

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر

الميدان: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

من اعداد الطالبتين: أسماء قاسمي / نجيبة بن ابراهيم

بعنوان:

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك
دراسة مسحية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة "قاصدي مرياح" ورقلة

نوقشت وأجريت علنا بتاريخ: 2017/05/22.

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الأستاذة/ة محرز حمايمي جامعة قاصدي مرياح ورقلة رئيسا.

الأستاذة/ة محمد الطيب الزاوي جامعة قاصدي مرياح ورقلة مشرفا.

الأستاذة/ة رابح صانع جامعة قاصدي مرياح ورقلة مناقشا.

السنة الجامعية

2017/2016



شكر وعرفان

يقول الله تعالى في كتابه العزيز: <>...وما توفيقي إلا بالله عليه

توكلت واليه أنيب<<. سورة هود، الآية رقم 88.

الحمد والشكر لله أولاً الذي وفقنا في إنجاز هذا العمل

المتواضع، ونتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذ المشرف

"الزاوي محمد الطيب" على تواضعه معنا ومجهوداته المبذولة

ونصائحه القيمة ومتابعته الدائمة لسيرورة العمل، هذا دون

أن ننسى تقديم الشكر للأستاذة الأفاضل: حمايمي محرز،

بن ابراهيم كلثوم، سوفي شهرزاد، كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان وكل

الامتنان للعائلتين الكريمتين على دعمنا ومساندتهما لنا، وكذا الزميلة

سوفي أمينة والزميل توميات ميلود، على توجيههم ومساعدتهم لنا، كما نقدم

شكرنا لجميع أساتذة الإعلام والاتصال، وكذا كل من ساعدنا على إنجاز

هذا العمل من قريب أو بعيد.



فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
/	شكر وعرهان
/	فهرس الجداول
/	فهرس الأشكال
13/10	ملخص الدراسة
14	مقدمة
15	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
17/16	أولا: تحديد إشكالية الدراسة
17	ثانيا: أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه
18/17	1/ أسباب اختيار الموضوع
18	2/ أهمية الدراسة
18	3/ أهداف الدراسة
29/19	ثالثا: تحديد مفاهيم الدراسة
29	رابعا: النظريات المعتمدة
30/29	1/ نظرية التوازن المعرفي
30	2/ نظرية التطابق (التوافق) المعرفي
31/30	3/ نظرية التنافر المعرفي
38/32	خامسا: الدراسات المرتبطة
38	سادسا: المنهج المستخدم
38	سابعا: حدود الدراسة
38	1/ الحدود المكانية

38	2/ الحدود الزمانية
39	ثامنا: مجتمع وعينة الدراسة
39	1/ مجتمع الدراسة
40/39	2/ عينة الدراسة
41/40	تاسعا: أداة جمع البيانات
42	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
56/43	أولا: أساليب تحليل البيانات
128/56	ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
129	ثالثا: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية
132/129	1/ على ضوء النظريات
132	2/ على ضوء الدراسات السابقة
134/133	رابعا: عرض النتائج العامة للدراسة
135	خاتمة
141/136	قائمة المصادر والمراجع
/	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
46	يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول الخاص بالأساليب الدعوية	01
48/47	يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني الخاص بمنشورات الفايبيوك	02
49/48	يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث الخاص بطبيعة الاتجاه	03
50	يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة	04
51	يبين قيمة معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة	05
52	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	06
53	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الفئة العمرية	07
54	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	08
55	يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير التخصص	09
57	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (03) من المحور الأول	10
58	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (04) من المحور الأول	11
60	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (05) من المحور الأول	12
61	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (07) من المحور الأول	13
63	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (08) من المحور الأول	14
64	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (12) من المحور الأول	15
66	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (13) من المحور الأول	16
68/67	يبين ملخص تحليل بنود المحور الأول	17
70	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (01) من المحور الثاني	18
71	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (02) من المحور الثاني	19
72	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (06) من المحور الثاني	20

74	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (09) من المحور الثاني	21
75	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (10) من المحور الثاني	22
77	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (11) من المحور الثاني	23
78	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (14) من المحور الثاني	24
80	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (17) من المحور الثاني	25
82/81	يبين ملخص تحليل بنود المحور الثاني	26
84	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (15) من المحور الثالث	27
86	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (16) من المحور الثالث	28
88	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (18) من المحور الثالث	29
89	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (19) من المحور الثالث	30
91	يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (20) من المحور الثالث	31
93	يبين ملخص تحليل بنود المحور الثالث	32
96/95	يبين تقاطع البند رقم (15) مع عامل الجنس	33
97	يبين تقاطع البند رقم (16) مع عامل الجنس	34
98	يبين تقاطع البند رقم (17) مع عامل الجنس	35
99	يبين تقاطع البند رقم (18) مع عامل الجنس	36
101/100	يبين تقاطع البند رقم (19) مع عامل الجنس	37
102	يبين تقاطع البند رقم (15) مع عامل السن	38
103	يبين تقاطع البند رقم (16) مع عامل السن	39
105	يبين تقاطع البند رقم (17) مع عامل السن	40
106	يبين تقاطع البند رقم (18) مع عامل السن	41
108	يبين تقاطع البند رقم (19) مع عامل السن	42

109	يبين تقاطع البند رقم (15) مع عامل المستوى التعليمي	43
111	يبين تقاطع البند رقم (16) مع عامل المستوى التعليمي	44
113	يبين تقاطع البند رقم (17) مع عامل المستوى التعليمي	45
115	يبين تقاطع البند رقم (18) مع عامل المستوى التعليمي	46
117	يبين تقاطع البند رقم (19) مع عامل المستوى التعليمي	47
119	يبين تقاطع البند رقم (15) مع عامل التخصص	48
121	يبين تقاطع البند رقم (16) مع عامل التخصص	49
123	يبين تقاطع البند رقم (17) مع عامل التخصص	50
125	يبين تقاطع البند رقم (18) مع عامل التخصص	51
127	يبين تقاطع البند رقم (19) مع عامل التخصص	52

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
52	يمثل عرض بياني لتوزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	01
54	يمثل عرض بياني لتوزيع مفردات العينة حسب متغير الفئة العمرية	02
55	يمثل عرض بياني لتوزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	03
56	يمثل عرض بياني لتوزيع مفردات العينة حسب متغير التخصص	04
58	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (03) من المحور الأول	05
59	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (04) من المحور الأول	06
61	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (05) من المحور الأول	07
62	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (07) من المحور الأول	08
64	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (08) من المحور الأول	09
65	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (12) من المحور الأول	10
67	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (13) من المحور الأول	11
69	يوضح قيم (كا ²) المحسوبة أكبر من الجدولة لجميع بنود المحور الأول	12
71	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (01) من المحور الثاني	13
72	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (02) من المحور الثاني	14
73	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (06) من المحور الثاني	15
75	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (09) من المحور الثاني	16
76	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (10) من المحور الثاني	17
78	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (11) من المحور الثاني	18
79	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (14) من المحور الثاني	19
81	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (17) من المحور الثاني	20

83	يوضح قيم (كا ²) المحسوبة أكبر من الجدولة لجميع بنود المحور الثاني	21
85	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (15) من المحور الثالث	22
87	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (16) من المحور الثالث	23
89	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (18) من المحور الثالث	24
90	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (19) من المحور الثالث	25
92	رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم (20) من المحور الثالث	26
95	يوضح قيم (كا ²) المحسوبة أكبر من الجدولة لجميع بنود المحور الثالث	27

ملخص الدراسة:

يعتبر موضوع الدعوة الإسلامية موضوعا حساسا ومهما، كونه يرتبط بعقيدة المسلم التي يتبنى وفقها تصوراته وأفكاره ويؤسس عليها حياته، ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد الدعوة الإسلامية مقتصرة على المساجد والمدارس القرآنية ووسائل الإعلام التقليدية فقط، بل انتقلت إلى مواقع الشبكات الاجتماعية، ومن هذه المواقع نذكر موقع فايسبوك، الذي بات منبرا إلكترونيا للكثير من الدعاة، الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى إحداث تغيير في اتجاهات البعض، وعليه كان اختيارنا لموضوع "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك" مجالا للدراسة.

والذي نهدف من خلاله إلى الكشف عن طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

وقد انطلقنا في دراستنا من السؤال الرئيسي التالي:

➤ ماهي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

وقد اعتمدنا على المنهج المسحي التحليلي. كما تمثل مجتمع دراستنا في الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة "قاصدي مرياح" ورقلة، حيث بلغ العدد الإجمالي لطلبة القسم 925 طالب بين ذكور وإناث، وتكونت عينة الدراسة من 148 مفردة تم اختيارها وفق العينة الحصصية من المستويات الأربع لقسم علوم الإعلام والاتصال: ثانية ليسانس، الثالثة ليسانس، أولى ماستر، ثانية ماستر.

وقد توصلنا من خلال دراستنا إلى النتائج التالية:

✚ وجود مجموعة من الأساليب الدعوية عبر موقع الفايسبوك يعتمد عليها في نشر الدعوة الإسلامية.

كما تبين لنا من خلال القيم المتحصل عليها حول ما ينشر عبر الفايسبوك من منشورات إسلامية أن أغلب الطلبة الجامعيين لهم اتجاه إيجابي قدر بـ 50.70% نحو المنشورات المتعلقة بالدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك.

أظهرت النتائج أيضا أن هناك تقاربا بين الاتجاهين السلبي والإيجابي للطلبة الجامعيين فيما تعلق بنشر الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك إذ يعارض 34.5% من الطلبة على الفكرة السابقة الذكر، في حين يوافق 33.1% من الطلبة على نشر الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك.

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية وطبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

الكلمات المفتاحية: الاتجاه، الدعوة الإسلامية، الفايسبوك، الطالب الجامعي.

Résumé de l'étude :

Le sujet de l'appel islamique est un sujet sensible et important, étant associé à la doctrine du musulman qui adopte en conséquence des perceptions et des idées et en fonction de sa vie, avec l'émergence des sites de réseaux sociaux, l'appel islamique ne se limite plus aux mosquées, les écoles coraniques et les médias traditionnels seulement, mais a déménagé à des sites de réseaux sociaux et à partir de ces en cite FACEBOOK, qui est devenu une plate forme électronique pour la plus part des prédicateurs, ce qui peut conduire à un changement dans les tendances de certains et ce fût notre choix sur le thème des attitudes des étudiants universitaires vers l'appel islamique à travers le site de réseau social FACEBOOK et pour cela nous avons choisi ce thème pour étude.

Ce que nous cherchons à révéler, la nature des attitudes islamique des étudiants universitaires vers l'appel islamique à travers le site de réseau social FACEBOOK.

Nous sommes partis dans notre étude à partir de la question principale suivant ce qui suit :

- Quelles sont les attitudes des étudiants universitaires vers l'appel islamique à travers le site de réseau FACEBOOK ?

Nous avons adopté le programme étude analytique, l'interprétation du phénomène et de présenter notre étude aux étudiants des collèges communautaires qui utilisent le site de réseau social FACEBOOK à du département des sciences de l'information et la communication à l'université « KASDI MERBAH OUARGLA » où le nombre total d'étudiants à atteint 925 étudiants entre les masculins et les féminins, l'échantillon de l'étude comprenait 148 étudiants sélectionnés selon l'échantillon par quotas des quatre niveaux du département des sciences de l'information et de la communication : deuxième-troisième licence et première et deuxième master.

Grace à notre étude, nous avons atteint les résultats :

- ✚ La présence d'un groupe de méthodes de plaidoyer à travers le site FACEBOOK sert à la diffusion de l'appel islamique.
- ✚ comme il est démontré par les valeurs obtenues sur ce qui est publié à travers FACEBOOK des publications islamiques que

la plupart des étudiants universitaires ont une direction positive estimée à 50,70% vers les publications liées sur l'appel islamique à travers FACEBOOK.

- ✚ Les résultats ont démontré qu'il existe un rapprochement entre les deux directions positive et négative des étudiants universitaire, en ce qui concerne la publication de l'appel islamique à travers le site FACEBOOK comme il est démontré que 34.5% des étudiants s'opposent à la tendance précédente, alors que 33.1% des étudiants sont d'accord pour la publication de l'appel islamique sur le site FACEBOOK.
- ✚ Il n'y a pas de relation significative statiquement entre les facteurs démographiques et la nature des étudiants universitaires tendances vers L'appel islamique à travers le réseau social FACEBOOK.

Mots-clés: tendance, appel islamique, Facebook. l'étudiant universitaire.

مقدمة:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي قفزة نوعية أحدثتها التطورات المتتالية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث باتت هذه المواقع منصة إلكترونية تعرض فيها شتى القضايا والمواضيع والتي تختلف باختلاف مجالاتها (سياسية/اقتصادية/رياضية/دينية..الخ)، ومن هذه المواقع نذكر موقع الفايسبوك الذي حقق هو الآخر التقارب بين مختلف الشعوب والثقافات والأديان، ويشهد أيضا تنوعا كبيرا في محتوياته، ومن المضامين المتداولة عبر الفايسبوك نجد المحتويات الإسلامية، حيث تم إنشاء مجموعات وصفحات خصيصا لغرض نشر الدعوة الإسلامية عبر هذا الموقع.

وقد تطرقنا في دراستنا هذه و المعنونة بـ "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك"، إلى فصلين ندرجهما كالتالي:

■ الفصل الأول والمعنون بالإطار المنهجي للدراسة، والذي تطرقنا فيه إلى تحديد وصياغة إشكالية الدراسة، كما تناولنا أسباب دراسة الموضوع وكذا أهميته والأهداف المرجوة منه، هذا إضافة إلى تحديد المفاهيم الأساسية للبحث والدراسات المرتبطة به والنظريات التي تم الاعتماد عليها في الدراسة، كما تطرقنا إلى المنهج المستخدم في الدراسة وكذا حدودها الزمانية والمكانية، إضافة إلى العينة وأداة جمع البيانات.

■ الفصل الثاني والمعنون بالإطار التطبيقي للدراسة، وفيه تطرقنا إلى أساليب تحليل البيانات، كما قمنا بعرض وتحليل بيانات الدراسة وكذا مناقشتها وأخيرا قمنا بعرض النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: تحديد إشكالية وتساؤلات الدراسة

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه

ثالثاً: تحديد مفاهيم الدراسة

رابعاً: النظريات المعتمدة

خامساً: الدراسات المرتبطة

سادساً: المنهج المستخدم

سابعاً: حدود الدراسة

ثامناً: مجتمع وعينة الدراسة

تاسعاً: أداة جمع البيانات

يتضمن هذا الفصل الإجراءات المنهجية والنظرية التي قمنا بالاعتماد عليها في إعداد دراستنا.

أولاً: تحديد إشكالية الدراسة:

إن التطورات التي شهدتها البشرية منذ القدم إلى اليوم في المجال الإعلامي، أدت إلى تضاعف المعلومات، وتنوع الإنتاج الإعلامي، ما جعل الإعلام أمام هذا الكم الهائل من المعلومات بطيئاً في الإلمام بكل المواضيع في مختلف المجالات، وبالتالي بطيئاً في إيصال رسالته إلى الجمهور، الأمر الذي أدى إلى إنشاء إعلام متخصص في كل الميادين كضرورة حتمية لمواكبة تدفق المعلومات، وكذا إيصال أكبر قدر منها إلى الجمهور، ومن هنا وفي خضم هذا التطور ظهر الإعلام الإسلامي، الذي تميز عن غيره من أنواع الإعلام الأخرى بمواضيعه الإسلامية الإيمانية المستمدة من الرسالة السماوية، حيث يقوم الإعلام الإسلامي بتقديم برامج ترفيهية وثقافية في قوالب دينية، ومن فروع الإعلام الإسلامي نجد الدعوة الإسلامية، حيث يهتم الإعلام الإسلامي بالدعوة إلى الله وإيصال الرسالة السماوية الصحيحة إلى الجماهير.

ومع ظهور تكنولوجيا الاتصال الجديدة، لم تعد الدعوة إلى الله مقتصرة على المساجد فحسب، أو في الوسائل الإعلامية التقليدية فقط، بل غزت العالم الافتراضي، معتمدة في ذلك على شبكة الأنترنت-كونها شبكة عالمية تخطت حدود الزمان والمكان- ومواقع التواصل الاجتماعي لنشر تعاليم الدين الإسلامي، ومن المواقع التي يرتادها الشباب والطلبة الجامعيون الجزائريون نجد موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، الذي بات فضاء واسعاً متنوع المحتوى، ونقطة التقاء الديانات والثقافات المختلفة، حيث يتيح للمستخدمين إمكانية نشر المواضيع والمسائل الدينية المتنوعة، وكذا يفتح باب النقاش بين المشتركين في الموقع، وبالتالي إحداث التفاعل بينهم، وتبعاً لهذا التفاعل تطرأ تغيرات على اتجاهات الفرد وفقاً للتأثير الحاصل بعد تلقيه للمعلومات، ويعد التعرف على اتجاه الفرد وسيلة فعالة تمكننا من التعرف ببساطة على المواقف التي يتبناها الفرد إزاء موضوع معين، ومن هنا نطرح السؤال التالي:

➤ ماهي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

والذي تتدرج تحته الأسئلة الفرعية التالية:

(1) ماهي الأساليب الدعوية المعتمدة في نشر الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

(2) هل لما ينشر على الفايسبوك دور في تغيير اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية؟

(3) ما طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

(4) هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات الديموغرافية للطلبة الجامعيين وطبيعة اتجاهاتهم نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك؟

ثانيا: أسباب اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه

(1) أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

▪ الاهتمام الشخصي بموضوع الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

▪ الرغبة في التعرف على مدى إسهام موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك في التأثير إيجابا أو سلبا على اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية.

أسباب موضوعية:

▪ النشاط الكثيف للطوائف والمذاهب التي تستغل اسم الإسلام لنشر أفكارها عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك كالمذهب الشيعي والطائفة الأحمدية.

- ندرة الدراسات حول موضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.
- الأهمية العلمية والدينية لموضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.
- اعتماد كثير من الدعاة والمشايخ على فضاء الأنترنت للتعريف بالإسلام ونشر دعوة الحق بين الناس أجمعين.

(2) أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الوقوف على طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، كما تعد هذه الدراسة إضافة علمية لإثراء البحث العلمي الذي يشهد ندرة الدراسات الأكاديمية المتعلقة بموضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، إضافة إلى إبراز الدور الذي يلعبه الفايسبوك في نشر الدعوة الإسلامية وكذا تغيير اتجاهات الطلبة الجامعيين نحوها.

(3) أهداف الدراسة:

- معرفة الأساليب الدعوية المعتمدة في نشر الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.
- معرفة الدور الذي يلعبه موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك في تغيير اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية.
- معرفة طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.
- معرفة أثر العوامل الديموغرافية في اتجاهات الطلبة الجامعيين عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

ثالثا: تحديد مفاهيم الدراسة

1- الاتجاه:

1-1 التعريف اللغوي:

الاتجاه مشتق من الفعل اتجه ويقصد به حذا حذوه أو سار على طريقه¹، وقد ورد في "لسان العرب": الجهة النحو، نقول كذا جهة كذا واتجهت إليك أي توجهت²، والجهة الوجهة: الموضع الذي نتوجه إليه ونقصده³. ويقال: اتجه اتجاهها (و ج هـ) إليه: قصد، أقبل⁴. ووجه فلان الشيء: أداره إلى وجهة ما، وجه القوم الطريق، سلكوه⁵.

2-1 التعريف الاصطلاحي:

ورد في "معجم العلوم الاجتماعية" الاتجاه هو تنظيم نفسي مستقر للعمليات الإدراكية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي للاستجابة الصادرة نحو الأشخاص والمسميات المعنوية من حيث أن هذه الاستجابة استجابة بالقبول أو النفور.

¹ نصيرة طالح، أثر ضغوط الحياة على الاتجاهات نحو الهجرة إلى الخارج، مذكرة تخرج لنيل درجة الماجستير في علم النفس الاجتماعي، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010-2011، ص 30.

² أحمد محمد عوض، اتجاهات مديري المدارس الحكومية بمحافظة غزة نحو الإرشاد التربوي وعلاقتها بأداء المرشد التربوي، رسالة مقدمة كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في علم النفس، قسم علم النفس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2003، ص 10.

³ موسى بلبول، اتجاهات بعض الأنماط الجسمية نحو إدراك الذات البدنية في حصة التربية البدنية والرياضية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص العلوم البيوطبية الرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، سيدي عبد الله، 2008-2009، ص 27.

⁴ جبران مسعود، الرائد-معجم لغوي عصري-، ط7، دار العلم للملايين، لبنان، 1992، ص 17.

⁵ ليلي حسن، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي(الفيديو)، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015، ص 9.

كما يعرف "كلينبارج" الاتجاه بأنه مجموع ما يشعر به الفرد نحو موضوع معين شعورا إيجابيا أو سلبيا، يشمل فكرة الفرد عن الموضوع ومفهومه عنه وعقائده وانفعالاته وآماله وتطلعاته ومخاوفه وآراءه المتعلقة بهذا الموضوع.¹

ويمكن عرض مفهوم الاتجاهات في إطار المنحنيين النظريين القائمين على النحو التالي:

المنحنى النظري الأول:

يذهب أصحاب هذا التوجه إلى التعامل مع مفهوم الاتجاه حسب كل مكون على حدى، فقد عرض "روكيش" مفهوم الاتجاه من خلال المكون المعرفي على أنه تنظيم من المعتقدات له طابع الثبات النسبي حول موضوع، أو موقف معين، يؤدي بصاحبه إلى الاستجابة بشكل تفضيلي، ويشتمل المكون المعرفي على معتقدات الفرد وأفكاره أو تصوراتهِ ومعلوماتهِ عن موضوع الاتجاه.

في حين يرى "بروفولد" الاتجاه في ضوء المكون الوجداني واعتبره رد فعل وجداني، إيجابي أو سلبي، نحو موضوع مادي، أو نحو قضية مثيرة للجدل، ويشتمل المكون الوجداني على مشاعر الفرد وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه.

أما "ألبورت" فيعرف الاتجاه من منظور سلوكي على أنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي النفسي، تنتظم من خلاله خبرة الشخص وتكون ذات تأثير توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة، ويشير المكون السلوكي إلى تهيئ واستعداد الفرد للقيام بأفعال واستجابات معينة تتفق مع اتجاهه.

¹ - منال قدواح، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008، ص ص 106-107.

المنحنى النظري الثاني:

يعتمد هذا المنحنى على فكرة ارتكاز الاتجاه على مكونات ثلاث منتظمة، حيث يعرف "هاري أبشو" الاتجاه بأنه المواقف التي يتخذها الأفراد في مواجهة القضايا والمسائل والأمور المحيطة بهم، بحيث يمكن أن نستدل على هذه المواقف من خلال النظر إلى الاتجاه باعتباره بناء يتكون من ثلاثة أجزاء:

☞ الأول ويغلب عليه الطابع المعرفي، ويشير إلى المعلومات التي لدى الفرد والمتعلقة بهذه القضايا أو المسائل.

☞ الثاني سلوكي ويتمثل في الأفعال التي يقوم بها الفرد أو يعمل على الدفاع عنها أو تسهيلها فيما يتصل بمثل هذه القضايا.

☞ الثالث انفعالي وهو يعبر عن تقويمات الفرد لكل ما يتصل بهذه القضايا. ونلاحظ هنا أن أصحاب هذا التوجه يعرفون الاتجاه بأنه عبارة عن نسق أو تنظيم له مكونات ثلاثة: معرفية، ووجدانية، وسلوكية، ويتمثل في درجات من القبول أو الرفض لموضوع الاتجاه.¹

1-3 التعريف الإجرائي:

كتعريف إجرائي للاتجاه يمكننا القول أن الاتجاه هو تلك المواقف التي يتخذها الطالب الجامعي إزاء الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

2- الطالب الجامعي:

1-2 التعريف اللغوي:

الطالب جمعه طلاب، وطلبة²، والمؤنث طالبة، والجمع المؤنث الطالبات، والطالب هو الذي يطلب العلم، ويطلق عرفاً على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوي والجامعي.³

¹ - قدور نوبيات، اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2006، ص ص 14-15.

² - الطاهر أحمد الزاوي، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، ج3، ط3، دار الفكر، ص 84.

³ - حنان ستي-رحمة عرار، تأثير المواقع الإلكترونية الإسلامية على تنمية الوعي الديني لدى الطلبة، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015-2016، ص 9.

جاء في القاموس الفرنسي "Larousse": الطالب هو الشخص الذي يدرس في الدراسات العليا.¹

2-2 التعريف الاصطلاحي:

يعرف "رياض قاسم" الطالب الجامعي بأنه شخص يسمح له مستواه العلمي بالانتقال من المرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعة وفقا لتخصص يخول له الحصول على الشهادة إذ أن للطالب الحق في اختيار التخصص الذي يتلاءم وذوقه ويتماشى وميله.²

أما "عبد الله محمد عبد الرحمان" فقد عرفه بقوله الطالب أو الطلاب الجامعيون هم مدخلات ومخرجات العملية التعليمية الجامعية.

أما "رابح تركي" فيرى أن الطلبة هم نخبة ممتازة من الشباب والشابات الممتازين في ذكائهم ومعارفهم العملية.³

2-3 التعريف الإجرائي:

هو كل فرد ذو كفاءات علمية تؤهله لدخول الجامعة وتلقي معلومات جديدة تساهم في تطوير مستواه التعليمي من الثانوي إلى الجامعي بدرجة أعلى ومستوى أحسن.

¹ - **Larousse Mini Dictionnaire De Français**, Bordas, paris, 1997, p 230.

² - نهاد خملة، **واقع الاختيار المهني لخريجي الجامعة الجزائرية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم النفس، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014، ص 61.

³ - سعيدة زيناوي، **دور الطالب الجامعي في الفعل التطوعي داخل المجتمع**، مذكرة مقدمة لاستكمال نيل شهادة الماستر أكاديمي، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013-2014، ص 8.

3- الدعوة الإسلامية:

3-1 التعريف اللغوي:

الدعوة مصدر للفعل الثلاثي (دعا)، تقول (دعا يدعو دعوة ودعاء)¹، ويقال: دعوت فلانا أي صحت به واستدعيته ودعوت الله له وعليه دعاء والدعوة المرة الواحدة.² جاء في دائرة معارف القرن العشرين ما يلي: (دعاه)، يدعو دعاء ودعوى ناداه وصاح به، (دعا له) طلب له الخير من الله تعالى، (دعا عليه) طلب له الشر من الله تعالى، (تداعى الناس) دعا بعضهم بعضاً.³ وجاء في "المصباح المنير": دعوت الله أدعو دعاء، ابتهلت إليه بالسؤال، ورغبت فيما عنده من الخير، ودعوت زيدا ناديتيه وطلبت إقباله⁴، ودعا المؤذن الناس إلى الصلاة، فهو داعي الله، والجمع دعاة وداعون، والنبي داعي الخلق إلى التوحيد.⁵

3-2 التعريف الاصطلاحي:

عرفها "ابن تيمية" بقوله الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به، وبما جاءت به رسله بتصديقهم فيما أخبروا به، وطاعتهم فيما أمروا، وذلك يتضمن الدعوة إلى الشهادتين وإقامة الصلاة، وإيتاء الزكاة، وصوم رمضان، وحج البيت، والدعوة إلى الإيمان بالله، وملائكته، وكتبه، ورسله، والبعث بعد الموت، والإيمان بالقدر خيره وشره، والدعوة إلى أن يعبد ربه كأنه يراه.⁶

¹ إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية-الأنترنت-وكيفية استخدامها الدعوية، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام مجد بن سعود الإسلامية، الطائف، 1427، ص 8.

² اسماعيل أبي نصر بن حماد الجوهري، المصباح تاج اللغة وصحاح العربية، دار الحديث، القاهرة، 2009، ص 373.

³ محمد عبد العزيز داود، الجمعيات الإسلامية في مصر ودورها في نشر الدعوة الإسلامية، ط1، الزهراء للإعلام العربي، 1992، ص 21.

⁴ أحمد أحمد غلوش، أصول الدعوة الإسلامية، ط1، مؤسسة الرسالة، جامعة الأزهر، مدينة 6 أكتوبر، 2004، ص 16.

⁵ إبراهيم رجب عبد الجواد، معجم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير، ط1، دار الأفاق العربية، القاهرة، 2002، ص 92.

⁶ شهرة شفري، الخطاب الدعوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة الإسلامية، قسم أصول الدين، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009، ص 9.

أما "الشيخ علي محفوظ" فقد عرف الدعوة بأنها حث الناس على الخير والهدى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ليفوزوا بسعادة العاجل والآجل.

وفي تعريف آخر: الدعوة الإسلامية هي الدين الذي ارتضاه الله للعالمين وأنزل تعاليمه وحيا على رسوله الأمين صلى الله عليه وسلم، وحفظها في القرآن الكريم وبينها في السنة النبوية.¹

3-3 التعريف الإجرائي:

يمكننا القول أن الدعوة الإسلامية هي دعوة الطلبة عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك للمضي على الصراط المستقيم مع توفير سبل الهداية لهم وتلقينهم تعاليم الدين الإسلامي، وحثهم على اتباع الأوامر الإلهية وترك النواهي.

4- مواقع التواصل الاجتماعي:

4-1 التعريف اللغوي للتواصل:

تواصل، يتواصل، تواعلا، تواعلا فهو متواعل، تواعل الشخصان وغيرهما: اجتمعوا واتفقا، ضد تصارما وتقاطعا (تواعلا بعد فراق).²

جاء في "المنجد": وصل يصل وصلا وصلة وصلة الشيء بالشيء: لأمه وجمعه، وتواعل الرجلان: ضد تهاجرا.³

4-2 التعريف الاصطلاحي للتواصل:

التواعل هو تبادل أدلة بين ذات مرسله وذات مستقبله، حيث تنطلق الرسالة من الذات إلى الأخرى وتقضي العملية جوابا ضمنيا أو صريحا عما نتحدث عنه، الذي هو

¹ - Jamil Hashim, << the concept of islamic da 'wah and it 'sobligation >>, the committee on publication ethics, vol 2 issue 1, kolej islam darul ridzuan, preak, Malaysia, 2012, p 84-85.

² - أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الأول، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص 2449.

³ - لويس معلوف، المنجد في اللغة، المجلد الأول، ط19، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، ص 903.

الأشياء أو الكائنات أو بعبارة أشمل موضوعات العالم، ويتطلب نجاح هذه العملية إشراك عناصر الاتصال.

4-3 تعريف التواصل الاجتماعي:

يعرف التواصل الاجتماعي عند أحد الباحثين فيقول: التواصل كما يكون بين فرد وآخر، فإنه يكون أيضا بين مجتمع وآخر، وهذا يعني أن التواصل المنشود مع الآخر ليس توصلا على مستوى الحكومات والدول فحسب، ولكنه ينبغي ويجب أن يكون توصلا على مستوى الأفراد كل حسب قدرته وطاقته واستطاعته.¹

4-4 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

يعرف "لينهارت ومادن" مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مساحات افتراضية في شبكة الأنترنت، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية، واستخدام الأدوات المتنوعة للتفاعل والتواصل مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة، وطرح الموضوعات والأفكار ومناقشتها.²

كما تعرفها "هبة محمد خليفة" بقولها مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية الموجودة بالفعل على الأنترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض، ويمكن أن تشمل هذه الميزات (المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة، تبادل الملفات، مجموعات النقاش، البريد الإلكتروني والمدونات).³

¹ إيمان حنين شنين، لغة التواصل الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الحذب السياحي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015، ص ص 13-16.

² محسن بن جابر بن عواض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها، متطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه في المناهج وطرق التدريس، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2013، ص 9.

³ شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، أطروحة مقدمة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015، ص 31.

4-5 التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع أنشئت على شبكة الأنترنت العالمية، توفر لمستخدميها خدمات مختلفة وتحقق التقارب والتفاعل بين الأفراد والشعوب.

5- الفايسبوك:

هو واحد من أعظم وسائل الإعلام ومواقع الشبكات الاجتماعية شعبية وعالمية¹. أنشئ هذا الموقع عام 2004 على يد "مارك زكربيرغ". وسمي الفايسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى بـ "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعرف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء.

اقتصرت الفايسبوك في البداية على جامعة "هارفارد" ثم انتشر استخدامه إلى بقية الجامعات والكليات والمدارس ثم الشركات والمؤسسات.

يمكن للعضو في هذا الموقع أن يقوم بإعداد نبذة عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه. ويشكل المتواصلون على موقع الفايسبوك مجتمعا افتراضيا أكثر سهولة وراحة من حال المتواصلين في المجتمعات الحقيقية، ففي هذا المجتمع الافتراضي يستطيع الشخص اختيار من يريده من الأصدقاء ليتعرف عليهم ويتواصل معهم ولا يجد نفسه مضطرا للتعامل مع أشخاص لا يريد التعامل معهم². وتشير الإحصائيات إلى أن 1860000000 من المستخدمين يستخدمون موقع الفايسبوك بشكل نشط شهريا في جميع أنحاء العالم، في حين يستخدم 1.2 مليار شخصا

¹- Mica Paige Graybill ،B.A، exploring the use of facebook as a communication tool in agricultural-related social movements، a thesis in agricultural communications، submitted to the graduate faculty of texas tech university in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of science، December 2010، p7.

²- خليل علي شقرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة-دار نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن، 2014، ص ص 64-65.

الفايسبوك بشكل نشط يوميا في جميع أنحاء العالم¹، أما فيما يخص المجتمع الجزائري فتشير الإحصائيات إلى وجود حوالي أكثر من 17 مليون جزائري على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.²

5-1 التعريف الإجرائي للفايسبوك:

هو موقع تواصل اجتماعي، وهو يمثل جزء من الشبكة العالمية الدولية، يعمل على إلغاء الحواجز الجغرافية والزمانية بين مستخدميه وبالتالي تحقيق التقارب وكذا تبادل المعلومات وإحداث التفاعل بين مستخدمي الموقع.

6- الأساليب الدعوية:

6-1 التعريف اللغوي:

الأساليب جمع أسلوب، وهو في اللغة الطريق، يقال سلكت أسلوب فلان في كذا يعني طريقته ومذهبه، وأسلوب الكاتب: طريقته في كتابته.³ جاء في "لسان العرب": يقال للسطر من النخيل أسلوب، وكل طريق ممتد فهو أسلوب، والأسلوب الطريق، والوجه، والمذهب، يقال: أنتم في أسلوب سوء⁴، والأسلوب الفن يقال: أخذ فلان في أساليب من القول، أي أفانين منه.⁵

¹- <https://fr.newsroom.fb.com/company-info/>. الساعة 19:59. 2017/04/10 الإثنين

²- برنامج تلفزيوني: القناة الجزائرية الثالثة، حصة "في دائرة الضوء"، الموضوع تأثير السوشل ميديا أو مواقع التواصل الاجتماعي على بينتنا الثقافية الاجتماعية والسياسية، تقديم كريم بوسالم، الإثنين 20/03/2017.

³- حسين عبد عواد الدليمي، أسلوب الرفق في دعوة إبراهيم عليه السلام لأبيه، البحث رقم 11، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والخطابة والفكر، المجلد الرابع، العدد 16، تموز 2013، ص 560.

⁴- أحمد الشايب، الأسلوب-دراسة بلاغية تحليلية لأصول الأساليب الأدبية، ط8، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1991، ص 41.

⁵- محمد مرتضي الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، ج3، ط2، الكويت، ص 71.

6-2 التعريف الاصطلاحي:

اختلفت التعاريف الاصطلاحية للأسلوب اختلاف تنوع في اللفظ لا اختلاف تضاد
فمما قيل في تعريف الأسلوب ما يلي:

الأسلوب هو طريقة التعبير، أو طريقة الكتابة، أو طريقة الإنشاء، أو طريقة
اختيار الألفاظ وتأليفها للتعبير بها عن المعاني قصد الإيضاح والتأثير.

الأسلوب هو الطريقة الكلامية التي يسلكها المتكلم في تأليف كلامه واختيار ألفاظه.¹

يقول "أحمد حسن الزيات" إن الأسلوب هو طريقة خلق الفكرة وإبرازها في الصورة اللفظية
المناسبة.

لكن "أحمد الشايب" فيحدده بأنه طريقة التفكير والتصوير والتعبير.²

عرف "أبو المجد السيد نوفل" الأسلوب الدعوي على أنه عرض ما يراد عرضه من
معاني وأفكار ومبادئ وأحكام في عبارات وصيغ ذات شروط معينة.

وقيل الأسلوب هو صيغ التبليغ في دعوة الناس.³

الأسلوب هو طريقة الكتابة أو الكلام أو طريقة القيام بشيء ما.⁴

¹ - محمد بن ناصر عبد الرحمان العمار، أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة، رسالة دكتوراه، قسم الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 1414هـ، ص 18.

² - علي حاجي خاني، الأسلوب والأسلوبية وعناصر الأسلوب الأدبي من منظور القرآن الكريم-فصلية إضاءات نقدية-، العدد الثامن، شتاء 1391، كانون الأول، 2012، ص 80.

³ - عبد الله بن أحمد العلاف الغامدي، كلنا دعاة-أكثر من 1000 فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله تعالى-، دار الطرفين، مكة المكرمة، ص 9.

⁴ - Helen Liebeck-Elaine Pollard, The Oxford English Minidictionary, Fourth Edition, Clarendon Press.Oxford.1997.p 522.

6-3 التعريف الإجرائي:

الأسلوب الدعوي أو الأساليب الدعوية هي الطريقة التي يعتمدها الداعي أو المخاطب في طرح المواضيع الدينية على الطالب الجامعي بغية توعيته.

رابعاً: النظريات المعتمدة

اعتمدنا في دراستنا على النظريات المعرفية المفسرة للاتجاه، حيث يعتبر المعرفيون أن للفرد دافعا أوليا هو السعي المستمر لتحقيق الاتساق المعرفي، وعليه فإنه يقبل الاتجاهات التي تتناسب مع بنائه المعرفي الكلي، ويمكن توضيح النظريات المعرفية فيما يلي:¹

1- **نظرية التوازن المعرفي:** تشير هذه النظرية إلى مفهوم أساسي يشكل حاجة إنسانية باعتباره شخصية متشكلة من تناسق مجموعة من المركبات، حيث أن هذه الأخيرة تفرض على الفرد خلق نوع من التوازن حتى يعيش حياة طبيعية، إذ يصبح معها التوازن حاجة نفسية ومطلب له أهميته حيث يسعى الفرد إلى الحفاظ عليها وحتى إيجادها إن فقدت². وهي نظرية يمكن من خلال اهتمام روادها مثل: "روزنبرج Rosenberg" و"أبلسون Abelson" و"هيدر Heider" تفسير علاقة الاتصال التي يمكن أن تتخذ واحدا من ثلاثة أشكال مختلفة هي: علاقة موجبة (+)، أو علاقة سالبة (-)، أو لا علاقة إذا لم تكن هناك الرابطة بالمرة، بحيث يمكن القول أن التوازن بين الاتجاهات التي يحملها الفرد تحدث في حالتين، أولهما: إذا كانت الاتجاهات تحمل إشارات متشابهة (+ + أو - -) أي من نفس النوع، والحالة الثانية: عندما تحمل الاتجاهات النفسية إشارات غير متشابهة (+، -) حيث تتولد حالة من التوتر تدفع الفرد للتخلص منها بإحدى الطرق الثلاث التالية:

أ) تغيير إشارة اتجاه أو أكثر من الاتجاهات النفسية المعارضة للفرد.

¹ - قدور نويبات، المرجع السابق، ص 26.

² - بشير العلاق، نظريات الاتصال-مدخل متكامل-، اليازوري، الأردن، 2010، ص ص 71-72.

ب) إعادة النظر في الاتجاهات النفسية التي يتبناها الفرد.

ت) التوقف تماما عن التفكير في الموضوع الذي يثير التوتر حتى يحتفظ الفرد بتوازنه النفسي.

2- **نظرية التطابق (التوافق) المعرفي:** أما رواد هذه النظرية "شارل أوسجود Osgood" و"سوسى تاننباوم Tannenbaum"، فيمكن أن نعتمد على أفكارهم في تفسير علاقات الاتصال التي تأخذ شكل الاتصال الذاتي أو الشخصي باعتبار أن الإنسان يميل إلى تبجيل وتقدير الأشخاص الذين يتفقون مع أفكاره ويزيد هذا التقدير بزيادة التوافق وينقص بنقصانه. وقد استخدم "أوسجود وتاننباوم" مقياسا للاتجاهات النفسية طبقه بنجاح ملحوظ في دراستهما وتجاربهما التي قاما بها لتوضيح نظريتهما وإثبات فوائدها في التنبؤ بسلوك الأفراد عندما يتعرضون لمواقف اتصالية وتفاعلية تؤدي بهم إلى نوع عدم التوافق **incongruence**، وتقوم فكرة المقياس على أساس أن يكون الاتجاه إيجابيا أو سلبيا، وفي كلتا الحالتين قد يكون شديدا أو وسطا، أو ضعيفا، بحيث تشير نقطة الصفر في المقياس إلى حالة الشخص الذي لا يحمل اتجاها ما نحو شخص أو شيء بعينه.¹

3- **نظرية التنافر المعرفي:** قدمها "ليون فستنجر Leon Festinger" 1962، وتتعلق من فكرة أن الإنسان كيان نفسي يسعى دائما إلى انسجام مواقفه وآرائه والمواضيع التي يتلقاها مع شخصيته وبنيته النفسية، فنظرية التنافر المعرفي ترمي إلى كون الإنسان يعارض ويقاوم كل شيء يتعارض وبناءه المعرفي.

تتركز هذه النظرية على أن الفرد يحاول بذل مجهود من أجل الحفاظ على توازنه النفسي من خلال جعل هذه العناصر أكثر توافقا، فالتنافر هو حالة من حالات الدافعية

¹ جمال محمد أبو شنب، نظريات الاتصال والإعلام-المفاهيم-المدخل النظرية-القضايا، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013، ص ص 85-116.

بحيث تدفع الفرد إلى تغيير سلوكياته وآرائه، فوفقا لصاحب النظرية فإن هناك ثلاثة أنواع من العلاقات بين عناصر معرفتنا:

(أ) علاقة اتفاق بين هذه العناصر.

(ب) قد لا تكون هناك علاقة اتفاق بين هذه العناصر.

(ت) قد تكون هناك علاقة تناقض وتعارض بين هذه العناصر.

ويضطر الفرد في الحالة الأخيرة إلى إلغاء هذا التناقض أو التقليل من حدته، إما بتبني العنصر الجديد والاستغناء عن القديم، أو عن طريق خلق نوع من الانسجام، أو مقاومة العنصر الدخيل عن طريق التجاهل والتغافل عن مصدره، أو نضيفه ضمن العناصر غير المنطقية التي لا يمكن التعاطي معها أو حتى التفكير فيها.¹

تطبيق النظريات المعرفية في الدراسة:

تعرف النظرية بأنها مجموعة من البنى المترابطة والمفاهيم والتعريف والمقترحات التي تقدم وجهة نظر منهجية للظواهر عن طريق تحديد العلاقات بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح والتنبؤ.²

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على النظريات المعرفية، كونها تعتبر النظريات الأنسب لموضوع دراستنا والمعنون ب: "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك"، وذلك كون هذه النظريات تمكننا من معرفة وتفسير طبيعة الاتجاه، وذلك بعد إجراء مقارنة بين الخلفية المعرفية للطلاب الجامعي والمعلومة الجديدة المكتسبة من موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك والتي يمكن أن تكون متطابقة أو متعارضة أو متوازنة مع الخبرات السابقة للطلاب الجامعي، وهو ما يمكننا من قياس الاتجاه وتحديد طبيعته بدقة.

¹ - محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، مصر، 2010، ص 315-316.

² - منال مزاهرة، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012، ص 162.

خامسا: الدراسات المرتبطة

1- الدراسة الأولى: بعنوان "الدعوة الإسلامية عبر الأنترنت" للباحث "عيسى بوعافية"، حيث تناولت هذه الدراسة موقع الدعوة الإسلامية كرسالة حضارية من الأنترنت، كوسيلة لنشر هذه الرسالة والوقوف عند ما تم إنجازه في هذا المجال، لمعرفة الطرق التي تم بها تطويع الأنترنت لفائدة الدعوة الإسلامية والكشف عن حقيقة حضور الدعاة على هذه الشبكة، هل هو على سبيل العتب، أم أنه حضور واع مدروس؟ ، كما يهدف الباحث إلى اكتشاف المحتوى الدعوي لبعض المواقع الإسلامية الموجودة على الأنترنت، وذلك من خلال الكشف عن مراكز الاهتمام في ذلك المحتوى، سواء تعلق الأمر بالموضوعات التي يركز عليها القائمون على تلك المواقع، أو المصادر التي يستقون منها معلوماتهم وكذلك من خلال الكشف عن فنون الإقناع المفضلة المستخدمة فيها، أما عن منهج الدراسة فقد استخدم الباحث منهج المسح بالعينة، ليحدد المواقع الإسلامية التي سيقوم بتحليلها، كما استعان الباحث بأداة تحليل المحتوى في تحليل مضمون العينة المختارة من المواقع الإسلامية، أما بالنسبة للعينة فقد حدد الباحث ثلاثة مواقع إسلامية لتحليل محتواها هي كالتالي: موقع الشبكة الإسلامية، موقع نداء الإيمان، وموقع دار السلام.

وقد توصل الباحث من خلال دراسته إلى النتائج التالية:

- ✓ تستغل المواقع الإسلامية خدمات الأنترنت في التعريف بتعاليم الإسلام، بدلا من الانشغال برد الشبهات.
- ✓ من إيجابيات المواقع الإسلامية تنويعها لمصادر معلوماتها، وكذا تعدد اللغات التي تعرض بها محتواها.

وخلص الباحث إلى أن المواقع الإسلامية ليست في المستوى المأمول، وأنها محاولات ارتجالية قد تكون صحيحة في الأيام الأولى لظهور الأنترنت والمواقع الإسلامية، أما اليوم فهو بعيد كل البعد عن الحقيقة.¹

2- الدراسة الثانية: بعنوان "الإعلام الإلكتروني المعاصر مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا على شبكة الأنترنت" للباحث "محمد الطيب الزاوي"، حيث انطلق الباحث من الإشكالية التالية: ماهي الوظيفة الإعلامية التي تؤديها المواقع الإسلامية باللغتين العربية والفرنسية على شبكة الأنترنت في ظل المتغيرات الدولية الراهنة؟، وقد استهدفت هذه الدراسة الاطلاع على واقع المواقع الإسلامية على الأنترنت، التي تمثل الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر في ظل الوضع الدولي الراهن.

وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، كما اعتمد على أداة تحليل المضمون، أما عن عينة الدراسة فقد اختار الباحث العينة العشوائية الطبقية المنتظمة التي قدرت بثلاثة وأربعون موقعا

إسلاميا، ومن النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نذكر:

✓ تبرز المواقع الإسلامية على الأنترنت باللغتين الفرنسية والعربية أن هناك وعيا بالتحديات التي تواجه الإسلام والمسلمين في الألفية الميلادية الثالثة، من خلال تقديم وجهة نظر الإسلام في مختلف القضايا المطروحة.

✓ تتميز مضامين المواقع الإسلامية على شبكة الأنترنت بالتنوع، مع وجود اختلاف بينهما في كم المادة المعروضة.

✓ تهتم المواقع الإسلامية باللغة العربية بالدرجة الأولى بالتعريف بالإسلام ودفع الشبهات عنه، ثم تهتم بوظيفة الاتصال والخدمات العامة، بينما تهتم المواقع

¹ - مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، قسم أصول الدين، جامعة محمد لخضر، باتنة، 2009-2010، ص 18.

الإسلامية باللغة الفرنسية بجانب الاتصال والخدمات العامة، يليه جانب التعريف بالإسلام، مع تفوق كم المواقع الإسلامية باللغة العربية عليه في المواقع باللغة الفرنسية.

✓ يعمل الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر على جبهتين، إحداها خارجية يحاول أن ينقل إليها النموذج الحضاري الإسلامي في صورته الصحيحة، وأخرى داخلية أي بين المسلمين لترسيخ النموذج الحضاري الإسلامي في الحياة الفعلية للمسلمين، ويستفيد في كل ذلك من خصائص التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال.¹

3- الدراسة الثالثة: بعنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية"

للباحثة "جبار كنزة"، انطلقت الباحثة في هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي:

ما طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية؟ والذي تتبثق منه التساؤلات الفرعية التالية:

- هل تختلف اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية حسب متغير الجنس؟
- هل تختلف اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية حسب متغير التخصص؟

تهدف الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى الكشف عن طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية وعلاقتها بمتغير الاختصاص، والوقوف على طبيعة الاتجاه نحو الكتابات الجدارية لدى عيني الذكور والإناث، ومدى الفرق في هذا الاتجاه، وقد اتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك لأن الدراسة موضوعها يتمثل في معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية، أما عن أدوات جمع البيانات

¹ - محمد الطيب الزاوي، الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003-2004.

المستخدمة في هذه الدراسة فهي الملاحظة و الاستبيان، و اعتمدت الباحثة على العينة العرضية، ومن النتائج التي توصلت إليها الباحثة نذكر:

✓ أسفرت النتائج عن وجود اتجاهات أقرب إلى السلبية نحو ظاهرة الكشف عن اتجاهات الطالب الجامعي نحو الكتابات الجدارية، كما أن النتائج تؤكد عدم وجود فوارق سواء من ناحية الجنس أو التخصص في اتجاه الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية، كما أن الطلبة الجامعيين يتجهون باتجاه أقرب للسلبية منه إلى الإيجابية، بمعنى أن الطالب الجامعي يعتمد بدرجة كبيرة على وسائل أخرى يراها مناسبة للتعبير من الكتابات الجدارية، كما تؤكد النتائج عدم وجود فوارق سواء من ناحية الجنس أو التخصص في اتجاه الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية.¹

4- الدراسة الرابعة: بعنوان "اتجاهات الشباب البطل نحو تعاطي المخدرات". انطلق الباحث "نويات قدور" من التساؤل الرئيسي التالي: ما طبيعة اتجاهات الشباب البطل نحو تعاطي المخدرات؟، والذي انبثقت منه الأسئلة الفرعية التالية:

- هل تختلف اتجاهات الشباب البطل نحو تعاطي المخدرات باختلاف الجنس؟
- هل تختلف اتجاهات الشباب البطل نحو تعاطي المخدرات بين الحاملين لشهادات تأهيل وغير الحاملين لشهادات تأهيل؟
- هل تختلف اتجاهات الشباب البطل نحو تعاطي المخدرات باختلاف السن؟
- هل تختلف اتجاهات الشباب البطل نحو تعاطي المخدرات بين المدخنين وغير المدخنين؟

ويهدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى: معرفة طبيعة اتجاهات الشباب البطل نحو تعاطي المخدرات، وكذا التعرف على الاختلاف في الاتجاه نحو تعاطي المخدرات بين

¹ - كززة جبار، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014.

البطالين حسب متغير الجنس، السن، التأهيل والتدخين، وكذا إعداد مقياس لدراسة اتجاهات الشباب نحو تعاطي المخدرات يكون ملائماً للبيئة.

وقد اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي، وذلك بهدف الكشف عن اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات، كما استخدم الباحث أداة جمع البيانات والمتمثلة في الاستبيان واعتمد على العينة العشوائية البسيطة من الشباب البطال، ومن النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة نذكر:

✓ بناء مقياس يساعد في الكشف عن اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات.

✓ لا يختلف حاملو شهادات التأهيل وغير حاملي شهادات التأهيل في اتجاههم نحو تعاطي المخدرات.

✓ لا يختلف الشباب من الفئة الأكبر سناً عن فئة الشباب الأصغر سناً في اتجاههم نحو تعاطي المخدرات.¹

التعليق على الدراسات:

من خلال الدراسات الأربعة المرتبطة بموضوعنا: "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك"، نجد أن الدراسة الأولى اعتمد فيها الباحث "عيسى بوعافية" على منهج المسح بالعينة ليحدد المواقع الإسلامية التي سيقوم بتحليلها، فيما تم اختيار عينة مكونة من 13 موقعا إسلاميا، كما اعتمد على تحليل المضمون كأداة لدراسة العينة المختارة من المواقع الإسلامية، أما الباحث "محمد الطيب الزاوي" قد اعتمد في الدراسة الثانية على المنهج المسحي، أما بالنسبة للأداة فقد اعتمد على نفس أداة الدراسة السابقة، أما فيما يخص العينة فقد اعتمد الباحث على العينة العشوائية الطبقية المنتظمة التي قدرت بثلاثة وأربعون موقعا إسلاميا.

¹ - قدور نوبيات، مرجع سابق.

أما بالنسبة لأوجه الاختلاف والتشابه بين الدراستين السابقتين مجتمعتين ودراستنا، فنجد أن هناك اختلافا من حيث المنهج، فعلى عكس الدراستين السابقتين اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي التحليلي، أما عينتنا فكانت عينة قصدية حصصية قدرت بـ 148 طالبا متنوعين ذكورا وإناثا، في حين اعتمدنا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، أما فيما يتعلق بأوجه التشابه فنجد أن هناك تشابها بين الدراستين الأولى والثانية مجتمعتين و دراستنا وذلك من حيث الموضوع حيث تناولت الدراستين جانبا من جوانب دراستنا ألا وهو الدعوة الإسلامية عبر الأنترنت ودور هذه الأخيرة في نشر الدعوة الإسلامية من خلال المواقع الإسلامية.

أما فيما يخص أهمية الدراستين فتتجلى في كونهما ساعدتنا في التعرف على الأساليب الدعوية المعتمدة في نشر الدعوة الإسلامية عبر المواقع الإسلامية، وكذا معرفة الدور الفعال للأنترنت في التعريف بالإسلام.

أما فيما يتعلق **بالدراستين الثالثة والرابعة** فنجد أن الباحثة "جبار كنزة" قد اعتمدت في **الدراسة الثالثة** على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك كون موضوعها يتمثل في معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية، واعتمدت على كل من الملاحظة والاستبيان في جمع البيانات، أما العينة فقد كانت عينة عرضية، بالمقابل نجد الباحث "نويبات قدور" قد اعتمد في **الدراسة الرابعة** على المنهج الوصفي وذلك بهدف الكشف عن اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات، في حين اعتمد على الاستبيان لجمع البيانات، أما العينة فكانت عشوائية بسيطة.

بالنسبة لأوجه التشابه والاختلاف، فنجد هناك تشابه بين الدراسة الثالثة ودراستنا في المنهج (مسحي تحليلي) وكذا في الأداة (الاستبيان)، في حين اختلفنا معها في العينة حيث كانت عينتنا حصصية، أما فيما يخص الدراسة الرابعة فنختلف مع الباحث نويبات قدور في المنهج والعينة على عكس أداة جمع البيانات التي كانت مشتركة بيننا (الاستبيان)، كما نجد أن هناك اهتماما مشتركا بين الدراستين السابقتين ودراستنا

بموضوع الاتجاهات ودور العوامل الديموغرافية فيها، وتكمن أهمية الدراستين الثالثة والرابعة في مساعدتنا على معرفة طبيعة الاتجاهات وأثر العوامل الديموغرافية فيها.

سادسا: المنهج المستخدم

تعريف المنهج:

المنهج هو ترجمة للكلمة الفرنسية ¹ Méthode، ويقصد به الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلته للوصول إلى حلول لها أو إلى بعض النتائج.²

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على **المنهج المسحي التحليلي**، وذلك كونه الأنسب لدراستنا وذلك من خلال جمع البيانات وتفسيرها مما يتيح فهم الظاهرة وتحليلها، ويعرف المنهج الوصفي التحليلي حسب بعض الباحثين بأنه "وصف الخصائص المميزة لظاهرة معينة عن طريق جمع البيانات."³

سابعا: حدود الدراسة

1. الحدود المكانية: تم إجراء هذه الدراسة بجامعة "قاصدي مرياح" القطب الجامعي الثاني بولاية ورقلة، وذلك بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وتحديدا بقسم علوم الإعلام والاتصال.

2. الحدود الزمانية: تم اختيار الموضوع والبدء في البحث فيه في 22/09/2016، أما الدراسة الميدانية فتمت يومي 14 و 15 /03/2016 بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة "قاصدي مرياح" ورقلة.

¹ - عبد الرحمان بدوي، **مناهج البحث العلمي**، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977، ص 3.

² - عبد الفتاح محمد العيسوي-عبد الرحمان محمد العيسوي، **مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث**، دار الراتب الجامعية، 1996-1997، ص 13.

³ - كنزة جبار، **المرجع السابق**، ص 101.

ثامنا: مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وبذلك فهو جميع الأفراد أو الأشياء المكونة لموضوع الدراسة"¹. ومجتمع البحث الخاص بدراستنا يتمثل في الطلبة الجامعيين الذين يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وتحديدا بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة "قاصدي مرياح" ورقلة وقد بلغ العدد الإجمالي لطلبة القسم 925 طالب وطالبة.

2. عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها "الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا عمليا سليما"².

وتتمثل عينة دراستنا في الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي فايسبوك بقسم علوم الإعلام والاتصال بمستوياته الأربع: ثانية ليسانس، الثالثة ليسانس، أولى ماستر، ثانية ماستر، متنوعين ذكورا و إناثا، الذين يزاولون دراستهم بالقسم بجامعة "قاصدي مرياح" بولاية ورقلة، وقد اعتمدنا على العينة الحصصية، ويقصد بعينة الحصص "أن تتضمن العينة عددا من المفردات تنتمي إلى الفئات التي تشكل مجتمع البحث دون أي اعتبار آخر، فإن كان المجتمع يتضمن الذكور والإناث، فإن العينة تتضمن مفردات أخرى من الإناث دون أن يتم اختبار المفردات بالطريقة

¹ - عبد الله بن سعيد بن محمد آل عبود، قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2011، ص 218.

² - الخامسة رمضان، استخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012، ص 13.

العشوائية"¹. فالمعينة الحصصية هي سحب عينة من مجتمع البحث بانتقاء العناصر المفياة طبقا لنسبتهم في هذا المجتمع².

وقد أخذنا في دراستنا نسبة 16%، من إجمالي عدد الطلبة لكل مستوى، حيث بلغت عينة الدراسة المدروسة 148 مفردة في تخصصات قسم علوم الإعلام والاتصال المختلفة.

تاسعا: أداة جمع البيانات

اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة الاستبيان، وهو أداة قياس تحتوي على أسئلة دقيقة وقياسات يستخدمها السائل أو الباحث للبحث من خلال البريد أو الأنترنت، إما شخصيا أو بواسطة الهاتف ويمكن أن يكون محددًا أو مفتوحًا³. وهو يوجه للأفراد المفحوصين للإجابة عنه بأنفسهم، وذلك من أجل الحصول على معلومات حول موضوع ما⁴.

وقد صممتنا هذا الاستبيان وفقا لمقياس "ليكارت الخماسي"، حيث يستخدم هذا المقياس لمعرفة اتجاهات وآراء ومواقف الأشخاص. وهو يتدرج من درجة الموافقة بشدة إلى عدم الموافقة بشدة على النحو التالي: (موافق بشدة/موافق/محايد/معارض/معارض بشدة)⁵.

¹ - منال هلال المزهرة، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2014، ص 131.

² - موريس أنجرس-ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة، الجزائر، 2004، ص 312.

³ - دون ستاكس شانون، ترجمة علي دبك العنزي، قاموس العلاقات العامة-القياس والبحث، ط3، معهد العلاقات العامة، 2013، ص ص 25-26.

⁴ - عبد الرحمان السعداني وآخرون، مدخل إلى البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، 2010، ص 79.

⁵ - فوزي حبيب حافظ، القياس وتطبيقاته في البحوث الميدانية، مكتبة الملك فهد الوطنية، جدة، 1425هـ، ص 35.

وقبل الشروع في توزيع الاستبيان على العينة المحددة، قمنا بعرضه على مجموعة من الأساتذة المحكمين بقسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة قاصدي "مرياح ورقلة"، حيث قاموا بمراجعتها جيدا ثم الموافقة على توزيعه.

خلاصة الفصل:

قمنا في هذا الفصل بتحديد "الإطار المنهجي للدراسة"، حيث قمنا بضبط المفاهيم الإجرائية خاصة فيما تعلق بمفهوم الاتجاه، كونه الأساس الذي تقوم عليه دراستنا، إضافة إلى ذكر الدراسات المرتبطة بالموضوع وكذا النظريات التي اعتمدنا عليها، وسنوضح كيف تم توظيف هذه الدراسات والنظريات في دراستنا وذلك من خلال الفصل الموالي والمعنون بـ "الجانب التطبيقي للدراسة".

الفصل الثاني الاطار التطبيقي للدراسة

أولاً: أساليب تحليل البيانات

ثانياً: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

ثالثاً: مناقشة نتائج الدراسة الميدانية

رابعاً: عرض النتائج العامة للدراسة

سنتطرق في هذا الفصل إلى الأساليب الإحصائية التي اعتمدنا عليها في عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة وكذا مناقشتها على ضوء النظريات والدراسات ذات الصلة بالموضوع.

أولاً: أساليب تحليل البيانات:

كما قامت الطالبتان بتفريغ وتحليل الاستبيان من خلال: برنامج التحليل الإحصائي (spss. v24)، حيث استخدمتا الأدوات الإحصائية التالية:

1. اختبار "ألفا كرونباخ" لمعرفة ثبات فقرات استمارة الاستبيان.
يعادل هذا المعامل طريقة "كيدور-ريتشارد سون20"، ولذلك فهو يفترض تساوي المفردات في المقياس مع بعضها البعض وهو يستخدم عندما يكون تقدير الفقرات 0,1,2..... ويعتبر معامل "ألفا كرونباخ" طريقة لحساب ثبات الأوزان المستخدمة في البحوث النفسية كالاستبيانات أو مقياس الاتجاه حيث يوحد مدى من الدرجات المحتملة لكل مفردة.¹
- تجدر الإشارة إلى أن معامل الثبات "ألفا كرونباخ"، يتراوح بين (0-1)، وكلما اقترب من الواحد؛ دل على وجود ثبات عال، وكلما اقترب من الصفر؛ دل على عدم وجود ثبات. وأن الحد الأدنى المتفق عليه لمعامل "ألفا كرونباخ" هو: 0,6.
2. معامل "بيرسون" لقياس الصدق.
3. التكرارات والنسب المئوية لتحليل إجابات مفردات عينة الدراسة والتعرف على اتجاهاتهم نحو بنود أداة الدراسة.
4. اختبار "كاي تربيع" للدلالة الإحصائية على وجود فروق في إجابات العينة على بنود أداة الدراسة.

¹ - صخر محسن-سعاد بوغرارة، استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي في الأداء الإعلامي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014-2015، ص 51.

$$\chi^2 = \sum \frac{(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Fo : التكرارات المشاهدة.

Fe : التكرارات النظرية وهي ناتج قسمة مجموع التكرارات المشاهدة على عدد فئات المتغير النوعي وهي نفسها بالنسبة لكل الخانات.

القاعدة العامة في تحليل إجابة مفردات عينة الدراسة أي في الدلالة الإحصائية للإجابات على بنود الاستبيان وفي وجود فروق بين الإجابات هي كما يلي:

• دالة: إذا كان χ^2 المحسوبة أكبر من χ^2 الجدولة.

• غير دالة: إذا كانت χ^2 المحسوبة أقل من الجدولة.

درجة الحرية ل (نعم، لا) هي: عدد البدائل-1 مثلا هنا 1.

درجة الحرية ل (نعم، لا، نوعا ما) هي: عدد البدائل-1 مثلا هنا 2.

χ^2 الجدولة عند درجة حرية 1 ومستوى الدلالة 0,05 هي 3,84.

χ^2 الجدولة عند درجة حرية 2 ومستوى الدلالة 0,05 هي 5,99.

χ^2 الجدولة عند درجة حرية 4 ومستوى الدلالة 0,05 هي 9,488.

تجدر الإشارة إلى أن معامل الثبات "ألفا كرونباخ"، يتراوح بين (0-1)، وكلما اقترب من الواحد؛ دل على وجود ثبات عال، وكلما اقترب من الصفر؛ دل على عدم وجود ثبات. وأن الحد الأدنى المتفق عليه لمعامل "ألفا كرونباخ" هو: 0,6.

الخصائص السيكومترية (الصدق والثبات) لأداة الدراسة

بعدما تمت صياغة الاستبيان في شكله الأولي لابد من إخضاعه لاختباري

الصدق والثبات.

أ) صدق الاستبيان:

يقصد بصدق أداة الدراسة؛ أن تقيس فقرات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقمنا

بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال؛ الصدق الظاهري للاستبيان (صدق المحكمين)

وصدق الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، والصدق البنائي لمحاور المقياس.

01 / الصدق الظاهري لفقرات الاستبيان:

ويقوم على فكرة مدى مناسبة فقرات الاستبيان لما يراد قياسه ولمن يطبق عليهم ومدى علاقتها بالاستبيان ككل، ومن هذا المنطلق تم عرض الاستبيان على مجموعة محكمين من ذوي الخبرة والاختصاص لأخذ وجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديله والتحقق من مدى ملاءمة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه، ومدى سلامة ودقة الصياغة اللفظية والعلمية لعبارات الاستبيان، ومدى شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها، وفي ضوء آراء السادة المحكمين تم إعادة صياغة بعض العبارات لتحسين أداة الدراسة.

02 / صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان:

ويقصد بصدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان: مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، وقد قامت الطالبتان بحساب الاتساق الداخلي وذلك من خلال حساب معامل الارتباط 'بيرسون' بين كل فقرة من فقرات البعد والدرجة الكلية للبعد نفسه على عينة الدراسة الاستطلاعية والبالغ عددها 12 مفردة. والقاعدة العامة للدلالة المعنوية هي:

(إذا كانت r المحسوبة أكبر من r الجدولية، فإنه يوجد ارتباط معنوي).

01- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول الخاص بالأساليب الدعوية:

تناولنا في هذا المحور الأساليب الدعوية التي يعتمدها الطلبة الجامعيون في نشر الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

الجدول رقم (01): يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول الخاص بالأساليب الدعوية.

النتيجة	معامل الارتباط بيرسون (r المحسوبة)	الفقرة	الرقم
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,816	أحب النصوص الإسلامية المعروضة على صفحة الفايسبوك.	03
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,651	الصور المتحركة (img-GIF) في الفايسبوك تؤثر على نفسيتك.	04
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,804	الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تغير اتجاهك نحو الدعوة الإسلامية.	05
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,640	للصور الثابتة حول الدعوة الإسلامية في الفايسبوك تأثير ضعيف على نفسيتك.	07
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,884	للدردشة عبر الفايسبوك أثر سلبي في تقبلك للدعوة الإسلامية.	08
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,674	أفضل طريقة البث المباشر بين الداعي والطالب الجامعي لتجنب الوقوع في الخطأ والفهم الصحيح للدعوة الإسلامية.	12
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,795	يساعدني التسجيل الصوتي الديني عبر موقع الفايسبوك على التركيز الكامل على محتوى التسجيل وفهمه.	13
<p>قيمة r الجدولية: 0.532 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 11</p> <p>درجة الحرية تساوي 12-1=11</p>			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن جميع الفقرات ترتبط مع المحور الأول الخاص بالأساليب الدعوية، أي أن فقراته دالة إحصائياً، حيث نجد أن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراته أكبر من قيمة r الجدولية، أي يوجد ارتباط معنوي ومنه تعتبر فقرات المحور الأول صادقة ومتسقة داخليا، لما وضعت لقياسه.

02- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني الخاص بمنشورات الفايسبوك:

خصصنا هذا المحور لمعرفة ما إذا كانت المنشورات على موقع الفايسبوك تؤثر في اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية.

الجدول رقم (02): يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني الخاص بمنشورات الفايسبوك.

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط بيرسون (r المحسوبة)	النتيجة
1	يعتبر الفايسبوك الوسيلة الأفضل لنشر الدعوة الإسلامية.	0,799	يوجد ارتباط معنوي (دال)
2	أحب كل ما ينشر عبر موقع الفايسبوك بخصوص الدعوة الإسلامية.	0,812	يوجد ارتباط معنوي (دال)
6	لا أثق أبداً فيما ينشر عبر الفايسبوك حول الدعوة الإسلامية من منشورات.	0,871	يوجد ارتباط معنوي (دال)
9	لا أهتم بما ينشر عبر موقع الفايسبوك من أحاديث نبوية وأدعية.	0,790	يوجد ارتباط معنوي (دال)
10	أحب ما ينشر من فيديوهات حول الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك.	0,793	يوجد ارتباط معنوي (دال)
11	الفايسبوك مصدر تحريف للنصوص والأحاديث النبوية لهذا لا أثق فيه.	0,876	يوجد ارتباط معنوي (دال)

يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,654	أعتمد على الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي كونه الأكثر انتشارا واستخداما بين أوساط الطلبة.	14
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,865	يوفر الفايسبوك مادة سمعية وبصرية دينية جذابة وذات تأثير قوي.	17
قيمة r الجدولية: 0.532 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 11 درجة الحرية تساوي 12-1=11			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن جميع الفقرات ترتبط مع المحور الثاني الخاص بمنشورات الفايسبوك، أي أن فقراته دالة إحصائياً، حيث نجد أن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراته أكبر من قيمة r الجدولية، أي يوجد ارتباط معنوي ومنه تعتبر فقرات المحور الخاص بمنشورات الفايسبوك صادقة ومتسقة داخليا، لما وضعت لقياسه.

03- صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث الخاص بطبيعة الاتجاهات:

خصص هذا المحور لمعرفة طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

الجدول رقم (03): يوضح الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث الخاص بطبيعة الاتجاهات.

النتيجة	معامل الارتباط بيرسون (r المحسوبة)	الفقرة	الرقم
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,811	كثيرا ما تمدني القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي.	15
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,881	تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.	16

يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,877	لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.	18
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,820	يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.	19
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,792	يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.	20
<p>قيمة r الجدولية: 0.532 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 11</p> <p>درجة الحرية تساوي 11-1=11</p>			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن جميع الفقرات ترتبط مع المحور الثالث الخاص بطبيعة الاتجاهات، أي أن فقراته دالة إحصائياً، حيث نجد أن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراته أكبر من قيمة r الجدولية، أي يوجد ارتباط معنوي ومنه تعتبر فقرات المحور الثالث صادقة ومتسقة داخليا، لما وضعت لقياسه.

03 / صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة:

يعتبر صدق الاتساق البنائي أحد مقاييس صدق أداة الدراسة، حيث يقيس مدى تحقق الأهداف التي تسعى الأداة للوصول إليها، ويبين صدق الاتساق البنائي مدى ارتباط كل محور من محاور أداة الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبيان مجتمعة، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول رقم (04): يوضح صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة.

النتيجة	معامل الارتباط بيرسون (r المحسوبة)	محاور الاستبيان	
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,885	1	المحور الأول: الخاص بالأساليب الدعوية.
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,851	2	المحور الثاني: الخاص بمنشورات الفايبيوك.
يوجد ارتباط معنوي (دال)	0,791	3	المحور الثالث: الخاص بطبيعة الاتجاهات.
<p>قيمة r الجدولية: 0.532 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 11</p> <p>درجة الحرية تساوي 11=1-12</p>			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

من خلال الجدول أعلاه نجد معاملات الارتباط بين كل محور والمعدل الكلي لفقرات الاستبيان دالة إحصائياً، حيث قيمة r المحسوبة أكبر من قيمة r الجدولية ومنه تعتبر محاور الاستبيان صادقة ومتسقة، لما وضعت لقياسه.

ب) ثبات أداة الدراسة

ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان؛ أنه يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى، إن ثبات الاستبيان؛ يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان، وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعه على مفردات العينة، عدة مرات، خلال فترات زمنية معينة، وقد تم التحقق من ثبات استبيان الدراسة، من خلال "معامل ألفا كرونباخ"، والجدول رقم (05) يبين "معامل ألفا كرونباخ" لقياس ثبات الاستبيان.

جدول رقم (05): يبين قيمة "معامل ألفا كرونباخ" لأداة الدراسة.

النتيجة	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	محاور الاستبيان
ثابت	07	0,823	1 المحور الأول: الخاص بالأساليب الدعوية.
ثابت	08	0,873	2 المحور الثاني: الخاص بمنشورات الفايسبوك.
ثابت	05	0,921	3 المحور الثالث: الخاص بطبيعة الاتجاهات.
ثابت	20	0,959	ثبات جميع الفقرات

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن "معامل ألفا كرونباخ" لبند المحور الأول الخاص بالأساليب الدعوية بلغ (0,823)، والمحور الثاني الخاص بمنشورات الفايسبوك بلغ (0,873)، والمحور الثالث الخاص بطبيعة الاتجاهات بلغ (0,921) وهي معاملات مرتفعة، وكذلك "معامل ألفا كرونباخ" لجميع محاور الاستبيان معا بلغ (0,959) وهذا يدل على أن قيمة الثبات لأداة الدراسة ذات ثبات كبير مما يجعلنا على ثقة تامة بصحة الاستبيان وصلاحيته لتحليل وتفسير نتائج الدراسة والإجابة على تساؤلاتها.

■ ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها وهي جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

✍ عرض وتحليل المتغيرات الديموغرافية لمفردات عينة الدراسة:

تضمنت المتغيرات الديموغرافية للدراسة كلا من: الجنس، العمر، التخصص،

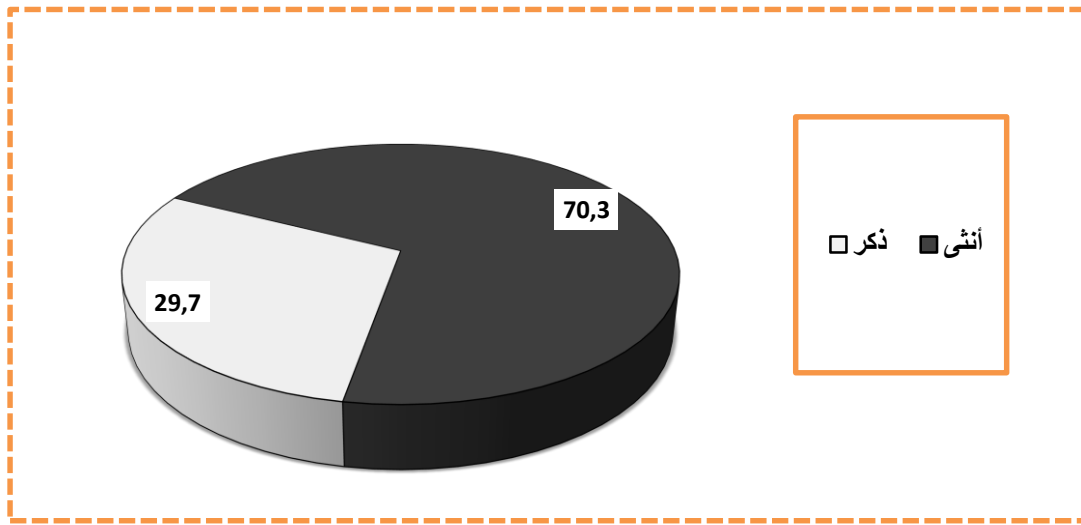
المستوى، حيث تم الحصول على النتائج التالية:

01- توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس: يوضح لنا هذا الجدول توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

جدول رقم (06): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	44	29,7
	أنثى	104	70,3
المجموع		148	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 من خلال الجدول أعلاه نجد أن مفردات عينة الدراسة تتوزع حسب متغير الجنس إلى 44 ذكرا وهو ما تقدر نسبته بـ 29.7%، و 104 أنثى وهو ما تقدر نسبته بـ 70.3%.



الشكل رقم (01): يمثل عرضا بيانيا لتوزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.V2010

02- توزيع مفردات العينة حسب متغير الفئة العمرية:

جدول رقم (07): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير الفئة العمرية.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
السن	من 19 سنة إلى 24 سنة.	105	70,9
	من 25 سنة إلى 30 سنة.	35	23,6
	من 31 سنة إلى 49 سنة.	8	5,4
المجموع		148	100,0

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

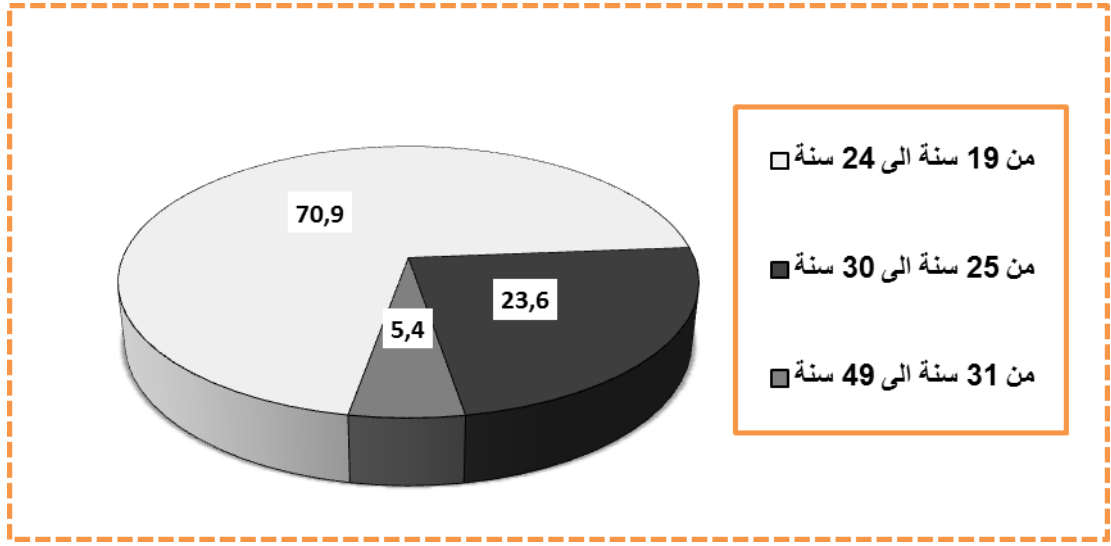
من خلال الجدول أعلاه نجد أن مفردات عينة الدراسة تتوزع حسب متغير الفئة

العمرية إلى:

✓ 105 مفردة تقع في الفئة العمرية بين 19 سنة و 24 سنة، وهو ما يمثل بالنسبة المئوية 70.9%.

✓ 35 مفردة تقع في الفئة العمرية بين 25 سنة و 30 سنة، وهو ما يمثل بالنسبة المئوية 23.6%.

✓ 8 مفردات تقع في الفئة العمرية بين 31 سنة إلى 49 سنة، وهو ما يمثل بالنسبة المئوية 5.4%.



الشكل رقم(02): يمثل عرضا بيانيا لتوزيع مفردات العينة حسب متغير الفئة العمرية.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج EXCEL.V2010

03- توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

جدول رقم (08): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
المستوى التعليمي	ثانية ليسانس	55	37,2
	ثالثة ليسانس	28	18,9
	أولى ماستر	35	23,6
	ثانية ماستر	30	20,3
المجموع		148	100,0

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24

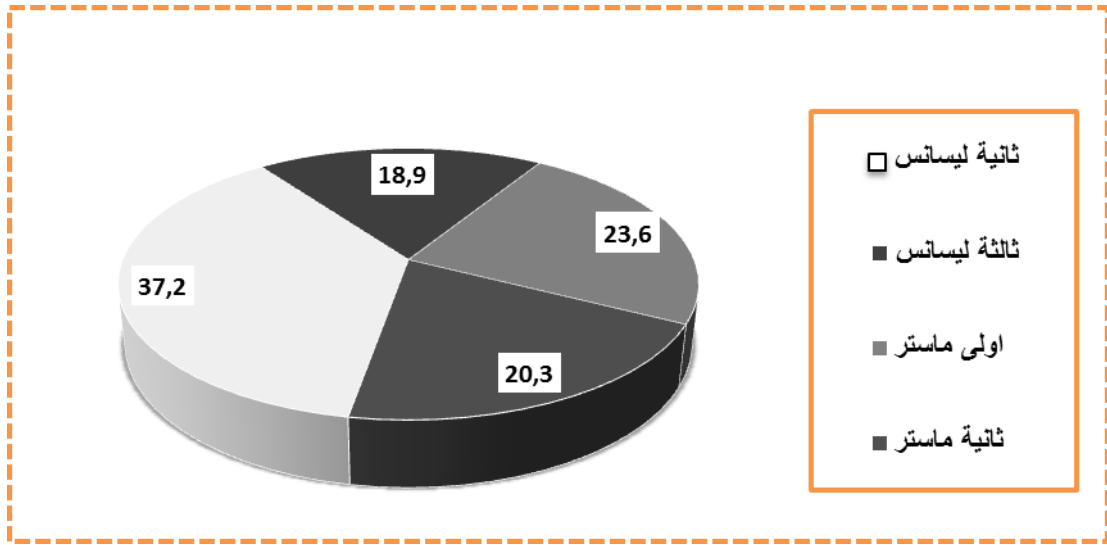
من خلال الجدول أعلاه نجد أن مفردات عينة الدراسة تتوزع حسب متغير المستوى التعليمي إلى:

✓ 55 مفردة والمقدرة بـ 37.2% من مستوى ثانية ليسانس.

✓ 28 مفردة والمقدرة بـ 18.9% من مستوى ثالثة ليسانس.

✓ 35 مفردة والمقدرة بـ 23.6% من مستوى أولى ماستر.

✓ 30 مفردة والمقدرة بـ 20.3% من مستوى ثانية ماستر.



الشكل رقم (03): يمثل عرضا بيانيا لتوزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 وبرنامج EXCEL.V2010

04- توزيع مفردات العينة حسب متغير التخصص:

جدول رقم (09): يبين توزيع مفردات العينة حسب متغير التخصص.

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
التخصص	إعلام واتصال.	55	37,2
	اتصال.	28	18,9
	تكنولوجيا الاتصال الجديدة.	52	35,1
	إذاعة وتلفزيون.	13	8,8
المجموع		148	100,0

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24

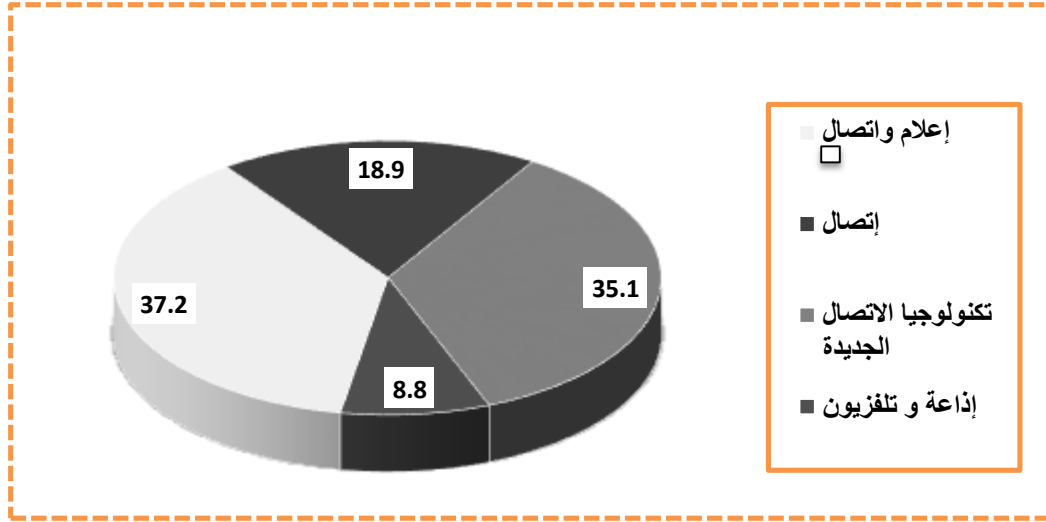
من خلال الجدول أعلاه نجد أن مفردات عينة الدراسة تتوزع حسب متغير التخصص إلى:

✓ 55 مفردة والمقدرة بـ 37.2% تخصص إعلام واتصال.

✓ 28 مفردة والمقدرة بـ 18.9% تخصص اتصال.

✓ 52 مفردة والمقدرة بـ 35.1% تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة.

✓ 13 مفردة والمقدرة بـ 8.8% تخصص إذاعة وتلفزيون.



الشكل رقم (04): يمثل عرضا بيانيا لتوزيع مفردات العينة حسب متغير التخصص.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.V2010

ثانيا: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

01: عرض وتحليل إجابات مفردات العينة على بنود المحور الأول الخاص بالأساليب

الدعوية:

سنتعرف من خلال هذا المحور على الأساليب الدعوية التي يعتمد عليها الطلبة الجامعيون في نشر الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، وتدرج تحت هذا المحور سبع بنود هي: (3،4،5،7،8،12،13).

البند 03: أحب النصوص الإسلامية المعروضة على صفحة الفايسبوك.

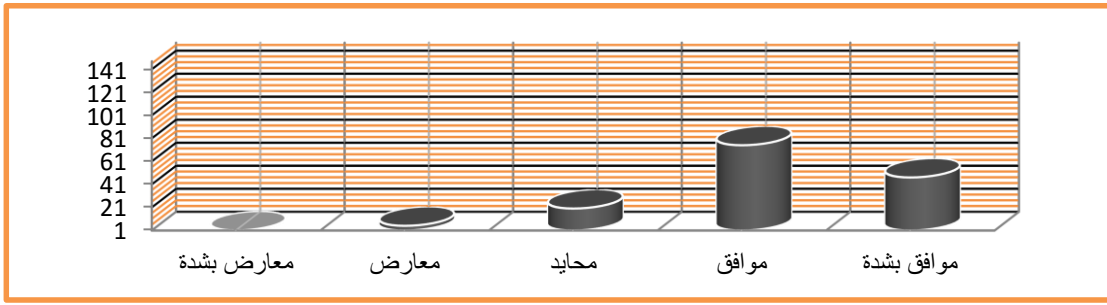
الجدول رقم (10): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (03) من المحور 01.

الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	1	0,68	9,488	131,054	0,000	4	دال
معارض	5	3,38					
محايد	20	13,51					
موافق	75	50,68					
موافق بشدة	47	31,76					
المجموع	148	100,00					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "أحب النصوص الإسلامية المعروضة على صفحة الفايسبوك" كانت لصالح موافق بـ 75 مشاهدة وبنسبة 50.68%، ولصالح موافق بشدة بـ 47 أي بنسبة 31.76%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بـ 20 مشاهدة وبنسبة 13.51%، ولصالح معارض بـ 5 مشاهدة وبنسبة 3.38%، ومعارض بشدة بـ 1 مشاهدة وبنسبة 0.68%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 131.054 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 50.68%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 50.68% على أنهم: يحبون النصوص الإسلامية المعروضة على صفحة الفايسبوك.



الشكل رقم(05): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 03

من المحور 01.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.V2010

البند 04: الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تؤثر على نفسيتك.

الجدول رقم (11): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (04) من المحور 01.

الإحصائي	الاستنتاج	درجة الحرية	مستوى المعنوية (SIG)	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		التكرارات	الإجابات
				المجدولة	المحسوبة		
دال	4	0,000	9,488	47,203	4,05	6	معارض بشدة
					27,03	40	معارض
					31,76	47	محايد
					28,38	42	موافق
					8,78	13	موافق بشدة
					100,00	148	المجموع

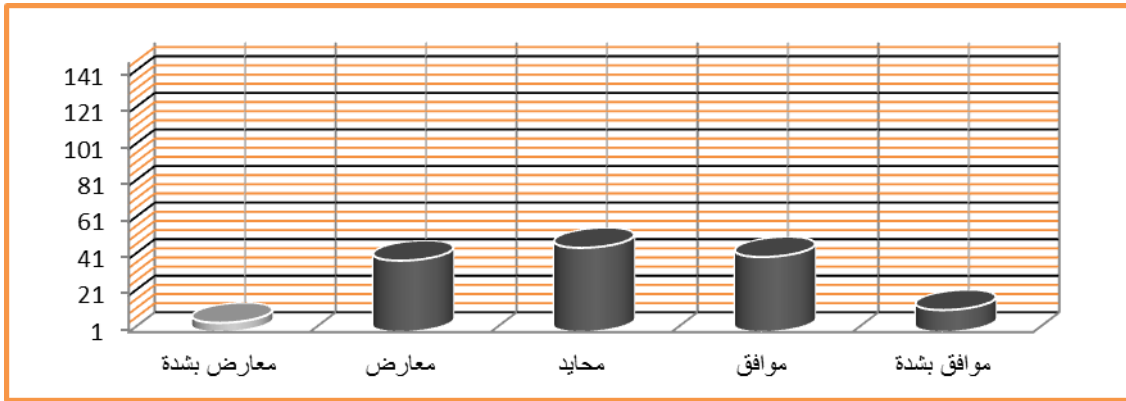
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تؤثر على نفسيتك" كانت لصالح محايد بقيم مشاهدة 47 وبنسبة 31.76%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 42 وبنسبة 28.38%، ومعارض بقيم مشاهدة 40 وبنسبة 27.03% ولصالح معارض بشدة بقيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.05%، ولصالح موافق بشدة

بقيم مشاهدة 13 أي بنسبة 8.78%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 47.203 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: محايد وبنسبة 31.76%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يؤكد على أن رأيهم حيادي وبنسبة 31.76% نحو البند القائل: الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تؤثر على نفسيتك .



الشكل رقم(06): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 04

من المحور 01.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.V2010

البند 05: الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تغير اتجاهك نحو الدعوة الإسلامية.

الجدول رقم (12): يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (05) من المحور 01.

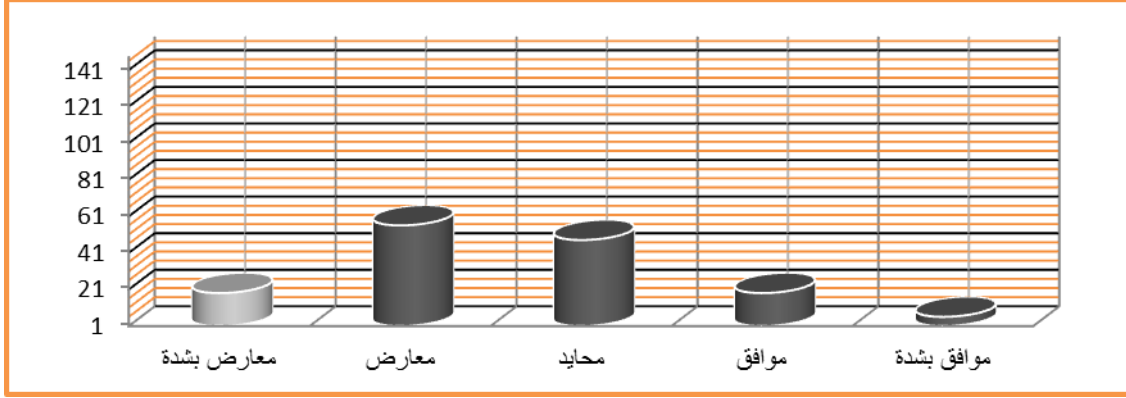
الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	19	12,84	9,488	61,392	0,000	4	دال
معارض	56	37,84					
محايد	48	32,43					
موافق	19	12,84					
موافق بشدة	6	4,05					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تغير اتجاهك نحو الدعوة الإسلامية" كانت لصالح معارض بقيم مشاهدة 56 وبنسبة 37.84%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 19 وبنسبة 12.84%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 6 أي بنسبة 4.05%، ولصالح محايد بقيم مشاهدة 48 وبنسبة 32.43%، و معارض بشدة بقيم مشاهدة 19 وبنسبة 12.84%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 61.392 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9,488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: معارض وبنسبة 37.84%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يؤكد وبنسبة 37.84% على أن: الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك لا تغير اتجاههم نحو الدعوة الإسلامية .



الشكل رقم (07): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 05 من المحور 01.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.V2010

البند 07: للصور الثابتة حول الدعوة الإسلامية في الفايسبوك تأثير ضعيف على نفسياتك.

الجدول رقم (13): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (07) من المحور 01.

الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	مستوى المعنوية (SIG)	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	4	0,000	9,488	60,986	7,43	11	معارض بشدة
					25,00	37	معارض
					39,19	58	محايد
					24,32	36	موافق
					4,05	6	موافق بشدة
					100,00	148	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

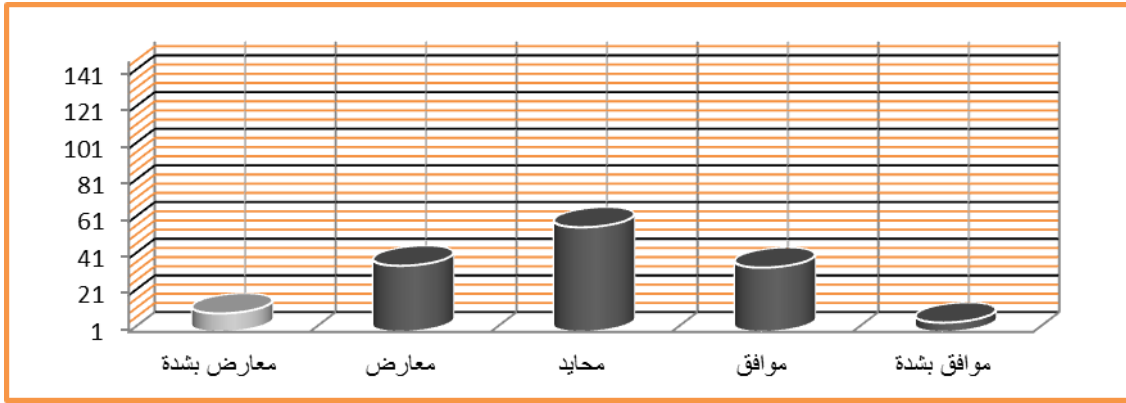
التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة

على البند "للصور الثابتة حول الدعوة الإسلامية في الفايسبوك تأثير ضعيف على

نفسيتك" كانت لصالح محايد بقيم مشاهدة 58 وبنسبة 39.19%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 36 وبنسبة 24.32%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 6 أي بنسبة 4.05%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 37 وبنسبة 25.00%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 11 وبنسبة 7.43%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 60,986 وهي أكبر من (كا²) الجدولة 9,488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: محايد وبنسبة 39.19%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين محايد وبنسبة 39.19% اتجاه: تأثير الصور الثابتة على نفسيتهم.



الشكل رقم (08): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 07 من المحور 01.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.V2010

البند 08: للدرشة عبر الفايسبوك أثر سلبي في تقبلك الدعوة الإسلامية.

الجدول رقم (14): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (08) من المحور 01.

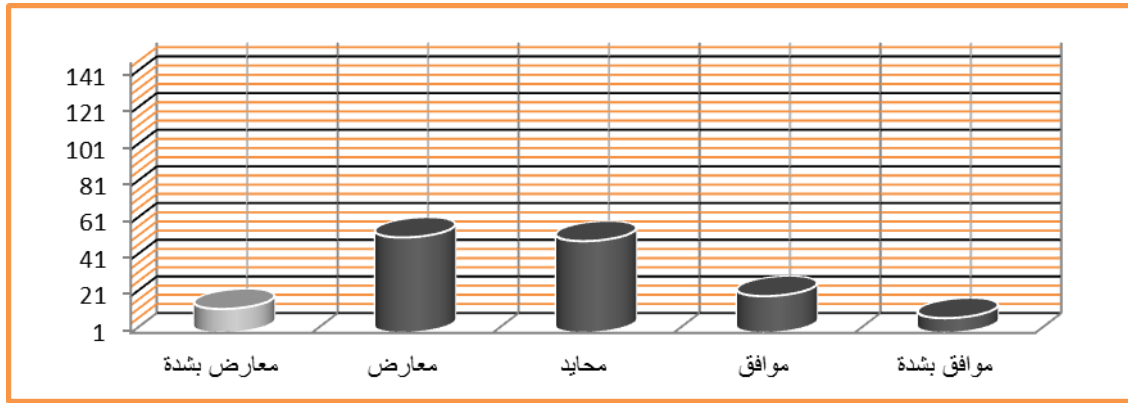
الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	14	9,46	9,488	59,027	0,000	4	دال
معارض	53	35,81					
محايد	51	34,46					
موافق	21	14,19					
موافق بشدة	9	6,08					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "للدرشة عبر الفايسبوك أثر سلبي في تقبلك الدعوة الإسلامية" كانت لصالح معارض بقيم مشاهدة 53 وبنسبة 35.81%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 21 وبنسبة 14.19%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 9 أي بنسبة 6.08%، ولصالح محايد بقيم مشاهدة 51 وبنسبة 34.46% و معارض بشدة بقيم مشاهدة 14 وبنسبة 9.46%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 59.027 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: معارض وبنسبة 35.81%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يؤكد وبنسبة 35.81%، على أن: الدرشة عبر الفايسبوك ليس لها أثر سلبي في تقبلهم الدعوة الإسلامية.



الشكل رقم (09): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 08 المحور 01.
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج EXCEL.V2010

البند 12: أفضل طريقة البث المباشر بين الداعي والطالب الجامعي لتجنب الوقوع في الخطأ والفهم الصحيح للدعوة الإسلامية.

الجدول رقم (15): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (12) من المحور 01.

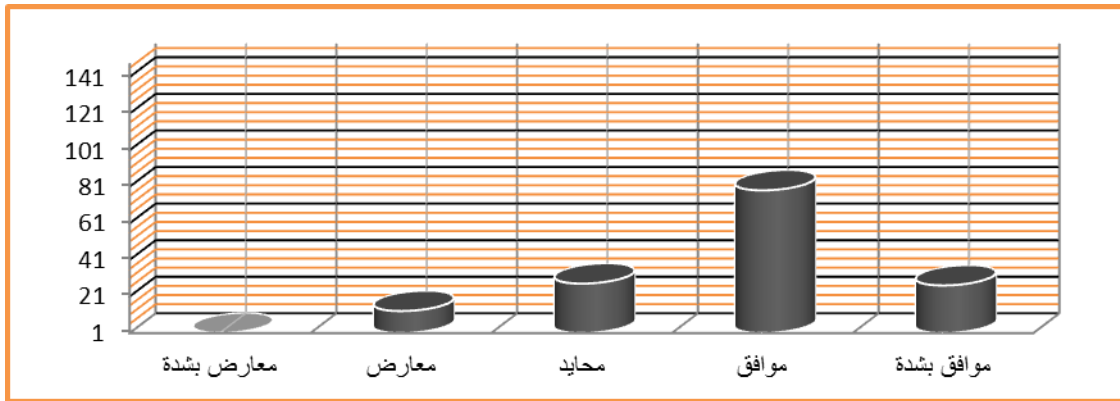
الإحصائي	الاستنتاج	درجة الحرية	مستوى المعنوية (SIG)	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
				المجدولة	المحسوبة			
دال	4	0,000	9,488	119,703	0,68	1	معارض بشدة	
						8,78	13	معارض
						18,92	28	محايد
						53,38	79	موافق
						18,24	27	موافق بشدة
						100,00	148	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "أفضل طريقة البث المباشر بين الداعي والطالب الجامعي لتجنب الوقوع في الخطأ والفهم الصحيح للدعوة الإسلامية" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 79 وبنسبة 53.38%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 27 أي بنسبة 18.24%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 28 وبنسبة 18.92%، ولصالح

معارض بقيم مشاهدة 13 وبنسبة 8.78%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.68%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 119.70 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 53.38%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 53.38% على أنهم: يفضلون طريقة البث المباشر بين الداعي والطالب الجامعي لتجنب الوقوع في الخطأ والفهم الصحيح للدعوة الإسلامية.



الشكل رقم(10): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 12 من المحور 01.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.V2010

البند 13: يساعدني التسجيل الصوتي الديني عبر موقع الفايسبوك على التركيز الكامل على محتوى التسجيل وفهمه .

الجدول رقم (16): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (13) من المحور 01.

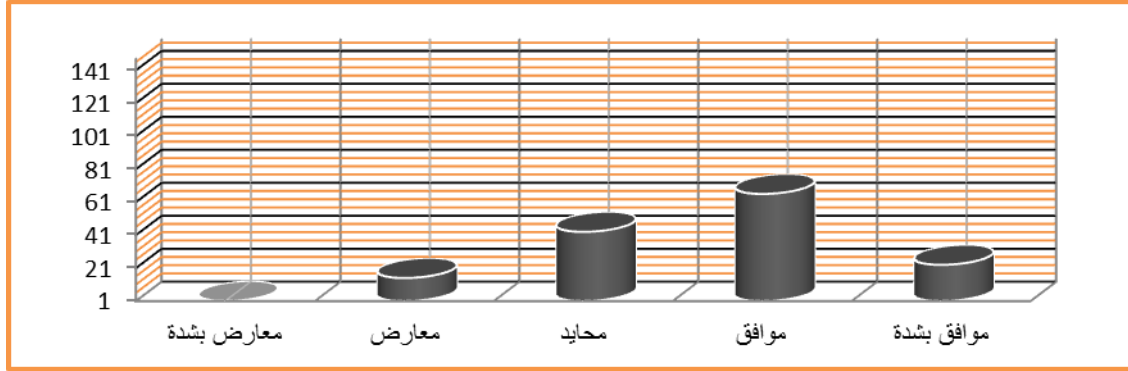
الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	1	0,68	9,488	87,135	0,000	4	دال
معارض	15	10,14					
محايد	43	29,05					
موافق	66	44,59					
موافق بشدة	23	15,54					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "يساعدني التسجيل الصوتي الديني عبر موقع الفايسبوك على التركيز الكامل على محتوى التسجيل وفهمه" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 66 وبنسبة 44.59%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 23 أي بنسبة 15.54%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 43 وبنسبة 29.05%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 15 وبنسبة 10.14%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.68%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 87.135 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 44.59%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يؤكد وبنسبة 44.59% على أن: التسجيل الصوتي الديني عبر موقع الفايسبوك يساعدهم على التركيز الكامل على محتوى التسجيل وفهمه .



الشكل رقم(11): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 13 من المحور 01. المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 وبرنامج EXCEL.V2010

وبصفة عامة من خلال عرض تحليل إجابات مفردات العينة على بنود المحور الأول الخاص بالأساليب الدعوية نجد ما يلي:

جدول رقم (17): يبين ملخص تحليل بنود المحور الأول.

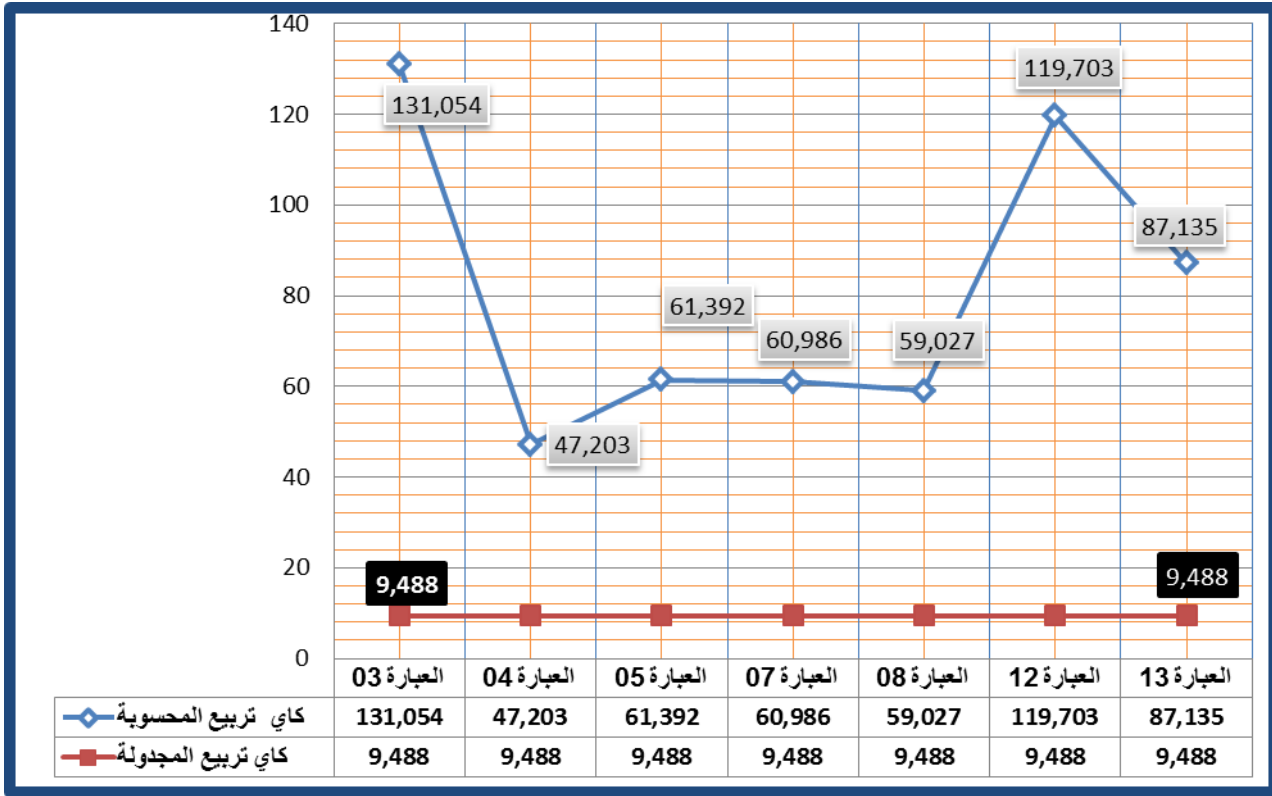
رقم	البند	البديل أكثر تكرارا	النسبة%	نتيجة دلالة كا ²
3	أحب النصوص الإسلامية المعروضة على صفحة الفايسبوك.	موافق	50,68%	دال
4	الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تؤثر على نفسيتك.	محايد	31,76%	دال
5	الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تغير اتجاهك نحو الدعوة الإسلامية.	معارض	37,84%	دال
7	للصور الثابتة حول الدعوة الإسلامية في الفايسبوك تأثير ضعيف على نفسيتك.	محايد	39,19%	دال

8	للدردشة عبر الفايسبوك أثر سلبي في تقبلك الدعوة الإسلامية.	معارض	35,81%	دال
12	أفضل طريقة البث المباشر بين الداعي والطالب الجامعي لتجنب الوقوع في الخطأ والفهم الصحيح للدعوة الإسلامية.	موافق	53,38%	دال
13	يساعدني التسجيل الصوتي الديني عبر موقع الفايسبوك على التركيز الكامل على محتوى التسجيل وفهمه.	موافق	44,59%	دال

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه والشكل أدناه نجد أن كل بنود المحور الأول دالة إحصائياً لصالح الإجابة الأكثر تكراراً عند مستوى دلالة 0.05، حيث (كا²) المحسوبة أكبر من المجدولة في كل البنود وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وذلك ما يثبت أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين إجابات الأفراد المستجوبين من الطلبة الجامعيين لصالح القيمة الأكثر تكراراً أي اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو أساليب الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك تتمثل في أنهم موافقون على عرض النصوص الإسلامية على صفحة الفايسبوك وهذا حسب وجهة 50.68% منهم، كما أنهم موافقون على أن البث المباشر بين الداعي والطالب الجامعي الطريقة الأفضل لتجنب الوقوع في الخطأ والفهم الصحيح للدعوة الإسلامية. كما يوافقون على أن التسجيل الصوتي الديني عبر موقع الفايسبوك يساعدهم على التركيز الكامل على محتوى التسجيل وفهمه.

غير أنهم معارضون لفكرة: الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تغير اتجاههم نحو الدعوة الإسلامية. كما يعارضون الفكرة التي تنص على أن للدردشة عبر الفايسبوك أثر سلبي في تقبلهم الدعوة الإسلامية وهذا حسب وجهة نظر 35.81% منهم. كما أن أغلبهم لم يكونوا رأياً بعد اتجاه الفكرة القائلة أن الصور المتحركة (gif-img) في الفايسبوك تؤثر على نفسيتهم وأيضاً محايدون اتجاه فكرة: للصور الثابتة حول

الدعوة الإسلامية في الفايسبوك تأثير ضعيف على نفسياتهم وهذا حسب وجهة نظر 39.19% منهم.



الشكل رقم (12): يوضح قيم (كا²) المحسوبة أكبر من المجدولة لجميع بنود المحور الأول.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

02: عرض وتحليل إجابات مفردات العينة على بنود المحور الثاني الخاص بمنشورات

الفايسبوك:

يشتمل هذا المحور على 8 عبارات هي: (1,2,6,9,10,11,14,17)، أدرجت

لمعرفة دور الفايسبوك في تغيير اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية.

البند 01: يعتبر الفايسبوك الوسيلة الأفضل لنشر الدعوة الإسلامية.

الجدول رقم (18): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (01) من المحور 02.

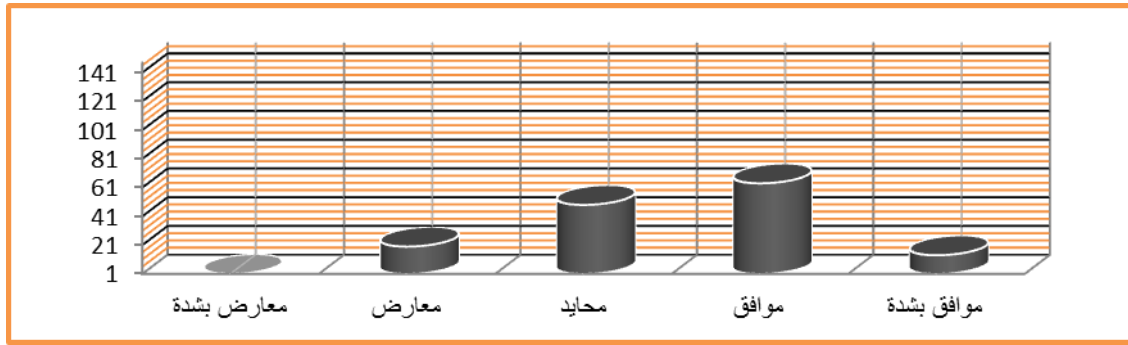
الإجابات	التكرارات	%	كا ² 'كاي تربيع' Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	1	0,7	9,488	91,662	0,000	4	دال
معارض	20	13,5					
محايد	49	33,1					
موافق	64	43,2					
موافق بشدة	14	9,5					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "يعتبر الفايسبوك الوسيلة الأفضل لنشر الدعوة الإسلامية" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 64 وبنسبة 43.2%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 14 أي بنسبة 9.5%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 49 وبنسبة 33.1%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 13.5%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 91.662 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 43.2%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 43.2% على أنهم: يعتبرون الفايسبوك الوسيلة الأفضل لنشر الدعوة الإسلامية.



الشكل رقم (13): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 01 من المحور 02.
المصدر: من إعداد الطالبتين وبإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

البند 02: أحب كل ما ينشر عبر موقع الفاييبوك بخصوص الدعوة الإسلامية.

الجدول رقم (19): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (02) من المحور 02.

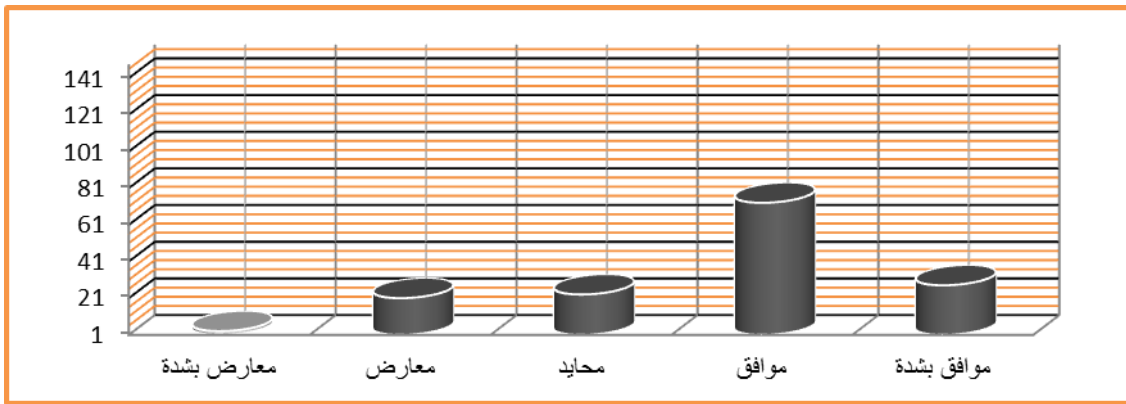
الإنتاج الإحصائي	درجة الحرية	مستوى المعنوية (SIG)	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	4	0,000	9,488	91,595	2,0	3	معارض بشدة
					14,2	21	معارض
					15,5	23	محايد
					49,3	73	موافق
					18,9	28	موافق بشدة
					100,00	148	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين وبإعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "أحب كل ما ينشر عبر موقع الفاييبوك بخصوص الدعوة الإسلامية" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 73 وبنسبة 49.3%، ولصالح موافق بشدة وقيم مشاهدة 28 أي بنسبة 18.9%، بينما بقيت مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 23 وبنسبة 15.5%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 21 وبنسبة 14.2%، و معارض بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 91.595 وهي أكبر من (كا²) الجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق ونسبة 49.3%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق ونسبة 49.3% على أنهم: يحبون كل ما ينشر عبر موقع الفايسبوك بخصوص الدعوة الإسلامية.



الشكل رقم (14): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 02 من المحور 02.
المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 و برنامج

EXCEL.v2010

البند 06: لا أثق أبدا في ما ينشر عبر الفايسبوك حول الدعوة الإسلامية من منشورات.
الجدول رقم (20): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (06) من المحور 02.

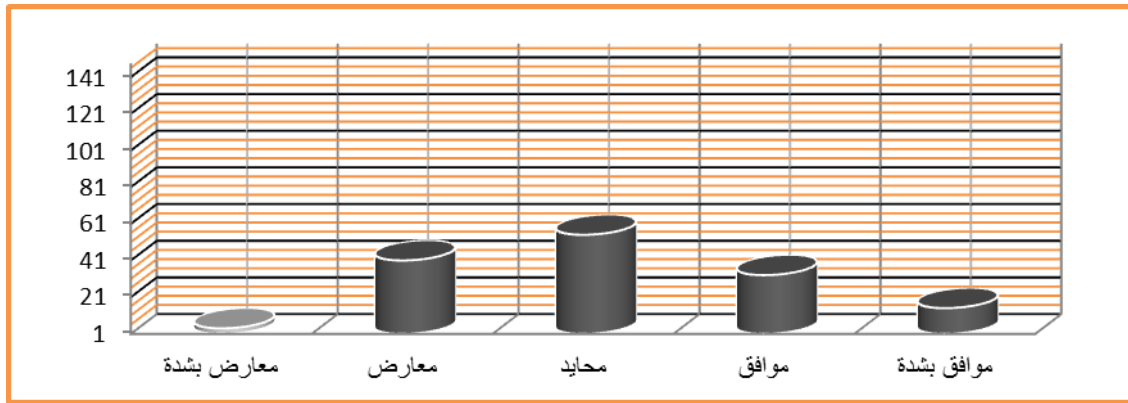
الاستنتاج الإحصائي	درجة الحرية	مستوى المعنوية (SIG)	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
			الجدولة	المحسوبة			
دال	4	0,000	9,488	55,919	2,7	4	معارض بشدة
					27,7	41	معارض
					37,2	55	محايد
					22,3	33	موافق
					10,1	15	موافق بشدة
					100,00	148	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "لا أثق أبدا في ما ينشر عبر الفايسبوك حول الدعوة الإسلامية من منشورات" كانت لصالح محايد بقيم مشاهدة 55 وبنسبة 37.2%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 33 وبنسبة 22.3%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 15 أي بنسبة 10.1%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 41 وبنسبة 27.7%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 55,919 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9,488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: محايد و بنسبة 37.2%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين محايد وبنسبة 37.2%، نحو البند: لا أثق أبدا في ما ينشر عبر الفايسبوك حول الدعوة الإسلامية من منشورات .



الشكل رقم(15): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 06 من المحور 02.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

البند 09: لا أهتم بما ينشر عبر موقع الفايسبوك من أحاديث نبوية وأدعية.

الجدول رقم (21): يمثل نتائج إجابة مفردات العينة على البند رقم (09) من المحور 02.

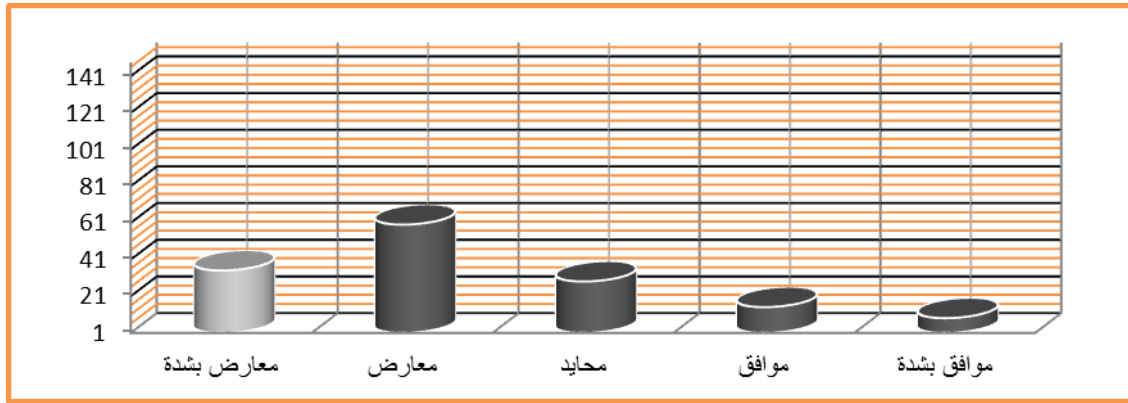
الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	35	23,6	9,488	53,757	0,000	4	دال
معارض	60	40,5					
محايد	29	19,6					
موافق	15	10,1					
موافق بشدة	9	6,1					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "لا أهتم بما ينشر عبر موقع الفايسبوك من أحاديث نبوية وأدعية" كانت لصالح معارض بقيم مشاهدة 60 وبنسبة 40.5%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 35 وبنسبة 23.6%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجابتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 15 وبنسبة 10.1%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، ولصالح محايد بقيم مشاهدة 29 وبنسبة 19.6%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 53.757 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: معارض وبنسبة 40.5%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 40.5% على أنهم: يهتمون بما ينشر عبر موقع الفايسبوك من أحاديث نبوية وأدعية.



الشكل رقم(16): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 09 من المحور 02.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج EXCEL.v2010

البند 10: أحب ما ينشر من فيديوهات حول الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك.

الجدول رقم (22): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (10) من المحور 02.

الإحصائي	الاستنتاج	درجة الحرية	مستوى المعنوية (SIG)	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		%	التكرارات	الإجابات
				المجدولة	المحسوبة			
دال		4	0,000	9,488	115,649	0,7	1	معارض بشدة
						6,1	9	معارض
						16,2	24	محايد
						50,7	75	موافق
						26,4	39	موافق بشدة
						100,00	148	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة

على البند "أحب ما ينشر من فيديوهات حول الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك" كانت

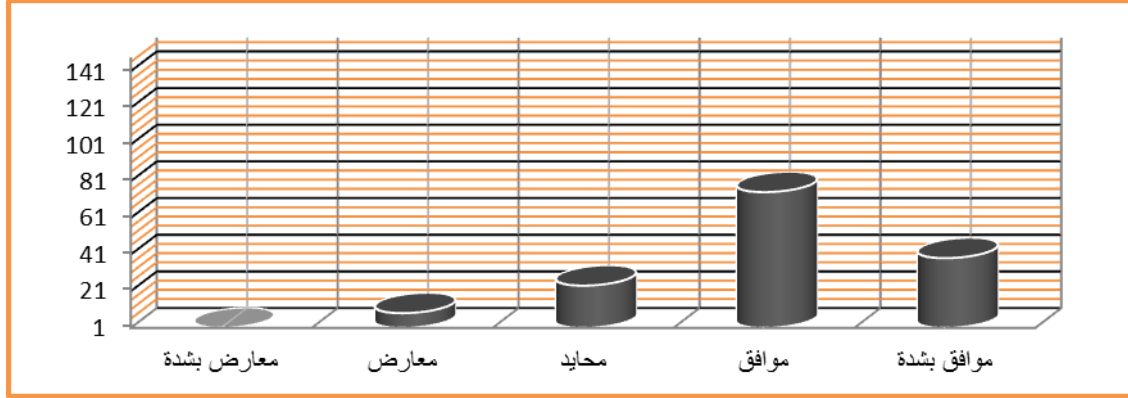
لصالح موافق بقيم مشاهدة 75 وبنسبة 50.7%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 39

أي بنسبة 26.4%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة

24 وبنسبة 16.2%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 115.649 وهي أكبر من (كا²) الجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 50.7%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 50.7% على أنهم: يحبون ما ينشر من فيديوهات حول الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك.



الشكل رقم (17): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 10

من المحور 02.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL .v2010

البند 11: الفاييبوك مصدر تحريف للنصوص والأحاديث النبوية لهذا لا أثق فيه.
الجدول رقم (23): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (11) من المحور 02.

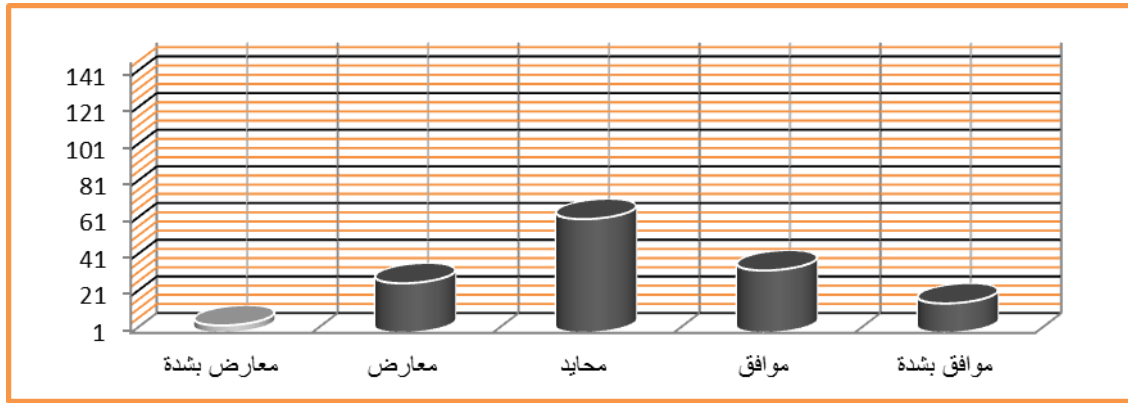
الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع" Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	5	3,4	9,488	64,568	0,000	4	دال
معارض	28	18,9					
محايد	63	42,6					
موافق	35	23,6					
موافق بشدة	17	11,5					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "الفايبوك مصدر تحريف للنصوص والأحاديث النبوية لهذا لا أثق فيه" كانت لصالح محايد بقيم مشاهدة 63 وبنسبة 42.6%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجابتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 35 وبنسبة 23.6%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 17 أي بنسبة 11.5%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 28 وبنسبة 18.9%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 3.4%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 64.568 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: محايد و بنسبة 42.6%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين محايد وبنسبة 42.6%، اتجاه فكرة أن الفاييبوك مصدر تحريف للنصوص والأحاديث النبوية لهذا لا أثق فيه.



الشكل رقم (18): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 11 من المحور 02.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج EXCEL.v2010

البند 14: أعتمد على الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي كونه الأكثر انتشارا واستخداما بين أواسط الطلبة.

الجدول رقم (24): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (14) من المحور 02

الإجابات	التكرارات	%	كا ² 'كاي تربيع' Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	6	4,1	9,488	84,5	0,000	4	دال
معارض	10	6,8					
محايد	32	21,6					
موافق	69	46,6					
موافق بشدة	31	20,9					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة

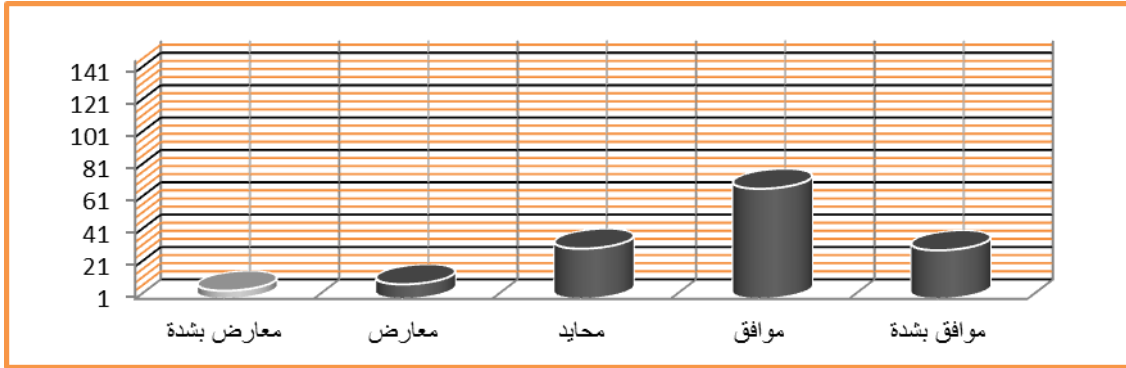
على البند "أعتمد على الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي كونه الأكثر انتشارا

وإستخداما بين أواسط الطلبة" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 69 وبنسبة 46.6%،

ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 31 أي بنسبة 20.9%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 32 وبنسبة 21.6%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 10 وبنسبة 6.8%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 84.5 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0.000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 46.6%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 46.6% على أنهم: يعتمدون على الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي كونه الأكثر انتشارا واستخداما بين أوساط الطلبة.



الشكل رقم (19): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 14 من المحور 02.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

البند 17: يوفر الفايسبوك مادة سمعية و بصرية دينية جذابة وذات تأثير قوي.

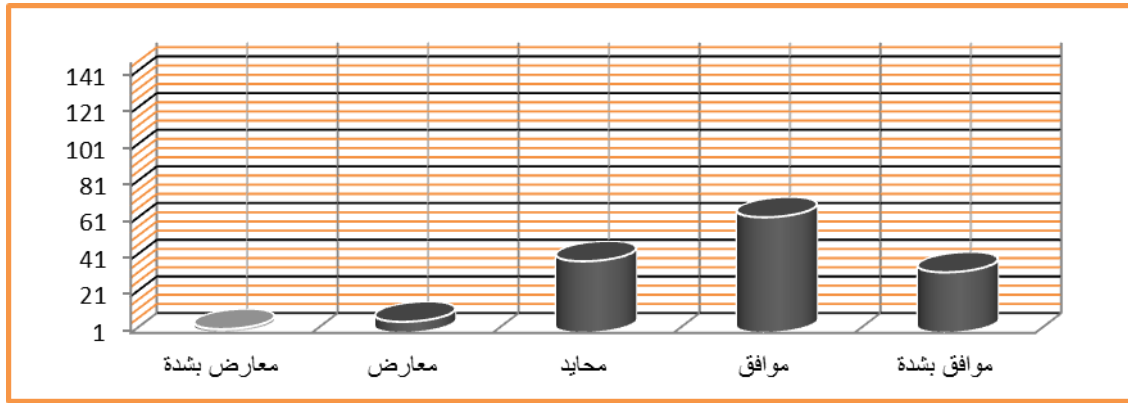
الجدول رقم (25): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (17) من المحور 02.

الإحصائي	الاستنتاج	درجة الحرية	مستوى المعنوية (SIG)	كا ² كاي تربيع " Chi-Square		التكرارات	%	الإجابات
				المجدولة	المحسوبة			
دال	4	0,000	9,488	85,446	2,0	3	2,0	معارض بشدة
					4,7	7	4,7	معارض
					27,0	40	27,0	محايد
					43,2	64	43,2	موافق
					23,0	34	23,0	موافق بشدة
					100,00	148	100,00	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين وبالإعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "يوفر الفايسبوك مادة سمعية و بصرية دينية جذابة وذات تأثير قوي" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 64 وبنسبة 43.2%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 34 أي بنسبة 23.0%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 40 وبنسبة 27.0%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 85.446 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9,488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 43.2%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 43.2% على أن الفايسبوك يوفر لهم مادة سمعية و بصرية دينية جذابة وذات تأثير قوي.



الشكل رقم(20): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 17 من المحور 02.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج EXCEL.v2010

وبصفة عامة من خلال عرض تحليل إجابات مفردات العينة على بنود المحور الثاني الخاص بمنشورات الفايسبوك نجد ما يلي:

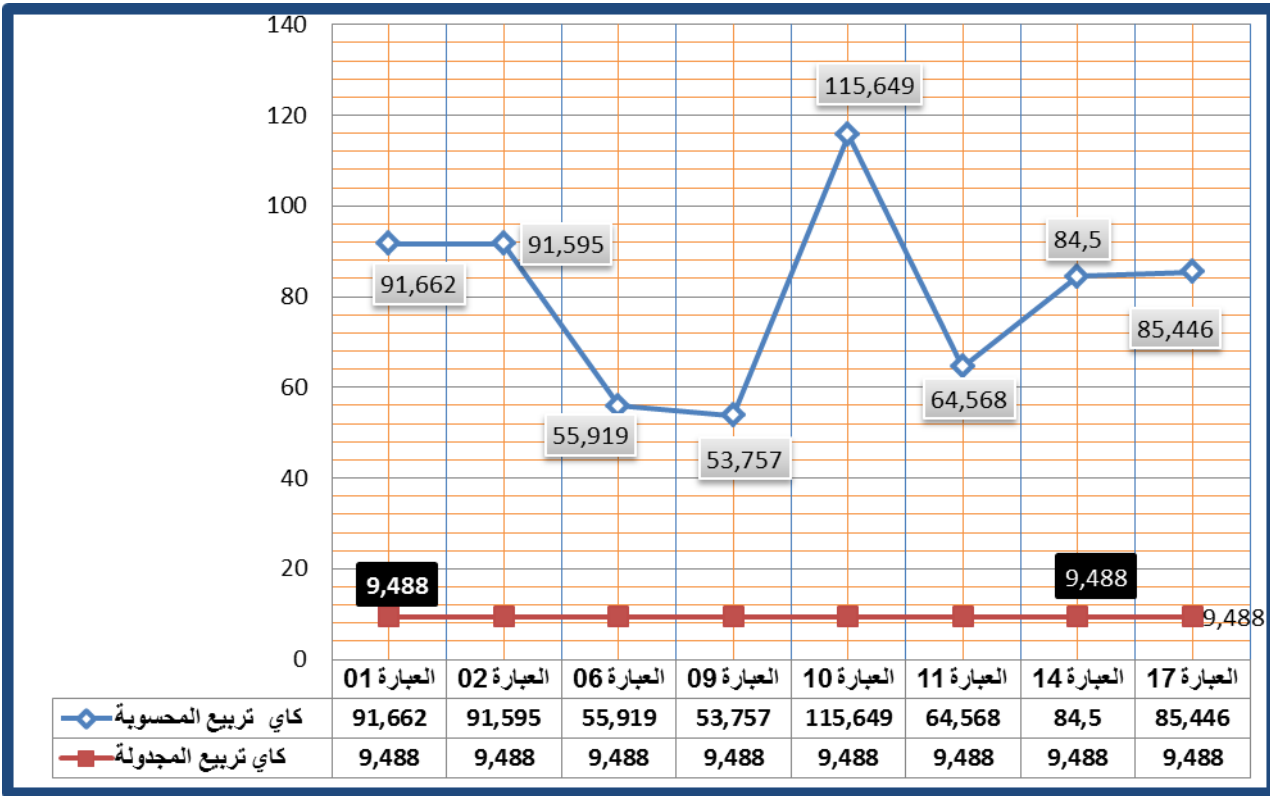
جدول رقم(26): يبين ملخص تحليل بنود المحور الثاني.

رقم	البند	البديل أكثر تكرار	النسبة %	نتيجة دلالة كا ²
1	يعتبر الفايسبوك الوسيلة الأفضل لنشر الدعوة الإسلامية.	موافق	43,2%	دال
2	أحب كل ما ينشر عبر موقع الفايسبوك بخصوص الدعوة الإسلامية.	موافق	49,3%	دال
6	لا أتق أبدا فيما ينشر عبر الفايسبوك حول الدعوة الإسلامية من منشورات.	محايد	37,2%	دال
9	لا أهتم بما ينشر عبر موقع الفايسبوك من أحاديث نبوية وأدعية.	معارض	40,5%	دال
10	أحب ما ينشر من فيديوهات حول الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك.	موافق	50,7%	دال

11	الفايسبوك مصدر تحريف للنصوص والأحاديث النبوية لهذا لا أثق فيه.	محايد	42,6%	دال
14	أعتمد على الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي كونه الأكثر انتشارا واستخداما بين أواسط الطلبة.	موافق	46,6%	دال
17	يوفر الفايسبوك مادة سمعية وبصرية دينية جذابة وذات تأثير قوي.	موافق	43,2%	دال

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه والشكل أدناه نجد أن كل بنود المحور الثاني دالة إحصائيا لصالح الإجابة الأكثر تكرارا عند مستوى دلالة (0.05)، حيث (كا²) المحسوبة أكبر من المجدولة في كل البنود وهو ما يوضحه الشكل أدناه. وذلك ما يثبت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات الأفراد المستجوبين من الطلبة الجامعيين لصالح القيمة الأكثر تكرارا أي دور الفايسبوك في تشكيل اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية حيث تبين وفقا للنتائج أنهم موافقون على أن الفايسبوك يعتبر الوسيلة الأفضل لنشر الدعوة الإسلامية وهذا حسب وجهة نظر 43,2% منهم، وأنهم يحبون كل ما ينشر عبر موقع الفايسبوك بخصوص الدعوة الإسلامية خاصة الفيديوهات المتعلقة بالدعوة الإسلامية وهذا حسب وجهة نظر 50.70% منهم، كما أنهم يعتمدون على الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي كونه الأكثر انتشارا و استخداما بين أواسط الطلبة. وهذا كونه يوفر مادة سمعية وبصرية دينية جذابة وذات تأثير قوي.

كما أن أغلبهم لم يكونوا رأيا بعد نحو الفكرة القائلة "الفايسبوك مصدر تحريف للنصوص والأحاديث النبوية لهذا لا أثق فيه"، وأيضا لم يكونوا رأيا بعد اتجاه البند القائل: لا أثق أبدا فيما ينشر عبر الفايسبوك حول الدعوة الإسلامية من منشورات.



الشكل رقم (21): يوضح قيم (كا²) المحسوبة أكبر من الجدولة لجميع بنود

المحور 02.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V24 وبرنامج

EXCEL.v2010

03: عرض وتحليل إجابات مفردات العينة على بنود المحور الثالث الخاص بطبيعة الاتجاهات:

خصص هذا المحور لمعرفة طبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك وهو يحتوي على 5 بنود هي: (15،16،18،19،20).

البند 15: كثيرا ما تمدني القمص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتدها في حياتي.

الجدول رقم (27): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (15) من المحور 03.

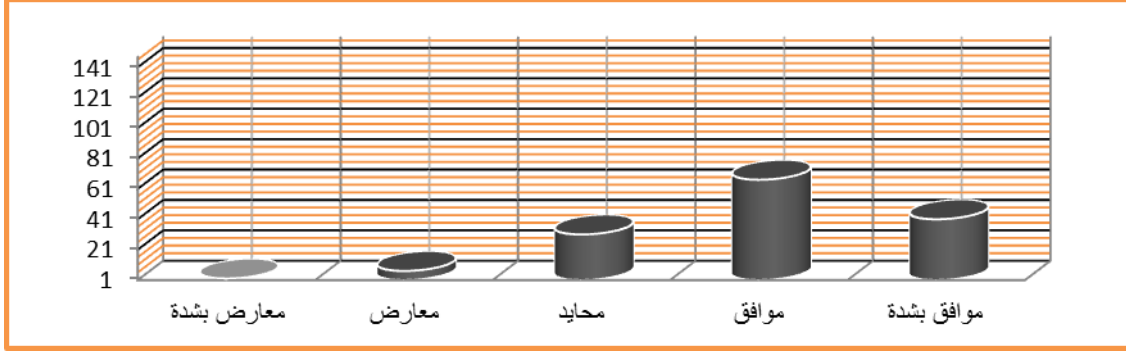
الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع"-Chi Squire		مستوى المعنوية SIG	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	2	1,4	9,488	94,703	0,000	4	دال
معارض	7	4,7					
محايد	31	20,9					
موافق	67	45,3					
موافق بشدة	41	27,7					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "كثيرا ما تمدني القمص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتدها في حياتي" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 67 وبنسبة 45.3%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 41 أي بنسبة 27.7%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 31 وبنسبة 20.9%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 94.703 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0.000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 45.3%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 45.3% على أنه كثيرا ما تمدهم القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة يعتمدونها في حياتهم.



الشكل رقم(22): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 15 من المحور 03.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

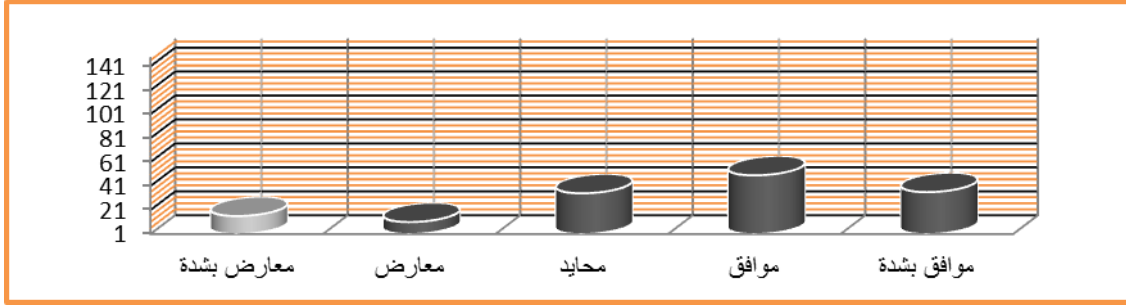
البند 16: تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام إسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.
الجدول رقم (28): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (16) من المحور 03.

الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع"-Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	16	10,8	9,488	34,365	0,000	4	دال
معارض	11	7,4					
محايد	35	23,6					
موافق	50	33,8					
موافق بشدة	36	24,3					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك" كانت لصالح موافق وبقية مفردة 50 وبنسبة 33.8%، ولصالح موافق بشدة وبقية مفردة 36 أي بنسبة 24.3%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجابتهم لصالح محايد وبقية مفردة 35 وبنسبة 23.6%، ولصالح معارض وبقية مفردة 11 وبنسبة 7.4%، ولصالح معارض بشدة وبقية مفردة 11 وبنسبة 7.4%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه. وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 34.365 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 33.8%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق بنسبة 33.8% على أن بعض الصفحات المدعية للإسلام تستغل إسمه لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفيسبوك.



الشكل رقم(23): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 16 من المحور 03.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

البند 18: لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.
الجدول رقم (29): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (18) من المحور 03.

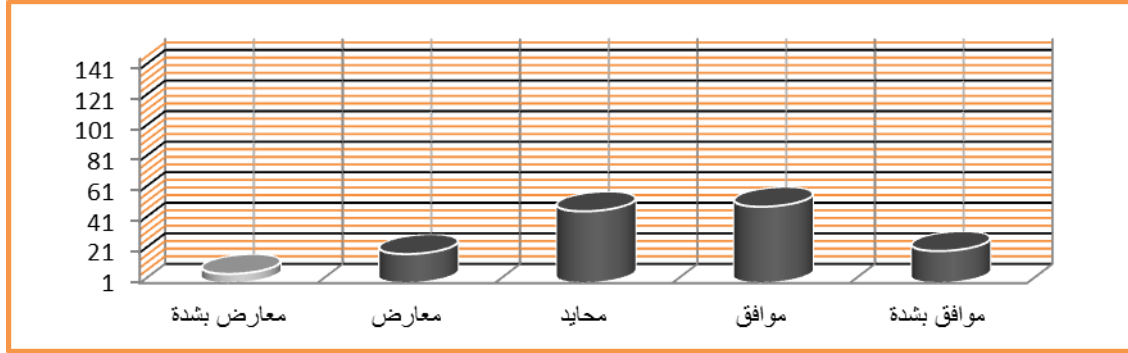
الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع"-Chi-Square		(مستوى المعنوية) SIG	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	7	4,7	9,488	49,23	0,000	4	دال
معارض	20	13,5					
محايد	48	32,4					
موافق	51	34,5					
موافق بشدة	22	14,9					
المجموع	148	100.00					

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة حول البند "لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 51 وبنسبة 34.5%، ولصالح موافق بشدة وبقيم مشاهدة 22 أي بنسبة 14.9%، بينما بقية مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 48 وبنسبة 32.4%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 13.5%، و معارض بشدة بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة أفراد العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 49.23 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 34.5%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة 34.5% على أنهم: لا يشجعون الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت إسم الإسلام والهداية.



الشكل رقم (24): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 18 من المحور 03. المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

البند 19: يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية. **الجدول رقم (30):** يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (19) من المحور 03.

الإجابات	التكرارات	%	كا ² "كاي تربيع" - Chi-Square		مستوى المعنوية (SIG)	درجة الحرية	الاستنتاج الإحصائي
			المجدولة	المحسوبة			
معارض بشدة	7	4,7	9,488	94,365	0,000	4	دال
معارض	19	12,8					
محايد	70	47,3					
موافق	42	28,4					
موافق بشدة	10	6,8					
المجموع	148	100.00					

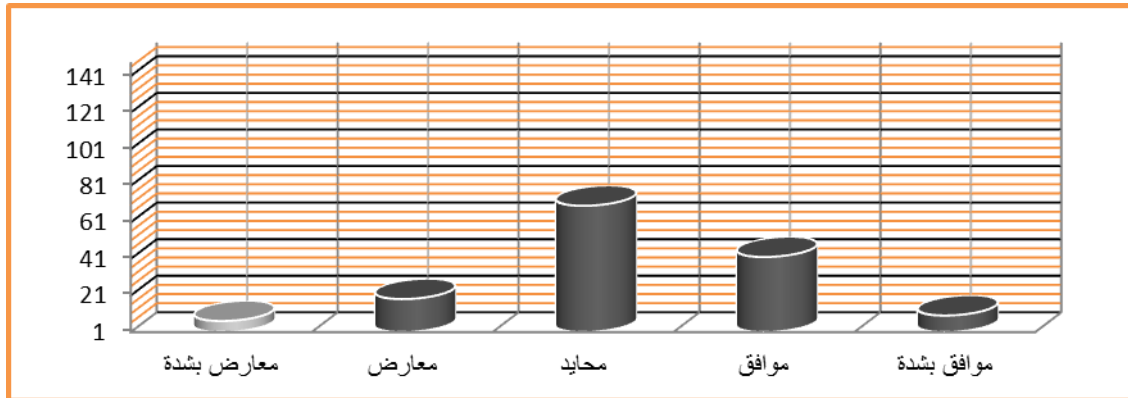
المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على البند "يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية" كانت لصالح محايد بقيم مشاهدة 70 وبنسبة 47.3%، بينما بقية مفردات

العينة كانت إجاباتهم لصالح موافق بقيم مشاهدة 42 وبنسبة 28.4%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 10 أي بنسبة 6.8%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 19 وبنسبة 12.8%، ومعارض بشدة بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 94.365 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضاً قيمة SIG=0,000 أكبر من مستوى الدلالة 0.05 أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكراراً: محايد وبنسبة 47.3%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين محايد وبنسبة 47.3% إزاء الفكرة: يؤدي التباين الديني عبر موقع الفيسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.



الشكل رقم (25): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 19

من المحور 03.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

البند 20: يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.

الجدول رقم (31): يمثل نتائج إجابات مفردات العينة على البند رقم (20) من المحور 03.

الإنتاج الإحصائي	درجة الحرية	مستوى (المعنوية) SIG	كا ² "كاي تربيع"-Chi Squire		%	التكرارات	الإجابات
			المجدولة	المحسوبة			
دال	4	0,000	9,488	63,216	4,7	7	معارض بشدة
					16,2	24	معارض
					31,8	47	محايد
					38,5	57	موافق
					8,8	13	موافق بشدة
					100.00	148	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نجد أن إجابات مفردات العينة على

البند "يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي

فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته" كانت لصالح موافق وقيم مشاهدة

57 وبنسبة 38.5%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 13 أي بنسبة 8.8%، بينما بقية

مفردات العينة كانت إجاباتهم لصالح محايد بقيم مشاهدة 47 وبنسبة 31.8%، ولصالح

معارض بقيم مشاهدة 24 وبنسبة 16.2%، و معارض بشدة بقيم مشاهدة 7 وبنسبة

4.7%، والشكل أدناه يوضح تكرارات إجابة مفردات العينة على البند أعلاه.

وللتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث

بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 63.216 وهي أكبر من (كا²) المجدولة 9.488 عند مستوى

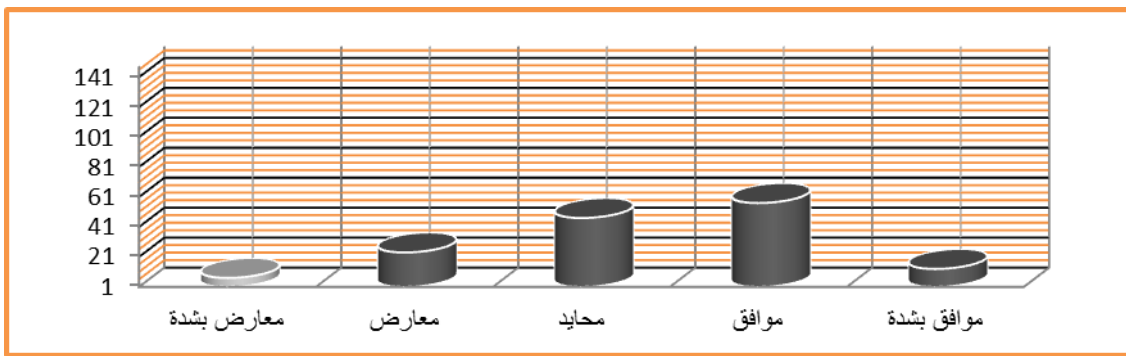
الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، وأيضا قيمة $SIG=0,000$ أكبر من مستوى الدلالة 0.05

أي توجد دلالة إحصائية لصالح القيمة الأكثر تكرارا: موافق وبنسبة 38.5%.

الاستنتاج: نستنتج مما سبق أن الاتجاه العام للطلبة الجامعيين يوافق وبنسبة

38.5% على أن الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل

الاجتماعي فاييسبوك يؤدي إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.



الشكل رقم(26): رسم بياني يوضح إجابات مفردات العينة على البند رقم 20

من المحور 03.

المصدر: من إعداد الطالبتين وبالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج

EXCEL.v2010

وبصفة عامة من خلال عرض تحليل إجابات مفردات العينة على بنود المحور

الثالث الخاص بطبيعة الاتجاهات نجد ما يلي:

جدول رقم (32): يبين ملخص تحليل بنود المحور الثالث.

رقم	البند	البديل أكثر تكرار	النسبة %	نتيجة دلالة كا ²
15	كثيرا ما تمدني القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي.	موافق	45,3%	دال
16	تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.	موافق	33,8%	دال
18	لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.	موافق	34,5%	دال
19	يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.	محايد	47,3%	دال
20	يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.	موافق	38,5%	دال

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه والشكل أدناه نجد أن معظم بنود

المحور الثالث دالة إحصائيا لصالح الإجابة الأكثر تكرارا عند مستوى دلالة (0.05)،

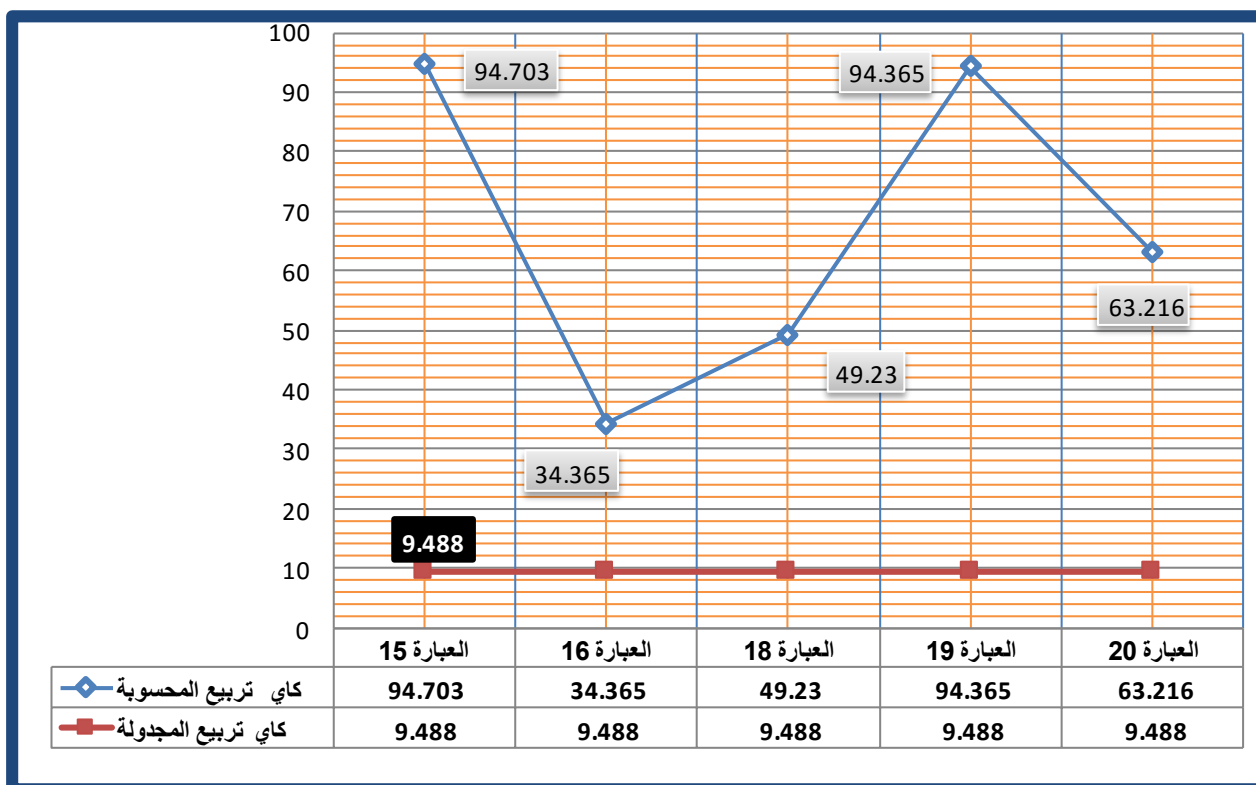
حيث (كا²) المحسوبة أكبر من المجدولة في كل الحالات وهو ما يوضحه الشكل أدناه.

وذلك ما يثبت أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين إجابات الأفراد المستجوبين من الطلبة الجامعيين لصالح القيمة الأكثر تكرارا أي طبيعة الاتجاهات عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك والتي تتمثل في أنهم موافقون على أن القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك تمدهم بأفكار دينية جديدة كما يوافقون على أن بعض الصفحات المدعية للإسلام تستغل اسمه لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.

أيضا لا يشجعون الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية باعتبار أن 34.5% من مفردات العينة أجابت بعدم الموافقة على البند أعلاه، في حين تظهر النسب المئوية للاتجاهات (موافق بشدة/معارض/معارض بشدة) مجتمعة على أن 33.1% من مفردات العينة يشجعون الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك وهي نسبة متقاربة.

كما أنهم لم يكونوا رأيا بعد اتجاه فكرة: التباين الديني عبر موقع الفايسبوك يؤدي

إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.



الشكل رقم (27): يوضح قيم (كا²) المحسوبة أكبر من المجدولة لبنود المحور 03.
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v24 وبرنامج EXCEL.v2010

04: المقاطعة بين العوامل الديموغرافية وبنود المحور الثالث:

قاطعنا في هذا المحور بين العوامل الديموغرافية الأربع (الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص) و بنود المحور الثالث المتعلق بطبيعة الاتجاهات.
جدول رقم (33): يبين تقاطع البند 15 مع عامل الجنس.

المجموع	البند 15: كثيرا ما تمدني القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	ذكور	الجنس
44	12	17	11	3	1	تكرار	ذكور	
29,7%	8,1%	11,5%	7,4%	2,0%	0,7%	%		
104	29	50	20	4	1	تكرار	إناث	
70,3%	19,6%	33,8%	13,5%	2,7%	0,7%	%		

148	41	67	31	7	2	تكرار	المجموع
100,0%	27,7%	45,3%	20,9%	4,7%	1,4%	%	
(كا ²) = المحسوبة = 2.07، الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 4							

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتضح لنا من الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير الجنس على البند "كثيرا ما تمدني القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي" كانت لصالح موافق بالنسبة للإناث بقيم مشاهدة 50 والمقدرة نسبتها ب 33.8%، في حين نجد أن قيم المشاهددة عند الذكور قدرت ب 1 وذلك بنسبة 11.5%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 29 للإناث والمقدرة نسبتها ب 19.6%، أما بالنسبة للذكور فقد قدرت قيم المشاهددة ب 12 وبنسبة 8.1%، وقد بلغت نسبة قيم المشاهددة 20 بالنسبة للإناث والتي قدرت نسبتها ب 13.5% لصالح محايد، أما بالنسبة للذكور فقد بلغت قيم المشاهددة 11 والمقدرة نسبتها ب 7.4%، في حين بلغت قيم المشاهددة 4 بالنسبة للإناث والمقدرة نسبتها ب 2.7% لصالح معارض، أما الذكور فقد كانت قيم المشاهددة 3 والتي قدرت نسبتها ب 2.0%، في حين نجد قيم المشاهددة مشتركة بين الإناث والذكور حيث بلغت 1 والمقدرة نسبتها ب 0.7% لصالح معارض بشدة.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 2.07 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومضمون البند رقم 15.

جدول رقم (34): يبين تقاطع البند 16 مع عامل الجنس.

المجموع	البند 16: تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أواسط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
44	16	11	12	2	3	تكرار	ذكور	الجنس
29,7%	10,8%	7,4%	8,1%	1,4%	2,0%	%		
104	20	39	23	9	13	تكرار	إناث	
70,3%	13,5%	26,4%	15,5%	6,1%	8,8%	%		
148	36	50	35	11	16	تكرار	المجموع	
100,0%	24,3%	33,8%	23,6%	7,4%	10,8%	%		

(كا²) = المحسوبة = 7.13، الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 4

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتضح لنا من الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير الجنس على البند "تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أواسط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك" كانت لصالح موافق بالنسبة للإناث بقيم مشاهدة 39 والمقدرة نسبتها ب 26.4%، في حين نجد أن قيم المشاهدة عند الذكور قدرت ب 11 وذلك بنسبة 7.4%، ولصالح موافق بشدة بقيم مشاهدة 20 للإناث والمقدرة نسبتها ب 13.5%، أما بالنسبة للذكور فقد قدرت قيم المشاهدة ب 16 وبنسبة 10.8%، وقد بلغت نسبة قيم المشاهدة 23 بالنسبة للإناث والتي قدرت نسبتها ب 15.5% لصالح محايد، أما بالنسبة للذكور فقد بلغت قيم المشاهدة 12 والمقدرة نسبتها ب 8.1%، في حين بلغت قيم المشاهدة 13 بالنسبة للإناث والمقدرة نسبتها ب 8.8% لصالح معارض بشدة، أما الذكور فقد كانت قيم المشاهدة 3 والتي قدرت نسبتها ب 2.0%، في حين نجد قيم المشاهدة 9 للإناث وبنسبة 6.1% لصالح معارض، أما الذكور فقيم المشاهدة كانت 2 والمقدرة نسبتها ب 1.4%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 7.13 وهي أصغر من كا² الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومضمون البند رقم 16.

جدول رقم (35): يبين تقاطع البند 17 مع عامل الجنس.

المجموع	البند 17: لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفيسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	ذكور	الجنس
44	5	13	16	6	4			
29,7%	3,4%	8,8%	10,8%	4,1%	2,7%			
104	17	35	35	14	3	%	المجموع	
70,3%	11,5%	23,6%	23,6%	9,5%	2,0%			
148	22	48	51	20	7	%		
100,0%	14,9%	32,4%	34,5%	13,5%	4,7%			

(كا²) = المحسوبة = 3.26، الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 4

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و
المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتضح لنا من الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير الجنس على البند "لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفيسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية" كانت النسبة مشتركة بين موافق ومحايد للإناث بقيم مشاهدة 35 والمقدرة نسبتها بـ 23.6%، في حين نجد أن قيم مشاهدة بالنسبة لموافق عند الذكور قدرت بـ 13 وذلك بنسبة 8.8%، ولصالح محايد بقيم مشاهدة 16 للذكور والمقدرة نسبتها بـ 10.8%، تليها موافق بشدة بقيم

مشاهدة 17 وبنسبة 11.5%، أما بالنسبة للذكور فقد كانت قيم المشاهددة 5 والمقدرة نسبتها ب 3.4%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 14 والمقدرة نسبتها ب 9.5%، في حين بلغت قيم المشاهددة للذكور 6 والمقدرة نسبتها ب 4.1%، بينما كانت قيم المشاهددة 4 وبنسبة 2.7% لصالح معارض بشدة بالنسبة للذكور، أما الإناث فقد كانت قيم المشاهددة 3 وبنسبة 2.0%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 3.26 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومضمون البند رقم 17.

جدول رقم (36): يبين تقاطع البند 18 مع عامل الجنس

المجموع	البند 18: يؤدي التباين الديني عبر موقع الفاييبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
44	3	10	24	2	5	تكرار	ذكور	الجنس
29,7%	2,0%	6,8%	16,2%	1,4%	3,4%	%		
104	7	32	46	17	2	تكرار	إناث	
70,3%	4,7%	21,6%	31,1%	11,5%	1,4%	%		
148	10	42	70	19	7	تكرار	المجموع	
100,0%	6,8%	28,4%	47,3%	12,8%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 10.58، الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 4

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتضح لنا من الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير الجنس على البند "يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية" كانت لصالح محايد للإناث بقيم مشاهدة 46 والمقدرة نسبتها بـ 31.1%، في حين نجد أن قيم المشاهدة للذكور كانت 24 وبنسبة 16.2%، تليها موافق بقيم مشاهدة 32 وبنسبة 21.6% للإناث، أما بالنسبة للذكور فقد كانت قيم المشاهدة 10 وبنسبة 6.8%، ولصالح معارض بقيم مشاهدة 17 والمقدرة نسبتها بـ 11.5% بالنسبة للإناث، أما الذكور فقد كانت بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7% لصالح الإناث، في حين بلغت قيم المشاهدة للذكور 3 وبنسبة 2.1%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4% للإناث، أما الذكور فقيم المشاهدة كانت 5 وبنسبة 3.4%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 10.58 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومضمون البند رقم 18.

جدول رقم (37): يبين تقاطع البند 19 مع عامل الجنس.

المجموع	البند 19: يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	الذكور	الجنس
44	6	14	17	5	2	تكرار	الذكور	
29,7%	4,1%	9,5%	11,5%	3,4%	1,4%	%		
104	7	43	30	19	5	تكرار	الإناث	
70,3%	4,7%	29,1%	20,3%	12,8%	3,4%	%		
148	13	57	47	24	7	تكرار	المجموع	
100,0%	8,8%	38,5%	31,8%	16,2%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 4.25، الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 4

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتضح لنا من الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير الجنس على البند "يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 43 وبنسبة 29.1% للإناث، أما الذكور فكانت قيم المشاهدة 14 وبنسبة 9.5%، تليها محايد بقيم مشاهدة 30 وبنسبة 20.3% للإناث، أما الذكور فقيم المشاهدة كانت 17 وبنسبة 11.5%، تليها معارض بقيم مشاهدة 19 وبنسبة 12.8% للإناث، أما الذكور فكانت قيم المشاهدة 5 وبنسبة 3.4%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7%، أما الذكور فكانت بقيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1%، ولصالح معارض بشدة بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 3.4% للإناث، أما الذكور فكانت بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 4.25 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 9.49 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 4، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير الجنس ومضمون البند رقم 19.

جدول رقم (38): يبين تقاطع البند 15 مع عامل السن.

المجموع	البند 15: كثيرا ما تمدني القصة النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	السن	
105	30	49	21	5	0	تكرار	من 19 سنة	
70,9%	20,3%	33,1%	14,2%	3,4%	0,0%	%	الى 24 سنة	
35	10	15	7	2	1	تكرار	من 25 سنة	السن
23,6%	6,8%	10,1%	4,7%	1,4%	0,7%	%	الى 30 سنة	
8	1	3	3	0	1	تكرار	من 31 سنة	
5,4%	0,7%	2,0%	2,0%	0,0%	0,7%	%	إلى 49 سنة	
148	41	67	31	7	2	تكرار	المجموع	
100,0%	27,7%	45,3%	20,9%	4,7%	1,4%	%		

(كا²) = المحسوبة = 11.82، الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 8

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و

المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير السن على البند "كثيرا ما تمدني القصة النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 49 وبنسبة 33.1% للفئة العمرية (19-24 سنة)، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 30 وبنسبة 20.3%، بينما نجد قيم المشاهدات 21 لصالح محايد والمقدرة نسبتها ب 14.2%، أما معارض فقد كانت قيم المشاهدات فيها 5 وذلك بنسبة 3.4%، في حين نجد القيمة معدومة عند معارض بشدة.

أما بالنسبة للفئة العمرية (25-30 سنة) فنجد قيم المشاهدات 15 وبنسبة 10.1% لصالح موافق، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 10 وبنسبة 6.8%، بينما قدرت قيم المشاهدات لصالح محايد ب 7 وذلك بنسبة 4.7%، أما معارض فقد كانت قيم المشاهدات فيها

2 والمقدرة بنسبة 1.4%، في حين كانت قيم المشاهدة 1 وبنسبة 0.7% لصالح معارض بشدة.

أما فيما يخص الفئة العمرية (31-49 سنة) نجد أن قيم المشاهدة كانت مشتركة بين موافق ومحايد إذ بلغت 3 وبنسبة 2.0%، تليها قيم المشاهدة المشتركة أيضا بين موافق بشدة ومعارض بشدة إذ قدرت ب 1 وبنسبة 1.7%، في حين نجد القيمة منعدمة عند معارض.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 11.82 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 8، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن ومضمون البند رقم 15.

جدول رقم (39) يبين تقاطع البند 16 مع عامل السن.

المجموع	البند 16: تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أواسط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
105	22	36	29	9	9	تكرار	من 19 سنة	السن
70,9%	14,9%	24,3%	19,6%	6,1%	6,1%	%	إلى 24 سنة	
35	9	12	6	2	6	تكرار	من 25 سنة	
23,6%	6,1%	8,1%	4,1%	1,4%	4,1%	%	إلى 30 سنة	
8	5	2	0	0	1	تكرار	من 31 سنة	
5,4%	3,4%	1,4%	0,0%	0,0%	0,7%	%	إلى 49 سنة	
148	36	50	35	11	16	تكرار	المجموع	
100,0%	24,3%	33,8%	23,6%	7,4%	10,8%	%		

(كا²) = المحسوبة = 11.45، الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 8

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير السن على البند " تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أواسط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 36 وبنسبة 24.3% للفئة العمرية (19-24 سنة)، تليها محايد بقيم مشاهدة 29 وبنسبة 19.6%، بينما نجد قيم مشاهدة 22 والمقدرة نسبتها 14.9% لصالح موافق بشدة، في حين نجد قيم المشاهدة مشتركة بين معارض ومعارض بشدة إذ بلغت 9 وبنسبة 6.1%.

أما بالنسبة للفئة العمرية (25-30 سنة) فنجد قيم المشاهدة 12 وبنسبة 8.5% لصالح موافق، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، بينما تشترك قيم المشاهدة بين محايد ومعارض بشدة ب 6 وبنسبة 4.1%، أما معارض فقد كانت قيم المشاهدة فيها 2 والمقدرة بنسبة 1.4%.

أما فيما يخص الفئة العمرية (31-49 سنة) نجد موافق بشدة بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 3.4%، تليها موافق بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، ولصالح معارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%، في حين تتعدم القيمة عند كل من محايد ومعارض.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 11.45 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 8، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن ومضمون البند رقم 16.

جدول رقم (40): يبين تقاطع البند 17 مع عامل السن.

المجموع	البند 17: لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	من 19 سنة إلى 24 سنة	السن
105	12	38	36	15	4	تكرار	من 19 سنة إلى 24 سنة	
70,9%	8,1%	25,7%	24,3%	10,1%	2,7%	%		
35	8	9	13	4	1	تكرار	من 25 سنة إلى 30 سنة	
23,6%	5,4%	6,1%	8,8%	2,7%	0,7%	%		
8	2	1	2	1	2	تكرار	من 31 سنة إلى 49 سنة	
5,4%	1,4%	0,7%	1,4%	0,7%	1,4%	%		
148	22	48	51	20	7	تكرار	المجموع	
100,0%	14,9%	32,4%	34,5%	13,5%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 12.66، الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 8

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير السن على البند "لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 38 وبنسبة 25.7% للفئة العمرية (19-24 سنة)، تليها محايد بقيم مشاهدة 36 وبنسبة 24.3%، بينما نجد قيم مشاهدة 15 والمقدرة نسبتها 10.1% لصالح معارض، تليها قيم مشاهدة 12 وبنسبة 8.1% لصالح موافق بشدة، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%.

أما بالنسبة للفئة العمرية (25-30 سنة) فنجد قيم مشاهدة 13 وبنسبة 8.8% لصالح محايد، تليها موافق بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، بينما بلغت قيم مشاهدة في

موافق بشدة 8 وبنسبة 5.4%، تليها معارض بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، في حين بلغت قيم المشاهدة لمعارض بشدة 1 وبنسبة 0.7%.

أما فيما يخص الفئة العمرية (31-49 سنة) نجد أن قيم المشاهدة مشتركة بين الاتجاهات موافق بشدة ومحايد ومعارض بشدة إذ بلغت 2 وبنسبة 1.4%، وبالمقابل اشتركت قيم المشاهدة بين موافق ومعارض حيث بلغت 1 وبنسبة 0.7%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 12.66 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 8، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن ومضمون البند رقم 17.

جدول رقم (41) يبين تقاطع البند 18 مع عامل السن.

المجموع	البند 18: يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	السن	
105	5	32	47	17	4	تكرار	من 19 سنة	السن
70,9%	3,4%	21,6%	31,8%	11,5%	2,7%	%	الى 24 سنة	
35	3	9	19	2	2	تكرار	من 25 سنة	
23,6%	2,0%	6,1%	12,8%	1,4%	1,4%	%	الى 30 سنة	
8	2	1	4	0	1	تكرار	من 31 سنة	
5,4%	1,4%	0,7%	2,7%	0,0%	0,7%	%	إلى 49 سنة	
148	10	42	70	19	7	تكرار	المجموع	
100,0%	6,8%	28,4%	47,3%	12,8%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 10.82، الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 8

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير السن على البند "يؤدي التباين الديني عبر موقع الفيسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية" كانت لصالح محايد بقيم مشاهدة 47 وبنسبة 31.8% للفئة العمرية (19-24 سنة)، تليها موافق بقيم مشاهدة 32 وبنسبة 21.6%، بينما نجد قيم المشاهدة 17 والمقدرة نسبتها 11.5% لصالح معارض، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 3.4%، في حين بلغت قيم المشاهدة في معارض بشدة 4 وبنسبة 2.7%.

أما بالنسبة للفئة العمرية (25-30 سنة) فنجد قيم المشاهدة 19 وبنسبة 12.8% لصالح محايد، تليها موافق بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، بينما تشترك قيم المشاهدة بين معارض ومعارض بشدة إذ بلغت 2 والمقدرة بنسبة 1.4%.

أما فيما يخص الفئة العمرية (31-49 سنة) نجد محايد بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، في حين نجد قيم المشاهدة بين كل من موافق ومعارض و معارض بشدة إذ بلغت 1 وبنسبة 0.7%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 10.82 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 8، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن ومضمون البند رقم 18.

جدول رقم (42): يبين تقاطع البند 19 مع عامل السن.

المجموع	البند 19: يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.					المتغير	
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	السن
105	8	41	31	20	5	تكرار	من 19 سنة
70,9%	5,4%	27,7%	20,9%	13,5%	3,4%	%	الى 24 سنة
35	5	13	14	2	1	تكرار	من 25 سنة
23,6%	3,4%	8,8%	9,5%	1,4%	0,7%	%	الى 30 سنة
8	0	3	2	2	1	تكرار	من 31 سنة
5,4%	0,0%	2,0%	1,4%	1,4%	0,7%	%	إلى 49 سنة
148	13	57	47	24	7	تكرار	المجموع
100,0%	8,8%	38,5%	31,8%	16,2%	4,7%	%	

(كا²) = المحسوبة = 7.69، الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 8

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن إجابات مفردات العينة تبعاً لمتغير السن على البند "يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته" كانت لصالح موافق بقيم مشاهدة 41 وبنسبة 27.7% للفئة العمرية (19-24 سنة)، تليها محايد بقيم مشاهدة 31 وبنسبة 20.9%، بينما نجد قيم مشاهدة 20 والمقدرة نسبتها 13.5% لصالح معارض، في حين نجد قيم مشاهدة 8 وبنسبة 5.4% لصالح موافق بشدة، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 3.4%.

أما بالنسبة للفئة العمرية (25-30 سنة) فنجد قيم مشاهدة 14 وبنسبة 9.5% لصالح محايد، تليها موافق بقيم مشاهدة 13 وبنسبة 8.8%، ولصالح موافق بشدة بقيم

مشاهدة 5 وبنسبة 3.4%، تليها معارض بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%.

أما فيما يخص الفئة العمرية (31-49 سنة) نجد موافق بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، تليها معارض ومحايد بقيم مشاهدة مشتركة 2 وبنسبة 1.4%، ولصالح معارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%، في حين تتعدم القيمة عند موافق بشدة.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 7.69 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 15.51 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 8، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير السن ومضمون البند رقم 19.

جدول رقم (43) يبين تقاطع البند 15 مع عامل المستوى التعليمي.

المجموع	البند 15: كثيرا ما تمدني القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفاييسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	ثانية	المستوى التعليمي
55	18	23	12	2	0	تكرار	ثانية	
37,2%	12,2%	15,5%	8,1%	1,4%	0,0%	%	ليسانس	
28	4	13	6	4	1	تكرار	ثالثة	
18,9%	2,7%	8,8%	4,1%	2,7%	0,7%	%	ليسانس	
35	5	22	8	0	0	تكرار	أولى	
23,6%	3,4%	14,9%	5,4%	0,0%	0,0%	%	ماستر	
30	14	9	5	1	1	تكرار	ثانية	
20,3%	9,5%	6,1%	3,4%	0,7%	0,7%	%	ماستر	
148	41	67	31	7	2	تكرار	المجموع	
100,0%	27,7%	45,3%	20,9%	4,7%	1,4%	%		

(كا²) = المحسوبة = 23.26، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و

المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا للمستوى التعليمي على البند "كثيرا ما تمدني القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي" كانت بقيم مشاهدة 23 وبنسبة 15.5% لصالح موافق بالنسبة لمستوى ثانية ليسانس، تليها قيم مشاهدة 12 وبنسبة 8.1% لصالح محايد، أما معارض فقد كانت بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، في حين انعدمت القيمة عند معارض بشدة.

أما فيما يخص مستوى سنة الثالثة ليسانس فقد كانت قيم مشاهدة 13 وبنسبة 8.8% لصالح موافق، تليها قيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1% لصالح محايد، في حين تشترك قيم مشاهدة بين معارض وموافق بشدة إذ بلغت 4 وبنسبة 2.7%، أما معارض بشدة فقد بلغت قيم مشاهدة فيها 1 وبنسبة 0.7%.

بالنسبة لمستوى أولى ماستر كانت قيم مشاهدة 22 وبنسبة 14.9% لصالح موافق، تليها قيم مشاهدة 8 وبنسبة 5.4% لصالح محايد، أما موافق بشدة فقد كانت قيم مشاهدة فيها 5 وبنسبة 3.4%، في حين تتعدم القيمة عند كل من معارض ومعارض بشدة.

أما فيما تعلق بالمستوى ثانية ماستر فنجد قيم مشاهدة قدرت بـ 14 وبنسبة 9.5% لصالح موافق بشدة، تليها موافق بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، أما محايد فكانت بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 3.4%، في حين تشترك قيم مشاهدة بين معارض ومعارض بشدة إذ بلغت 1 وبنسبة 0.7%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 23.26 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي ومضمون البند رقم 15.

جدول رقم (44): يبين تقاطع البند 16 مع عامل المستوى التعليمي.

المجموع	البند 16: تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أواسط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفاييبوك.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	ثانية	المستوى التعليمي
55	16	21	8	5	5	تكرار	ثانية	
37,2%	10,8%	14,2%	5,4%	3,4%	3,4%	%		
28	6	6	11	2	3	تكرار	ثالثة	ليسانس
18,9%	4,1%	4,1%	7,4%	1,4%	2,0%	%		
35	5	15	10	2	3	تكرار	أولى	ماستر
23,6%	3,4%	10,1%	6,8%	1,4%	2,0%	%		
30	9	8	6	2	5	تكرار	ثانية	ماستر
20,3%	6,1%	5,4%	4,1%	1,4%	3,4%	%		
148	36	50	35	11	16	تكرار		المجموع
100,0%	24,3%	33,8%	23,6%	7,4%	10,8%	%		

(كا²) = المحسوبة = 12.32، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا للمستوى التعليمي على البند "تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أواسط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفاييبوك" كانت بقيم مشاهدة 21 وبنسبة 14.2% لصالح موافق بالنسبة لمستوى ثانية ليسانس، تليها قيم مشاهدة 16 وبنسبة 10.8% لصالح موافق بشدة، أما محايد فقد كانت بقيم مشاهدة 8 وبنسبة 5.4%، في حين تشترك قيم مشاهدة بين معارض ومعارض بشدة بقيمة 5 وبنسبة 3.4%.

أما فيما يخص مستوى سنة ثالثة ليسانس فقد كانت قيم مشاهدة 11 وبنسبة 7.4% لصالح محايد، تليها قيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1% مشتركة لصالح موافق وموافق

بشدة، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، ثم معارض بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

بالنسبة لمستوى أولى ماستر كانت قيم المشاهدة 15 وبنسبة 10.1% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 10 وبنسبة 6.8% لصالح محايد، أما موافق بشدة فقد كانت قيم المشاهدة فيها 5 وبنسبة 3.4%، أما معارض بشدة فقد كانت قيم المشاهدة فيها 3 وبنسبة 2.0%، تليها معارض بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

أما فيما تعلق بالمستوى ثانياً ماستر فنجد قيم المشاهدة 9 وبنسبة 6.1% لصالح موافق بشدة، تليها موافق بقيم مشاهدة 8 وبنسبة 5.4%، أما محايد فكانت بقيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1%، أما معارض بشدة فكانت قيم المشاهدة فيها 5 وبنسبة 3.4%، تليها معارض بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 12.32 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي ومضمون البند رقم 16.

جدول رقم (45): يبين تقاطع البند 17 مع عامل المستوى التعليمي.

المجموع	البند 17: لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.					المتغير		
	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	تكرار	ثانية	ليسانس
55	7	16	20	10	2	تكرار	ثانية	ليسانس
37,2%	4,7%	10,8%	13,5%	6,8%	1,4%	%		
28	4	11	10	1	2	تكرار	ثالثة	ليسانس
18,9%	2,7%	7,4%	6,8%	0,7%	1,4%	%		
35	6	14	11	3	1	تكرار	أولى	ليسانس
23,6%	4,1%	9,5%	7,4%	2,0%	0,7%	%		
30	5	7	10	6	2	تكرار	ثانية	ليسانس
20,3%	3,4%	4,7%	6,8%	4,1%	1,4%	%		
148	22	48	51	20	7	تكرار	المجموع	
100,0%	14,9%	32,4%	34,5%	13,5%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 8، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24

و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا للمستوى التعليمي على البند "لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية" كانت بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 13.5% لصالح محايد بالنسبة لمستوى ثانية ليسانس، تليها قيم مشاهدة 16 وبنسبة 10.8% لصالح موافق، أما معارض فقد كانت بقيم مشاهدة 10 وبنسبة 6.8%، تليها موافق بشدة 7 وبنسبة 4.7%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

أما فيما يخص مستوى سنة الثالثة ليسانس فقد كانت قيم المشاهدة 11 وبنسبة 7.4% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 10 وبنسبة 6.8% لصالح محايد، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، تليها معارض بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%.

بالنسبة لمستوى أولى ماستر كانت قيم المشاهدة 14 وبنسبة 9.5% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 11 وبنسبة 7.4% لصالح محايد، أما موافق بشدة فقد كانت قيم المشاهدة فيها 6 وبنسبة 4.1%، في حين بلغت قيم المشاهدة في معارض 3 وبنسبة 2.0%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%.

أما فيما تعلق بالمستوى ثانية ماستر فنجد قيم المشاهدة 10 وبنسبة 6.8% لصالح محايد، تليها موافق بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7%، أما معارض فكانت بقيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 5 وبنسبة 3.4%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 8 وهي أصغر من (كا²) المجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي ومضمون البند رقم 17.

جدول رقم (46) يبين تقاطع البند 18 مع عامل المستوى التعليمي.

المجموع	البند 18: يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	ثانية ليسانس	المستوى التعليمي
55	4	17	22	9	3	تكرار	ثانية ليسانس	
37,2%	2,7%	11,5%	14,9%	6,1%	2,0%	%		
28	1	7	17	3	0	تكرار	ثالثة ليسانس	
18,9%	0,7%	4,7%	11,5%	2,0%	0,0%	%		
35	2	9	19	4	1	تكرار	أولى ماستر	
23,6%	1,4%	6,1%	12,8%	2,7%	0,7%	%		
30	3	9	12	3	3	تكرار	ثانية ماستر	
20,3%	2,0%	6,1%	8,1%	2,0%	2,0%	%		
148	10	42	70	19	7	تكرار	المجموع	
100,0%	6,8%	28,4%	47,3%	12,8%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 7.98، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا للمستوى التعليمي على البند "يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية" كانت بقيم مشاهدة 22 وبنسبة 14.9% لصالح محايد بالنسبة لمستوى ثانية ليسانس، تليها قيم المشاهدة 17 وبنسبة 11.5% لصالح موافق، أما معارض فقد كانت بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، أما موافق بشدة فقد كانت بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%. أما فيما يخص مستوى سنة ثالثة ليسانس فقد كانت قيم المشاهدة 17 وبنسبة 11.5% لصالح محايد، تليها قيم المشاهدة 7 وبنسبة 4.7% لصالح موافق، أما معارض

فكانت بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، تليها **موافق بشدة** بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%، في حين انعدمت القيمة عند **معارض بشدة**.

بالنسبة لمستوى أولى ماستر كانت قيم المشاهدة 19 وبنسبة 12.8% لصالح **محايد**، تليها قيم المشاهدة 9 وبنسبة 6.1% لصالح **موافق**، ثم **معارض** بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، أما **موافق بشدة** فكانت بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، تليها **معارض بشدة** بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%.

أما فيما تعلق بالمستوى ثانية ماستر فنجد قيم المشاهدة 12 وبنسبة 8.1% لصالح **محايد**، تليها **موافق** بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، في حين نجد قيم المشاهدة مشتركة بين **موافق بشدة ومعارض و معارض بشدة** 3 وبنسبة 2.0%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 7.98 وهي أصغر من (كا²) المجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي ومضمون البند رقم 18.

جدول رقم (47): يبين تقاطع البند 19 مع عامل المستوى التعليمي.

المجموع	البند 19: يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	ثانية ليسانس	المستوى التعليمي
55	2	18	20	12	3	تكرار	ثانية ليسانس	
37,2%	1,4%	12,2%	13,5%	8,1%	2,0%	%		
28	3	9	8	6	2	تكرار	ثالثة ليسانس	
18,9%	2,0%	6,1%	5,4%	4,1%	1,4%	%		
35	3	17	11	3	1	تكرار	أولى	
23,6%	2,0%	11,5%	7,4%	2,0%	0,7%	%	ماستر	
30	5	13	8	3	1	تكرار	ثانية ماستر	
20,3%	3,4%	8,8%	5,4%	2,0%	0,7%	%		
148	13	57	47	24	7	تكرار	المجموع	
100,0%	8,8%	38,5%	31,8%	16,2%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 10.78، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و

المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا للمستوى التعليمي على البند "يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته" كانت بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 13.5% لصالح محايد بالنسبة لمستوى ثانية ليسانس، تليها قيم مشاهدة 18 وبنسبة 12.2% لصالح موافق، أما معارض فقد كانت بقيم مشاهدة 12 وبنسبة 8.1%، أما معارض بشدة فقد كانت بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

أما فيما يخص مستوى سنة الثالثة ليسانس فقد كانت قيم المشاهدة 9 وبنسبة 6.1% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 8 وبنسبة 5.4% لصالح محايد، أما معارض فكانت بقيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

بالنسبة لمستوى أولى ماستر كانت قيم المشاهدة 17 وبنسبة 11.5% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 11 وبنسبة 7.4% لصالح محايد، ثم معارض وموافق في قيم مشاهدة مشتركة 3 وبنسبة 2.0%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%. أما فيما تعلق بالمستوى ثانية ماستر فنجد قيم المشاهدة 13 وبنسبة 8.8% لصالح موافق، تليها محايد بقيم مشاهدة 8 وبنسبة 5.4%، أما قيم المشاهدة موافق بشدة فكانت 5 وبنسبة 3.4%، تليها معارض بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 10.78 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير المستوى التعليمي ومضمون البند رقم 19.

جدول رقم (48): يبين تقاطع البند 15 مع عامل التخصص.

المجموع	البند 15: كثيرا ما تمدني القمص النبوية المنشورة عبر موقع الفايبيوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي.					المتغير	
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة		
55	18	23	12	2	0	تكرار	إعلام
37,2%	12,2%	15,5%	8,1%	1,4%	0,0%	%	واتصال
28	4	13	6	4	1	تكرار	اتصال.
18,9%	2,7%	8,8%	4,1%	2,7%	0,7%	%	
52	15	27	8	1	1	تكرار	تكنولوجيا
35,1%	10,1%	18,2%	5,4%	0,7%	0,7%	%	الاتصال الجديدة
13	4	4	5	0	0	تكرار	إذاعة
8,8%	2,7%	2,7%	3,4%	0,0%	0,0%	%	وتلفزيون
148	41	67	31	7	2	تكرار	المجموع
100,0%	27,7%	45,3%	20,9%	4,7%	1,4%	%	

(كا²) = المحسوبة = 15.44، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير التخصص على البند "كثيرا ما تمدني القمص النبوية المنشورة عبر موقع الفايبيوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي" كانت بقيم مشاهدة 23 وبنسبة 15.5% لصالح موافق بالنسبة لتخصص الإعلام والاتصال، تليها قيم مشاهدة 18 وبنسبة 12.2% لصالح موافق بشدة، أما محايد فقد كانت بقيم مشاهدة 12 وبنسبة 8.1%، في حين بلغت قيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4% عند معارض، وتتعدم القيمة عند معارض بشدة.

أما فيما يخص تخصص اتصال فقد كانت قيم مشاهدة 13 وبنسبة 8.8% لصالح موافق، تليها قيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1% لصالح محايد، في حين تشترك قيم مشاهدة

بين معارض وموافق بشدة إذ بلغت 4 وبنسبة 2.7%، أما معارض بشدة فقد بلغت قيم المشاهدة فيها 1 وبنسبة 0.7%.

بالنسبة لتخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة كانت قيم المشاهدة 27 وبنسبة 18.2% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 15 وبنسبة 10.1% لصالح موافق بشدة، أما محايد فقد كانت قيم المشاهدة فيها 8 وبنسبة 5.4%، في حين تشترك القيمة بين معارض ومعارض بشدة حيث بلغت 0.7%.

أما فيما تعلق بتخصص إذاعة وتلفزيون فنجد قيم المشاهدة قدرت بـ 5 وبنسبة 3.4% لصالح محايد، تليها كل من موافق وموافق بشدة بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، في حين تتعدم القيمة عند كل من معارض ومعارض بشدة.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 15.44 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص ومضمون البند رقم 15.

جدول رقم (49): يبين تقاطع البند 16 مع عامل التخصص.

المجموع	البند 16: تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
55	16	21	8	5	5	تكرار	إعلام	التخصص
37,2%	10,8%	14,2%	5,4%	3,4%	3,4%	%	واتصال	
28	6	6	11	2	3	تكرار	اتصال.	
18,9%	4,1%	4,1%	7,4%	1,4%	2,0%	%		
52	10	16	15	4	7	تكرار	تكنولوجيا	
35,1%	6,8%	10,8%	10,1%	2,7%	4,7%	%	الاتصال الجديدة	
13	4	7	1	0	1	تكرار	إذاعة	
8,8%	2,7%	4,7%	0,7%	0,0%	0,7%	%	وتلفزيون	
148	36	50	35	11	16	تكرار	المجموع	
100,0%	24,3%	33,8%	23,6%	7,4%	10,8%	%		

(كا²) = المحسوبة = 13.25، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير التخصص على البند "تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك" كانت بقيم مشاهدة 21 وبنسبة 14.2% لصالح موافق بالنسبة لتخصص الإعلام والاتصال، تليها قيم المشاهدة 16 وبنسبة 10.8% لصالح موافق بشدة، أما محايد فقد كانت بقيم مشاهدة 8 وبنسبة 5.4%، في حين تشترك قيم المشاهدة بين معارض ومعارض بشدة 5 وبنسبة 3.4%.

أما فيما يخص تخصص اتصال فقد كانت قيم المشاهدة 11 وبنسبة 7.4% لصالح محايد، تليها قيم المشاهدة مشتركة بين موافق وموافق بشدة 6 وبنسبة 4.1%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، تليها معارض بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

بالنسبة لتخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة كانت قيم المشاهدة 16 وبنسبة 10.8% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 15 وبنسبة 10.1% لصالح محايد، أما موافق بشدة فقد كانت قيم المشاهدة فيها 10 وبنسبة 6.8%، أما معارض بشدة فكانت قيم المشاهدة فيها 7 وبنسبة 4.7%، تليها معارض بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%.

أما فيما تعلق بتخصص إذاعة وتلفزيون فوجد قيم المشاهدة 7 وبنسبة 4.7% لصالح موافق، تليها كل من موافق بشدة بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، في حين تشترك قيم المشاهدة بين محايد ومعارض بشدة 1 وبنسبة 0.7%، وتتعدم قيم المشاهدة في معارض.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 13.25 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص ومضمون البند رقم 16.

جدول رقم (50): يبين تقاطع البند 17 مع عامل التخصص.

المجموع	البند 17: لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
55	7	16	20	10	2	تكرار	إعلام	التخصص
37,2%	4,7%	10,8%	13,5%	6,8%	1,4%	%	واتصال	
28	4	11	10	1	2	تكرار	اتصال.	
18,9%	2,7%	7,4%	6,8%	0,7%	1,4%	%		
52	7	18	17	7	3	تكرار	تكنولوجيا	
35,1%	4,7%	12,2%	11,5%	4,7%	2,0%	%	الاتصال الجديدة	
13	4	3	4	2	0	تكرار	إذاعة	
8,8%	2,7%	2,0%	2,7%	1,4%	0,0%	%	وتلفزيون	
148	22	48	51	20	7	تكرار	المجموع	
100,0%	14,9%	32,4%	34,5%	13,5%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 7.83، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و

المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير التخصص على البند "لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية" كانت بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 13.5% لصالح محايد بالنسبة لتخصص الإعلام والاتصال، تليها قيم المشاهدة 16 وبنسبة 10.8% لصالح موافق، أما معارض فقد كانت بقيم مشاهدة 10 وبنسبة 6.8%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 7 وبنسبة 4.7%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

أما فيما يخص تخصص اتصال فقد كانت قيم المشاهدة 11 وبنسبة 7.4% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 10 وبنسبة 6.8% لصالح محايد، أما قيم مشاهدة موافق بشدة كانت 4 وبنسبة 2.7%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، أما معارض بقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%.

بالنسبة لتخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة كانت قيم المشاهدة 18 وبنسبة 12.2% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 17 وبنسبة 11.5% لصالح محايد، في حين اشتركت قيم المشاهدة بين معارض وموافق بشدة 7 وبنسبة 4.7%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%.

أما فيما تعلق بتخصص إذاعة وتلفزيون فنجد قيم المشاهدة مشتركة بين محايد وموافق بشدة 4 وبنسبة 2.7%، تليها موافق بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، أما معارض فكانت بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، وتتعدم القيمة عند معارض بشدة.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 7.83 وهي أصغر من (كا²) الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص ومضمون البند رقم 17.

جدول رقم (51): يبين تقاطع البند 18 مع عامل التخصص.

المجموع	البند 18: يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة			
55	4	17	22	9	3	تكرار	إعلام	التخصص
37,2%	2,7%	11,5%	14,9%	6,1%	2,0%	%	واتصال	
28	1	7	17	3	0	تكرار	اتصال.	
18,9%	0,7%	4,7%	11,5%	2,0%	0,0%	%		
52	3	13	27	5	4	تكرار	تكنولوجيا	
35,1%	2,0%	8,8%	18,2%	3,4%	2,7%	%	الاتصال الجديدة	
13	2	5	4	2	0	تكرار	إذاعة	
8,8%	1,4%	3,4%	2,7%	1,4%	0,0%	%	وتلفزيون	
148	10	42	70	19	7	تكرار	المجموع	
100,0%	6,8%	28,4%	47,3%	12,8%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 9.61، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير التخصص على البند "يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية" كانت بقيم مشاهدة 22 وبنسبة 14.9% لصالح محايد بالنسبة لتخصص الإعلام والاتصال، تليها قيم المشاهدة 17 وبنسبة 11.5% لصالح موافق، أما معارض فقد كانت بقيم مشاهدة 9 وبنسبة 6.1%، أما موافق بشدة فكانت بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، تليها معارض بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%.

أما فيما يخص تخصص اتصال فقد كانت قيم المشاهدة 17 وبنسبة 11.5% لصالح محايد، تليها قيم المشاهدة 7 وبنسبة 4.7% لصالح موافق، تليها معارض بقيم

مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، أما **موافق بشدة** فبقيم مشاهدة 1 وبنسبة 0.7%، في حين تتعدم القيمة عند **معارض بشدة**.

بالنسبة لتخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة كانت قيم المشاهدة 27 وبنسبة 18.2% لصالح **محايد**، تليها قيم المشاهدة 13 وبنسبة 8.8% لصالح **موافق**، أما **معارض** فقد كانت قيم المشاهدة فيها 5 وبنسبة 3.4%، تليها **معارض بشدة** بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، ثم **موافق بشدة** بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%.

أما فيما تعلق بتخصص إذاعة وتلفزيون فنجد قيم المشاهدة قدرت بـ 5 وبنسبة 3.4% لصالح **موافق**، تليها **محايد** بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، وتشارك قيم المشاهدة في **موافق بشدة ومعارض 2** وبنسبة 1.4%، في حين تتعدم القيمة عند **معارض بشدة**.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 9.61 وهي أصغر من (كا²) المجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص ومضمون البند رقم 18.

جدول رقم (52): يبين تقاطع البند 19 مع عامل التخصص.

المجموع	البند 19: يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.					المتغير		
	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة	تكرار	إعلام واتصال	التخصص
55	2	18	20	12	3	تكرار	إعلام واتصال	
37,2%	1,4%	12,2%	13,5%	8,1%	2,0%	%		
28	3	9	8	6	2	تكرار	اتصال.	
18,9%	2,0%	6,1%	5,4%	4,1%	1,4%	%		
52	4	23	17	6	2	تكرار	تكنولوجيا الاتصال الجديدة	
35,1%	2,7%	15,5%	11,5%	4,1%	1,4%	%		
13	4	7	2	0	0	تكرار	إذاعة وتلفزيون	
8,8%	2,7%	4,7%	1,4%	0,0%	0,0%	%		
148	13	57	47	24	7	تكرار	المجموع	
100,0%	8,8%	38,5%	31,8%	16,2%	4,7%	%		

(كا²) = المحسوبة = 18.03، الجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05، درجة حرية 12

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS.V24 و

المعالج العربي في الإحصاء الاجتماعي

التعليق على الجدول: من خلال الجدول أعلاه نستنتج أن إجابات مفردات العينة تبعا لمتغير التخصص على البند "يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته" كانت بقيم مشاهدة 20 وبنسبة 13.5% لصالح محايد بالنسبة لتخصص الإعلام والاتصال، تليها قيم مشاهدة 18 وبنسبة 12.2% لصالح موافق، أما معارض فقد كانت بقيم مشاهدة 12 وبنسبة 8.1%، في حين بلغت قيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0% لصالح معارض بشدة، تليها موافق بشدة بقيم 2 وبنسبة 1.4%.

أما فيما يخص تخصص اتصال فقد كانت قيم المشاهدة 9 وبنسبة 6.1% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 8 وبنسبة 5.4% لصالح محايد، أما معارض فبقيم مشاهدة 6 وبنسبة 4.1%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 3 وبنسبة 2.0%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

بالنسبة لتخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة كانت قيم المشاهدة 23 وبنسبة 15.5% لصالح موافق، تليها قيم المشاهدة 17 وبنسبة 11.5% لصالح محايد، أما معارض فقد كانت قيم المشاهدة فيها 6 وبنسبة 4.1%، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، ثم معارض بشدة بقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%.

أما فيما تعلق بتخصص إذاعة وتلفزيون فوجد قيم المشاهدة 7 وبنسبة 4.7% لصالح موافق، تليها موافق بشدة بقيم مشاهدة 4 وبنسبة 2.7%، أما محايد فبقيم مشاهدة 2 وبنسبة 1.4%، في حين تتعدم القيمة عند كل من معارض ومعارض بشدة.

الاستنتاج: من خلال ما سبق وبعد حساب (كا²) للتأكد أكثر من النتيجة أعلاه قمنا باستخدام اختبار كاي تربيع (كا²) حيث بلغت (كا²) المحسوبة قيمة 18.03 وهي أصغر من (كا²) المجدولة 21.03 عند مستوى الدلالة 0.05 وبدرجة حرية 12، ومنه يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص ومضمون البند رقم 19.

ثالثا: مناقشة النتائج على ضوء النظريات والدراسات السابقة

1. على ضوء النظريات:

❖ مناقشة بنود المحور الأول المتعلقة بالأساليب الدعوية على ضوء النظريات المعرفية:

بناء على القيم المتحصل عليها من خلال تحليل بنود المحور الأول الخاص بالأساليب الدعوية المستخدمة في نشر الدعوة الإسلامية، نجد أن معظم مفردات العينة موافقون على أن الأساليب المستخدمة عبر موقع الفايسبوك من نصوص وبث مباشر وتسجيل صوتي ديني إسلامي تساعد في نشر الدعوة الإسلامية وذلك لكون محتويات هذه الأساليب تتطابق مع الخلفية الإسلامية للطالب الجامعي وذلك حسب ما جاءت به نظرية التوافق المعرفي والتي تنص على أن الأفراد يتوافقون مع المضامين التي يستقونها من وسيلة أو شخص ما إذا كانت لا تتعارض مع ما يمتلكونه من معلومات أو مع ما يعتقدون به، كما يوافقون على أن للدردشة دور إيجابي في تقبلهم لفكرة الدعوة الإسلامية. وعلى النقيض من ذلك تعارض بعض مفردات العينة الفكرة القائلة أن الصور المتحركة عبر الفايسبوك تغير اتجاههم نحو الدعوة الإسلامية وذلك وفقا لما جاءت به نظرية التناظر المعرفي التي تنص على أن الإنسان يعارض ويقاوم كل شيء يتعارض وبناءه المعرفي، وبالتالي يشكل اتجاهها سلبيا نحو كل ما هو مغاير لمعلوماته المعرفية، في حين التزمت أغلب مفردات العينة بالحياد نحو تأثير الصور المتحركة وكذا الصور الثابتة حول الدعوة الإسلامية على نفسية الطلبة الجامعيين وبالتالي يوافقون على نشر الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك وفقا لبعض الأساليب الدعوية سابقة الذكر، إلا أنهم يشكلون اتجاهها محايدا بالنسبة للصور الثابتة والمتحركة على نفسيتهم وبالتالي فقد خلقوا توازنا معرفيا بين المعرفة القبلية والمعرفة المكتسبة حاليا، وذلك وفق ما نصت عليه نظرية التوازن المعرفي التي ترى أن الفرد حتى يعيش حياة طبيعية عليه بخلق التوازن بين ما يمتلكه من معلومات سابقة وما يتعرض له من معلومات جديدة وهو ما يشكل بدوره توازنا معرفيا لدى الطلبة الجامعيين.

❖ مناقشة بنود المحور الثاني المتعلقة بمنشورات الفايسبوك على ضوء النظريات المعرفية:

من خلال تحليل نتائج بنود المحور الثاني نجد أن أغلبية الطلبة الجامعيين يوافقون على أن للفايسبوك دورا في تشكيل اتجاهاتهم نحو الدعوة الإسلامية من حيث أنه يوفر مادة سمعية وبصرية جذابة كما أنه الأكثر انتشارا واستخداما بين أوساط الطلبة، وبالتالي فهم لا يعارضون استخدام الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على الاتجاه الإيجابي للطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك وفق ما تنص عليه نظرية التوافق المعرفي بأن الفرد يقدر ويبل كل ما يتمشى وخلفيته المعرفية، في حين أن أغلب مفردات العينة لم يكونوا رأيا إيجابيا أو سلبيا حول ما ينشر عبر الفايسبوك وكذا تحريف النصوص والأحاديث النبوية حيث كانوا حياديين محافظين في الوقت ذاته على المعرفة القبلية لديهم الأمر الذي حقق توازنا معرفيا.

❖ مناقشة بنود المحور الثالث المتعلقة بطبيعة الاتجاهات على ضوء النظريات المعرفية:

من خلال تحليل نتائج بنود المحور الثالث والقيم المتحصل عليها تبين لنا أن الفايسبوك كوسيلة لنشر الدعوة الإسلامية يمكن أن يشكل من خلال منشوراته اتجاهها إيجابيا أو سلبيا أو حياديا لدى الطلبة الجامعيين فيما يتعلق بالدعوة الإسلامية، إذ تثبت النتائج المتحصل عليها في المحور الثالث فيما تعلق ببنود طبيعة الاتجاهات أن الطلبة الجامعيين موافقون على نشر القصص النبوية عبر الموقع وبالتالي فهم يشجعون الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك بنسبة 33.1%، وهو ما يشكل اتجاها إيجابيا للطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك، وبالتالي تحقق التوافق المعرفي، في حين يعارض 34.5% من الطلبة فكرة نشر الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم وكذا نشر وغرس تعاليم ديانة أخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين تحت مسمى الإسلام وهو ما يحقق التناظر المعرفي، في حين التزموا بالحياد اتجاه الفكرة القائلة: أن التباين الديني يؤدي إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك وهو ما يحقق توازنا معرفيا.

❖ مناقشة بنود المحور الرابع المتعلق بالعوامل الديموغرافية على ضوء النظريات المعرفية:

من خلال تحليل نتائج بنود المحور الرابع المتعلق بالعوامل الديموغرافية ومقاطعة مع المحور الثالث الخاص بطبيعة الاتجاهات، تبين لنا أن نسبة الإناث في البند 15 أعلى على مستوى بنود المحور الرابع حيث تقدر بقيم مشاهدة 50 لصالح موافق والتي تشكل اتجاها مؤيدا وهو ما يحقق تطابقا معرفيا وفق ما جاءت به نظرية التوافق المعرفي في حين تمثل قيم المشاهدات 24 و قيم المشاهدات 2 أعلى وأقل نسبة على التوالي للذكور لصالح معارض في ذات البند، وهو ما يشكل اتجاها سلبيا وفق ما تنص عليه نظرية التناظر المعرفي وكتا القيمتين للذكور تمثلان نسبة ضعيفة مقارنة بنسبة الإناث.

أما فيما يتعلق بالفئة العمرية (19-24 سنة) فكانت بقيم مشاهدة 49 وهو ما يشكل اتجاها إيجابيا نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع الفيسبوك، وهو ما يحقق توافقا معرفيا وفق ما تنص عليه نظرية التوافق المعرفي، أما بالنسبة للفئة العمرية (25-30 سنة) فتبين لنا أن أغلب الطلبة في هذه الفئة يشكلون اتجاها محايدا وذلك بقيم مشاهدة 19، وهو ما يحقق توازنا معرفيا لدى الطلبة وفق ما تنص عليه نظرية التوازن المعرفي، أما فيما يخص الفئة العمرية (31-49 سنة) فنجد أن أغلب الطلبة في هذه الفئة كانت اجاباتهم مشتركة بين الاجابتين محايد وموافق بقيم مشاهدة 3 وهو ما يشكل توازنا معرفيا لدى الطلبة.

بالنسبة للمستوى التعليمي فنجد أن المستويين الثانية ليسانس وثانية ماستر يشكلون اتجاها محايدا وهو ما يحقق توازنا معرفيا، يليهما المستويان الثالثة ليسانس واولى ماستر اتجاها إيجابيا وهو ما يحقق تطابقا معرفيا وفق ما جاءت به نظرية التوافق المعرفي. أما فيما تعلق بالتخصص فنجد تخصصات: تكنولوجيا الاتصال الجديدة، تخصص الاتصال إضافة إلى تخصص إذاعة وتلفزيون تشكل اتجاها إيجابيا نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع الفيسبوك وهو ما يحقق التطابق المعرفي، في حين يمثل تخصص إعلام واتصال اتجاها محايدا وهو ما يحقق توازنا معرفيا وفقا لمحتوى نظرية التوازن المعرفي.

وبناء على القيم المتحصل عليها في هذا المحور وبعد مقاطعتها مع محور طبيعة الاتجاهات الذي يمثل لب موضوعنا وركيزته الأساسية توصلنا إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية (الجنس/ السن/ المستوى التعليمي/ التخصص) وطبيعة الاتجاهات، وهو ما يثبتته اختبار كا²، حيث كانت قيمة المحسوبة أقل من القيمة الجدولية في بنود المحور الرابع (15/16/17/18/19).

2. على ضوء الدراسات السابقة:

توصلنا في دراستنا هذه إلى وجود تنوع في الأساليب الدعوية المستخدمة عبر الفايسبوك في نشر الدعوة الإسلامية من فيديوهات وصور وتسجيل صوتي..الخ، في حين توصل الباحث "محمد الطيب الزاوي" في دراسته المعنونة بـ"الإعلام الإلكتروني المعاصر مع دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقعا إسلاميا عبر شبكة الأنترنت"، إلى وجود تنوع متعلق بالمضامين الإسلامية إذ تبين في جزئية من نتائج دراسته أن هناك تنوعا في مضامين المواقع الإسلامية عبر شبكة الأنترنت، كما تبرز دراستنا أن اللغة المستخدمة في الأساليب الدعوية التي يعتمد عليها في نشر الدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك تلعب دورا في الترغيب أو التهيب من الدعوة الإسلامية وذلك تبعا للأسلوب التعبيري الذي يقدر به المحتوى الإسلامي، وهذا ما توصل إليه الباحث "عيسى بوعافية" في دراسته المعنونة بـ"الدعوة الإسلامية عبر الأنترنت" إذ خلص في جزئية منها إلى أن من إيجابيات المواقع الإسلامية تنوعها لمصادر معلوماتها وكذا تعدد اللغات التي تعرض بها محتواها.

رابعاً: عرض النتائج العامة:

كشفت الدراسة الحالية و المعنونة بـ " اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك"، عن وجود مجموعة من الأساليب الدعوية عبر موقع الفايسبوك والمعتمد عليها في نشر الدعوة الإسلامية كالنصوص الإسلامية والبت المباشر بين الداعي والطالب الجامعي، وكذا التسجيل الصوتي الإسلامي والفيديوهات الإسلامية، إضافة إلى الدردشة والصور الثابتة والمتحركة، ويرجع هذا الاعتماد إلى عوامل الجذب المتوفرة في هذه الأساليب ك: توفرها على مؤثرات الإخراج والتقديم ودرجة المصادقية العالية، إضافة إلى استخدام المصطلحات واللغة العميقة المؤثرة في إيصال الرسائل الإسلامية للطلبة الجامعيين وهو ما يؤثر بشكل أو بآخر على نفسية الطالب الأمر الذي يؤدي إلى تشكيل أو تغيير اتجاهه إزاء الدعوة الإسلامية بالقبول أو الرفض.

كما تبين لنا من خلال القيم المتحصل عليها حول ما ينشر عبر الفايسبوك من منشورات إسلامية أن أغلب الطلبة الجامعيين لهم اتجاه إيجابي قدر بـ 50.70% نحو المنشورات المتعلقة بالدعوة الإسلامية عبر الفايسبوك وذلك كون هذه المنشورات لا تتعارض مع الخلفية الإسلامية مع الطلبة، بل تكمل معارفهم الإسلامية القبلية وتعزز الجانب الإيماني فيهم.

في حين أظهرت النتائج أن أغلبية الطلبة الجامعيين يشكلون اتجاهها أقرب للسلبية منه إلى الإيجابية حول تشجيع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك، حيث يمثل 34.5% من الطلبة اتجاهها معارضا للفكرة السابقة الذكر وذلك نظرا للمغالطات التي تنتشر من أحاديث وقصص نبوية وآيات قرآنية باسم الإسلام، خاصة من طرف الشيعة الذين ينشؤون صفحات باسم الإسلام لكسب تأييد جماهري خاصة من الفئة الشبابية المثقفة، في حين يوافق 33.1% من الطلبة على نشر الدعوة الإسلامية عبر موقع فايسبوك وهو ما

يشكل اتجاها إيجابيا ومنه نستنتج وجود فارق بسيط بين الاتجاهين فيما تعلق بتشجيع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك.

كما توصلنا إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموغرافية وطبيعة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك.

وتجدر الإشارة إلى أن النتائج المتوصل إليها في دراستنا لا تمثل المجتمع الكلي للدراسة بل تمثل عينة منه.

الخاتمة:

يبقى موضوع اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع الفيسبوك موضوعا مهما وحساسا خاصة في الوقت الحالي في ظل استغلال الطوائف والمذاهب مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أفكارها تحت شعار الإسلام، ومن بين هذه المواقع نذكر الفيسبوك الذي باتت المنشورات الإسلامية فيه تحبب أو تنفر من الدين الإسلامي وذلك تبعا للأساليب التعبيرية المعتمدة في صياغة الرسالة الموجهة للمستقبل والمضمون.

وعلى النقيض نجد أيضا منشورات فارغة من المحتوى الإسلامي الصحيح إذ تنشر ثقافتها باسم الإسلام كنشر أحاديث مغلوبة أو مكذوبة منسوبة للرسول صلى الله عليه وسلم، وهو ما نجده عند الشيعة على وجه الخصوص، وهذه المغالطات الدينية تحدد اتجاه الطلبة نحو الدعوة الإسلامية إذ قد تغير اتجاهات البعض من الإيجاب إلى السلب، في حين قد تستميل الطلبة ضعاف الوازع الديني والخلفية الثقافية الإسلامية الأمر الذي يمكن أن يؤدي إلى اعتناقهم لمذهب أودين آخر غير دين الإسلام.

إلا أن هذا لا ينفي الدور الإيجابي للفيسبوك في نشر الدعوة الإسلامية إذ تنتوع مضامينه بين قصص وأحاديث نبوية وفيديوهات وتسجيلات صوتية وكذا الصور بنوعيتها الثابتة والمتحركة كما أنه يسمح بنشرها على أوسع نطاق ودون التقيد بوقت محدد، كما يحقق التفاعل بين الداعي والطالب الجامعي ما يتيح فتح باب للنقاش حول المسائل والقضايا الدينية الإسلامية وبالتالي تحقيق الاستفادة من المادة الإسلامية المنشورة عبر الفيسبوك وهو ما ينعكس بدوره إيجابيا على اتجاه الطالب نحو الدعوة الإسلامية، ومن خلال دراستنا هذه نصل إلى أن اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فإيسبوك تنتوع وتختلف وفقا للمضامين الإسلامية المنشورة عبر هذا الموقع، فقد تكون اتجاهات إيجابية أو سلبية أو محايدة، وهذا دون أن يكون للعوامل الديموغرافية أي تأثير على طبيعة الاتجاه.

قائمة المصادر والمر اجع

ا. المصدر

القران الكريم، سورة هود، الآية 88.

اا. المعاجم والقواميس

باللغة العربية:

1. الزاوي الطاهر أحمد، ترتيب القاموس المحيط على طريقة المصباح المنير وأساس البلاغة، ج3، ط3، دار الفكر، د.م.
2. أبي نصر بن حماد الجوهرى إسماعيل، المصباح تاج اللغة ومصباح العربية، دار الحديث، القاهرة، 2009.
3. الزبيدي مرتضى الحسيني محمد، تاج العروس من جواهر القاموس، ج3، ط2، الكويت، د.م.
4. جبران مسعود، الرائد-معجم لغوي عصري-، ط7، دار العلم للملايين، لبنان، 1992.
5. دون ستاكس شانون، قاموس العلاقات العامة-القياس والبحث، ترجمة علي دبكل العنزي، ط3، معهد العلاقات العامة، 2013.
6. مختار عمر أحمد، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الأول، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008.
7. معلوف لويس، المنجد في اللغة، المجلد الأول، ط19، المطبعة الكاثوليكية، بيروت، د.ت.
8. رجب عبد الجواد إبراهيم، معجم المصطلحات الإسلامية في المصباح المنير، ط1، دار الأفاق العربية، القاهرة، 2002.

باللغة الأجنبية:

9. Larousse Mini Dictionnaire De Français, Bordas, paris, 1997.
10. Helen Liebeck-Elaine Pollard, The Oxford English Minidictionary, Fourth Edition, Clarendon Press.Oxford.1997.

باللغة العربية:

11. الزاوي محمد الطيب، الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003-2004.
12. بن ناصر عبد الرحمان العمار محمد، أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة، رسالة دكتوراه، قسم الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 1414هـ.
13. بن جابر بن عواض الزهراني محسن، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العملية واتجاهاتهم نحوها، متطلب تكميلي للحصول على درجة الدكتوراه في المناهج وطرق التدريس، قسم المناهج وطرق التدريس، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2013.
14. بن عبد الرحيم عابد إبراهيم، وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية- الأنترنت- و كيفية استخدامها الدعوية، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام مجد بن سعود الإسلامية، الطائف، 1427.
15. بلبول موسى، اتجاهات بعض الأنماط الجسمية نحو إدراك الذات البدنية في حصة التربية البدنية والرياضية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في نظرية ومنهجية التربية البدنية والرياضية، تخصص العلوم البيوطبية الرياضية، معهد التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، سيدي عبد الله، 2008-2009.
16. جيطاني مديحة، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، قسم أصول الدين، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009-2010.
17. جبار كنزة، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014.
18. طالح نصيرة، أثر ضغوط الحياة على الاتجاهات نحو الهجرة إلى الخارج، مذكرة تخرج لنيل درجة الماجستير في علم النفس الاجتماعي، قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010-2011.

19. نويات قدور، اتجاهات الشباب البطال نحو تعاطي المخدرات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم النفس وعلوم التربية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2006.
20. عوض محمد أحمد، اتجاهات مديري المدارس الحكومية بمحافظات غزة نحو الإرشاد التربوي وعلاقتها بأداء المرشد التربوي، رسالة مقدمة كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في علم النفس، قسم علم النفس، الجامعة الإسلامية، غزة، 2003.
21. قدواح منال، اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007-2008.
22. رمضان الخامسة، استخدام الشبكات الاجتماعية على الأنترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011-2012.
23. شدان يعقوب خليل أبو يعقوب، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، أطروحة مقدمة استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2015.
24. شفري شهرة، الخطاب الدعوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة الإسلامية، قسم أصول الدين، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009.
25. زيناوي سعيدة، دور الطالب الجامعي في الفعل التطوعي داخل المجتمع، مذكرة مقدمة لاستكمال نيل شهادة الماستر أكاديمي، قسم علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013-2014.
26. حسن ليلي، اتجاهات الطلبة نحو استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي (الفيديو)، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015.
27. ستي حنان - عرار رحمة، تأثير المواقع الإلكترونية الإسلامية على تنمية الوعي الديني لدى الطلبة، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015-2016.

28. صخر محسن - بوغرارة سعاد، استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع التواصل الاجتماعي في الأداء الإعلامي، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014-2015.
29. شنين حنين إيمان، لغة التواصل الاجتماعي في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في الجذب السياحي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الآداب واللغة العربية، قسم الآداب واللغة العربية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015.
30. خملة نهاد، واقع الاختيار المهني لخريجي الجامعة الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم النفس، قسم العلوم الإجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014.

باللغة الأجنبية:

31. Mica Paige Graybill ،B.A، exploring the use of facebook as a communication tool in agricultural-related social movements، a thesis in agricultural communications، submitted to the graduate faculty of texas tech university in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of science، December 2010.

.IV الكتب

32. أبو شنب محمد جمال، نظريات الاتصال والإعلام-المفاهيم-المدخل النظرية-القضايا، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2013.
33. الشايب أحمد، الأسلوب-دراسة بلاغية تحليلية لأصول الأساليب الأدبية، ط8، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، 1991.
34. أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة، الجزائر، 2004.
35. العلاق بشير، نظريات الاتصال-مدخل متكامل-، اليازوري، الأردن، 2010.
36. العيسوي عبد الفتاح محمد - العيسوي عبد الرحمان محمد ، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، 1996-1997.
37. المزاهرة منال هلال، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة، عمان، 2014.

- 38.السعداني عبد الرحمان وآخرون، مدخل إلى البحث العلمي، دار الكتاب الحديث، 2010.
- 39.بن سعيد بن محمد آل عبود عبد الله، قيم المواطنة لدى الشباب وإسهامها في تعزيز الأمن الوقائي، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2011.
- 40.بن أحمد العلاف الغامدي عبد الله، كلنا دعاة-أكثر من 1000 فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله تعالى-، دار الطرفين، مكة المكرمة، د.م.
- 41.بدوي عبد الرحمان، مناهج البحث العلمي، ط3، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977.
- 42.داود محمد عبد العزيز، الجمعيات الإسلامية في مصر ودورها في نشر الدعوة الإسلامية، ط1، الزهراء للإعلام العربي، 1992.
- 43.حجاب منير محمد، نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر، مصر، 2010.
- 44.حافظ حبيب فوزي، القياس وتطبيقاته في البحوث الميدانية، مكتبة الملك فهد الوطنية، جدة، 1425هـ.
- 45.مzahرة منال، نظريات الاتصال، ط1، دار المسيرة، عمان، 2012.
- 46.شقرة علي خليل، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، ط1، دار أسامة-دار نبلاء ناشرون وموزعون، الأردن، 2014.
- 47.غلو ش أحمد أحمد، أصول الدعوة الإسلامية، ط1، مؤسسة الرسالة، جامعة الأزهر، مدينة 6 أكتوبر، 2004.

V. المجالات

باللغة العربية:

- 48.الدليمي عبد عواد حسين، أسلوب الرفق في دعوة إبراهيم عليه السلام لأبيه، البحث رقم 11، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإسلامية، قسم الدعوة والخطابة والفكر، المجلد الرابع، العدد 16، تموز 2013.
- 49.حاجي خاني علي، الأسلوب والأسلوبية وعناصر الأسلوب الأدبي من منظور القرآن الكريم-فصلية إضاءات نقدية-، العدد الثامن، شتاء 1391، كانون الأول، 2012.

باللغة الأجنبية:

50. Jamil Hashim, << the concept of islamic da 'wah and its 'sobligation>>, the committee on publication ethics, vol 2 issue 1, kolej islam darul ridzuan, preak, Malaysia, 2012.

.VI البرامج التلفزيونية

51. برنامج تلفزيوني: القناة الجزائرية الثالثة، حصة "في دائرة الضوء"، الموضوع تأثير السوشل ميديا أو مواقع التواصل الاجتماعي على بيئتنا الثقافية الاجتماعية والسياسية، تقديم كريم بوسالم، الإثنين 20/03/2017.

.VII المواقع الإلكترونية

52. <https://fr.newsroom.fb.com/company-info>. الساعة 19:59. 10/04/2017. الاثنين.

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

استمارة حول:

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع
التواصل الاجتماعي فايسبوك

إشراف الأستاذ:

الزاوي محمد الطيب

إعداد الطالبتين:

بن ابراهيم نجيبة

قاسمي أسماء

أخي الطالب، أختي الطالبة تحية طيبة وبعد:

فيما يلي مجموعة من العبارات التي تصف الآراء المختلفة حول موضوع اتجاه الطلبة الجامعيين نحو الدعوة الإسلامية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك، فقد تتفق مع بعض الآراء وقد تختلف مع بعضها الآخر، نرجو منك إعطاء رأيك بصراحة وصدق على كل عبارة من العبارات التالية ونحيطك علما أن هذه المعلومات تبقى في الإطار العلمي فقط.

البيانات الشخصية

أنثى

ذكر: الجنس

السن:

ثالثة ليسانس

ثانية ليسانس: المستوى التعليمي

ثانية ماستر

أولى ماستر

اتصال

إعلام واتصال: التخصص

إذاعة وتلفزيون

تكنولوجيا الاتصال الجديدة

معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	البند	الرقم
					يعتبر الفايسبوك الوسيلة الأفضل لنشر الدعوة الإسلامية.	01
					أحب كل ما ينشر عبر موقع الفايسبوك بخصوص الدعوة الإسلامية.	02
					أحب النصوص الإسلامية المعروضة على صفحة الفايسبوك.	03
					الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تؤثر على نفسيتك.	04
					الصور المتحركة (img-gif) في الفايسبوك تغير اتجاهك نحو الدعوة الإسلامية.	05
					لا أثق أبدا في ما ينشر عبر الفايسبوك حول الدعوة الإسلامية من منشورات.	06
					للصور الثابتة حول الدعوة الإسلامية في الفايسبوك تأثير ضعيف على نفسيتك.	07
					للدردشة عبر الفايسبوك أثر سلبي في تقبلك الدعوة الإسلامية.	08
					لا أهتم بما ينشر عبر موقع الفايسبوك من أحاديث نبوية وأدعية.	09
					أحب ما ينشر من فيديوهات حول الدعوة عبر الفايسبوك الإسلامية.	10
					الفايسبوك مصدر تحريف للنصوص والأحاديث النبوية لهذا لا أثق فيه.	11
					أفضل طريقة البث المباشر بين الداعي والطالب الجامعي لتجنب الوقوع في الخطأ والفهم الصحيح للدعوة الإسلامية.	12
					يساعدني التسجيل الصوتي الديني عبر موقع الفايسبوك على التركيز الكامل على محتوى التسجيل وفهمه.	13

					أعتمد على الفايسبوك في نشر تعاليم الدين الإسلامي كونه الأكثر انتشارا واستخداما بين أوساط الطلبة.	14
					كثيرا ما تمدني القصص النبوية المنشورة عبر موقع الفايسبوك بأفكار دينية جديدة أعتمدها في حياتي.	15
					تستغل بعض الصفحات المدعية للإسلام اسم الإسلام لنشر وغرس تعاليم ديانة اخرى بين أوساط الطلبة الجامعيين المستخدمين لموقع الفايسبوك.	16
					يوفر الفايسبوك مادة سمعية و بصرية دينية جذابة وذات تأثير قوي.	17
					لا أشجع الدعوة الإسلامية عبر موقع الفايسبوك لكون بعض المنشورات تستهدف إخراج المسلمين من ملتهم تحت اسم الإسلام والهداية.	18
					يؤدي التباين الديني عبر موقع الفايسبوك إلى رفض فكرة الدعوة الإسلامية.	19
					يؤدي الترهيب المستخدم في الأساليب الدعوية عبر موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك إلى التنفير من الإسلام وتشويه صورته.	20

قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة:

الدرجة	اسم الأستاذة
مساعد "أ"	محرز حمايمي
مساعد "أ"	عبد القادر قندوز
مساعد "أ"	رابح صانع
مساعد "ب"	نورة نايلي
مساعد "ب"	نادية جيتي

