

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية



كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإعلام والاتصال

أثر الدعاة بموقع الفيس بوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات

-دراسة إستطلاعية على عينة من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية-

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

السعيدة رفيقة

من إعداد الطالبتين:

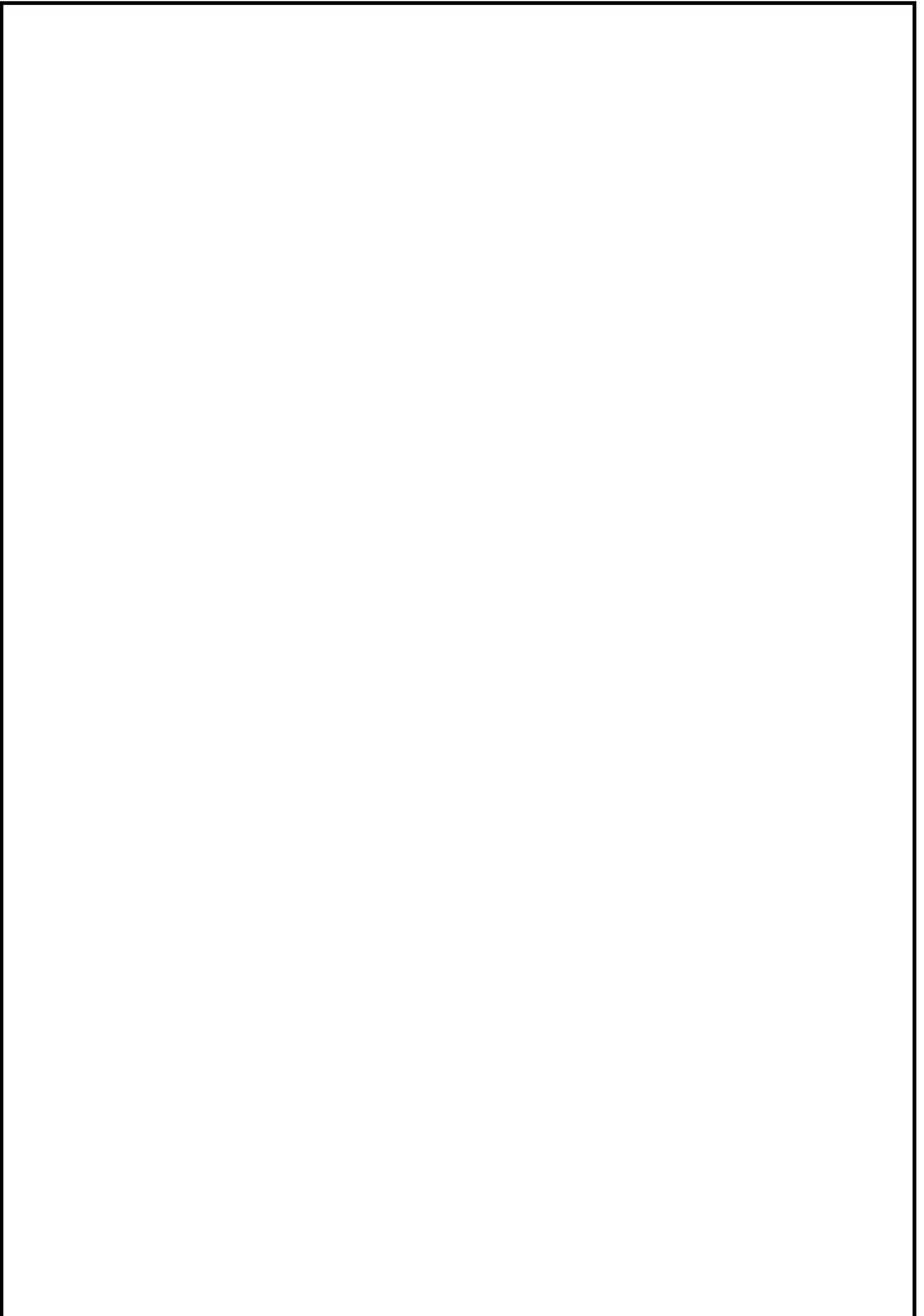
أولاد منصور جهاد

عرابة سمية

لجنة المناقشة:

| | | |
|--------------|--------------|--------------------------------|
| رئيسا | جامعة غرداية | الدكتورة فريجات نسيبة |
| مشرفا ومقررا | جامعة غرداية | الأستاذة السعيدة رفيقة |
| مناقشا | جامعة غرداية | الدكتور باباوا عمر عبد الرحمان |

السنة الجامعية: 2023-2024



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإعلام والاتصال

أثر الدعاة بموقع الفيس بوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات

-دراسة إستطلاعية على عينة من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية-

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

السعيدة ربيعة

من إعداد الطالبتين:

أولاد منصور جهاد

عرابة سمية

لجنة المناقشة:

| | | |
|--------------|--------------|--------------------------------|
| رئيسا | جامعة غرداية | الدكتورة فريجات نسبية |
| مشرفا ومقررا | جامعة غرداية | الأستاذة سعيدة ربيعة |
| مناقشا | جامعة غرداية | الدكتور باباوا عمر عبد الرحمان |

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

بعد مسيرة دراسية حملت في طياتها التعب والفرح، ها أنا اليوم أقف على عتبة

تخرجي

فالحمد لله على فرصة البدايات وبلوغ النهايات.

أهدي نجاحي إلى من أحمل اسمه بكل فخر، إلى من سعى طوال حياته لتكون
أفضل منه " أبي الغالي " حفظه الله. إلى التي ساندتني وألهمتني لمواصلة
مسيرتي، وسهلت لي الشدائد بدعائها إلى السراج الذي أنار لي الطريق " أمي
الغالية " حفظها الله.

إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى من كانوا لي سندا ودعما وغمروني بالحب أخواتي
"هاجر، خديجة. إلى الذين كانوا ينباع أرتوي منها والذين شددت عضدي بهم
إخوتي "بلخير عبد الهادي، ياسين. إلى الذي ساندني بكل حب وقت ضعفي
حفظهم الله.

إلى رفيقة عمري وصديقتي التي تشاركت معها لحظات الحزن والفرح

إلى التي رفعت معها قبعة التخرج والنجاح "سمية"

إلى كل من ساهم في نجاح هذا العمل وأضاف لمسة في مسيرتي

وفي الختام من قال أنا لها نالها فكنت لها رغما عنها فالحمد لله

الذي بنعمته تتم الصالحات.

أولاد منصور جهاد

إهداء

من قال "أنا لها نالها"، وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها ونلتها.

الحمد لله شكراً وإمتناناً، وإعترافاً بعظيم كرمه، الذي بفضلله اليوم أنظر إلى طال إنتظاره وقد أصبح اليوم واقعاً أفخر به، أهدي هذا العمل المتواضع وثمره جهدي إلى نفسي الطيِّمة، بعد أن سهرت وتعبت حتى نالت ما تريده.

إلى من أمرنا الله ببرهما، إلى أعز الناس على روحي، إلى من كان لي خيراً داعم طوال مشواري الدراسي، إلى ملجأى وملاندي بعد الله أبى وأمى حفظكما الله وأدامكما تاجاً على رأسى، إلى الأم التي لم تلدني صاحبة القلب الحنون، إلى جدتي الحبيبة حفظك الله.

إلى ضلعي الثابت وأمان روحي وقلبي، أخواتي (نوال، خضرة، ليلى، خديجة) وإلى أزواجهن، إلى سندي ومصدر قوتي أخي (أبو القاسم)، وإلى زوجته التي بمثابة أختي (الشيخة)، إلى أخي ورفيق دربي (محمد رمزي)، إلى أبناء أخواتي (محمد إسلام، عبد الرحيم طه، إبراهيم خليل، عبد الرزاق، مريم، إبتسام، فرح إخلص، عائشة، شيماء، غفران، زهرة نرجس)، إلى بنات أخي توأم قلبي (ريم ورنيم).

إلى صديقتي رفيقة الروح والجزء الجميل من عمري (جهاد) أسأل الله أن يديم صداقتنا.

وإلى كل من قدم لي يد العون من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل.

عراية سمية

شكر و عرفان شكر و عرفان

نشكر الله عزوجل الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا العمل

ووقفنا على إنجازهِ

نتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى الأستاذة المشرفة سعيدي رفيقة

التي أشرفت علينا وخاضت معنا غمار هذا البحث، ولم تبخل علينا بتوجيهاتها

ونصائحها القيّمة.

ولا يفوتنا أن نشكر كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال الذي كانوا نعم الإساتذة

في مشوارنا الجامعي.

كما نتوجه بجزيل الشكر لكل من ساعدنا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.

| قائمة المحتويات | | |
|------------------------|---------------------------|-------|
| الصفحة | المحتوى | الرقم |
| | الإهداء | |
| | الشكر | |
| | ملخص الدراسة | |
| | قائمة المحتويات | |
| .I | قائمة الجداول | |
| .II | قائمة الأشكال البيانية | |
| .III | قائمة الملاحق | |
| .IV | قائمة الإختصارات والرموز | |
| أ-ب | مقدمة | |
| الفصل الأول | | |
| الإطار المنهجي للدراسة | | |
| | تمهيد | |
| 2 | تحديد مشكلة الدراسة | 01 |
| 3 | التساؤلات الفرعية للدراسة | 02 |
| 4 | فرضيات الدراسة | 03 |
| 4 | أسباب إختيار الموضوع | 04 |
| 5 | أهداف الدراسة | 05 |
| 5 | أهمية الدراسة | 06 |
| 5 | مجتمع البحث وعينة الدراسة | 07 |
| 6 | منهج البحث وأدواته | 08 |
| 9 | تحديد مفاهيم الدراسة | 09 |

| | | |
|---|---|----|
| 12 | حدود الدراسة | 10 |
| 13 | الدراسات السابقة | 11 |
| 18 | المقاربات النظرية | 12 |
| | خلاصة الفصل الأول | |
| الفصل الثاني: الإطار التطبيقي عرض وتحليل ومناقشة نتائج الدراسة | | |
| | تمهيد | |
| 23 | عرض البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة | 01 |
| 26 | عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول | 02 |
| 31 | عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني | 03 |
| 44 | عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث | 04 |
| 50 | النتائج العامة للدراسة | 05 |
| 55 | الخاتمة | 06 |
| | قائمة المراجع | |
| | قائمة الملاحق | |

قائمة الجداول:

| الصفحة | عنوان الجدول | رقم الجدول |
|--------|--|------------|
| 23 | يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | 01 |
| 24 | يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي | 02 |
| 25 | يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية | 03 |
| 26 | يبين مدى إستخدام الطالبات لموقع الفيسبوك | 04 |
| 27 | يمثل الوسيلة المفضلة لتصفح موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى الطالبات | 05 |
| 28 | يمثل المدة التي تقضيها الطالبات في تصفح موقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن | 06 |
| 29 | يمثل مكان تصفح الطالبات لموقع الفيسبوك | 07 |
| 31 | يمثل غرض إستخدام موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى الطالبات | 08 |
| 32 | يمثل دوافع إستخدام الطالبات لموقع الفيسبوك | 09 |
| 33 | يمثل طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطالبات عبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك | 10 |
| 35 | يمثل نوع المواضيع التي تتابعها الطالبات في موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك | 11 |
| 36 | يبين مدى متابعة الطالبات للمواضيع الدينية عبر موقع الفيسبوك | 12 |

| | | |
|----|--|----|
| 37 | يبين المضامين الدينية التي تحرص الطالبات على إكتسابها | 13 |
| 38 | يوضح طبيعة المنشورات الدينية التي تفضلها الطالبات | 14 |
| 39 | يبين هل توجد في الفيسبوك كل الموضوعات الدينية التي تبحث عنها الطالبات | 15 |
| 40 | يبين متابعة الطالبات للحسابات الدينية على موقع الفيسبوك | 16 |
| 41 | يمثل حسابات الدعاة التي تتابعها الطالبات | 17 |
| 43 | يمثل توزيع أفراد العينة حسب مفهوم الطالبات للوعي الديني | 18 |
| 44 | يبين رفع حسابات الدعاة في الفيسبوك من الوعي الديني لدى الطالبات | 19 |
| 45 | يبين مجالات الوعي التي أثارها الدعاة بموقع الفيسبوك لدى الطالبات | 20 |
| 47 | يبين مساهمة الدعاة عبر الفيسبوك في إكتساب الطالبات لبعض السلوكيات | 21 |
| 47 | يبين السلوكيات المكتسبة من طرف الدعاة عبر موقع الفيسبوك | 22 |
| 49 | يبين درجة مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطالبات | 23 |

قائمة الأشكال:

| الصفحة | عنوان الشكل | رقم الشكل |
|--------|--|-----------|
| 23 | يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن | 01 |
| 24 | يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي | 02 |
| 25 | يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية | 03 |
| 26 | يوضح مدى إستخدام الطالبات لموقع الفيسبوك | 04 |
| 27 | يوضح الوسيلة المفضلة لتصفح موقع الفيسبوك لدى الطالبات | 05 |
| 28 | يوضح المدة التي تقضيها الطالبات في تصفح موقع الفيسبوك | 06 |
| 30 | يوضح مكان تصفح الطالبات لموقع الفيسبوك | 07 |
| 31 | يوضح غرض إستخدام الطالبات لموقع الفيسبوك | 08 |
| 34 | يوضح طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطالبات عبر موقع الفيسبوك | 10 |
| 35 | يوضح نوع المواضيع التي تتابعها الطالبات في موقع الفيسبوك | 11 |
| 36 | يوضح مدى متابعة الطالبات للمواضيع الدينية عبر مواقع الفيسبوك | 12 |
| 39 | يوضح طبيعة المنشورات الدينية التي تفضلها الطالبات | 14 |
| 39 | يوضح هل توجد في الفيسبوك كل الموضوعات الدينية التي تبحث عنها الطالبات | 15 |
| 42 | يمثل حسابات الدعاة التي تتابعها الطالبات | 17 |

| | | |
|----|--|----|
| 43 | يوضح توزيع افراد العينة حسب مفهوم الوعي الديني | 18 |
| 44 | يبين رفع حسابات الدعاة في الفيسبوك من الوعي الديني للطالبات | 19 |
| 46 | يبين مجالات الوعي التي اثراها الدعاة بموقع الفيسبوك لدى الطالبات | 20 |
| 47 | يبين مساهمة الدعاة عبر الفيسبوك في اكتساب الطالبات لبعض السلوكيات | 21 |
| 48 | يبين السلوكيات المكتسبة من طرف الدعاة عبر موقع الفيسبوك | 22 |
| 49 | يبين درجة مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطالبات | 23 |

ملخص الدراسة:

تهدف دراستنا الى معرفة أثر الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، وقد قمنا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو أثر الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك على تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية؟
ويتضمن الأسئلة الفرعية التالية:

- 1) ماهي عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لموقع الفيسبوك؟
- 2) ماهي دوافع استخدام موقع الفيسبوك؟
- 3) ماهي الاشباعات المحققة من خلال تلقي المنشورات الدينية لدعاة عبر الفيسبوك؟

وللإجابة عن التساؤلات، إتبعنا على الإجراءات المنهجية على عينة قصدية من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال قدرت بـ 103 مفردة، حيث توصلنا الى عدة نتائج منها:

- ✓ تحرص الطالبات على متابعة المضامين الدينية المتمثلة في القيم الدينية النبيلة وأغلبهن يفضلن تلقي المنشورات الدينية لدعاة عن طريق الفيديوهات.
- ✓ أغلب الطالبات يتابعن حسابات الدينية الخاصة بالدعاة على موقع الفيسبوك. فمن بين الدعاة الأكثر متابعة هو حساب الداعية محمود حسنة.
- ✓ ترفع الحسابات الدينية لدعاة في الفيسبوك من وعي الديني لدى الطالبات، بحيث أنهم ساهموا في إثراء العبادات لديهن.

الكلمات المفتاحية: الأثر، الفيسبوك، الوعي الديني، الطالبات.

Summary:

Our study aims to understand the impact of preachers on the social media platform Facebook in raising religious awareness among female university students. We posed the following main question:

What is the impact of preachers on Facebook on the development of religious awareness among female students in the Department of Media and Communication Sciences at Ghardaia University?

The study includes the following sub-questions:

- 1) What are the habits and patterns of Facebook use among female university students?
- 2) What are the motivations for using Facebook?
- 3) What gratifications are achieved through receiving religious posts from preachers on Facebook?

To answer these questions, we followed methodological procedures on a purposive sample of female students from the Department of Media and Communication Sciences, comprising 103 individuals. We arrived at several findings, including:

- ✓ The students are keen to follow religious content characterized by noble religious values, with most preferring to receive religious posts from preachers through videos.
- ✓ Most of the students follow religious accounts of preachers on Facebook. One of the most followed preachers is Mahmoud Hassanat.
- ✓ The religious accounts of preachers on Facebook enhance the religious awareness of the students, contributing to the enrichment of their worship practices.

Keywords: impact, Facebook, religious awareness, female students.

مقدمة

مقدمة:

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

يتفق الجميع على الايجابيات والخدمات التي تقدمها الوسائل التكنولوجية الرقمية في ميدان الاتصال والإعلام، ولكن تبقى هناك العديد من النقاط السلبية والخفية لهاته الوسائل المتطورة والتي احتضنتها الدول الغربية وبالخصوص الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها قوة عظمى في مجال التكنولوجيا والاتصالات، فقد كانت هذه الأخيرة أعلم بخصائصها وأسبق إلى استغلال إمكاناتها في نشر ما يشوه الدين الإسلامي على غرار الكفر، الإلحاد إشاعة الجريمة والفساد ونشر الأفكار الهدامة المعادية للإسلام والتشكيك في قيمه الدينية.

توفر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، الانستغرام والتويتر لمستخدميها فرصاً غير محدودة للتواصل والتعلم، مما يخلق بيئة فريدة من نوعها تتميز بالانفتاح والحرية في طرح ومشاركة ومناقشة مختلف المواضيع الراهنة، التي تساهم في توعية الأفراد وجذب انتباههم لهذه القضايا، من هنا ظهر موضوع الوعي الديني في المجتمع من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، وخاصة لدى الطلبات الجامعيات اللواتي يعدن من الشرائح المهمة في المجتمع ومن أكثر المستخدمين للتكنولوجيات التطبيقات الحديثة.

ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا لتكشف أثر الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، ولإنجاز هذه الدراسة اعتمدنا على عينة من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية، وقد قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى فصلين، فالفصل الأول هو الإطار المنهجي، أما الفصل الثاني فيتمثل في الإطار التطبيقي.

فالإطار المنهجي تم فيه اتباع التسلسل التالي: الإشكالية، التساؤلات الفرعية وفرضيات الدراسة، أسباب إختيار الموضوع، أهداف الدراسة وأهمية الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، منهج البحث وأدواته، تحديد مفاهيم الدراسة، حدود الدراسة، وأخيرا الدراسات السابقة والمقاربات النظرية.

أما عن الإطار التطبيقي فقد تضمن عرض البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة، وعرض وتحليل ومناقشة (المحور الأول، المحور الثاني، المحور الثالث)، ثم إستخلاص النتائج العامة ومناقشتها في ضوء الفرضيات، وأخيرا الخاتمة.

الإطار المنهجي

الفصل الأول: الإطار المنهجي

تمهيد

1. إشكالية الدراسة
2. التساؤلات الفرعية للدراسة
3. فرضيات الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهداف الدراسة
6. أهمية الدراسة
7. مجتمع البحث وعينة الدراسة
8. منهج البحث وأدواته
9. تحديد مفاهيم الدراسة
10. حدود الدراسة
11. الدراسات السابقة
12. المقاربات النظرية

خلاصة الفصل الأول

تمهيد:

يعد الإطار المنهجي العمود الفقري لأي بحث، وهو بمثابة نموذج يستعين به الباحث في كتابة بحثه العلمي بناءً على خطة علمية منظمة، يمكننا إعتبار الإطار المنهجي دليل الباحث لأنها تمكنه من إختيار المناهج والأدوات والأطر النظرية المناسبة للدراسة للوصول إلى النتائج المطلوبة، حيث سيتم في دراستنا التعرف على أثر الدعاة بموقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، سيتضح ذلك من خلال خطوات البحث العلمي المتمثلة في إشكالية وتساؤلات الدراسة وفرضياتها وأسباب إختيار الموضوع، ثم التعرف على أهداف الدراسة وأهمية الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينته لتبين العينة المستهدفة للدراسة، أما منهج الدراسة يساعد على ضبط الموضوع وصياغة الأسئلة بدقة مع تحديد أدوات جمع البيانات المناسبة للدراسة، وتحديد مفاهيم الدراسة من أجل توضيح الرؤى بشكل أدق، حدود الدراسة وهي (الحدود المكانية، الحدود الزمنية، الحدود البشرية)، أما المقترح النظري فيساعد في توجيه مسارات البحث وتحديد أطره المعرفية والمنهجية، ثم الدراسات السابقة وهي الدراسات التي تكون متصلة ومتشابهة مع الموضوع، وتشكل الدراسات السابقة أهمية كبيرة لأي باحث لتزويده بالمعلومات حول موضوعه.

أولاً: الإشكالية:

يعد موقع الفيسبوك من أكثر المنصات استخداماً وتأثيراً على المستخدمين إذ أصبح منبر للنقاشات في شتى مجالات الحياة المتعددة ولم يستثني أي ميدان، بل ولج جميع المجالات بما فيها الشأن الاجتماعي والسياسي وكذا الثقافي والاقتصادي وحتى أنه خاض كذلك في المسائل الدينية والفقهية كونه أصبح وسيلة ومصدر يساهم في نشر وتشكيل الرأي العام لدى الأفراد.

برز الدين كأحد الركائز الأساسية في تكوين شخصية الفرد وعلى أثر الإنتشار الكبير للبدع والانحرافات والتشويه المتعمد لتعاليم الدين الإسلامي، من خلال الفيديوهات والمنشورات العديدة من الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، اتخذ منهم وسيلة من أجل تنمية الوعي الديني وسط المستخدمين ونشر مبادئ الإسلام وتعزيز الحوار بين الأديان والحضارات وإظهار العقيدة الصحيحة والثقافة الإسلامية وكذا إبراز عظمة الشريعة وواقعيتها في معالجة كافة مشاكل الحياة والمجتمع على حد سواء، فضلاً عن موقف الإسلام من القضايا المطروحة على الساحة في مختلف المجالات الدينية والسياسية وغيرها ودعوة الشباب المسلم للتمسك بدينه.

يشمل موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك جميع المعارف الدينية مثل التفسير القرآني والفتاوى والمسائل الدينية والرسائل السماوية، ويدعم نشر الثقافة الدينية في المجتمعات المختلفة بين شرائحها المتنوعة، تعتبر الطالبات الجامعيات من بين الأكثر استخداماً لهذا الموقع، واللواتي يتعرضن لمختلف القيم والأيديولوجيات الغربية الدخيلة، ولذلك يتطلب الأمر ترسيخ الوازع الديني لديهن. فالوعي الديني لا يقتصر على مجرد مبادئ نظرية يسعى الإسلام لتأكيدھا في قلب المسلم وعقله، بل هو جزء من سلوك المسلم ومنهجه وواقع حياته ويشتمل أسس تتمثل في الإيمان والأخلاق وكل القيم التي يحترمها ويتبعها المسلم في حياته. وبالتالي فإن التربية على الوعي الديني من الأمور الهامة التي ينبغي الحث والقيام بها في المجتمع فهو يلعب دوراً بارزاً في التوجيهات الحياتية للأفراد المتعلقة بالدين.

هذا ما دفع الدعاة الى الولوج للمنصات ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك حيث أصبح لكل منهم حساب ينشر ويعالج فيه التعاليم والقضايا الدينية التي أصبحت

حديث المجتمع وغرس الثقافة الدينية في مختلف شرائح المجتمع خاصة الشباب الذين يتعرضون لمختلف القيم الإيديولوجيات الغربية الدخيلة جعل من الدعاة يتخذون من موقع الفيسبوك منابر الكترونية من أجل الدفاع على الدين الإسلامي وكذا تنمية الوازع والوعي الديني لدى الطلاب والشباب بإعتبارهم أكثر فئة يسهل التأثير عليهم لتصدي التحديات التي يواجهونها في العالم الحديث الدائم التغير.

وبما أن الأكثر استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي الطالبات الجامعيات بحيث يستخدمن أشهر المواقع المختلفة والتي من بينها تطبيق الفيسبوك، نظرا لما يتميز به من مزايا كسهولة استخدامه وإحداثه لتأثيرات مختلفة عليهم، في شتى المجالات، بما في ذلك الجانب الديني.

من هنا تأتي هذه الدراسة لتوضح أثر الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية ومن هنا نطرح الاشكال التالي:

ما هو أثر الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات ؟

ثانيا: التساؤلات الفرعية للدراسة:

- ما هي عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لموقع فيسبوك؟
- ما هي دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لموقع الفيسبوك؟
- ما هي الإشباعات المحققة من خلال متابعة صفحات الدعاة والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الطالبات الجامعيات؟

ثالثا: فرضيات الدراسة:

- يعتبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أكثر موقع استخداما لدى الطالبات الجامعيات.
- تستخدم الطالبات الجامعيات الفيسبوك لمتابعة صفحات الدعاة للحصول على المعلومات الدينية.
- تساهم متابعة الطالبات الجامعيات لصفحات الدعاة عبر الفيسبوك في إشباع رغباتهن واكتسابهن سلوكيات دينية.

رابعا: أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بالجانب الديني وبمواضيعه المختلفة.
- الرغبة في معرفة مدى تأثير الدعاة على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك على تنمية الوعي الديني.

أسباب موضوعية:

- قابلية الموضوع للبحث والدراسة العلمية.
- ندرة الدراسات التي تناولت موضوع الوعي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي في جامعتنا.
- إثراء المكتبة الجامعية بمواضيع حول هذا الموضوع.

خامسا: أهداف الدراسة:

أي باحث يسعى إلى تحقيق أهداف معينة من خلال موضوع بحثه العلمي، ومن هذا المنطلق فإن الأهداف التي نريد الوصول إليها من خلال دراستنا هي:

- الكشف عن دوافع استخدام الطالبات الجامعيات لموقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.
- إبراز أثر الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني.
- التعرف على المضامين الدينية التي يحرصن على متابعتها في موقع الفيسبوك.
- معرفة السلوكيات الجديدة الناتجة عن التعرض لصفحات الدعاة عبر موقع الفيسبوك والإشباع المحققة منها.

سادسا: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في أن موضوعنا جديد لتناوله إحدى أهم الوسائط الحديثة المتمثلة في موقع فيسبوك وانتشاره وكثرت استخدامه في أوساط الطالبات الجامعيات، كما تسهل دراستنا عملية البحث للباحثين في المجال الديني في المستقبل، ويمكن الاعتماد عليها كدراسة سابقة تحتوي على أحد متغيرات موضوع دراستنا، والتغيرات السلوكية التي أحدثتها المضامين الدينية على الطالبات الجامعيات بإعتبارهن فئة واعية يمكن أن تساهم في رفع الوعي الديني ونشر قيم وتعاليم الدين الإسلامي، وخاصة بظهور الأفكار الغربية الدخيلة.

سابعا: مجتمع الدراسة وعينته:

1) مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث حسب مادلين قرافيت "أنه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجرى عليها البحث،¹ ويمكن تعريفه على أنه "جميع المفردات التي تمثل ظاهرة موضوع البحث، وتتشرك في صفة أو صفات معينة من المطلوب جمع البيانات حولها".²

بحيث يتمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في الطالبات الجامعيات.

¹ د. خالد خيش، د. عبد الحافظ عريف، استخدام الاكسترنات وأثرها على العملية الاتصالية بين المؤسسات الخدماتية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2017/2016، ص 13

² محمد الخضر وعبد الحميد الخليل، مناهج البحث العلمي، من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020، ص 242

(2) عينة البحث:

تعرف العينة بأنها اختيار عدد محدد من المفردات أو الوحدات يكون ممثلاً في خصائصه وسماته لمجموع أفراد مجتمع البحث وهذا بما يتفق مع أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة، أما المجتمع الأكبر الذي يتضمن المفردات الذي يستهدفه الباحث اختيار بعض منها (وهذا ما يسمى بالعينة) لتحقيق نتائج الدراسة.¹

ويمكن تعريف العينة، المستخدمة في البحث العلمي، بأنها نموذجاً يشمل ويعكس جانبا أو جزءاً. من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك وحدات المجتمع المعني بالبحث.²

وفي دراستنا قد اعتمدنا على العينة القصدية، وهي العينة التي يختارها الباحث بشكل متعمد من المجتمع الأصلي للبحث، وقد تم اختيار 103 من أصل 128 مفردة من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال كعينة قصدية.

ثامناً: منهج البحث وأدواته:

(1) منهج الدراسة:

المنهج هو مجموعة منظمة من العمليات التي تسعى لبلوغ هدف ما³، كما يشير الى الطريق الذي يسير وفقه الباحث للوصول الى معرفة حقيقة الظواهر المدروسة، فمن الناحية اللغوية يعتبر مصطلح المنهج الطريق الواضح والبين والمستقيم، أما اصطلاحاً فيشير الى الطريق الذي يسلكه الباحث من أجل الوصول الى فهم صحيح وموضوعي للظواهر العلمية فهو

¹ خولة سلامي، نجمة بلقيس، صلاح الدين بن حمادي، أثر الإشهار التلفزيوني على متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، مذكرة

ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام وعلم المكتبات، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2016/2017، ص 16

² د. عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، اليازوري، ص 133

³ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية (تدريبات عملية)، ترجمة: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، الطبعة

الثانية 2006 ، ص 98

يمكن الباحث من التقيد بالموضوعية اثناء البحث والدقة في التفسير والمنطقية في القياس، وقد اعتبره مجموعة من علماء المنطق على انه "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من اجل الكشف عن الحقيقة او البرهنة عليها".¹

ويمكن تعريف المنهج العلمي على انه طريقة وأسلوب اختيار وانتقاء وتنظيم واستخدام أدوات وعمليات واجراءات البحث العلمي (سواء الفكرية او الاجرائية)، بما يمكن الباحث من جمع الحقائق وتحليلها والوصول إلى فهم وتفسير الظواهر والمشكلات التي يدرسها بأكثر دقة وموضوعية ممكنة، بحيث تختلف تلك الطرق والأساليب بحسب اختلاف طبيعة المشكلات والموضوعات المدروسة مما يشكل عدة مناهج علمية.²

تتدرج دراستنا المعنونة بـ "أثر الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات"، ضمن الدراسات الوصفية أما بالنسبة للمنهج فهو وصفي تحليلي، الذي يعرف بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة، وهو مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا لإستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج وتعميمات عن الظاهرة أو موضوع محل البحث.³

اعتمدنا على هذا المنهج لأنه الأنسب لدراستنا كونه ساعدنا على معرفة أثر الدعاة بموقع الفيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، والوصول إلى نتائج حقيقية وتحليلها بطريقة دقيقة.

¹ عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977، ص 04

² سامي راضي، منهج البحث العلمي، في مجال الاداري، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2012، ص 58

³ السعيد مداني، ياسين وذن، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين (الأنستغرام أنموذجاً)، مذكرة ماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة، 2022/2023، ص 19

(2) أدوات جمع البيانات:

تعد أداة جمع المعلومات من بين أهم مراحل التي يقوم بها الباحث في إعدادة لموضوع دراسته، فهي تساعد الباحث في معرفة آراء المبحوثين حول موضوع دراسته.

ويمكن تعريف الاستمارة على أنه أداة لفظية بسيطة ومباشرة تهدف الى التعرف على ملامح وخبرات المفحوصين واتجاهاتهم نحو موضوع معين ومن خلال توجيه أسئلة قريبة من التقنين في الترتيب و الصياغة وما شابه ذلك، أيضا هو أحد وسائل البحث العلمية المستعملة من طرف الباحث لجمع المعلومات من أشخاص في شكل استمارة تضم أسئلة، لاستنباط حقائق معينة تتعلق بإشكالية محددة، ترسل أو تسلم الى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع لدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة وإعادتها للباحث.¹ واعتمدنا على الملاحظة في تحليل الجداول والبيانات، يمكن تعريفها بأنها وسيلة للحصول على المعلومات واكتساب الخبرات وفهم الظواهر لعلمية بأسلوب دقيق.

اعتمدنا على أداة الاستمارة في دراستنا لأنها ملائمة لموضوعنا ولمجتمع بحثنا والتي يمكن من خلالها الإجابة عن أسئلة دراستنا، والتي تتضمن ثلاثة محاور رئيسية:

البيانات الشخصية:

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لموقع فيسبوك.

المحور الثاني: دوافع استخدام موقع الفيسبوك.

المحور الثالث: الإشباع المحققة من خلال متابعة صفحات الدعاة والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الطالبات.

¹ زياد بن علي بن محمود الجرجاوي ، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان ، مطبعة أبناء الجراح ،فلسطين ، 2010 ص 16

تاسعا: تحديد مفاهيم الدراسة:

الأثر Effect:

لغة: الأثر مفرد، والجمع الآثار ويطلق على معان متعددة منها: بقية الشيء وذكر الشيء ورسم الشيء الباقي.¹

اصطلاحا: يقصد بالأثر الإعلامي للرسالة الإعلامية، هو ما يحدث من متغيرات على المتلقي، وتعلمه شيئا من محتوى الرسالة، أو تنبيه اتجاهها جديدا أو تخليه عن اتجاهات كانت لديه سابقا، أو تعديل اتجاه معين.²

التعريف الإجرائي:

ونقصد به في دراستنا التغيير الذي تحدثه صفحات الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على سلوكيات الطالبات الجامعيات من الجانب الديني.

الدعاة Preachers:

وردت تعريفات متعددة للداعية منها:

هو من يدعو الناس إلى الخير والبر والصلاح، ويأمرهم بالمعروف وينهاهم عن المنكر ويأخذ بأيديهم إلى السعادة الأبدية، في دار الدنيا والآخرة، ويجنبهم أسباب الشقاء والتعاسة في الدارين، هو من يقوم بالدعوة إلى الإسلام وجذب الآخرين إلى الهدى والخير والرشاد.³

¹ نصيرة أولاد سعيد، أثر تطبيق تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء المؤسسات التربوية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام

والإتصال تخصص إتصال وعلاقات، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة غرداية، 2016/2017 ص 7

² سوريا تواتي وخديجة الكبرى بوعبدلي، أثر إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تحصيل العلمي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص إتصال

وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة غرداية، 2017/2015 ص 23

³ حذيفة عبود مهدي السامرائي، تعامل الداعية مع المستجدات الفقهية الشيخ القرضاوي أنموذجا، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، 1971، ص 29

وفي تعريف آخر، الداعية هو المبلغ للإسلام، والمعلم له، والساعي إلى تطبيقه، فهو القائم بالدعوة.¹

التعريف الإجرائي:

الداعية هو المعني في دعوة الناس إلى دينهم، من خلال إلقاء خطابات أو مواظ حول مواضيع دينية لإرشاد الناس إلى الخير وإبعادهم عن كل سوء وشر.

الفيسبوك Facebook:

هو عبارة عن موقع للتواصل الاجتماعي، أنشاه "مارك زوكربيرغ" في 28 أكتوبر 2003، يعد واحد من أوائل شبكات التواصل الاجتماعي، فهو يحتل المرتبة الثانية بين كل المواقع الموجودة على الأنترنت، حيث يعتبر مؤسسه أن موقع فيسبوك هو حركة إجتماعية وليست مجرد وسيلة لتواصل.²

وهو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الأنترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو، وإرسال الرسائل إلى العائلة والزلاء بهدف التواصل.³

ويعرف أيضا بأنه أكبر مواقع الاتصال الاجتماعية من ناحية السرعة والانتشار والتوسع وعلى انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي بين المستخدمين والمشاركين حيث يتبادلون فيه الملفات المرئية وكذلك يتبادلون فيه الحديث.⁴

¹ محمد أبو الفاتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط 1، 2001، ص153

² نسرين محمدي، دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، تخصص اتصال جماهيري ووسائط متعددة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021/2020 ص 15 / 16

³ حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، مصر، 2017، ص 24

⁴ مصطفى يوسف كافي، الإعلام التفاعلي - Interactive Media، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 115

التعريف الإجرائي:

الفيسبوك هو موقع الكتروني ووسيلة من وسائل التواصل الإجتماعي التي تمكن المستخدم من التواصل مع الأقارب والأصدقاء، ونشر الصور والفيديوهات، كما يمكنهم من متابعة الصفحات والتي من بينها صفحات الدعاة لتنمية وعيهم الديني.

الوعي الديني Religious awareness:

تعريف الوعي:

لغة: وعى يعي وعيا الشيء أي جمعه وحواه والحديث قبله وتدبره وحفظه، والعامّة تقول "وعى فلان" أي انتبه من نومه وغفلته.¹

اصطلاحا: الوعي هو حالة من الرشد واليقظة الذهنية والكياسة، تجمع بين وظائف كل من العقل والشعور الظاهر للقلب والوجدان في عملية تنظيمية مركبة تقتضي إدراك المعطيات الرموز وفهم مدلولاتها ودلالاتها وتجميع العناصر السابقة والراهنة والمستقبلية والربط فيما بينها، واستيعابها في محصلة كلية متكاملة، وتكوين آراء واتجاهات واضحة وثابتة تجاهها واستحضرها والتفاعل معها في إطار البيئة المادية والاجتماعية المحيطة.²

تعريف الدين: الدين هو مجموع النصوص المقدسة (القرآن والسنة) التي تحدد علاقة الإنسان مع الله وعلاقته مع البشر والمجتمع ككل، ومن ثم يشتمل دين الإسلام على الجوانب التالية: العقائد والعبادات والأخلاق والمعاملات.³

¹ د. الوليد رفاص، دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الأفراد، في مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (06)، العدد (02)، جامعة سطيف 02 الجزائر، 2022، ص 252

² مليكة زيد، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكنة في البيت، مذكرة ماستر، تخصص دعوة وإعلام وتصال، قسم العلوم الاسلامية، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي - 2015/2014، ص 19

³ فريد بونيفة، إشكالية التدين في الوطن العربي من منظور علم الاجتماع الاسلامي، في مجلة كلية الدراسات الانسانية، العدد 10، 2015، ص 12

تعريف الوعي الديني:

الوعي الديني هو معرفة وفهم تعاليم الشريعة الإسلامية في الجوانب العقائدية والعبادات والمعاملات والآداب والأخلاقيات، وانعكاس هذه المعرفة على سلوكيات الفرد ومعاملاته مع الناس في الحياة اليومية بصورة مستمرة، تكسيها شكل العادة ويجعلها يتحكم في السلوك، وهو معرفة الفرد بحقوقه وواجباته بما ينظم علاقته بربه وعلاقته بالمسلمين ويتضمن الوعي بوسيلة الإسلام ومرونته وعدالته وموازنته بين الدين والدنيا.¹

يعتبر جزء من السلوك الاجتماعي، ويتمثل في مجموعة من المعتقدات الإلهية والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ومستويات الوعي الفردي الجماعي.²

يعرفه "فرح حامد جابر" أنه "مجموعة من المعرف والقيم والمبادئ الدينية تشيع للفرد أن يواجه بعض المواقف والمشكلات الحياتية"، كما يراه كذلك عبارة عن الخبرات التي يكتسبها الفرد بشكل جيد في المجال الديني، ويشمل على الإحساس الديني للفرد وإدراكه الحقيقي لماهية الأشياء وتأثير ذلك على سلوكيات الفرد واستنتاجاته.³

التعريف الإجرائي:

الوعي الديني هو معرفة وإدراك القيم وتعاليم الدين الإسلامي التي يحرص المسلم على العمل بها في حياته.

¹ وداد كريكب، وسام بوليير، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، تخصص صحافة

مطبوعة والإلكترونية، جامعة محمد صديق بين يحي، جيجل، 2021/2020، ص 6

² نسرين محمدي، المرجع السابق، ص 18

³ وداد كريكب، وسام بوليير، المرجع السابق، ص 45

تعريف الطالبات الجامعيات:

تعريف الطالب الجامعي هو من يمتلك قدرات ومهارات ومعارف تحصل عليها في فترة تكوينية بالجامعة وتسد له أهم العمليات التي تتعلق بالنهوض بأتمته.¹

التعريف الإجرائي:

الطالب هو كل من له مستوى جامعي تحصل عليه بعد أطوار من التعليم السابق لمرحلة التعليم العالي بالجامعة، وهو كل طالب له الحق بمقعد بيداغوجي بجامعة ما.

10. حدود الدراسة:

- الحدود المكانية:

تم إنجاز هذه الدراسة بجامعة غرداية، بالتحديد كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية في قسم علوم الإعلام والاتصال.

- الحدود الزمنية:

أجريت هذه الدراسة بسنة 2024/2023، فقد تم بدء هذه الدراسة في شهر ديسمبر 2023 وتم الإنتهاء منها في شهر جوان 2024.

- الحدود البشرية:

يقصد بها المجتمع الذي أجريت عليه الدراسة، وهن طالبات من قسم علوم الإعلام والاتصال للمستويات التالية: (السنة الثانية ليسانس، السنة الثالثة ليسانس، السنة الأولى ماستر) خلال سنة 2024/2023.

¹ عماد علي، سفيان مدور، تقنية الجيل الثالث 3G الاستخدامات والاشباكات، مذكرة ماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2014/2015، ص 21

11. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

من إعداد الباحثين وداد كريكب، وسام بوليير، تحت عنوان مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، تدخل هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال، تخصص صحافة مطبوعة و إلكترونية، أعدت سنة 2021/2020 كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل.

طرحت الباحثين التساؤل الرئيسي التالي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين؟

ثانيا التساؤلات الفرعية

- ماهي عادات وأنماط استخدام طلبة اللغة الفرنسية بجيجل لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل يعتمد طلبة اللغة الفرنسية بجامعة جيجل على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على المعلومات الدينية؟
- كيف تسهم المواقع الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى طلبة قسم اللغة الفرنسية بجامعة جيجل؟

اعتمدت الباحثين في دراستهما على المنهج المسحي كونه من الدراسات الوصفية، وتم الإعتماد على أداتي الاستبيان و المقابلة لجمع البيانات . وكعينة فقد اختارتا العينة القصدية يرجع ذلك الى ضخامة مجتمع الدراسة المقدر ب 1100 طالب وطالبة.

توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها

- ✓ تفضيل الطلبة الجامعيين متابعة الصفحات الدينية ومتابعة المحاضرات والدروس القرآنية من أجل كسب معلومات دينية جديدة.

- ✓ تصحيح بعض المفاهيم الدينية لديهم.
- ✓ كما أكد الطلبة على أن مواقع التواصل الاجتماعي عوضت بإمتهان المؤسسات الدينية خلال فترة الحجر الصحي "جائحة كورونا".
- ✓ ساهمت في تعزيز وعيهم الديني و تنمية ثقافتهم الإسلامية.

التعليق على الدراسة السابقة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير التابع وهو الوعي الديني حيث ركزت الباحثين على معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي الذي تلعبه هذه الأخيرة في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين. في المقابل ركزت دراستنا على معرفة أثر الدعاة في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات.

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في المتغير المستقل إتمدت هذه الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة، أما دراستنا فقد ركزت على الدعاة بموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، كما تختلف عن دراستنا في جنس مجتمع البحث حيث قامت الباحثين دراسة كلا الجنسين، أما دراستنا ركزت على جنس واحد وهو الإناث.

أيضا إتمدت الباحثين على أداتي الإستبيان والمقابلة كأدوات لجمع المعلومات في المقابل إتمدت دراستنا على أداة الإستبيان.

أوجه الإستفادة من هذه الدراسة:

لقد أفادتنا هذه الدراسة في الإطار المنهجي حيث ساعدتنا في صياغة الإشكالية وصياغة الدراسات السابقة، أما بالنسبة للإطار التطبيقي فقد ساعدتنا في صياغة الإستبيان وتحديد نوع النظرية المناسبة.

الدراسة الثانية:

من إعداد الباحثين مداني السعيد، وذان ياسين، تحت عنوان دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين -الانستغرام أنموذجاً- دراسة ميدانية على طلبة قسم الإعلام والاتصال ، تدخل هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، أعدت سنة 2023/2022 كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

طرح الباحثين التساؤل الرئيسي كالتالي:

ما مدى مساهمة موقع الإنستغرام في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين بجامعة قاصدي مرباح ؟

التساؤلات الفرعية:

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

إعتمد الباحثين في دراستهما على المنهج الوصفي التحليلي كونه من الدراسات الوصفية كما اعتمدا على إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات، وكعينة فقد اختار الباحثين العينة القصدية والتي كانت تشمل 80 مفردة من طلبة علوم الاعلام والاتصال.

توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ تبين أن المضامين المطروحة في الانستغرام تساهم في تشكيل الوعي الديني لدى أفراد العينة وبدرجة عالية.
- ✓ ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من المصادر المؤثرة والفعالة في تشكيل الوعي الديني لدى الأفراد المستخدمين فباستطاعتها دفعهم إلى تبني قيم معينة أو تغييرها، أو تزويدهم بالمعلومات الدينية التي يحتاجونها.

✓ نظرا للمزايا التفاعلية لهذه المواقع فهي تحظى بشعبية لدى الطلبة الجامعيين والتي تعتبر جزء لا يتجزأ من المنظومة الاجتماعية من حيث تنميتها لمعارفهم ووعيهم اتجاه الدين.

التعقيب على الدراسة السابقة:

تتفق هذه الدراسة في المتغير التابع وهو الوعي الديني حيث ركز الباحثين على معرفة مدى مساهمة موقع الانستغرام في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، في المقابل ركزت دراستنا على معرفة أثر الدعاة بموقع الفيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات وتتفق أيضا من ناحية الأداة المستخدمة لجمع البيانات وهي الإستبيان.

وتختلف عن دراستنا في المتغير المستقل حيث اعتمدت هذه الدراسة على موقع الانستغرام، أما دراستنا فقد اعتمدنا فيها موقع الفيسبوك، تختلف أيضا في الجنس فقد قاما بدراسة كلا الجنسين أما دراستنا فقد اعتمدنا فيها على جنس الإناث.

أوجه الإستفادة من الدراسة السابقة

لقد أفادتنا الدراسة في الإطار التطبيقي في صياغة الاستبيان.

الدراسة الثالثة:

من إعداد الطالبة محمدي نسرین تحت عنوان دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية ورقلة، تدخل هذه الدراسة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الإتصال، تخصص اتصال جماهيري ووسائل متعددة، أعدت سنة 2021/2020 كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

طرحت الطالبة التساؤل الرئيسي التالي:

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

ثانيا التساؤلات الفرعي:

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

اعتمدت الطالبة في دراستها على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي كونه من الدراسات الوصفية، وتم الإعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات. وكعينة فقد اعتمدت على العينة العشوائية من مجموعة من شباب ولاية ورقلة المستخدمين لموقع الفيسبوك، التي قدرت ب 70 مفردة (ذكر وأنثى).

توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

- ✓ الشباب الجزائري يستخدم موقع الفيسبوك بنسبة كبيرة منذ أكثر من ثلاثة سنوات بشكل يومي بما يعادل 4 ساعات يوميا.
- ✓ أغلب الشباب الجزائري يتابعون الصفحات الدينية على موقع الفيسبوك.
- ✓ أغلب الشباب يتفاعل ويشارك المنشورات الدينية التي يتلقاها عبر موقع الفيسبوك مع أصدقائه ومجموعاته.
- ✓ المنشورات الدينية عبر موقع الفيسبوك تمنح المتلقين من الشباب معارف دينية جديدة.

التعقيب على الدراسة السابقة:

تتفق هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في المتغير التابع وهو الوعي الديني حيث ركزت الطالبة على معرفة دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري. في المقابل ركزت دراستنا على معرفة أثر الدعاة في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، كما أن الدراستين تتفقان في أداة جمع المعلومات وهي الاستبيان.

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في عينة الدراسة، إتمدت هذه الدراسة على عينة من شباب ولاية ورقلة، أما دراستنا على عينة من طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال، كما تختلف عن دراستنا في جنس مجتمع البحث حيث قامت الطالبة بدراسة كلا الجنسين، أما دراستنا ركزت على جنس واحد وهو الإناث.

أوجه الإستفادة من هذه الدراسة:

لقد أفادتنا هذه الدراسة في صياغة المقدمة وشرح المفاهيم وأيضاً في الحصول على مراجع حول دراستنا.

12. المقاربات النظرية:

تعريف النظرية:

هي مجموعة من المفاهيم والتعريفات والافتراضات التي تمنحنا نظرة منظمة لظاهرة ما، ويتم ذلك عن طريق تحديد العلاقات المختلفة بين متغيرات تلك الظاهرة، وذلك من أجل تفسير الظاهرة والتنبؤ بها مستقبلاً.¹

وتعرف على أنها طائفة من الآراء التي تحاول تفسير الوقائع العلمية أو الظنية أو البحث في المشكلات القائمة بين السبب والمسبب، ويقصد بها في الدراسات الإنسانية تلك الفروض أو التصورات التي توضح الظواهر الاجتماعية والإعلامية.²

ويمكن تعريفها على بأنها عبارة عن محاولة النظر إلى العلاقة الموجودة بين وسائل الإعلام والجمهور بشكل مختلف، بحيث ترى أن الجمهور يستخدم الموارد الإعلامية بدافع إشباع رغبات معينة، وأن وسائل الإعلام ليست هي التي تحدد للجمهور نوع الرسائل الإعلامية

¹ عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن العشرين، دار البازوري العلمية، ط1 2016، ص8

² نسرين محمدي، المرجع السابق، ص 33

التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام.¹

نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع:

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام والاتصال لجمهورها في بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال، ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينيات في أعمال "لازارسفيد" و"ستاتون" و"بيرلسون"، وفي الخمسينيات في أعمال "ريليز" و"فريديسون" و"مالك كوبي" وفي الستينيات في أعمال "شرام" و"لايل"، "أوباركر".

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

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباع:

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع الى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية:

- محاولة اكتشاف كيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، وذلك لاعتبار النظرية أن الجمهور عنصر نشط وفعال، وبالتالي فإن الجمهور هو الذي يختار ويستخدم الوسيلة هي التي تستخدم الجمهور.
- تسعى أيضا إلى الكشف عن أسباب ودوافع تعرض الأفراد لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، وماذا ينجم نتيجة هذا التعرض.

¹ محمد بن عبد الرحمان الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية ط2، 1998، ص 26

² منال لمزاهرة، نظريات الاتصال، الأردن دار المسيرة، 2012، ص 172

- تهدف نظرية الاستخدامات والاشباعات إلى تأكيد وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.¹

فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

- جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.
- يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحقيق العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى أنها تشبع حاجاته.
- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات.
- الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.
- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.
- الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور.
- يختار الأفراد من مضمون وسائل الإعلام ما يتناسب مع احتياجاتهم سواء كان بالمعلومات الأساسية أو التسلية أو التعلم.²

الانتقادات الموجهة لنظرية:

- (1) يرى بعض الباحثين بأن نظرية الاستخدامات والاشباعات لا تزيد عن كونها إستراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد أثناء تعامله مع الاستقصاءات، فهي تعتمد بإفراط على دفاثر ذاتية للحالات النفسية للمستخدمين.
- (2) يتبنى مدخل الاستخدامات و الإشباعات مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل دافع الإشباع حيث لا توجد تعريفات محددة لهذه المفاهيم وهو ما يؤدي إلى اختلاف النتائج التي يتحصل عليها الباحث أثناء تطبيقه لهذه النظرية.

¹ ماجد فاضل الزبون، الإعلام وثقافة التفكير، دار العربي، القاهرة، ط1، 2013، ص 130

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1997، ص 28.

(3) هناك العديد من المتغيرات يجب أخذها بعين الاعتبار مثل الإطار الاقتصادي والاجتماعي للفرد وحالته التعليمية وغير ذلك من العوامل الديموغرافية التي يختلف على أساسها اختيار الأفراد للوسيلة الإعلامية، إلى جانب دوافعه وحاجاته.

(4) إن الحرص على تلبية حاجات أفراد الجمهور في مجالات التسلية والترفيه والهروب يؤدي إلى إنتاج مستويات هابطة من المضمون مما يؤثر سلبا على إطار الثقافي.

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

(6) من أوجه القصور في نظرية الإستخدامات والإشباعات أيضا عدم وجود الأبحاث المقارنة الكافية عبر المجتمعات المختلفة لمقارنة دور العوامل المحيطة بالفرد في المجتمعات المختلفة على وجود احتياجات معينة، يسعى لاستخدام وسائل الاتصال من أجل إشباعها.¹

إسقاط النظرية:

إن كل ما يحدث لنا في حياتنا اليومية، من خلال تعرضنا وإستخدامنا لوسائل الإعلام القائم على نظرية الإستخدامات والإشباعات، فالأفراد هم من يختارون الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباتهم، كما تقوم على معرفة دوافع إستخدام الفرد لوسائل الإعلام، وفي موضوع دراستنا اليوم "أثر الدعاة بموقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات بجامعة غرداية"، والتي تسعى إلى معرفة دوافع إستخدام موقع الفيسبوك والإشباعات المحققة منه، كذلك معرفة أثر الدعاة في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات، فالطالبات الجامعيات يستخدمن موقع الفيسبوك كوسيلة إعلامية ومصدر للحصول على المعلومات الدينية، ورفع

¹ عماد علي، سفيان مدور، المرجع السابق، ص 61 / 62

الوعي الديني لديهن وإكتساب سلوكيات جديدة عن طريق المضامين الدينية التي يطرحها الدعاة على الفيسبوك.

خلاصة الفصل الأول:

يعد الإطار المنهجي من العناصر المهمة وهو العمود الفقري لأي دراسة، كونه يساعد الباحث على إنجاز بحث أكاديمي منظم كما أنه يساعد الباحث في تحديد هدفه من الدراسة وإعدادها وتمكنه من الوصول الى حقائق علمية صحيحة، وفق خطة ومنهجية تضمن له الوصول الى نتائج يستفيد منها الباحثون في الدراسات المستقبلية.

الإطار التطبيقي

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

تمهيد

- 1) عرض البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة
- 2) عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الأول
- 3) عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني
- 4) عرض وتحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث
- 5) مناقشة النتائج العامة
- 6) مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات

الخاتمة

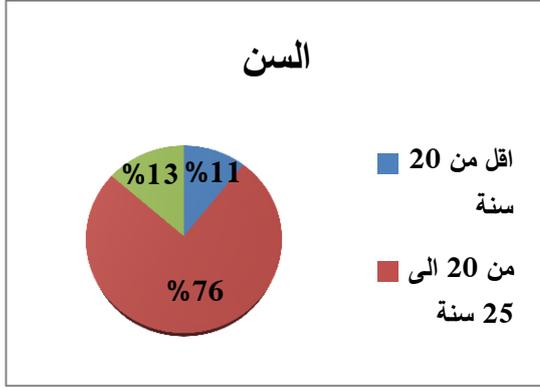
تمهيد:

يعد الجانب التطبيقي في كل دراسة أساسيا للبحث العلمي، بحيث أنه يسعى للإجابة عن التساؤلات المطروحة وكذا التحقق من صحة فرضيات البحث، ومن هذا المنطلق اعتمدنا في دارستنا المعنونة بموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أثر الدعاة في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات، ثم قمنا بتوزيع 128 إستمارة ورقية على عينة من طالبات قسم علوم الإعلام والاتصال، وقد تم إسترجاع 103 إستمارة وألغيت 25 إستمارة لعدم إسترجاعها من عند الطالبات، وعلى هذا الأساس قمنا بتقريغ نتائجها وتفسيرها وتحليلها في جداول وأشكال بيانية وكذا ترجمتها إلى نسب مئوية.

عرض وتحليل بيانات الدراسة كميًا وكيفيًا ومناقشتها:

عرض البيانات الشخصية البيانات الشخصية:

الجدول والشكل رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:



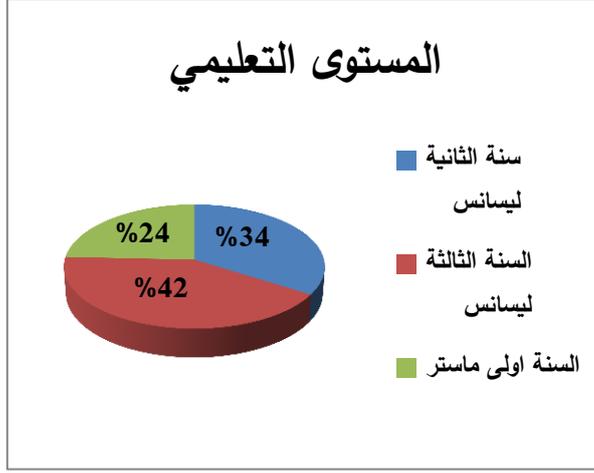
المصدر: إعداد الطالب

| المتغير | التكرار | النسبة المئوية % |
|------------------|---------|------------------|
| اقل من 20 سنة | 11 | 10,7 |
| من 20 الى 25 سنة | 78 | 75,7 |
| ازيد من 25 سنة | 14 | 13,6 |
| المجموع | 103 | 100,0 |

يوضح الجدول أعلاه أن أغلب مفردات الدراسة من الفئة العمرية التي تتراوح من 20 إلى 25 سنة، حيث بلغ عددها 78 مفردة من أصل 103 مفردة أي ما يقارب 75,5%، بينما تمثلت 13,6% ضمن الفئة العمرية أزيد من 25 سنة، في حين الفئة العمرية أقل من 20 سنة عدد من المستجوبين والتي لم تتعد 11 مفردات من أصل 103 مفردة بنسبة قاربت 10,7%.

يمكن تفسير سبب ظهور أغلبية أفراد العينة البحثية ضمن الفئة المتراوحة بين 20 إلى 25 سنة كونها المرحلة العمرية التي يلتحق بها الطلبة بالجامعة وتعد هذه الفئة الغالبة في تعداد طلبة كلية العلوم الانسانية، باعتبار أن طلبة طور الليسانس وكذا مستوى الماستر في كلية تتراوح أعمارهم ما بين 20 إلى 25 سنة، إضافة إلى أنهم أكثر الفئات مواكبة للتطورات التكنولوجية الحديثة.

الجدول والشكل رقم (02): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي:

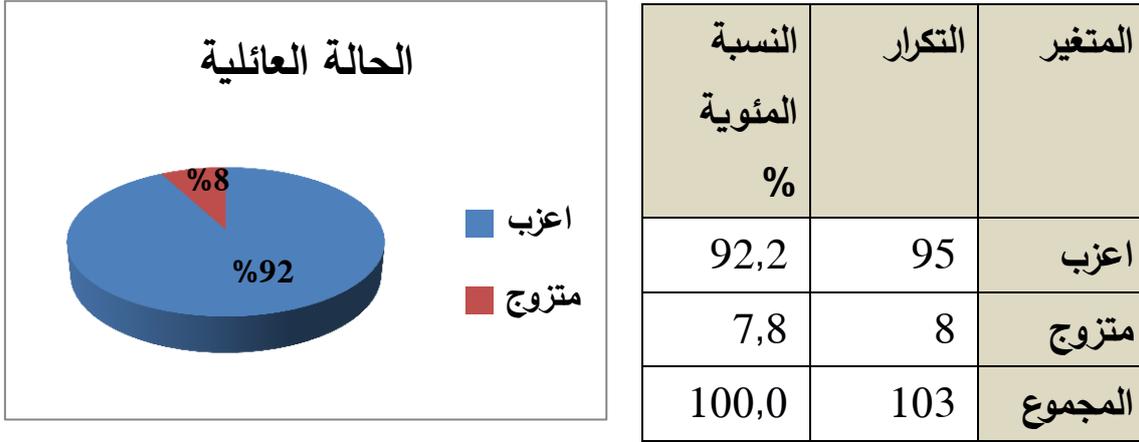


المصدر: إعداد الطالب

| المتغير | التكرار | النسبة المئوية |
|----------------------|---------|----------------|
| سنة الثانية ليسانس | 35 | 34,0 |
| السنة الثالثة ليسانس | 43 | 41,7 |
| السنة اولى ماستر | 25 | 24,3 |
| المجموع | 103 | 100,0 |

توضح الأرقام والنسب الواردة في الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي، حيث تلاحظ أن مستوى سنة الثالثة ليسانس هو المستوى الغالب لدى المستجوبين بنسبة 41,7% أي ما يعادل 43 طالب من أصل 103 مفردة، بينما بلغ عدد طلبة سنة أولى ماستر 25 مفردة والتي تمثل نسبة 24,3%، في حين سجلت 35 مفردة في مستوى السنة الثانية ما يقابله 34%.

الجدول والشكل رقم (03): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية



المصدر: إعداد الطالب

يكشف لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية، حيث يوضح لنا أن أغلب أفراد العينة من الفئة العازية، حيث قدرت نسبتهم بـ 92,2% ما يمثل 95 مفردة من أصل 103، تلتها 08 مفردات من الفئة المتزوجة أي بنسبة 7,8%.

يعود سبب ظهور أغلب طلبة كلية العلوم الانسانية ضمن الفئة العازية نظرا لصغر سنهم المتراوح بين 20 و 25 سنة حسبما كشفته نتائج الجدول الثاني الذي يمثل متغير السن، إضافة إلى صعوبة الارتباط والزواج بالنسبة لهذه الفئة باعتبار معظمهم يعاني من البطالة ونقص مناصب الشغل، أما بخصوص فئة الطلبة للمتزوجين هي فئة قليلة مقارنة مع الفئة الأولى فقدرت بـ 08 مفردات فقط، أغلبهم من الطلبة الكبار سنا والذين يزاولون الدراسة ويعملون في الآن ذاته.

الجدول والشكل رقم (04): يبين مدى استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك



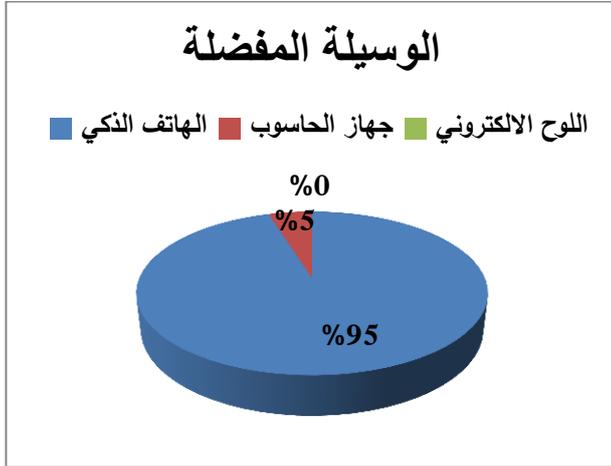
| المتغير | النسبة المئوية % | التكرار |
|------------------|------------------|---------|
| لا استخدم الموقع | 0 | 0 |
| نادرا | 3,9 | 4 |
| أحيانا | 52,4 | 54 |
| دائما | 43,7 | 45 |
| المجموع | 100,0 | 103 |

المصدر: إعداد الطالب

يوضح الجدول أن أغلب مفردات العينة يستخدمون موقع الفيسبوك أحيانا بنسبة 52,4%، فيما كشفت 45 مفردة بأنها تستعمله دائما 43,7%، بينما سجلنا الندرة لدى 04 مفردات بنسبة 3,9% في استخدام الموقع.

تبين النتائج الموضحة أعلاه أن غالبية المبحوثين يستخدمون أحيانا موقع الفيسبوك يعود السبب إلى أنهم يستخدمون الموقع وقت فراغهم و نظرا لارتباطاتهم الدراسية فأنهم يستخدمونه أحيانا فقط.

الجدول والشكل رقم (05): يوضحان الوسيلة المفضلة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعية لدى الطلبة:



| المتغير | الهاتف الذكي | | جهاز الحاسوب | | اللوحة الالكترونية | |
|------------------|--------------|-----|--------------|------|--------------------|-----|
| | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا |
| التكرار | 100 | 3 | 5 | 98 | 0 | 103 |
| النسبة المئوية % | 97,1 | 2,9 | 4,9 | 95,1 | 0 | 100 |

المصدر: إعداد الطالب

يبين لنا الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسيلة المستخدمة لدى الطلبة حيث أن أغلبهم يستخدم الهاتف الذكي بنسبة 97,1% أي ما يقابل 100 مفردة من أصل 103، يليها جهاز الحاسوب بنسبة 4,9% أي ما يقابل 5 مفردات من أصل 103، في حين نلاحظ عدم استخدام اللوح الالكتروني التي لم نسجل أي مفردة من 103 تستعمله.

تكشف البيانات الإحصائية أن أغلب أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل باستخدام الهاتف الذكي وهذا رجعا إلى سهولة حمله واستخدامه وحفظه، فبإمكان أي شخص استعماله والتنقل به من مكان لآخر دون بدل أي جهد، كما يمكن استخدامه في الدراسة والبحث إضافة إلى توفيره بأسعار معقولة على عكس جهاز الحاسوب الذي يصعب حمله والتنقل به لكبر حجمه وشرط توفيره على شبكة الانترنت وارتفاع أسعاره، إضافة إلى أنه لا يمكن استخدامه إلا في المنزل أو مكان العمل.

الجدول رقم (06): يمثل المدة التي تقضيها الطالبات في تصفح موقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن:

| ماهي المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك*السن | | | | | |
|---|------------------|--|------------------|-------------|---------|
| | | ماهي المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك | | | المجموع |
| | | ازيد من 5 ساعات | من 1 الى 5 ساعات | اقل من ساعة | |
| السن | اقل من 20 سنة | 1 | 6 | 4 | 11 |
| | من 20 الى 25 سنة | 8 | 41 | 29 | 78 |
| | ازيد من 25 سنة | 1 | 7 | 6 | 14 |
| المجموع | | 10 | 54 | 39 | 103 |

المصدر: إعداد الطالب

الشكل رقم (06): يوضح المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك



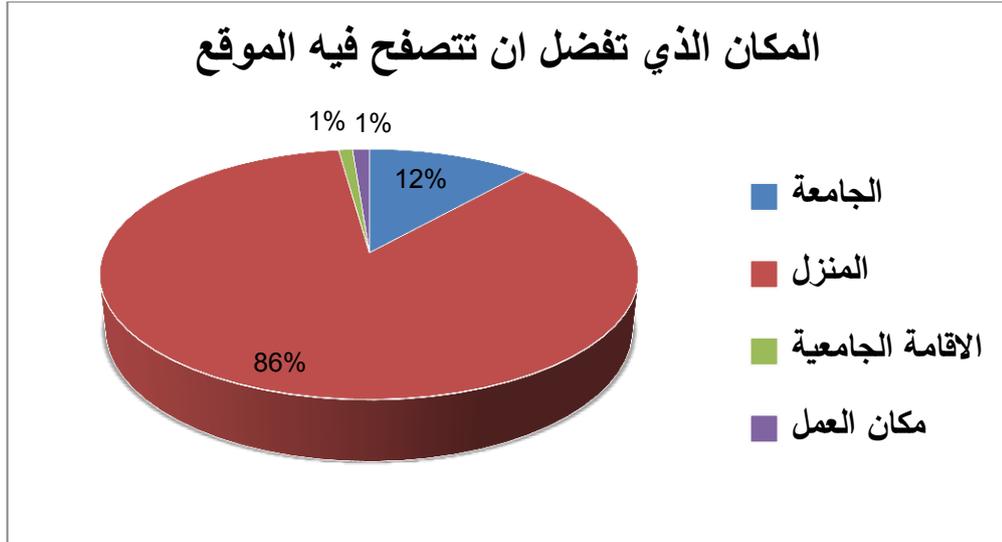
تكشف لنا المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة بين 1 و 5 ساعات في اليوم حيث أكد ذلك 54 مفردة من أصل 103 مستجوب، ما يعادل 52,4%، خاصة لدى الفئة العمرية المتراوحة من 20 إلى 25 سنة والتي ظهرت بنسبة 74,35%، بينما أقرت 39 مفردة استخدامها لهذا الموقع اقل من ساعة بنسبة بلغت 37,8%، خاصة لدى الفئة العمرية من 20 إلى 25 سنة والتي عبرت بـ 75,92%، في حين عبرت 10 مفردات من أصل 103 مستجوب أنها تستعمل مواقع التواصل اكثر من 5 ساعات بنسبة لم تتجاوز 9,7% اغلبهم من الفئة العمرية من 20 الى 25 سنة بنسبة 80%.

يمكن تفسير ذلك لسبب ان نسبة التصفح على موقع فيسبوك لفترة تتراوح بين 1 و 5 ساعات في اليوم الى انه معدل ساعات الراحة عند الطالب الجامعي الذي يقضي جل وقته بين الدراسة و تحضير مع القيام ببعض الواجبات.

الجدول والشكل رقم (07): يوضح مكان تصفح الطالبات لموقع الفيسبوك:

| المكان الذي تفضل ان تتصفح فيه الموقع | | | | | | | | |
|--------------------------------------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|
| | الجامعة | | المنزل | | الإقامة الجامعية | | في مكان العمل | |
| | النسبة المئوية % | التكرار |
| نعم | 11,7 | 12 | 87,4 | 90 | 1,0 | 1 | 1,9 | 2 |
| لا | 88,3 | 91 | 12,6 | 13 | 17,5 | 18 | 98,1 | 101 |
| المجموع | 100 | 103 | 100 | 103 | 81,6 | 84 | 100 | 103 |

المصدر: إعداد الطالب



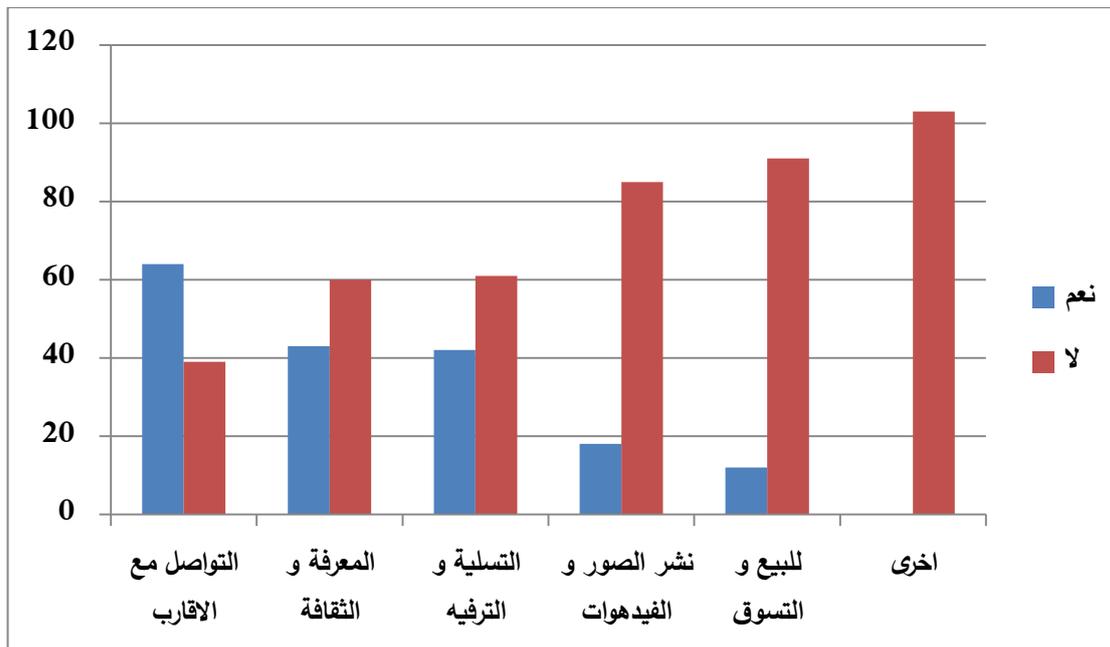
يبين الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثات تتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي في المنزل وذلك بنسبة 87,4 أي ما يعادل 90 مفردة من أصل 103 من عينة البحث، في حين 11,7% من الطالبات الجامعيات تتصفحن مواقع التواصل الاجتماعي في الجامعة أي ما يعادل 12 مفردات، بينما سجلنا مفردة واحدة من أصل 103 يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي في الإقامة الجامعية بنسبة 1%، ومفردتين من بين 103 ما يعادل 1,9% يقمن بالتصفح في مكان العمل.

يعود سبب ارتفاع استخدام الطالبات لموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) في المنزل كونهن يكن أكثر أريحية من باقي الأماكن وهذا راجع إلى كثرة الاشتراكات في خدمة الانترنت في المنازل، إضافة إلى أن معظم أفراد العينة يتصفحون المواقع في فترة الراحة وبالتالي يكون تواجدهم في المنزل، في حين سجلنا نسب متقاربة لدى الطالبات المستخدمات داخل الجامعة وذلك لضعف شبكة الانترنت في الجامعة، مما يصعب عليهن الدخول إلى تلك المواقع، أما الإقامة الجامعية فربما يعود إلى نقص التغطية أو ضعف الشبكة مع عدم توفر شبكة الـWiFi التي تعد أقل سعرا مقارنة بخدمات الجيل 3 و 4، أما فيما يخص مكان العمل نلاحظ أن هناك نقص في الفئة العاملة بين الطالبات وثانياً للإلتزامات العملية في أماكن العمل.

الجدول والشكل رقم (08): يوضح غرض استخدام الموقع بنسبة للحالة العائلية

| علاقة الحالة العائلية مع استخدام موقع الفيسبوك | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------|------------------------------------|----|----------------------|----|---------------------|----|--------------------------|----|-------------------|----|------|-----|
| | | التواصل مع الاقارب والاصدقاء | | المعرفة و الثقافة | | التسلية والترفيه | | نشر الصور و الفيديوها | | البيع و التسوق | | اخرى | |
| | | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا | نعم | لا |
| الحالة | اعزب | 61 | 63 | 14 | 54 | 39 | 56 | 17 | 78 | 11 | 84 | 0 | 95 |
| العائلية | متزوج | 3 | 3 | 2 | 6 | 3 | 5 | 1 | 7 | 1 | 7 | 0 | 8 |
| المجموع | | 64 | 39 | 34 | 60 | 42 | 61 | 18 | 85 | 12 | 91 | 0 | 103 |

المصدر: إعداد الطالب



يكشف الجدول اعلاه أن اغلب افراد العينة تستخدمن الفيسبوك للتواصل مع الاقارب والاصدقاء لنلاحظ ان 64 فرد اجاب بنعم، 61 منهم من العازبات و 3 منهم متزوجات، فيما تليها المعرفة والثقافة التي تحل ثانيا بمجموع 43 فرد 41 منهم عزاب فيما يمثل المتزوجات بفردين فقط، اما فيما يخص التسلية و الترفيه فقد تمثلت

ب 42 فرد 39 منهم عازبا و 3 متزوجات، اما عن نشر الصور و الفيديوهات نلاحظ ان العينة التي اجابت بنعم لاستعمال الموقع لهاذا الغرض ب 18 فردا 17 ففرد اعزب و واحد فقط من المتزوجات اما عن البيع و التسوق نلاحظ شح كبير في استخدام هذا الغرض من طرف افراد العينة حيث تمثلت ب 11 فرد اعزب و متزوج بمجموع 12 فرد، اما عن الاشياء الاخرى فنلاحظ ان العينة اجابت ب لا في مجملها.

نفسر ذلك بأن الغرض الاساسي لإستعمال هذا الموقع هو التواصل والثقافة و التسلية اما في ما يخص الاغراض الاخرى فلكل مواقع اخرى منافسة لذلك نلاحظ اقبال ضعيف لذلك على موقع الفيسبوك.

الجدول رقم (09): يوضح دوافع استخدام موقع الفيسبوك

| دوافع استخدامك لموقع الفيسبوك | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------------------|---------|------------------------|---------|------------------------|---------|------------------------|---------|------------------------|---------|--|
| | من باب الفضول | | لتحرر من القيود | | اصبح ادمانا | | لملئ وقت الفراغ | | اخرى | | |
| | النسبة المئوية % | التكرار | |
| نعم | 32 | 33 | 6,8 | 7 | 10,7 | 11 | 64,1 | 66 | 0 | 0 | |
| لا | 68 | 70 | 93,2 | 96 | 89,3 | 92 | 35,9 | 37 | 103 | 100 | |
| المجموع | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 103 | 100 | |

المصدر: إعداد الطالب

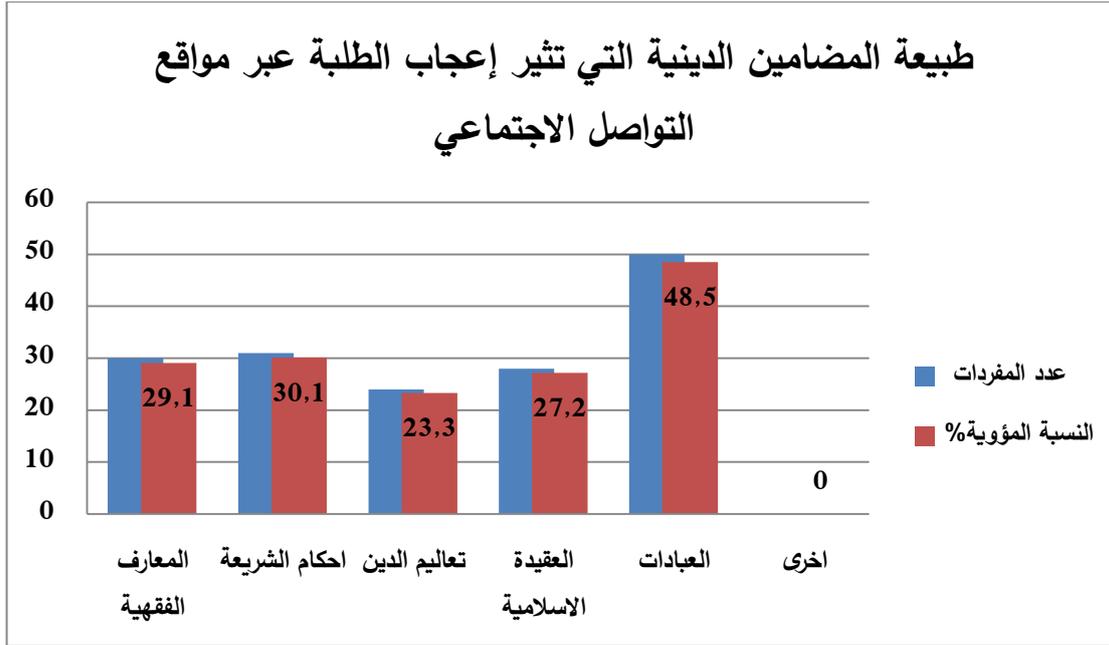
نلاحظ ان افراد العينة يستخدمون موقع الفيسبوك لدوافع مختلفة احتل ملئ وقت الفراغ المرتبة الاولى ب 66 فرد من اصل 103 بنسبة 64,1%، ويأتي الفضول ثانيا ب 33 فرد من اصل 103 وبنسبة 32% ، اما عن الذين ادمنا الموقع ف 11 فردا من اصل 103 اصبحوا مدمنين عليه و بنسبة 10,7%، اما

عن دافع التحرر من القيود الاجتماعية فكانت كالاتي 7 افراد من اصل 103 و بنسبة 6,8%، ولم يكن هناك أي فرد يستخدمه لدوافع اخرى حسب رأيهم.

نفسر ذلك بأن في وقتنا هذا الذي تحكمه التكنولوجيا فإن الملاحظ أن الاكثر استخداما هي مواقع التواصل الاجتماعي، ونلاحظ ان عينة من الطالبات يحبون ملئ الفراغ عبر مواقع التواصل الاجتماعي، و من باب الادمان نلاحظ ان فئة قليلة هي من ادمنت استخدام هذا الموقع، اما عن التحرر من القيود الاجتماعية فهي فئة قليلة من تستخدم الفيسبوك لهذا الغرض تكاد تنعدم.

الجدول والشكل رقم (10): طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطالبات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

| طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي | | | | | | | | | | | | |
|---|---------|------------------------|---------------------------------|------------------------|--------------------------|------------------------|----------------------|------------------------|----------|------------------------|--------------------------------|-----|
| الذ سبة المئ وية % | التكرار | النسبة المئوية % | الاحكام الشريعة الاسلامية | | تعاليم الدين الاسلامي | | العقيدة الاسلامية | | العبادات | | الذ سبة المئ وية % | |
| | | | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | | |
| 0 | 0 | 0 | 31 | 30, | 24 | 23, | 28 | 27, | 50 | 48, | 0 | 0 |
| 10 | 0 | 0 | 72 | 69, | 79 | 76, | 75 | 72, | 53 | 51, | 103 | 10 |
| 0 | 0 | 0 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 |
| 0 | 0 | 0 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 |



المصدر: إعداد الطالب

يكشف الجدول أعلاه طبيعة مجالات الوعي التي اثراها الدعاة عبر موقع الفيسبوك حيث سجلت 50 مفردة من اصل 103 أي ما يقارب 48,5% العبادات بينما كانت احكام الشريعة الاسلامية بـ 31 مفردة من اصل 103 ما يعادل 30,1%، في حين المعارف الفقهية كانت في المرتبة الثالثة وذلك بـ 30 مفردة من اصل 103 اي 29,1% وتأتي بعدها بنسبة 27,2% و بعدد مفردات بلغ 28 مفردة العقيدة الاسلامية، تليها تعاليم الدين الاسلامي فقد سجلت نسبة 23,3% و 0% للاختيارات الاخرى.

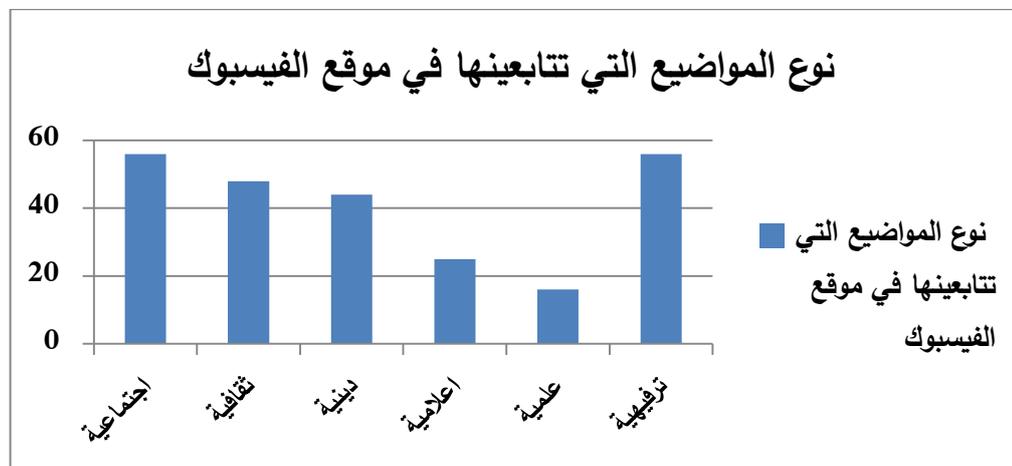
تفسر لنا البيانات الإحصائية في الجدول أعلاه المضامين التي تثير إعجاب الطالبات هي العبادات وسجلت كأعلى نسبة، وهذا راجع إلي أن الفرد شديد التعلق بالعبادات، تليها الاحكام الشريعة إذا تعتبر هاته الأخيرة بمثابة عمود الاساس لتقوية الإيمان وغرس تعاليم الدين الإسلامي، أما فيما يخص المعارف الفقهية و العقيدة الاسلامية فحضت بنسب متقاربة لدى افراد العينة ويرجع ذلك إلى دورها الفعال في كسب الفرد لمنهج صحيح يسير عليه، أما في ما يخص الاشياء الاخرى فنظن ان

المضامين التي ذكرت في الاستمارة هي اعلى المواضيع المبحوث عنها في هذا الموقع.

الجدول والشكل رقم (11): يوضح نوع المواضيع التي تتابعينها في موقع الفيسبوك

| | اجتماعية | | ثقافية | | دينية | | اعلامية | | علمية | | ترفيهية | |
|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|
| | النسبة المئوية % | التكرار |
| نعم | 54,4 | 56 | 46,6 | 48 | 42,7 | 44 | 24,3 | 25 | 15,5 | 16 | 54,4 | 56 |
| لا | 45,6 | 47 | 53,4 | 55 | 57,3 | 59 | 75,7 | 78 | 84,5 | 87 | 45,6 | 47 |
| المجموع | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 |

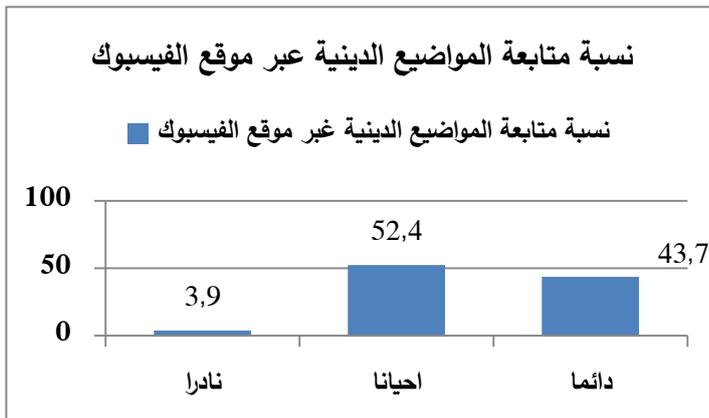
المصدر: إعداد الطالب



نلاحظ ان 56 فرد يتابع المواضيع الاجتماعية من اصل 103 بنسبة مئوية 54,4% مناصفتا معا المواضيع الترفيهية بنفس العدد و النسبة، ويليهما المواضيع الثقافية التي يتابعها 48 فرد من 103 محتمل بنسبة 46,6%، اما عن متابعة المواضيع الدينية فيتابعها 44 فرد بنسبة 42,7% من اصل 103 فرد، و تأتي بعدها المواضيع الاعلامية بـ 25 فردا بنسبة 24,3%، و تأتي المواضيع العلمية اخيرا بـ 16 فردا من اصل 103 محتمل و بنسبة 15,5%.

نعلق على ذلك بأن افراد العينة من الطالبات يتابعون المواضيع الترفيهية والاجتماعية بكثرة نظرا لانها هي المواضيع التي يبحث عنها افراد العينة وقت الراحة اما عن المواضيع الثقافية فهي تشغل نسبة لا بأس بها نظرا للشغف الدراسي عند هاته العينة، وفيما يخص المواضيع الدينية والاعلامية والعلمية تتفاوت نسبها بين الضعيفة والمتوسطة لوجود الكثير من المواقع الاخرى المنافسة والمتخصصة كل في مجالها.

الجدول والشكل رقم (12): يبين مدى متابعة الطلبة للمواضيع الدينية عبر مواقع الفيسبوك:



| المتغير | التكرار | النسبة المئوية % |
|---------|---------|------------------|
| نادرا | 4 | 3,9 |
| احيانا | 54 | 52,4 |
| دائما | 45 | 43,7 |
| المجموع | 103 | 100,0 |

المصدر: إعداد الطالب

يوضح الجدول أن أغلب مفردات العينة يتابعون المواضيع الدينية عبر موقع الفيسبوك احيانا بنسبة 52,4%، فيما كشفت 45 مفردة بدوام المتابعة بالمواضيع الدينية فكانت بنسبة 43,7%، بينما سجلنا الندرة لدى 04 مفردات بنسبة 3,9%.

تبين النتائج الموضحة أعلاه أن غالبية المبحوثين يتابعون احيانا المواضيع الدينية يعود السبب إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في نشر الرسالة الدينية بكل الوسائل المتاحة، إذا تدعو إلى الإيمان والابتعاد عن المعاصي، كما تدعو أيضا إلى التوعية الدينية عن طريق المنشورات المتعلقة بأدعية والأحاديث والدروس.

الجدول (13): يبين المضامين الدينية التي يحرصن الطالبات على اكتسابها

| المضامين الدينية التي تحرصين على اكتسابها على موقع الفيسبوك | | | | | | | | |
|---|---------------------|---------|---------------------|---------|-----------------------|---------|---------------------|---------|
| | فتاوى | | فقه العبادات | | القيم الدينية النبيلة | | سيرة الرسول ﷺ | |
| | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار |
| نعم | 12,6 | 13 | 28,2 | 29 | 41,7 | 43 | 34 | 35 |
| لا | 87,4 | 90 | 71,8 | 74 | 58,3 | 60 | 66 | 68 |
| المجموع | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 |

| المضامين الدينية التي تحرصين على اكتسابها على موقع الفيسبوك | | | | | | |
|---|---------------------|---------|---------------------|---------|-------------------------|---------|
| | تفسير الايات و شرح | | الادعية و الاذكار | | سيرة الصحافة و التابعين | |
| | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار |
| نعم | 28,2 | 29 | 39,8 | 41 | 20,4 | 21 |
| لا | 71,8 | 74 | 60,2 | 62 | 79,6 | 82 |
| المجموع | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 |

المصدر: إعداد الطالب

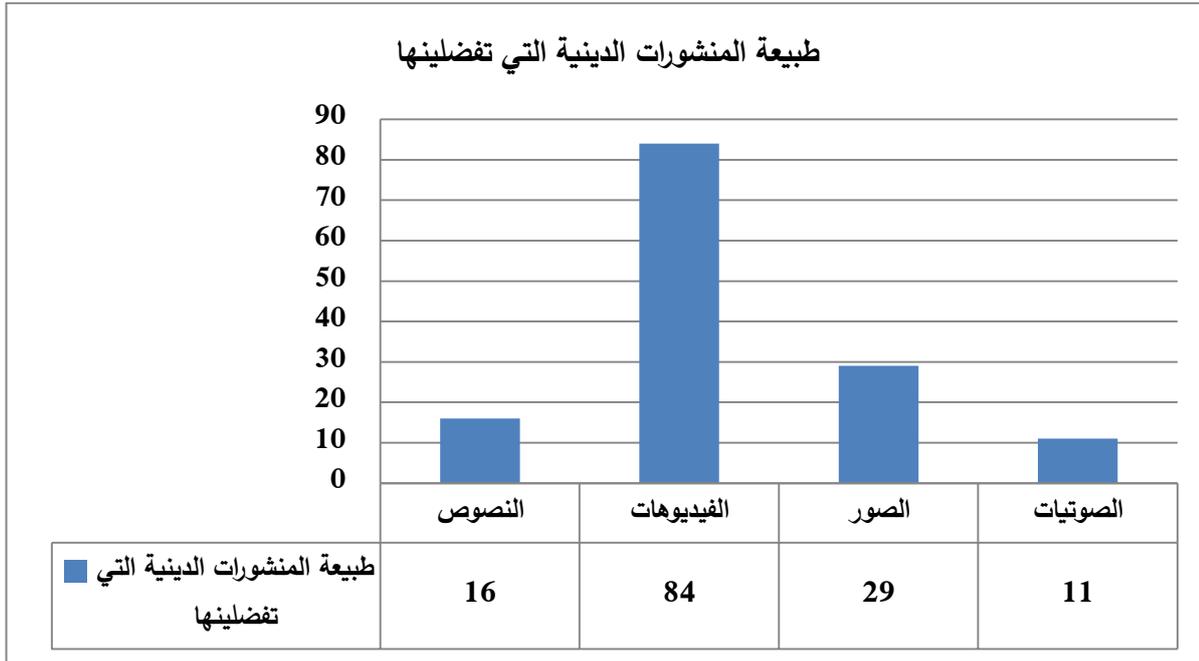
يبين الجدول أن أفراد العينة يكتسبون معلومات دينية متنوعة من موقع الفيسبوك، حيث ظهر ذلك بـ 13 إجابة بنعم من أصل 103 أي بنسبة 12,6% بنسبة للفتاوى، و 29 فرد من أصل 103 بنسبة 28,2% لاجابة الفقه و العبادات، 41,7% بعدد افراد قدر بـ 43 من اصل 103 للقيم الدينية النبيلة، و اجاب 35 فرد بالاجابة على المعلومات المتعلقة بسيرة الرسول ﷺ من اصل 103 و بنسبة قدرت بـ 34% وتليها تفسير الايات و الاحاديث بـ 29 فرد بنسبة 28,2%، الدعية و الانكار اجاب فيها 41 فرد من اصل 103 بنعم بنسبة 39,8%، 21 فردا اجاب على سيرة الصحابة و التابعين بنعم بنسبة 20,4%.

يفسر سبب تأكيد أغلبية المبحوثين أن مواقع الفيسبوك لها دور في اكتساب مضامين دينية باختلافها و اختلاف المضمون حسب رغبة الباحث ذلك لان هذه الأخيرة تنتشر الأخبار والمضامين الدينية بشكل مباشر وابي صورة وصوتا إضافة إلى أن موقع الفيسبوك يفتح المجال للتفاعل وإبداء الرأي حول المضامين الدينية المنشورة وبالتالي تشكيل وعي ديني لدي المبحوثين.

الجدول والشكل رقم (14): يوضح طبيعة المنشورات الدينية التي تفضلونها

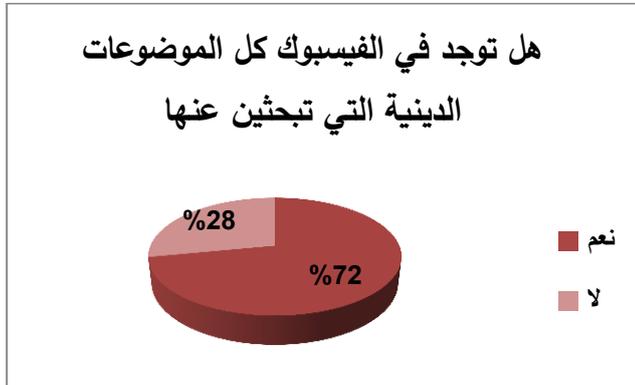
| طبيعة المنشورات الدينية التي تفضلونها | | | | | | | | |
|---------------------------------------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|
| | نصوص | | الفيديوهات | | الصور | | الصوتيات | |
| | النسبة المئوية % | التكرار |
| نعم | 15,5 | 16 | 81,6 | 84 | 28,2 | 29 | 10,7 | 11 |
| لا | 84,5 | 87 | 18,4 | 19 | 71,8 | 74 | 89,3 | 92 |
| المجموع | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 |

المصدر: إعداد الطالب



نلاحظ طبيعة المنشورات الدينية التي يفضلها افراد العينة من الطلبة حيث كان احتمال الفيديوهات كبيرا بـ 84 فردا اجاب بنعم لما توصله من معارف بشكل اوضح صوتا و صورة، تليها الصور التي اجاب بنعم 29 فردا فيها كذلك هيا تحوز على نظرة ادق للمعلومة المراد توصيلها، و ما بعدها تأتي النصوص بـ 16 فردا اجاب بنعم فيها لطبيعة و طريقة النشر على الموقع ام عن الصوتيات اتت اخيرا بـ 11 فردا اجابة بنعم لصعوبة خاصية النشر بالصوتية .

الجدول والشكل رقم (15): يبين هل توجد في الفيسبوك كل الموضوعات الدينية التي تبحثين عنها



المصدر: إعداد الطالب

| هل توجد في الفيسبوك كل الموضوعات الدينية التي تبحثين عنها | | |
|---|---------|------------------|
| المتغير | التكرار | النسبة المئوية % |
| نعم | 44 | 42,7 |
| لا | 59 | 57,3 |
| المجموع | 103 | 100,0 |

نلاحظ ان 44 فردا من اصل اجابوا بنعم من اصل 103 بنسبة 42,7%، فيما اجاب 59 فردا من اصل 103 بنسبة 57,3%.

نفسر ذلك بأن موقع الفيسبوك موقع لتواصل الاجتماعي فيه من المحتويات كما هائلا و بأنه موقعا ليس متخصص في المواضيع الدينية و لكن هذا لا ينفي بأن صناع المحتوى الديني ينشرون فيه.

الجدول رقم (16): يبين متابعة الحسابات الدينية على موقع الفيسبوك لدى الطالبات

| هل تتابعين حسابات دينية على موقع الفيسبوك | | |
|---|---------|-----------------|
| | التكرار | النسبة المئوية% |
| نعم | 98 | 95,1 |
| لا | 5 | 4,9 |
| المجموع | 103 | 100,0 |

المصدر: إعداد الطالب

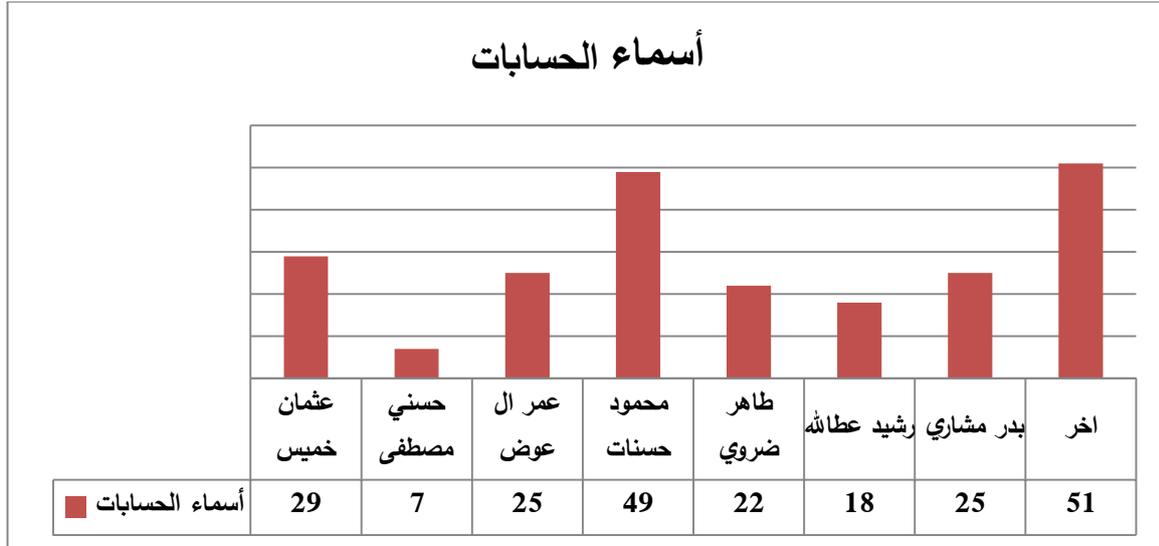
نلاحظ ان معظم افراد العينة يتابعون المواضيع الدينية عبر موقع الفيسبوك حيث اجاب 98 فرد من العينة المقدرة بـ 103 اجابوا بنعم ما يقابله بـ 95,1%، اما البقية المتمثلة في 4,9% اجابوا بـ لا مقدرة بـ 5 افراد من اصل 103.

تفسر ذلك انا المواضيع الدينية تكتسي اهمية بالغة عندنا كمسلمين بجميع شرائح المجتمع بما في ذلك الطالبة.

الجدول والشكل رقم (17): يمثل حسابات الدعاة التي تتابعها الطالبات

| حسابات الدعاة التي تتابعها | | | | | | | | |
|----------------------------|------------|--------|-------------|--------|-------------|--------|---------|--------|
| | طاهر ضروري | | رشيد عطالله | | بدر المشاري | | آخر | |
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| | | % | | % | | % | | % |
| نعم | 22 | 21,4 | 18 | 17,5 | 25 | 24,3 | 51 | 49,5 |
| لا | 81 | 78,6 | 84 | 81,6 | 78 | 75,7 | 52 | 50,5 |
| المجموع | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 |
| ع | | | | | | | | |

| حسابات الدعاة التي تتابعها | | | | | | | | |
|----------------------------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|-------------|--------|
| | عثمان خميس | | مصطفى حسني | | عمر ال عوض | | محمود حسنات | |
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| | | % | | % | | % | | % |
| نعم | 29 | 28,2 | 7 | 6,8 | 25 | 24,3 | 49 | 47,6 |
| لا | 74 | 71,8 | 96 | 93,2 | 78 | 75,7 | 54 | 52,4 |
| المجموع | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 |
| ع | | | | | | | | |



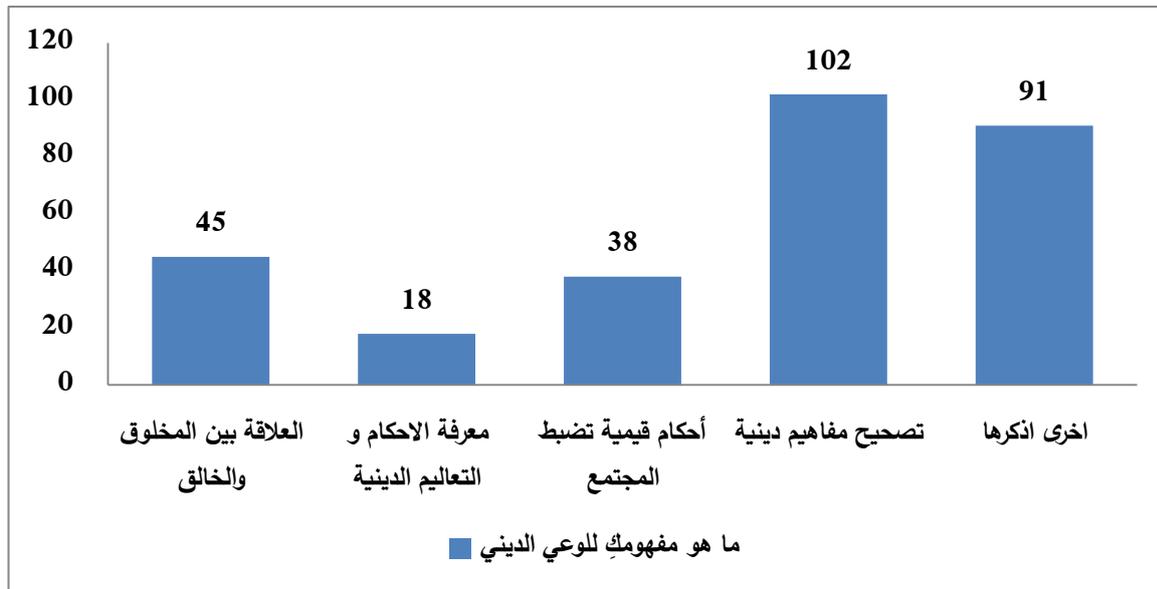
المصدر: إعداد الطالب

نلاحظ ان للعينة حسابات مختلفة يتابعونها على موقع الفيسبوك حيث نلاحظ ان 49 فرد من 103 افراد يتابعون حساب الداعية محمود حسانات فيما جاء اسم الداعية عثمان خميس ثانيا بعدد 29 متابعا من اصل 103 فردا و جاء اسمي الداعيتين عمر ال عوض و بدر المشاري بـ 25 متابع من 103 محتملين و يليهم الداعية ظاهر ضروري بعدهم بـ 22 فردا من 103 في الاجمال و يأتي بعد ذلك الداعية رشيد عطاالله بـ 18 فردا متابعا فيما احتل الداعية حسني مصطفى المرتبة الاخيرة بـ 7 افراد متابعين، و كذلك نلاحظ ان 51 فردا من المجموع الكلي المقدر بـ 103 يتابعون اسماء حسابات اخرى يختلف كل حسب رأيه كـ (الشيخ ابن الباز، عمر خالد ... الخ).

نفسر ذلك يعود ذلك لرأي كل فرد من افراد العينة حسب نظرته للشيخ او داعية او حسب طريقة التي تعجبه في الالقاء لاختلاف طريقة كل داعية حسب رأيه.

الجدول والشكل رقم (18): يوضح توزيع افراد العينة حسب مفهوم الوعي الديني

| ما هو مفهومك للوعي الديني | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|---------|----------------------------------|---------|-------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|
| | العلاقة بين المخلوق والخالق | | معرفة الاحكام و التعاليم الدينية | | قيمة تضبط المجتمع | | مفاهيم دينية | | اخرى اذكرها | |
| | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار |
| نعم | 43,7 | 45 | 17,5 | 18 | 36,9 | 38 | 99,0 | 102 | 88,3 | 91 |
| لا | 56,3 | 58 | 82,5 | 85 | 63,1 | 65 | 100,0 | 103 | 11,7 | 12 |
| المجموع | 100,0 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 1,0 | 1 | 100 | 103 |

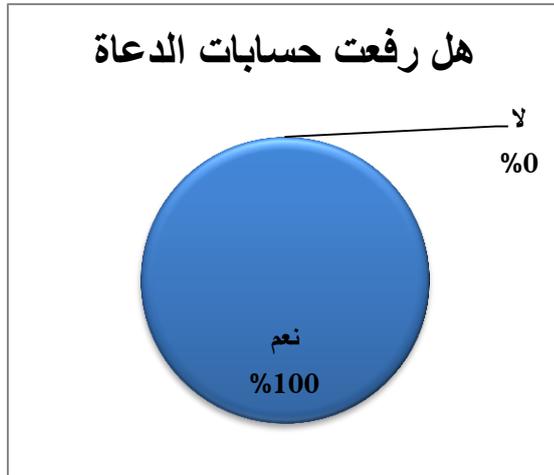


المصدر: إعداد الطالب

نلاحظ ان افراد العينة يرى مفهوم الوعي الديني حسب رأيه الخاص بداية ب تصحيح المفاهيم الدينية التي اجاب فيها 102 فرد من المجمل المقدر ب 103، تأتي خلفها 45 اجابة بنعم حول اجابة ب العلاقة بين المخلوق و الخالق و بعدها تأتي احكام قيمية تضبط المجتمع ب 38 اجابة بنعم و خلفهم في الاخير اجاب بنعم 18 فردا من اصل 103 محتمل حول معرفة الاحكام و التعاليم الدينية، في حين اجاب 91 فردا باجابات اخرى تختلف من شخص الى اخر حسب نظرتهم للمفهوم .

التفسير يختلف المنظور في مفهوم الوعي الديني من شخص الى آخر حسب نظرتهم الى ذلك خاصة في دين الاسلام الذي يشمل عدة مجالات ذات قيمة في حياة الفرد والمجتمع لذلك نلاحظ تفاوت و اختلاف من فرد الى اخر من افراد العينة في الاجابة على هذا السؤال.

الجدول والشكل رقم (19): يبين رفع حسابات الدعاة في الفيسبوك من الوعي الديني لدى الطالبات



| هل رفعت حسابات الدعاة في الفيسبوك من وعيك الديني | | |
|--|---------|------------------|
| | التكرار | النسبة المئوية % |
| نعم | 103 | 100,0 |
| لا | 0 | 0 |

المصدر: إعداد الطالب

نلاحظ ان افراد العينة كلهم اجابو بنعم بنسبة 100%.

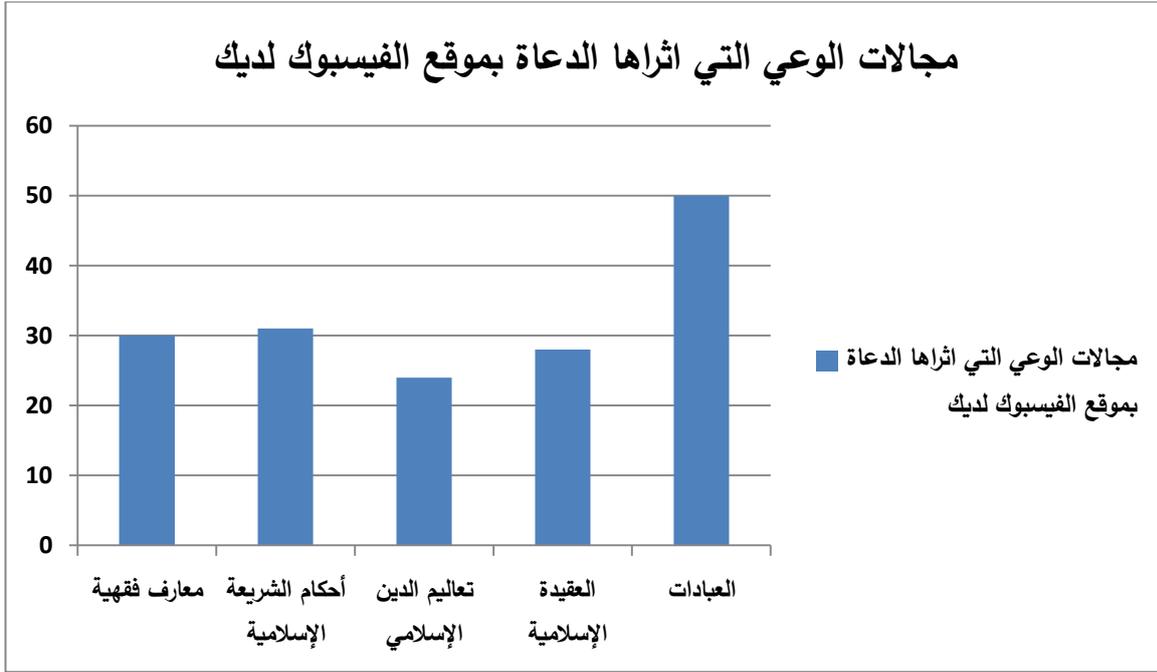
نفسر ذلك بدرجة الكبيرة التي يلعبها الدعاة في نشر الوعي الديني عبر موقع الفيسبوك.

الجدول والشكل رقم (20): يبين مجالات الوعي التي اثراها الدعاة بموقع الفيسبوك لدى الطالبات.

مجالات الوعي التي اثراها الدعاة بموقع الفيسبوك لديك

| | معارف فقهية | | أحكام الشريعة الإسلامية | | تعاليم الدين الإسلامي | | العقيدة الإسلامية | | العبادات | |
|---------|-------------|------------------|-------------------------|------------------|-----------------------|------------------|-------------------|------------------|----------|------------------|
| | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % |
| نعم | 30 | 29,1 | 31 | 30,1 | 24 | 23,3 | 28 | 27,2 | 50 | 48,5 |
| لا | 73 | 70,9 | 72 | 69,9 | 79 | 76,7 | 75 | 72,8 | 53 | 51,5 |
| المجموع | 103 | 100,0 | 103 | 100,0 | 103 | 100,0 | 103 | 100,0 | 103 | 100,0 |

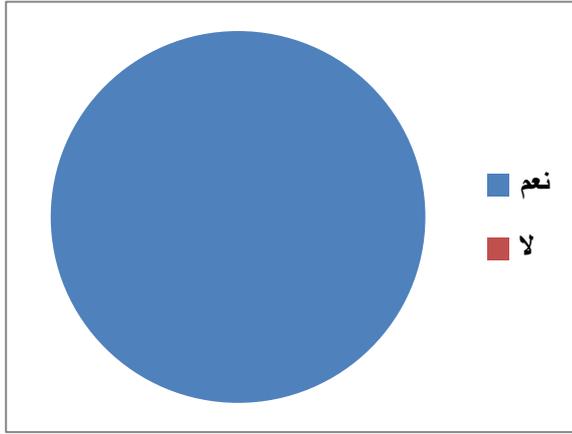
المصدر: إعداد الطالب



نلاحظ ان مجال العبادات جاء اولاً بـ 50 فرد من العينة فيما احتل مجال احكام الشريعة الاسلامية المرتبة الثانية من بين المجالات التي يثرها دعاة عبر الموقع بـ 31 فرد من اصل 103 ، ويجيء بعده كل من معارف الفقهية و العقيدة الاسلامية بعدد افراد 30 و 28 توالياً، اما اخيراً فجال تعاليم الدين الاسلامي بـ 24 مفردة.

تفسير نلاحظ اختلاف المجالات التي يثرها الدعاة حسب افراد العينة لما تكتسبه المجالات من اهمية بالغة في الحياة عامة للفئة المستهدفة خاصة.

الجدول والشكل رقم (21): يبين مساهمة الدعاة عبر الفيسبوك في اكتساب الطالبات لبعض السلوكيات



المصدر: إعداد الطالب

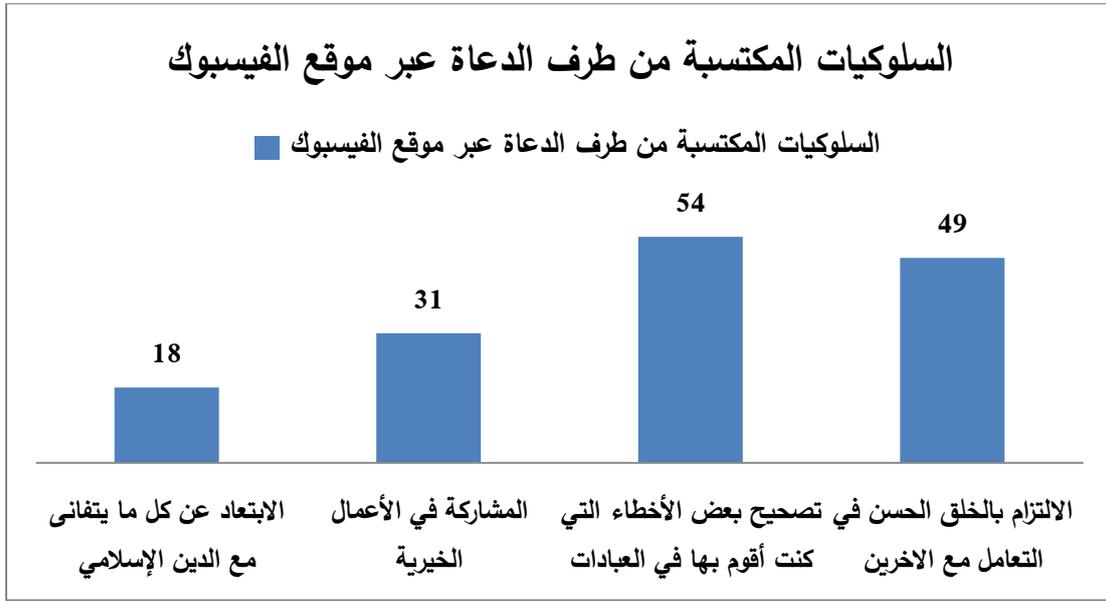
| مساهمة الدعاة عبر الفيسبوك في اكتسابك لبعض السلوكيات | | |
|--|---------|------------------|
| المتغير | التكرار | النسبة المئوية % |
| نعم | 103 | 100,0 |
| لا | 0 | 0 |

نلاحظ ان افراد العينة كلهم اجابو بنعم بنسبة 100%.

نفسر ذلك بالمساهمات العديدة التي يلعبها الدعاة في اكتساب افراد العينة لبعض السلوكيات القيمة اجتماعيا و دينيا .

الجدول والشكل رقم (22): يبين السلوكيات المكتسبة من طرف الدعاة عبر موقع الفيسبوك

| السلوكيات المكتسبة من طرف الدعاة عبر موقع الفيسبوك | | | | | | | | |
|--|---|------------------|---|------------------|-----------------------------|------------------|--|------------------|
| | الالتزام بالخلق الحسن في التعامل مع الاخرين | | تصحيح بعض الأخطاء التي كنت أقوم بها في العبادات | | المشاركة في الأعمال الخيرية | | الابتعاد عن كل ما يتفانى مع الدين الإسلامي | |
| | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % | التكرار | النسبة المئوية % |
| نعم | 49 | 47,6 | 54 | 52,4 | 31 | 30,1 | 18 | 17,5 |
| لا | 54 | 52,4 | 49 | 47,6 | 72 | 69,9 | 85 | 82,5 |
| المجموع | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 | 103 | 100 |



المصدر: إعداد الطالب

نلاحظ ان السلوكيات المكتسبة من موقع الفيسبوك عبر الدعاة عديدة و متنوعة نبدوها اولاً ب تصحيح بعض الأخطاء التي كنت أقوم بها في العبادات ب 54 مفردة من العينة الاجمالية وتليها الالتزام بالخلق الحسن في التعامل مع الآخرين ب 49 و تأتي بعدهما المشاركة في الأعمال الخيرية ب عدد مفردات مقدر ب 31 مفردة و تجيء اخيراً الابتعاد عن كل ما يتفانى مع الدين الإسلامي ب 18 مفردة.

تفسير يعود ذلك لان تصحيح بعض الأخطاء التي كنت أقوم بها في العبادات يحظى باهتمام كبير خاصة عند فئة العمرية الشابة و منها الطلبة في العديد من العبادات، الالتزام بالخلق الحسن في التعامل مع الآخرين وذلك عائد الى الدور الاجتماعي و الديني الكبير الذي تلعبه هاته الاخيرة، بعدهما المشاركة في الأعمال الخيرية التي و كذلك هي لديها دور كبير في ترسيخ قيم دينية و دنيوية رائعة خاصة عند فئة الشباب التي تعد فئة يافعة لها القدرة الجسدية لانشاء هاكذا امور جيدة، و تجيء اخيراً الابتعاد عن كل ما يتفانى مع الدين الإسلامي و نرى ان وعي الفئة المستقصات التي تعد من طبقة المثقفة يجنبها اصلاً الوقوع في مثل هكذا امور.

الجدول والشكل رقم (23): يبين درجة مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطالبات



| المتغير | النسبة المئوية % | التكرار |
|--------------|------------------|---------|
| بدرجة منخفضة | 12,6 | 13 |
| بدرجة متوسطة | 51,5 | 53 |
| بدرجة عالية | 35,9 | 37 |
| المجموع | 100,0 | 103 |

المصدر: إعداد الطالب

نلاحظ انه درجة مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الفئة المدروسة كان بدرجة متوسطة حيث كانت بنسبة 51,5% من المجمل أي 53 مفردة من اصل 103 ، وجاءت بعدها 37 مفردة بدرجة عالية و بنسبة 35,9% ، اما في ما يخص درجة منخفضة فلد حدد عدد المفردات ب 13 و بنسبة ضعيفة قدرت ب 12,6% .

تفسير نفس ذلك على انه بالرغم من ان الفيسبوك ليس موقعا خاصا بالمواضيع الدينية الى ان الكثير من الطلبة ان لم نقل جلهم يستفيدون منه من خلال البحث في هاته المواضيع ونرى اختلاف في درجات استفادة منه وكانت بدرجة متوسطة اكثر و يعود ذلك لسبب سالف الذكر، فيما هناك افراد يستفيدون من المحتوى الديني و بدرجة عالية و تعتبر نسبتهم لآبأس بها فهي اكثر من ثلث العينة واما عن من يستفيدون منه بدرجة ضعيفة فهي فئة صغيرة مقارنة بالسابقات.

النتائج العامة للدراسة:

- ✓ أغلب المبحوثين أعمارهم تتراوح بين 20 و 25 سنة، وأغلبهم لهم مستوى تعليمي سنة الثالثة ليسانس، وحالتهم الاجتماعية عازبات.
- ✓ أغلب المبحوثين يستخدمون الفيسبوك أحيانا، ويستخدمون الهاتف الذكي كوسيلة مفضلة لتصفح الفيسبوك لأنه سهل الاستخدام ولا يكلف جهد وعناء حمله.
- ✓ أغلب المبحوثين يقضون مدة زمنية تتراوح ما بين ساعة إلى 5 ساعات في تصفح الفيسبوك. كما أنهم يفضلون تصفح الفيسبوك في المنزل.
- ✓ يستخدم المبحوثين الفيسبوك بدافع ملئ وقت الفراغ بحكم أن الجامعة لديها وقت معين لدراسة وأغلب الوقت يكون التواجد في المنزل.
- ✓ نستنتج من هذه الدراسة أن أغلب الطالبات يتابعن المواضيع الاجتماعية والترفيهية وأحيانا ما يتابعن المواضيع الدينية.
- ✓ تحرص الطالبات على متابعة المضامين الدينية المتمثلة في القيم الدينية النبيلة، وأغلبهن يفضلن تلقي المنشورات الدينية لدعاة عن طريق الفيديوهات.
- ✓ أغلب الطالبات لا يجدن كل الموضوعات التي يبحثن عنها في الفيسبوك.
- ✓ أغلب الطالبات يتابعن حسابات الدينية الخاصة بالدعاة على موقع الفيسبوك. حساب الداعية محمود حسناوات وآخرون مثل الباز، هالة سمير.
- ✓ مفهوم الوعي الديني لدى أغلب الطالبات هو تصحيح المفاهيم الدينية.
- ✓ ترفع الحسابات الدينية لدعاة في الفيسبوك من وعي الديني لدى الطالبات، بحيث أنه ساهم في إثراء العبادات لديهن.
- ✓ ساهمت المنشورات الدينية لدعاة عبر الفيسبوك في اكتساب الطالبات لسلوك تصحيح الأخطاء التي كن يقمن بها في العبادات.
- ✓ ساهمت المضامين الدينية لدعاة على الفيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات بدرجة متوسطة.

مناقشة النتائج في ضوء فرضيات الدراسة:

عرض نتائج الفرضية رقم (01)

يعتبر موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك أكثر موقع استخداما لدى الطالبات الجامعيات.

- ✓ الجدول والشكل رقم (05): يبين مدى استخدام الطلبة لموقع الفيسبوك.
- ✓ الجدول رقم (06): يوضح مدة لتي تقضيها الطالبات في التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير السن.
- ✓ الجدول رقم (09): يوضح دوافع استخدام موقع الفيسبوك.
- ✓ الجدول والشكل رقم (12): يبين مدى متابعة الطلبة للمواضيع الدينية عبر مواقع الفيسبوك.
- ✓ الجدول رقم (10): يوضح دوافع استخدام موقع الفيسبوك.
- ✓ الجدول والشكل رقم (09): يوضح اغراض استخدام الموقع بنسبة للحالة العائلية.
- ✓ الجدول والشكل رقم (08): يوضح مكان التصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ✚ نستنتج من خلال النتائج السابقة ان الفرضية اولى محققة حيث ان الطالبات يستخدمن موقع الفيسبوك الاكثر استخداما عندهن.

عرض نتائج الفرضية رقم (02):

تستخدم الطالبات الجامعيات الفيسبوك لمتابعة صفحات الدعاة للحصول على المعلومات الدينية.

الجدول والشكل رقم (23): يبين السلوكيات المكتسبة من طرف الدعاة عبر موقع الفيسبوك.

الجدول والشكل رقم (18): يمثل حسابات الدعاة التي يتابعها افراد العينة.

الجدول والشكل رقم (22): يبين مساهمة الدعاة عبر الفيسبوك في اكتسابك لبعض السلوكيات.

الجدول والشكل رقم (20): يبين هل رفعت حسابات الدعاة في الفيسبوك من وعيك الديني.

الجدول والشكل رقم (21): يبين مجالات الوعي التي اثراها الدعاة بموقع الفيسبوك لديك.

✚ نستنتج من خلال النتائج السابقة ان الفرضية الثانية محققة حيث انه تستخدم الطالبات الجامعيات الفيسبوك لمتابعة صفحات الدعاة للحصول على المعلومات الدينية.

عرض نتائج الفرضية رقم (03)

تساهم متابعة الطالبات لصفحات الدعاة عبر الفيسبوك في اشباع رغباتهن واكتسابهن سلوكيات دينية.

✓ الجدول والشكل رقم (15): يبين درجة مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لديك.

✓ الجدول والشكل رقم (17): يبين هل تتابعين حسابات دينية على موقع الفيسبوك.

✓ الجدول والشكل رقم (16): يبين هل توجد في الفيسبوك كل الموضوعات الدينية التي تبحثين عنها.

✓ الجدول والشكل رقم (15): يوضح طبيعة المنشورات الدينية التي تفضلينها.

✓ الجدول (14): يبين المضامين الدينية التي يحرص على اكتسابها.

✓ الجدول والشكل رقم (13): يبين مدى متابعة الطلبة للمواضيع الدينية عبر مواقع الفيسبوك.

✓ الجدول والشكل رقم (12): يوضح نوع المواضيع التي تتابعينها في موقع الفيسبوك.

- ✓ الجدول والشكل رقم (11): طبيعة المضامين الدينية التي تثير إعجاب الطلبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ الجدول رقم (10): يوضح دوافع استخدام موقع الفيسبوك.
- + نستنتج من خلال النتائج السابقة ان الفرضية الثالثة محققة حيث انه تساهم متابعة الطالبات الجامعيات لصفحات الدعاة عبر الفيسبوك في اشباع رغباتهم وتغيير سلوكياتهم الدينية

الختامة

الخاتمة:

وفي الختام ومن خلال دراستنا المعنونة ب أثر الدعاة بموقع الفيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات الجامعيات يمكننا القول أن موقع الفيسبوك أصبح اليوم يستخدم لأغراض عديدة وليس من أجل التواصل فقط بل ولج جميع ميادين حياة الفرد، حتى الجانب الديني، اليوم أصبح يلعب دورا مهما في حياة الفرد، وفي دراستنا التي تتمحور حول أثر الدعاة بموقع فيسبوك في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات، دراسة استطلاعية على عينة من طالبات قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية حاولنا معرفة أثر الدعاة في تنمية الوعي الديني لدى الطالبات ودوافع استخدامهن لموقع الفيسبوك.

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى عدة نتائج ولعل من أبرزها:

أغلب الطالبات أحيانا ما يستخدمن موقع الفيسبوك، كما أنهن يستخدمن الهاتف الذكي لتصفحه من أجل ملئ وقت الفراغ، أنهن أحيانا ما يتابعن المواضيع الدينية للدعاة عن طريق فيديوهات تحتوي على مواضيع القيم الدينية النبيلة، ويمكن القول أن المضامين الدينية للدعاة بموقع الفيسبوك ساهمت في رفع الوعي الديني لدى الطالبات واكتسابهن لسلوكيات جديدة وتصحيح السلوكيات الخاطئة منها.

يمكن الاستنتاج والقول بأن المضامين الدينية للدعاة ساهمت في تحسين جانب مهم في حياة الطالبات واتباع سلوكيات دينية صحيحة وخاصة بعد انتشار الافكار الغربية الدخيلة التي تتعارض مع ديننا الحنيف.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

الكتب:

- 1) البيانوني محمد أبو الفاتح، المدخل إلى علم الدعوة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط1
2001
- 2) الجرجاوي زياد بن علي بن محمود، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة
أبناء الجراح، فلسطين، 2010
- 3) الخضر محمد وعبد الحميد الخليل، مناهج البحث العلمي، من منشورات الجامعة
الافتراضية السورية، سوريا، 2020
- 4) السامرائي حذيفة عبود مهدي، تعامل الداعية مع المستجدات الفقهية الشيخ القرضاوي
أنموذجا، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، 1971
- 5) الحضيف محمد بن عبد الرحمان، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات
والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، السعودية ط2، 1998
- 6) الدليمي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن العشرين، دار البازوري العلمية، ط1
2016
- 7) الزبون ماجد فاضل، الإعلام وثقافة التكيف، دار العربي، القاهرة، ط1، 2013
- 8) أنجرس موريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية (تدريبات عملية)، ترجمة:
بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، الطبعة الثانية 2006
- 9) بدوي الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات، الكويت، 1977
- 10) راضي سامي، منهج البحث العلمي، في مجال الاداري، دار التعليم الجامعي للطباعة
والنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2012

11) كافي مصطفى يوسف، الإعلام التفاعلي - Interactive Media، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016،

12) قمحية حسان أحمد، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة، مصر، 2017

13) قنديلجي د. عامر إبراهيم، منهجية البحث العلمي، اليازوري

14) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، عالم الكتب، القاهرة 1997

15) منال لمزاهرة، نظريات الاتصال، الأردن دار المسيرة، 2012

دراسات أكاديمية:

16) أولاد سعيد نصيرة، أثر تطبيق تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء المؤسسات التربوية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال وعلاقات، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة غرداية، 2016/2017

17) تواتي سوريا وخديجة الكبرى بوعبدلي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تحصيل العلمي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص إتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة غرداية، 2017/2015

18) زيد مليكة، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة في البيت، مذكرة ماستر، تخصص دعوة وإعلام وتصال، قسم العلوم الاسلامية، جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي - 2014/2015

19) سلامي خولة، نجمة بلقيس، صلاح الدين بن حمادي، أثر الإشهار التلفزيوني على متابعة البرامج الحوارية في القنوات الفضائية العربية، مذكرة ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الاعلام وعلم المكتبات، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2016/2017

20) علي عماد، سفيان مدور، تقنية الجيل الثالث G3 الاسخدامات والاشباعات، مذكرة ماستر، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2015/2014

21) كريكب وداد، وسام بوليير، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، تخصص صحافة مطبوعة والكترونية، جامعة محمد صديق بين يحي، جيجل، 2021/2020

22) نسرين محمدي، دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الشباب الجزائري، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، تخصص اتصال جماهيري ووسائط متعددة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح.ورقلة، 2021/2020

23) السعيد مداني، ياسين وذان، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين (الأنستغرام أنموذجا)، مذكرة ماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-، 2023/2022

المجلات:

24) بونيفة فريد، إشكالية التدين في الوطن العربي من منظور علم الاجتماع الاسلامي، في مجلة كلية الدراسات الانسانية، العدد 10، 2015

25) الوليد رفاص، دور الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الأفراد، في مجلة الإعلام والمجتمع المجلد (06)، العدد (02)، جامعة سطيف 02 الجزائر، 2022

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق:

الملحق 01 : قائمة الاساتذة المحكمين للإستمارة

| اسم الاستاذ المحكم | |
|--------------------|------------------|
| 01 | ابي اسماعيل قاسم |
| 02 | فريجات نسبية |

الملحق 02: استمارة الاستبيان

البيانات الشخصية:

(1) الجنس: ذكر أنثى

(2) السن: أقل من 20 سنة

من 20 الى 25 سنة

أزيد من 25 سنة

(3) المستوى التعليمي : ليسانس سنة ثانية

ليسانس سنة ثالثة

ماستر سنة أولى

(4) الحالة العائلية : أعزب متزوج

المحور الاول : عادات وأنماط استخدام الطالبات الجامعيات لموقع فيسبوك:

(5) هل تستخدمين موقع الفيسبوك ؟

دائم أحيانا

نادرا لا أستخدم موقع فيسبوك

(6) ماهي الوسيلة التي تستخدمينها عند تصفحك لموقع الفيسبوك ؟

الهاتف الذكي جهاز الحاسوب لوحة الكترونية

(7) ماهي المدة الزمنية التي تقضيها في تصفح موقع الفيسبوك ؟

أقل من ساعة من ساعة الى 5 ساعات أزيد من 5 ساعات

(8) ما هو المكان التي تفضلينه لتصفح موقع الفيسبوك؟

الجامعة المنزل الإقامة الجامعية في كل مكان

المحور الثاني : دوافع استخدامك لموقع الفيسبوك ؟

(9) لماذا تستخدمين موقع الفيسبوك ؟

للتواصل مع الأقارب والأصدقاء الثقافة والمعرفة
التسلية والترفيه نشر الصور والفيديوهات البيع والتسوق

أخرى أذكرها.....

(10) ماهي دوافع استخدامك لموقع الفيسبوك ؟

من باب الفضول لتحرر من القيود الاجتماعية
أصبح ادمانا لملء وقت الفراغ

أخرى.....

(11) ماهو نوع المواضيع التي تتابعينها في موقع الفيسبوك ؟

اجتماعية ثقافية دينية
اعلامية علمية ترفيهية

أخرى.....

12) هل تتابعين المواضيع الدينية؟

دائماً أحياناً نادراً

13) ماهي المضامين الدينية التي تحرصين على متابعتها على موقع الفيسبوك ؟

فتاوى فقه العبادات القيم الدينية النبيلة
سيرة الرسول عليه الصلاة والسلام تفسير الآيات وشرح الحديث
الأدعية والأذكار سيرة الصحابة والتابعين

14) ما طبيعة المنشورات الدينية التي تفضلينها ؟

نصوص فيديووات صور صوتيات

15) هل توجد في الفيسبوك كل الموضوعات الدينية التي تبحثين عنها ؟

نعم لا

16) هل تتابعين حسابات دينية على موقع الفيسبوك ؟

نعم لا

- إذا كانت اجابتك ب (نعم) فما هي أسماء هذه الحسابات؟

عثمان خميس مصطفى حسني عمر ال عوض

محمود حسنات طاهر ضروري رشيد عطاالله

بدر المشاري

اخر أذكره(ا)

17) ما هو مفهومك للوعي الديني؟

- العلاقة بين المخلوق والخالق معرفة الاحكام والتعاليم الدينية
- أحكام قيمية تضبط المجتمع تصحيح مفاهيم دينية

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من خلال متابعة صفحات الدعاة والتفاعل معها عبر الفيسبوك لدى الطالبات :

18) هل رفعت حسابات الدعاة في الفيسبوك من وعيك الديني؟

- نعم لا

19) ماهي مجالات الوعي التي اثراها الدعاة بموقع الفيسبوك لديك؟

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

أخرى أذكرها.....

20) هل ساهم الدعاة عبر الفيسبوك في اكتسابك لبعض السلوكيات؟

- نعم لا

- اذا كانت اجابتك ب(نعم) فيما يكمن ذلك :

الابتعاد عن كل ما يتفانى مع الدين الإسلامي

المشاركة في الأعمال الخيرية

تصحيح بعض الأخطاء التي كنت أقوم بها في العبادات

الالتزام بالخلق الحسن في التعامل مع الآخرين

أخرى أذكرها

21 ماهي درجة مساهمة المضامين الدينية المطروحة في موقع الفيسبوك في تشكيل الوعي

الديني لديك ؟

بدرجة متوسطة

بدرجة منخفضة

بدرجة عالية

الحمد لله ما انتهى درب ولا ختم جهد

ولا تم سعي إلا بفضلك يارب