



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الميدان : العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

التخصص : إتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إعداد الطالبة : بن يوسف مسعودة

إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل
الإجتماعي ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية
(دراسة ميدانية من وجهة نظر طلبة جامعة قاصدي مرباح
ورقلة)

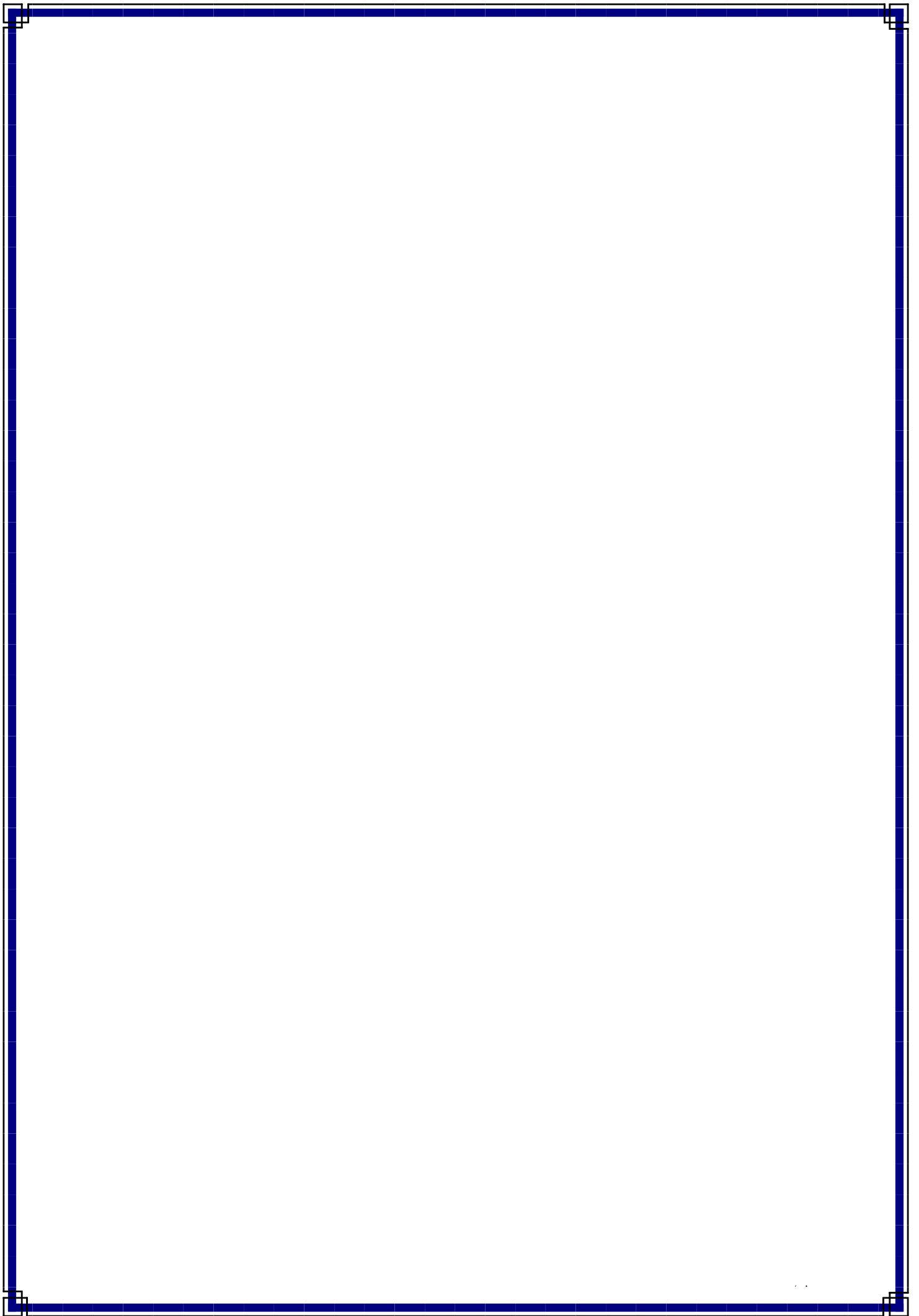
مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تاريخ المناقشة : 2025/05/27

اللجنة المناقشة

الأستاذة : د.الأسود فطيمة رئيسا.
الأستاذة : د.شلفوم جميلة مشرفا.
الأستاذة : د.سعداوي فاطمة الزهراء مناقشا.

السنة الجامعية : 2025/2024





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

الميدان : العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

التخصص: إتصال جماهيري والوسائط الجديدة

إعداد الطالبة : بن يوسف مسعودة

إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل
الإجتماعي ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية
(دراسة ميدانية من وجهة نظر من طلبة جامعة قاصدي
مرباح ورقلة)

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تاريخ المناقشة : 2025/05/27

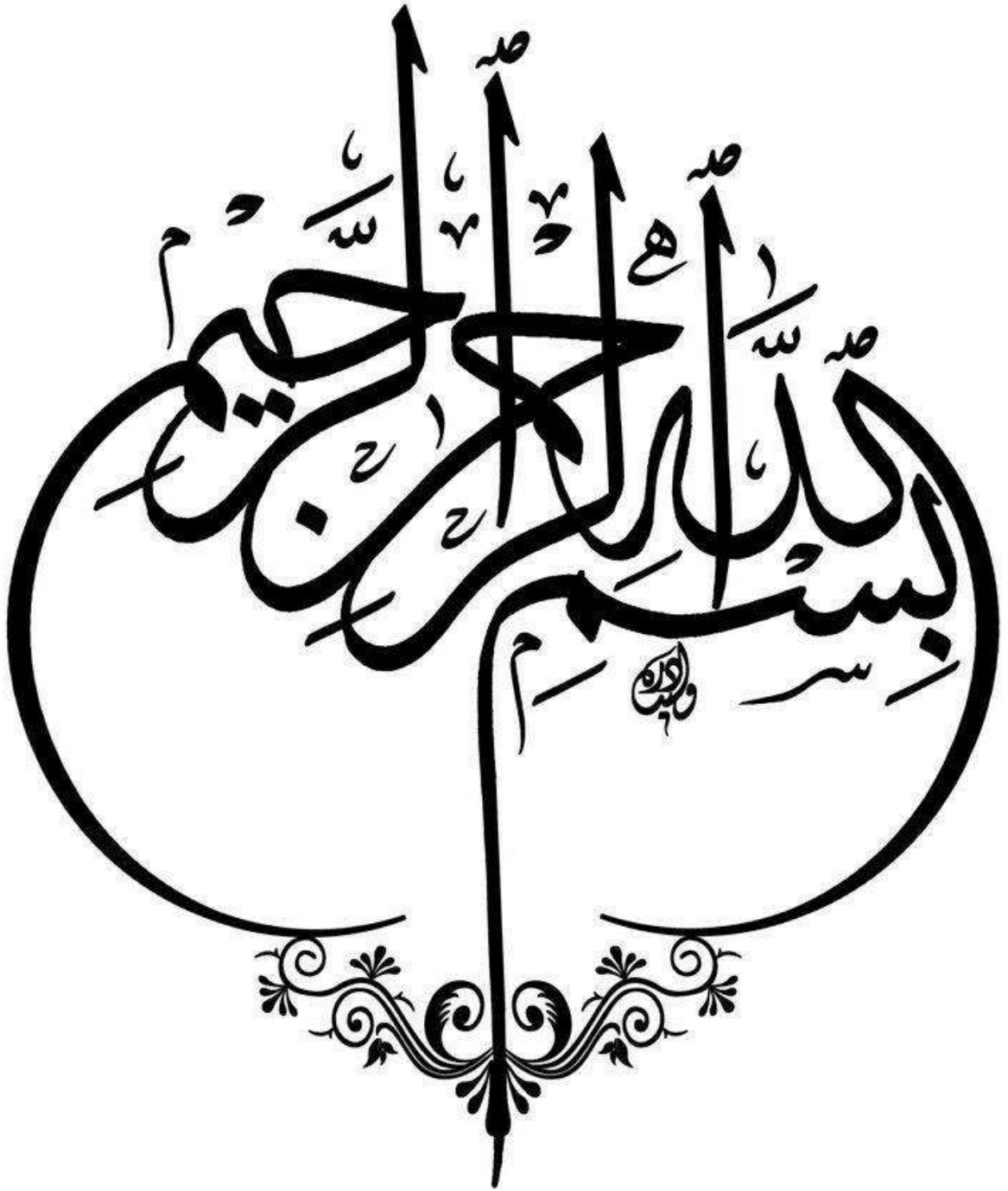
اللجنة المناقشة

الأستاذة : د.الأسود فطيمة رئيسا.

الأستاذة : د.شلفوم جميلة مشرفا.

الأستاذة : د.سعداوي فاطمة الزهراء مناقشا

السنة الجامعية : 2025/2024



إهداء

شئ جميل أن يسعى الإنسان إلى النجاح والأجمل أن يشكر من كان له الفضل عليه
فما سلكنا البدايات إلا بتيسيره وما بلغنا النهايات إلا بتوفيقه وما حققنا الغايات إلا
بفضله

الحمد لله على لذة الإنجاز والحمد لله عند البدئ وعند الختام ، أهدي ثمرة عملي هذا
إلى غاليتي وملاكتي إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كانت دعواتها الصادقة سر
نجاحي إلى من ساندتني طيلة مشواري وحرصت على نشأتي وتربيتي وعلمتني كيف أقف
بكل ثبات فوق الأرض ما كنت لأنجح لولا دعمك " **والدتي الغالية** " حفظك الله لنا
إلى من كلله الله بالهيبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون إنتظار .. إلى من أحمل
إسمه بكل إفتخار إلى من علمني أن الأعمال لا تتم إلا بالصبر والإصرار، إلى من كان
سندا لي في الحياة " **والدي العزيز** " أطال الله في عمرك وحفظك لنا

الى من كانوا خير معين لي في الحياة ... من تسعد عيني برؤيتهم إلى رفاق الخطوة الأولى
والخطوة ما قبل الاخيرة ، إخوتي وأخواتي الأعتزاء : " **بوزيد، خالد ، حياة ، محمد
هشام** " أطال الله أعماركم وحفظكم

إلى من جمعني بيها القدر صديقتي رفيقة الدرب والروح إلى من أدخلت السعادة إلى قلبي
إلى من رفقتها أبهجت روحي " **بوخالفة مروة** " حفظك الله ورعاك .
إلى كل من يبني بصدق وإخلاص ، إلى جميع من تلقيت منه النصيح و الدعم شكرا
جزيلاً

بن يوسف مسعودة

شكر وتقدير

{ وَ آخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ }

الحمد لله على التمام ولذة الختام عظم المراد فهان الطريق فجاءت لذة الوصول .. لتمحي مشقة السنين أما بعد أحمد الله وأشكره على هذه النعمة التي وصلت إليها بفضلته وإنجاز هذا العمل المتواضع بعد طول إنتظار فما إنتهى درب ولا ختم جهد ولا تم سعي إلا بفضلته.

ومن باب الإعتراف بالجميل أتقدم بدوري هذا لشكر الأستاذة الفاضلة (شلغوم جميلة) لقبولها الإشراف على هذا العمل ، وأشكرها جزيل الشكر على مجهوداتها المبذولة معي منذ بداية المذكرة إلى نهايتها كانت خير معين وخير مساند وموجه، فلم تبخل عليا بتوجيهاتها جعلها الله في ميزان حسناتها يارب لها مني فائق الإحترام والتقدير .

كما أتوجه في هذا المقام إلى شكر الأستاذة الأفاضل (الزاوي محمد الطيب، بوكرموش عيسى، عساسي أمال) الذين لم ييخلو عليا في تقديم يد العون بمعلوماتهم وتوجيهاتهم التي أعانتني على هذا الطريق كما أشكر أعضاء اللجنة المناقشة لهذا العمل على إعطائي من وقتهم وجهدهم وتوجيهاتهم

و في الختام أتقدم بشكري لجميع من ساندني من عائلتي وأصدقائي وأحبابي من بعيد ومن قريب ولو بكلمة طيبة أو إبتسامة عطرة.

بن يوسف مسعودة

ملخص الدراسة باللغة العربية :

هدفت دراستنا إلى معرفة دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية كهدف أساسي في الدراسة والتي تمحورت تحت الإشكالية التالية :

كيف يساهم إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية ؟

وقد تفرع من هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تمثلت في :

- ماهي عادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي ؟
- ماهي دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ؟
- ماهو دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية ؟

وفي سبيل الوصول إلى النتائج والأهداف المرجوة إتخذنا المنهج الوصفي لمساعدتنا في دراسة هذه الظاهرة ، وقد عملنا دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة كما إعتدنا فيها على أداة من أدوات البحوث الكمية وهي الإستبيان تم تطبيقه على عينة قوامها 70 شاب بإختلاف أعمارهم وجنسياتهم ، وتم إختيارهم بطريقة قصدية فقط من يشاهدون المحتوى الديني، وبعد جمع المعلومات من المبحوثين وتحليلها توصلنا إلى النتائج التالية :

- أن جنس الإناث هم أكثر متابعة للمحتوى الديني
- وأن أغلب أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الإجتماعي منذ أكثر من سنتين ولاكثر من أربع ساعات في اليوم وهي نسبة ليست بقليلة هذا دليل على إرتباطهم القوي بهذه المواقع .
- كما توصلنا إلى أن أكثر الوسائل إستخداما لدى الشباب هو الهاتف النقال ومن أكثر المواقع تفضيلا عندهم هو الإنستغرام وذلك لشهرته الواسعة في السنوات الأخيرة.
- ومن دوافع متابعة الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي هو إكتساب معارف جديدة أما دوافعهم لمتابعة المحتوى الديني هو محاولة فهم الدين أكثر والتعمق في فقه العبادات .
- كما توصلنا إلى أن المحتوى الديني له دور في تغيير توجهات الشباب الدينية إلى توجهات إيجابية وفي تغيير السلوكات السلبية بدرجة كبيرة .
- كما يساعدهم متابعة المحتوى الديني على إكتساب معارف وفي تنمية ثقافتهم الدينية ويساعدهم على النقاشات الدينية مع الآخرين
- وقد كشفت الدراسة أن متابعة المحتوى الديني يساهم بشكل كبير في تعزيز القيم والمبادئ عند الأفراد

الكلمات المفتاحية : الدور، المحتوى الديني الإسلامي ، مواقع التواصل الإجتماعي .

Résumé de l'étude en français:

Notre étude visait à déterminer le rôle de la diffusion de contenus religieux sur les sites de réseaux sociaux dans la formation des orientations religieuses des jeunes en tant qu'objectif principal de l'étude, qui était centrée sur la question suivante :

Comment la diffusion de contenus religieux sur les sites de réseaux sociaux contribue-t-elle à façonner les orientations religieuses des jeunes ? Cette question était suivie d'une série de sous-questions, qui étaient les suivantes :

- Quelles sont les habitudes et les modèles d'utilisation des sites de réseaux sociaux par les jeunes ?
- Quelles sont les motivations qui poussent les jeunes à suivre des contenus religieux sur les médias sociaux ?
- Quel est le rôle de la diffusion de contenus religieux par les médias sociaux dans la formation des orientations religieuses des jeunes ?

Afin d'atteindre les résultats et les objectifs souhaités, nous avons adopté la méthode descriptive pour nous aider à étudier ce phénomène. Nous avons mené une étude sur le terrain auprès d'un échantillon d'étudiants de l'Université Kasdi Merbah de Ouargla. Nous nous sommes également appuyés sur un outil de recherche quantitative, le questionnaire, qui a été appliqué à un échantillon de 70 jeunes de différents âges et nationalités, qui ont été sélectionnés à dessein uniquement pour regarder des contenus religieux, et après avoir recueilli des informations auprès des personnes interrogées et les avoir analysées, nous sommes parvenus aux résultats suivants :

- Les femmes sont plus enclines à regarder des contenus religieux.
- La majorité des membres de l'échantillon suivent les sites de réseaux sociaux depuis plus de deux ans et plus de quatre heures par jour, ce qui n'est pas un faible pourcentage, preuve de leur fort attachement à ces sites.
- Nous avons également constaté que le moyen de communication le plus utilisé par les jeunes est le téléphone portable, et que le site web le plus préféré est Instagram, en raison de sa popularité ces dernières années.
- L'une des motivations pour suivre les sites de réseaux sociaux est d'acquérir de nouvelles connaissances, tandis que les motivations pour suivre les contenus religieux sont d'essayer de mieux comprendre la religion et d'approfondir la jurisprudence du culte.

- Nous avons également constaté que les contenus religieux jouent un rôle dans l'évolution des attitudes religieuses des jeunes vers des attitudes positives et dans la modification des comportements négatifs dans une large mesure.
- Suivre des contenus religieux les aide également à acquérir des connaissances, à développer leur culture religieuse et à participer à des discussions religieuses avec d'autres personnes.
- L'étude a révélé que le fait de suivre des contenus religieux contribue de manière significative à la promotion des valeurs et des principes chez les individus

Mots clesm

Le role - Contenue religieux islamique – sites de medias sociaux.

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
	الإهداء
	شكر وتقدير
	ملخص الدراسة
	ملخص الدراسة باللاتينية
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال البيانية
	فهرس الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول : الجانب المنهجي	
17	الإشكالية
18	تساؤلات الدراسة
18	أسباب إختيار الدراسة
19	أهداف الدراسة
20	أهمية الدراسة
20	حدود الدراسة
21	منهج الدراسة
23	أداة الدراسة
25	مجتمع البحث وعينة الدراسة
27	المقاربة النظرية
33	الدراسات السابقة
39	مفاهيم ومصطلحات الدراسة
الفصل الثاني : الجانب التطبيقي	
44	تمهيد
45	عرض وتحليل النتائج
70	النتائج العامة للدراسة
72	النتائج حسب تساؤلات الدراسة

75	الخاتمة
77	قائمة المراجع
81	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

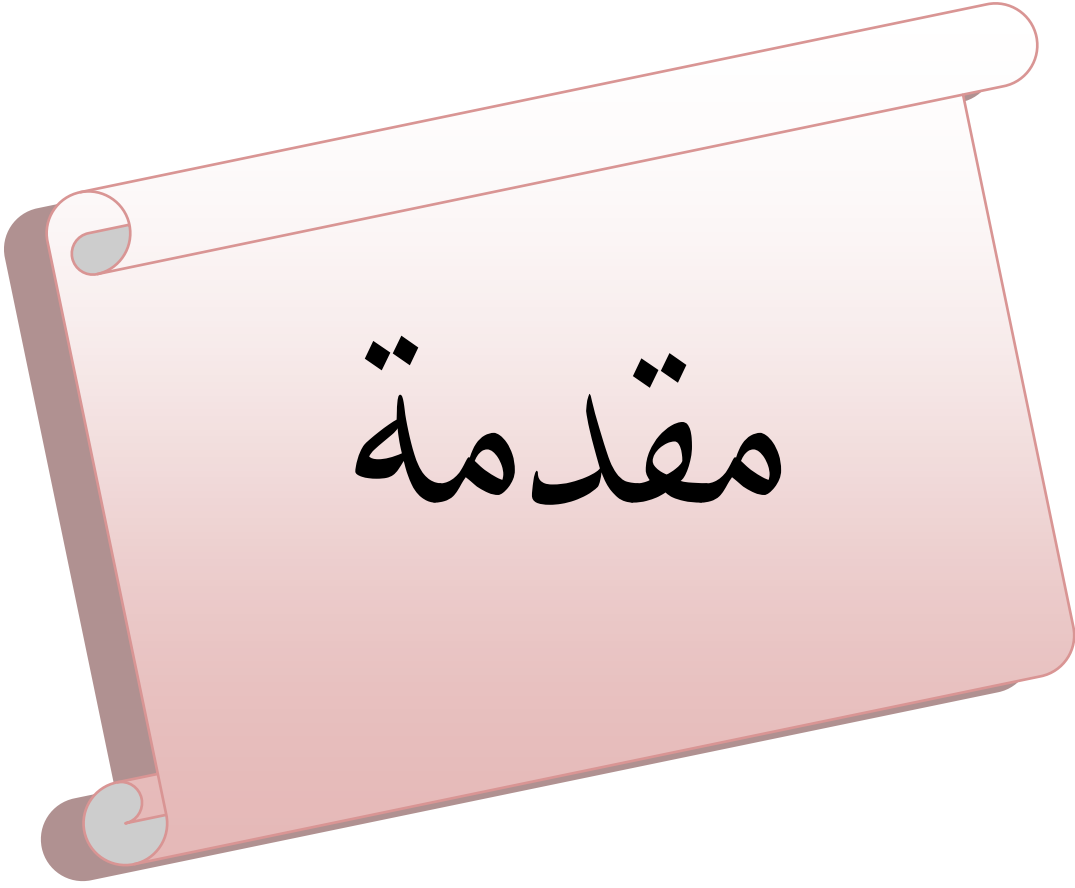
الصفحة	عنوان	رقم
45	يبين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	01
46	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
47	مدة إمتلاك أفراد العينة لحسابات عبر مواقع التواصل الإجتماعي	03
48	يبين توزيع أفراد العينة حول عدد ساعات إستخدامهم وتصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي في اليوم	04
49	يمثل الوسائل المستخدمة من طرف العينة لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي	05
50	يبين توزيع أفراد العينة حول مواقع التواصل الإجتماعي التي يفضلون الولوج لها بشكل دائم	06
51	يبين توزيع أفراد العينة حول الأماكن التي يتصفحون فيها مواقع التواصل الإجتماعي	07
52	توزيع أفراد العينة حول روتين متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي .	08
53	يبين توزيع أفراد العينة حول دوافع إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي.	09
54	يبين توزيع أفراد العينة حول كيفية تفاعلهم مع المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي .	10
55	يبين توزيع أفراد العينة حول المحتويات الدينية التي يتابعونها في مواقع التواصل الإجتماعي .	11
56	يبين توزيع أفراد العينة حول نوع المحتوى الديني الذي يفضلونه عبر مواقع التواصل الإجتماعي ويتفاعلون معه	12
58	يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كان يجذبك المحتوى الديني لمتابعته عبر مواقع التواصل الإجتماعي	13
59	يبين توزيع أفراد العينة حول دوافع إقبالهم ومتابعتهم للمحتوى الديني	14
60	يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كانوا يثقون بالمحتوى الديني المقدم عبر مواقع التواصل الإجتماعي	15
61	يبين توزيع أفراد العينة حول التأثير بالمحتويات الدينية الموجودة عبر مواقع التواصل الإجتماعي	16

62	يبين توزيع أفراد العينة حول أوجه الإفادة من متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي	17
63	يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا يروا تغير في توجهاتهم الدينية بعد متابعتهم للمحتوى الديني في مواقع التواصل الاجتماعي	18
64	يبين توزيع أفراد العينة حول هذه التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني تتدرج تحت السلبي أم الإيجابي.	19
65	يبين توزيع أفراد العينة حول هل يؤثر متابعة لمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد في إختياراته المصيرية في الحياة	20
66	يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يساعدهم متابعة المحتوى الديني في النقاشات الدينية مع الآخرين "	21
67	يبين توزيع أفراد العينة حول المصدر الأكثر ثقة وتأثيرا في نشر المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
68	يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يعتقدون أن المحتوى الديني له دور في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية عند الشباب "	23
69	يبين توزيع أفراد العينة حول أكثر المبادئ والقيم التي ساهم بها المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيزها لديهم	24

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان	رقم
45	بين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	01
46	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
47	مدة إمتلاك أفراد العينة لحسابات عبر مواقع التواصل الإجتماعي	03
48	يبين توزيع أفراد العينة حول عدد ساعات إستخدامهم وتصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي في اليوم	04
49	يمثل الوسائل المستخدمة من طرف العينة لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي	05
50	يبين توزيع أفراد العينة حول مواقع التواصل الإجتماعي التي يفضلون الولوج لها بشكل دائم	06
51	يبين توزيع أفراد العينة حول الأماكن التي يتصفحون فيها مواقع التواصل الإجتماعي	07
52	توزيع أفراد العينة حول روتين متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي .	08
53	يبين توزيع أفراد العينة حول دوافع إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي.	09
54	يبين توزيع أفراد العينة حول كيفية تفاعلهم مع المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي .	10
55	يبين توزيع أفراد العينة حول المحتويات الدينية التي يتابعونها في مواقع التواصل الإجتماعي .	11
56	يبين توزيع أفراد العينة حول نوع المحتوى الديني الذي يفضلونه عبر مواقع التواصل الإجتماعي ويتفاعلون معه	12
58	يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كان يجذبك المحتوى الديني لمتابعته عبر مواقع التواصل الإجتماعي	13
59	يبين توزيع أفراد العينة حول دوافع إقبالهم ومتابعتهم للمحتوى الديني	14
60	يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كانوا يثقون بالمحتوى الديني المقدم عبر مواقع التواصل الإجتماعي	15
61	يبين توزيع أفراد العينة حول التأثير بالمحتويات الدينية الموجودة عبر مواقع التواصل الإجتماعي	16

62	يبين توزيع أفراد العينة حول أوجه الإفادة من متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي	17
63	يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا يروا تغير في توجهاتهم الدينية بعد متابعتهم للمحتوى الديني في مواقع التواصل الاجتماعي	18
64	يبين توزيع أفراد العينة حول هذه التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني تتدرج تحت السلبي أم الإيجابي.	19
65	يبين توزيع أفراد العينة حول هل يؤثر متابعة لمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الفرد في إختياراته المصيرية في الحياة	20
66	يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يساعدهم متابعة المحتوى الديني في النقاشات الدينية مع الآخرين "	21
67	يبين توزيع أفراد العينة حول المصدر الأكثر ثقة وتأثيرا في نشر المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي	22
68	يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يعتقدون أن المحتوى الديني له دور في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية عند الشباب "	23
69	يبين توزيع أفراد العينة حول أكثر المبادئ والقيم التي ساهم بها المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيزها لديهم	24



شهد العالم منذ بداية البشرية على وجه الأرض وعلى مر العصور تطورات عديدة وفي مختلف المجالات ، وعند ظهور التكنولوجيا و الأنترنت كانت من أحد أهم المجالات والتطورات التي وصل إليها الإنسان حيث أحدثت طفجة كبيرة وتغير كبير على المجتمع وفي جميع النواحي كما فتحت التكنولوجيا أفاقا ضخمة أمام البشرية وتحقيق مستوى أفضل للحياة وساهمت في حل العديد من المشكلات .

ومن هذه التكنولوجيات هي تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث ساهمت هذه الأخيرة بربط الأفراد ببعضهم وبتقريب المسافات ، وعززت من عملية التواصل بين الأفراد وجعل العالم كقرية واحدة ، كما تعد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات عن المجتمع ، وتبادل الأفكار والمعلومات فيما بينهم هذا ما يجعل عليها إقبال واسع ، وضمن هذه التكنولوجيا ظهر ما يسمى بمواقع التواصل الإجتماعي وهي عبارة عن مواقع على الشبكة العنكبوتية تسمح للأفراد بالتواصل عن طريقها دون تنقل والتي حظيت بإقبال وإنتشار كبير على الصعيد العالمي ، كما أصبحت من أكثر المواقع إستخداما في المجتمعات وذلك لكثرة ميزاتها وسهولة إستخدامها.

كما تسمح هذه المواقع بنشر الأخبار والمحتويات والمضامين وفي جميع المجالات كالسياسية والثقافية والإقتصادية وحتى الدينية ، فأصبحت في الوقت الحالي بديل للإعلام التقليدي وإستقطبت جميع شرائح المجتمع ، خاصة الفئة الشبابية حيث أصبحت هذه الأخيرة من أكثر الشرائح إستعمالا لهذه المواقع وبات الكثير من الشباب يستخدمونها لتلبية حاجاتهم ورغباتهم المتعددة والمختلفة وذلك بسبب تنوعها وتنوع منشوراتها والمميزات التي تقدمها، وتعد الفئة الشبابية من أهم الفئات التي يقوم عليها المجتمع حيث يعدون من ركائز المجتمع والتأثير عليهم يعود على المجتمع ككل ، وكما لكل تطور له إيجابيات ووسلبيات ، وإقبال هذه الشريحة على هذه المواقع بشكل كبير يجعل الأمر ليس بهين من ناحية التأثيرات الناتجة عنها ، ومن بين المحتويات التي تنتشر على مواقع التواصل الإجتماعي هي المحتوى الديني .

حيث يعد الجانب الديني هو أساس كل فرد مسلم ويعتبر إقبال المتابعين عليه لإرتباطه بالجوانب الروحية للفرد وقد إنتشر هذا المحتوى بكثرة في الأونة الأخيرة وكان الإقبال عليه بشكل كبير خاصة لدى فئة الشباب بحيث يعتبرون من أكثر مستخدمين لمواقع التواصل الإجتماعي هذا ما دفعنا لدراستنا هذه والتي تهدف لمعرفة دور إنتشار المحتوى الديني في تشكيل توجهات الشباب الدينية

ومعرفة التطورات التي نماها هذا المحتوى على المتابعين وكيفية مساهمة المحتوى الديني في تشكيل أفكارهم وتوجهاتهم الدينية ، كما الشئ الذي دفعنا لدراستنا هذه هو التأثير الشخصي بهذه المحتويات المنشورة الخاصة بالمحتوى الديني والرغبة في التعمق في أثاره بشكل أكبر على الشباب.

وللوصول إلى النتائج المرادة إتبعنا خطة الدراسة كالتالي :

❖ بداية بالجانب المنهجي والذي إحتوى على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية ثم أسباب إختيار موضوع الدراسة وأهداف الدراسة، والأهمية التي نستخلصها من الدراسة، ثم بعد ذلك حدود الدراسة الزمانية والمكانية والبشرية ، وصولا لمنهج المتبع في الدراسة وأداتها ، ثم مجتمع البحث وعينة الدراسة، و المقترَب النظري والدراسات السابقة في هذا الموضوع وصولا لمفاهيم ومصطلحات الدراسة.

❖ أما الجانب التطبيقي : فيتضمن عرض البيانات وعلى تمهيد للجانب التطبيقي ثم على محتويات الإستبيان والتي تبين المحاور التي بنيا عليها هذا الإستبيان ، وصولا إلى عرض وتحليل النتائج والتي تم عرض فيها الجداول والأشكال البيانية لنتائج المتوصل إليها ، ثم بعد ذلك النتائج العامة للدراسة ، وأخر عنصر مناقشة النتائج حسب تساؤلات الدراسة وخاتمة .

الفصل الأول :

الجانب المنهجي

خطة البحث :

- ❖ إشكالية الدراسة
- ❖ تساؤلات الدراسة
- ❖ أسباب إختيار الدراسة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ أهمية الدراسة
- ❖ حدود الدراسة
- ❖ منهج الدراسة
- ❖ أداة الدراسة
- ❖ مجتمع البحث وعينة الدراسة
- ❖ المقرب النظري
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ مفاهيم ومصطلحات الدراسة

الإشكالية :

لقد تطور الإنسان على مر العصور منذ نشأته وتواجده على سطح الأرض وانتقل بعدة مراحل خاصة في طرق تواصله مع عالمه الخارجي، ويعد الإتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، ويرجع أصل كلمة إتصال communication إلى الكلمة اللاتينية communis ومعناها common أي مشترك أو عام ، وبالتالي فإن الإتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التقاهم حول شيء أو إيصال أفكار من شخص إلى آخر أو من شخص إلى مجموعة من الأشخاص، فالإتصال يعد من السمات الإنسانية الأساسية، سواء أكان في شكل صور أم موسيقى، وسواء أكان إتصالا فعليا أم مستترا واضحا أم غامضا، فالإتصال هو القناة التي تربطنا بالإنسانية، وهو الذي يمهد لكل مانقوم به من أفعال،¹ ففي البداية كان التواصل يعتمد بشكل أساسي على الإشارات والرموز والرسوم على الحجر وأوراق الشجر ثم بدأ بالتطور مع إكتشافه للكتابة وإختراع الطباعة وهذا ما سهل له العديد من الأمور آنذاك، كما لم يقتصر تطوره على الكتابة والقراءة بل إلى أبعد من ذلك فعلى مر العصور توصل الإنسان إلى العديد من التطورات التي سهلت عليه حياته وصولا إلى وسائل التواصل الحديثة والتكنولوجيا مثل الأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي.

فالأنترنت ومواقع التواصل الإجتماعي أصبحتا جزء لا يتجزء من المجتمع في وقتنا الحالي وأصبح لهم دور كبير في المجتمعات وذلك لكثرة ميزاتهم ومهامهم، حيث تعرف الأنترنت على أنها شبكة عالمية تضم آلاف وملايين الأجهزة المتصلة ببعضها البعض، كما توفر سبيل للوصول إلى المعلومات في العديد من المجالات، وسرعة إيصال المعلومات، أما مواقع التواصل الإجتماعي هي عبارة على أداة تواصل بين الأفراد، تتيح التواصل الفوري بين الأشخاص سواء عبر الرسائل النصية أو التسجيلات الصوتية أو المكالمات، ومن بين هذه المواقع نجد موقع فيسبوك والذي إنتشر بكثرة أوساط الطلاب الجامعيين حين ظهوره، وموقع إنستغرام وواتساب والعديد من المواقع الأخرى التي تهدف لربط الأفراد ببعضها وجعل المجتمع كقرية واحدة .

ولقد حظت مواقع التواصل الإجتماعي بإهتمام كبير أوساط المجتمع عامة وبين الشباب خاصة فتعتبر الفئة الشبابية من أكثر الفئات إستخداما لهذه المواقع وللعديد من الأسباب، وهذا ما جعل

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية المعاصرة، القاهرة 2022

لها تأثير كبير على المجتمعات من العديد من النواحي، حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي والتطور الحاصل عليها في السنوات الأخيرة تنافس بشكل كبير الإعلام التقليدي الذي كان له صدا في السابق وأخذ الأنظار عليه في نشرها للأخبار من خلال مميزات كثيرة والتي فيها حرية التعليق وبدون قيود وتأثيرها القوي ولقد شمل هذا التأثير شتى الجوانب الحياتية للإنسان ولقد كان لها دور مهم في نشر الثقافة الدينية وسط المجتمع¹ في السنوات القليلة الماضية وعند قولنا للمحتوى الديني، القصد هو الدين الإسلامي بالخصوص .

ففي الفترة الأخيرة هناك العديد من الصفحات والمحتويات التي أصبحت تنشر وبشكل كبير المحتويات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما ولد فينا الرغبة في دراسة أثر ودور هذه المحتويات أوساط الشباب في تشكيل توجهاتهم الدينية، ومن خلال ما سبق نطرح التساؤل التالي:

السؤال الرئيسي :

1. كيف يساهم إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية ؟

الأسئلة الفرعية :

1. ماهي عادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
2. ماهي دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
3. ماهو دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية ؟

أسباب إختيار الدراسة :

تعد مرحلة إختيار الموضوع ومشكلة الدراسة من أهم المراحل التي يولي لها الباحث إهتمام في البحوث العلمية، فلكل دراسة علمية أسباب تؤدي بالباحث لدراستها وجذب إنتباهه لها، والمقصود هنا بجذب إنتباهه لها هو أن المشكلة هي التي تثير الباحث عند وجودها وتدفع به إلى الحيرة والرغبة في دراستها كما لا يمكن أن تكون أي مشكلة موجودة قابلة

¹ . حيدر غريسي ، رياض هاشم عرار ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية، دراسة على عينة من شباب ولاية تقرت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة ورقلة 2023/2022 ص5

لدراسة بل وجب أن تتوفر فيها عدة شروط من بينها نذكر الإستمرارية أن تكون مستمرة وموجودة بالفعل لفترات طويلة، أيضا أن تكون ذات تأثير كبير وواضح في المجتمع، والعديد من المعايير الأخرى ومن أهم الأسباب التي دفعتنا لدراسة مشكلتنا هذه، نجد الأسباب الذاتية والتي تخص ميولات الباحث ورغبته ، والأسباب الموضوعية التي تختص بالموضوع في حد ذاته . وسنتطرق الى هذه الأسباب التي دفعتنا لدراستنا هذه منها :

الأسباب الذاتية :

- الإهتمام الشخصي بالمواضيع الدينية ومتابعتها .
- معايشة هذا الموضوع شخصيا والتأثير بهذه المحتويات الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وتغير العديد من الأفكار والتوجهات ذاتيا وهذا ما جعلنا نود التعمق فيه أكثر .
- أيضا الرغبة في إنهاء مسيرتي الدراسية بموضوع ديني تشكرا لله الواحد الأحد على ماوصلت اليه.

الأسباب الموضوعية :

- إنتشار مواقع التواصل الإجتماعي بكثرة وإقبال عليها كبير من طرف المجتمع عامة والشباب خاصة، حيث أصبحت مصدرا رئيسيا للمعلومات والتوجهات، وهذا ما ولد فينا الرغبة في دراسة تأثير هذه المواقع ودورها في تشكيل توجهات الشباب الدينية.
- رواج المحتوى الديني بشكل كبير في السنوات الأخيرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وتنوع طرق إيصال رسائله للشباب .
- تزايد الصفحات الدينية وظهور مؤثرين كثر في الجانب الديني الذين ينشرون عبر مواقع التواصل الإجتماعي ويتابعهم الشباب ما يولد زيادة نشر هذا المحتوى على نطاق واسع والإهتمام به من طرف الكثير .

أهداف الدراسة :

نعني بالهدف هو ما يريد الوصول إليه الباحث في دراسته من نتائج كما تسعى هذه الدراسة كهدف أساسي الى معرفة دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية .

وينبثق من هذا الهدف الأساسي عدة أهداف فرعية والتي من خلالها تساعدنا في تحديد توجهات

دراستنا والوصول الى نتائج دقيقة وواضحة تخدم عنوان الدراسة منها :

- التعرف على عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي .
- الكشف عن دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي.
- الكشف عن دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية .

أهمية الدراسة :

تستمد الدراسة الحالية أهميتها من تناولها أهم مواضيع العصر ألا وهي مواقع التواصل الإجتماعي والتي أصبح لها في الوقت الحالي دور كبير في كل المجالات تقريبا وأصبح تأثيرها في المجتمع ليس بالأمر الهين خاصة على الفئة الشبابية، كما ركزنا على هذه الفئة بالتحديد لأنها تعتبر أحد أهم الفئات فاعلية في المجتمع ، و تعد فئة جد حساسة وفعالة في نفس الوقت فهي من ركائز المجتمع وأساسه وهذا ماجعلنا نركز عليها لأهميتها الكبرى ، كما تعيد هذه الدراسة في معرفة دور مواقع التواصل الإجتماعي بنشرها للمحتوى الديني في تشكيل توجهات الشباب الدينية وأثرها عليهم حيث تزايدت نشر الصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الإجتماعي في الأونة الأخيرة واستقطبت العديد من المتابعين هذا ما ولد أهمية بالغة لمعرفة أثرها عليهم سواء بالسلب أو بالإيجاب ومعرفة مدى ثقتهم بها .

أيضا معرفة أثر إنتشار هذه الصفحات الدينية وأهم الأسباب التي تدفع بالشباب لمتابعة المحتوى الديني حيث يعتبر الجانب الديني من أكثر المواضيع الواجب الإهتمام بها خاصة في وقتنا الحالي ولظهور العولمة والانفتاح عن العالم ولقلة الدراسات فيها وذلك لتفقه في الدين أكثر ولقول الرسول صلى الله عليه وسلم : (من يرد الله به خيرا يفقهه في الدين) .

حدود الدراسة :

- **الحدود المكانية** : تم تطبيق الدراسة في جامعة قاصدي مرباح ورقلة عامة دون تحديد تخصص أو مستوى معين .
- **الحدود الزمانية** : أجريت الدراسة في السنة الجامعية 2025/2024 وقد تم تقسيم مجال الدراسة الى مرحلتين :

- **المرحلة الأولى:** كانت مرحلة إنجاز الجانب المنهجي والتي إمتدت من أكتوبر 2024 إلى غاية شهر مارس من سنة 2025 .
- **أما المرحلة الثانية :** والتي تم فيها إنجاز الجانب التطبيقي للدراسة إمتدت من شهر أفريل 2025 إلى غاية شهر ماي من سنة 2025.

منهج الدراسة :

تعد مرحلة إختيار منهج البحث من أهم الخطوات الواجبة في كل بحث علمي حيث يعتبر المنهج العلمي الأساس لكل دراسة علمية وذلك لأهميته في مساعدة الباحث للوصول إلى نتائج في دراسته، حيث يقول موريس أنجرس في كتابه منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية " أن مانعنيه بمنهج علمي أنه مسعى الباحثين والباحثات في كل ميادين العلم " ¹.

كما يعرف المنهج أيضا على أنه طريقة تصوير وتنظيم مجموعة من الإجراءات والأدوات البحثية للوصول إلى هدف معين يتعلق وتفسير الظواهر والقضايا المراد دراستها ².

وكما أشار " عبد الرحمن بدوي من جهته بأن المنهج : هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، والتي تهيمن على العقل وتحدد عملياته، حتى يصل إلى نتيجة دقيقة للمعلومة أي أن المنهج هو عبارة عن الطريق التي يتبعها الباحث في دراسته وبواسطة مجموعة من القواعد والعناصر. ³

وقد عرف الفيلسوف ديكارت : " المنهج بأنه أسلوب لإحكام العقل وينبغي أن يهدف المنهج إلى البحث عن الحقيقة " ويكاد يكون لمنهج البحث في كافة حقول المعرفة هدفا واحدا وهو إيجاد علاقات بين الظواهر والقضايا المدروسة ⁴.

ومن خلال التعريفات السابقة نصل الى أن أغلبها يقر أن المنهج هو عبارة عن مجموعة من الخطوات والطرق التي يتبعها الباحث في دراسته للوصول إلى النتائج المرجوة بطرق صحيحة ودقيقة .

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، ط 2 منقحة، دار القصة للنشر، 2006 ، ص 102.

² إيناس دادة موسى ، وداد أعراب، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني بالإسلام لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة (الفييسوك أنموذجا) ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال جماهيري، جامعة ورقلة، 2023/2022 ، ص26 .

³ أحمد مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ط4 ، الجزائر 2010، ص 283 .

⁴ عبد الملك الدناني، سامية أحمد هاشم، مناهج بحوث الإتصال الحديثة ، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، 2016 ص33.

إلا أن عملية إختيار المنهج من طرف الباحث في دراسته لا يكون بمحض الصدفة أو من الفراغ أو عشوائي بل يختار المنهج حسب مايناسب دراسته وعنوانه ، وفي دراستنا هذه فقد إختارنا المنهج الوصفي في الوصول الى النتائج المرادة حيث تهدف هذه الدراسة الى معرفة دور إنتشار المحتوى الديني ومتابعته عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية والتي تدخل ضمن الدراسات الوصفية ، التي تسعى إلى دراسة الواقع وإكتشاف الظواهر ودراستها وصفا وتحليلا، بحيث إنتشرت في الأونة الأخيرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي العديد من الصفحات والمواقع التي تنشر المحتوى الديني وهذا ماجعلنا نختار المنهج الوصفي وهو الأنسب لتحليل هذه الظاهرة .

حيث تعرف " الدراسات الوصفية : على أنها دراسة تصورية دقيقة عن الأحداث والظواهر المكونة لها، وطبيعة العلاقات السائدة فيها، أي أن الهدف الأساسي من الأبحاث الوصفية هو التحصل على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع أو الظاهرة المراد دراستها، كما هي إعطاء تصوير للواقع المدروس وإعطاء الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة المدروسة " ¹ . وهو من أهم المناهج المستعملة في البحث العلمي، حيث يلجأ إليه الباحث عندما تتوفر لديه معرفة مسبقة ومعلومات (بحوث إستطلاعية أو وصفية سابقة) عن أبعاد أو جوانب الظاهرة. ²

و يعرف المنهج الوصفي على أنه تجميع منظم للحقائق عن جماعة أو مجموعة من الأفراد ومعظم المسوح تعتمد من الناحية العلمية إستمارات الإستبيان والمقابلة من أجل جمع البيانات الكمية التي يمكن تحليلها مع اختصار للوقت والجهد. ³

ويعرف أيضا على أنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي للظاهرة كما في الواقع ويعبر عنها كميًا وكيفيًا فالكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما الكمي فيعطيها وصفا رقميا، يصف الحقائق إعتادا على جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها بدقة. ⁴

¹ . أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره ، ص51.

² . إسماعيل إبراهيم، مناهج البحوث الإعلامية، ط1 ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2017، ص53.

³ محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاج، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، ط 1 دار الحامد للنشر والتوزيع، 2019، ص 130.

⁴ أمال دحدوح ، فوزية رحال ، دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني بين طلبة العلوم الإسلامية جامعة العربي التبسي، صفحة الفيسبوك لمسجد أنس إبن مالك نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال تنظيمي، 2023/ 2024 ، ص11.

الهدف من إستخدام المنهج الوصفي:

ومن خلال ماسبق نستخلص بأن المنهج الوصفي الهدف من توضيفه في دراستنا هو جمع البيانات وصفيا وبشكل دقيق حيث لا يقتصر البحث الوصفي على وصف الظواهر فقط بل إلى أبعد من ذلك يساعد في تحليلها والوصول إلى نتائج واضحة ودقيقة ، والهدف منه أيضا معرفة أثر وأسلوب تفاعل الشباب مع هذه المحتويات الدينية عبر مواقع التواصل الإجتماعي .

أداة الدراسة :

في دراستنا هذه وفي سبيل الوصول إلى النتائج المرجوة من الموضوع إتخذنا أداة من أدوات البحوث الكمية ألا وهو الإستبيان كوسيلة لجمع المعلومات من المبحوثين، وذلك للوصول إلى نتائج دقيقة ذات تحليل معمق .

حيث يعتبر الإستبيان أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف إستثارة المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، وذلك لتقديم أهم حقائق وأراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، ويعد الإستبيان من أكثر أدوات البحث العلمي إستخداما وشيوعا وذلك لسهولة من جهة ودقة نتائجه من جهة أخرى.¹

كما يعرف الإستبيان على أنه : " هو أداة أو وسيلة لجمع البيانات في شكل إستمارة للبحث تتكون من قائمة ومجموعة من الأسئلة توجه لأفراد العينة ليقوموا بالإجابة عليها للحصول على معلومات حول موضوع معين" .²

ونستخلص على أن الإستبيان هو عبارة عن وثيقة أو إستمارة يتم إعدادها من طرف الباحث تحتوي على مجموعة من الأسئلة والتي تكون ضمن محاور معينة تعد بطريقة منهجية مع مراعاة صياغة أسئلة واضحة ومفهومة غير مبهمه حتى يتسنى للمبحوث الإجابة عنها، ثم بعد ذلك توزع على المبحوثين

¹ محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاج، المرجع السابق ذكره، ص 92.

² السعيد مداني، ياسين وغان، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين (الإستغرام أنموذجا)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والإتصال، تخصص إتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة ورقلة، 2023/2022 ، ص20.

يعد الإستبيان أكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين (الأفراد، أو الأشخاص) خاصة إذا كان جمهور المتلقين يتميز بضخامة العدد والتشتت بالشكل الذي يصعب إستخدام أي أساليب أخرى كالمقابلة أو الملاحظة مثلا.¹ وهذا ما جعلنا نستخدمه كأداة في دراستنا بحكم العدد الكبير وعدم القدرة على إستخدام أي أداة أخرى قد لا تساعدنا من ناحية الوقت والجهد. ومن أهم الخصائص التي يتميز بها الإستبيان ومن الأسباب التي جعلتنا نختاره كالأتي.

- يمتاز الإستبيان بقلة تكاليفه وأيضاً توفير الوقت والجهد عند وجود حجم المجتمع كبير جداً ولا يستطيع الباحث دراسته كله.
- يساعد الإستبيان على توفير الدقة في صياغة العبارات والألفاظ وترتيب الأسئلة وتسجيل الإستجابات .
- يساعد الإستبيان في الحصول على بيانات كمية حساسة وأخرى محرجة، ففي غالب الأحيان يخشى المستجيب إعلان رأيه أو التصريح أمام الباحث فالإستبيان يساعد المبحوث على أخذ حريته في الإجابة.²

ومن الشروط الواجب توافرها في الإستبيان :

- أن يكون الإستبيان ترجمة حقيقية للبحث ويحتوي على الأهداف المراد التوصل إليها من الدراسة .
- أن يصاغ بطريقة مفهومة وأيضاً مختصرة حتى لا يكون عرضة لإهمال المستجيبين.
- يكون الإستبيان في مستوى إدراك وتعليم المبحوث فلا يمكن أن نسلم إستبيان لمبحوثين لا يقرؤون أو لا يدركون مستواه.³

وتتضمن وثيقة الإستبيان في دراستنا على البيانات التالية:

أولاً جزء البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوث كالجنس والعمر، ثم بعد ذلك تأتي المحاور الأساسية وهي ثلاثة محاور :

- **المحور الأول :** بعنوان عادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي .

¹ محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاج، مرجع سبق ذكره ، ص92.

² أحمد الحمزة ، الإستبيان أداة للبحث العلمي وأهم تطبيقاته، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 12، العدد03 جويلية 2023، ص305 .

³ . أحمد الحمزة ، مرجع نفسه ، ص306.305 .

• **المحور الثاني:** تحت عنوان دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

• **المحور الثالث:** دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية .

وقبل أن يتم توزيع إستمارات الإستبيان تم عرضه على ثلاث أساتذة في الإختصاص للتحكيم، ثم تم توزيعه على عينة قوامها 70 طالب

" الأستاذ الزاوي محمد الطيب ، والأستاذ بوكرموش عيسى ، والأستاذة عاساسي أمال " ولرؤية مدى توافق الإستبيان مع الأسئلة الخاصة بالدراسة ، وقد تم تصحيحه بناء على ملاحظاتهم بعد موافقة الأستاذة المشرفة على بعض النقاط لتصحيحها .

مجتمع البحث وعينة الدراسة :

بعد مايمر الباحث بعدة خطوات في دراسته من تحديد المشكلة المطروحة والأسئلة الفرعية والهدف من هذه الدراسة وصولا إلى مجتمع البحث وعينة الدراسة فوجب على الباحث هنا تحديد المجتمع المراد تطبيق فيه دراسته بعناية تامة حتى يتسنى له الوصول إلى نتائج واضحة معمقة ودقيقة بالخصوص، ويعرف مجتمع البحث على أنه مجموعة من الأفراد، وهذا النوع من المجتمعات يختلف بطبيعة المشكلة المدروسة .¹

كما يعرف أيضا على أنه جميع الأحداث والأفراد أو المؤسسات أو المنظمات الذين يمكن أن يكونو أعضاء في الدراسة². وبناء على ماسبق وللتبسيط أكثر يمكننا القول أن مجتمع البحث هو كل المفردات التي تتميز أو تتوفر على الخصائص التي يريد الباحث أن يدرسها،³ وفي ظل دراساتنا والتي بعنوان إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية

¹ . محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاج، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، مرجع سبق ذكره ، ص55 .

² . شركة دراسة لخدمات البحث العلمي والترجمة، مجتمع وعينة الدراسة في البحث العلمي، فيديو يوتيوب 20سبتمبر 2021، يوم التصفح 8 /02/2025، ساعة التصفح 14:50 .

https://youtu.be/_m4pS1jE_Q8?si=CPvS3MbxphUbbvpF

³ . محمد جبالة، الأسس المنهجية لإختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث، مجلة الإحياء، المجلد 20، العدد24، ماي 2020 ، ص629 .

عملنا دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، وهنا يتمثل مجتمع الدراسة هو كل طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الذين يدرسون خلال الموسم (2025/2024) ولضخامة عدد الطلبة في هذه الجامعة وأيضاً بسبب وجود عينة لا تخدم أهداف الدراسة لا يمكن للباحث في هذه الحالة أن يقوم بدراسة كل مجتمع الدراسة بل يتخذ أسلوب العينة وهذا ما سنقوم بإتباعه في دراستنا الحالية.

فتعرف عينة الدراسة بأنها مجموعة جزئية من مجتمع البحث، وممثلة لعناصر المجتمع أفضل تمثيل أي جزء من مجتمع الدراسة، ويمكن تعميمها على مجتمع بأكمله وعمل إستدلالات حول معالم المجتمع.¹

- ومن أهم خصائص إختيار أسلوب المسح بالعينة نذكر منها:
- تكلفة البحث تكون أقل بكثير من مسح جميع مفردات الدراسة.
- الإعتماد على أسلوب المسح بالعينة يعمل على إختصار الجهد والوقت لإجراء البحث.
- القدرة على الوصول إلى نتائج الدراسة دون مسح جميع مفردات المجتمع، ويمكن تعميم نتائج المعاينة في أغلب الحالات.
- القدرة على تمثيل المجتمعات الكبيرة للظاهرة المدروسة.²

هذه من أهم الخصائص التي يتميز بها أسلوب العينة وهذا هو السبب وراء إختيارنا لهذا الأسلوب فيساعد كثيرا من ناحية كثافة مجتمع البحث ويختصر علينا الوقت والجهد ، ومن ناحية أخرى التأكد من عدم الوقوع في الخطأ لدراسة عدد كبير من المبحوثين .

وفي سبيل الوصول إلى نتائج دقيقة تخدم أهداف الدراسة لجئنا إلى نوع العينة القصدية، ويقوم هذا النوع من العينات على القصد والتعمد في إختيار وإنتقاء مفردات العينة بطريقة محكمة، لأمجال فيها للصدفة بحيث يجب على الباحث ضبط مجتمع الدراسة بعناية ثم بعد ذلك يقوم بإنتقاء المفردات التي تخدمه في دراسته دون غيرها.³ وذلك لأن ليس كل أفراد مجتمع الدراسة يقومون بمتابعة فعلية للمحتوى الديني بشكل دائم فلهذا يجب على الباحث إختيار العينة المحددة التي تخدم دراسته بالفعل

¹ . شركة دراسة لخدمات البحث العلمي والترجمة، مرجع سبق ذكره.

² محمد الفاتح حمدي، سميرة سطوطاج، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث مرجع سبق ذكره ، ص58.

³ محمد الفاتح حمدي، المرجع نفسه، ص67

ولأشخاص محددين بدقة لمعرفة النتائج الصحيحة من دراسته، فقد قمنا بإختيار 70 مفردة كعينة قصدية يتبعون في مواقع التواصل الإجتماعي والمحتوى الديني بالخصوص لتطبيق عليهم دراستنا.

المقاربة النظرية:

يقصد بالمقاربة النظرية هي تلك الطريقة التي يتقرب بها الباحث من الموضوع المراد معالجته وتعرف النظرية على أنها نظام من الأفكار وهذه الأفكار تصاغ بطريقة يراد منها تفسير ظاهرة معينة، فتوظيف النظرية في البحوث العلمية يراد منها شرح الموضوع الذي يريد الباحث دراسته وربطه بالظاهرة الإجتماعية التي يريد تفسيرها، فتساعده النظرية على إعطاء مجموعة من الأدوات التي تساعده ومجموعة من المفاهيم والمنطلقات والقضايا التي يستطيع الباحث من خلالها فهم الظاهرة المراد دراستها¹.

وكما نجد أن النظرية تساعد الباحث في تحديد الأهداف وأسئلة البحث الرئيسية وتساعد الباحث في تطوير وإختيار أدوات جمع المعلومات والبيانات، كما تساعد في عملية تفسير وتحليل وتنظيم عملية التحليل وتصبغ على النتائج دلالة ومعنى ومنطق معين².

فالنظريات ماهي الإ نماذج توظف من أجل تفسير السلوك الإنساني أو السلوك الإجتماعي في المجتمع وفي دراستنا هذه التي تدرج ضمن البحوث الوصفية على الظواهر المنتشرة في مواقع التواصل الإجتماعي إتخذنا نظريتين نظرية البنائية الوظيفية كنظرية أساسية و نظرية الإستخدامات والإشباعات كنظرية مدعمة ومفسرة لوسائل التواصل الإجتماعي لمساعدتنا في هذه الدراسة فنظرية واحدة لا تكفي لتفسير مضمون دراستنا بحيث الهدف هو الوصول الى إستخدامات الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي وسبب إقباله عليها وأيضا تفسير دور إنتشار المحتويات الدينية في تشكيل توجهات الشباب الدينية.

أولا : نظرية البنائية الوظيفية:

يشير مصطلح (بناء) structure الى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع والواقع أن السلوك الأسري والنشاطات الاقتصادية والنشاطات السياسية وغيرها من أشكال الانشطة المجتمعية تعد على درجة عالية من التنظيم من وجهة نظر السلوكية، بحيث أن البناء هو طريقة لتنظيم

¹ محمد فرج رحيل ، توظيف النظرية في البحث الإجتماعي ، 7 نوفمبر 2022، ساعة التصفح 21:04، يوم التصفح 9.02.2025

https://youtu.be/yR1hFyk-mnM?si=pm-jcve9SaaW_TTB

² محمد فرج رحيل ، مرجع نفسه .

الأنشطة في المجتمع. ويشير مصطلح وظيفة function الى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على توازن وإستقرار المجتمع.¹

و تعرف البنائية الوظيفية على أنها هي طريقة لدراسة العلاقات الإجتماعية وهي تنظر للمجتمع على أنه الكل المركب من الأجزاء أي أن المجتمع أجزاء صغيرة تجتمع هذه الأجزاء لتشكل نظام او نسق أو بناء اجتماعي وهذا البناء الإجتماعي يتشكل من أجزاء وتلتقي فيما بينها لتؤدي وظيفتين، الأولى هي وظيفة الجزء أو العضو أما الثانية هي وظيفة الكل وترى أنا هذه الأجزاء ترتبط بين بعضها إرتباطا معقدا وعضوي أساسه العلاقات الغير مباشرة ، وبالتالي فان هذا الترابط ينتج عنه مجموعة من النتائج، أول نتيجة هي عملية الحفاظ على هذا النسق والنظام وبالتالي ينتج عنها التكامل وبالتالي يكون توازن واستقرار لفترات طويلة داخل المجتمع، ثاني نتيجة أن كل جزء من أجزاء المجتمع أو البناء يحاول من خلال أدائه ووظيفته يحافظ على إستقرار الجزء وأيضا يحقق إستقرار على مستوى الكل.²

كما تعود الأصول الفكرية العامة لنظرية البنائية الوظيفية إلى آراء علماء الإجتماع التقليديين والمعاصرين، وتستخدم بكثرة في علم الإجتماع من أمثال "أوجست كونت" الذي جعل من القياس أو التناظر العضوي أساسا لمفاهيمه عن المجتمع. حيث سار في نفس الإتجاه "هاربرت سبنسر" في فلسفته الاجتماعية حول نفس الفكرة، حيث طور علماء الاجتماع المعاصرين مثل "إيميل دوركايم" هذا التوجه وأصبحت الفكرة العامة للنظرية البنائية الوظيفية مهمة لتحليل المجتمعات البدائية من طرف علماء الأنثروبولوجيا أمثال بروتيسلاف مالينو فسكي، و "راد كليف براو".³

ونستخلص من ماسبق أن نظرية البنائية الوظيفية هي ذلك الإسهام الذي يقدمه الجزء لكل أي نشاط الفرد للمجتمع وأيضا هي الإسهام الذي يقدمه المجتمع للفرد أي الكل للجزء ، وقد قام (روبرت ميرتون) 1957 بتلخيص إفتراضات عملية البنائية الوظيفية للمجتمع كالتالي:

- أن أفضل طريقة ننظر بيها للمجتمع على أنه مجموعة من الأجزاء المترابطة مع بعضها البعض يكمل كل منها الآخر.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية المعاصرة، القاهرة 2022 مرجع سبق ذكره ، ص124.125.

² محمد فرح رحيل ، النظرية الوظيفية ، 7.3.2019، فيديو يوتيوب ، ساعة النصف 12.50. 01 افريل 2025 <https://youtu.be/GAGObjzPFbl?si=I7S-ikL1YDr2zldK>

³ السعيد مداني، ياسين وغان ، مرجع سبق ذكره ،ص22

- أيضا يميل المجتمع الى التوازن الطبيعي الديناميكي وعند حلول خلل بين الأجزاء وتنافر، فإن قوى معينة تنشط لإعادة هذا التوازن والترابط فيما بينهم .
- أيضا يقر بأن كل فرد له دور ونشاط يساهم في إستقرار المجتمع به
- وأن هناك متطلبات أساسية وظيفية متكررة يقوم عليها المجتمع وتلبي الحاجات الملحة للنظام وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش¹.

الانتقادات الموجهة لنظرية البنائية الوظيفية :

تعرضت البنائية الوظيفية لعدة إنتقادات كبرى نذكر أهمها :

- ركز هذا الإتجاه على أنه أحادي النظرة ، أي أنه لا يبحث في النسق الإجتماعي ولا يركز إلا على أبعاد التوازن والوظائف وتحقيق الأهداف، فلا يهتم بتحليل أبعاد أخرى للظاهرة الإجتماعية مثل أبعاد التغيير والأمراض والمشكلات الإجتماعية.
- أيضا أهملت بشكل غير مقبول لعنصر أساسي في فهم تغير وتطور المجتمعات والمتمثل في موضوع الصراع الإجتماعي ولم تولي له أي إهتمام وتفسير .
- كما ركزت على الثبات الإجتماعي أكثر من تركيزها على التغييرات الحاصلة في المجتمع.²

إسقاط نظرية البنائية الوظيفية على الدراسة :

إذا طبقنا افتراضات نظرية البنائية الوظيفية على الإتصال الجماهيري، أي أن كل فرد ومؤسسة ونشاطات يقومون بها في المجتمع تساهم في تحقيق التوازن والإستقرار، نرى أن وسائل الإعلام تقوم بأنشطة متكررة ومتماثلة في النظام الإجتماعي، وتساهم في تحقيق التوازن الإجتماعي لهذا المجتمع³.

فأصبحت وسائل الإعلام والإتصال ومواقع التواصل الإجتماعي في الوقت الحالي جزء لا يتجزء من المجتمع وأصبح لها دور كبير وتأثير أيضا على الأفراد والمجتمع ككل حيث أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي جزء من النسق الإجتماعي بنشرها للأخبار والمعلومات كما تساهم حاليا بكل

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره ، ص125.

² محمد غربي ، إبراهيم قلاوaz ، النظرية البنائية الوظيفية: نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الإجتماعية، مجلة التمكين الإجتماعي، تصدر عن مخبر التمكين الإجتماعي والتنمية المستدامة في البيئة الصحراوية، جامعة الأغواط المجلد الأول، العدد الثالث، سبتمبر 2019، ص179.

³ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سبق ذكره ، ص125.

العديد من المشكلات وأصبحت تستعمل في العديد من المؤسسات كجزء جد مهم لا يستغنى عليه ولها تأثيرات سلبية وأيضاً إيجابية في المجتمع، فتوظيفنا لهذه النظرية في دراستنا ليس من الفراغ فالهدف منها هو تفسير ظاهرة إنتشار المحتوى الديني ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية وأثرها عليهم، حيث تعرف أيضاً نظرية البنائية الوظيفية أنها تختص في " البحث والتفسير في الظواهر الإجتماعية للمجتمع بغض النظر عن أي بنى وإنتماءات تلك المجتمعات، وأخذ هذا الإتجاه على عاتقه مهمة تبسيط الواقع الإجتماعي بكل تعقيداته، وتفسير الظواهر الإجتماعية بكل تفاعلاتها"¹ وهذا الهدف من توظيف هذه النظرية، كما تجلى هذا في التساؤل الثالث من الأسئلة الفرعية والتساؤل الرئيسي الذي يدرس ويبحث في دور إنتشار المحتوى الديني في تشكيل توجهات الشباب الدينية .

ثانياً : نظرية الإستخدامات والإشباعات

السبب من وراء إختيار هذه النظرية لأنها تدرس الإستخدامات المختلفة لوسائل الإعلام والإتصال والإشباعات الناجمة عن هذه الإستخدامات، وهذا مايساعدنا في عنوان دراستنا حول إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ومتابعة الشباب له وأهم الإشباعات من هذه المتابعة. حيث يرى بعض الباحثين أن نظرية الإستخدامات والإشباعات جاءت كرد فعل لمفهوم وسائل الإعلام الطاغية، وتهدف لدراسة الإتصال دراسة وظيفية منظمة فبدلاً من النظر للجمهور كأفراد سلبيين يتم النظر إلى الأفراد بوصفهم مشاركين إيجابيين في عملية الإتصال فهم يشعرون بحاجات معينة، وبالتالي يختارون عن وعي الوسائل والمضامين التي تشبع إحتياجاتهم النفسية والإجتماعية.² حيث " تطور مفهوم الإستخدامات والإشباعات في دراسة بلومر وكاتز Blumer et Katz سنة 1969 التي تمت على دراسة الإنتخابات العامة البريطانية عام 1964 وعلى أساسها تم التعرف على أسباب المشاهدة وأسباب عدمها للحملات الإنتخابية، بعد ذلك سنة 1984 تم تحديد من طرف كاتز، بلومر وقورفيتش Katz Blumer et Gorvietch أن مدخل الإستخدامات والإشباعات يقوم

¹ محمد غربي ، إبراهيم قلواز ، مرجع سبق ذكره ص176.

² كمال الحاج، نظريات الإعلام والإتصال، من منشورات الجامعة الإفتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية 2020، ص93.

على دراس الجوانب النفسية والإجتماعية للأفراد لتحديد الإحتياجات والتوقعات من وسائل الإعلام والمصادر الأخرى".¹

فروض النظرية :

يرى (كاتز وزملاؤه) أن منظور الإستخدامات والإشباعات يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية، وتتضمن فروض النموذج مايلي :

1. إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الإتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم وحاجياتهم.

2. يعبر إستخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الإجتماعي، وتتنوع الحاجات بإختلاف الأفراد، أي لكل فرد القدرات الإدراكية التي يملكها وكيفية التفاعل على أساسها.

3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد.

4. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

5. يمكن الإستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال إستخدامات الجمهور لوسائل الإتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.²

أهداف نظرية الإستخدامات والإشباعات:

- محاولة التعرف على إستخدام الأفراد لوسائل الإتصال، على إعتقاد أن الجمهور نشيط وفعال وبإستطاعته أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته ورغباته .
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الإستخدام وأنماط التعرض والإشباعات.
- تحديد الدافع من تعرض الأفراد لوسائل الإتصال، والتفاعلات التي تحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد أيضا على نتائج إستخدام وسائل الإتصال بهدف فهم عملية الإتصال الجماهيري.

¹ إبتسام رابيس علي، نظرية "الإستخدامات والإشباعات" وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مقال، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة وهران 1، العدد 25 ديسمبر 2016 السنة الثامنة.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سبق ذكره، ص 240.241.

- أيضا معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الإستخدامات والإشبعات.¹

إنتقادات النظرية :

- وجه الباحثون مجموعة من الإنتقادات لنظرية الإستخدامات والإشبعات من أبرزها:
- لاتصلح النظرية للتعميم لأن الإستخدامات والإشبعات من وسائل الإتصال تختلف باختلاف الثقافات وبإختلاف العوامل السكانية.
- وصف بعض النقاد نظرية الإستخدامات والإشبعات بأنها مدخل فردي مما يصعب ربطها بالبناءات الإجتماعية الأكبر.
- تعاملت النظرية مع فئات عامة من المضمون في حين يعد إختلاف نوع المحتوى مؤثرا إلى حد بعيد في النتائج .
- تقوم النظرية على أن إستخدام الفرد لوسائل الإعلام مقصود وهادف، والواقع يختلف أحيانا، فهناك تعرض للفرد لإستخدامات غير مقصودة.
- كما أدت الإنتقادات التي وجهت لنظرية الإستخدامات والإشبعات إلى ظهور إتجاهات جديدة من أبرزها:

1. إتجاه يدعو إلى ربط دوافع الإستخدام بأنواع الإشبعات، وطبيعة المضمون، وطبيعة الوسيلة.
2. إتجاه يدعو للإهتمام بتأثير العوامل الإجتماعية والنفسية على تعرض الأفراد مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض ، والنشاط الإجتماعي والتفاعل الإجتماعي للفرد.
3. إتجاه يدعو للربط بين دوافع الإستخدام وأنماط الإشباع.²

إسقاط نظرية الإستخدامات والإشبعات على الدراسة:

كما عرفنا نظرية الإستخدامات والإشبعات على أنها نظرية مفسرة لإستخدام ودوافع متابعة الجمهور لوسائل الإعلام والإتصال، وهذا من أهم الأسباب والأهداف التي نسعى للوصول إليها بواسطة هذه النظرية في دراستنا هي التعرف على كيفية إستخدام الأفراد لمواقع التواصل الإجتماعي

¹ كمال الحاج، مرجع سبق ذكره، ص93.

² كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره ، ص104.103.

وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.¹ أيضا السعي لمعرفة أسباب ودوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني وأهم الإشباعات التي نتجت عن هذه المحتويات وهذا ماتجلى في الأسئلة الفرعية للدراسة ، وفي إستمارة الإستبيان في محورين محور يختص بعادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي أما المحور الثاني يتمحور حول دوافع الشباب لمتابعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي .

الدراسات السابقة :

تعتبر الدراسات السابقة هي المرجع الأساسي والمهم الذي يلجأ إليه الباحث في غالب الأحيان لمساعدته في إيضاح الطريق أمام دراسته وموضوعه ولها أهمية كبيرة في البحوث العلمية، ولقد وجدنا بعض الدراسات المشابهة والمطابقة لدراستنا وعملية وضع الدراسات السابقة لا تكون بشكل عشوائي فهناك معايير عديدة لوضع الدراسات السابقة من بينها الجانب التاريخي أي ترتيب وضع الدراسات السابقة زمنيا سواء من الأقدم إلى الأحدث أو العكس من الأحدث إلى الأقدم ، وثاني معيار هو ترتيب الدراسات على حسب أهميتها لدراسة الباحث، أي الدراسة المطابقة بشكل كبير للباحث يضعها أولا تليها الأخرى ، وقد تم ترتيبها في دراستنا على أساس زمنيا من الدراسات القديمة إلى الدراسات الحديثة، و نذكر منها:

1. الدراسة الأولى: من إعداد محمدي نسرين، والتي كانت بعنوان دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة) مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر، قسم علوم الإعلام والإتصال، تخصص إتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة ورقلة، بسنة 2021/2020.²

وقد إنطلقت الباحثة من التساؤل الرئيسي التالي : ماهو الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في

نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب؟

وتفرعت من هذه الإشكالية إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1،الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، ص255.

² نسرين محمدي، دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة) مذكرة ماستر في تخصص إتصال جماهيري ووسائط متعددة، جامعة ورقلة، 2021/2020.

- ماهي أنماط وعادات إستخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك؟
- ماهي دوافع إستخدام الشباب الجزائري لمنشورات الفيسبوك التي تتعلق بالتوعية الدينية؟
- ماهي الإشباعات المحققة من خلال تلقي المنشورات الدينية والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الشباب الجزائري؟

وتعتبر هذه الدراسة مشابهة لدراستنا الحالية ، حيث هدفت إلى معرفة الدور الذي يقوم به الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى فئة الشباب الجزائري ، كما سعت الباحثة الى بيان أهمية البحث العلمي في المجال الديني، وضرورة إستغلال وسائل التواصل الإجتماعي في التوعية بالدين الإسلامي ونشر أهم مبادئه وقيمه، والتعرف على أهم أشكال التوعية الدينية التي يقوم الفيسبوك بنشرها وترسيخها أوساط الشباب، وكيفية تأثير وسائل التواصل الإجتماعي خاصة الفيسبوك عليهم من ناحية نشر المحتوى الديني.

وتم تطبيق المنهج الوصفي في الدراسة والذي يعتبر من بين أكثر المناهج التي يعتمد عليها بشكل كبير في البحوث العلمية، وإتخذت الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيقه على عينة قوامها 70 مفردة تم إختيارها بطريقة قصدية، كما إعتمدت الباحثة على نظرية الإستخدامات والإشباعات كنظرية مفسرة لهذه الظاهرة وقد توصلو إلى النتائج التالية :

أغلب الشباب الجزائري يتابع الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك، وإن أغلبهم حسب هذه الدراسة يميلون بدرجة كبيرة للمحتويات الدينية التي تكون على شكل فيديوهات، لأنها تؤثر عليهم بشكل كبير أكثر من الأنواع الأخرى، ثم تليها النصوص المكتوبة، كما أن أغلب الشباب يتفاعلون ويشاركون المنشورات الدينية التي يتلقونها عبر موقع الفيسبوك مع أصدقائهم ومعارفهم، كما توصلو في هذه الدراسة إلى أن المنشورات الدينية تشبع إحتياجات الشباب الدينية فتكسبه معارف جديدة ورصيد معرفي ديني .

جوانب الإستفادة:

بعد الإطلاع على هذه الدراسة تبين لنا أنها دراسة مشابهة قليلا في بعض متغيرات دراستنا وقد إستفدنا منها في تفسير وتحليل بعض الأسئلة التي تختص بنظرية الإستخدامات والإشباعات ، في إستمارات الإستبيان ، كما ركزت هذه الدراسة على موقع محدد من مواقع التواصل الإجتماعي ألا وهو الفيسبوك على عكس دراستنا التي درست مواقع التواصل الإجتماعي عامة دون تحديد معين ، بل

الهدف من دراستنا هو معرفة دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية.

2. الدراسة الثانية : من إعداد مداني السعيد ، وذان ياسين، وتندرج تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين (الانستغرام أنموذجا) دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام و الاتصال بجامعة قاصدي مرياح ورقلة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص إتصال جماهيري، جامعة ورقلة سنة 2023/2022 .¹

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، وللوصول إلى نتائج تخدم الدراسة إنطلقو من الإشكالية التالية : ما مدى مساهمة موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين بجامعة قاصدي مرياح؟ وتفرعو من هذه الإشكالية إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تسمح لهم بالوصول الى نتائج معمقة أكثر نذكر منها: ماهي عادات وأنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع إنستغرام؟ ماهي دوافع إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع إنستغرام؟

ماهو دور الإنستغرام في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

وللوصول إلى أهداف الدراسة إستخدمو المنهج الوصفي لتحليل هذه الظاهرة ووصفها كميًا وذلك بواسطة أداة من أدوات البحوث الكمية وهو الإستبيان لجمع المعلومات وتم توزيعه على عينة قوامها 80 شاب بشكل قصدي ، كما إعتدو في دراستهم على نظريتين بداية بنظرية البنائية الوظيفية وثاني نظرية هي نظرية الإستخدامات والإشباعات ، وقد توصلو إلى النتائج التالية:

- أن أغلب المبحوثين يستخدمون موقع الانستغرام بشكل كبير وذلك لتنوع ميزاته ولاكتساب الثقافة والمعرفة من خلاله.
- أيضا توصلو إلى أن أغلب أفراد العينة يرو بأن متابعة الحسابات الدينية عبر موقع الإنستغرام رفعت من وعيهم الديني.
- يعتبر أغلب المبحوثين أن موقع الانستغرام ساهم بشكل كبير في تشكيل الوعي الديني لديهم ومن تعزيز صلتهم بالله.

¹ . السعيد مداني ، ياسين وذان ، مرجع سبق ذكره.

- تعد قيمة الصدق من أكثر القيم التي نمتها الصفحات الدينية لدى أغلب أفراد العينة ، كما ساهمت المنشورات الدينية في تغيير السلوك السلبي لديهم .

جوانب الإستفادة من الدراسة :

تعد هذه الدراسة من أكثر الدراسات المطابقة إلى حد بعيد مع دراستنا خاصة من ناحية متغيراتها وحتى أهدافها ومضامينها، حيث درست هذه الدراسة مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني على الطلبة الجامعيين وإنستغرام أنموذجا، وقد إشتراكنا في متغيرات الدراسة كمواقع التواصل الإجتماعي وتأثيرها على الشباب وهل تنمي من وعيهم الديني أم لا، والإختلاف الذي بينها وبين دراستنا الحالية أننا ركزنا على إنتشار المحتوى الديني بالخصوص كمتغير أساسي في مواقع التواصل الإجتماعي وركزنا على توجهات الشباب الدينية الناتجة عنه، أما دراسة الباحث مداني السعيد فقد ركزوا على موقع الأنستغرام خصوصا ودوره في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، كما قد إستفدنا من هذه الدراسة بشكل كبير عن باقي الدراسات خاصة في الجانب المنهجي من ناحية كيفية صياغة الأسئلة الفرعية، ومن ناحية الأساليب البحثية التي تساعد الباحث في إنجاز دراسته كالنظريات المناسبة لهذا الموضوع وكيفية توضيفها في البحث، أيضا قد إستفدنا من النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة ومن بعض أسئلة الإستبيان .

3. الدراسة الثالثة : دراسة إيناس دادة موسى، وداد أعراب: بعنوان دور مواقع التواصل

الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني بالإسلام لدى طلبة علوم الإعلام والإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة الفيسبوك أنموذجا، قسم علوم الإعلام والإتصال، تخصص إتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة ورقلة، سنة 2022/ 2023.¹

وقد إنطلقوا الباحثان في دراستهم من الإشكالية التالية : ماهو دور الفيسبوك في تشكيل الوعي

الديني بالإسلام لدى طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة ؟

حيث هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية

الوعي الديني لدى الشباب كهدف أساسي، ومن الأهداف الفرعية التي أرادوا الباحثين الوصول إليها:

- معرفة عادات وأنماط إستخدام طلبة قسم علوم الإعلام والإتصال للفيسبوك.
- التعرف على دوافع إستخدام طلبة علوم الإعلام والإتصال للفيسبوك.

¹ .إيناس دادة موسى، وداد أعراب، مرجع سبق ذكره.

- التعرف على مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي الديني بالإسلام.
- كما إعتدو في دراستهم على المنهج الوصفي وذلك راجع لعنوان البحث وتحت أي منهج يناسبه، وإستخدمو أداتي الإستمارة والملاحظة الموزعة على 150 فرد من عينة الدراسة للوصول إلى النتائج المرجوة ، ومن بين النتائج التي توصلو إليها :
- أن أغلب طلبة علوم الإعلام والإتصال يستخدمون موقع الفيسبوك بدرجة كبيرة جدا ويمتلكونه منذ أكثر من أربع سنوات.
- أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من 3 ساعات يوميا.
- يحرص معظم طلبة علوم الإعلام والإتصال بولاية ورقلة الى نشر المحتويات المتعلقة بالدين الإسلامي على صفحاتهم وإعادة مشاركتها في المجموعات المنظمين إليها .
- وتوصلو إلى أن الفيسبوك ساهمة بدرجة كبيرة في تشكيل التوعية الدينية الإسلامية لدى الطلبة ، وكما ساهم في تغيير نظرات طلبة علوم الإعلام والإتصال بورقلة لبعض الأمور الدينية.

جوانب الإستفادة من الدراسة :

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المشابهة لدراستنا حيث الهدف الرئيسي منها هو معرفة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب ، وهو ما نريد الوصول إليه نوعا ما في دراستنا أيضا كما ركزنا نحن على معرفة دور المحتويات الدينية في تشكيل توجهات الشباب الدينية بالخصوص ، وكما ركزت هذه الدراسة على نموذج محدد وهو موقع الفيسبوك ، وقد إستقدنا من هذه الدراسة من ناحية نوع العينة، بحيث يجب أن تكون نوع العينة عينة قصدية في الدراسة وذلك لعدم توفر حجم المجتمع الأصلي الذين يشاهدون بالفعل جميعهم للمحتوى الديني ، كما أخذنا منها تعريفات أخرى للمنهج وكيف يستخدم وإستقدنا من بعض النتائج المتوصل إليها.

4. **الدراسة الرابعة :** من إعداد الطالبتين دحدود أمال ، رحال فوزية ، وكانت تحت عنوان دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني بين طلبة العلوم الإسلامية جامعة العربي التبسي (صفحة الفيسبوك لمسجد أنس ابن مالك نموذجاً) قسم علوم الإعلام والإتصال تخصص إتصال تنظيمي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة تبسة، 2023/2024.¹

¹ . أمال دحدوح ، فوزية رحال ، مرجع سبق ذكره .

هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى الكشف عن إدراك الشباب لدور منصات التواصل الاجتماعي (منصة الفيسبوك) في بثها الوعي الديني وكيف يتم استخدامها وإقبال الشباب على مثل هذه المنصات، ومن الأهداف الفرعية: التعرف على محتويات ومضامين الصفحات الدينية المنشورة عبر منصة الفيسبوك والتي تساهم في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، معرفة استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وقد إنطلقوا من الإشكالية التالية: ما هو دور صفحة الفيسبوك لمسجد أنس ابن مالك في نشر الوعي الديني من وجهة نظر طلبة العلوم الإسلامية بجامعة الشيخ العربي التبسي؟

وفي سبيل الوصول إلى النائجة المرادة من هذه الدراسة استخدم المنهج الوصفي لتحليل ووصف هذه الظاهرة، وقد إستعانوا بأداتي الملاحظة والإستبيان على عينة قوامها 75 طالب بإختلاف أعمارهم وجنسياتهم، ومختارين بشكل قصدي، وقد توصلوا إلى النتائج التالية:

- يتضح من الدراسة أن من أهم الدوافع والأسباب وراء إستخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك سهولة إستخدامها والشهرة التي تتمتع بها وسرعة التفاعل والنشر فيها.
- كما تبين أن أغلبية المبحوثين تثير إهتمامهم الموضوعات الدينية ويتابعونها ما يفسر إشتراكهم في صفحة مسجد أنس ابن مالك ويتفاعلون معها بشكل كبير.
- ساهمت المحتويات الدينية لصفحة أنس ابن مالك من رفع مستوى الثقافة و المعارف الدينية والبحث في شتى المجالات الإسلامية موظفة الوسائل الإقناعية بالصوت والصورة والفيديو معا.
- وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين تحققت لهم العديد من الإشباعات المعرفية والتوعية الدينية من خلال متابعة صفحة الفيسبوك لمسجد أنس كإثراء الرصيد الديني و زيادة التثقيف في العبادات كالإحساس بالراحة والإشباعات السلوكية .

جوانب الإستفادة من الدراسة :

بعد مراجعتنا لهذه الدراسة تبين لنا أنها تشترك مع دراستنا في العديد من المتغيرات وتعتبر هذه دراسة مشابهة من دراستنا، إلا أنها تختلف في بعض الأهداف والعناصر التي تريد الباحثة الوصول إليها كما ركزت على منصة محددة وجعلت منها نموذجاً لدراساتها ألا وهي منصة الفيسبوك وركزت

أيضا على صفحة معينة فيه وهي صفحة مسجد أنس ابن مالك وقد تم الإستفاد منها في الجانب المنهجي كالأشكالية والمنهج المستعمل وبعض النتائج المتوصل إليها.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

توضع المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالدراسة لتوضيح العنوان بشكل أكبر وبهدف تسهيل المعاني والأفكار والأهداف الذي يريد الباحث الوصول لها ، ومن أهم المصطلحات التي جاءت في عنوان دراستنا والتي تم ترتيبها على أساس العنوان هي :

الدور :

لغة : " دار، دورا ودوراننا: تحرك (الحركة) وعاد إلى حيث كان أو إلى ما كان عليه " **إصطلاحا :** أما الجانب الإصطلاحي لكلمة الدور عرفها "أحمد زكي بدوي" في المعجم الخاص بمصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه: " هو ذلك السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والمجتمع ككل ¹. كما يعرف الدور على أنه هو مجموعة من الأنماط والسلوكيات التي تحقق ما هو متوقع في مواقف معينة، وتترتب على الأدوار بإمكانية تنبؤ بسلوك الفرد في العديد من المواقف ².

التعريف الإجرائي :

ومن التعريف السابق نستخلص بأن الدور هو وظيفة الشيء على شئ آخر ، وفي دراستنا القصد من الدور هنا هو معرفة وظيفة مواقع التواصل الإجتماعي بنشرها للمحتوى الديني في تشكيل توجهات الشباب الدينية وأثرها عليهم .

المحتوى الديني :

المحتوى :

لغة : حوى، يحوي ، وحوى الشيء أي ملكه وجمعه ، وفي الجمع يقال : محتويات، ومحتوى. **إصطلاحا :** هو كل ما يتضمنه الشيء ويحتويه مثال على ذلك نقول محتويات الكتاب أي مضمونه

¹ السعيد مداني ، ياسين وذان ، مرجع سبق ذكره ، ص.11

² محمد لمين بن عروس، الدور والمكانة الاجتماعية في المجتمع، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، المجلد السادس، العدد الرابع، ديسمبر 2021 ، ص.556.

والمعلومات والأفكار التي تكون فيه، كما يعرفه " فايق عويس " على أنه أي عنصر يمكن أن يوفر المعرفة والبيانات للمستخدم بواسطة وسيط بينهم.¹

الدين :

لغة : جمعه أديان ويعد إسم جامع لجميع ما يعبد به الله ، الإسلام ، الإعتقاد بالجنان الإقرار باللسان وعمل الجوارح بالأركان .

الدين الإسلامي اصطلاحاً : يعرف الدين الإسلامي على أنه حالة من الوعي تتجسد بمفهوم العبادة ، وهو تعريف شامل يغطي كل جوانب الحياة الروحية والمادية والدينية والأخرية². كما يعد مجموعة الطوائف الإيمانية الإجتماعية والسلوكية التي تحدد سلوك الإنسان ومعتقداته في المجتمع المسلم وإيمانه بالله وملائكته والكتب السماوية واليوم الآخر.³

التعريف الإجرائي

وفي دراستنا الحالية يعد مفهوم المحتوى الديني إجمالاً على أنه هو تلك المضامين والمحتويات الخاصة بالدين الإسلامي التي تنشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي ويتابعها الشباب والتي تكون عبارة عن منشورات مكتوبة وفيديوات وتسجيلات صوتية .

مواقع التواصل الإجتماعي :

لغة : تعرف الشبكات في اللغة كما أشار الرازي بأنها مشتقة من الخلط والتداخل ، أما التواصل فيعرف في اللغة كما أشار الفيومي بقوله وصلت الشيء بغيره وصلا فاتصل به والوصل عكس الهجر، وبينهم تواصل وترابط مستمر.⁴

¹ أماني بن ناصر، نجاه بن سعود، المحتوى الديني الإسلامي لغير المختصين عبر مواقع التواصل الإجتماعي دراسة تحليلية ميدانية لصفحة عمر ال عوضه وعينة من متابعيه من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مذكرة ماستر

تخصص إتصال جماهيري والوسائط الجديدة، 2018/2019 ص20.

² أماني بن ناصر، نجاه بن سعود، مرجع نفسه، ص21.

³ أمال دحدوح، فوزية رحال، مرجع سبق ذكره ، ص18

⁴ حيدر غريسي، رياض هاشم عرعار، مرجع سبق ذكره ، ص7

أما إصطلاحا :

هي مجموعة من الشبكات الإلكترونية المرتبطة ببعضها البعض عبر الأنترنت تسمح للفرد فيها بإنشاء موقع خاص به، وبعد ذلك ربطه من خلال نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الإهتمامات والهوايات كما تسمح هذه المواقع بالتواصل مع الأفراد إفتراضيا وتقرب المسافات.¹

التعريف الإجرائي:

ومن خلال التعريف السابق نقول بأن مواقع التواصل الإجتماعي هي تلك المواقع والتطبيقات الموجودة عبر الأنترنت التي تسمح للأفراد بالتواصل عبرها وتتيح لهم الفرصة لتعبير عن آرائهم ورغباتهم وبالتواصل مع من لديه نفس هواياتهم، وتختلف طبيعة الإتصال من موقع إلى آخر: ومثال على هذه المواقع ، فيسبوك، إنستغرام، واتساب، يوتيوب .

¹ . عبد الرحمان زكرياء سلطانة، الغالي بن لباد ، أثر مواقع التواصل الإجتماعي في المجتمع الحديث، مجلة الحكمة لدراسات الفلسفية، جامعة طاهري محمد بشار، جامعة تلمسان، الجزائر، المجلد 9، العدد: 2021، 02، ص564



الفصل الثاني :
الجانب التطبيقي

خطة الفصل

❖ تمهيد

❖ عرض وتحليل النتائج

❖ النتائج العامة للدراسة

❖ النتائج حسب تساؤلات الدراسة

❖ الخاتمة

تمهيد :

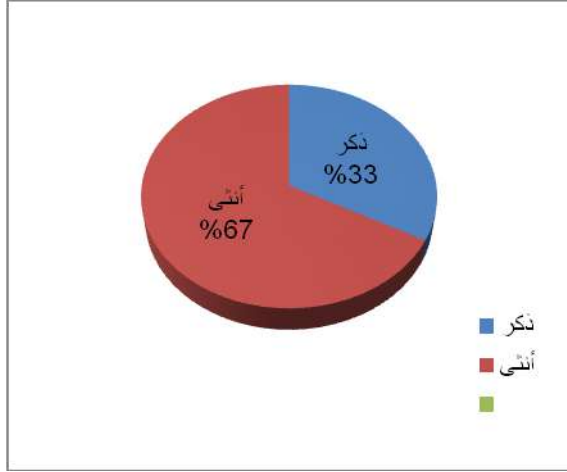
بعد مرورنا بالخطوات المنهجية في دراستنا والتي تتدرج تحت عنوان إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية وصولا إلى الجانب التطبيقي .

حيث يعد الجانب التطبيقي أهم جزء في البحث العلمي، فمن خلاله يمكن الباحث الوصول إلى النتائج والأهداف المرجوة من الدراسة، كما قد تساعد هذه النتائج باحثين آخرين في إثراء دراساتهم العلمية والتي تكون في نفس المجال، وقد بني هذا الجانب على أداة من أدوات البحوث الكمية وهو الإستبيان والذي تم توزيعه بطريقة قصدية على عينة من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة قوامها 70 شاب بإختلاف أعمارهم وجنسياتهم، وقد تم تحليل النتائج بأسلوب SPSS بحيث تم تحويلها إلى أرقام وتكرارات ونسب مئوية .

عرض وتحليل النتائج :

المحور الأول : البيانات الشخصية.

الجدول رقم 01: بين توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	23	32.9%
أنثى	47	67.1%

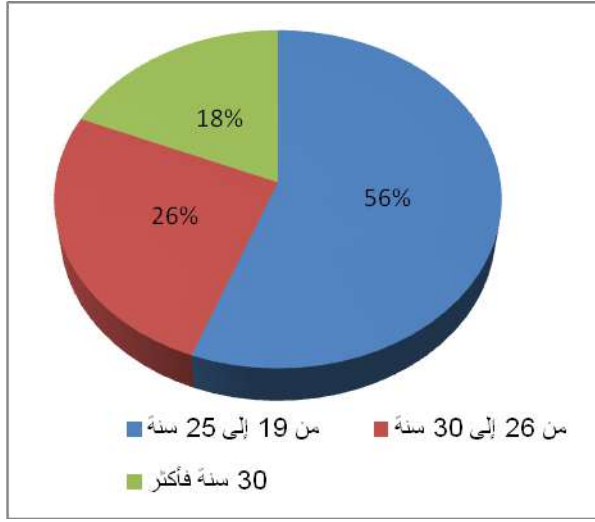
الشكل رقم 01: يبين توزيع أفراد العينة وفق

متغير الجنس

من خلال البيانات الموضحة في الجدول رقم 01 والشكل رقم 01 المفصل لها ، والذي يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس الذين يتابعون للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي حيث تم توزيع إستمارات الإستبيان بطريقة قصدية للمتابعين لهذا المحتوى فقط دون غيرهم تبين لنا بأن نسبة الإناث الذين يتابعون المحتوى الديني أكثر من نسبة الذكور، حيث تمثلت نسبة الإناث ب: 67.1% أما نسبة الذكور قدرت ب: 32.9%.

وهنا نستنتج أن جنس الإناث أكثر إهتماماً بهذا المحتوى، كما أن تفسير كثرة متابعة مواقع التواصل الإجتماعي من طرف الإناث راجع إلى أن أغلب الإناث وليس الكل أكثر فراغاً من الذكور، فخلال الدراسة وحتى بعد الدراسة يصبح لديهم فراغ كبير والجلوس في المنازل هذا ما يولد لهم فراغ لمتابعة مواقع التواصل الإجتماعي ، عكس الذكور الذين يوجهون إلى الحياة العملية وهذا ما إتفقنا به مع دراسة أمال دحدوح ، وفوزية رحال، تحت عنوان دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني بين طلبة العلوم الإسلامية جامعة العربي التبسي ، صفحة الفيسبوك لمسجد أنس ابن مالك نموذجاً، ص75

الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
من 19 إلى 25 سنة	39	55.7%
من 26 إلى 30 سنة	18	25.7%
30 سنة فأكثر	13	18.6%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

من خلال الجدول رقم 02 والشكل رقم 02 الموضح له والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، نلاحظ بأن أفراد العينة لهذا الإستبيان كانوا منقسمين على ثلاث فئات عمرية ، فتعد الفئة العمرية التي من (19 إلى 25 سنة) هي أكثر فئة متابعة للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 55.7%، ثم تليها الفئة التي من (26 إلى 30 سنة) بنسبة تقدر ب: 25.7% وأن الفئة العمرية التي من 30 سنة فأكثر تتابع هذا المحتوى بنسبة تقدر ب: 18.6% وهي الفئة الأخيرة وأقل إهتماما بالمحتوى الديني مقارنة مع الفئات الأخرى.

ونسنتج من ما سبق بأن أكثر فئة متابعة لهذا المحتوى هي الفئة الشبابية التي من 19 سنة إلى 25 سنة، والتي بدأت لتوها الإنتقال من مرحلة المراهقة إلى مرحلة الشباب فهي أكثر إهتمام بمواقع التواصل الإجتماعي وأكثر متابعة لها خاصة في وقتنا الحالي وإنتشارها الشاسع بينهم ، كما تعد متابعة هذه الفئة للمحتوى الديني بشكل كبير تعد مؤشر إيجابي للمستقبل حيث هذه الفترة والمرحلة العمرية بالتحديد تعد مرحلة الإستعاب وتكوين الشخصية وإكتساب المعارف والمعلومات وتبني المعتقدات وهذا الأمر يعود بالإيجاب لكون هذه الفئة تعتبر من الفئات التي يقوم ويتحدد عليها مستقبل المجتمعات.

- عرض ومناقشة أسئلة المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 03 : مدة إمتلاك أفراد العينة لحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	4	5.7%
من سنة إلى سنتين	12	17.1%
أكثر من سنتين	54	77.1%
المجموع	70	100.0%

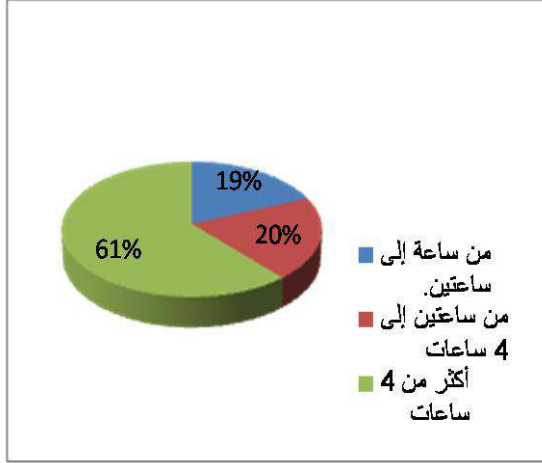
الشكل رقم 03: يبين مدة إمتلاك أفراد العينة

لحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال الجدول رقم 03 والشكل رقم 03 الموضح له ، والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب مدة إمتلاكهم لحسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، نرى بأن الجدول يوضح بأن أغلب أفراد العينة بنسبة 77.1 % يمتلكون حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين ، ثم تليها من يمتلكون حسابات منذ سنة إلى سنتين بنسبة 17.1 % ، تليها نسبة 5.7 % للأفراد الذين يمتلكون حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي منذ أقل من سنة فقط .

ونسنتج مما سبق بأن أغلب أفراد العينة بنسبة كبيرة يمتلكون حسابات عبر مواقع التواصل الاجتماعي منذ أكثر من سنتين وهذا سبب من الأسباب الذي أردنا الخوض في هذه الدراسة من أجله، بحيث تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة أكثر إنتشاراً وأكثر إستعمالاً من الوسائل التقليدية ومن غيرها وأصبحت كاسحة لأغلب المجتمعات ، وأصبح دورها على الفرد ليس بهين، منذ بداية ظهورها وتطورها وهي تجذب المستخدمين لها لسنوات عديدة ولا زالت للآن، وكثير إستعمالها والإدمان عليها بشكل كبير، ومنه فإن أغلب الدراسات السابقة في السنوات الماضية تتوافق مع هذه الدراسة بالنسبة لهذا العنصر.

الجدول رقم 04 : يبين توزيع أفراد العينة حول عدد ساعات إستخدامهم وتصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي في اليوم



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
من ساعة إلى ساعتين	13	18.6%
من ساعتين إلى 4 ساعات	14	20.0%
أكثر من 4 ساعات	43	61.4%
المجموع	70	100.0%

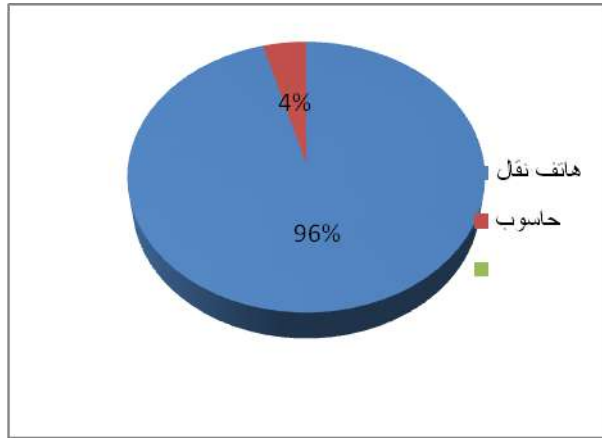
الشكل رقم 04: يبين توزيع أفراد العينة حول عدد ساعات إستخدامهم وتصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي في اليوم

يوضح الجدول رقم 04 أعلاه والشكل رقم 04 المفسر له بيانياً بأن توزيع أفراد العينة حسب مدة تصفحهم لمواقع التواصل الإجتماعي في اليوم بأن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي لأكثر من أربع ساعات في اليوم وذلك بنسبة 61.4 % وتعتبر النسبة الأكبر بمعدل 43 فرد، ثم تليها الأفراد الذين يتصفحون مواقع التواصل الإجتماعي من ساعتين إلى 4 ساعات في اليوم بنسبة 20 % ، ويليهما بعد ذلك الأفراد الذين يتصفحون ما بين ساعة وساعتين في اليوم بنسبة 18.6 % وهي فئة قليلة مقارنة مع الفئات الأخرى .

ونستنتج من التحليلات السابقة بأن هناك تأثير واضح لمواقع التواصل الإجتماعي على الشباب من خلال إيمانهم عليها وجذبهم لها لساعات طويلة ، ويفسر ذلك عادة بأن مواقع التواصل الإجتماعي تحتوي على العديد من المحتويات الترفيهية والتعليمية والسياسية والعديد من المضامين الأخرى ما يجعلها متنوعة وذات كم هائل من المعلومات وهذا ما يجذب الشباب لها ، ولقد إشتراكنا في نتائج ساعات تصفح العينة مع دراسة (إيناس دادة موسى، ووداد أعراب) ، التان تحصلتا على نفس النتائج تقريباً أن أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الإجتماعي أكثر من 3 ساعات في اليوم بنسبة 36.67 % وهي أكبر نسبة في دراستهم وتم إرجاع أسبابها إلى إمكانية متطلبات وإحتياجات الطالب سواء للبحث عن المعلومات أو صفحات تخص مجالاته الدراسية¹.

¹ إيناس دادة موسى، ووداد أعراب، مرجع سبق ذكره ، ص55

الجدول رقم 05 : يمثل الوسائل المستخدمة من طرف العينة لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي



النسبة المئوية	التكرار	الفئة
95.7%	67	هاتف نقال
4.3%	3	حاسوب
100.0%	70	المجموع

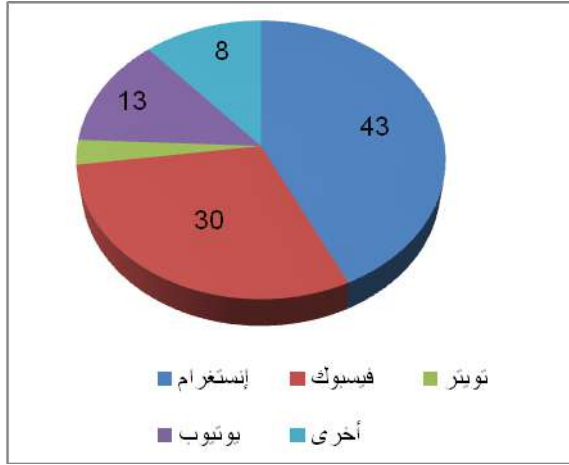
الشكل رقم 05: يمثل الوسائل المستخدمة من طرف العينة لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي

من خلال البيانات الموضحة في الجدول رقم 5 والشكل الخاص به والذي يبين الوسائل التي يستخدمها أفراد العينة ، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بنسبة قدرت ب: 95.7 % ، يليها جهاز الحاسوب وذلك بنسبة قدرت ب: 4.3 % فقط.

ونستنتج من هذه النسب أن أغلب أفراد العينة لديهم هواتف ذكية بنسبة كبيرة جدا مقارنة مع باقي الوسائل الأخرى وذلك يرجع إلى العديد من الأسباب من بينها تكلفة الهواتف النقالة في إكتسابها أقل نوعا ما من الأجهزة الأخرى أيضا كثرة المميزات التي يتميز بها الهاتف النقال تجعل عليه إقبال كبير من طرف الشباب من بينها سهولة حمله ونقله وسهولة تصفح عليه العديد من المواقع حتى التي كانت من قبل تتوفر في الحاسوب أصبح سهل الوصول إليها في الهاتف النقال فقط ، كما توافقت نتيجة دراستنا مع دراسة (مداني السعيد، وذان ياسين) حيث أن أغلب أفراد العينة يستخدمون وسيلة الهاتف النقال لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بنسبة 97.5 %¹.

¹ . السعيد مداني ، ياسين وذان، مرجع سبق ذكره ، ص55.

الجدول رقم 06 : يبين توزيع أفراد العينة حول مواقع التواصل الإجتماعي التي يفضلون الولوج لها بشكل دائم



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
إنستغرام	30	42.9%
فيسبوك	21	30.0%
تويتر	2	2.9%
يوتيوب	9	12.9%
أخرى	8	11.4%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 06: يبين توزيع أفراد العينة حول

مواقع التواصل الإجتماعي التي يفضلون الولوج

لها بشكل دائم

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 06 والشكل رقم 06 المفسر له بيانيا والذي يبين توزيع أفراد العينة حول مواقع التواصل الإجتماعي التي يفضلون الولوج لها بشكل دائم، نلاحظ بأن موقع الإنستغرام يستخدم بكثرة من طرف أفراد العينة حيث إحتل المرتبة الأولى وذلك بنسبة 42.9 % وهي نسبة ليست بقليلة هذا ما يولد لهذا الموقع أهمية كبيرة وزيادة إنتشار بين الشباب، يليها موقع الفيسبوك بنسبة 30 % كثاني مرتبة، حيث يعتبر موقع الفيسبوك من أقدم المواقع وأكثر إنتشارا في السنوات الماضية ومنذ ظهوره إلى الآن كان يحتل المرتبة الأولى ثم تراجع قليلا مع ظهور بعض المواقع الأكثر ميزة كالإنستغرام مثلا ، وبعدها يأتي في المرتبة الثالثة موقع يوتيوب بنسبة 12.9 % بمعدل 9 أفراد ، ثم تليها عنصر أخرى بنسبة 11.4 % ، وكأخر موقع هو منصة تويتر وتعتبر الأقل أهمية لدى أفراد العينة حيث حققت نسبة قدرت ب: 2.9 % وذلك بمعدل فردين فقط .

ومن مظاهر في نتائج الجدول الموضحة أعلاه نستنتج بأن من أكثر المواقع إستعمالا عند الشباب والتي يفضلون الولوج لها بكثرة عبر مواقع التواصل الإجتماعي هي موقع إنستغرام بدرجة أولى وموقع فيسبوك بدرجة ثانية، ويعتبرون من أكثر المواقع إنتشارا وإستعمالا رغم ظهور العديد من المنصات الأخرى، حيث حضو بإهتمام كبير من طرف الشباب خاصة لكثرة ميزاتهم في العديد من المجالات، ويمكن إرجاع إستخدام موقع إنستغرام بسبب جذبه للشباب بطريقة ذكية من خلال مقاطع

المحتوى القصيرة حيث توصل رسائل عديدة بدون إطالة وفي وقت قصير، أيضا لميزات التصوير والفلاتر وينجذب له الشباب بكثرة خاصة في هذه المرحلة من عمرهم، وسنكتشف في باقي النتائج عن المحتويات الدقيقة والمفصلة التي تجذب أفراد العينة في هذه المواقع .

الجدول رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حول الأماكن التي يتصفحون فيها مواقع التواصل الاجتماعي.



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	48	68.6%
الجامعة	2	2.9%
الأماكن العامة	12	17.1%
النقل	5	7.1%
أخرى	3	4.3%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حول

الأماكن التي يتصفحون فيها مواقع التواصل

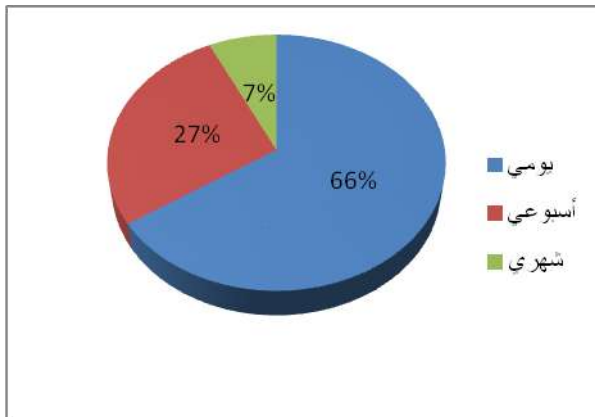
الاجتماعي .

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 07 والشكل البياني رقم 07 المفسر له والذين يبينون توزيع أفراد العينة حول أكثر الأماكن التي يتصفحون فيها مواقع التواصل الاجتماعي ، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة أجابو بالمنزل كأكثر مكان يتصفحون فيه هذه المواقع وذلك بنسبة قدرت ب: 68.6 % وهي أعلى نسبة من بين الخيارات الموجودة ، ثم تليها الأماكن العمومية بنسبة 17.1% كثنائي مكان يفضلونه الشباب ، وهناك من أقررو بتصفح مواقع التواصل الاجتماعي في النقل وذلك بنسبة 7.1 % ، أما باقي الخيارات كأخرى بنسبة 4.3 % و الجامعة أخذت نسبة قليلة جدا قدرت ب: 2.9 % وتعتبر هذه المؤشرات إيجابية نوعا ما وذلك لعدم تصفح هذه الأماكن في غير محلها كوقت الدراسة وفي الجامعة مثلا.

ونستنتج من هذه النسب والمعطيات بأن أغلب أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل وقد يكون تفسير هذا الشيء راجع إلى أن المنزل هو من أكثر الأماكن راحة وهدوء من الخارج ويجدون فيه الطمأنينة ويملؤون وقت فراغهم فيه بهذه المواقع، ومن خلال هذا الإستفتاء عن

المكان يتضح لنا أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي كسبيل لملى وقت الفراغ من خلال إستخدامهم في المنزل وفي الأماكن العمومية والنقل ، وقد إختلفت نتائج دراستنا مع دراسة (مداني السعيد ، وذان ياسين) بحيث توصلو إلى أن معظم المبحوثين يستخدمون موقع الإنستغرام في كل مكان بنسبة 56.3 %¹ ، كما توافقت دراستنا مع دراسة (إيناس دادة موسى، وداد أعراب) بأن أغلب أفراد العينة يتصفحون موقع الفيسبوك في المنزل وذلك بنسبة 66.24 %².

الجدول رقم 08 : يبين توزيع أفراد العينة حول روتين متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي .



الفترة	التكرار	النسبة المئوية
يومي	46	65.7%
أسبوعي	19	27.1%
شهري	5	7.1%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 08: يبين توزيع أفراد العينة حول

روتين متابعتهم لمحتوى الديني عبر مواقع

التواصل الإجتماعي.

من خلال البيانات الموجودة في الجدول رقم 08 والدائرة النسبية الخاصة به والذي يبين توزيع أفراد العينة حول روتين متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ، نرى بأن أغلب أفراد العينة يتابعون المحتوى الديني بشكل يومي وذلك بنسبة 65.7 % وهي نسبة كبيرة جدا أكثر من نصف العينة أي بمعدل 46 فرد ، وتليها الأفراد الذين يتابعون المحتوى الديني بشكل أسبوعي بنسبة 27.1 % وبعدها كآخر فئة هم الذين يتابعون المحتوى الديني بشكل شهري قدرت نسبتهم ب: 7.1 % .

ومن هذه المعطيات الموضحة في الجدول والنسب نستنتج بأن أغلب أفراد العينة يتابعون المحتوى الديني بشكل كبير ويومي وهذا مؤشر إيجابي وسبب من الأسباب التي سعينا لمعرفةا من خلال

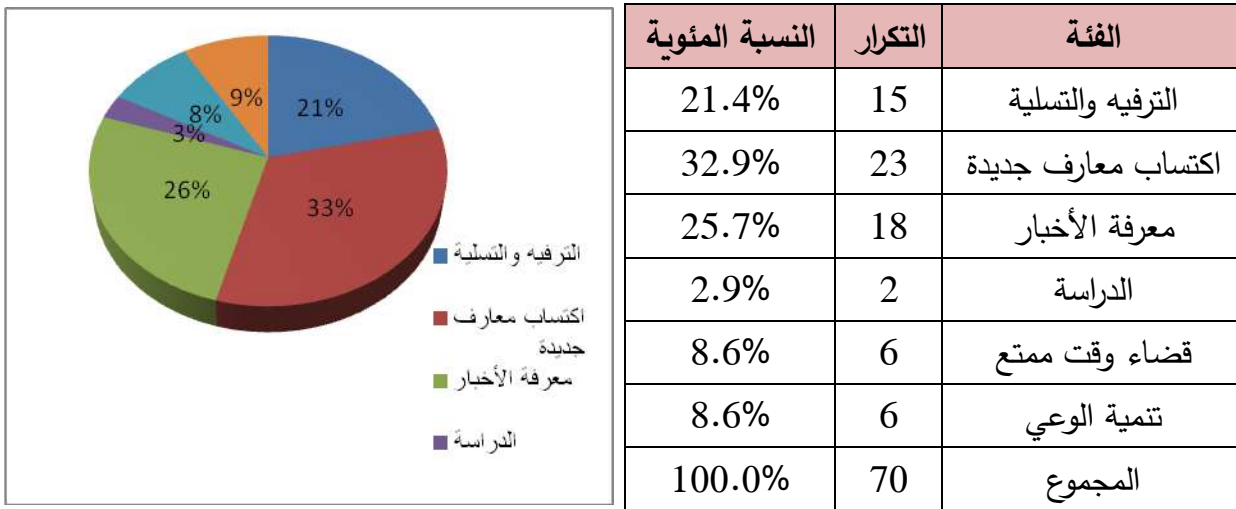
¹ . السعيد مداني، ياسين وذان ، مرجع سبق ذكره ، ص57

² . إيناس دادة موسى ، وداد أعراب ، مرجع سبق ذكره ، ص56 .

دراستنا هذه، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى رغبة الأفراد وتمسكهم بدينهم أكثر والتعمق فيه ، وتمسكهم بمبادئهم وعقائدهم وسنعرف أيضا بقية الأسباب التي تجعلهم يتابعون هذا المحتوى في بقية المحاور .

عرض ومناقشة أسئلة المحور الثاني : دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

الجدول رقم 09 : والذي يبين توزيع أفراد العينة حول دوافع إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي.



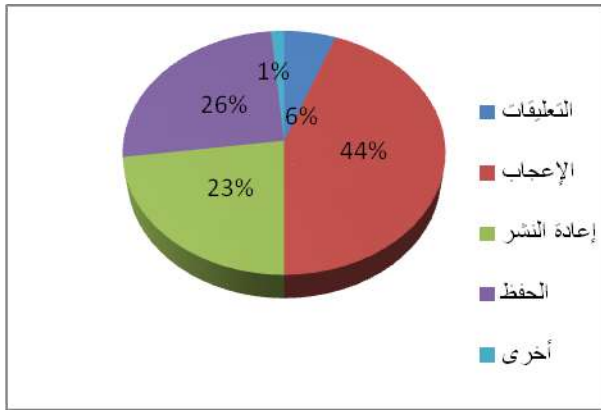
الشكل رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حول

دوافع إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي .

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 9 والشكل البياني رقم 9 المفسر له ، والذي يبين دوافع إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة أجابو بأن الدافع من إستخدامهم لهذه المواقع هو إكتساب معارف جديدة حيث قدرت نسبة هذه الإجابة ب: 32.9% وهي النسبة الأعلى من بين الخيارات الأخرى، تليها إجابة معرفة الأخبار وذلك بنسبة قدرت ب: 25.7% كثاني سبب يلجؤ من أجله الشباب لمتابعة مواقع التواصل الإجتماعي ، يأتي بعدها الأفراد الذين أجابو بأنهم يشاهدون هذه المواقع بدافع الترفيه والتسلية وذلك بنسبة 21.4% بمعدل 15 فرد ، ويليها إجابة دافع قضاء وقت ممتع وإجابة تنمية الوعي لديهم نفس النسبة حيث قدرت ب: 8.6% ، وكأخر إجابة الفئة التي أجابت بأن إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي بدافع الدراسة بنسبة 2.9% وهي كأخر نسبة بمعدل فردين فقط .

وهنا نستنتج من هذه المعطيات بأن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي بدافع إكتساب معارف جديدة ، ويعتبر هذا المؤشر إيجابي بشكل كبير حيث يظهر لنا بأن هناك شباب هادف وواعي يهيمه التطوير من معارفه ونفسه في المجتمع وإكتساب خبرات جديدة من هذه المواقع ، بحيث تتوفر في مواقع التواصل الإجتماعي معلومات في العديد من المجالات وأصبحت السبيل الأول الذي يرجع إليه الفرد للمعرفة أو التعلم خارج الإطار الأكاديمي، حيث أصبح فيها كم هائل من الدراسات والمعلومات محفوظة فيها ويمكن للفرد في أي وقت الإطلاع عليها والإستفادة منها كما نستنتج من خلال إجابات الشباب أفراد العينة أن هذه المواقع تعتبر وسيلة قوية من وسائل نقل الأخبار والأحداث وخاصة في وقتنا الحالي وهذا مايميزها عن بعض الوسائل التقليدية بحيث توصل الأخبار والمعلومات بطرق سريعة وإنتشار واسع وذلك ممكن في بضع دقائق فقط عبر شبكات التواصل الإجتماعي ، وفي أي مكان وزمان يستطيعون التصفح فيها و هذا ما يجعل الشباب يلجؤون لها في غالب الأحيان دون عن غيرها من الوسائل التقليدية الأخرى، كما لا يخفى علينا من خلال الإجابات الخاصة بأفراد العينة بأن هناك فئة تجعل مواقع التواصل الإجتماعي سبيل للترفيه عن النفس والمتعة ولملئ وقت الفراغ وللهرب من ظغوطات الحياة والدراسة نوعا ما.

الجدول رقم 10: يبين توزيع أفراد العينة حول كيفية تفاعلهم مع المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي .



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
التعليقات	4	5.7%
الإعجاب	31	44.3%
إعادة النشر	16	22.9%
الحفظ	18	25.7%
أخرى	1	1.4%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 10 : يبين توزيع أفراد العينة حول

كيفية تفاعلهم مع المحتوى الديني عبر مواقع

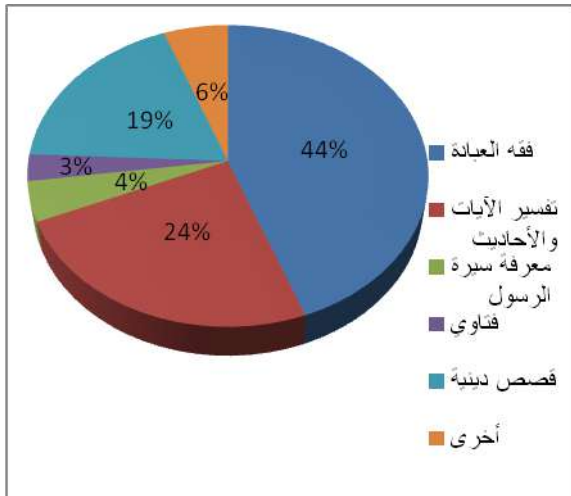
التواصل الإجتماعي .

من خلال الجدول رقم 10 والشكل البياني رقم 10 المفسر له والذي يبين توزيع أفراد العينة حول كيفية تفاعلهم مع المحتوى الديني الموجود عبر مواقع التواصل الإجتماعي توصلنا إلى النتائج

التالية : أن أغلب أفراد العينة عند متابعتهم للمحتوى الديني يتفاعلون معه بواسطة الإعجاب وذلك بنسبة 44.3 % ، تليها تفاعل الافراد عن طريق حفظ هذا المحتوى وذلك بنسبة قدرت ب: 25.7 % أي أن أفراد العينة عند متابعتهم للمحتوى الديني يقومون بحفظه لديهم وذلك للرجوع إليه مرة أخرى ، بعدها تأتي إجابة إعادة النشر و قدرت نسبتها ب: 22.9 % أي أنهم يقومون بإعادة نشر ما يرونه من المحتوى الديني على صفحاتهم أو مجموعاتهم وذلك بهدف الإستفادة لدى أشخاص آخرين ويمكن يرونه أنه مفيد للمجتمع.

ومن خلال النتائج السابقة للجدول رقم 09 نستنتج بأن أغلبية أفراد العينة عند متابعتهم للمحتوى الديني يقومون بالإعجاب والحفظ وذلك لأنهم يرونه مفيد بالنسبة لهم ويرغبون في الرجوع إليه في أوقات أخرى من خلال الحفظ وهذا دليل على إهتمامهم الكبير بهذا المحتوى وليس فقط المشاهدة ، كما يستغلون بعض الأفراد الفرصة لإعادة نشر هذه المحتويات الدينية لتعم الفائدة بشكل كبير وسط المجتمع .

الجدول رقم 11: والذي يبين توزيع أفراد العينة حول المحتويات الدينية التي يتابعونها في مواقع التواصل الإجتماعي .



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
فقه العبادة	31	44.3%
تفسير الآيات والأحاديث	17	24.3%
معرفة سيرة الرسول	3	4.3%
فتاوي	2	2.9%
قصص دينية	13	18.6%
أخرى	4	5.7%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 11: يبين توزيع أفراد العينة حول

المحتويات الدينية التي يتابعونها في مواقع

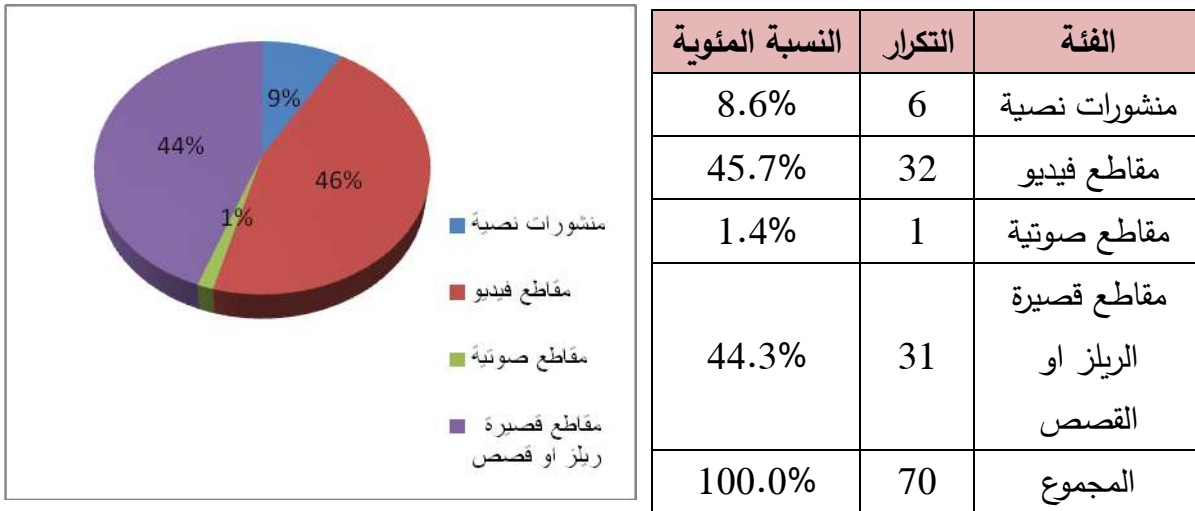
التواصل الإجتماعي.

يبين الجدول رقم 11 والشكل البياني رقم 11 المفسر له معطيات حول المحتويات الدينية التي يتابعونها أفراد العينة في مواقع التواصل الإجتماعي ، حيث تبين لنا بأن أغلب أفراد العينة أجابو على هذا السؤال بأن من أهم المحتويات الدينية التي يتابعونها عبر مواقع التواصل الإجتماعي هي فقه

العبادة وذلك بنسبة 44.3 % وهذا بنسبة كبيرة عن باقي الخيارات الأخرى، تليها إجابة تفسير الآيات والأحاديث ونسبتها قدرت ب: 24.3 % حيث تفسير الآيات والأحاديث لا يقل أهمية عن فقه العبادة كلن يكمل بعضه فبالآيات والأحاديث وتفسيرها يمكننا من معرف فقه العبادات وكيف تكون، ثم بعد ذلك الفئة التي أجابت بقصص دينية حيث قدرت نسبتها ب: 18.6 % ويليهما الأشخاص الذين أجابو بخيار أخرى قدرت نسبتهم ب: 5.7 % ، وكأخير خيارين معرفة سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم بنسبة 4.3 % وفتاوية بنسبة 2.9 %.

وهنا نستنتج بأن أغلبية أفراد العينة يميلون لمتابعة المحتوى الديني الخاص بفقه العبادة عبر مواقع التواصل الإجتماعي بشكل كبير أكثر من أنواع المحتويات الأخرى، وهذا إن دل فإنه يدل على إهتمام الشباب الكبير بالجانب الخاص بعبادة الله عزوجل ويبحث أكثر عن الفقه فيها حتى يتقرب من الله سبحانه وتعالى فالعبادة تعتبر غذاء للروح وطمأنينة لنفس ، كما توصلنا إلى أن أفراد العينة يهتمون أيضا بالمحتويات الخاصة بتفسير الآيات والأحاديث ، حيث تعتبر هذه الأخيرة لها علاقة وطيدة مع فقه العبادة، بحيث لولا الآيات والأحاديث النبوية لما توصلنا إلى كيفية عبادة الله عزوجل ولما عرفنا الإسلام ككل فتفسير الأحاديث والآيات يسمح لنا بالفقه أكثر في العبادات ، وإهتمام الأفراد بفقه العبادات ، وهذا مايبين لنا بأن أغلب أفراد العينة ذو وعي كبير وذلك سبب إهتمامه بفقه العبادة .

الجدول رقم 12: يبين توزيع أفراد العينة حول نوع المحتوى الديني الذي يفضلونه عبر مواقع التواصل الإجتماعي ويتفاعلون معه



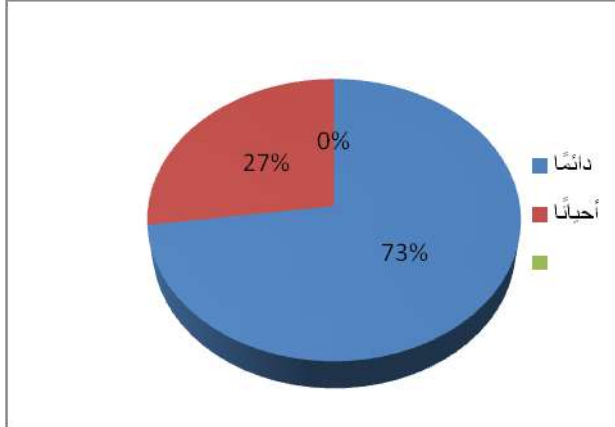
الشكل رقم 12: يبين توزيع أفراد العينة حول نوع المحتوى الديني الذي يفضلونه عبر مواقع التواصل الإجتماعي ويتفاعلون معه.

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 12 والشكل الخاص به والذي يبين توزيع أفراد العينة حول نوع المحتوى الديني الذي يفضلونه عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويتفاعلون معه ، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة يفضلون المحتوى الديني الذي يكون على شكل مقاطع فيديو وذلك بنسبة 45.7% وبنسبة متقاربة لها إجابة مقاطع قصيرة الريلز أو القصص وقدرت نسبتها ب: 44.3% تليها الأفراد الذين يفضلون المحتوى الذي في شكل منشورات نصية وذلك بنسبة 8.6% ثم بعدها الأفراد الذين أجابو بمقاطع صوتية ونسبتها قدرت ب1.4% بمعدل فرد واحد فقط.

وهنا نستنتج بأن أغلب أفراد العينة يفضلون المحتوى الديني الذي يكون ضمن مقاطع الفيديو وقد يرجع سببه إلى أن مقاطع الفيديو يكون لها تأثير وميزات أكثر من غيرها بحيث يحتوي مقطع الفيديو على إستخدام وإستثارة أكثر من حاسة لدى الفرد فيستعمل النظر من خلال المشاهد الموضوعة في الفيديو ويستخدم حاسة الصوت وحاسة السمع معا وعند توفر العديد من الميزات تستقطب شرائح كبيرة في المجتمع وتكسب جمهور واسع وتأتي أيضا بتأثير قوي عليهم أكثر من الأنواع الأخرى كالصوت لوحده أو منشورات مكتوبة ، كما أن أفراد العينة يفضلون بدرجة ثانية مقاطع الفيديو القصيرة كالريلز أو القصص وهذا يرجع إلى أنهم يريدون الإختصار في الوقت والجهد والخروج بمعلومات مفيدة، وهذه الميزة ماتفسر تفضيلهم لموقع الإنستغرام حيث توفرت فيه مقاطع الريلز الذي تكون على شكل مقاطع فيديو قصيرة المدى فيها مائل ودل ومتنوعة المحتويات ، وقد توافقت دراستنا في هذا السؤال مع دراسة (السعيد مداني، وياسين واذان) بحيث تم التوصل في دراستهم إلى أن أغلب أفراد العينة يفضلون المحتويات الدينية التي تكون على شكل فيديوهات وذلك بنسبة 78.8% وقد تفسر هذا بأن المعلومات تصل أفراد العينة بشكل أفضل عن طريق الفيديو كما هي أسهل وأسرع من القراءة والإستماع.¹

¹ . السعيد مداني ، واذان ياسين ، مرجع سبق ذكره ، ص69

الجدول رقم 13 : والذي يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كان يجذبهم المحتوى الديني لمتابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائمًا	51	72.9%
أحيانًا	19	27.1%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 13: يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كان يجذبهم المحتوى الديني لمتابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 13 والشكل البياني رقم 13 المفسر له والذي يبين توزيع أفراد العينة حول المحتوى الديني ما إذا يجذبهم لمتابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبين لنا بأن أغلب أفراد العينة وبنسبة كبيرة أجابو بدائمًا وذلك بنسبة 72.9 % وهي نسبة كبيرة مقارنة مع باقي الخيارات الأخرى، كما هناك من أجابو بأن أحيانًا ما يجذبهم المحتوى الديني وليس دائمًا وذلك بنسبة 27.1 % .

ومن هنا نستنتج بأن أغلبية العينة يجذبهم المحتوى الديني لمتابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث عندهم إهتمام كبير به هذا ما يجعلهم يرغبون في متابعته ، والإهتمام بالعقائد الدينية والعبادات، بشكل أساسي عندهم، كما توافقت دراستنا مع دراسة (السعيد مداني، ياسين وذان) بحيث توصلو إلى أن أغلب أفراد العينة يتابعون المحتوى الديني بشكل دائم بنسبة 61.3 % كما فسرو هذا إلى أن أهمية المواضيع الدينية لدى أفراد العينة إذ تعد من المبادئ الأساسية لديهم¹ .

¹ . السعيد مداني، ياسين وذان ، مرجع سبق ذكره ، ص66

الجدول رقم 14: يبين توزيع أفراد العينة حول دوافع إقبالهم ومتابعتهم للمحتوى الديني



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
البحث عن الهوية	4	5.7%
تعزيز القيم الأخلاقية والمبادئ الروحية	26	37.1%
محاولة فهم الدين أكثر	31	44.3%
عبادة ونيل رضا الله	3	4.3%
تتبع سيرة رسول الله	6	8.6%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 14 : يبين توزيع أفراد العينة حول دوافع

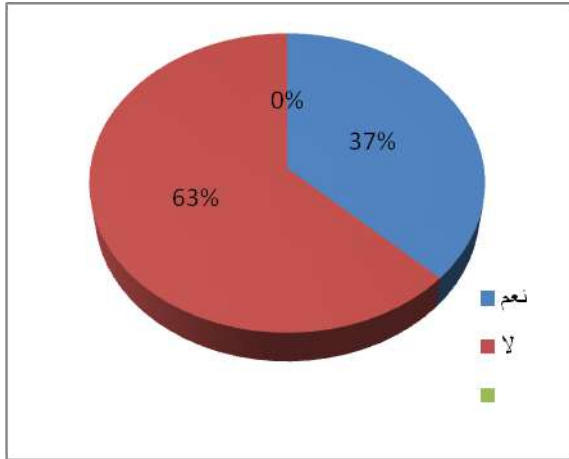
إقبالهم ومتابعتهم للمحتوى الديني.

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 14 والذي يتضمن بيانات على توزيع أفراد العينة حول دوافع إقبالهم ومتابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة دافعهم لمتابعة المحتوى الديني هو محاولة لفهم الدين أكثر وذلك بنسبة كبيرة قدرت ب: 44.3% ويليهما إجابة تعزيز القيم الأخلاقية والمبادئ الروحية كنسبة ثانية قدرت ب 37.1% وبعدها تتبع لسيرة رسول الله صلى الله عليه وسلم بنسبة 8.6% ، ويأتي بعدها إجابة البحث عن الهوية وهي آخر إجابة أخذت نسبة قليلة جدا قدرت ب: 5.7% .

وهنا نستنتج بأن أغلب أفراد العينة يشاهدون المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي بدافع محاولة فهم الدين أكثر وهذا مايفسر متابعتهم الدائمة للمحتوى الديني ، فلجؤهم إلى فهم الدين أكثر يكسبهم معرفة قوية وعلاقة وطيدة بالخالق والمخلوقات وهذا إن دل يدل على أن الشباب مهتمين بشكل كبير بعقائدهم و متمسكين بدينهم ويهتمون لتعمق فيه أكثر، كما يساهمون في تعزيز القيم الأخلاقية لديهم والمبادئ الروحية من متابعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

عرض ومناقشة أسئلة المحور الثالث : دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية .

الجدول رقم 15 : يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كانوا يثقون بالمحتوى الديني المقدم عبر مواقع التواصل الإجتماعي



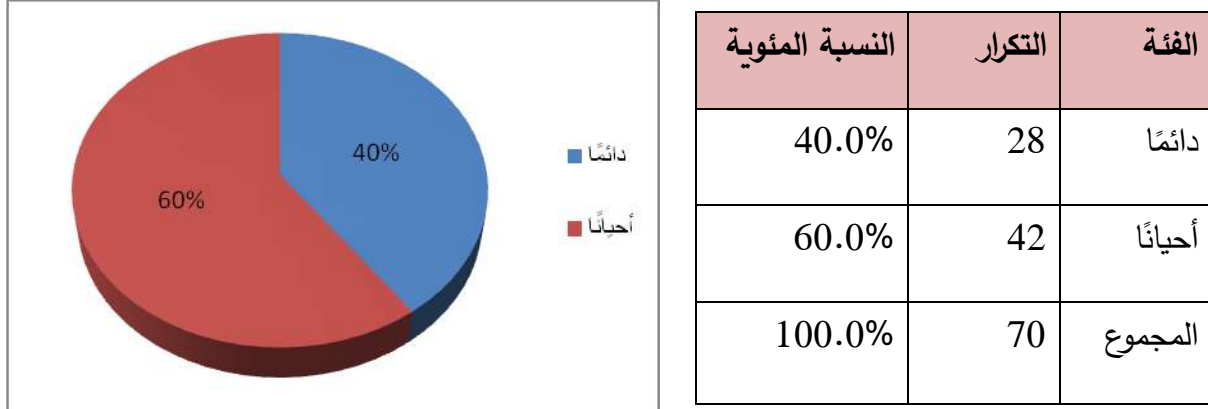
الفئة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	37.1%
لا	44	62.9%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 15 : يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا كانوا يثقون بالمحتوى الديني المقدم عبر مواقع التواصل الإجتماعي

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول أعلاه والشكل البياني المفسر له تبين لنا بأن أغلب أفراد العينة لا يثقون في المحتويات الدينية المقدمة عبر مواقع التواصل الإجتماعي بكثرة وذلك بنسبة 62.9 % ، أما الأفراد الذين أجابو بنعم كانت نسبتهم تقدر ب: 37.1 % .

ومن خلال هذه النتائج يمكن تفسيرها على أن لكل تطور في المجتمع مميزات وسلبيات وكما لمواقع التواصل الإجتماعي مميزات عديدة وقربت المجتمعات مع بعضها البعض ، وأيضا سمحت بتسهيلات عديدة داخل المؤسسات ، و بنقل الأخبار والمعلومات بطرق سريعة ، وإنتشار واسع إلا أنها لا يخفا علينا أيضا أن لها سلبيات عديدة وليست بهينة على المجتمع والأفراد، بحيث أصبحت مواقع التواصل الإجتماعي في وقتنا الحالي من أهم الوسائل وأكثرها شيوعا وإستخداما من طرف الشباب وأصبح تأثيرها قوي وأي معلومات ممكن أن تؤثر على معتقدات الأفراد الدينية سواء بالسلب أم الإيجاب ولهذا نجد أن أغلب أفراد العينة لا يثقون بشكل كبير في المحتويات المقدمة من طرف هذه المواقع حتى لا يقعون في معتقدات خاطئة وفكر متطرف ، وهذا ما إستنتجناه من خلال النسب التي لدينا ، كما لا يخفا أن هناك فئة ليست بقليلة تثق في جميع المحتويات الدينية المقدمة من طرف هذه المواقع، وهذا مايدل على أن أفراد العينة ذو وعي وينتقون بعناية مايتابعون .

الجدول رقم 16 : يبين توزيع أفراد العينة حول التأثر بالمحتويات الدينية الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي



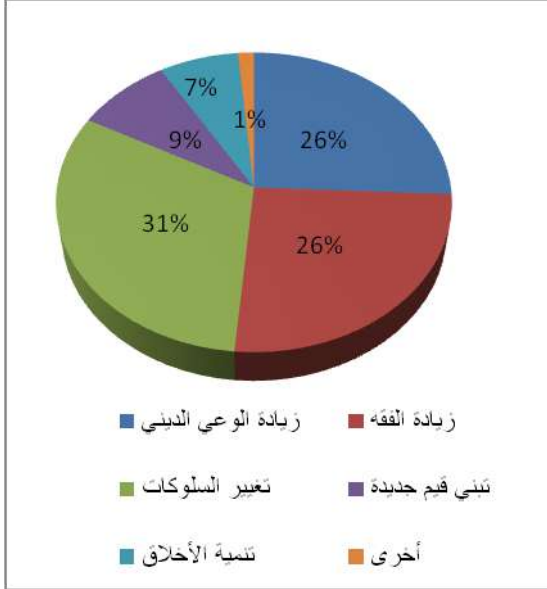
الشكل رقم 16 : يبين توزيع أفراد العينة حول التأثر بالمحتويات الدينية الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 16 والشكل رقم 16 المفسر له والذي يبين تقسيم أفراد العينة حول التأثر بالمحتويات الدينية الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة أجابو بأحيانا ما يتأثرون بالمحتويات الدينية وذلك بنسبة 60 % ، تليها الفئة التي أجابت بدائما بنسبة 40 % .

وهنا نستنتج بأن أغلب أفراد العينة أحيانا ما يتأثرون بالمحتويات الدينية وليس دائما ، بحيث ليس كل ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر عليهم وهذا مايبينه السؤال رقم 15 أي لا يتقون في كل ما ينشر بنسبة كبيرة ويميلون لإعمال العقل بحيث المسلم منذ الفطرة يتكونون لديه عقائد ومسلمات من والديه ومحيطه وصعب أن يتأثر في هذه الجوانب إلا بإعمال العقل ومعرفة من الصائب فيها وقد وافقت دراستنا دراسة (غريسي حيدر) حيث توصلو إلى أن غالبية أفراد العينة يتجهون لقول بأن المضامين الدينية أحيانا ما تؤثر على المتلقي ، فيتأثرو بما هو منطقي وصحيح دون عن غيره.¹

¹ . حيدر غريسي، رياض هاشم عرعار ، ، مرجع سبق ذكره ، ص64.

الجدول رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حول أوجه الإفادة من متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
زيادة الوعي الديني	18	25.7%
زيادة الفقه في العبادات	18	25.7%
تغيير السلوكات السلبية	22	31.4%
تبني قيم جديدة	6	8.6%
تنمية الأخلاق	5	7.1%
أخرى	1	1.4%
المجموع	70	100.0%

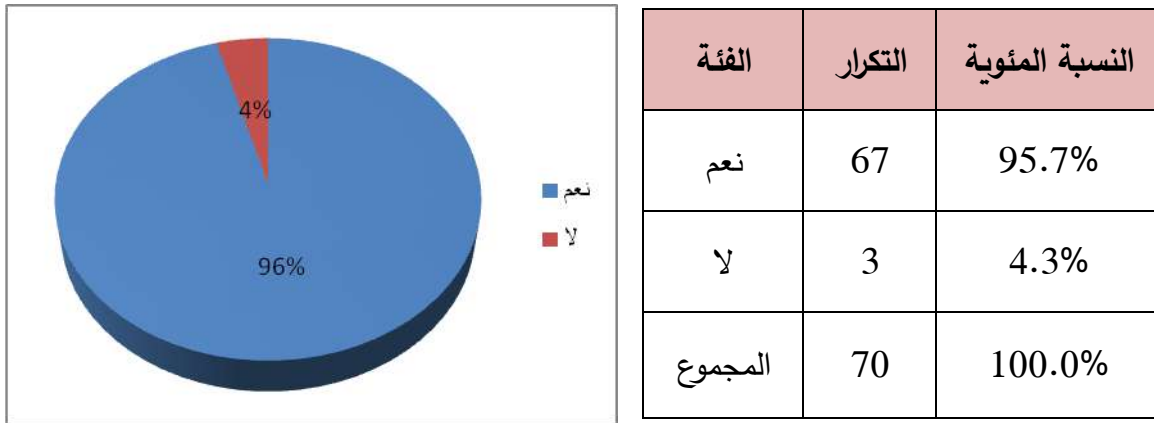
الشكل رقم 17: يبين توزيع أفراد العينة حول أوجه الإفادة من متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

من خلال البيانات الموجودة في الجدول رقم 17 والشكل رقم 17 المفسر له والذي يخص توزيع أفراد العينة حول أوجه الإفادة من متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، نرى بأن أغلب أفراد العينة يرو بأن متابعة المحتوى الدينية تساعدهم في تغيير السلوكات السلبية وتصحيحها وذلك بنسبة 31.4% ويليهما من أجابو بأن المحتوى الديني ساهم في زيادة الوعي الديني ومن زيادة الفقه في العبادات وذلك بنسبة 25.7% لكل واحدة فيهم ، بحيث نسبتهم متطابقة نوعا ما ثم الأفراد الذين أجابو بأن المحتوى الديني يساهم في تنمية قيم جديدة وذلك بنسبة 8.6% ، وإجابة تنمية الأخلاق بنسبة 7.1% .

وهنا نستنتج بأن أغلب أفراد العينة أثر عليهم المحتوى الديني من ناحية تغيير في السلوكات السلبية التي كانت لديهم وهذه من النتائج التي أردنا الوصول لها بحيث أردنا معرفة اهم التأثيرات التي رأوها الشباب في أنفسهم بعد متابعتهم للمحتويات الدينية الموجودة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وهذا دليل على أن المؤمن المنقطن يأخذ ما ينفعه بالمنطق ويترك ما ليس به نفع ومنطق ، فتغير السلوكات السلبية لدى الشباب يعود من الآثار الإيجابية التي ساهم بها المحتوى الديني عبر مواقع

التواصل الإجتماعي، كما وافقت دراستنا على نتائج الباحث (السعيد مداني، ياسين وذران) بحيث توصلوا أيضا إلى أن من أثار القيم الدينية التي تعرض لها الطلبة عبر موقع الإنستغرام في حياتهم اليومية هي تغير في السلوكات السلبية بنسبة 42.5 % ، ومن أثار الوعي الديني هو ما يظهر في سلوك الفرد خاصة إذا كان سلبيا وتغير إلى الإيجابي ، والذي يعد من علامات صلاح الإنسان¹.

الجدول رقم 18 : يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا يروا تغير في توجهاتهم الدينية بعد متابعتهم للمحتوى الديني في مواقع التواصل الإجتماعي



الشكل رقم 18: يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا يروا تغير في توجهاتهم الدينية بعد متابعتهم للمحتوى الديني في مواقع التواصل الإجتماعي.

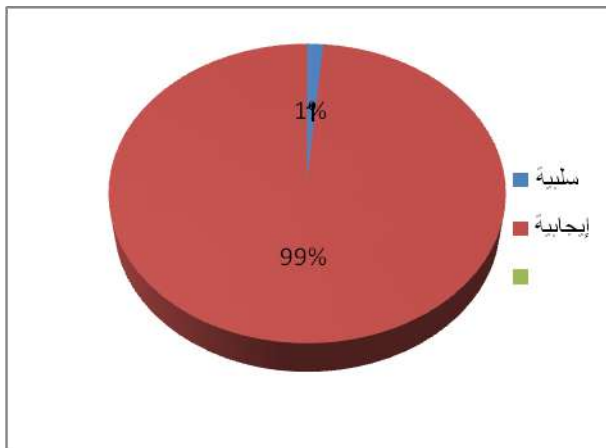
من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 18 والذي يبين توزيع أفراد العينة حول ما إذا يروا تغير في توجهاتهم الدينية بعد متابعتهم للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي بحيث تبين لنا بأن أغلب أفراد العينة رأوا تغير في توجهاتهم الدينية بعد متابعتهم للمحتوى الديني وذلك بنسبة 95.7% وهي نسبة عالية جدا وهذا مايفسر تأثير المحتوى الديني المنشور على الشباب بالمقابل هناك فئة قليلة جدا لم ترى تغير في توجهاتها الدينية قدرت نسبتها ب: 4.3%.

وهنا نستنتج بأن مرحلة الشباب تعد مرحلة جد حساسة وهي مرحلة تكوين الفرد في أفكاره ومعتقداته وحتى سلوكياته ومن خلال المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الإجتماعي والإستفتاء الخاص بنا عنه نستنتج بأن له دور كبير على الشباب في تشكيل توجهاتهم ومفاهيمهم الدينية، فعند بلوغ الفرد يسعى في الكثير من الأحيان إلى البحث أكثر في معتقداته ويحاول فهمها أكثر خاصة الموروثة من الأجداد ، كالعقائد الدينية مثلا ، وعند نشر هذه المحتويات الدينية عبر مواقع التواصل

¹ . السعيد مداني، ياسين وذران ، مرجع سبق ذكره، ص83

الإجتماعي أصبح لها إهتمام وإقبال واسع من طرف الشباب وهذا ما أوضحتها الإستنتاجات الخاصة بالأسئلة السابقة ، ويكون هذا الأمر إيجابي شريطة أن يتقون من مصادر نشره ، كما أنهم شباب نو وعي ولا يتقون في كل مايرون إلا بعد التأكد ، كما يعد نشر المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي شئ مهم في مجتمعنا الحالي حتى يكون لدى الفرد المعلومات الكافية لتطبيق دينه والتمسك به خاصة في ظهور العولمة والملهيات الكثيرة .

الجدول رقم 19 : يبين توزيع أفراد العينة حول هذه التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني تدرج تحت السلبي أم الإيجابي.



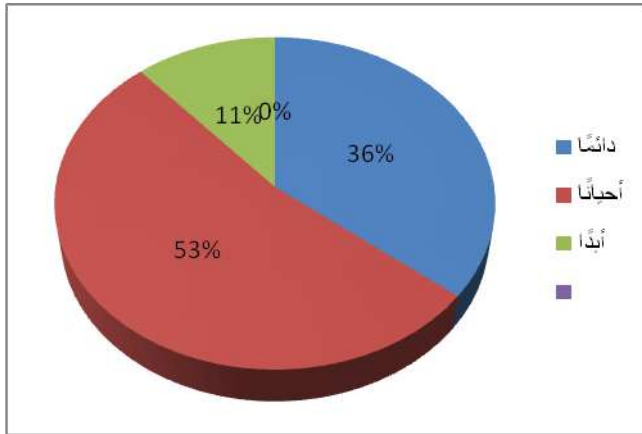
الفئة	التكرار	النسبة المئوية
سلبية	1	1.4%
إيجابية	69	98.6%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 19: يبين توزيع أفراد العينة حول هذه التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني تدرج تحت السلبي أم الإيجابي.

ومن خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 19 والشكل رقم 19 المفسر له والذي يبين توزيع أفراد العينة حول التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي تدرج تحت السلبي أم الإيجابي، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة يروا بأن التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني تدرج ضمن الجانب الإيجابي ولها فوائد على الفرد وذلك بنسبة 98.6 % ، وبالمقابل هناك فئة قليلة بنسبة 1.4 % من أجاب بتوجهات سلبية بدل الإيجابية وذلك بمعدل فرد واحد فقط . وهنا نستنتج بأن أغلب أفراد العينة يقرون بأن متابعة المحتوى الديني يستفيدون منها بشكل كبير في تغير توجهاتهم الدينية ، وذلك إيجابيا بحيث ، هناك العديد من العادات والموروثات والمعتقدات قد تكون خاطئة نوعا ما في الجانب الديني ومتابعة المحتوى الديني بشكل كبير عبر مواقع التواصل الإجتماعي يسمح بفهم أكثر للدين وقواعده ويسمح للأفراد بوعي أكبر في دينهم ، ومثال على

ذلك هناك العديد من العادات والسنن الغير معروفة عن النبي صلى الله عليه وسلم وعند نشر المحتويات الدينية وتنوعها يتسنى للفرد بمعرفة هذه الأمور وقد تغير في حياته أيضا وروتينه وتوجهاته وتبين الحلال من الحرام ومن المختلف فيه والإبتعاد عنه ، كما تعزز ثقافته عن دينه .

الجدول رقم 20 : يبين توزيع أفراد العينة حول هل يؤثر متابعة لمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الفرد في إختياراته المصيرية في الحياة



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائمًا	25	35.7%
أحيانًا	37	52.9%
أبدًا	8	11.4%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 20: توزيع أفراد العينة حول هل يؤثر

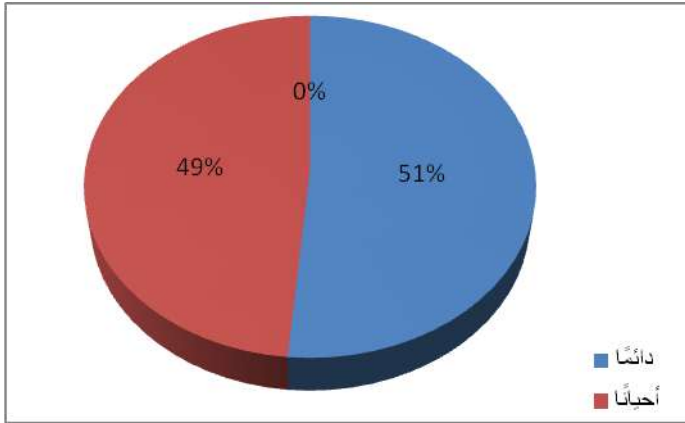
متابعة لمحتوى الديني عبر مواقع التواصل على الفرد في إختياراته المصيرية في الحياة.

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 20 والشكل البياني رقم 20 المفسر له والذي يبين توزيع أفراد العينة حول هل يؤثر متابعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الفرد في إختياراته المصيرية في الحياة ، نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة أجابو بأن أحيانا ما يتأثرون بمتابعة المحتوى الديني في إختياراتهم المصيرية في الحياة وذلك بنسبة 52.9 % ويليها الأفراد الذين أجابو بدائما وقدرت نسبتهم ب: 35.7 %، وكأخر فئة الذين أجابو بأبدا وقدرت نسبتهم ب: 11.4 %.

ومن هذه المعطيات نستنتج بأن أغلب أفراد العينة يرون بأن أحيانا متابعتهم للمحتوى الديني ماتؤثر في إختياراتهم المصيرية في الحياة ، بحيث هناك العديد من الأحكام والمعلومات التي قد يجهلها الفرد عن دينه وبمتابعته للمحتوى الديني تمكنه من معرفة تلك الأحكام وتساعد في إختياراته في الحياة ومثال على ذلك القروض البنكية وحكمها والإختلاف فيها في المجتمع هذا مايجعل الفرد يلجأ لمتابعة المصادر الصحيحة والمحتوى الديني لمعرفة أحكامها والفتاوي فيها ، وهذه من ميزة المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الإجتماعي التي من خلاله يمكن الفرد من معرفة العديد

من الأمور الصحيحة بشرط تتبع المصدر الصحيح وبتمحيص الأفكار قبل الإتيان بها وهذا ما بينته الأسئلة رقم 15 و16 والتي تبين وعي الشباب بأن ليس كل ما ينشر يمكن الأخذ به.

الجدول رقم 21 : يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يساعدهم متابعة المحتوى الديني في النقاشات الدينية مع الآخرين "



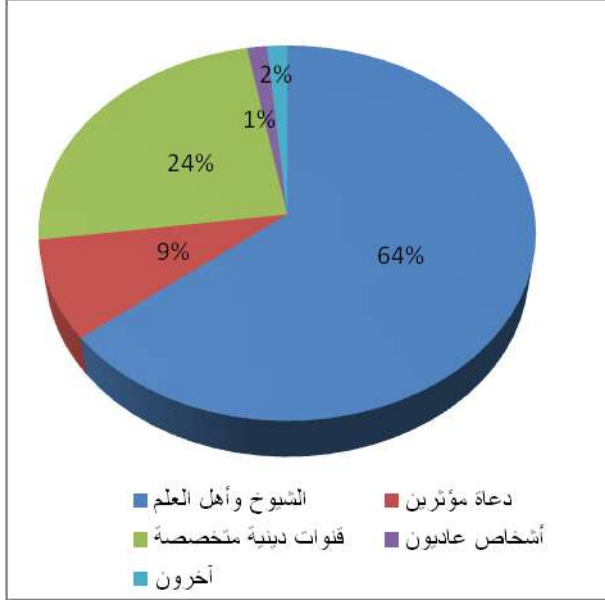
الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائمًا	36	51.4%
أحيانًا	34	48.6%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 21: يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يساعدهم متابعة المحتوى الديني في النقاشات الدينية مع الآخرين "

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 21 والشكل رقم 21 المفسر له ، والذي يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يساعدهم متابعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في النقاشات الدينية مع الآخرين، وقد تبين لنا بأن أغلب أفراد العينة دائماً ما يرون بأن متابعة المحتوى الديني تساعدهم في النقاشات الدينية مع الآخرين وذلك بنسبة 51.4 % وهي النسبة الأعلى من غيرها، كما يليها الأفراد الذين أجابوا بأحياناً فقط بنسبة 48.6 % .

وهنا نستنتج بأن إنتشار المحتوى الديني بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الأونة الأخيرة تجعلها تتوفر على كم هائل من المعلومات التي قد يكون يجهلها الفرد أو يعرفها بشكل مختصر فقط و متابعة المحتوى الديني عبر هذه المواقع من طرف الشباب تجعل لديهم معرفة كبيرة ومعتقدات وأفكار قيمة عن دينهم وتكسبهم معارف جديدة تسمح لهم بعمل نقاشات مع الآخرين فيها، ، ونلاحظ بأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ذات تنوع كبير في المعلومات وفي جميع الميادين والمجالات وهذا ما يجعل لديها إقبال واسع من طرف الشباب .

الجدول رقم 22 : يبين توزيع أفراد العينة حول المصدر الأكثر ثقة وتأثيراً في نشر المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي



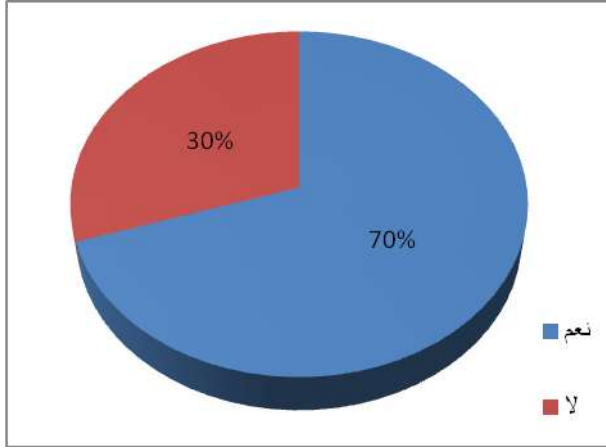
الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الشيوخ وأهل العلم	45	64.3%
دعاة مؤثرين	6	8.6%
قنوات دينية متخصصة	17	24.3%
أشخاص عاديون	1	1.4%
آخرون	1	1.4%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 22: يبين توزيع أفراد العينة حول المصدر الأكثر ثقة وتأثيراً في نشر المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 22 والشكل البياني رقم 22 المفسر له والذي يبين توزيع أفراد العينة حول من يعتقدون أنه المصدر الأكثر ثقة وتأثيراً في نشر المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، تبين لنا بأن أغلب أفراد العينة يثقون في الشيوخ وأهل العلم بنسبة كبيرة جداً حيث قدرت ب: 64.3% ، يليها قنوات دينية متخصصة بنسبة 24.3% ثم بعدها دعاة مؤثرين وذلك بنسبة 8.6% كعنصرين أساسيين يثقون فيهم الشباب ، وكآخر خيارين ومتقاربين بنسبة كبيرة هم أشخاص عاديون وآخرون بنسبة 1.4% .

ومن هنا نستنتج بأن أفراد العينة يعتمدون على المصدر الأساسي للمعلومات وهم الشيوخ وأهل العلم لأخذ منهم المعرفة بشكل صحيح وموثوق وهذا إن دل يدل على أن الشباب ذو وعي كبير ولا يثقون في من كان بل يعملون العقل لتمحيص الأفكار ولأخذها من المصدر الصحيح، وذلك لأن مواقع التواصل الاجتماعي يسهل النشر فيها ويسهل الوصول إليها وقد تكون تحتوي على معلومات صحيحة وأخرى خاطئة وأصبح لها تأثير كبير في المجتمع هذا ما يجعل الشباب الواعي إنتقاء ما يشاهدون وممن يشاهدون هذه المحتويات الدينية ، حتى لا يؤثر بالسلب على معتقداتهم وأفكارهم .

الجدول رقم 23: يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يعتقدون أن المحتوى الديني له دور في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية عند الشباب "



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
دائمًا	49	70.0%
أحيانًا	21	30.0%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 23: يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يعتقدون أن المحتوى الديني له دور في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية عند الشباب "

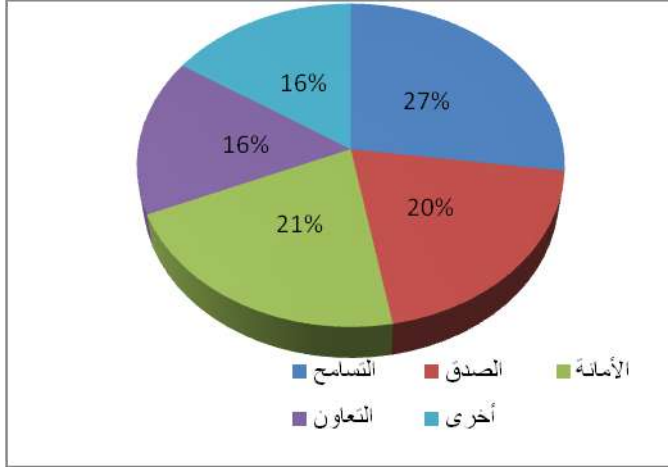
من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 23 والشكل رقم 23 المفسر له والذي يبين توزيع أفراد العينة حول " هل يعتقدون أن المحتوى الديني له دور في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية عند الشباب "

نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة رأو بأن متابعة المحتوى الديني تساهم بشكل كبير في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية عند الشباب بحيث أجابو بدائمًا وذلك بنسبة 70 % ويليها الأفراد الذين أجابو بأحيانًا بنسبة 30 % .

ومن هنا نستنتج بأن متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية لديهم، بحيث هناك العديد من الصفحات الدينية التي تنصح الشباب وتهدي الأنفس في السلوكات الواجب إتباعها من طرف المسلم هذا ما يساهم في تشكيل الأخلاق العالية والقيم والمبادئ لدى الشباب وهي أساس المسلم ، كما توافقت دراستنا مع دراسة (السعيد مداني ، ياسين وذان) في هذه الجزئية بحيث توصلو إلى أن أغلب أفراد العينة يتأثرون بالقيم الدينية التي تطرح في الإنستغرام ، وذلك لأنها ضرورية في تشكيل سلوك وبناء شخصية الإنسان ، كما تبين كيفية تعامل الأفراد مع بعضهم البعض وفق الطوابط والمعايير المتعارف عليها في الإسلام .¹

¹ .السعيد مداني، ياسين وذان، مرجع سبق ذكره ، ص 82

الجدول رقم 24 : والذي يبين توزيع أفراد العينة حول أكثر المبادئ والقيم التي ساهم بها المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيزها لديهم



الفئة	التكرار	النسبة المئوية
التسامح	19	27.1%
الصدق	14	20.0%
الأمانة	15	21.4%
التعاون	11	15.7%
أخرى	11	15.7%
المجموع	70	100.0%

الشكل رقم 24: والذي يبين توزيع أفراد العينة حول أكثر المبادئ والقيم التي ساهم بها المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيزها

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول رقم 24 والشكل البياني رقم 24 المفسر له ، والذي يبين توزيع أفراد العينة حول أكثر المبادئ والقيم التي ساهم بها المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تعزيزها لديهم نلاحظ بأن أغلب أفراد العينة رأو بأن التسامح هو من أكثر المبادئ التي ساهم بها المحتوى الديني في تعزيزها عندهم وذلك بنسبة 27.1 % ، يليها الأمانة بنسبة 21.4 % ، ثم الصدق بنسبة 20 % ، أما التعاون كان بنسبة 15.7 % واخرى بنفس النسبة 15.7% ومن ما سبق نستنتج بأن المحتوى الديني ساهم لدى أغلب أفراد العينة بتعزيز قيم التسامح والتأخي لديهم ، فالتسامح هو مبدئ أخلاقي ومهم لدى المجتمع والفرد حتى يتم التعايش فيما بينهم وينمي لديهم روح التعاون والمحبة ، ومن الأهداف التي تحققها قيمة التسامح هي تخفيف الصراعات والمشاحنات بين الأفراد وتأخي المجتمع ، فلولا التسامح والعفو لما عاش فرد مع فرد آخر فكل مؤمن خطاء . وقد إختلفنا في هذه الجزئية مع دراسة (السعيد مداني، ياسين وذان) بحيث توصلوا في دراستهم إلى أن أغلب أفراد العينة ساهمت صفحات المحتوى الديني بزيادة قيمة الصدق لديهم ، وهذا راجع إلى أن الصدق من أهم القيم الإسلامية التي نص عليها الدين الإسلامي ، حيث يعتبر من الأفعال المفروضة على المسلم ومن أساس إيصال الرسائل الصحيحة.¹

¹ . السعيد مداني، ياسين وذان ، مرجع سبق ذكره ص81.82 .

النتائج العامة للدراسة :

ومن خلال دراستنا هذه والتي تندرج تحت عنوان إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية قد توصلنا إلى النتائج التالية :

نتائج التساؤل الأول : عادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي :

- بداية كشفت الدراسة على أن نسبة الإناث الذين يتابعون المحتوى الديني أكثر من نسبة الذكور، حيث تمثلت نسبة الإناث ب: 67.1 % وهي نسبة كبيرة نوعا ما ، و بأن أكثر فئة متابعة لهذا المحتوى هي الفئة الشبابية التي من 19 سنة إلى 25 سنة، والتي بدأت الإنتقال من مرحلة المراهقة إلى مرحلة الشباب .
- كما توصلت الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة يمتلكون مواقع التواصل الإجتماعي منذ أكثر من سنتين بنسبة 77.1 % .
- أن أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي لأكثر من أربع ساعات في اليوم وذلك بنسبة قدرت ب: 61.4 % .
- وقد بينت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يستخدمون الهواتف الذكية لتصفح مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بنسبة : 95.7 %.
- كما توصلنا إلى أن من أكثر المواقع إستخداما وتفضيلا من طرف الشباب هو موقع الإنستغرام وذلك بنسبة 42.9 %.
- وقد توصلنا في الدراسة إلى أن أكثر الأماكن التي يفضلون الشباب التصفح فيها مواقع التواصل الإجتماعي هي المنزل بنسبة قدرت ب: 68.6 % .
- وكشفت الدراسة بأن أغلب أفراد العينة يتابعون المحتوى الديني بشكل يومي وذلك بنسبة 65.7 % وهي نسبة ليست بقليلة بمعدل 46 فرد من أصل 70 .

نتائج التساؤل الثاني : دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي

- وقد توصلنا في هذا المحور إلى أن أغلب أفراد العينة الدافع من إستخدامهم لمواقع التواصل الإجتماعي هو إكتساب معارف جديدة حيث قدرت نسبتها ب: 32.9 %.
- وكشفت الدراسة على أن أغلب أفراد العينة يتفاعلون مع المحتوى الديني عن طريق الإعجاب والحفظ بنسبة 44.3 % وذلك لأنهم يرونه مفيد بالنسبة لهم .
- وقد خلصت الدراسة إلى أن أغلبية أفراد العينة يميلون لمتابعة المحتوى الديني الخاص بفقهاء العبادة عبر مواقع التواصل الإجتماعي بشكل كبير وذلك بنسبة 44.3 %.

- كما توصلت الدراسة إلى أن نوع المحتوى الذي يفضلونه الشباب عن غيره هو الفيديوهات والفيديوهات القصيرة كالريلز والقصص بحيث تختصر عليهم الجهد والوقت كما تساعد في التأثير أكثر من غيرها بنسبة 45.7 % .
- و بأن أغلبية العينة يجذبهم المحتوى الديني لمتابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، بحيث عندهم إهتمام كبير به هذا ما يجعلهم يرغبون في متابعته وذلك بنسبة 72.9 % .
- وقد كشفت الدراسة أن من دوافع وأسباب إقبال الشباب على متابعة المحتوى الديني هو محاولة فهم الدين أكثر وقدرت نسبتها ب 44.3 % .

نتائج التساؤل الثالث : دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية .

- وفي المحور الأخير كشفت الدراسة لنا بأن أغلب أفراد العينة لا يتقنون في المحتويات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير وقدرت نسبتها ب: 62.9 % وذلك حتى لا يقعون في معتقدات خاطئة وفكر متطرف .
- كما أن أغلب أفراد العينة أجابو بأحيانا ما يتأثرون بالمحتويات الدينية وليس دائما وذلك بنسبة 60 % .
- وأظهرت نتائج الدراسة بأن أغلب أفراد العينة أثر عليهم المحتوى الديني من ناحية تغير في السلوكات السلبية التي كانت لديهم بنسبة 31.4 % .
- كما توصلنا إلى أن مرحلة الشباب تعد مرحلة جد حساسة وهي مرحلة تكوين الفرد في أفكاره ومعتقداته وحتى سلوكياته ومن خلال المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبين أن له دور كبير على الشباب في تشكيل توجهاتهم ومفاهيمهم الدينية بنسبة 95.7 % .
- وأشارت الدراسة بأن أغلب أفراد العينة يروا بأن التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني تندرج ضمن الجانب الإيجابي ولها فوائد على الفرد وذلك بنسبة 98.6 % .
- و نستنتج بأن أغلب أفراد العينة يرون بأن أحيانا متابعتهم للمحتوى الديني ماتؤثر في إختياراتهم المصيرية في الحياة ، بحيث هناك العديد من الأحكام والمعلومات التي قد يجهلها الفرد عن دينه وبمتابعته للمحتوى الديني تمكنه من معرفة تلك الأحكام والمعلومات 52.9 % .
- كما أظهرت النتائج بأن متابعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي تساعد الأفراد في النقاشات الدينية مع الآخرين بنسبة 51.4 % حيث في الأونة الأخيرة توفرت هذه المواقع على كم هائل من المعلومات التي تكسب الفرد معارف وخبرة .

- كما تبين لنا بأن أفراد العينة يعتمدون على المصدر الأساسي للمعلومات وهم الشيوخ وأهل العلم لأخذ منهم المعرفة بشكل صحيح وموثوق بنسبة 64.3%.
- وقد إتضح من الدراسة بأن متابعة الشباب للحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي تساهم بشكل كبير في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية لديهم بنسبة 70%.
- وأشارت الدراسة بأن المحتوى الديني ساهم لدى أغلب أفراد العينة بتعزيز قيم التسامح والتأخي لديهم ، فالتسامح هو مبدئ أخلاقي ومهم لدى المجتمع والفرد وقدرت نسبته ب: 27.1 %

نتائج الدراسة والإجابة على التساؤلات الرئيسية والفرعية لها :

تضمنت دراستنا ثلاث أسئلة فرعية تم توضيحها كثلاث محاور أساسية في إستمارة الإستبيان الخاصة بنا وتم بنائه على أساسها ، وبعد ما تم عرض الجداول والتحليلات التي توصلنا إليها ، يمكننا من الإجابة على تساؤلات الدراسة .

1. عادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي:

من خلال الإستفتاء حول عادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي قد تبين لنا بأن الإناث هم أكثر إستخداما لهذه المواقع وبأن أغلب أفراد العينة يمتلكون مواقع التواصل الإجتماعي منذ أكثر من سنتين وخاصة الفئة الشبابية التي في مرحلة الإنتقال من المراهقة إلى الشباب هم الأكثر إستخداما لهذه الأخيرة ولأكثر من أربع ساعات في اليوم وهي فترة ليست بقليلة قد تكون تؤثر بشكل سلبي أو إيجابي على حسب إستخدام الأفراد لها ، والمحتوى الذي يتلقونه فيها، كما قد تبين لنا بأن من أكثر الوسائل إستخدام لدى الشباب هي الهاتف الذكي وذلك لميزاته العديدة وسهولة نقله وتوفره على العديد من المميزات والمواقع التي تسمح للفرد بإستعماله في أي مكان كان، وقد بينت الدراسة على ذكر المكان بأن من أكثر الأماكن التي يفضلها الشباب لتصفح فيها هذه المواقع هي المنزل ، بحيث يعتبر هذا الأخير من أكثر الأماكن راحة وإطمئنان كما يعد فيه وقت فراغ كبير يسمح للأفراد بملئه بهذه المواقع، كما توصلنا إلى أن من أكثر المواقع إنتشارا وإستعمالا من طرف الشباب هو موقع الإنستغرام بحيث قد إنتشر في الأونة الأخيرة بشكل كبير أوساط الشباب وحتى من طرف المؤثرين عبر مواقع التواصل الإجتماعي لميزاته وهذا ما جذب الأفراد له ، كما ساعدتنا نظرية الإستخدامات والإشباع في هذا المحور من معرفة عادات وأنماط إستخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي وإستنتاجنا على ضوءها بأن مواقع التواصل الإجتماعي إستحوذت على إقبال كبير من طرف الشباب وإستخدامهم لها على مدار ساعات كبيرة في اليوم .

2. دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي :

كما توصلنا في هذه الدراسة إلى مجموعة من الدوافع التي تجعل الشباب يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي و المحتوى الديني من بينها ، الرغبة في إكتساب معارف جديدة ، حيث تحتوي مواقع التواصل الاجتماعي على العديد من المعلومات والمحتويات وفي جميع المجالات تقريبا هذا ما يجعلها ذات كم هائل من المعرفة وتسمح للفرد بالوصول إليها بسهولة عبر مجموعة من المنصات ويلجأ إليها الشباب لتطوير من نفسه ومن أفكاره، كما يعد دافع الشباب الأساسي لمتابعة المحتوى الديني عبر هذه المنصات هو محاولة فهم الدين أكثر والتفقه فيه، و نوع المحتوى الذي يفضله الشباب هو المحتويات التي تكون على فقه العبادة خاصة لدى الشباب الذي في طور تكوين نفسه وشخصيته بحيث يلجأ للبحث أكثر في معتقداته ودينه مما يؤدي إلى تغير بعض الأفكار الخاطئة لديه وتطوير توجهاته الدينية ، كما يفضل الشباب المحتويات الدينية التي تكون ضمن مقاطع فيديو بحيث يكون تأثيرها قوي وتستقطب أكثر من حاسة في أن واحد ، وعلى ضوء نظرية الإستخدامات والإشباع التي تبحث في دوافع إستخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي خلصنا إلى أن أغلب أفراد العينة تختلف رغباتهم لمشاهدة مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لأسس كثيرة حسب ما يحتاجون، كما حققنا فرضية الإستخدامات والإشباع بأن الوسيلة الإعلامية لا تستخدم الجمهور بل الجمهور هو من يستخدمها على حسب إحتياجه ودوافعه أيضا.

3 . دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية

وفي آخر محور خلصنا في هذه الدراسة إلى أن أصبح المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي يلعب دور جد مهم في حياة الفرد بحيث له دور بارز في تشكيل توجهات الشباب الدينية وذلك ما تبين لنا من نتائج الإستبيان التي أجابو عليها أفراد العينة ، كما توفر مواقع التواصل الاجتماعي محتويات عديدة وفي جميع المجالات هذا ما يسمح للفرد بالوصول السهل للمعلومات، وقد توصلنا إلى أنو أغلب أفراد العينة ذو وعي وثقافة كبيرة هذا ما يسمح لهم بإعمال العقل على ما يشاهدونه عبر هذه المواقع كما لا يثقون في كل ما يشاهدون وينتقون الأصح منه و من مصادر موثوقة فقط، بحيث لا يأخذون المحتوى الديني إلا من الشيوخ وأهل العلم وأهل الإختصاص وهذا لأن الجانب الديني أساس الفرد المسلم وليس بالسهولة تغير الأفكار والمعتقدات التي نمت عليها الفرد ولهذا يمحسون الأفكار والمعلومات التي يتلقونها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تبين لنا أن متابعة المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساهم بشكل كبير في تغير السلوكات السلبية لدى الأفراد، و له دور في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية لديهم ، كما يرو بأن هناك تغير إيجابي في توجهاتهم الدينية من خلال متابعتهم للمحتوى الديني.

الخلاصة

الخاتمة

وفي ختام دراستنا والتي بعنوان إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية التي سعينا فيها لمعرفة دور إنتشار هذه المواقع في تشكيل توجهات الشباب الدينية ، قد وضعنا ثلاث محاور أساسية للوصول إلى النتائج المرادة من خلال معرفة إستخدامات الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي والكشف عن دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني وأخيرا دور إنتشار المحتوى الديني في تشكيل توجهات الشباب الدينية وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج منها: بأن أغلب أفراد العينة الذين يتابعون المحتوى الديني هم من جنس الإناث كما يتابعون المحتوى الديني بشكل يومي وهذا مؤشر إيجابي على إهتمامهم بعقائدهم ودينهم، كما نجد بأن أغلب أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الإجتماعي لأكثر من أربع ساعات يوميا وهذا ما يفسر التأثير القوي الذي فعلته مواقع التواصل الإجتماعي على المجتمعات حيث فرضت نفسها وأصبح لها تأثير قوي على المجتمعات عموما وعلى الشباب خصوصا بحيث أصبحت منتشرة بكثرة بينهم وجل تصفحهم كان لهذه المواقع ، كما قد تم الإيضاح لنا من نتائج هذه الدراسة بأن أغلب أفراد العينة ذو وعي كبير ولا يتقنون في كل ما يرون في مواقع التواصل الإجتماعي بل ينتقون المحتوى الديني من مصادر موثوقة كالأئمة والشيوخ ، وهذا إن دل يدل على وعي الشباب الصاعد وقدرته على تمحيص الأفكار والمعلومات التي يتعرض لها، كما قد توصلنا لإجابة على تساؤلنا الرئيسي بحيث أن أغلب أفراد العينة يرون بأن المحتوى الديني المنشور عبر مواقع التواصل الإجتماعي يساهم بشكل كبير في تشكيل توجهات الشباب الدينية من خلال تعزيز القيم والمبادئ لديهم و تساعدهم في تغيير السلوكات السلبية وغيرها من الإيجابيات.

وفي الأخير وماعسان أن نقول إلى أن لكل تطور إيجابيات وسلبيات ومواقع التواصل الإجتماعي تعتبر تطور مفيد ومضر في نفس الوقت وذلك حسب إستخدام الفرد لها ووعيه بخطورتها .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

-الكتب

1. إبراهيم إسماعيل ، مناهج البحوث الإعلامية، ط1 ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر،2017.
2. أنجريس موريس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية تدريبات عملية ، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، ط 2 منقحة، دار القصة للنشر، 2006.
3. حسن إسماعيل محمود، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1،الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
4. حمدي محمد الفاتح ، سطوطاج سميرة ، مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال وطريقة إعداد البحوث، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2019.
5. الدناني عبد الملك ، أحمد هاشم سامية ، مناهج بحوث الإتصال الحديثة ، ط1،مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، 2016 .
6. كمال الحاج، نظريات الإعلام والإتصال، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية 2020.
7. مرسلي أحمد ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ط4 ، الجزائر 2010.
8. مكاوي حسن عماد ، السيد حسين ليلي ، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية المعاصرة، القاهرة، 2022.

الدراسات الجامعية

9. دادة موسى إيناس ، أعراب وداد ، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني بالإسلام لدى طلبة علوم الإعلام والإتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة (الفيديوك أنموذجا) ، 2023/2022 ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي.

10. دحدوح أمال ، رحال فوزية ، دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني بين طلبة العلوم الإسلامية جامعة العربي التبسي، صفحة الفيسبوك لمسجد أنس ابن مالك نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، 2024/2023.
11. السعيد مداني، وذان ياسين، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين (الإنستغرام أنموذجاً)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، 2023/2022 . غريسي حيدر ، عرعار رياض هاشم ، دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الثقافة الدينية ، دراسة على عينة من شباب ولاية تڤرت، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، 2023/2022.
12. محمدي نسرين ، دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة) مذكرة ماستر في تخصص إتصال جماهيري ووسائط متعددة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2021/2020
13. بن ناصر أماني ، بن سعود نجاة ، المحتوى الديني الإسلامي لغير المختصين عبر مواقع التواصل الإجتماعي دراسة تحليلية ميدانية لصفحة عمر ال عوضه وعينة من متابعيه من طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة، مذكرة ماستر، تخصص إتصال جماهيري والوسائط الجديدة، 2019/2018 .

المجلات والمقالات:

14. الحمزة أحمد ، الإستبيان أداة للبحث العلمي وأهم تطبيقاته، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 12، العدد03، جويلية 2023 .
15. جبالة محمد ، الأسس المنهجية لإختيار عينة ممثلة لمجتمع البحث، مجلة الإحياء، المجلد 20، العدد24، ماي 2020 .
16. رايس علي إبتسام ، نظرية "الإستخدامات والإشباعات" وتطبيقاتها على الإعلام الجديد (مدخل نظري)، مقال، المجلة العربية في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة وهران1، العدد 25 ديسمبر 2016 السنة الثامنة.

17. سلطانة عبد الرحمان زكرياء ، بن لباد الغالي ، أثر مواقع التواصل الإجتماعي في المجتمع الحديث، مجلة الحكمة لدراسات الفلسفية، جامعة طاهري محمد بشار، جامعة تلمسان، الجزائر، المجلد 9، العدد: 2021، 02
18. بن عروس محمد لمين ، الدور والمكانة الإجتماعية في المجتمع، مجلة العلوم القانونية والإجتماعية، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، المجلد السادس، العدد الرابع، ديسمبر 2021.
19. غربي محمد، قلاوز إبراهيم، النظرية البنائية الوظيفية: نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الإجتماعية، مجلة التمكين الإجتماعي، تصدر عن مخبر التمكين الإجتماعي والتنمية المستدامة في البيئة الصحراوية، جامعة الأغواط، المجلد الأول، العدد الثالث، سبتمبر 2019.
20. عبد الرحمان زكرياء سلطانة، الغالي بن لباد ، أثر مواقع التواصل الإجتماعي في المجتمع الحديث، مجلة الحكمة لدراسات الفلسفية، جامعة طاهري محمد بشار، جامعة تلمسان، الجزائر، المجلد 9، العدد: 2021، 02.

مواقع إلكترونية:

21. شركة دراسة لخدمات البحث العلمي والترجمة، مجتمع وعينة الدراسة في البحث العلمي فيديو، يوتيوب 20 سبتمبر 2021.

https://youtu.be/_m4pS1jE_Q8?si=CPvS3MbxphUbbvpF

22. محمد فرج رحيل توظيف النظرية في البحث الاجتماعي، 7 نوفمبر 2022

https://youtu.be/yR1hFyk-mnM?si=pm-jcve9SaaW_TTB

23. محمد فرج رحيل ، النظرية الوظيفية ، 7.3.2019 ، فيديو يوتيوب ، ساعة التصفح 12.50 . 01 افريل 2025 .

<https://youtu.be/GAGObjzPFbl?si=l7S-ikL1YDr2zldK>

قائمة الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي
ودوره في تشكيل توجهات الشباب الدينية (دراسة ميدانية
من وجهة نظر طلبة جامعة قاصدي مرباح ورقلة)

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

أما بعد أعزائي الطلبة نضع بين أيديكم إستمارة مبنية لنيل شهادة الماستر بحول الله والتي
تندرج ضمن المواضيع الدينية، نرجو منكم أن تجيبوا على هذه الإستمارة بمصداقية تامة فضلا منكم ،
وذلك لأن نتائج هذه الدراسة سوف تبنى على إجاباتكم كما أحيطكم علما أن معلوماتكم ستكون
محفوظة ومحاطة بالسرية التامة لغرض الدراسة فقط .

إشراف الأستاذة :

• د. شلفوم جميلة

إعداد الطالبة:

• بن يوسف مسعودة

السنة الجامعية: 2025/2024

ضع علامة (X) أمام الإجابة التي تختارها وتراها صحيحة بالنسبة لك .
البيانات الشخصية :

1. الجنس : ذكر أنثى
2. السن : [من 19 إلى 25 سنة] [من 26 إلى 30 سنة] [من 30 سنة فأكثر]

المحاور الأساسية :

• المحور الأول : عادات وأنماط استخدام الشباب لمواقع التواصل الإجتماعي:

3. منذ متى تمتلك حسابات على مواقع التواصل الإجتماعي ؟
أقل من سنة من سنة إلى سنتين أكثر من سنتين
4. كم من ساعة تتصفح مواقع التواصل الإجتماعي في اليوم ؟
من ساعة إلى ساعتين من ساعتين إلى أربع ساعات أكثر من أربع ساعات
5. ماهي الوسيلة التي تستخدمها لتصفحك لمواقع التواصل الإجتماعي ؟
هاتف نقال حاسوب الجهاز اللوحي جميعها
6. ماهي مواقع التواصل الإجتماعي التي تفضل الولوج لها بشكل دائم ؟
إنستغرام فيسبوك تويتر يوتوب كلها أخرى
7. ماهي الأماكن التي تتصفح فيها مواقع التواصل الإجتماعي :
المنزل الجامعة الأماكن العمومية النقل العمل أخرى
8. هل تتابع صفحات المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي بشكل ؟
يومي أسبوعي شهري

المحور الثاني : دوافع متابعة الشباب للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي

9. ماهي دوافع استخدامك لمواقع التواصل الإجتماعي ؟
الترفيه والتسلية إكتساب معارف جديدة معرفة الأخبار الدراسة
قضاء وقت ممتع مع الاصدقاء تنمية الوعي عبر الأنترنت أخرى
10. عند متابعتك للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي كيف تتفاعل معه ؟
من خلال التعليقات الإعجاب إعادة النشر الحفظ أخرى
11. ما المحتويات الدينية التي تتابعها في مواقع التواصل الإجتماعي :
فقه العبادة تفسير الآيات والأحاديث معرفة سيرة الرسول صلى الله عليه وسلم
فتاوي قصص دينية أخرى

12. ماهو نوع المحتوى الديني الذي تفضله عبر مواقع التواصل الإجتماعي وتتفاعل معه ؟

منشورات نصية مقاطع فيديو مقاطع صوتية مقاطع قصيرة الريلز أو القصص

13 . هل يجذبك المحتوى الديني لمتابعته عبر مواقع التواصل الإجتماعي ؟

دائما أحيانا أبدا

14. ما الدافع من إقبالك ومتابعتك للمحتوى الديني ؟

البحث عن الهوية تعزيز القيم الأخلاقية والمبادئ الروحية

محاولة فهم الدين أكثر عبادة ونيل رضا الله تتبع لسيرة رسول الله صلى الله عليه وسلم

أخرى

• المحور الثالث : دور إنتشار المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل توجهات الشباب الدينية .

15 . هل تثق بالمحتويات الدينية المقدمة في مواقع التواصل الإجتماعي ؟

نعم لا أحيانا

16. هل تتأثر بالمحتويات الدينية الموجودة في مواقع التواصل الإجتماعي ؟

دائما أحيانا أبدا

17. ماهي أوجه الإفادة من متابعتك للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ؟

زيادة الوعي الديني زيادة الفقه في العبادات تغيير السلوكات السلبية تبني قيم جديدة

تنمية الأخلاق أخرى

18. أ. هل ترى تغيير في توجهاتك الدينية بعد متابعتك للمحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي ؟

نعم لا

19 ب. إذا كانت إجابتك بنعم، هل ترى هذه التوجهات الناتجة عن متابعة المحتوى الديني تندرج تحت:

توجهات سلبية توجهات إيجابية

20. هل تؤثر متابعتك للمحتوى الديني في مواقع التواصل الإجتماعي على إختياراتك المصيرية في الحياة ؟

دائما أحيانا أبدا

21. هل تساعدك متابعة المحتوى الديني في النقاشات الدينية مع الآخرين ؟

دائما أحيانا أبدا

22. من تعتقد أنه المصدر الأكثر ثقة وتأثيرا في نشر المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الإجتماعي؟

الشيوخ وأهل العلم دعاة مؤثرين قنوات دينية متخصصة

أشخاص عاديون آخرون

23. هل تعتقد أن المحتوى الديني له دور في تعزيز القيم والمبادئ الأخلاقية عند الشباب ؟

دائماً أحيانا أبدا

24. ماهي أكثر المبادئ والقيم التي ساهم بها المحتوى الديني المنشور في مواقع التواصل الإجتماعي في

تعزيزها لديك ؟

التسامح الصدق الأمانة التعاون أخرى