لنا أن نسبة 42.9% من الطلبة ساعدتهم الانستغرام على تعزير ثقافتهم الإسلامية تليها نسبة 39% من الطلبة ساعدتهم الانستغرام على مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي ونجد نسبة 18.2% من الطلبة ساعدتهم الانستغرام على التعرف على وجهة نظر رجال الدين في القضايا الإسلامية وهذا يعود إلى تنوع المضامين المنشورة في الانستغرام ومساهمتها في التأثير في الطلبة.



الجدول رقم (18): يبين نوع القضايا الإسلامية التي تثير إهتمام الطالب على الانستغرام

النسب المئوية	التكرارات	
53.2	41	قضية فلسطين
32.5	25	قضية الحجاب
3.9	3	قضية مسلمين بورما
2.6	2	قضايا الإسلاموفوبيا
5.2	4	اضطهاد المسلمين
2.6	2	اخرى تذكر مناقشة توجيهات المسلمين و بعض الماهب
100.0	77	المجموع

يبين الجدول أعلاه نوع القضايا الإسلامية التي جعل الانستغرام الطالب يهتم بها ويتبين لنا أن نسبة 53.2% من الطلبة يهتمون بالقضية الفلسطينية ثم تليها نسبة 35.5% من الطلبة الذين يهتمون بقضية الحجاب ثم نسبة 5.2% من الطلبة يهتمون بقضية اضطهاد المسلمين ثم بنسبة 3.9% من الطلبة الذين يهتمون بقضية مسلمين بورما ثم بنفس النسبة 2.6% من الطلبة يهتمون بقضية الإسلاموفوبيا و مناقشة توجيهات المسلمين وبعض المذاهب نستنتج أن اكثر من نصف العينة يهتمون بالقضية الأكثر إنتشارا وهي القضية الفلسطينية.



الجدول رقم (19): يبين مساهمة الانستغرام في تغير وجهة نظر الطالب حول القضايا الاسلامية

النسب المئوية	التكرارات	
40.3	31	لا
59.7	46	نعم
100.0	77	المجموع

يبين الجدول أعلاه مساهمة الانستغرام في تغير وجهة نظر الطالب حول القضايا الإسلامية ويتبين لنا أن أكبر نسبة و المتمثلة في 59.7% من الطلبة أجابوا بنعم و 40.3% من الطلبة أجابوا بلا ومنه نستنتج أن الانستغرام فعلا ساهم في تغيير وجهة نظر الطلبة حول القضايا الإسلامية .وقد ساهم الانستغرام في تغيير وجهة نظر الطلبة حول القضايا الإسلامية وقد تبين لنا أن الانستغرام ساهم في توعية الطلبة بقضايا دينهم حيث أصبحوا أكثر وعيا بما يحدث في العالم الإسلامي خاصة بما يحدث مع إخواننا في فلسطين وكذلك لاحظنا أنه هناك نسبة كبيرة من الطالبات اللاتي أثر فيهن الانستغرام لتصحيح ما نص به الدين الإسلامي لهن خاصة قضية الحجاب الصحيح فالكثير من الطالبات صححن أفكارهن حول الحجاب وإرتدائنه وقد لاحظنا أيضا أن بعض الطلبة أصبح لديهم وعي حول معاملة المسلمين واضطهادهم في دول الغرب والبعض قد تصححت لديهم بعض المعتقدات الباطلة وتوضيح بعض المفاهيم الغامضة حول القضايا الاسلامية

الشكل رقم (19): مساهمة الانستغرام في تغيير وجهة نظر الطالب حول القضايا الإسلامية



الجدول رقم (20): يبين مساهمة الانستغرام في تزويد الطالب بمعلومات كافية حول القضايا الإسلامية مثل قضية طوفان الأقصى

النسب المئوية	التكرارات	
36.4	28	ساهم بقدر كبير
50.6	39	ساهم بقدر متوسط
7.8	6	ساهم بقدر صغير
5.2	4	لم يساهم
100.0	77	المجموع

يمثل الجدول أعلاه مقدار مساهمة الانستغرام في تزويد الطالب بمعلومات كافية حول القضايا الإسلامية مثل قضية طوفان الأقصى وتبين لنا أن أكبر نسبة من الطلبة هم الذين ساهم الانستغرام في تزويدهم بمعلومات حول قضية طوفان الأقصى بقدر متوسط حيث قدرت نسبتهم ب 50.6% تليها نسبة الطلبة الذين ساهم الانستغرام في تزويدهم بمعلومات حول قضية الطوفان الأقسام بقدر كبير حيث قدرت نسبتهم ب 36.4% ثم تليها نسبة الطلبة الذين ساهم الانستغرام في تزويدهم بمعلومات كافية حول قضية طوفان الأقصى بقدر ضعيف والذين قدرت نسبتهم ب 7.8% لتكن في الأخير نسبة الطلبة الذين لم يساهم الانستغرام في تزويدهم بمعلومات كافية حول قضية طوفان الأقصى والذين قدرت نسبتهم ب 5.2% ونستطيع القول أن الانستغرام ساهم في تزويد الطلبة بمعلومات كافية حول قضية طوفان الأقصى بقدر كافي حيث أكثر النسب كانت الذين ساهم الانستغرام في تزويدهم بمعلومات حول قضية طوفان الأقصى بقدر كبير ومتوسط.

الشكل رقم (20): مساهمة الانستغرام في تزويد الطالب بمعلومات كافية حول القضايا الإسلامية مثل قضية طوفان الأقصى



الجدول رقم (21): إتاحة الانستغرام متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية

النسب المئوية	التكرارات	
48.1	37	لا
51.9	40	نعم
100.0	77	المجموع

يمثل جدول أعلاه إتاحة الانستغرام للطلاب متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية وقد كانت أكبر نسبة من الطلبة هم الذين أتاح لهم الانستغرام متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية حيث قدرت نسبة الذين أجابوا بنعم 51.9% نسبة الذين أجابوا بلا 48.1% نستنتج أن الانستغرام قد أتاح للطلبة متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية ،وتبين كيف أتاح الانستغرام للطلاب متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية وقد تبين لنا أن الانستغرام قد أتاح للطلبة متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية وذلك من خلال حرية التعليق وإبداء الرأي وكذا الحرية في طرح الإشكاليات والأسئلة حول الأشياء المبهمة والبعض يرى أنه يمكنه من الإطلاع على آراء الآخرين ومناقشتها وإمكانية تغيير وجهة النظر في بعض القضايا.

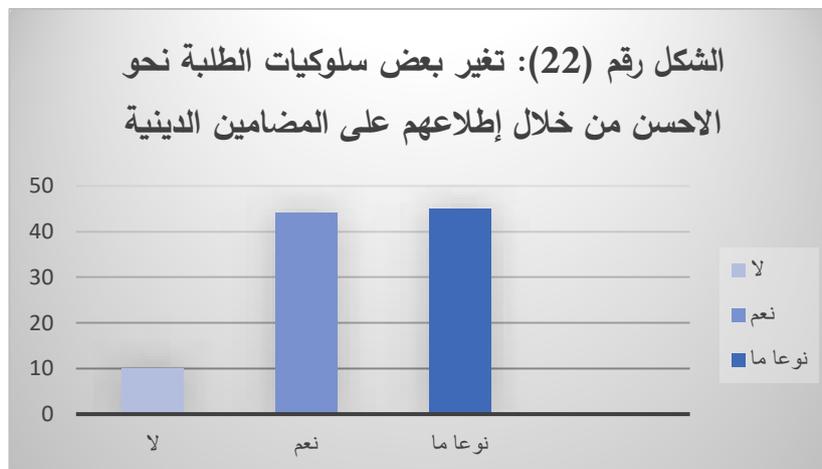


المحور الرابع: مقدار تعزيز الانستغرام للسلوك الإسلامي لدى أفراد العينة

الجدول رقم (22): تغير الانستغرام بعض سلوكيات الطلبة نحو الأحسن من خلال إطلاعهم على المضامين الدينية

النسب المئوية	التكرارات	
10.4	8	لا
44.2	34	نعم
45.5	35	نوعا ما
100.0	77	المجموع

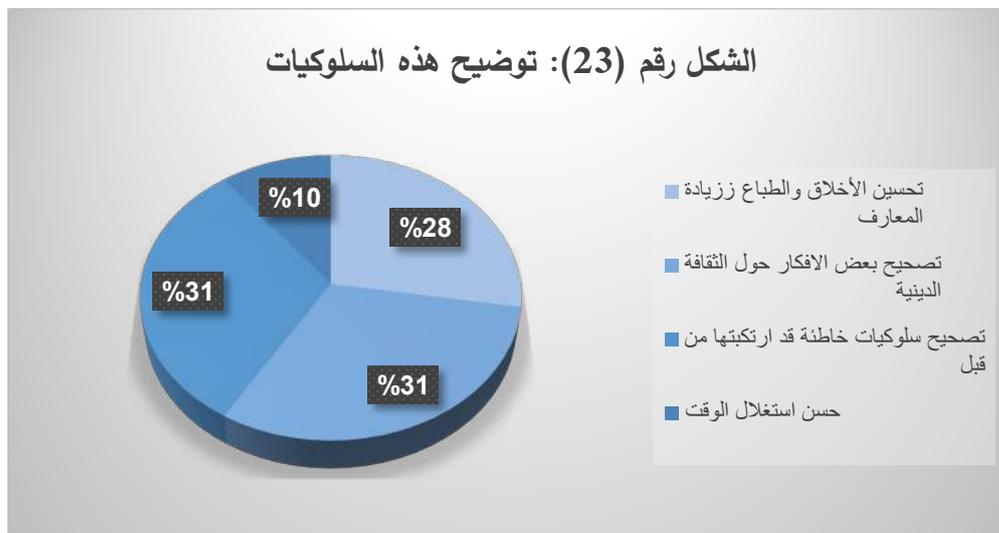
يمثل الجدول أعلاه تغير الانستغرام بعض سلوكيات الطلبة نحو الأحسن من خلال إطلاعهم على المضامين الدينية فيه وقد تبين لنا أن أكبر نسبة من الطلبة هم من غير فيهم الانستغرام بعض سلوكياتهم نحو الأحسن نوعا ما وقدرت نسبتهم ب 45.5% تليها نسبة مقاربة لها والذين يرون أن الانستغرام قد غير فيهم بعض سلوكياتهم نحو الأحسن بإطلاعهم على المضامين الدينية وقدرت نسبتهم ب 44.2% وتليهم نسبة ضعيفة من الطلبة الذين لم يغير فيهم الانستغرام بعد سلوكياتهم نحو الأحسن من خلال إطلاعهم على المضامين الدينية وقدرت نسبتهم ب 10.4% نستنتج أن الانستغرام قد ساهم أيضا في تغيير بعض سلوكيات الطلبة نحو الأحسن بإطلاعهم على المضامين الدينية حيث كانت أكبر نسبة منهم من يوافقون على ذلك.



الجدول رقم (23): توضيح هذه السلوكيات

النسب المئوية	التكرارات	
16.9	13	تحسين الأخلاق والطباع وزيادة المعارف
18.2	14	تصحيح بعض أفكار حول الثقافة الدينية
18.2	14	تصحيح سلوكيات خاطئة قد ارتكبتها من قبل
6.5	5	حسن استغلال الوقت
59.7	46	المجموع
40.3	31	System
100.0	77	المجموع

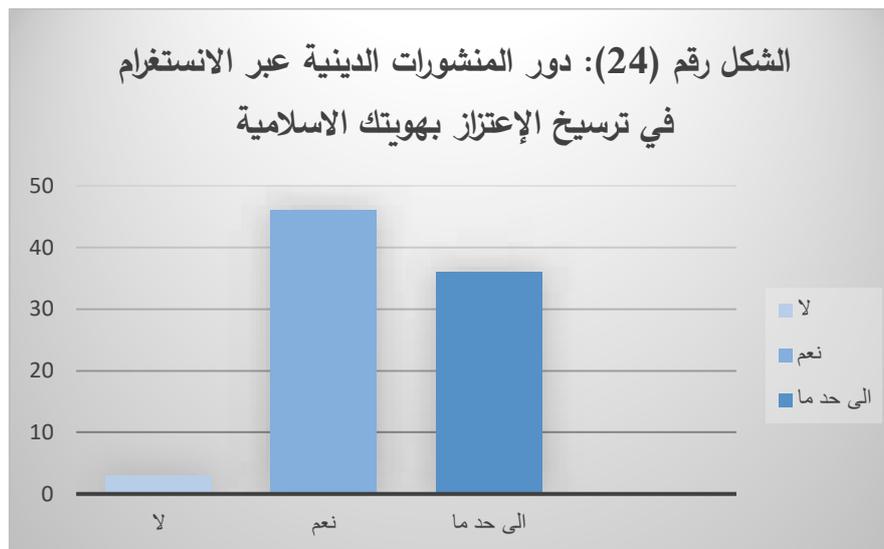
يمثل الجدول أعلاه بعض السلوكيات التي تغيرت نحو الأحسن لدى الطلبة بإطلاعهم على المضامين الدينية وقد تبين لنا أنه في المرتبة الأولى وبنفس النسبة 30.4% من تصححت لديهم بعض الأفكار حول الثقافة الدينية وكذلك بعض السلوكيات الخاطئة التي قد ارتكبوها من قبل وفي المرتبة الثانية وبنسبة 28.3% من تحسنت لديهم الأخلاق والطباع وزيادة المعارف وفي المرتبة الثالثة وبنسبة 10.9% من تحسن لديهم استغلال الوقت.



الجدول رقم (24): دور المنشورات الدينية عبر الانستغرام في ترسيخ الإعتزاز بهويتك الإسلامية

النسب المئوية	التكرارات	
3.9	3	لا
59.7	46	نعم
36.4	28	الى حد ما
100.0	77	المجموع

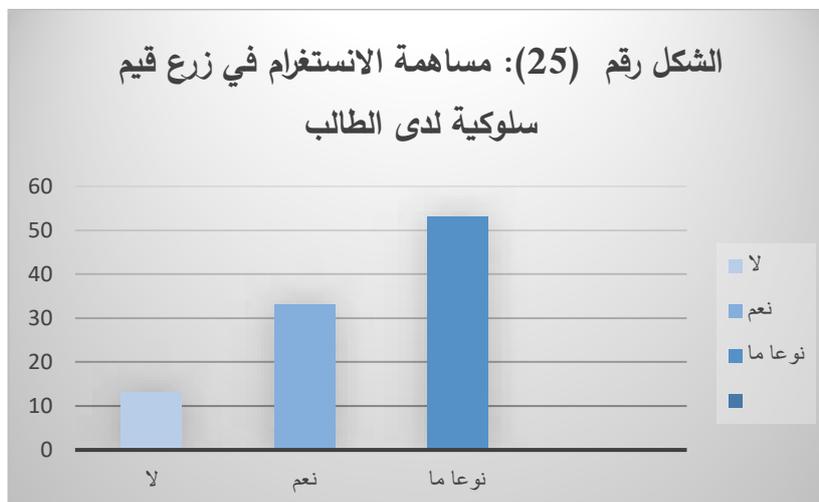
يمثل الجدول أعلاه دور المنشورات الدينية عبر الانستغرام في ترسيخ الاعتزاز بهويتك الإسلامية وقد تبين لنا أن أكبر نسبة من الطلبة هم الذين كان للمنشورات الدينية عبر الانستغرام دور في ترسيخ الاعتزاز بالهوية الإسلامية لديهم والذين تمثلت نسبتهم في 59.7% تليهم نسبة الطلبة الذين كان للمنشورات الدينية عبر الانستغرام دور في ترسيخ الإعتزاز بهويتهم الإسلامية نوعا ما والتمثلة في 36.4% وفي المرتبة الثالثة الطلبة الذين لم يكن للمنشورات الدينية عبر الانستغرام دور في ترسيخ الإعتزاز بهويتهم الإسلامية والذين قدرت نسبتهم ب 3.9% ونستنتج أن للمنشورات الدينية عبر الانستغرام دور كبير في ترسيخ الإعتزاز بالهوية الإسلامية لدى الطلبة الجامعيين حيث أن النسبة الأكبر وافقت إلى ذلك.



الجدول رقم (25): مساهمة الانستغرام في زرع هذه القيم

النسب المئوية	التكرارات	
13.0	10	لا
33.8	26	نعم
53.2	41	نوعا ما
100.0	77	المجموع

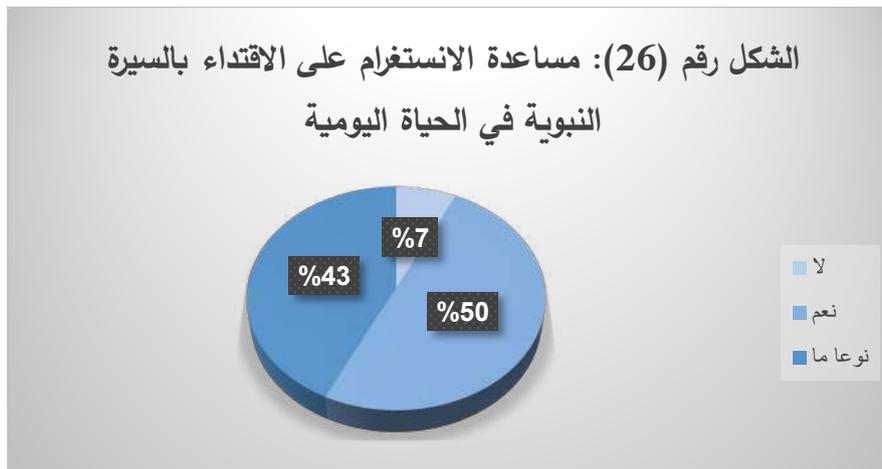
يمثل الجدول أعلاه مساهمة الانستغرام في زرع قيم سلوكية لدى الطلبة الجامعيين وقد تبين لنا أن النسبة الأكبر من الطلبة هم من ساهم الانستغرام في زرع قيم سلوكية لديهم نوعا ما وقد تمثلت في 53.2% تليها نسبة الطلبة الذين ساهم الانستغرام في زرع قيم سلوكية لديهم بنسبة 33.8% لتكون في الأخير نسبة من لم يساهم الانستغرام في زرع قيم سلوكية لديهم وتتمثل في 13% نستنتج أن الانستغرام يساهم في زرع القيم السلوكية لدى الطلبة الجامعيين حيث أكبر نسبة من الطلبة أجابت بذلك، ومن بين القيم السلوكية التي ساهم الانستغرام في زرعها لدى الطالب الجامعي وقد تبين لنا أن أغلب السلوكيات التي زرعتها الانستغرام في الطلبة هي حسن التعامل مع الغير ورفع الوازع الديني وحسن الجوار والتسامح ويرى البعض أن السير النبوية المنشورة على الانستغرام ساعدتهم في الإقتداء بأخلاق الرسول صلى الله عليه وسلم وتحسين التعاملات مع الناس وترى فئة من الطلبة أن المضامين الدينية المنشورة على الانستغرام ساعدتهم على ضبط النفس من الوقوع في الأخطاء والثبات والإلتزام بالتعاليم القرآنية والنبوية.



الجدول رقم (26): مساعدة الانستغرام على الإقْتداء بالسيرَة النبوية في الحياة اليومية

النسب المئوية	التكرارات	
7.8	6	لا
49.4	38	نعم
42.9	33	نوعا ما
100.0	77	المجموع

يمثل الجدول أعلاه مساعدة الانستغرام على الإقْتداء بالسيرَة النبوية في الحياة اليومية لدى الطالب وقد تبين لنا أن النسبة الأكبر والمتمثلة في 49.4% من الطلبة قد ساعدهم الانستغرام على الإقْتداء بالسيرَة النبوية في حياتهم اليومية تليها نسبة 42.9% من الطلبة الذين ساعدهم الانستغرام على الإقْتداء بالسيرَة النبوية في حياتهم اليومية نوعا ما لتكون في المرتبة الثالثة نسبة 7.8% من الطلبة الذين لم يساعدهم الانستغرام على الإقْتداء بالسيرَة النبوية في حياتهم اليومية نستطيع القول أن الانستغرام قد ساعد الطلبة على الإقْتداء بالسيرَة النبوية في حياتهم اليومية بشكل كبير حيث أن أكبر نسبة من الطلبة قد أجابوا بذلك.



الجدول رقم (27): تمكين الطلبة من تحسين تعاملاتهم مع الآخرين من خلال إهتمامهم بالمواضيع الدينية

النسب المئوية	التكرارات	
11.7	9	لا
42.9	33	نعم
45.5	35	نوعا ما
100.0	77	المجموع

يمثل الجدول أعلاه تمكين الطلبة من تحسين تعاملاتهم مع الآخرين من خلال إهتمامهم بالمواضيع الدينية على الانستغرام وقد تبين لنا أن 45.5% من الطلبة الذين يرون أن إهتمامهم بالمضامين الدينية على الانستغرام مكنهم من تحسين تعاملاتهم مع الآخرين نوعا ما ونسبة 42.9% من الطلبة الذين يرون أن إهتمامهم بالمضامين الدينية على الانستغرام مكنهم من تحسين تعاملاتهم مع الآخرين ، لتليها أقل نسبة المتمثلة في 11.7% من الطلبة الذين يرون أن إهتمامهم بالمضامين الدينية على الانستغرام لم يمكنهم من تحسين تعاملاتهم مع الآخرين نستنتج أن إهتمام الطلبة بالمضامين الدينية على الانستغرام يساعدهم ويمكنهم من تحسين تعاملاتهم مع الآخرين حيث أن النسبة الأكبر من الطلبة أجابوا بذلك.



الجدول (28): تأثير الانسغرام بصفة خاصة في السلوكيات أو هناك مؤشرات

النسب المئوية	التكرارات	
29.9	23	لا
24.7	19	نعم
45.5	35	نوعا ما
100.0	77	المجموع

يمثل جدول أعلاه تأثير الانسغرام بصفة خاصة في سلوكيات الطالب أم أن هناك مؤشرات خارجية لقد تبين لنا أن 45.5% من الطلبة يرون أن الانسغرام يؤثر بصفة خاصة في سلوكياتهم نوعا ما وبنسبة 24.7% من الطلبة يرون أن الانسغرام يؤثر بصفة خاصة في سلوكياتهم لتليها نسبة 29.9% من الطلبة الذين يرون أن الانسغرام لا يؤثر بصفة خاصة في سلوكياتهم وإما هناك مؤشرات خارجية نستنتج أن الانسغرام يؤثر بصفة خاصة في سلوكيات الطالب إلى حد ما ذلك لأن اغلب الطلبة أجابوا بذلك مع نسبة ليست ضئيلة ممن أجابوا أن هناك مؤشرات خارجية تؤثر على سلوكياتهم.



ومن خلال إبراز التأثير الذي أحدثه الانسغرام بصفة خاصة في سلوكيات الطلبة الجامعيين، قد تبين لنا أن أغلبية الطلبة أثار فيهم الانسغرام من ناحية تحسين سلوكهم نحو الأحسن والإقتداء بسيرة المصطفى في تعاملته مع الآخرين واعتدال السلوك وإكتساب معلومات جديدة حول كيفية التعامل مع الآخرين كالإحسان إلى الجار وبر الوالدين.... ، في حين يرى البعض أن الانسغرام ساهم في التأثير في سلوكياتهم بالإضافة إلى مؤشرات خارجية ساهمت في ذلك كالأصدقاء والبيئة العائلية....

ثانيا: نتائج الدراسة

1 _ النتائج الجزئية:

- _ أثبتت نتائج هذه الدراسة أن المبحوثين من فئة الإناث أكثر من فئة الذكور وهذا راجع إلى أن فئة الذكور أكثر انشغالا من فئة الإناث وأن أغلبية المبحوثين كانت تتراوح أعمارهم بين 20_25 سنة وأن نصف أفراد العينة كانوا من طلبة الطور الماستر والنصف الآخر من طلبة طور الليسانس.
- _ أثبتت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينات يستخدمون موقع الانستغرام.
- _ تشير نتائج الدراسة إلى أن نصف أفراد العينة يستخدمون الانستغرام منذ أكثر من سنتين وأن نصف المبحوثين يقضون أقل من ساعة على هذا الموقع.
- _ أثبتت نتائج الدراسة ان ربع أفراد العينة يكتفون بمشاهدة مشاركة المستخدمين
- _ كشفت نتائج الدراسة أن نصف أفراد العينة أحيانا ما يتابعون المحتويات الدينية والنصف الآخر يتابعون المحتويات الدينية بشكل دائم.
- _ كشفت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الانستغرام في الجانب الديني بحجم متوسط.
- _ تشير نتائج الدراسة إلى أن ربع أفراد العينة تثير إعجابهم المحتويات الدينية المتمثلة في المحاضرات والدروس.
- _ كشفت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين يثقون بدرجة متوسطة بالمضامين الدينية المتحصل عليها من الانستغرام.
- _ نلاحظ من خلال نتائج الدراسة أن الانستغرام ساعد في إكتساب معلومات دينية جديدة لأغلب المبحوثين.
- _ أثبتت نتائج دراسة أن نصف أفراد العينة يهتمون بالقضية الفلسطينية.
- _ كشفت نتائج الدراسة أن الانستغرام ساهم في تغيير وجهة نظر أغلب المبحوثين حول القضايا الإسلامية.
- _ كشفت نتائج الدراسة أن الانستغرام أتاح لنصف أفراد العينة متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية.
- _ أظهرت نتائج الدراسة أن الاطلاع على المضامين الدينية على الانستغرام قد ساهم نوعا ما في تغيير بعض السلوكيات نحو الأحسن لدى نصف طلبة العينة.

_ كشفت نتائج الدراسة أن للمنشورات الدينية عبر الانستغرام دور في ترسيخ الإعتزاز بالهوية الإسلامية لدى أغلب أفراد العينة.

_ ساهمت المنشورات الدينية عبر الانستغرام في ترسيخ الإعتزاز بالهوية الإسلامية لدى الطلبة.

_ أظهرت نتائج الدراسة أن نصف أفراد العينة قد ساهم الانستغرام في زرع قيم سلوكية لديهم نوعا ما كشفت نتائج الدراسة أن نصف أفراد العينة يرون أن الانستغرام يؤثر بصفة خاصة في سلوكياتهم نوعا ما.

2_ مناقشة الفرضيات:

أظهرت هذه الدراسة على أن المبحوثين يستخدمون الانستغرام بصورة غير منتظمة حيث أن نصف الطلبة غالبا ما يقضون أقل من ساعة في تصفهم لموقع الانستغرام وهذا ما يتعارض مع صحة الفرضية الأولى للدراسة: يستخدم الطلبة الجامعيين الانستغرام بشكل مكثف.

من خلال النتائج التي توصلنا إليها في دراستنا ساهم في توعية الطلبة دينيا بدرجة متوسطة ،حيث لم تتوافق نتيجة الدراسة الميدانية مع صحة فرضياتنا (للانستغرام أهمية كبيرة وأساسية في توعية الطلبة دينيا) لكن هذا لا ينفي أن الانستغرام قد ساعد في إكتساب معلومات دينية جديدة لأغلب المبحوثين.

يساهم الانستغرام بشكل كبير في تعريف الطلبة الجامعيين بالقضايا الإسلامية أثبتت صحة هذه الفرضية من خلال الدراسة التي قمنا بها على عينة من الطلبة فقد ساهم الانستغرام بتزويد أغلب الطلبة بالمعلومات حول القضايا الإسلامية بالأخص القضية الفلسطينية وتغيير وجهة نظرهم حول هذه القضايا وإتاحة متسع من الحرية لمناقشتها.

يساهم الانستغرام في تعزيز السلوك الإسلامي لدى الطلبة بقدر متوسط وقد أثبتت صحة هذه الفرضية من خلال الدراسة التي قمنا بها تبين لنا أن الانستغرام قد ساهم في تغيير بعض سلوكيات الطلبة نحو الأحسن وتنمية سلوكهم الإسلامي بقدر متوسط حيث برز أن للانستغرام دور في ترسيخ الاعتزاز بهوياتهم الإسلامية.

3_ مناقشة الفرضيات على ضوء الدراسات السابقة:

_ أثبتت نتائج الدراسات السابقة المستخدمة في هذه الدراسة على أن الطلبة الجامعيين يستخدمون مواقع التواصل بمختلف وسائلها بصفة غير منتظمة فالبعض يتصفح هذه المواقع بصفة دائمة والبعض الآخر يتصفحها حسب الظروف أي لا يتقيدون بوقت معين وهذا ما يتناسب مع نتائجنا لكن يتعارض مع صحة الفرضية الأولى للدراسة: (يستخدم الطلبة الجامعيين الانستغرام بشكل مكثف)

من خلال نتائج بعض الدراسات السابقة تبين لنا أن مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أنواعها قد ساهمت في تشكيل وتنمية الوعي الديني الإسلامي وهذا ما يتناسب مع صحة فرضيتنا (للانستغرام أهمية كبيرة وأساسية في توعية الطلبة دينيا).

أثبتت نتائج الدراسة السابقة الأولى أن المضامين الدينية على موقع الفيسبوك الأثر البالغ في نشر التوعية الدينية والأخلاقية بين مختلف شرائح المجتمع خاصة فئة الشباب الجامعي وبالرغم من إختلاف الموقع إلا أن النتيجة قد توافقت مع نتيجة دراستنا وكذا إثبات صحة الفرضية الرابعة يساهم الانستغرام في تعزيز السلوك الإسلامي لدى الطلبة بقدر متوسط حيث أن هذه المواقع أصبحت الفاعل في إحداث تغيير بعض أخلاقيات وسلوكيات الطلبة نحو الأحسن وتنمية أخلاقهم وسلوكهم الإسلامية.

ثالثا: التوصيات

ـ ضرورة القيام بدراسات مشابهة لهذه الدراسة عبر مختلف فئات المجتمع وإبراز الآثار السلبية والإيجابية لمتابعة المضامين الدينية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف وسائلها.

ـ مواكبة التطور التكنولوجي للمرجعية الدينية عبر وسائل التواصل بين مختلف فئات المجتمع المسلم.

ـ حث وتشجيع رجال الدين والأئمة والدعاة على إنشاء صفحات لهم على موقع الانستغرام للتواصل مع مستخدميه وتقديم النصائح والإجابة على استفساراته.

الخاتمة

الخاتمة:

تناولت دراستنا موضوعا يعد من بين المواضيع الحديثة يتمثل في استخدام الطلبة الجامعيين لموقع الانستغرام ودوره في تعزيز الوعي الإسلامي دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة الإحاطة بأهم جوانب الموضوع فهذه الدراسة جمعت بين موقع الانستغرام والوعي الإسلامي.

وباعتبار موقع الانستغرام أشهر وابرز مواقع التواصل الإجتماعي لما يتميز به من مزايا وسمات وأصبح يمثل الحيز الأوسع للتعرف وإنشاء أصدقاء والتعلم والتثقيف وكذلك حرية التعبير الفكري وقد تمكن هذا الموقع من بلوغ مواضيع عديدة إلى أن وصلت إلى المواضيع الدينية الإسلامية التي إنتشرت في هذا الموقع بإعتبار أن الوعي الإسلامي يعتبر جزء لا غنى عنه في تركيبة المجتمع المسلم كونه المكون الأساسي ضمن شخصية الفرد في مختلف وتزداد أهميته في المجتمع بإرتقاء درجة الوعي لدى الأفراد فكلما زاد الوعي الاسلامي لأفراد المجتمع المسلم زاد تماسكه وينعكس ذلك على سلوكه وتصرفاته.

ومن هنا جاءت دراستنا هذه حيث حاولنا أن نلم بالموضوع من عدة جوانب أهمها معرفة القدرة على دمج الوعي الإسلامي في موقع الانستغرام بإعتباره الموقع الأكثر استخداما وشهرة من المواقع الأخرى ومن خلال دراستنا الميدانية للعينة المختارة من طلبة جامعة ورقلة إستطعنا أن نستخلص إلى أن الانستغرام ساهم في تعزيز الوعي الإسلامي بقدر متوسط وذلك من خلال النتائج العامة التي أجابت على التساؤلات الفرعية

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

المصادر

- 01- القرآن الكريم
- 02- الأحاديث النبوية:
- 03- محمد عبد الرحمن بن عبد الرحيم المباركفوري: تحفة الأحوزي، باب فضل علم الحديث وأهله، دار الكتب العلمية، بيروت، ج10.

المراجع:

المعاجم والقواميس:

- 1_ ابن منظور: لسان العرب، باب الخاء، مادة خدم، ج 12، أدب الحوزة، إيران.
- 2_ ابن منظور: لسان العرب، باب الواو، مادة وعي، ج15، أدب الحوزة، إيران.
- 3_ ابراهيم عبد الجواد رجب: معجم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير، دار الآفاق، دب، ط، 2002.
- 4_ اللقاني حسين احمد، علي أحمد الجمل: معجم المصطلحات التربوية المعرفة في المناهج طرق التدريس، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2003
- 5_ علي محمد السيد: موسوعة المصطلحات التربوية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 6_ لويس معلوف: المنجد في اللغة العربية والإعلام، ط1، دار المشرق، بيروت _لبنان.
- 7_ محمد عبيد هبة: معجم مصطلحات التربية وعلم النفس، ط1، دار البداية، عمان، 2007.

الكتب باللغة العربية

- 1_ ابو زيد احمد سليمان: نظرية علم الاجتماع رؤية نقدية راديكالية، دار المعرفة للنشر والتوزيع، 2006.
- 2_ ابو نصر محمد مدحت: الشباب وصناعة المستقبل، ط1، القاهرة، دار الكتب المصرية، 2019.
- 3_ الدليمي عبد الرزاق: نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان_ الاردن، 2016.

قائمة المصادر والمراجع

- 4_ الدليمي عصام، صالح علي عبد الرحيم: البحث العلمي اسسه ومناهجه، ط1، دار الرضوان، عمان، 2014.
- 5_ الطرابشي مرفت، السيد عبد العزيز: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- 6_ العبد الله مي: نظريات الاتصال، ط1، جار النهضة العربية، بيروت_ لبنان، 2016.
- 7_ القرشي ناصر حسين غنى: المداخل النظرية لعلم الاجتماع، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان_ الاردن، 2011.
- 8_ القمزي حامد: تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، ط2، دار الروابط للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
- 9_ المزاهر هلال منال: نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 10_ بدر احمد: اصول البحث ومناهجه، ط2، مكتبة الأكاديمية، الكويت، 1982.
- 11_ بدوي عبد الرحمن: مناهج البحث العلمي، ط2، وكالة المطبوعات، الكويت، 1997.
- 12_ بصلي عباسي فضة، حمدي فاتح محمد: مدخل لعلوم الاتصال والإعلام الوسائل والنماذج والنظريات، دار أسامة للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 13_ بن مرسللي احمد: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
- 14_ جندلي ناصر عبد الرحمن: تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والإجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 15_ دايو فضيل: الاتصال مفاهيمه_ نظرياته_ وسائله، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
- 16_ دويري وحيد رجاء: البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العلمية، ط1، دار الفكر المعاصر، دمشق، 2000.
- 17_ شفيق حسين: نظريات الاعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، القاهرة، 2014.
- 18_ عبد الحميد محمد: البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط2، عالم الكتب، القاهرة_ مصر، 2004.
- 19_ عبد الحميد محمد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2014.
- 20_ عبد الخالق جلال: العمل مع الحالات الفردية، الكتاب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.

قائمة المصادر والمراجع

- 21_ عبد الرحمن عبد الله: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، دار المعرفة الجامعية، بيروت، د.ط، 2016
- 22_ عبد الرحمن محمد عبد الله وآخرون: مناهج وطرق البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 2002.
- 23_ فديحي مصباح عامر: منهجية البحث العلمي، د.ط، عمان _ الاردن، 2012.
- 24_ فرح سعيد محمد: البناء الاجتماعي والشخصية، دار المعارف الجامعية، الإسكندرية_ مصر، 1989.
- 25_ قنديلجي عامر: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1999
- 26_ مشاقبة بسام عبد الرحمن: نظريات الاعلام، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012
- 27_ مكاوي عماد حسن، السيد حسين ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية، القاهرة_ اللبنانية، 1998.
- 28_ ملحم محمد سامي: مناهج البحث العلمي في التربية وعلم النفس، ط2، دار المسيرة، عمان، 2002.
- 29_ مهنا فريال: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، سوريا، 2002.
- 30_ نصر محمد حسني: نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2015.
- 31_ نوفل محمد بكر، أبو عواد محمد فريال، التفكير والبحث العلمي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2010.

الكتب باللغة الأجنبية :

Armand,Michel matrlart, histoire des théories de la communication , découverte , paris, 1997.

المجلات العلمية :

1_ بشته حنان ،نعيم بوعموشة :الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية ،مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع ،جامعة جيجل ،العدد 02 ،جوان 2020 .

2_ ناصر علي مهدي موسى، عبد الرحيم حلس: دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الإسلامي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب، مجلة جامعة الأزهر بغزة، العدد01، مجلد 12، 2010.

الرسائل والأطروحات :

قائمة المصادر والمراجع

- 1_ الهمزاني شائم: علاقة الوعي الاجتماعي بالوعي الديني لدى مسلمي البانيا دراسة ميدانية لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1998.
- 2_ بابي الطاهر: استخدامات الطلبة الجامعيين لبرامج الإذاعة المحلية والإشباعات المحققة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف مسيلة، 2013/2014.
- 3_ بن زايد فريد: واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة الجزائرية، رسالة ماجستير، علوم الإعلام والاتصال، علاقات عامة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/2010.
- 4_ صابر لمياء: الحملات الاعلانية في باقة mbc ودورها في التوعية الدينية للشباب ولاية سطيف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009.
- 5_ قدار تسعديت: أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها دراسة مسحية في الاستخدامات والإشباعات لدى الشباب، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر3، 2011/2010.
- 6_ كحيل فتيحة: الإعلام الجديد وتيسر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفيس بوك_انموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2012/2011.
- 7_ نوي إيمان: استخدام الأنترنت وعلاقته بالإغتراب الثقافي عند الطلبة الجامعيين دراسة ميدانية، رسالة ماجستير، كلية الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرياح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة

استمارة استبيان لموضوع

استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام ودوره في تعزيز الوعي الإسلامي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالبتان :

_ أنفال نتاري

_ ثوبية سوداني

أخي/تي، الكريم/ة

في إطار انجاز مذكرة لنيل شهادة ماستر بعنوان استخدام الطلبة الجامعيين لموقع انستغرام ودوره في تعزيز الوعي الإسلامي، يسرنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة راجين من سيادتكم التكرم والإجابة على قائمة الأسئلة المرفقة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع آرائكم لخدمة البحث، ونرجو منكم الإجابة عليها بكل دقة وموضوعية، مع العلم أن إجاباتكم ستبقى سرية وتوظف لأغراض علمية فقط. وشكرا مسبقا.

السنة الجامعية: 2024/2023

البيانات الشخصية

- 1_ الجنس : ذكر _ أنثى
- 2_ السن : أقل من 20 سنة _ من 20_ 25 سنة _ أكثر من 25 سنة
- 3_ المستوى التعليمي : ليسانس _ ماستر
- المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الطلبة قسم اللغة العربية وآدابها بجامعة ورقلة لموقع الانستغرام
- 4_ هل تستخدم الانستغرام ؟ : نعم _ لا _ أحيانا
- 5_ منذ متى تستخدم الانستغرام ؟ : أقل من سنة _ من سنة الى سنتين
- _ أكثر من سنتين
- 6_ كم من الوقت تقضيه عند تصفحك الانستغرام ؟
- _ أقل من ساعة _ من ساعة إلى ساعتين _ أكثر من ساعتين
- 7_ ما هي الوسيلة التي تستخدمها لتصفحك موقع الانستغرام ؟
- _ الهاتف _ الحاسوب _ اللوحة الالكترونية
- 8_ ما الخدمات المفضلة لديك على الانستغرام ؟
- _ المشاهدة والتعليق _ تكنفي بمشاهدة مشاركات المستخدمين
- _ تضع أفكارك على صفحتك _ تترددش مع الأصدقاء _ اخرى تذكر.....
- 9_ ما هي غايتك من استخدام الانستغرام ؟
- _ البحث العلمي _ اكتساب معارف وخبرات _ التسلية والترفيه
- _ إنشاء علاقات جديدة _ متابعة الأخبار والأحداث _ اخرى تذكر.....
- المحور الثاني : أهمية الانستغرام في توعية طلبة العينة دينيا
- 10_ هل تتابع المحتويات الدينية عبر موقع الانستغرام ؟
- _ دائما _ احيانا _ نادرا
- 11_ ما حجم استخدامك للانستغرام في الجانب الديني ؟
- _ كبير _ متوسط _ ضعيف

12_ هل تعتبر الانستغرام مصدر أولي للحصول على المعلومات الدينية ؟

_ نعم _ لا

13_ ما طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجابك عبر موقع الانستغرام ؟

_ أدعية وأذكار _ محاضرات ودروس _ تفسيرات قرآنية

_ أحاديث نبوية _ الاستماع للقران الكريم _ اخرى تذكر.....

14_ ما درجة ثقتك بالمضامين الدينية التي تتحصل عليها من موقع انستغرام ؟

_ أثق بدرجة كبيرة _ أثق بدرجة متوسطة _ أثق بدرجة صغيرة

_ لا أثق أبدا

15_ هل يساعدك موقع الانستغرام في اكتساب معلومات دينية جديدة ؟

_ نعم _ لا

16_ هل موقع الانستغرام مكمل لدور المساجد والمؤسسات الدينية في نشر المضامين الدينية مع المواضيع الدينية ؟

_ نعم _ لا

المحور الثالث :مساهمة الانستغرام في تعريف المبحوثين بالقضايا الإسلامية

17_ ساعدك الانستغرام على :

_ تعزيز ثقافتك الإسلامية

_ التعرف على وجهة نظر رجال الدين في القضايا الإسلامية

_ مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي

18_ ما هي نوع القضايا الإسلامية التي جعلك الانستغرام تهتم بها؟

_ قضية فلسطين _ قضية الحجاب _ قضية مسلمين بورما

_ قضايا الاسلاموفوبيا _ اضطهاد المسلمين _ اخرى تذكر.....

19_ هل ساهم الانستغرام في تغيير وجهة نظرك حول القضايا الإسلامية ؟

_ نعم _ لا

20_ إذا كان نعم كيف تم ذلك ؟

.....
21_ ما مقدار مساهمة الانستغرام في تزويدك بمعلومات كافية حول القضايا الإسلامية مثل قضية طوفان الأقصى؟

_ ساهم بقدر كبير _ ساهم بقدر متوسط _ ساهم بقدر صغير _ لم يساهم

22_ هل أتاح لك الانستغرام متسع من الحرية في مناقشة القضايا الإسلامية؟

_ نعم _ لا

23_ علل كيف في حالة اجابتك بنعم

.....
المحور الرابع: مقدار تعزيز الانستغرام للسلوك الإسلامي لدى أفراد العينة

24_ برأيك هل اطلعك على المضامين الدينية بموقع الانستغرام قد غير فيك بعض السلوكيات نحو الأحسن؟

_ نعم _ لا _ نوعا ما

25_ إذا كانت الاجابة بنعم فماهي؟

_ تحسين الأخلاق والطباع وزيادة المعارف _ تصحيح بعض أفكار حول الثقافة الدينية

_ تصحيح سلوكيات خاطئة قد ارتكبتها من قبل _ حسن استغلال الوقت

26_ هل يمكن أن يكون للمنشورات الدينية عبر الانستغرام دور في ترسيخ الاعتزاز بهويتك الإسلامية؟

_ نعم _ لا _ إلى حد ما

27_ هل ساهم الانستغرام في زرع قيم سلوكية لديك؟

_ نعم _ لا _ نوعا ما

28_ ماهي هذه القيم السلوكية في حالة اجابتك بنعم؟

.....
29_ هل ساعدك الانستغرام على الاقتداء بالسيرة النبوية في حياتك اليومية؟

_ نعم _ لا _ نوعا ما

30_ هل اهتمامك بالمضامين الدينية على الانستغرام مكنك من تحسين تعاملاتك مع الآخرين (الأسرة، الجيران، الأقارب...)؟

_ نعم _ لا _ نوعا ما

31_ هل ترى أن الانسغرام يؤثر بصفة خاصة في سلوكياتك أم أن هناك مؤشرات خارجية؟

_ نعم _ لا _ نوعا ما

32_ كيف برز هذا التأثير؟

Descriptive Statistics					
الانحراف المعياري	المتوسط	Maximum	Minimum	N	
.40339	1.9968	2.83	1.17	77	المحور_الاول
.25842	1.7978	2.43	1.29	77	المحور_الثاني
.34160	1.7429	2.60	1.00	77	المحور_الثالث
.38141	2.3169	3.00	1.50	77	المحور_الرابع
.20027	1.9733	2.42	1.42	77	جميع_المحاور

Correlations					
المحور_الرابع	المحور_الثالث	المحور_الثاني	المحور_الاول		
.186	.024	-.015	1	Pearson	المحور_الاول
.106	.835	.894		Sig. (2-tailed)	
77	77	77	77	N	
.223	.187	1	-.015	Pearson	المحور_الثاني
.051	.104		.894	Sig. (2-tailed)	
77	77	77	77	N	
.064	1	.187	.024	Pearson	المحور_الثالث
.578		.104	.835	Sig. (2-tailed)	
77	77	77	77	N	
1	.064	.223	.186	Pearson	المحور_الرابع
	.578	.051	.106	Sig. (2-tailed)	
77	77	77	77	N	