

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي - تبسة
Larbi Tebessi University - Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences



قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص الإتصال التنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

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 L.M.D

إشراف الأستاذ

• أ.د. بلخيري رضوان

أعضاء لجنة المناقشة:

من إعداد الطلبة

• دحدوح أمال

• رحال فوزية

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د. بوزيان عبد الغني	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
أ.د. بلخيري رضوان	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا
د. مطروح وفاء	أستاذ مساعد "ب"	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2023 . 2024

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي - تبسة
Larbi Tebessi University - Tebessa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
Faculty of Humanities and Social Sciences



قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص الإتصال التنظيمي

مذكرة ماستر تحت عنوان

دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني بين طلبة العلوم الإسلامية جامعة العربي التبسي

-صفحة الفايسبوك لمسجد أنس ابن مالك نموذجاً-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة االماستر L.M.D

إشراف الأستاذ

• أ.د. بلخيري رضوان

أعضاء لجنة المناقشة:

من إعداد الطلبة

• دحدوح أمال

• رحال فوزية

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ.د. بوزيان عبد الغني	أستاذ تعليم عالي	رئيسا
أ.د. بلخيري رضوان	أستاذ تعليم عالي	مشرفا ومقررا
د. مطروح وفاء	أستاذ مساعد "ب"	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2023 . 2024

شكر و عرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الشكر إذا رضيت اللهم اجعلنا من الذاكرين ولك من
الحامدين الشاكرين

اللهم لك الحمد والشكر يليق بجلال وجهك وعظيم شأنك وسلطانك .
أما بعد نتقدم بخالص الشكر والعرفان والامتنان إلى أستاذنا الفاضل
"رضوان بلخيري"

الذي لم يبخل علينا بأي معلومة

شكرا على كل التوجيهات والمجهودات المبذولة التي بذلتها لمساعدتنا رغم متاعب مهنتك

وفقك الله لما يحبه ويرضاه ويجعل الله طريقك منورا ومضيئا

يا من تعلمنا منه معنى الإخلاص وحب العمل شكرا لك

ونتوجه بخالص الشكر لكل من الأستاذ "معمر ربوح" والأستاذة "قراد راضية" والأستاذ
"صحراوي جهاد" والأستاذ "سيف عبان"

وكل أساتذة وعمال وإداريين قسم علوم الإعلام والاتصال فردا فردا

الفهرس العام

شكر و عرفان

الفهرس العام

2	مقدمة
5	1-الإشكالية:
7	2-أسباب اختيار الموضوع:
8	3-أهمية البحث:
8	4-أهداف البحث:
9	5-مجالات الدراسة:
9	6-مجتمع البحث وعينة الدراسة:
11	7-منهج الدراسة:
12	8- أدوات جمع البيانات:
14	9- تحديد المفاهيم والمصطلحات:
19	10-الدراسات السابقة:
37	المبحث الأول:مدخل مفاهيمي لمنصات التواصل الإجتماعي
37	1-التعريف لمنصات التواصل الإجتماعي
38	2- نشأة وتطور منصات التواصل الإجتماعي
39	3-أبرز أنواع منصات التواصل الإجتماعي
43	4- خصائص منصات التواصل الإجتماعي
45	5 - مميزات منصات التواصل الإجتماعي
46	6-دو افع إستخدام منصات التواصل الإجتماعي
47	7- إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الإجتماعي
49	المبحث الثاني: ماهية منصة الفايسبوك

49	1-تعريف منصة الفايسبوك:
50	2-نشأة وتطور منصة الفايسبوك
51	3- خصائص وسمات منصة الفايسبوك
53	4-أسباب ودوافع إستخدام الفايسبوك face book:
54	5-إيجابيات وسلبيات منصة الفايسبوك
56	المبحث الثالث : مدخل مفاهيمي للوعي الديني
56	1 - مفهوم الوعي الديني
57	2-نشأة وتطور الوعي الديني
59	3- أهمية الوعي الديني
59	4- فوائد الوعي الديني
60	5- عوامل تشكل الوعي الديني
63	6 - أبعاد الوعي الديني
66	7-مصادر الوعي الديني
68	المبحث الرابع: الوعي الديني عبر وسائل التواصل الإجتماعي
68	1-الإعلام ودوره في تشكيل الوعي الديني
69	2-دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني
71	3-دور الفايسبوك في نشر الوعي الديني
72	4-دور المساجد والزوايا في نشر الوعي الديني
73	5-طرق التوعية داخل الجامعة
75	عينة الدراسة وطريقة اختيارها:
100	النتائج العامة للدراسة
104	الخاتمة
106	قائمة المصادر والمراجع
115	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	قائمة الجداول	الرقم
76	توزيع عينة الدراسة حسب النوع	01
77	توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية	02
78	يمثل المؤهل العلمي لأفراد العينة	03
79	مدى إستخدام أفراد العينة لمنصات التواصل الإجتماعي	04
80	منصات التواصل الإجتماعي الأكثر تصفحاً لأفراد العينة	05
81	توزيع المبحوثين حسب إستخدامهم لمنصة الفايسبوك؟	06
82	الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح منصة الفايسبوك	07
83	عدد سنوات إستخدام منصة الفايسبوك من قبل المبحوثين	08
84	يبين الأوقات التي يتصفح فيها أفراد العينة منصة الفايسوك	09
85	المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في تصفح منصة الفايسبوك	10
86	أماكن تصفح الطلبة لمنصة الفايسبوك	11
86	دوافع وأسباب إستخدام طلبة العلوم الاسلامية لمنصة الفايسبوك	12
87	الهدف من إستخدام الطلبة لمنصة الفايسبوك	13
88	مدى اهتمام الطلبة بالموضوعات الدينية على منصة الفايسبوك	14
89	جدول يبين كيفية تعامل طلبة العلوم الاسلامية مع المنشورات الدينية على منصة الفايسبوك صفحة مسجد أنس ابن مالك	15
90	الهدف من متابعة الطلبة لصفحة الفايسبوك صفحة مسجد أنس ابن مالك	16
91	يبين أهم المنشورات التي يتصفحها الطلبة على صفحة الفايسبوك _مسجد أنس ابن مالك.	17
92	مساهمة صفحة مسجد أنس ابن مالك في تعزيز الوعي الديني للطلاب	18
93	مدى إكتساب الطلبة لمعلومات و ثقافة دينية منذ متابعتهم لصفحة المسجد	19
94	إعادة نشر الطلبة لمحتوى صفحة مسجد أنس ابن مالك	20

قائمة الجداول

95	مدى تلبية المضامين الدينية لصفحة مسجد أنس لرغبات الطلبة	21
96	الإشباعات المعرفية التي حققتها صفحة المسجد لأفراد العينة	22
97	الإشباعات النفسية التي حققتها صفحة المسجد لأفراد العينة	23
98	الإشباعات السلوكية التي حققتها صفحة المسجد لأفراد العينة	24
99	الإشباعات الإجتماعية التي حققتها صفحة المسجد لأفراد العينة	25

قائمة الأشكال

الصفحة	قائمة الأشكال	الرقم
76	توزيع عينة الدراسة حسب النوع	01
77	توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية	02
78	يمثل المؤهل العلمي لأفراد العينة	03
79	مدى إستخدام أفراد العينة لمنصات التواصل الإجتماعي	04
81	توزيع المبحوثين حسب إستخدامهم لمنصة الفايسبوك؟	05
82	الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح منصة الفايسبوك	06
83	عدد سنوات إستخدام منصة الفايسبوك من قبل المبحوثين	07
85	المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في تصفح منصة الفايسبوك	08
88	مدى اهتمام الطلبة بالموضوعات الدينية على منصة الفايسبوك	09
92	مساهمة صفحة مسجد أنس ابن مالك في تعزيز الوعي الديني للطلاب	10
93	مدى إكتساب الطلبة لمعلومات و ثقافة دينية منذ متابعتهم لصفحة المسجد	11
94	إعادة نشر الطلبة لمحتوى صفحة مسجد أنس ابن مالك	12
95	مدى تلبية المضامين الدينية لصفحة الفايسبوك لمسجد أنس ابن مالك لرغبات الطلبة	13

مقدمة

شهد أواخر القرن العشرين وحتى يومنا هذا نهضة شاملة ونقله غير مسبوقه في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات و الإعلام الرقمي، الذي عزز من عملية التواصل وأعطى للفرد القدرة على تلقي المعلومات، إذ واجه العالم العديد من التطورات في مجال الانترنت، وانتشرت الشبكات الإجتماعية في نهاية عام 2007 م كمواقع للتشبيك الإجتماعي وانتشرت في أنحاء المعمورة وتمكنت بفضل تقنياتها من ربط أجزاء العالم حتى أصبحت وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات ثم ظهرت المنصات الالكترونية والمدونات الشخصية وشبكات التواصل الإجتماعي التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث و أخذت مكانة الإعلام الإجتماعي الجديد،

وتوجد حاليا العديد من منصات التواصل الإجتماعي التي تقدم بدائل إعلامية قوية للإعلام التقليدي، فمن الواضح أن تلك المنصات أحدثت انتشارا واسعا لدى الشباب وبات الكثير من طلاب الجامعة يستخدمونها لتلبية رغباتهم كإستخدام تلك المنصات كبديل أو مصدر مكمل للوسائل الأخرى مثل الأجهزة المحمولة.

ومن أشهرها منصة الفايسبوك الذي يعتبر من أحدث منتجات التكنولوجيا وأكثرها شعبية بعدما كان في بدايته مجتمعا افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، وما لبث أن ازداد مع الوقت ليتحول من أداة إعلامية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية و بصرية، ورغم أن هذه المنصات أنشأت للتواصل الإجتماعي للأفراد إلا أن إستخدامها امتد ليشمل النشاط الديني من خلال تداول المعلومات الدينية.

إن مفهوم الوعي الديني كان له حضورا قويا في المجتمعات الإسلامية، وتشكيل القيم الإجتماعية فهو يوظف لهذا الغرض وسائل هامة لتداوله ونشره عبر منصات التواصل الإجتماعي باعتبارها أهم الوسائل التي استغلت في نشر الوعي الديني خاصة منصة الفايسبوك لما يحققه من سرعة الإقناع وسهولة الإستخدام وسرعة الانتشار فنلاحظ أن الكثير من العلماء ودعاة الإسلام الحريصين على بعث رسالة الإسلام أخذت في منصة الفايسبوك حيزا لها بدافع تعزيز الوعي الديني الذي يعتبر عمق الدين وجوهر الدين .

وبما أن طبيعة إستخدام الطلبة لمنصات التواصل الإجتماعي تستند إلى أصولهم الدينية التي تستمد منها أهدافها وأفكارها ومعتقداتها فإن الأصول المرجعية للتربية الإسلامية كالقرآنالكريم والسنة النبوية

وسيرة الصحابة ومنهجهم وكذلك جهد العلماء المسلمين من أهم مصادر الوعي الديني التي يعمد إليها الطالب في بناء حياته.

من هنا جاءت فكرة البحث حول دلالات ومقاصد الوعي الديني عبر منصة الفايسبوك من منظور طلبة العلوم الإسلامية ودراسة مدى إستخدامهم لمنصة الفايسبوك – صفحة مسجد أنس ابن مالك – ودورها في تشكيل الوعي الديني.

وقد اتبعنا خطة بحث تتكون من ثلاث فصول كالتالي:

الفصل الأول: يتمثل في الإطار المنهجي للدراسة ويحتوي علي الخطوات المنهجية للبحث وصياغة التساؤلات، وأسباب اختيار الموضوع، الأهمية، الأهداف، مجتمع البحث وعينته، منهج البحث، تحديد المصطلحات، الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: الإطار النظري يتكون من أربعة مباحث علي التوالي:

المبحث الأول: تم فيه عرض مفاهيم عامة حول منصات التواصل الإجتماعي (التعريف – النشأة والتطور- أبرز أنواع منصات التواصل الإجتماعي – الخصائص – دوافع إستخدام منصات التواصل الإجتماعي – الإيجابيات والسلبيات)

المبحث الثاني: تعرضنا إلي منصة الفايسبوك (التعريف-النشأة و التطور-الخصائص-دوافع إستخدام الفايسبوك-إيجابيات وسلبيات الفايسبوك)

المبحث الثالث: خصص هذا المبحث للوعي الديني (التعريف- النشأة-الأهمية- الفوائد-أبعاد الوعي الديني -عوامل تشكل الوعي الديني-مصادر الوعي الديني)

المبحث الرابع: بعنوان الوعي الديني عبر وسائط التواصل الإجتماعي.

الفصل الثالث: ويمثل الجزء التطبيقي من البحث والذي قمنا فيه بالمزاوجة بين الجزء النظري والدراسة الميدانية للتعرف علي دور منصة الفايسبوك في نشر الوعي الديني للإجابة على إشكالية البحث من خلال النتائج العامة للدراسة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

الفصل الأول :الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

2-أسباب اختيار الموضوع

3-أهمية الدراسة

4-أهداف الدراسة

5-مجالات الدراسة -الزمني والمكاني

6-مجتمع البحث وعينة الدراسة

7-منهج الدراسة

8-أدوات جمع البيانات

9-تحديد مفاهيم الدراسة

10-الدراسات السابقة

1- الإشكالية:

شهد العصر الحديث تطورات متسارعة بفضل الحيوية الزائدة في مجال التكنولوجيا مما أدى إلى ظهور العديد من التقنيات والتطبيقات الاتصالية الجديدة عوضاً عن الإشارات والرموز الصوتية التقليدية وأستخدم كل ما هو تقني ومعقد كالأقمار الصناعية والإشارات الرقمية والاتصال الإلكتروني عبر شبكات الإنترنت، حتى بات يعرف بعصر الإعلام الجديد وظهر معه جيل يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني سمي بالجيل الشبكي أو جيل الانترنت .

فالانترنت هي وليدة ثورة المعلومات وتعد إحدى العلامات البارزة في عصرنا هذا، فوجود شبكة الانترنت أحدث تغييراً ملحوظاً في حياة المجتمعات، وأعطى مفهوماً جديداً لحياتنا اليومية مما جعلها من المؤثرات ذات الأهمية البالغة لدى الأفراد، فنظراً لإتاحتها للمعلومات المجانية لمستخدميها على مدار الساعة وقدرتهم على امتلاكها فهي تعمل على تقريب وجهات النظر وتبادل الآراء من خلال توفير تطبيقات شبكات التواصل .

إن ظهور منصات التواصل الاجتماعي نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود إذ أوجد ظهور وسائل الاتصال الاجتماعي قنوات البث المباشر، فالتطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا أطلق على كل ما يمكن إستخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة، وبما أن منصات التواصل الاجتماعي تعد من الإعلام الجديد فهي تعتبر من أبرز المؤسسات الرقمية من خلال النماذج الإلكترونية التي استطاعت أن تقلب المعادلة التي قامت عليها المؤسسات الإعلامية القديمة ومن ثمة تجاوز الإعلام المكتوب وتجاوزت مرحلة الصورة والمشاهدة إلى التفاعلية وهذا يبرز من خلال نمطية التدفق للمعلومة والبيانات والحقائق، حيث تبرز أهمية منصات التواصل الاجتماعي ومنتديات المحادثات الإلكترونية في وجود العديد من المثيرات والإغراءات مثل الإستخدام والتفاعلية بين أفراد المجتمع، وإضافة إلى الخصائص والسمات التي تمكنها من استقطاب المستخدمين يمكن إستخدامها كوسيلة للترويج والدعاية والتوعية. وبذلك تؤدي دوراً رئيسياً في نشر الوعي السياسي والثقافي والديني، مما جعل منها منافس خطير ومتفوق على وسائل الإعلام التقليدية وباتت بمثابة منصة كبيرة منفتحة على العالم، فهي تستخدم كوسيلة اتصال وتعلم واستفادة وأتاحت عملية تفاعل وتبادل الأفكار عبر شبكات افتراضية .

مما لا شك فيه أن الدين من أكبر الدعائم البشرية الداعمة للإصلاح والتغيير، وهو قانون رباني قائم على الوحدة البشرية والعدالة الإلهية، كما يعد أحد أهم مكونات المنظومة القيمة نظراً لما له من تأثير في حياة المسلمين، لذا أنشأت المؤسسات الدينية الرسمية التي شكلت هياكل الدولة مثل هيئات الأوقاف والشؤون الدينية والإسلامية ومراكز الاقتناء والإرشاد ودور العبادة، والتي يمثل دورها في ترسيخ الوعي الديني والمساهمة في الوقاية من المشاكل الاجتماعية.

وبذلك نجد أن منصات التواصل الاجتماعي تشكل وعياً دينياً مباشراً لمستخدميها ومشتريها من خلال الوسائط المتاحة باعتبارها إحدى أوجه التطورات التي استغلت في نشر التوعية الدينية، كما ساهمت بشكل عام في خلق المشاركة وتحقيق رغبة وإشباع حاجات العديد من الفئات بدءاً من التوعية ووصولاً إلى تعزيز وتفسير القيم الاجتماعية والدينية، فأتاحت بيئة خصبة لتبادل المعلومات وتلقي الموارد الدينية ودفعت الشباب للتعرف على أمور دينهم ودنياهم ووعيمهم بالقضايا المحيطة بهم من منظور ديني، باعتبار أنها وسيلة وسلاح لمعالجة القضايا الدينية وتحسين صورة الإسلام، كما أتاحت فرص التواصل والدعوة وإنشأ الكثير من الدعاة صفحات خاصة وثرية في نشر القيم الإسلامية.

وبما أن الفايسبوك يعد من أشهر منصات التواصل الاجتماعي إستخداماً، فقد شهد حركة ديناميكية من التطور والانتشار، فهو وسيلة مهمة للتنامي والترابط بين المجتمعات وتقريب المفاهيم والإطلاع ونشر ثقافات الشعوب فهو أداة للتواصل والمحافظة على العلاقات الاجتماعية وتعد منصة الفايسبوك بمنزلة بوابة يربط الأفراد وبقاء الناس على تواصل حيث يلجأ العديد من مستخدمي هذه المنصة للاستفادة منها في تطوير مهاراتهم وإنشاء مجموعات لعرض آرائهم وتداولها مع الآخرين، وينطبق هذا على المجموعات الثقافية والدينية .

حيث دأبت بعض صفحات الفايسبوك على تداول المواضيع الدينية بشكل بذلك مصدراً لغناء المعرفة ورصد الوعي الديني ونشر المضامين الدينية والتفسيرات العقائدية .

وسنتطرق في دراستنا إلى أحد هذه الصفحات وهي صفحة الفايسبوك لمسجد أنس بن مالك ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين (قسم العلوم الإسلامية) .

وعليه تتمحور مشكلة الدراسة من خلال طرح السؤال التالي:

ما هو دور صفحة الفايسبوك لمسجد أنس بن مالك في نشر الوعي الديني من وجهة نظر طلبة العلوم الإسلامية بجامعة الشيخ العربي التبسي ؟

الأسئلة الفرعية:

- ما أنماط وعادات استخدام طلبة العلوم الإسلامية بجامعة الشيخ العربي التبسي لمنصة الفايسبوك؟
- ما دوافع وأسباب استخدام طلبة العلوم الإسلامية بجامعة العربي التبسي لمنصة الفايسبوك؟
- ما مجالات استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفايسبوك لمسجد أنس بن مالك؟
- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفايسبوك مسجد أنس ابن مالك؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

يعد اختيار الموضوع من أصعب مراحل البحث العلمي، إذ أن نجاح البحث يتوقف على انتقاء موضوع جيد وهادف فلكل باحث جملة من الأسباب التي تحدد اختياره للموضوع والدراسة .

وفي هذه الدراسة يمكن تجسيد الأسباب التي دفعتنا لاختيار موضوع الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ قمنا أيضا باختيار هذا الموضوع الذي يندرج ضمن الظواهر الحديثة التي تحتاج إلى دراسة وتحليل في ظل تهديدات العولمة الثقافية للدين الإسلامي ومحاولة تشويه صورته في بعض المجتمعات.
- ✓ قلة الدراسات التي تجمع بين الإعلام الإسلامي ومنصات التواصل الاجتماعي في الوقت الذي اتجهت فيه أغلب الدراسات الإعلامية نحو الإعلام الجديد لذا أردنا الوقوف على دور هذه المنصات في المجال الديني .
- دراسة منصة الفايسبوك نظرا لانتشارها وتزايد الاعتماد عليها من كافة فئات المجتمع خاصة الشباب، إذ انتشرت الصفحات الدينية بشكل ملحوظ خلال هذه المنصة الشيء الذي خلق نوع من الرغبة في معرفة دور الصفحات الدينية عبر منصة الفايسبوك في التأثير على اتجاهات ومعتقدات الشباب من خلال بث القضايا الدينية المتنوعة.
- ✓ كثرة الإشكالات والتساؤلات حول موضوع منصات التواصل الاجتماعي حيث أصبح هذا المجال محور انشغال العديد من الباحثين في علوم الإعلام والاتصال نظرا للتغيرات التي أحدثتها المنصات الرقمية في المجتمعات العربية والغربية في مختلف المجالات الحياتية وأيضا في انتشار الوازع الديني.
- ✓ اكتشاف العلاقة القائمة بين منصة الفايسبوك وموضوع الوعي الديني نظرا لأهميتها على مستوى الدراسات الإعلامية والدينية.
- ✓ انتشار الخرافات والبدع والأحاديث المكذوبة والمنسوبة للدين الإسلامي مما يستدعي النظر في مضامين الصفحات المتاحة على بعض المنصات .

3- أهمية البحث:

نظرا لما يفرضه الواقع الحالي من ضرورة وجود منصات إلكترونية لنشر وإتاحة المقالات والخطابات الدينية في نشر الوعي الديني، جاءت هذه الدراسة لرصد منصات وبوابات الوعاء الديني وتحليل معايير العمل والخدمات التي توفرها للمستخدمين عبر منصة الفايسبوك.

- تكمن أهمية الدراسة في أنها تربط بين مفهومين لهما بالغ الأهمية فهي تسعى للتعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي (منصة الفايسبوك) في خلق التوعية الدينية، وبما أن هذه المنصات تعد من الوسائل ذات الصدى الكبير فهي تساهم بشكل فعال في تنمية هذا الوعي نظرا لسهولة إستخدامها وسرعة انتشارها في إطار تعزيز الوعي الديني لذا يكتسب البحث أهميته في ظل التزايد الكبير والمستمر للصفحات الدينية على منصة الفايسوك والمستخدمين لها وتعدد اهتماماتهم الأمر الذي بات من الظواهر التي تستدعي الدراسة والبحث .

- تمهيد الطريق أمام إجراء عدد من الدراسات التي تناولت الموضوعات المماثلة لموضوع بحثنا بصورة علمية وشاملة والتي تضيف المزيد من المتغيرات المؤثرة في هذه الدراسة بما يساهم في تحقيق التراكم المعرفي والبحثي

- تبرز أهمية الدراسة في فهم العلاقة بين الإستخدام المكثف لبعض منصات التواصل الاجتماعي وأهمها منصة الفايسبوك وبين تنمية حس الطلبة نحو الانتماء للدين الإسلامي ومظاهر الوعي الديني .

4- أهداف البحث:

لكل بحث علمي أهداف يسعى الباحث لتحقيقها على أرض الواقع بحيث تهدف الدراسة بشكل أساسي إلى الكشف عن إدراك الشباب لدور منصات التواصل الاجتماعي (منصة الفايسبوك) في بث الوعي الديني وكيف يتم إستخدامها وما هي طرق التوعية وإقبال الشباب على مثل هذه المنصات من خلال الصفحات الدينية.

وتتمثل أهداف دراستنا في النقاط التالية:

- التعرف على مضامين ومحتوى الصفحات الدينية المنشورة عبر منصة الفايسبوك التي تساهم في تشكيل وبث الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين .

الفصل الأول: الإطار المنهجي

- وصف وتحليل وتفسير إستخدامات الطلبة الجامعيين لمنصات التواصل الإجتماعي وتحديد الفاييسبوك التعرف على مدى مساهمة منصة الفاييسبوك في تكوين الآراء والاتجاهات الدينية لدى الطلبة الجامعيين.
 - إلقاء الضوء على مختلف الأطر و المداخل النظرية لكل من منصات التواصل الإجتماعي والوعي الديني.
 - التعرف على معدل إستخدام المبحوثين ومدى ثقتهم في محتوى الصفحات الدينية على منصة الفاييسبوك.
 - التأكيد على ضرورة تفعيل ما يسمى بالإعلام الديني باعتبار أن البرامج الدينية أكثر المواضيع إثارة للمجتمعات الإسلامية.
- 5-مجالات الدراسة:

وهو المجال الذي تمت فيه الدراسة وقد إلتزمت الدراسة بجملته من المحددات كالتالي:

- أ/الحدود الموضوعية: إقتصرت هذه الدراسة على تحديد دور منصات التواصل الإجتماعي(منصة الفاييسبوك)في توعية الشباب من المنظور الديني.
- ب/ الحدود الزمانية: تم تطبيق تم تطبيق الدراسة خلال الموسم الدراسي 2023م/2024م من 15 فيفري إلى غاية 15 ماي
- ج/المجال البشري: تمت الدراسة على عينة من طلبة قسم العلوم الإسلامية بجامعة الشيخ العربي البسي-تبسة- حيث تم تطبيق الإستمارة على 75 طالب و طالبة.
- 6-مجتمع البحث وعينة الدراسة:
- أ-مجتمع البحث:

يتوقف نجاح التعيين على تحديد حجم مجتمع البحث وما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي وخصائصه بدقة، وتمثيل طبيعته وحداته بما إذا كانت متجانسة أم متباينة، وهل هي موزعة بشكل فئات أو طبقات مثل ما هو في الأبحاث الاستكشافية، فالمجتمع الإحصائي الذي تجرى عليه الدراسة يجب أن يشمل كل مفردات الدراسة .

ويمكن تعريفه حسب موريس أنجلس على أنه "المجتمع الذي تميزه خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي (سبعون، 2006، صفحة 298)"

وبالنسبة لمجتمع البحث الخاص بدراستنا تحدد بطلبة قسم العلوم الإسلامية لجامعة -تبسة - والذي بلغ عددهم الإجمالي 150 طالب(ة) موزعين على مستويين سنة أولى جذع مشترك علوم إسلامية وسنة ثانية تخصص أصول الدين، وقد وقع عليهم الاختيار نظرا لقابلية التعميم على جميع الوحدات وسهولة الوصول إلى مفردات الدراسة باعتبار أن الباحث هو جزء من هذا المجتمع مما يسهل توزيع استمارات البحث، وإمكانية حصر المفردات نظرا لصغر حجمها .

ب: عينة الدراسة:

تعرف العينة حسب قنديلجي "بأنها تمثل نموذجا يشمل جزءا من وحدات المجتمع الأصلي للبحث تكون ممثلة له، وتحمل صفاته المشتركة وهذا الجزء يغني الباحث عن دراسة جميع وحدات ومفردات مجتمع البحث (قنديلجي، 2013، صفحة 143)

ويمكن تعريفها بأنها "مجموعة من وحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئ من المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجها عليه (المشهداني، 2019، صفحة 79) ."

العينة القصدية "تعرف بأنها العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد وتكون تلك الأفراد من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة " (وأخرون، 1999، صفحة 96).

في مجال دراستنا وسعيا ووصولاً لأهداف البحث تم اللجوء إلى العينة كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي، حيث تكون ممثلة له في خصائصه وسماته، فتحديد العينية يؤدي إلى سيطرة أكبر على عملية تجميع المعلومات والتعامل معها بدقة وتوزيعها وتفسيرها واستخلاص النتائج، وتم اختيار العينة نظرا لصعوبة المسح الشامل على الدراسة .

وبالإسقاط على بحثنا تم اختيار عينة قصديه وهي عينة غير احتمالية يكون فيها الاختيار كفي، حيث ترتبط بموضوع بحث وتنطبق على دراستنا حيث طبقت أداة البحث المتمثلة في الاستمارة على 75 مفردة قصدنا بها طلبة قسم العلوم الإسلامية الذين يمتلكون حساب على منصة الفايسبوك (مجتمع الدراسة) منها إناث وذكور من كل مستوى دراسي على حدى مما تلبي احتياجات الدراسة وتخدم أهدافها وتجب عن تساؤلاتها .

الفصل الأول: الإطار المنهجي

وعلى هذا الأساس قمنا بإختيار 50% من مجتمع البحث والذي قدر ب 75 مفردة من (طلبة قسم العلوم الإسلامية) كالأتي:علما أن مجتمع ا

$$100\% \leftarrow 150$$

$$X \text{ مفردة} = \frac{150 \times 50}{100}$$

$$X \leftarrow 50$$

$$n = (\text{عدد العينة}) = 75$$

7-منهج الدراسة:

وفقا لطبيعة المشكلة البحثية المقترحة فإن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الاستكشافية الوصفية وذلك بالاعتماد على المنهج المسحي للإجابة على أسئلة البحث وتحقيق أهدافه، فيتبع الباحث هذا المنهج باعتباره من أكثر المناهج العلمية أهمية وأكثرها انتشاراً في البحوث الوصفية وارتباطها وهو الأسلوب الأمثل لجمع البيانات من مصادرها الأولية فهو يتلاءم مع طبيعة البحث بإستخدام المسح لجمع البيانات مع تحليل المعلومات للتوصل إلى استنتاجات تبني عليها، ويتحقق ذلك بواسطة استجواب جميع أفراد البحث أو عينة كبيرة مما يمكن الباحث من الوصف الشامل والتشخيص الدقيق للواقع في بيئة محددة ووقت معين .

كما أنه لا يقتصر دور منهج البحث الوصفي على عملية وصف الظاهرة وإنما يشمل جميع المعلومات والبيانات وتبويبها وتحليلها وقياسها وتفسيرها للتوصل إلى توصيف دقيق للمشكلة ونتائجها لذلك اعتمدنا في بحثنا على منهج الوصفي لأنه مناسب لتحقيق أهداف دراستنا الحالية والإجابة على تساؤلاتها وجمع بيانات ومعلومات الهدف منها تفسير وتحليل ظاهرة انتشار الصفحات الدينية على منصات التواصل الإجتماعي وبالتحديد صفحة الفايسبوك لمسجد أنس ابن مالك ودورها في تنمية الوعي الديني لدى الشباب الجامعي، باعتبارها شريحة عمرية كبيرة في المجتمع، والتعرف على معدل متابعتهم للمضمون الديني على هذه الصفحات وعلى مقدار ثقتهم بها، كما يفسر لنا هذا المنهج دوافع إستخدام الطلبة لمنصة الفايسبوك والإشباعات المحققة، ومنه يعتمد إلى تصنيف البيانات والحقائق وتجميعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها ومن ثمة استخلاص النتائج.

يعرف المنهج الوصفي بأنه " وصف دقيق ومنظم وأسلوب تحليلي للمشكلة أو الظاهرة المدروسة من خلال منهجية علمية للحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة حيادية وموضوعية بما يحقق أهداف البحث (الجبوري، 2013، صفحة 179)".

ويعرف أيضا "بأنه أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي للظاهرة كما بالواقع ويعبر عنها كميًا وكيفيًا فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها أما الكمي فيعطيها وصفا رقميا، يصف الحقائق اعتمادا على جمع البيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها بدقة، لاستخلاص دلالاتها وصولا إلى النتائج وتعميمها على الموضوع محل البحث" (المشهداني، 2019، صفحة 126).

8- أدوات جمع البيانات:

يتم جمع البيانات والمعلومات التطبيقية والميدانية بعدة أدوات، والتي تعدد عادة حسب طبيعة منهج البحث فقد يستخدم الباحث أكثر من أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة للإجابة على أسئلتها، فيكون ملما بالأدوات والأساليب المختلفة في جمع المعلومات لأغراض الدراسة .

وبالنظر لمتطلبات جمع البيانات الخاصة بكافة أجزاء دراستنا تم إستخدام الأدوات البحثية التالية:

(الملاحظة، الاستبيان)

أولا: الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أقدم وسائل جمع البيانات حول ظاهرة ما ويتم اللجوء إليها في حالة عدم كفاية كل من أداة الاستبيان والمقابلة في جمع البيانات الكافية، فهي تعطي معلومات لا يمكن الحصول عليها بإستخدام الطرق الأخرى

وتعرف لملاحظة " على أنها جهد حسي وعقلي منظم يقوم به الباحث للتعرف على بعض المظاهر الخارجية والخفية للظواهر والسلوك في موقف محدد ووقت معين (المشهداني، 2019، صفحة 151).

وهي أيضا "متابعة سلوك معين بهدف تسجيل بيانات بغرض إستخدامها في تفسير وتحليل مسببات وأثار ذلك السلوك (المحمودي، 2019، صفحة 150)"

تعريف آخر " هي عملية مراقبة للسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقتها بأسلوب علمي منظم وهادف بقصد تحديد علاقة بين المتغيرات والتنبؤ بالسلوك الظاهرة (عليان، دس ، صفحة 116)"

فالملاحظة كإحدى التقنيات المستخدمة في البحوث الميدانية فهي أسلوب للعمل والممارسة تمتاز دون غيرها بالمعاشرة المباشرة للموضوع (بوحوش، 1986، صفحة 41).

وقد اعتمدنا علي الملاحظة العلمية التي يحدد من خلالها الباحث والمشاهدات والسلوكيات التي يريد أن يجمع عنها المعلومات، وبالتحديد قمنا بإستخدام الملاحظة بالمشاركة وهي نوع من أنواع الملاحظة العلمية المنظمة حيث يكون الباحث أحد أفراد مجتمع البحث.

وتتعرف على انها "تلك الملاحظة التي يتقمص فيها الباحث أو من يمثله دور أحد الأشخاص الذين تتم ملاحظتهم .

وقد أفادتنا الملاحظة في دراسة المنشورات الدينية عبر صفحة الفايسبوك لمسجد انس بن مالك وفي معرفة مدى تأثر واستيعاب الشباب لهذه المضامين بإعتباره جزء من الجمهور المستهدف أي مستخدمي صفحة الفايسبوك ودوافعهم تجاه المضمون الديني .

و بما أننا جزء من مجتمع البحث فقد ساعدتنا الملاحظة بالمشاركة في الحصول على معلومات مفيدة ومهمة تم استغلالها أثناء إجراء الدراسة،

ثانياً: الإستبيان

يعد الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الإستخدام في العلوم الإنسانية، كونه يساعد في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه إذ يتوقف على استنطاق الأشخاص المستهدفين بالبحث.

ويمكن تعريفه "أنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة المصممة ومعدة لجمع البيانات اللازمة عن مشكلة محل الدراسة شرط أن يكون الباحث على معرفة دقيقة بالبيانات المطلوب جمعها وكيفية قياس المتغيرات "

ويعرفه محمد عبد الحميد على أنه " أسلوب لجمع البيانات يستهدف استخارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية مقننة لتقديم حقائق وأراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة

وأهدافها دون تدخل الباحث في التقدير الذاتي للمبجوثين في هذه البيانات (الحميد، 2000، صفحة 353)"

ويعرف بأنه "وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من عينة ممثلة من أفراد مجتمع الدراسة" (الجبوري، 2013، صفحة 148)

وقد اعتمدنا في بحثنا على أسلوب الإستبانة من خلال توزيعها ورقيا وتعبئتها لأنه يعد إحدى الوسائل الفعالة في جمع البيانات في إطار الدراسات الوصفية، ومناسب لطبقة مجتمع البحث وخصائص العينة، حيث إحتوى الإستبيان على عدة متغيرات رئيسية ومجاور كما يلي:

المحور الأول: المعلومات العامة والسمات الشخصية و السوسيوديموغرافية للمبجوث (الجنس، الفئة العمرية المؤهلات العلمية).

المحور الثاني: تم التطرق إلى عادات وأنماط إستخدام طلبة العلوم الإنسانية لمنصة الفاييسبوك، كأسلوب الإستخدام، أماكن الإستخدام، وسائل الإستخدام، الوقت الذي يقضيه في إستخدام منصة الفاييسبوك والوسيلة المستعملة لهذا الغرض.

المحور الثالث: تناول هذا المحور دوافع وأسباب إستخدام طلبة العلوم الاسلامية لمنصة الفاييسبوك – صفحة مسجد أنس ابن مالك.

المحور الرابع: مجالات إستخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة مسجد أنس ابن مالك .

المحور الخامس: الإشباعات المحققة من إستخدام الطلبة لصفحة الفاييسبوك -مسجد أنس ابن مالك-

9- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات شرط أساسي في من شروط البحث العلمي وإحدى الخطوات التي يحتاج إليها الباحث في دراسته بهدف الاتفاق على المحددات اللغوية والاصطلاحية والإجرائية لكل مفهوم قصد تسهيل المعاني والأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها من خلال إعطائها توضيحا دقيقا منذ بداية البحث .

ومن بين المفاهيم التي سنركز عليها في هذه الدراسة: منصات التواصل الإجتماعي، الفاييسبوك، الوعي الديني .

المنصة:

لغة:

المنصة (الموقع): ج مواقع، جذرها موقع وجذعها مواقع، الموقع اسم مكان الوقوع أي المكان الذي يشغله، مواضعه، مواقعه، أي محل الجهة التي يقع فيها (يحي، 1991، صفحة 1170).

اصطلاحا:

هي عبارة عن بوابة ويب تهتم بتقديم الخدمات التفاعلية التي تختلف وفق طبيعة ونشاط هذه المنصة إلى جانب المعلومات التي يتم تقديمها من خلاله. (عبود، 2021)

إجرائيا:

المنصة هي موقع أو تطبيق يتيح للأفراد التواصل وتبادل المعلومات والمحتوى عبر الانترنت وذلك من خلال إنشاء ملفات شخصية والتفاعل مع الآخرين وإضافة الأصدقاء والتعليق على المنشورات والمشاركة في المجموعات والصفحات الخاصة.

التواصل:

لغة:

توصل، يتوصل، توصيلا إليه، فهو متواصل وانتهى إليه والتواصل هو الصلة، الترابط والانتماء والانتهاء والإعلام، وتواصلت الأشياء تتابعت ولم تنقطع وتواصل الصديقان أي وصل احدهما الآخر في اتفاق (يحي، 1991، صفحة 232).

اصطلاحا:

يعتبره عبد الرحمن "التواصل مقولة كبرى تشمل الوصل الذي هو نقل الخبر والاتصال الذي هو نقل الخبر مع اعتبار المخبر والإيصال الذي هو نقل الخبر مع اعتبار المخبر والمخبر إليه. (العربي، 2005، صفحة 77)

ويعرف أيضا "بأنه تفاعل وليس مجرد عملية إرسال واستقبال فهو سلوك يستخدمه أحد الأطراف للتأثير في الطرف الآخر (رمضاني، د س ، صفحة 21).

إجرائيا:

التواصل يفيد نقل أخبار ومعان ومعلومات بوسائط إشارية من مرسل ومرسل إليه إستنادا إلى قنوات ترميزية، فهو تبادل تفاعلي بين فردين على الأقل ويتحقق عن طريق وحدات لغوية وغير لغوية .

الإجتماعي:

لغة:

اسم منسوب إلى اجتماع تقوده جماعة من الناس في النوادي أو في مكان معين، عمل اجتماعي وعمل منظم يهدف إلى تقدم وتطور الظروف الإجتماعية (يحي، 1991، صفحة 14).

إصطلاحا:

الإجتماع هو نسيج مكون من صلات اجتماعية، تلك الصلات التي يحددها الإدراك المتبادل بين الجانبيين، أو هو مجموعة من الأفراد يربطها رابط مشترك يجعلها تعيش عيشة ومشاركة تنظم حياتها في علاقات منتظمة معترف بها فيما بينهم (المانع، 2022، صفحة 23).

منصات التواصل الإجتماعي:

إصطلاحا:

يعرفها فايز الشهري "منظومة من الشبكات الإلكترونية عبر الإنترنت تتيح للمشارك فيها إنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمام والبوابات أو جمعية مع أصدقاء الجامعة أو غير ذلك" (شقرة، 2014، صفحة 59)

أما ريتشارد وكوشي فيعرفها بأنها "تطبيقات ومنابر وسائل الإعلام عبر شبكة الإنترنت التي تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات" (السويدي، 2014، صفحة 20)

التعريف الإجرائي لمنصات التواصل الإجتماعي:

هي تلك الشبكة الإلكترونية التي تمكن المستخدم الذي يمتلك جهاز الحاسوب أو الهاتف الذكي وغيرها والمتصلة بالإنترنت، من إنشاء موقع خاص به وإجراء اتصال ثنائي الاتجاه للتعبير عن أفكارهم واتجاهاتهم المشتركة .

تعريف الفيسبوك:

إصطلاحاً:

هو موقع يساعد على تكوين العلاقات بين المستخدمين يمكنهم من تبادل المعلومات والملفات والحوارات الشخصية، ومقاطع الفيديو والتعليقات كل هذا تعريف عالم افتراضي يقطع حاجز المكان والزمان (Methods, 2006, p. 08)

تعريف آخر "الفيسبوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين فيس face بوك book وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس الموقع، وهو شبكة للتواصل الإجتماعي ينتهي إلى موقع الويب (web 2,0) (قمحية، 2017، صفحة 58).

التعريف الإجرائي:

هو منصة إلكترونية للتواصل الإجتماعي بحيث يتم من خلاله تبادل الصور والنصوص والفيديوهات والربط والتواصل مع الأصدقاء والتعرف عليهم في عالم افتراضي للتعبير عن أفكارهم وقيمهم الدينية وانشغالاتهم اليومية .

تعريف الوعي:

لغة:

مصدر وعي، يعي، وعيا فهو واع (البليش، 1991، صفحة 123)، وهو الفهم وسلامة الإدراك (يعي، 1991، صفحة 1336).

إصطلاحاً:

يعرف قاموس اكس فورد الوعي بأنه "المعرفة المتبادلة بين الأشخاص أو المعرفة والإيمان الراسخ والحجج والقناعة التي تؤدي إلى الإقناع بصحة الشيء أو الأفكار والانطباعات والمشاهدة الموجودة في الشخص الواعي، والوعي هو الصفة التي تميز مقدرة الأفراد أو الأشخاص على التفكير" (جلال، 2012، صفحة 15).

الوعي يعني إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به وهو درجات من الوضوح والتعقيد والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه و وظائفه العقلية والجسمية وإدراكه بخصائص لعالم الخارجي، وإدراكه لنفسه باعتبارها عضو في الجماعة. (إبراهيم، 2002، صفحة 305)

إجراءيا:

هو تلك الحالة الإدراكية التي يكون عليها العقل البشري أي ما يمتلكه الإنسان من أفكار و وجهات نظر تتعلق بالحياة ومفاهيمها وما يحيط به من بيئة.

تعريف الدين:

لغة:

جمعه أديان يعني الطاعة والانقياد -العادة والحكم. (يحي، 1991، صفحة 351) والدين هو العقيدة التي يتدين بها الإنسان -الملة -ما يدين به الإنسان لربه. (الزبيدي، 2010، صفحة 163)

قال تعالى "إن الدين عند الله الإسلام" آل عمران الآية 19

وقوله تعالى "ومن يتبع غير الإسلام ديننا فلن يقبل منه" آل عمران 85.

اصطلاحا:

الدين اصطلاحا هو مجموعة الضوابط الإيمانية الإجتماعية والسلوكية التي تحدد سلوك الإنسان ومعتقداته في المجتمع المسلم وإيمانه بالله وملائكته والكتب السماوية واليوم الآخر (علي، برامج تربية الطفل ما قبل المدرسة ، 1944، صفحة 37).

وهو أيضا الشرع الإلهي المتلقي عن طريق الوحي (الخلق، 2004، صفحة 9_11).

في معجم اكسفورد "هو الاعتقاد بوجود اله وآلهة والأنشطة المرتبطة بعبادة تلك الآلهة أو بتعاليم الزعيم الروحي (البصل، د س ، صفحة 14)

ويعرف أيضا بأنه "ما وضعه الله مما يسوق إلى الحق في المعتقد والخير في السلوك، مما يؤدي إلى خيري الدنيا والآخرة (المؤلفين، د س ، صفحة 325_328).

وهو حالة من الوعي تتجسد في مفهوم العبادة وهو مفهوم شامل يعطي جميع جوانب الحياة الروحية والمادية والدينيوية والأخروية وهي مكونة في محصلة من العلم (الهمزاني، 1995، صفحة 05)،

إجرائيا:

هو مطلبا فطريا وضرورة اجتماعية لأنه يلبي حاجة الإنسان الفطرية للاعتقاد، ويمثل كذلك أكبر عامل ضبط اجتماعي يتضمن تماسك المجتمع واستقراره ونظامه، فهو يمثل منهجا كاملا متكاملا للحياة .

الوعي الديني:

الوعي الديني: هو مجموعة من المعارف والقيم والاتجاهات والمبادئ الدينية التي تتيح للفرد مواجهة بعض المواقف والمشكلات الحياتية بجميع مجالاتها ويتعامل معها بطريقة صحيحة في ضوء الأحكام الشرعية (الرشيد، 2008، صفحة 228).

يعرف الوعي الديني بأنه الإدراك الحقيقي والمعرفة التامة بالإطار الفكري الديني، مما يشتمل عليه من إلمام معرفي بالدين والشعائر والثواب والعقاب وينتج عنه التدين الذي يعد تعبيرا عن الدين في صورة إجرائية سلوكية (الذايدي، 2020، صفحة 151، 150).

وهو عبارة عن مجموعة من المعارف المتعددة التي تحكم العلاقة القائمة بين الناس وبين مجتمعهم وعلاقتهم بالله سبحانه وتعالى من خلال إدراكهم لأحكام دينهم . (يعقوب هـ، 2021، صفحة 143)

التعريف الإجرائي للوعي الديني: يعبر عن كونه محصلة أفكار وقيم وممارسات البشر الدينية بمعنى مجموعة ضوابط إيمانية واجتماعية تحدد سلوك الإنسان ومعتقداته وأرائه ومواقفه في المجتمع الإسلامي

10-الدراسات السابقة:

يعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطوة مبدئية وأساسية من مراحل البحث، فهي تساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام لموضوع بحثه وإعطاءه توجهات حول خطوات البحث .

وقد تم التركيز في بحثنا على أهم الدراسات المرتبطة بموضوع دراستنا والتي تطرقت إلى مواضيع منصات التواصل الاجتماعي والوعي الديني وقمنا بتصنيفها حسب الدرجة العلمية إلى دكتوراه وماجستير كما تنوعت بين عربية وأجنبية وتمت الإشارة إلى أبرز ملامحهما من خلال التعقيب عليها .

وتمثلت هذه الدراسات في ما يلي:

أ/ أطروحة الدكتوراه

• الدراسة الأولى:

دراسة سهام قنيفي، 2019، بعنوان علاقة استخدام مواقع التواصل الإلكتروني بالاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد خيضر، بسكرة (قنيفي، 2019)

انطلقت هذه الدراسة من الإشكالية التالية:

ما طبيعة العلاقة القائمة بين استخدام مواقع التواصل الإلكتروني فيسبوك ومستوى الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجزائري ؟

سعت الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تمثلت في:

- التعرف على مدى استخدام الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك

- تحديد عادات وأنماط الاستخدام لدى الشباب الجزائري لموقع الفيسبوك

- رصد أسباب استخدام موقع الفيسبوك من قبل الشباب الجزائري

- تحديد أبعاد الاغتراب الاجتماعي الأكثر بروزا لدى الشباب الجزائري نتيجة استخدام موقع الفيسبوك

إعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج المسحي و هو أحد المناهج الأساسية المتدرج زمن الدراسات الوصفية حيث لجأت إلى استخدام أسلوب المسح بالعينة، واستعانة هذه الدراسة بأدوات البحث التالية: الملاحظة. الاستبيان الإلكتروني كأدوات لجمع البيانات من المستخدمين.

وقد كشفت نتائج الدراسة على ما يلي:

وجود أقدمية استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة .

دورية استخدام موقع الفيسبوك لدى أفراد العينة

النشاطات التي يقوم بها أفراد العينة عند استخدامهم لموقع الفيسبوك.

وجود مستوى متوسط من الاغتراب الإجتماعي لدى الشباب الجزائري.

• الدراسة الثانية:

دراسة فاطمة صالح علي الخطيب، 2017، صالح علي الخطيب بعنوان آثار شبكات التواصل الإجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظر أنفسهم، أطروحة دكتوراه في كلية التربية، قسم الإدارة وأصول التربية، جامعة اليرموك، الأردن (الخطيب، 2017).

تناولت هذه الدراسة إشكالية البحث حول الآثار السلبية والإيجابية لشبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظر جامعة اليرموك .

وركزت على الأهداف التالية:

-إيجاد الفروق في تقديرات أفراد عينة الدراسة على فترات آثار شبكات التواصل الإجتماعي التي تقرئ لبعض المتغيرات مثل الجنس والكلية والمستوى داخل الأسرة، ومعدل الإستخدام اليومي للشبكات .

-بيان طبيعية العلاقة بين آثار شبكات التواصل الإجتماعي والرقابة الذاتية لطلبة جامعة اليرموك من وجهة نظرهم .

-كشف مستوى الرقابة الذاتية عند طلبة جامعة اليرموك أثناء إستخدامهم لشبكات التواصل الإجتماعي.

وقد اعتمدت على المنهج الوصفي الارتباطي ويقوم بجمع البيانات بواسطة أداة الإستبانة، حيث تم اختيار عينة طبقية عشوائية تبلغ 712 فردا من أصل مجمع بحث يتكون من (31094) طالب موزعين على الكليات العلمية الإنسانية .

و من نتائج هذه الدراسة نجد:

-إن ايجابيات وسلبيات إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي بين الطلبة لم ينتج من خلل في الدين ذاته بل نتج عن خلل في عملية بناء وتعلم هذا الدين في نفوس الطلبة، وخلل في بيئة المجتمع ككل ناتج عن إهمال تطبيق شرع الله في حياة المجتمع بشكل عام والطلاب بشكل خاص.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير معدل الإستخدام اليومي لشبكات التواصل الإجتماعي عنده مستوى (0.05) في حين لم تصل قيمة الفايبيوك إلى هذا المستوى .

-هناك علاقة طردية بمعنى كلما زاد مستوى الرقابة الذاتية ارتفع مستوى الآثار الجانبية لشبكات التواصل الإجتماعي.

• الدراسة الثالثة:

دراسة عبد الله عائد سعد الغامدي، 2016، م بعنوان الوعي الديني عند طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض متغيرات التنشئة الإجتماعية بمنطقة الباحة جامعة أم القرى، أطروحة دكتوراه كلية التربية قسم التربية الإسلامية (الغامدي، 2016).

وقد تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل التالي: ما مستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية في ظل متغيرات التنشئة الإجتماعية وما العلاقة بينهما ؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

-التعرف على مستوى الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الابتدائية في ظل متغيرات التنشئة الإجتماعية بالمجتمع ومعرفة طبيعة العلاقة بينهما، أي من متغيرات التنشئة الإجتماعية قد يكون لها الأثر الأكبر في تشكيل الوعي الديني. لدى طلاب المرحلة الابتدائية في التغيرات المجتمعية بمنطقة الباحة

-بيان أهمية دراسة الوعي الديني في المرحلة الابتدائية.

-تحديد أهم المتغيرات التي بينهم بتشكيل هذا الوعي الديني لدى هؤلاء الطلاب.

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الإرتباطي الذي يعتبر المنهج المناسب لكتابة مثل هذه الأبحاث، وطبقت على عينة مفادها 400 مفردة من طلاب الصفين الخامس والسادس باستخدام أداة الاستبيان لجمع المعلومات،

وخلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

-وجود درجة أو مستوى جيد من الوعي الديني لدى طلاب المرحلة الإبتدائية

-وجود تأثير واضح لمتغيرات التنشئة الإجتماعية على طلاب المرحلة الابتدائية.

-وجود علاقة إرتباطية إيجابية ذات دلالات إحصائية بين درجة الوعي لدى طلبة المرحلة الابتدائية.

ب/ رسالة الماجستير

• الدراسة الأولى:

دراسة بسمه حسين عيد يونس، 2016، بعنوان إدمان شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقتها بالاضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة، رسالة ماجستير في علم النفس، كلية التربية، بجامعة الأزهر، فلسطين، (عيد، 2016).

تبرز إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما العلاقة بين إدمان شبكات التواصل الإجتماعي لدى طلبة جامعة الأزهر بغزة ولاضطرابات النفسية؟

حيث قامت هذه الدراسة على محاولة فهم العلاقة بين المتغيرين وذلك لتحقيق جملة من الأهداف:

- التعرف على مستوى الإدمان على شبكات التواصل الإجتماعي بالاضطرابات النفسية لدى عينة الدراسة.
- الكشف عن نوع وطبيعة واتجاه العلاقة بين إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي بالاضطرابات النفسية.

وتم توظيف المنهج الوصفي في الدراسة وتكون مجتمع البحث من (12219) طالب وطالبة وقد استخدمت كل من العينة الاستطلاعية مكونة على 50 مفردة من العينة الفعلية مكونة من 619 مفردة وطبقت عليها الأدوات التالية:

مقياس الإدمان على مواقع التواصل الإجتماعي (إعداد الباحثة) ومقياس الاضطرابات النفسية .

وأظهرت نتائج الدراسة كما يلي:

- وجود فروق بين مدمني الانترنت وغير مدمني في كل من القلق والاكتئاب والوحدة نتيجة نحو المدمنين، كما أن شبكة الإنترنت وتطبيقات الكمبيوتر.

- شبكات التواصل الإجتماعي سبب آثار نفسية خاصة على الفئات الصغيرة حيث يختلط الواقع بالوهم وتختلط ارتباطات غير موجودة في العالم الواقعي فمدمن الانترنت تحدث له حالة من القلق والاكتئاب والشعور بالوحدة والانطواء بسبب عدم قدرته على المواجهة الإجتماعية، فتقل لديه مهارات التواصل ولا يستطيع الدخول في علاقات مع الآخرين ولا يمكنه التعبير عن نفسه ونقل قدرته على اتخاذ القرار، فالفرد المفرط في إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي يكون بعيدا عن التجارب الحياتية الدائمة والعميقة ويتعرض لمشاكل نفسية وبيولوجية مشابهة لأعراض الإدمان وأنواع الإدمانات الأخرى ،

• الدراسة الثانية:

دراسة حسين نابلي، 2015، بعنوان دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الإجتماعي دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الخطابات الدينية على شبكة الفايسبوك. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر3، (حسين، 2015).

تمحورت إشكالية الدراسة حول صفحات الفايسبوك المتخصصة بخطاب مرئي يحمل العديد من الرموز والدلالات والأفكار الدينية لتحقيق هدف ما من خلال السؤال التالي: ما هي دلالات مقاصد الخطاب الديني في شبكات التواصل الإجتماعي؟

يتمثل الهدف العام للدراسة في:

- التعرف على صفحات شبكة الفايسبوك خاصة الدينية منها على اعتبارها خطابات اتصالية دلالية .

- معرفة آليات تبليغ مضامين صفحات الفايسبوك الدينية لمستخدمي شبكة الفايسبوك.

- التنقيب على الدلالات المتضمنة في الخطاب على شبكة الفايسبوك من خلال المبادلة العلمية لصفحة الفايسبوك الدينية باعتبارها أنساق سيميولوجية دلالية .

وقد اعتمدت الباحثة على منهجين المنهج المسحي ومنهج التحليل السيميولوجي ووقع اختيار الدارسة على عينة غير احتمالية، وطبقت هذه الدراسة على العينة الغير احتمالية القصدية تتكون من مفردات العينة بالتحليل السيميولوجي حيث تمثل مجتمع البحث من مستخدمي شبكة الفايسبوك بإستخدام الملاحظة ومقاربات التحليل السيميولوجي كأدوات للتحليل وأسلوب للعمل الميداني .

توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج كما يلي:

-تم التعرف إلى أهم المواضيع التي تطرق لها الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الإجتماعي فكانت اغلب المضامين تندرج ضمن جانب الأخلاق الكريمة والصفات الحسنة والسلوك المستقيم، تتجه الخطابات إلى تقسيم القرآنوالأحاديث النبوية.

-مقاصد الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الإجتماعي والأفكار التي تهدف لتبليغها في الوظيفة الالفهامية التي حددها جارك سون في مخططة الاتصالي لوظائف اللغة .

-أبرزت غاية الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك هو إعداد الشخصية المسلمة الواعية لمهمتها في الحياة من خلال تذكير المتلقين بأهم أمور دينهم وعرض تفاسير الآيات القرآنية.

-أساليب ومناهج الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الإجتماعي نتيجة الخطاب الديني عبر موقع الفايسبوك إلى البساطة والإيجاز في الطرح والبعد عن التكلف، وقد اعتمد الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الإجتماعي إلى المناهج التي يصفها الدعاة الإعلاميين والعلماء باجتهادهم في جانب الإعلام الإسلامي

-خصائص الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الإجتماعي، فأهم ما تم استخلاصه من الدراسة الميدانية هو الإيجابية في طرح الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك والدفع بالتي هي أحسن والدعوة بالحكمة ومراعاة الزمان والمكان ومعالجة القضايا الدينية وحل مشكلات العصر وفهم وتحديد حاجاته.

-يقوم الخطاب الديني بتحريك المشاعر والانفعالات والمساهمة في بناء ثقافة إيجابية وإظهار حقيقة حيوية في الإسلام وتدفق المزيد من الإنجازات .

• الدراسة الثالثة:

صابر لامية، 2010، الحملات الإعلانية في باقة MBC ودورها في التوعية الدينية لدى الشباب دراسة ميدانية على عينة من شباب سطيف، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال قسم علوم الإعلام والاتصال، بجامعة سطيف1، الجزائر، (لامية، 2010)

حيث انطلقت من الإشكالية التالية دور الحملات الإعلانية التي تبنتها باقة MBC في توعية الشباب دينيا وأثارها المحتملة عليهم من خلال السؤال الموالي: ما دور الحملات الإعلانية الدينية التي تبنتها باقة MBC في التوعية الدينية لشباب سطيف ؟

وقد سعت الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف منها:

-محاولة الوصول إلى حقيقة التأثيرات التي يحدثها هذا النوع من المضامين الإعلامية-الحملات الإعلامية التوعوية-هي أكثر الشبكات العربية مشاهدة MBC

-إبراز الدور الفعلي الذي تقوم به الحملات الإعلانية MBC في التوعية الدينية ومدى قدرتهم على توجيه الشباب نحو الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية.

-التعرف على درجة إقبال الشباب على هذه الإعلانات الدينية ومعرفة الدوافع الحقيقية لهذا الإقبال .

و اندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة، حيث اعتمدت هنا على أسلوب العينة القصدية عن طريق توزيع الاستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات كما اعتمدت أيضا على المقابلة كأداة ثانية لجمع المعطيات.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

-إن باقة MBC لها حضور قوي بين مشاهدة القنوات العربية كما تحتل MBC 1 المرتبة الأولى في المشاهدة بالنظر إلى تنوعها وتوجهها إلى كل الفئات.

-مشاهدة الشباب لكل البرامج التي تبثها الباقة مع وجود بعض التفاوتات في درجة المشاهدة حين مشاهدة الأفلام والمسلسلات بنسبة 18.65% وهي النسبة الكبيرة للمشاهدة نظرا إلى خصائص الفئة المستهدفة، كما يشاهد الشباب الأخبار الرياضية.

-تعتبر جملة أقم صلاتك من أكثر الحملات إلا التي أثارت اهتمام الشباب كما أنها تمس أهم أركان الدين الإسلامي

إن أهم الممارسات الدينية التي تدعو إليها الحملات الإعلانية الدينية هي أداء الصلاة والعبادات المفروضة، صيام، زكاة ..، الخ،

ج/ المجالات العلمية:

دراسة كل من هبة محمد إسماعيل عبد الله وعبد الغني سليمان حسن يعقوب، 2021، والتي كانت بعنوان مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية الفاييسبوك كنموذج دراسة على طلاب كلية الإعلام، المجلة العربية للإعلام و ثقافة الطفل بجامعة أم درمان الإسلامية (يعقوب هـ، 2021).

و تمثلت إشكالية الدراسة في ما هو دور مواقع التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية الفاييسبوك نموذجا؟

هدفت هذه الدراسة إلى:

-التعرف على مساهمة الفاييسبوك في نشر الوعي الديني .

الفصل الأول: الإطار المنهجي

-توضيح المضامين الدينية التي تم نشرها عبر صفحة الفيسبوك .

-التعرف على دوافع نشر وتلقي المواد الدينية على صفحات الفيسبوك.

حيث تم توظيف المنهج الوصفي التحليلي، وإستخدام أداة الإستبانة (استمارة إلكترونية) لجمع البيانات وتم توزيعها على عينة عشوائية مكونة من 206مبحوثا .

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج نذكر منها ما يلي:

-اغلب المبحوثين يفضلون تلقي المنشورات الدينية شكل نصوص و فيديوهات .

-أكد المبحوثين تعرضهم لصفحات الفيسبوك في فترات مختلفة كل ما أتاحت لهم الفرصة .

-أثبتت الدراسة أن الفيسبوك أسهم في تعريف الطلاب بتعاليم الدين الإسلامي واكسبهم معلومات دينية جديدة وتصحيح بعض المفاهيم الخاصة لديهم .

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

د/الدراسة الأجنبية:

"Nosiba Ali Almosa, Role of Social Networks in Developing Religious and social Values of the students of the world I Islamic Sciences Education University 2015 " (Almoussa, 2015)

دراسة بعنوان دور الشبكات الإجتماعية في تنمية القيم الدينية والإجتماعية لطلاب جامعة العلوم الإسلامية العالمية وهي دراسة قامت بها الطالبة نسيية علي موسى وتلخصت الإشكالية في دراستها بالتساؤل الرئيسي التالي " ما هو دور الشبكات الإجتماعية في القيم الدينية والإجتماعية لطلبة الجامعة الأردنية من وجهة نظرهم ؟

حيث هدفت الدراسة لتعرف على دور الشبكات الإجتماعية في القيم الإجتماعية والدينية لطلبة جامعة العلوم الإسلامية العالمية و التعليم في العالم .

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أما عن منهج هذه الدراسة قد استخدمت المنهج المسحي الوصفي، وتكونت عينة الدراسة التي تم اختيارها باستخدام الطريقة العشوائية الطبقية من 334 طالبا وطالبة وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات بعد التحقق من صدقها وثباتها .

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

-أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في القيم الإجتماعية والدينية تعزى إلى وسائل التواصل الإجتماعي، وأوصت الدراسة بضرورة تسليط الضوء على الجانب القومي لوسائل التواصل الإجتماعي ودراسة المشكلات التي تعيق و تفعيل دور شبكات التواصل الإجتماعي في إصلاح القيمة لدى الشباب .

التعقيب على الدراسات السابقة:

- حاول الباحثين التركيز على منصات التواصل الإجتماعي من مداخل مختلفة تربوية ونفسية واجتماعية، لذا تسعى هذه الدراسة لتقديم رؤية علمية من خلال دراسة ميدانية تتناول دوافع استخدامات الشباب الجامعي إجمالاً لمنصة الفايسبوك خاصة والإشباعات المحققة من ذلك.
- ركزت بعض الدراسات على موقع واحد من منصات التواصل الإجتماعي مثل الفايسبوك أو تويتر أو انستغرام من خلال مداخل نظرية متعددة مثل نظرية الإستخدامات والإشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والبنائية الوظيفية .
- تناولت الدراسات السابقة أحد المتغيرات فقط إما منصات التواصل الإجتماعي أو الوعي الديني بينما جمعت دراستنا بين هاذين المتغيرين معا .
- ركزت دراسة كل من (هبة محمد إسماعيل عبد الله وعبد الغني سليمان حسن يعقوب، نسبية علي موسى) على معالجة موضوعاتها من زاوية ادوار المؤثرين على وسائل التواصل الإجتماعي في إعادة نشر وتشكيل المعتقدات الدينية وبعض الممارسات لدى الشباب في المجال الديني

أجريت الدراسات السابقة في الفترة ما بين (2010 و2021) بينما أجريت دراستنا في السنة الجارية 2024 وهو مؤشر قوي على مدى الاختلاف من حيث الحداثة وأيضا الاختلاف في المنطقة الجغرافية ومكان الدراسة الذي حددناه بمسجد أنس ابن مالك (صفحة الفايسبوك أنموذجا).

أوجه الاستفادة:

أفادت هذه الدراسات في تحديد الإطار النظري للدراسة ومعرفة أهم المراجع العربية والأجنبية التي يمكن الاعتماد عليها في دراستنا الحالية ومن الدراسات التي اعتمدنا عليها دراسة (كل من عبد الله عائد سعد الغامدي ودراسة هبة إسماعيل عبد الله وعبد الغني سليمان حسن يعقوب و دراسة سهام قنيفي وفاطمة صالح الخطيب)، حيث إفادتنا هذه الدراسات في بلورة وصياغة مشكلة الدراسة وتحديد تساؤلاتها من خلال التعرف على أهم المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة والأساليب التي يستخدمها الباحث ثم تحديد منهج الدراسة وإتباع الخطوات المنهجية المعتمدة

الاستفادة من النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في تحليل وتفسير نتائج دراستنا ومقارنتها بها ،

الفصل الثاني:
الإطار النظري

الفصل الثاني: الإطار النظري

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لمنصات التواصل الاجتماعي

1- التعريف بمنصات التواصل الاجتماعي

2- نشأة وتطور منصات التواصل الاجتماعي

3- أبرز أنواع منصات التواصل الاجتماعي

4- خصائص منصات التواصل الاجتماعي

5- مميزات منصات التواصل الاجتماعي

6- دوافع استخدام منصات التواصل الاجتماعي

7- إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الاجتماعي

المبحث الثاني: ماهية منصة الفايستوك

1- التعريف بمنصة الفايستوك

2- نشأة وتطور منصة الفايستوك

3- خصائص وسمات منصة الفايستوك

4- أسباب ودوافع استخدام منصة الفايستوك

5- إيجابيات وسلبيات منصة الفايستوك

المبحث الثالث: مدخل مفاهيمي للوعي الديني

1- مفهوم الوعي الديني

2- نشأة وتطور الوعي الديني

3- أهمية الوعي الديني

4- فوائد الوعي الديني

5- أبعاد الوعي الديني

6- عوامل تشكل الوعي الديني

7- مصادر الوعي الديني (المصادر الإسلامية)

المبحث الرابع: الوعي الديني عبر وسائط التواصل الاجتماعي

1- الإعلام ودوره في تشكيل الوعي الديني

2- دور منصات التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الديني

3- دور منصة الفيسبوك في نشر الوعي الديني

4- دور المساجد والزوايا في نشر الوعي الديني

5- طرق التوعية الدينية داخل الجامعة

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لمنصات التواصل الاجتماعي

1-التعريف لمنصات التواصل الاجتماعي :

يعرفها محمد العوض محمد " بأنها عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس وتسمح بنقل البيانات الالكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على الآخرين يشتركون في نفس المصالح "1 (محمد، 2020، صفحة 21)

وتعرف أيضا بأنها" مصطلح يقوم على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت، وقد ظهرت هذه المواقع مع الجيل الثاني للويب لتساعد الأفراد على التواصل والتفاعل في بيئة مجتمع افتراضي (محمد، 2020، صفحة 22) "

يعرفها عبد الرحمان إبراهيم " بأنها الفضاء الافتراضي الذي أتاح للفرد الجماعات التواصل فيما بينهم، حيث تسمح بإنشاء مواقع اجتماعية لمستخدميها، وإمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الالكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل " (ابراهيم، 2015)

ويعرفها زاهر راضي "على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدمين فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها (صالح، 2015، الصفحات 280- 281)

يعرفها أبو يعقوب بأنها "مجتمعات إلكترونية افتراضية تسمح للمستخدمين فيها من كل الأجناس بإنشاء حساب خاص بهم، وتقدم لهم مجموعة من الخدمات من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل في أي وقت يشاءون، وفي أي مكان في العالم من خلال مجموعة من الطرق مثل المحادثة والبريد الإلكتروني والرسائل والفيديو وتبادل الملفات والمدونات والمحادثات والصوتية " (خليل، 2015، صفحة 31)

و بالتالي فمنصات التواصل الاجتماعي تعد مواقع وتطبيقات عبر الانترنت تمكن المستخدمين من التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، حيث تعتبر أداة هامة للتواصل الاجتماعي ونشر الأفكار والمعلومات والترويج للمنتجات والخدمات وبناء علاقات اجتماعية واحترافية

التعريف الإجرائي:

هي منصات على شبكة الانترنت ظهرت منذ سنوات، تعبر عن منصات اجتماعية تفاعلية تسمح لروادها بإنشاء حساب وصفحات خاصة بهم وربطها بنظام اجتماعي الكتروني يتيح فرصة الحوار وتبادل الثقافات بين أعضائها في أي وقت يشاءون و في أي مكان من العالم من خلال مشاركة المحتوى الرقمي كالنصوص والصور ومقاطع الفيديو، مما أكسبها اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين الأفراد ومن أشهرها "الفايسبوك، تويتر، اليوتيوب.... وغيرها"

2- نشأة وتطور منصات التواصل الاجتماعي :

يعد البريد الإلكتروني أول وسيلة قامت بتمكين الأفراد من التواصل بسهولة واسعة النطاق، في حين قامت المنتديات بتوسيع مجال المشاركة حيث يمكن للأفراد أن يكونوا مشاركين نشطين أو متصفحين حسب دورهم في هذه المنتديات (كايي، 2020، صفحة 608). كما بدأت منصات التواصل الاجتماعي بالظهور في الولايات المتحدة الأمريكية في نهاية التسعينات مثل calassmarts.com، سنة 1995 للربط بين زملاء الدراسة وأيضا six degrees.com سنة 1997 (محمد، 2020، صفحة 19) ولقد تم إنشاء هذه المنصات الاجتماعية من قبل "رانوي كون رادز" ووصل عدد مستخدميها إلى 5 مليون في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية، حيث تعبر عن جميع مراحل التعليم من الحضنة وحتى الجامعة (شقرة، 2014، صفحة 58)، مما يجعلها شاملة ومفيدة لجميع الطلاب في مختلف المستويات التعليمية .

وبالإضافة إلى ذلك شهدت المنصات الاجتماعية نموا كبيرا مع ظهور منصات التواصل الاجتماعي التي ركزت على بناء وتعزيز الصداقات freindster وماي سبيس my space الفايسبوك face book والتي تعد من أكثر المنصات شهرة بين جميع المنصات الاجتماعية عبر الانترنت (محمد، 2020، صفحة 19)، كما نعرفها اليوم حيث ظهرت منصة فراند freindster بشكل ناجح لدرجة أن جوجل قدمت عرضا لشرائها في سنة 2003، لكن لم يتم التوصل إلى اتفاق بشأن الشروط وبعدها ظهرت منصة سكاى روك sky rock لمنصة للتدين ثم تحولت بشكل كامل إلى منصة اجتماعية سنة 2007 حيث استطاع تحقيق انتشار واسع ليتم ويتوسع في سنة 2008 إلى احتلاله المركز السابع في تركيب المنصات الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين (جرار، 2012، صفحة 39).

الفصل الثاني: الإطار النظري

وفي بداية سنة 2005 ظهرت منصة "ماي سبيس" التي وصل عدد مشاهدات صفحاتها إلى مستوى يفوق جوجل وتعتبر من أوائل وأكبر المنصات الاجتماعية على مستوى العالم ومع تزايد شعبية الشهرير الأمريكي فايسبوك وانتشارها السريع بدأت منصة "ماي سبيس" تواجه تحديات جديدة مما دفع الفاييسبوك إلى فتح أبوابه للمطورين في إتاحة تكوين وتطوير تطبيقات على المنصة، وهذا ما أدى إلى ارتفاع وتزايد عدد مستخدمين الفاييسبوك بشكل كبير (محمد، 2020، صفحة 20).

وهناك عدة إستخدامات لمنصات التواصل الاجتماعي الالكتروني على الانترنت وتستخدم في الثقافة العربية لغرض العلاقات الشخصية والتسويق والإعلام وتعتبر وسيلة لجمع المعجبين بفنان أو موسيقى معينة وكذا نشر أعمال فنانيين ونشر المقالات والمدخلات الأدبية وهي أيضا وسيلة للتعبير ونشر المعلومات.

تمثل منصات التواصل الاجتماعي الالكتروني على الانترنت تطورا لفكرة المدونات بشكلها الحالي، ونتيجة لذلك يمكن للأفراد كتابة مدوناتهم على الفاييسبوك في شكل ملاحظات notes وتعليقات بدلا من الاعتماد على المدونات الخارج

3- أبرز أنواع منصات التواصل الاجتماعي :

تنوعت منصات التواصل الاجتماعي وازداد انتشارها في الفترة الأخيرة نتيجة اتساع رقعة التفاعل الاجتماعي عبر هذه المنصات وهي من أهم مظاهر تطور العصر الرقمي ومن أبرز هذه المنصات نجد:

الفايسبوك: Face book

هو منصة تواصل اجتماعي مجانية متداولة منتشرة عبر الانترنت تتيح للمستخدمين بإنشاء صفحات شخصية وكذا تحميل الصور والفيديوهات وإرسال الرسائل إلى العائلة والأصدقاء بهدف التواصل، ووفقا لبعض الإحصائيات فان مستخدمين الانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية مثلا ينفقون وقتا على الفاييسبوك أكثر من أي المنصات الأخرى حيث يهدف إلى منح الناس القدرة على المشاركة وجعل عالمهم أكثر انفتاحا وانتشارا وبالتالي يتيح لهم فرصة التواصل أكبر فيما بينهم ويصبح الأشخاص قادرين على الاتصال المستمر مع أصدقائهم وعائلاتهم مما يقيمهم على إطلاع مستمر بما يحدث في العالم من حولهم، ويسمح لهم بتبادل مشاعرهم وهمومهم الحياتية، ولكن في نفس الوقت يجعل بعضهم يراقب البعض الآخر

حيث تلخص هذه المقولة الهدف الذي تسعى غالبية منصات التواصل الإجتماعي لتحقيقه، ولم يعد هناك شك في أن الجمهور قد استسلم لفكرة منصات التواصل الإجتماعي، وبالتالي تعد منصة الفاييسبوك من أكثر المنصات انتشارا، حيث يستخدمها حوالي ملياري مستخدم حول العالم شهريا (قمحية، 2017، صفحة 24_25).

التويتير: Twitter

تعتبر منصة تويتير واحدة من منصات التواصل الإجتماعي التي توفر خدمة التدوين المصغر، وهي تعتمد على تقنية الرسائل القصيرة للتفاعل والتواصل بين المستخدمين، حيث تسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مئة وأربعين حرفا فقط للرسالة الواحدة ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتير وعلى شكل رسائل sms وهي رسائل نصية مختصرة ترسل عن طريق الهاتف النقال، حيث تظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لمنصة تويتير ويمكن للأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية أو عن طريق البريد الإلكتروني، حيث ظهرت منصة تويتير والتي تعرف حاليا بمنصة x سنة 2006م كمشروع بحثي قامت به شركة obviuous الأمريكية ثم أطلق رسميا للمستخدمين من نفس السنة.

ومن أهم مميزات منصة تويتير نجد :

- ✓ تسمح هذه المنصة بعدد محدود من المدخلات والتي لا تتجاوز مئة وأربعين حرفا، لا تسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب بل تدفع مستخدمها إلى الدخول في الفكرة أو الرأي أو الخبر الذي يريده مباشرة بعكس منصة الفاييسبوك والتي تسمح بإدخال معلومات كبيرة ومتشعبة وبالتالي فمنصة تويتير تسمح بنشر الخبر أو الفكرة بسرعة وسهولة .
- ✓ تمتاز منصة بالسرعة في نشر الخبر على الانترنت فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان الملايين المشتركين في الانترنت من قراءة ما كتب والاستفادة منه، وأيضا يتيح إمكانية التواصل بين المستخدمين عن طريق رسائل sms ، حيث يمكن استقبال آخر أصدقاء في أي وقت من خلال رسائل قصيرة .
- ✓ متابعة آخر الأخبار والمدونات والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية دون الحاجة إلى زيارة كل منصة على حدا.
- ✓ يمكن لهذه المنصة أن تؤدي دورا كبيرا في التسويق وترويج المنتجات .

أما عن سلبيات هذه المنصة يمكن تلخيصها فيما يلي :

عدم سماح هذه المنصة للتحديثات إلا بمساحة محدودة، فلا يمكنه أن يكون مجالاً لبناء علاقات اجتماعية، أو ينشئ علاقات مع الغير كمنصة الفاييسبوك .

تتسبب سرعة وسهولة نشر الخبر عن طريق تويتر بالإدمان عليه (شقرة، 2014، صفحة 76_77) .

اليوتيوب: Youtube

يعتبر اليوتيوب منصة لمشاركة مقاطع الفيديو المتنوعة وهو جزء من شركة غوغل حيث إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد أكبر من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه، ويزوره الملايين من الأشخاص يوميا بالتالي تستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو التي يتمكن مراسليها من الحصول عليها وتأسيس اليوتيوب عام 2005 في كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق "نشاد هرلي وستيف تشن وجاود كريم" ويحتوي على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والموسيقى وقامت غوغل بشرائه مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0) وفي عام 2006 موقعا غير ربحي لخلوه من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها تعد مكسبا كبيرا لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، وبالتالي أصبح أكبر مستضيف لأفلام الفيديو إذا كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج وأصبح اسم اليوتيوب يتابع ويتردد عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي . (ابراهيم، 2015، صفحة 65)

الوات ساب: Whatsapp

إن انتشار استخدام الوات ساب بين الشباب يرجع إلى سهولة استخدامه وفعاليتها في التواصل الفعال، وكذا سهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف النقال المحمول، وإمكانية تشكيل مجموعات تواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ بل وأصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي، وكذا المؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي حيث يسهم الوات ساب كذلك في تداول ونشر الأخبار وفي التعليم والإجتماعات والتوعية الدينية والدعوة والإرشاد . (ابراهيم، 2015، صفحة 65)

ماي سبايس: My Space

يعد منصة تقديم خدمات التواصل الإجتماعي، ويتيح التفاعل بين الأصدقاء إضافة إلى أنه يسمح بتقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو، حيث يعتبر ماي سبايس كسادس أكبر موقع على الويب الانجليزية شعبية في العالم، وكثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، ولقد كان هذا الموقع من أقوى منصات التواصل الإجتماعي، ولق حاز على اهتمام الكثيرين في سنة 2006 ولكن شعبية هذه المنصة بدأت في التراجع بعد أن اشتره شركة "نيوز كويب" التي يمتلكها "روبرت مردوخ" بمبلغ قدر حوالي 580 مليون دولار، واستمرت شعبية المنصة بالتراجع بعد ظهور منصة الفاييسبوك الذي جذب الملايين من المستخدمين لمنصات التواصل لاجتماعي، ولقد اضطرت شركة نيوز كويب إلى بيعه بسعر رخيص جدا، مقارنة بالمبلغ الذي اشترته به والذي قدر ب 35 مليون دولار (شقرة، 2014، صفحة 80)،

الانستغرام: Instagram

يعتبر منصة هواة التصوير بجدارة، وهو من المنصات الإجتماعية التي استخدمت حديثا وهو عبارة عن تطبيق في المواقع الذكية يطلق عليه اسم الجيل الجديد لمنصات التواصل الإجتماعي والخالية من النصوص الكتابية وقد استحوذت عليه شركة الفاييسبوك مقابل 1 مليار دولار وأصبحت شعبية الانستغرام في تزايد وانتشار، وقد أتاح هذا التطبيق لمستخدميه إمكانية مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة فهذه المنصة مستندة على هذين العنصرين، وقد أطلقت في أكتوبر سنة 2010، وكانت عبارة عن منصة تسمح لمستخدميها من التقاط صور فقط وفي سنة 2013 تم تطويرها وبالتالي تجاوز عدد مستخدميها في نفس السنة 30 مليون مستخدم (جداي، 2019، صفحة 22).

يمكن تقسيم منصات التواصل الإجتماعي بناء على ما سبق إلى التقسيم الآتي:

1- شبكة الانترنت online وتطبيقاتها :

مثل الفاييسبوك واليوتيوب والمدونات و تويتر ومنصات الدردشة والبريد الالكتروني وهي تمثل المنظومة الرابعة للإعلام .

2- تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة :

منها أجهزة الحقائق الذكية والمساعداة الرقمية الشخصية وغيرها وتعد الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل .

3-أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية:مثل التليفزيون والراديو "مواقع التواصل الإجتماعي للفنون والإذاعات والبرامج التي اظيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب .

من خلال هذا نخلص إلى أن منصات التواصل الإجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية (صالح، 2015، صفحة 285_286).

4- خصائص منصات التواصل الإجتماعي :

تعتبر منصات التواصل الإجتماعي منصة حديثة توفر للأفراد فرصة فريدة للتعبير عن هوياتهم وتبادل أفكارهم ومشاعرهم مع الآخرين على نطاق واسع، مما يعزز التواصل الإجتماعي ويسهم تشكيل أشكال جديدة من التفاعل الإجتماعي، لذا تعددت هذه المنصات نظرا لتنوعها ومجالاتها مع ذلك يمكن تحديد عدة خصائص تشترك فيها هذه المنصات .

الملفات الشخصية : profile page

يمكن من خلال الملفات الشخصية التعرف على هوية الفرد بالتعرف على المعلومات الأساسية حوله، مثل الاسم والنوع وتاريخ الميلاد والجنسية والاهتمامات والصور الشخصية عبر الصفحة الرئيسية للملف الشخصي، ويمكن للمستخدم رصدها ومتابعة نشاطات الشخص مؤخرا بما في ذلك عرض قائمة الأصدقاء ومشاهدة الصور الجديدة التي قام بمشاركتها والتي تم نشرها، بالإضافة إلى تصفح أي أنشطة أخرى يقوم بها على الصفحة (محمدي، 2016، صفحة 56).

الإنفتاح: openness

توفر أغلبية وسائل الإعلام عبر منصات التواصل الإجتماعي خدمات تفتح المجال للمشاركة والتفاعل من قبل المستخدمين ولإنشاء والتعديل على الصفحات، وأنها تحفز على المشاركة الفعالة، في التصويت والتعليق وتبادل المعرفة ونادرا ما تعترض أي عقبات في الوصول إلى المحتوى والاستفادة منه .

المحادثة: conversation

تبرز منصات التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي في تفعيل الحوار الاجتماعي وتعزيز التفاعل الاجتماعي في سياق ثنائي حيث تمكن المستخدمين من المشاركة المباشرة و التواصل الفعال مع المستوى الذي يقدمه، يتم عرضه سواء كان ذلك على شكل أحداث أو أخبار أو معلومات متنوعة

التربط: connectedness

أو التواصل الاجتماعي، حيث يتميز بطبيعته الشبكية وبالتالي تشكل المنصات شبكة مترابطة من العلاقات الاجتماعية عبر الوصلات والروابط، وتقدم صفحات هذه المنصات وصلات تربط المستخدمين ببعضهم البعض وتربطهم بمواقع ومحتويات أخرى مما يعزز التواصل والتفاعل بينهم بشكل فعال على سبيل المثال عندما تجد مقالا مثيرا للاهتمام على مدونة يمكن مشاركته على الفيسبوك مع أصدقائك، مما يعزز سرعة وفعالية انتقال المعلومات بين الأفراد (المقدادي، 2013، الصفحات 26-27).

المشاركة: participation

بمعنى أن نعطي حيزا للمشاركة الفاعلة بين المشاهد والقارئ فالفرد فيها مرسل وكاتب ومشارك، وتقوم وسائل المنصات الاجتماعية بتشجيع عملية المساهمة وردود الأفعال من الأشخاص المهتمين، حيث تقطع الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور .

تكوين مجتمع افتراضي :

تسمح منصات التواصل الاجتماعي للأفراد بخلق صداقات مع أشخاص يبادلونهم الاهتمام والمحتوى فهي تساهم في تجسيد وتكوين المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن منصات التواصل الاجتماعي وفرت للأفراد طرق جديدة لتواصل في ما بينهم داخل المنظومة الالكترونية (جداي، 2019، صفحة 14).

المجتمع : community

تتيح وسائل الإعلام الاجتماعية للمجتمعات المحلية بتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة التواصل بشكل فعال، ومن ثمة ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب

التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمع الكتروني متقارب . (المقدادي، 2013، صفحة 26)

الصفحات : Pages

ظهرت هذه الفكرة على منصة الفاييسبوك وتم إستخدامها تجاريا بطريقة فعالة فهي تعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية تتيح لأصحاب الحملات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم لفئة يحددها من المستخدمين، ويقوم الفاييسبوك باستقطاع مبلغ من كل نقرة يتم الوصول إليها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة وإذا وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي (السيد، 2017، صفحة 104).

ألبوم الصور: albums

يتيح للمشترك إمكانية إعداد ألبوم للصور الخاصة به، كما يمكنه استعراض صور أصدقائه المضافين لديه وصور عائلته ومناسباته الخاصة ومشاركتها مع الأصدقاء للإطلاع والتعليق عليها، كما تسمح لمستخدميها إنشاء عدد من ألبومات غير محدد (جرار، 2012، صفحة 41) ،

5- مميزات منصات التواصل الإجتماعي :

- ✓ تعتبر المنصات الإجتماعية بمثابة بيئة تفاعلية حيث تتيح للمستخدمين تحميل الملفات والكتابة حول مواضيع محددة تهتم مجموعاتهم الإجتماعية .
- ✓ تمكننا هذه المنصات من تحقيق تفاعل مجتمعي فعال من خلال توفير إمكانية التكليف على المواضيع المطروحة فيها وتشجيعهم على المشاركة الفعالة بعد التعريف بأنفسهم.
- ✓ تمكن المستخدمين من إضافة تفاصيل شخصية مثل المهنة والاختصاص والاهتمامات مما يعزز من تجربة التفاعل الإجتماعي.
- ✓ تتميز المنصات الإجتماعية المتخصصة بمجالات محددة مثل المنتديات الإعلامية أو الثقافية أو التربوية بتوفير بيئة تفاعلية تهتم فئة محددة من الأفراد.
- ✓ تعد المنصات الخاصة بالتجارة والتسوق أيضا مثلا على المنصات التي تهتم بفئة محددة من الناس، حيث يتفاعل المستخدمون معها ويتبادلون المعلومات والتجارب.

✓ يشهد الوقت الحالي نمواً في استخدام منصات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على الهواتف النقالة، حيث يتم التواصل من خلالها بشكل مباشر وفعال مما يساهم في تكوين صداقات وإجراء محادثات والنقاشات وتبادل المعلومات بين المستخدمين عبر شاشات الهواتف المحمولة (الديهي، 2015، الصفحات 449-450).

6-دو افع إستخدام منصات التواصل الإجتماعي :

هناك عدة عوامل جعلت من منصات التواصل الاجتماعي ظاهرة كونية مما جعلها تتغلغل في عمق التكوين الاجتماعي والشخصي والسلوكي للأفراد فنجد على الأقل لكل فرد منصة أو اثنين يشترك فيها، ومن أهم العوامل التي تدفع بالأفراد وخاصة الشباب للاشتراك في هذه المنصات كما يلي:

أولا- المشاكل الأسرية:

تعد الأسرة الخلية الأولى والمنبع الأساسي للأمان والاستقرار النفسي فمنها يستمد القيم والمبادئ التي يحتاجها في بداية حياته أما في حالة إفتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة فإنه قد يلجأ لتعويض الحرمان والتفكك الأسري إلى العالم الافتراضي لتعويض النقص .

ثانيا -البطالة :

تمثل البطالة حالة من الإنقطاع التي تؤثر على التحول الاجتماعي والنفسي للفرد فقد يؤدي التوقف عن العمل إلى الإحساس بالقلق والتوتر وانعدام الأمن فيشعر بخيبة الأمل والنقص وعدم الأهمية وهذا يسبب الإنقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي مشكلة في حد ذاتها فتدفع الفرد لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى لو كانت افتراضية فيستخدم منصات التواصل الاجتماعي للبحث عن العمل أو للهروب من الواقع المعاش لربط علاقات مع أشخاص افتراضيين لتعويض الفراغ المادي (لطيفة، 2013).

ثالثا - الفراغ :

ينتج الفراغ عن سوء إدارة الوقت واستغلاله بالشكل الخاطئ عدم إدراك الفرد لقيمه فيبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت ومن بينها منصات التواصل الاجتماعي فاحتوائها على عدد غير متناهي من التطبيقات مثل (الفايسبوك، اليوتيوب، الانستغرام...وغيرها) تجعل منها مأوى لملء الفراغ حيث تمكن

الأفراد من إنشاء مجموعات ومشاركتها بالصور والملفات الصوتية وبهذا تصبح كوسيلة للتسوية وتضييع الوقت إذا ما استغلت في اكتساب المعرفة وما يفيد الفرد.

رابعا-التسويق أو البحث عن وظائف :

لم يقتصر دور منصات التواصل الإجتماعي على تكوين صداقات والتواصل مع الأصدقاء ونشر الصور والمشاركات بل أصبح كوسيلة لفتح أبواب وفرص العمل بفضل تطور التكنولوجيا وانتشار الأنترنت أصبحت بمثابة جسر يربط بين المواهب وذوي الشهادات مع أصحاب العمل إضافة للإعلانات التي يتم إذاعها عبر هذه المنصات فيمكن لطالبي العمل الوصول للشركات والمنظمات المهمة بالمهارات وذوى الكفاءات لذا تعد كأداة فعالة تسهم في تشكيل مسارنا المهني، كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير في مجال التسويق بالربط بين العملاء والمستهلكين لأنها منخفضة التكاليف ومختصرة للوقت فأصبحت أداة تسويقية وفعالة لأصحاب الأعمال. (مرسي، يناير 2012، الصفحات 157-158)

خامسا-التعارف وتكوين صداقات:

لقد سهلت منصات التواصل الإجتماعي لمستخدميها تكوين صداقات ومجموعات افتراضية من خلال الربط بين علاقات الأفراد من مجتمعات و أجناس مختلفة للتعرف وتبادل الثقافات بشتى أنواعها ومواكبة كل ما هو جديد ،

7- إيجابيات وسلبيات منصات التواصل الإجتماعي :

أ- الإيجابيات :

-توفر منصات التواصل الإجتماعي فرصا للتواصل والتبادل الثقافي والديني بين الأفراد سواء كانوا مسلمين أو غير مسلمين وإنشاء الكثير من صفحاتهم الخاصة ومواقعهم وبالتالي فهو يعد انتقال ايجابي للتواصل الإجتماعي في ظل أنظمة تعيق الاتصال المباشر .

-تتميز الدعوة عبر منصات التواصل الإجتماعي بسهولة الوصول والإستخدام والتواصل مما ينتج عنه تقليل الجهد والتكاليف اللازمة (ابراهيم، 2015، صفحة 68)..

-إستراتيجية التسويق والإعلانات تهدف إلى تعزيز الوعي بالعلامة التجارية وجذب الجمهور المستهدف لتحقيق أهداف ما.

الفصل الثاني: الإطار النظري

-توفر المنصات الرقمية كهدف للترفيه والتسلية وقضاء أوقات الفراغ والتشارك مع الآخرين وأحيانا الهروب من الواقع .

-تتيح للأفراد المستخدمين التفاعل مع أصدقائهم والاتصال بهم ومقابلة أشخاص جدد وإنشاء صداقات معهم وتطوير العلاقات الإجتماعية بينهم (محمد، 2020، الصفحات 29-30)

- اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الإشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يمكنه من إمتلاك حساب على الشبكة لذا فهي ليست حكرا على أصحاب الأموال والنفوذ والسلطات . (العبادي، 2018، صفحة 52)

- التفاعلات التي تتم في إطار الشبكات الإجتماعية تتحرر فيها الايديولوجيا من حواجز الزمان والمكان . (الغفار، 2016، صفحة 24)

أ-السلبيات :

- يتم نقل الأحداث من خلال نشر الإشاعات وتضخيمها من الأمور المؤثرة سلبا في نقل الأحداث .

-وجود النقاشات التي تفتقر إلى الاحترام المتبادل وعدم تقبل الرأي الآخر من التصرفات التي تؤدي إلى عدم التفاهم وتعقيد التواصل .

-إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات دون تحقيق أي فائدة من لأمر التي تقلل من كفاءة العمل .

-يؤدي فقدان الخصوصية إلى الأضرار المعنوية والنفسية والمادية و يعد من الظواهر التي تنتج عنها آثار سلبية على الفرد والمجتمع .

-ظهور لغات جديدة بين الشباب من شأنها أنها تضعف لغتنا العربية وإضاعة هويتها .

-انعزال الشباب والمراهقين عن واقعهم الأسري ومشاركتهم في الفعالية التي يقيمها المجتمع (ابراهيم، 2015، صفحة 69).

-يؤدي الإستخدام المفرط للانترنت إلى الإدمان ويعود بتأثيرات سلبية على الصحة النفسية والإجتماعية .

-يفتقر التواصل عبر منصات التواصل الإجتماعي إلى العناصر الأساسية للتفاعل الإجتماعي مما يتسبب في الانفصال الإجتماعي (محمد، 2020، صفحة 30) .

- الإستخدام المفرط لمنصات التواصل يؤثر على درجات الطلاب وأظهرت الأرقام أن الطلاب الذين يستخدمون منصات التواصل الإجتماعي تنخفض نتائجهم بنسبة 20 % في الإختبارات عكس الذين لا يستخدمونها. (مسلماني، 2015، صفحة 154)

المبحث الثاني: ماهية منصة الفايسبوك

1-تعريف منصة الفايسبوك:

تعددت تعريفات الفايسبوك نذكر منها ما يلي :

تعريف لبلى أحمد جرار "عرف موقع ويب _أوبيديا الموقع الالكتروني الإجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع الكتروني يخول لمستخدميه إنشاء ملفات شخصية ونشرها بشكل علني عبر ذلك الموقع وتكوين علاقات مع مشتركين آخرين يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية" (جرار، 2012، صفحة 51).

ويعرف على أنه "منصة من منصات التواصل الإجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا، تديره شبكة فايسبوكية محدودة المسؤولية كملكية خاصة فالمستخدمون يمكنهم الانضمام لهذا الموقع كما يمكنهم الانضمام إلى شبكات تنظمها جهات العمل أو المدرسة أو الإقليم وذلك بالاتصال بالآخرين والتفاعل معهم ويمكن إضافة أصدقاء أو إرسال رسائل إليهم وتحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم (صبطي، 2012، صفحة 179).

يعرفه قاموس الإعلام والاتصال dictionary of media and communications: "فايسبوك" face book على أنه "منصة خاصة بالتواصل الإجتماعي أسس عام 2004 م ويتيح نشر الصفحات الخاصة profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص (danesi, 2009, p. 117)

يعتبر الفايسبوك من الشبكات الإجتماعية الأكثر انتشارا في العالم نظرا لسهولة إستخدامه وهو منصة للتواصل الإجتماعي يتركز على شبكة الانترنت "online" والتي تعتبر بمثابة المنظومة الرابعة، ويعتمد على تقنية الجيل الثاني للويب (2.00.ويب) له خصائص ومميزات عديدة مثل الدردشة والمحادثة وإرسال الصور (الزاوي، 2012، صفحة 96).

التعريف الإجرائي :

يعتبر الفاييسبوك منصة تواصل اجتماعي تعمل على تكوين الأصدقاء ومساعدتهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة ويسهل تكوين علاقات في فترة قصيرة .

2-نشأة وتطور منصة الفاييسبوك :

تأسست منصة الفاييسبوك في الثامن والعشرين من أكتوبر من عام 2003 من قبل مارك زوكربيرج حينما كان طالبا في السنة الثانية بجامعة هارفارد الأمريكية بابتكار ما يسمى "الفييس ماش " مع زميله في غرفة السكن "موسكو فيتر " و "هيوز" وقد تم إستخدام صور لطلبة المدينة الجامعية بإنشاء صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة الطلبة المستخدمين إلى اختيار الشخص الأكثر جاذبية.

وقد إستخدام زوكربيرج تقنية اختراق لدخول مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي لكي يتمكن من الحصول على تلك الصورة التي وضعها في الموقع وهدف إلى توجيهه نحو العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ونتيجة لذلك الاختراق الذي قام به زوكربيرج دفع إدارة الجامعة لإغلاق الموقع بعد بضعة أيام من إصداره، وألقت التهمة على زوكربيرج باجتياح وخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذا انتهاك خصوصية الأفراد مما أدى إلى طرده من الجامعة لكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة ضده. وفي 4 أبريل 2004 قام مارك بتأسيس منصة "الفايسبوك" على نطاق جامعة هارفارد تحت مسمى the face book .com ،

في البداية كانت عضوية المنصة محدودة بين طلاب جامعة هارفارد خلال الشهر الأول من إتاحة وتوفير المنصة للإستخدام قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم ينهوا دراستهم بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه المنصة وبعد فترة قصيرة من الزمن انظم كل من "إدوارد و سافرين" (المدير التنفيذي للشركة) و"دواستين مموسكوفيتير" (مبرمج) واندرو مالكوكم " (رسام جغرافيك) و"كريس هيوز" إلى مارك لمساعدته في تحديث وتطوير هذه المنصة.

وفي مارس 2004 فتح أبوابه لجميع كليات مدينة واشنطن وجامعة أيفي ينج، ثم أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات ولقد تم نقل مقره عام 2004 إلى مدينة "بالو ألتو" كاليفورنيا وبعد شراء النطاق face book.com قامت الشركة بتعديل اسمها من خلال إزالة وإسقاط كلمة "the"

كما قام الفاييسبوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية، في سبتمبر عام 2005 وبعدها أتاح الموقع اشتراك المواطنين في العديد من الشركات من بينها شركة أبل وشركة مايكروسوفت (جرار، 2012، صفحة 52).

ويتبين حتى ذلك الحين إمكانية الاشتراك بمنصة الفاييسبوك غير متاحة لعامة المتصلين بشبكة الانترنت لكن في 26 من سبتمبر 2006 فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشرة عاما فأكثر والذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح (صالح، 2015، صفحة 250).

هذا النجاح السريع والملفت الذي أحرزه الموقع جعل مارك يرفض بيعه بمبلغ مليار دولار، وقد وضح وعلل سبب رفضه العرض إلى أن قيمة موقعه أعلى بكثير من المبلغ المعروض عليه، وبعد منافسة شديدة بين شركتي "جوجل ومايكروسوفت" في 2007 أعلنت شركة مايكروسوفت عملاقة البرمجيات الأمريكية أنها اشترت حصة من الفاييسبوك بلغت 6.6٪ بقيمة 240 مليون دولار حيث قدرت القيمة الإجمالية للمنصة حوالي 15 مليار دولار وعلى الرغم من ذلك قامت مايكروسوفت بشراء سهم مفصل يتضمن حقوقا خاصة مثل حقوق التصفية .

ولقد أعلن القائمون على إدارة الفاييسبوك في أكتوبر 2008 اتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة إرلندا مقرا دوليا له (جرار، 2012، صفحة 53).

3- خصائص وسمات منصة الفاييسبوك :

يتضمن الفاييسبوك العديد من الخصائص والسمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه الخصائص والسمات ما يلي :

✓ الملف الشخصي: profile

عند التسجيل أو الاشتراك بمواقع الويب يتوجب عليك إنشاء ملف شخصي يحتوي على بياناتك الشخصية مثل الصور والأمور الخاصة بك وكلها بيانات نافعة وذات جدوى لتسهيل التواصل مع الآخرين

✓ إضافة صديق: actd friend

يمكن للمستخدم إضافة صديق أو البحث عن أي فرد موجود على شبكة الفاييسبوك بواسطة بريده الإلكتروني .

✓ إنشاء مجموعة: group

من خلال إستخدام خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية عبر الانترنت يتسنى لك خلق مجتمع إلكتروني يجتمع حول قضية ما، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو رياضية أو دينية... الخ ويمكن الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للأصدقاء أو العائلة أو عامة الأشخاص . (المقدادي، 2013، الصفحات 35-36)

✓ الحالة: status

تمكن المستخدمين من إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، ففي 2007 أتاح الفايسبوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط . (صالح، 2015، صفحة 259)

التعليقات :

وهي خاصية متعلقة بالتدوين تتيح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتسمح للمستخدمين بجلب المدونات من المواقع الأخرى .

✓ الهدايا: gift

وهي ميزة تتيح للمشاركين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم وتظهر على الصفحة الشخصية للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدايا وتكلفتها قدرت ب 1.00 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية معها .

✓ لوحة الحائط : wall

مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي للمستخدم تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم من قبل شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقا لإعدادات الخصوصية (جرار، 2012، صفحة 58) .

✓ الصورة: photos

تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى المواقع، حيث يمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفردية إذ تسمح للأصدقاء المستخدم فقط مشاهدة الألبوم، ففي الماضي كان عدد الصور يقتصر على 60 صورة للألبوم الواحد ثم تزايد ليصل إلى 200 صورة في الوقت الراهن (جرار، 2012، صفحة 57) .

✓ إرسال الرسائل الفورية: chat

في السابع من أبريل 2008 أطلقت شركة الفايستوك تطبيق إرسال الرسائل الفورية على شبكات الاتصال باستخدام برنامج comt وأطلق عليه اسم chat ويتيح هذا لتطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم وهو يشبه برنامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب في أداء الوظيفة .

✓ السوق: markeiplace

توفر للمستخدمين إمكانية نشر إعلانات مبنية مجانية، حيث قامت شركة "سي نت" بعمل مقارنة مع موقع "كريجزليت" ووجدت الفارق الأساسي بينهما هو في أن القوائم التي ينشرها المستخدم تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها أما القوائم المنشورة "كريجزليت" يمكن مشاهدتها من قبل أي شخص .

✓ النكزة: pokes

تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وبالتالي فهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يرحب به . (جرار، 2012، صفحة 58)

• التغذية الإخبارية: news feed

في 6 سبتمبر 2006 تم الإعلان عن خاصية التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية للمستخدمين وتبرز التحديثات التي تطرأ على الملف الشخصي كالأحداث المرتقبة أو أعياد الميلاد الخاصة بالأصدقاء حيث يتم تمييز بعض المتغيرات التي تحدث بالملف (المقدادي، 2013، صفحة 36)

4-أسباب ودوافع استخدام الفايستوك face book:

لا شك أن التطور السريع لمنصة الفايستوك وتداوله بين الناس دون المنصات الأخرى، ولم يأتي من فراغ وإنما نتيجة لما يوفره من إستخدامات متعددة، وذات أهمية بالغة ومن أهم دوافع أسباب هذه الإستخدامات ما يلي: (الخامسة، 2012، صفحة 105)

- التواصل مع الأصدقاء القدامى والعائلة وتكوين أصدقاء جدد المنتشرين حول العالم وتقاسم الاهتمامات.
- الانغماس في مجتمع آخر للتعرف على عاداته وتقاليده .

الفصل الثاني: الإطار النظري

- إرسال هدايا افتراضية، وذلك من خلال إرسال قالب حلوى وشموع أو ورود تكون افتراضية على المنصة للاحتفال بمناسبة معينة سواء كانت أعياد ميلاد أو غيرها.
- إجراء الصفقات وتجارة أعمال. Face book Market place.
- التسلية مع الأصدقاء من خلال الدردشة وتبادل الصور والفيديوهات .
- تسويق الذات والإشهار بالذات والمنتجات عبر منصة الفاييسبوك الذي يسهل عملية التواصل بين المجتمع الافتراضي، وذلك بإيصال فكرة ما والمنتج إلى أكبر عدد من المنافسين وبأقل تكلفة .
- متابعة جديد الأخبار وملخصات الأحداث نظرا لميزة الفاييسبوك في سرعة التقاط آخر الأخبار واختصار المادة الإخبارية. فمن خلال هذه الصفحة تصل الأخبار فور وقوعها بشكل رؤوس أقلام .
- سهولة توظيف الذكاء الجماعي في البحث والمشاركة فيها وتقييمها مما يمكن من زيادة المعرفة .

5-إيجابيات وسلبيات منصة الفاييسبوك

يعد الفاييسبوك كغيره من منصات التواصل الإجتماعي له سلبيات وإيجابيات تتمثل في :

أ-إيجابيات منصة الفاييسبوك :

- يقدم منصة الفاييسبوك لمستخدميها مجموعة من الخدمات التي تسهل عملية التواصل والعديد من الأعمال نذكر منها ما يلي:
- إمكانية التواصل مع مجتمعات افتراضية تعرض مواضيع عدة تفيد المشترك في التدريب والتعليم وزيادة الخبرات.
 - يقدم الفاييسبوك خدمات للشركات وأصحاب الأعمال من خلال تقديم الإعلانات على الوظائف واختيار الموظفين، والتعرف على سيرتهم الذاتية وخبراتهم المتاحة على الفاييسبوك كما يبدي خدمات متنوعة في تسويق وترويج المنتجات
 - يمكننا الفاييسبوك من الاحتفاظ بمواقع وأخبار وصور ومقاطع فيديو يمكن الرجوع إليها في وقت لاحق ومتى ما نشاء فهو يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة ، (شقرة، 2014، صفحة 66).
 - يسمح بمتابعة الأخبار الشخصية السياسية والفنية والدينية، إذ يمكن التواصل معهم على حساباتهم الفاييسبوكية والإطلاع على مستحدثاتهم وأخبارهم والاستفادة من أفكارهم واتجاهاتهم نحو مختلف القضايا والأحداث (شقرة، 2014، صفحة 69).

- وجد الشباب في الفاييسبوك كنافذة تطل على العالم وساحة للتعبير وإبداء الرأي وغي التواصل ومشاركة الأصدقاء تفاصيل حياتهم كان له أعظم الأثر في ارتباط مستخدمي الانترنت بالفايسبوك
- الفاييسبوك فرصة للاتصال بالدعاة وطلبة العلم والأدباء والإعلاميين والمؤثرين في المجتمع دون وسائط، حيث تكثر عليك صفحاته المجموعات الدعوية والثقافية والإعلامية (الله و..، 2010، صفحة 21)

ب_سلبيات منصة الفاييسبوك :

- على الرغم من إيجابيات منصة الفاييسبوك إلا أنه لا يخلو من مجموعة من السلبيات أهمها :
- يشكل الفاييسبوك خطرا مباشرا على أطفالنا وشبابنا فهم يتواصلون مع أناس مجهولين قد يتسمون بأخلاق سيئة ويتصرفون بطريقة مخالفة للعادات والتقاليد والمجتمع، وقد أظهرت الدراسات أن ما يقارب من 43% من الأطفال يتم الاتصال بهم من أناس غرباء يشكلون خطرا عليهم (بيث، 2008، صفحة 93).
- إن منصة الفاييسبوك مغرية وجذابة تسحر الشباب بشكل كبير إلى أن ينتهي بهم الأمر إلى الإدمان الذي يؤدي إلى العزلة عن المجتمع مما يسفر عن هدر الطاقات وإضاعة الوقت لاسيما في ظل الفراغ والبطالة والإحباط وفقدان الأمل في المستقبل، كما سبب الإدمان مضاعفات عصبية واضطرابات نفسية ومشاكل اجتماعية .
- التعرض للجرائم الالكترونية كما أعلن بذلك موقع كاسير سكاي الذي رصد أكثر من 43 ألف فيروس خبيث عام 2008م. (الخريشة، 2016، صفحة 30_31)
- إهدار وتضييع الوقت فبمجرد دخول المستخدم المنصة والتنقل من صفحة إلى صفحة أخرى ومن ملف آخر لا يمكن إدراك الساعات التي ضاعت في التعليقات على الصور دون منفعة (قمحية، 2017، صفحة 74).
- الفاييسبوك يتلاعب بعواطفنا حيث أن عواطفنا وانفعالاتنا يمكن أن تتأثر بما نراه على هذه المنصة فالذين يتعرضون لمنشورات سلبية تؤثر عليهم بالسلب كما قد تكون إيجابية فينخرجون منها بحالة إيجابية أيضا، حيث أثبتت الدراسة أجريت عام 2013 م أنه كلما زاد استخدام الفاييسبوك قلت سعادة المستخدم وزادت نسبة الاكتئاب (قمحية، 2017، صفحة 75_76).

المبحث الثالث : مدخل مفاهيمي للوعي الديني

1- مفهوم الوعي الديني :

يعرف الوعي الديني على " أنه عملية تنبيه فكري وإيقاظ المشاعر وتحسين السلوك في شخصية الإنسان المسلم، بشتى جوانبه الإدراكية والعقائدية والعاطفية والحركية بتبني القيم والمبادئ الإسلامية وتعميقها وصياغة حياة الفرد ودوافعه وضبطها، مما يحسن علاقته بالله وبذاته وبمجتمعه (الوليد، 2022، صفحة 253). "

كما يعرف بأنه "مجموعة الضوابط الإيمانية والإجتماعية والسلوكية التي تحدد سلوك الإنسان ومعتقداته في المجتمع المسلم وإيمانه بالله وملائكته والكتب السماوية واليوم الآخر (علي، برامج تربية الطفل ما قبل المدرسة ، 1994، صفحة 37)."

يعتبر كذلك شكل من أشكال الوعي البشري التي لازمته منذ الأزل والبدائيات عبر التاريخ ارتبطت بحضارات معينة وبعمليات كثيرة، فقد تبني مثلا العبيد الرومان المسيحية للخلاص من الأسياد والرغبة في التغيير، فظل الصراع بين الدين والسياسة قائما في كونه يعمل على الحفاظ على النظام الإجتماعي وعلى مقومات الفرد الداخلي وفي علاقته مع الخلق والخالق، ولقد ارتبطت الأديان بالثقافات الأقاليم كانتشار البوذية في الثقافة الهندية المسيحية في الثقافة الرومانية والإسلام في الثقافة العربية (لامية، 2010، صفحة 25).

تعريف اخر "يحتوي على أشكال معرفية وقيمة متنوعة ومتعددة حول أبعاد العلاقات بين البشر والطبيعة وبين الكون وصولا إلى علاقة الفرد بالخالق عز وجل حتى ولو تعددت أشكال الربط، وهو يتألف من وعي فردي يعبر عن إدراك الفرد للمعارف والقيم والأحكام الدينية . (المحاميد، 2003، صفحة 24)

التعريف الإجرائي للوعي الديني :

هو الإحاطة والإلمام بمختلف القضايا الفقهية الحياتية للفرد وإدراكه واستيعابه لكل الحقائق الإسلامية ومبادئ الشريعة والعمل بها، فالوعي الديني يحكم العلاقة القائمة بين الأفراد ومجتمعهم وبذلك علاقتهم بالله سبحانه وتعالى من خلل إدراكهم لأحكام دينهم .

2-نشأة وتطور الوعي الديني :

لقد تطور اهتمام الناس بالدين من العقيدة العمياء إلى العقيدة المتعلقة الواعية، ومن ثمة إلى ظاهرة الغوص والبحث في طبيعة الدين ثم تطور بتطور العلوم الإنسانية، فالوعي الديني ظاهرة علمية شغلت أذهان المفكرين والعلماء .

إن حقيقته التاريخية شرط موضوعي فالحضارات الإنسانية عبر التاريخ تعود في جذورها إلى وعي ديني ورؤية كونية متعالية، بدءاً من حضارات الهلال الخصيب ومصر والفرعونية ومروراً بالحضارات الصينية والهندية والفارسية والإغريقية والرومانية وانتهاءً بالحضارة الإسلامية والغربية، فالوعي الديني ساهم بالهوض الحضاري من خلال القيم والتصورات التي دعت إليها حركات الإصلاح الديني. ومن ثمة فالوعي الديني يمثل أحد أصول الحياة الإنسانية الإجتماعية، وأقدم صورها وقد كان محل اهتمام الباحثين في علم الأدبيات فاهتموا بدراسة نشأة الوعي الديني عند الإنسان منذ وقت مبكر حيث قاموا بوضع مناهج وصياغة مجموعة من المسلمات الأولية في دراسة بدايات الوعي الديني. (المعفي، 1983، صفحة 23)

وبالرغم من اتفاق الباحثين على أن أصل الوعي الديني عند البشر يرجع إلى قانون السببية، نجدهم ينقسمون حول بداية ظهوره إلى فريقين متناقضين .

أ-الفريق الأول :

ويمثله مؤيدو النموذج التطوري فهم يرون أن الوعي الديني يمر بمراحل عديدة من التطور حتى وصل إلى عقيدة التوحيد وهذه المراحل يلخصها البعض في دور التعدد Polytheism و دور التميز أو المفاضلة والترجيح Henotheism دور الوجدانية Monotheism ومن أشهر ممثلو هذا المنظور كل من سبنسر Spenser تايلور Taylor وفريزر Frazer ودوركايم Durkheim

ب- الفريق الثاني :

يمثل مناصري نموذج الوعي القائم على فطرة عقيدة التوحيد، فيرى هؤلاء أن التوحيد فطري وجوهري في نفس الإنسان مع التأكيد على أن عقيدة الإله هي أكبر أقدم ديانة ظهرت في الحياة البشرية وأن أي أمة من الأمم السالفة لم تخلو من هذه العقيدة أن كل ما ساد من وثنيات في الأمم القديمة

والحديثه هي مجرد انحرافات دخيلة على هذه العقيدة الخالدة ومن أشهر أنصار هذا الاتجاه نجد لانج Lang شريدر Sharoede وبركلمان Brohlman

بنما التوحيد ظهر منذ القدم بظهور البشرية، فالوعي الديني شعور فطري أودعه الله في الجنس البشري لقوله تعالى " فأقم وجهك للدين حنيفا فطرة الله التي فطر الناس عليها لا تبديلا لخلق الله ذلك الدين القيم ولكن أكثر الناس لا يعلمون "سورة الروم 30

بلورة الوعي الديني

لقد سمح التفسير المادي لجذور الوعي الديني بمتابعة نشوء التصورات الدينية عبر دراسة محدودية الممارسة البشرية وضعف الإنسان أمام قوى الطبيعة العفوية حيث سيطرت الطبيعة على الإنسان فكانت لديه أعمال رمزية لا وجود لها إلا في خياله وأوهامه، ونشأ لديه نظام كامل من لطقوس وإيمانه بإمكانية التأثير بقدره قوى ما فوق الطبيعة على الظواهر والأشياء المحيطة به والتي سميت بالسحر حيث ساعدت عفوية التطور الإجتماعي في ظروف المجتمع الأول حيال الطبيعة إلى نشوء الوعي الديني فيما بعد .

من هنا تفسر صفة التوعية للوعي الديني بالأسباب التي أدت إلى ظهور هذا النوع من الوعي وتكمن في إيمان بما هو فوق الأرض الذي خلقته القدرة البشرية على التخيل، إن الإيمان بكائن فوق الطبيعة يشكل جوهر الوعي الديني

يعتقد الإنسان أن توجهه نحوى قوى ما فوق الطبيعة يستبشر الخير على حياته ويحمل طابعا متصورا أي أنه (فعلي، وهمي)، هذه الصفة الخاصة تطبع بطابعها محتوى الوعي الديني أي اتجاهات الإيمان وتصوراته وعقائده. التي تشكل الوعي الديني العادي والإيديولوجية الدينية (اللاهوت) كما يشترط التحليل السوسولوجي للوعي الديني شأنه شأن أنواع الوعي الإجتماعي الأخرى، تفسير تبعيته الإجتماعية والصفات الخاصة به والعلاقات التي يرتبط بها في الحياة الواقعية، هذه العلاقات لها وجود فعلي وهي تشكل مع الوعي الديني محتوى الظواهر الدينية المعقدة ومحتوى البنية الدينية الفوقية من هذه العلاقات تلك التي ترتبط بأفعال العبادة والتي ترتبط بالعلاقات بين المؤمنين الذين هم أعضاء تنظيمات معينة، حيث يشير العالم السوفياتي الشهير توكاريف إلى ارتباط الوعي الديني بأعمال العبادة في سياق تكون السحر نتيجة تصورات تصبح مع مرور الزمن فكرة قوى ما فوق الطبيعة .

الفصل الثاني: الإطار النظري

إن التصور الدينية وطقوس العبادة يشترطان بعضهما البعض ويبدوان كجانبيين للحياة الدينية، يمارسان نفوذا كبيرا على تطور الوعي الديني وكمجال للحياة الدينية اليومية والعملية تحدد العبادة للوعي الديني بالضرورة وخاصة على صعيد الوعي اليومي (كيلو، د س، الصفحات 87-91).

3- أهمية الوعي الديني :

- ✓ تعزيز الوعي الديني في تقوية شخصية الفرد وتعزيز قدرته في التحكم في دوافعه الغريزية ومقاومة الشهوات .
- ✓ الوعي الديني يمكن أن يجعل الفرد أكثر جاذبية للقيم الأخلاقية والإنسانية السامية، مما يعزز قدرته على التصدي للأفعال الخبيثة و المنكرة .
- ✓ بفضل الوعي الديني يصبح الفرد أكثر تماسكا في تصرفاته واختياراته، ويتجاوز العقبات التي تعترض طريقه نحو النمو الشخصي والروحي .
- ✓ يزود الوعي الديني المؤسسات الإجتماعية بالعديد من الضوابط والأحكام والقوانين المحددة لسلوك الأفراد والمجتمعات وعلاقاتهم بالإنسانية .
- ✓ يؤثر الوعي الديني في النظام وبالتالي تزويده بقواعد السلوك الاقتصادي كالإخلاص في العمل وزيادة الإنتاج كما ونوعا، وكل هذا يؤدي إلى تنمية وتطوير المجتمع .
- ✓ تكمن أهمية الوعي الديني من خلال القيم الإجتماعية التي تظهر في أخلاق الفرد واحترامه لنفسه وابتعاده عن الشهوات والمحرمات (يعقوب هـ، 2021، صفحة 147) .
- ✓ إن العديد من صور الغزو الثقافي والفكري يأتي عن طريق البرامج الثقافية والإعلامية ولا يحدث تأثيره إلا في غياب الوعي الديني (النور ش.، 2022، صفحة 121) ،
- ✓ بما أن الفرد يعيش في عالم يتسم بكثرة وتنوع وسائل الاتصال والإعلام، فإن زيادة أهمية الدين تأتي من مواكبته للظروف العصرية وتفهمهم لطبيعتها، فيجد الفرد نفسه كل يوم وكل ساعة يواجه بخصم من الآراء والأفكار والنظريات لا يستطيع أن يواجه حياته بكفاءة إلا بأن يحدد لنفسه موقفا ما مما يتلقاه .

4- فوائد الوعي الديني :

يترك الوعي الديني مجموعة آثار إيجابية في حياة الإنسان تتمثل في:

أ-عدم الاغترار بالدنيا :

أي أن الإنسان الذي يتمتع ويتحلى بالوعي الديني وتشغله الحياة ولا يغتر بها لأنه ينظر إليها على حقيقتها فيدرك ويعي أنها فانية لذا لا يفسح لمتعتها ولذاتها أن تشغله عن ذكر الله لأنه يدرك بأن الله عز وجل هو من صوره، أي أن الفرد الواعي بدينه يعلم بأن الحياة فانية والبقاء لله عز وجل، فالدنيا عند الإنسان الواعي تمثل مرحلة عابرة لا بد من التزود منها ليوم معاده وقد أبلغ الإمام علي عليه السلام في وصفه للدنيا قال "إن الدنيا دار صدق لمن صدقها"

ب- عدم الانخداع بالأفكار الباطلة :

يحمي ويحصن الوعي الديني صاحبه من الانخداع بالأفكار المضللة والآراء المزيفة والكاذبة والحقائق المشوهة والمحرفة التي يطلقها المنحرفون، لذا فالإنسان الواعي يمتلك بوعيه الميزان الذي يقيم به الأفكار فيكون غني عن التقليد الأعمى والسير الوحشي والهمجي وراء الهتافات والشعارات الباطلة .

ج- سلامة الباطن والنية :

إن الإنسان بارتقاء مستوى وعيه الديني يدرك أن الملاك في تقييم الأعمال التي يقوم بها وهو مقدار مساعدتها له في تطهير قلبه وتنقية سيرته وتهذيب نفسه وتأهيله للتقرب إلى الله تعالى، ومن هنا فإن حسن النية هي من مستويات الوعي الديني التي يدركها الإنسان .

د- الإيمان والحياة الطيبة :

أي أن الإيمان يكون في القلوب الظاهرة والسرائر النزوية ليجعلها مستقرا ومستوطنا لنفسه، فالوعي لا يعلو لا يرتقي إلا بمقدار طهارة وصفاء القلوب وخلوه من جمود الجهل وإدراك الشهوات لهذا يكون قلب الإنسان بمقدار سمو وعيه الديني أكثر استعدادا لقبول الحق وأكثر إيمانا وتفتحا على الله سبحانه وتعالى. لأن الإيمان ينظم نزعات الإنسان ورغباته ويروض غرائزه بما يحفظ له نفسه كما يفسر للفرد علاقته بما حوله من الناس والأحداث ويوضح له غاياته واتجاهاته ومن هنا تملأ روح الإنسان الواعي على قدر إيمانه بالأمان والسكينة والرضا والاستقرار وهي من سمات الحياة الطبيعية التي يتحصل عليها الإنسان نتيجة ارتقاء الوعي الديني لديه (الحسون، 2003، الصفحات 155-158).

5- عوامل تشكل الوعي الديني :

تشكل آليات ومؤسسات التنشئة الاجتماعية الفرد وتؤثر في تشكيل شخصيته ضمن البيئة الاجتماعية التي يتفاعل معها: حيث يعد في مقدمة العوامل التي يمكن أن تؤثر في تشكيل الوعي الديني نجد الإرث الثقافي والأسرة وسائل الإعلام .

أ- الإرث الثقافي :

يعد التراث الحضاري والثقافي من أهم العوامل التي تؤثر في تشكيل الشخصيات الإنسانية إذ يتأثر الفرد بقوى العادات والتقاليد والقيم السائدة في مجتمع معين، ويذهب بعض الباحثين إلى القول بأننا محاطون بحلقات ثقافية مشتركة المراكز، وكل منها تسهم بنصيب كبير في طرق التفكير والسلوك، ومن هؤلاء الباحثين نجد "ستيوارت تشيس" الذي يقر بأن 90% من سلوك الفرد العادي في أي مجتمع معين، إنما يقرر بما تفرضه النظم والقواعد التي يبدأ في تعليمها منذ ولادته، كما أن الخصائص المستمدة من الثقافة السائدة في المجتمع تقف وراء العلاقات القائمة بين الأفراد والأسرة والجماعات والثقافة كما يعرفها "بريستر" هي كل معتقد يتكون من السبل أو الطرق التي نفكر بها ونعمل بها وكل شيء نملكه كأعضاء في المجتمع "وينظر علماء الاجتماع للثقافة على أنها تتكون من مجموعة من المحددات تتمثل في السلوك المكتسب والميراث الاجتماعي، وما فوق العضوية وطريق الحياة ومن المفكرين المعاصرين الذين اهتموا بمسائل الثقافة والعلاقة بينهما وبين الحضارة نجد "مالك بن نبي" الذي يعرف الثقافة على أنها "المحيط الذي يصون كيان الفرد كما أنها مجموعة من القواعد الأخلاقية الاجتماعية الجمالية". وبإسقاط هذه المفاهيم على المجتمعات العربية الإسلامية يبدو واضحاً للعيان أهمية الدين الإسلامي في تشكيل ونشر ثقافتها وصنع أفرادها بقيمه ومبادئه وهو ما يقره الكثيرون على المستوى الفكري والعلمي ويعيه آخرون على المستوى الشعبي العام (الوليد، 2022، صفحة 253).

إذ يقر محمد عمارة أن الثقافة في النسق الفكري الإسلامية هي كل ما يسهم في بناء النفس وعمرانها، وإذا كانت المدينة أو الحضارة كما تسمى، هي تعميم الواقع بالأشياء فان الثقافة هي تعمير النفس الإنسانية بالأفكار والعقائد والآداب والقيم .

حيث يسهم المجتمع في تشكيل شخصيات الأفراد الذين يعيشون ضمن إطاره، فان ذلك يتم عبر آليات ومؤسسات التنشئة الاجتماعية التي تعني عملية تعلم وتعليم وتربية وتقوم على التفاعل الاجتماعي، وتهدف إلى إكساب الفرد طفلاً ومراهقاً فراشداً فشيخاً سلوكاً ومعايير واتجاهات مناسبة لأدوار اجتماعية معينة، وبالتالي نجد في مقدمة المؤسسات التي تساهم في نشر وتشكيل الوعي الديني، الأسرة والمسجد والروضة والمدرسة والجمعيات الدينية لمنصات التواصل الاجتماعي (عزوز، 2013، صفحة 139).

ب- الأسرة :

تعد الأسرة هي النواة التي يقتبس منها الطفل المعاني وطرق التعامل مع الغير وأساليب التكيف الإجتماعي، ومرده الأفكار والمبادئ بالدرجة الأولى إلى الأسرة، لذلك يعرفها باحثون في علم الاجتماع بأنها "الوحدة

الإجتماعية القاعدية في المجتمع والتي تقوم أساسا على العلاقة الزوجية لتلبية حاجات فطرية والقيام بوظائف شخصية واجتماعية"، وقد اهتم الإسلام بالأسرة ودعا إلى أن تكون العلاقة القائمة بين الزوجين قائمة على أساس المودة والاحترام المتبادل، إذ يولد الإنسان فردا ثم يبدأ في اكتساب شخصية تدريجيا في الوسط الإجتماعي الذي يولد فيه، حيث تعد الأسرة أولى حلقات هذا الوسيط الإجتماعي الواسع .

ومن المهام التي تظهر :

-التدريب على السلوك المناسب لإشباع الحاجات الأولية .

-ترسيخ العادات والتقاليد والأعراف، وغرس العقيدة والقيم

-الضبط الإجتماعي الذي يعني تحديد العلاقات والحقوق والواجبات .

فكلما كانت الأسرة على درجة من الوعي الديني كان ذلك أدى إلى غرس وتلقين القيم الدينية في نفوس الأبناء، وعامل من عوامل احتواء شخصيته على المعاني والأفكار والمبادئ الفردية من روح الدين الإسلامي وقواعده العامة، وتساهم وسائل المؤسسات الإجتماعية كالمساجد والمدارس القرآنية والروضة والجمعيات والنوادي في صقل شخصيته وتعبئتها بقيم وأفكار ومبادئ تشكل أرضية صلبة في التعامل مع الغير والتكيف مع المواقف الإجتماعية والمتباينة التي يتعرض لها الفرد (الوليد، 2022، صفحة 154)،

ج:وسائل الإعلام :

في عصرنا الحالي يتعامل الإنسان مع وسائل الإعلام المتعدد ويتفاعل معها فلا يكاد يمر يوما دون مشاهدته لإعلان عن فلم أو برنامج في التلفزيون كما تجذبه القنوات الفضائية بتنوع برامجها وتعدد أساليب تسويقها، وتتجلى الثورة الإعلامية فيما تقدمه من تنوع كبير في المعلومات وما تعززه من إتجاهات في عقول البشر ويعتمد نجاح الإعلام على قدرة وسائله على استغلال عواطف الإنسان وانفعالاته، حيث تعود أهمية الإعلام إلى تحول مؤسساته وعملياته ووسائله إلى نسق اجتماعي يتحكم في حياة المجتمع إضافة إلى كونه أحد مكونات المجتمع الصناعي المتسم بإنتاجه وإستخدامه لكميات كبيرة من الطاقة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الميكانيكية إضافة إلى اتساعه بسيادة الثورة الاتصالية الجديدة التي لها يد في صياغة أنماط التفكير وأنماط السلوك والتأثير في شبكة العلاقات الإجتماعية المستخدمة في ذلك، بمجموعة من الآليات المبنية على معطيات نفسية ومعرفية تساهم في برمجة الوعي وهي المعطيات التي نسردها كالتالي :

-النظر إلى الأفراد بإعتبارهم عنصر فعال ومتلقي للمدخلات الحسية التي تساهم مع عوامل أخرى في تشكيل عمليات داخلية معرفية، ثم تنعكس في ما بعد إلى استجابات سلوكية .

-تتجلى العمليات المعرفية الرئيسية في الإدراك والتخيل ونظام المعتقدات والإتجاهات والقيم وعملية التذكير والتفكير وهي عمليات فاعلة في تشكيل السلوك الفردي .

إن أهمية وسائل الإعلام الحديثة كما في ذلك منصات التواصل الإجتماعي تتجلى في دورها الكبير في نشر الوعي الديني ونقل المعارف والقيم الدينية، وتعزيز التفاعل والتواصل الإجتماعي بين الأفراد خاصة ما يتعلق بالتقنيات الحديثة مثل الانترنت التي أحدثت نقلة غير تقليدية في عالم الاتصال والتواصل بوسائله المختلفة مثل الصحف والمنصات والإذاعات الالكترونية السمعية البصرية والمدونات والشاة والمنتديات والبريد الالكتروني والمجموعات ومنصات التواصل الإجتماعي .

فإن الدعوة إلى الدين الإسلامي بحاجة إلى إستخدام هذه الوسائل بفعالية لنشر الوعي الديني وشرح مبادئ وقيم وموقف الإسلام من القضايا المطروحة على الساحة في مختلف المجالات الدينية والسياسية والاقتصادية والإنسانية وغيرها (الوليد، 2022، صفحة 255)،

6 - أبعاد الوعي الديني :

يؤدي الوعي الديني إلى ترسيخ الاعتدال الديني والفضائل الإنسانية التي تنبذ الفردية والأنانية ويساهم في تحقيق التقدم وبناء الحضارة ولذلك فإن للحضارة بعدا دينيا باعتبار مايتولد عن الوعي الديني من قيم يحتاجها الإنسان في التقدم ويكون متبعا بطاقة حيوية بعد أن تكون الفكرة الدينية قد ضبطت ورصدت رغباته وغرائزه الفطرية الكائنة في طبيعته وإخضاعها لقانون أخلاقي بين المصلحة الخاصة والمصلحة العامة (زوشي، 2008، صفحة 100_101).

وبالتالي فإن تحقيق فعالية الوعي الديني يتطلب التأثير على النفس الفردية والمجتمعية بشكل متزامن، وهذا يبشر إلى أن للوعي الديني أبعاد وجدانية ومعرفية وسلوكية تتمثل فيما يلي :

أ- البعد الوجداني :

حيث يتجلى الجانب الوجداني من شخصية الفرد في المشاعر والعواطف والانفعالات كالميول والرغبات والتقدير والاتجاهات والقيم والتكيف، ولقد حث الإسلام إلى النظر والتأمل في النفس البشرية دعوة صريحة ولقوله تعالى (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ظل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين) سورة النحل الآية 125، لفهم أبعادها وحقيقتها لقوله تعالى (وفي أنفسكم أفلا تبصرون) سورة الذريات الآية 21.

ومن خلال تلك المعرفة يستطيع الإنسان السيطرة على شهواته فيسهل عليه تهذيب وتأديب نفسه والسير بها في الطريق المستقيم للوصول إلى معرفة الله والارتباط به سبحانه وتعالى، وبالتالي فهذه العلاقة أساسية لفهم مشكلة الإنسان وتفسير سلوكه (عصام، 2017، صفحة 5). وقد بين القرآن الكريم والسنة النبوية كثيرا من العواطف كالخوف والغضب والحب والقيم والاتجاهات المرتبطة بالجانب الوجداني حيث أشار البيان الإسلامي إلى تربية الوجدان وتوجيهه، مما يضعفه فالندم والتوبة والصلاة والإحسان وغيرها من الأعمال الصالحة تنمي الوجدان، وتعالج ضعفه وتحميه (عصام، 2017، صفحة 6).

ووسائل الإعلام لها دور كبير في تنمية الجانب الوجداني والاجتهاد في تقديم مادة إعلامية تدفع وترفع وجدان الفرد المؤمن من خلال درجات الإيمان عن طريق الدعاء والاعتقاد بالقلب والعمل بالجوارح إخلاصا لله تعالى لتعزيز ثقة الفرد المسلم بدينه أي بالله تعالى وبنفسه ليكون شخصية قوية مليئة بالثقة والتفاؤل والإخلاص لله تعالى، فإذا تحققت الرسالة الدينية الوجدانية تحصنت شخصية المسلم لتصبح لديها قدرة الامتناع عن استقبال أفكار غريبة عن الدين (النور ش.، 2022، صفحة 123).

ب- البعد المعرفي :

تشكل عملية بناء شخصية الفرد المسلم مسارا هاما يتضمن عدة جوانب مرتبطة بالتنمية الشخصية والدينية، وبالتالي تحصن نفسه وتحقق تنمية وجدانه ويطمئن قلبه، ويجب أن تكون لديه معرفة مسبقة عن تعاليم الدين الإسلامي والغاية من الحياة، ويتوجب أن يكون متمكنا وملما بالمعارف التي جاء بها إسلام من خلال النص الديني القرآن والسنة الصحيحة، وتشكل لديه العقيدة الصحيحة والسليمة، حتى تكون لديه القدرة على التمييز بين الصواب والخطأ، ومن أهم المواضيع التي يجب أن يكون الفرد المسلم ملما بها هي العقيدة الصحيحة كالتوحيد ومعنى صفات الله والعبادات وطرق سليمة

وصحيحة لأدائها ومعرفة الأخلاق التي يتسم بها المسلم من معاملات سواء في مجتمعه المحلي أو مع جيرانه أو مع أسرته وكيفية تعامله في عمله أو تجارته ليتجنب الربا وغيرها من طرق غير مشروعة دينياً .

فوسائل الإعلام الجوّاري ومنصات التواصل الاجتماعي تسعى بشكل مستمر إلى تنمية وتعزيز الجوانب المعرفية لتعاليم الدين في الساحة العامة بهدف تعزيز التواصل الفعال والفهم العميق لهذه التعاليم داخل المجتمع المحلي (النور ش.، 2022، صفحة 124).

ج- البعد السلوكي :

وفقاً لأصحاب النظرية السلوكية يعتبر السلوك الإنساني عبارة عن مجموعة من العبادات التي يتعلمها الفرد ويكتسبها أثناء مراحل نموه، وتتحكم في تكوينه قوانين الدماغ، وهي قوى الكف وقوى الاستثارة اللتان تسيّران إلى مجموعة من الاستجابات الشرطية، ويرجعون ذلك إلى عوامل البيئة التي يتعرض لها الفرد وتدور هذه النظرية حول التعلم في اكتساب التعلم الجديد وأن سلوك الفرد قابل للتعديل أو التغيير بإيجاد ظروف وأجواء تعليمية معينة، والسلوك هو تفكير أو عمل يقوم به المخلوق ويتجه به وجهة معينة قيد توصله إلى هدف ما أو تقربه منه والسلوك هو جوهر ولب الفلسفات والمبادئ جميعاً لأنه موضوع اهتمام الدراسات الدينية والخلقية والنفسية والاجتماعية وغيرها (النور ش.، 2022، صفحة 125).

ومن السابق المذكور يظهر أن الوعي الديني يشمل ثلاث جوانب رئيسية تتمثل في الجانب الوجداني والذي اختلف بالبعد الروحي في الشخصية الإنسانية التي يقع إشباعها عن طريق توثيق الصلة بالله تعالى، والاستعانة به . حيث يتضمن هذا القسم الدعاء والتضرع وأعمال القلوب كالمحبة والتوكل والخوف، ثم يأتي الجانب المعرفي الذي نقصد به اكتساب الفرد لمعارف صحيحة حول الدين الإسلامي الذي يتسع باتساع مجالات الحياة بدءاً بالمنظومة العقائدية ثم المنظومة الفقهية، وهذا بزيادة الكم المعرفي في الأحكام الفقهية ووصولاً إلى المنظومة الأخلاقية والقيمة عن طريق اكتساب الفرد الأخلاق وقيم جديدة من الناحية المعرفية كالصبر والصدق والوفاء ثم الثقافة الإسلامية التي نعني بها تزويد الفرد بمعلومات عن التاريخ الإسلامي، وتبسيط الضوء على الشخصيات الإسلامية والعادات والتقاليد إلى غيرها من المواضيع ذات الصلة بالثقافة الإسلامية . وفي الأخير يأتي الجانب السلوكي والذي يتضمن تدعيم أنماط السلوك والعادات، حيث يتبنى الفرد مجموعة من السلوكيات والأعمال كأداء الفرائض والعبادات الحسنة للذين

ليؤدون ذلك من قبل أو تنمية هذا الأداء وتحسين واكتساب خبرات جديدة بشأنه (عزوز، 2013، صفحة 135_136).¹

7- مصادر الوعي الديني :

أ/الدين الإسلامي :

يعتبر الدين الإسلامي من أهم وآخر الأديان السماوية التي نزلها الله على عباده وأوحى بها إلى رسوله محمد صلى الله عليه وسلم يهدي بها من أظل طريقه من المعاصي لما يحمله من تعاليم لتحقيق مصلحة البشر، فالدين الإسلامي هو من يعرف بوجود الله المولى والخالق لكل شيء، ويحث على التوحيد والإيمان بالرسول والمرسلين وعلى أداء الفروض الخمسة والنطق بالشهادتين كما يحث دين الإسلام على العدل والإيثار والتعاون وتحسين العلاقات كما أنه ينتهج نهجا متوازنا بين الروحانية والعملية الإجتماعية والحياة الدنيا فهو ينشر قيم أخلاقية وشريعة الله ورسوله لتوعية المجتمع وإخراجه من الظلمات إلى النور .

ب /القرآن:

إننا لا نستطيع ولو حرصنا أن نحصي القيم والمفاهيم الجديدة التي أتت بها القرآن الكريم والتي بني عليها هذا المجتمع الإسلامي بناء سليم ومما لا شك فيه أن القرآن الكريم هو الوسيلة العظمى والطريقة المثلى للدعوة الإسلامية فهو يعتبر أكبر وسيلة من وسائل الإعلام منذ ظهور الإسلام إلى يومنا هذا إنه بحاجة أولا إلى دراسة عميقة لهذا الكتاب السماوي من الزاوية الإعلامية، وهو بحاجة ثانية إلى من يجمع صور هذا الكتاب المقدس التي تحمل معنى الدعوة لقوله تعالى "أدعو إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي أحسن" وقد نص القرآن على أن الرسول مكلف من قبل الله تعالى على تبليغ الناس الرسالة الجديدة لقوله تعالى "وما على الرسول إلا البلاغ المبين".

فإذا نظرنا إلى صحيفة القرآن نجدها تمتاز بالصدق والنزاهة في التوجيه والإرشاد فهي لها كل الأثر في خلق مجتمع جديد هو المجتمع الإسلامي الذي يختلف عن المجتمع الجاهلي وذلك بالتوعية الدينية والوعي الديني الذي نشره الإسلام في أفراد المجتمع فالإسلام لم يترك باب من أبواب الخير إلا وعى إليه ولم يترك باب شر إلا ونهى عنه فأسس بذلك العلاقات والحقوق والواجبات تبعا لأحكام القرآن الكريم الذي يشكل مصدرا رسميا للتشريع الإسلامي والوعي الديني، فاعتمد في نشره للقيم الدينية على أسلوب

القصص مثل قصة (إبراهيم عليه السلام، آدم ويوسف عليهم السلام، وسيدنا محمد صلى الله عليه وسلم) فالقرآن كان ضرباً من ضروب الإعلام على يد "رسول الله صلى الله عليه وسلم" بل كان أنجح وسائل الإعلام منذ ظهور الإسلام (حمزة، صفحة 44_47)

ج/ الأحاديث والسنة النبوية:

لقد كان رسول الله صلى الله عليه وسلم معلم هذه الأمة وكان داعياً لهذا الدين الذي دخلت به الأمة، من أجل ذلك حملت خطب النبي وأحاديثه طابع التبشير والدعوة أو الدعاية ولعل أكبر شاهد على أحاديثه الجهاد، فالجهاد كان ولا زال من أقوى وسائل الدعوة الإسلامية فنجد أن أحاديث الرسول صلى الله عليه وسلم مادة قوية تصلح لكل ثورة من الثورات الإسلامية فكلما انتقلنا من دور أو نظام أو خلافة إلى أخرى إلا واعتمدوا فيها اعتماداً قوياً على الأحاديث النبوية وأخذوا منها ما يتفق و دعوتهم وأفكارهم ومنهجهم ذلك لأن الشعب الإسلامي لا يسمع حديثاً من أحاديث النبي صلى الله عليه وسلم إلا وترك في نفسه من الأثر العميق ما لا تتركه وسيلة أخرى من وسائل الإعلام، حيث اعتمدت عليها فيما مضى الخلافة الأموية والعباسية والفاطمية.... الخ .

فالأحاديث النبوية كانت تتماشى مع الدعوة الإسلامية ومع القرآن وذلك في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم وفي عهد الخلفاء الراشدين وكانت قوة هائلة في نشر الدين والعمل بالقرآن، فقد كان له أكبر الأثر في نشر الثقافة في العالم الإسلامية الذي بدأ بشكل الحديث و قصص الأنبياء (حمزة، صفحة 61_63)،

وعن سنة نبيا فكان الرسول مكلف بنشر الرسالة التي أوكله الله عز وجل بها وذلك لهدايتهم وتقويم سلوكهم وتوجيههم، فقد كان ينشر الرسالة من خلال الاتصال الشخصي. لأن هدفه كان التأثير في عقل وقلب أمته فقد كان بين الكلام حسن الصوت ليس غليظاً يدفع السيئة بالحسنة وصبوراً واسع البال فهذه الصفات يجب أن تكون في الأشخاص الذين يقومون بنشر الوعي الديني .

فالأحاديث والسنة هي ثاني مصدر لنشر الوعي الديني التي يعتمد عليها في كل الأزمنة (السلام، 2002، صفحة 15).

لقد كان للصحابة الأثر البالغ في نشر تعاليم الإسلام ومبادئ الدين الذي جاء به رسول الله محمد صلى الله عليه وسلم الذي قام بتوجيه وحث الصحابة على الحكمة والتزكية والإحسان فقلدوه في كل عمل واقتدوا به فقد وصفهم صلى الله عليه وسلم بالنجوم وقال " أصحابي كالنجوم بأيهم اقتديتم اهتديتم "

فكانوا محل ثقته، ولقد قامت عليهم الدعوة والجهاد والدولة والحضارة فيما بعد فلم يجد الزمان بواحد مثل أبي بكر الصديق وعمر بن الخطاب وعلي بن أبي طالب وغيرهم من الصحابة رضي الله عنهم، الذين حملوا راية التوحيد والجهاد والدعوة فكانوا نواة للأمة الإسلامية، وداعية لدين الله ومنحوا للإسلام من دين محلي إلى دين عالمي بمضامينه القرآنية والنبوية، واستمدوا وجوده من مصادر وركائز محددة وقيمة، فكانوا يبدعون بالدعوة قبل الجهاد فمنحهم توحيد مصدر التلقي وحماية جانب العقيدة فكانوا خير خلف لخير سلف في الدعوة ونشر الوعي الديني والوحي الإلهي (القرطبي، م2006، صفحة 118).

القيم الإسلامية: القيم الإسلامية الأخلاق والمبادئ التي تصنع الشخصية الإسلامية وتجعلها متكاملة وقادرة على التفاعل الحي مع المجتمع وعلى توافق مع أعضائه وعلى العمل من أجل النفس والأسرة ولعقيدة، وكذلك الإجماع والقياس وسير الأعلام النبلاء والصالحين والعرف هو ما تعارف عليه الناس وساروا على نهجه من قول وفعل، والقيم التي كلف المسلم بالتحلي بها وأخذ نفسه بمقتنياتها كالصدق والأمانة والرحمة وصلة الرحم والكرم وحسن الجوار، فكانت دعوة النبي أشمل وأعمق من الدعوة للعلم بل كانت دعوة للتحرك الديناميكي الناشط للبناء والإبداع واستجابة للداعي "الذي خلق، وخلق الإنسان من علق" وكانت العلمية الحركية الناشطة من أعظم الأسس التي اعتمدت عليها القيم الإسلامية في الإسلام ونشر الثقافة والوعي الديني. (قميحة، 1984، صفحة 41)

المبحث الرابع: الوعي الديني عبر وسائل التواصل الاجتماعي

1- الإعلام ودوره في تشكيل الوعي الديني :

يعتبر الإعلام الديني مهما جدا في الحفاظ على قيم الدين ونشر المعرفة والحقائق الدينية الصحيحة كما يساعد على ترسيخ المبادئ والأخلاق الإسلامية في المجتمع وتعزيز الوعي بالمسؤولية وما يؤكد ذلك هو الانتشار الواسع للإعلام الديني في مجتمعاتنا العربية والإسلامية والدور الذي يمثله، كما يحصر الإعلام الإسلامي اهتمامه بالقضايا والشؤون الدينية وينبغي للإعلام الديني توخي الدقة عند التعامل مع التراث الإنساني للأديان لإعلاء القيم والفضائل التي يسعى الدين لترسيخها في النفوس

الفصل الثاني: الإطار النظري

بالدعوة إلى السلوك القويم والتحلي بمكارم الأخلاق والتمسك بقيم العدالة والحق والتوعية ضد التيارات الهدامة والنزعات المتطرفة التي يرجع سببها إلى عدم الفهم الصحيح لثوابت الأديان ودعاة التطرف، ومن وظائف الإعلام الديني ما يلي .: (زيان، 2014)

أ / وظيفة التربية والتوعية :

يعمل الدين الإسلامي جاهدا على تحقيق مقاصد الرسالة من تعليم و تثقيف وتشكيل الوعي الأخلاقي، لذا وجب على وسائل الإعلام تربية المجتمع على الإيمان وإعلاء القيم الدينية والتوعية الجادة، فالقائم بالإعلام يستمد مادته الإعلامية من منهج الله ورسوله، ويوظف البرامج المرئية والمسموعة التي تقوم على بيان الأحكام الإسلامية وتوعية الناس بها وتحقيق أكبر مشاركة جماعية في الاستماع والتواصل وإبداء الرأي .

ب / وظيفة البيان والذكر :

لقوله سبحانه وتعالى " وأنزلنا إليك الذكر لتبين للناس ما نزل إليهم ولعلمهم يتفكرون " سورة النحل 44، ويقصد به أن الإعلام يقوم بالبيان من أجل زيادة الفهم للإيمان وترسيخه في المجتمع ليزداد وعيهم لمفاهيم القرآن ومصطلحاته ولقوله تعالى أيضا " فذكر إنما أنت مذكر " سورة الغاشية 21، ويأتي التذكير الغفلة والنسيان والانحراف وحين تشيع الفواحش.

ج / وظيفة التبليغ والتصحيح :

يقول سبحانه وتعالى " يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته والله يعصمك من الناس إن الله لا يهدي القوم الكافرين " سورة المائدة 69 وهي رسالة من رسائل الإسلام يأمر فيها الله بإيصال الرسالة الإلهية صافية ونقية وتعريفهم بحقائق الدين وإنذارهم من المعاصي، وهو ما ينشر على وسائل الإعلام من دروس وعظية وتربوية وخطب ومحاضرات حول العبادات والعقائد فأفاق الإعلام الديني يمكن أن تنفتح على مجالات الشأن الإنساني بما يخدم الفرد والمجتمع .

2- دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني :

يظهر تأثير منصات التواصل الإجتماعي المنتشرة على شبكة الانترنت على المجتمع من خلال نشر مقاطع الفيديو التوعوية التي تبني الدين الإسلامي وتقوم بشرحه وتوظيفه إضافة إلى البطاقات الدعوية التي يتم تداولها بين الكثير من الطلبة فهناك صفحات إسلامية هدفها نشر الوعي الديني وعرضه بأسلوب

الفصل الثاني: الإطار النظري

علمي بعيدا عن النزاعات التطرفية كما رافق الانفتاح الواسع لمنصات التواصل الإجتماعي وجود مظاهر سلوكية نتيجة الدعوة المستمرة وإثراء البرامج الدينية ليبقى الفرد على تواصل روحي مع دينه وعقيدته، فهذه المنصات خلقت جانب إيجابي بزرع الوازع الديني لدى الأفراد من أجل ترك المعاصي والتمسك بدين الأخلاق والعفة، وتوجهه إلى تنشئة دينية بالنصح والتوجيه عبر هذه المنصات فهي تلعب دورا ليس بالسهل في الدعاية وتقديم شروحا للمعتقدات الدينية، حيث يتضح أن استخدام منصات التواصل الإجتماعي والمدونات توفر فرصة للشباب من مختلف الفئات الدينية والفكرية، مما يعزز تبادل القيم والأفكار بينهم وتبادلها بشكل كبير خارج المجتمعات الدينية والتقليدية. وكل هذا يتطلب المشاركة الفعالة وتطوير خطاب مشترك من أجل ضمان بعد أساسي من الثقة بعيدا عن العنف وأفكار التطرف، ولقد ساهم الدين الإسلامي من إنشاء مواقع وصفحات على منصات التواصل الإجتماعي لنشر وإبراز رسالته والدعوة إلى عقيدته والرد على المغالطات والمخالفات التي تنتج عنها، ومن خلالها يمكن للدعاة تعريف الناس بتعاليم دينهم وديناهم وخاصة فئة الشباب، حيث ينشط في هذه الفضاءات بشكل مرتفع ويستخلص ثقافته الدينية والأخلاقية منها. وتشير الأبحاث الحديثة إلى أن جيل الشباب الحالي في دول شمال أوروبا يعتمد بشكل أكبر على وسائل الإعلام والأنترنت من الأسرة والكنيسة في الحصول على الأفكار والقيم الدينية والمبادئ.

وبالإضافة إلى ذلك تعد منصات التواصل الإجتماعي من أهم سبل نشر الوعي الديني والدفاع عن مقومات الدين الإسلامي وقضايا الأمة وتعزيز الحوار البناء بين الأديان والحضارات وكل هذا من الإمكانيات التي تتوفر لهذه الوسائل في الاتصال، ومن خلالها يستطيع الدعاة الدفاع عن المقومات الدينية ونشر الوعي الإسلامي في العالم بأسره، وخلق صورة إيجابية عن المجتمعات الإسلامية للعالم أجمع، ومن خلال تحضير محتوى دقيق ومتنوع واستخدام أساليب إبداعية ملائمة لجميع فئات المجتمع بجميع لغاته، ولشرح ونشر تعاليم الدين الإسلامي ومبادئه للوصول والتواصل الفعال مع عدد كبير من المسلمين والغير مسلمين في مختلف أنحاء العالم.

وقد فتحت منصات التواصل الإجتماعي الباب للتواصل ونشر الدعوة مع الآخرين بإختلاف لغاتهم وأجناسهم للعديد من الدعاة صفحتهم الخاصة، وبالتالي يعد انتقال إيجابي للتواصل العالمي ونشر الوعي الديني في ظل الإنغلاق الإعلامي الرسمي في كثير من الدول، وتتميز الدعوة عن طريق منصات التواصل الإجتماعي بالعالمية والفورية والتجديد المستمر مع تجاوز الحواجز الزمانية وسهولة الاستخدام والتواصل وتقليل الجهد والتكاليف، فمنصات التواصل الإجتماعي تعتبر واحدة من المؤسسات الدينية الإجتماعية،

حيث تلعب دوراً أساسياً في تحديد مستويات المعرفة والمعلومات التي يتلقاها الشخص ونشر الوعي الديني عن طريق الرسالة الإعلامية التي تشكل محتوى ومضمون الاتصال نظراً لأن المعلومات التي تكون المعرفة والإدراك والفهم وتشكل الأساس لظاهرة الوعي، والذي يتجلى بدوره في مجموعة من السلوكيات التي تظهر في حركات الفرد، وبالتالي تعتبر أداة جديدة ضمن أدوات الإعلام الديني ومن منظور حديث تختلف هذه الأدوات في شكلها ومضمونها عن باقي وسائل الإعلام الجماهيرية (أحمد، 2015، صفحة 158_159).

3- دور الفايسبوك في نشر الوعي الديني :

شهد المجال الفكري والثقافي تحولات جذرية في الأفكار والثقافات وصولاً إلى التأثير على المعتقدات الدينية، وقد تعرضت بعض الأديان بما فيها الإسلام لحملة تشويه وانتقادات باعتبار أنه يحتل مساحة أكبر من تفكير الإنسان المسلم، من خلال نشاط الدعاة والإفتاء والمصلحين وأئمة المساجد تنمي الفهم الصحيح للدين وتصحيح المفاهيم المغلوطة والتشويهات التي يمكن أن تواجه الدين الإسلامي بالإضافة إلى الكم الكبير من المنشورات الدينية المتواجدة على منصة الفايسبوك وكذا مختلف الصفحات الدينية المتخصصة، فهو يمكن الأفراد من إنشاء صفحات يتم من خلالها نشر كل أفكاره ومعتقداته حيث تتنوع الصفحات الفايسبوكية الدينية من خلال منشوراتها والقائمين عليها وبالتالي هناك عدة أنواع من الصفحات الدينية من بينها نجد :

صفحات عبارة عن صور : وتحتوي على مجموعة من النصائح والحكم والأقوال النبوية الصحيحة والأحاديث والأدعية والإقتداء بصفات الرسول صلى الله عليه وسلم والتي توجه الفرد في حياته اليومية حيث تقدم محتويات متنوعة تضمن الأحاديث النبوية وصور توجيهية وإرشادية تبرز قيم الرحمة والتسامح وحسن الخلق التي دعا إليها الرسول صلى الله عليه وسلم إذ تساهم الصفحة في تعزيز الوعي الديني لدى متابعيها وتوجيههم نحو السلوكيات الإيجابية والقيم الإسلامية السامية وبالتالي فهي تشجعهم على إتباع سيرة النبي وتطبيق تعاليمه في حياتهم اليومية .

صفحات يقوم عليها دعاة ومصلحون :وهي صفحات يديرها الدعاة والمصلحون المعروفون في الوطن العربي بشكل عام وتقوم صفحاتهم على نشر تعاليم الدين الإسلامي عن طريق مقاطع الفيديوهات والمحاضرات والتوصيات والتي زادت من التفاعل بين الشباب والدعاة من خلال نشر مكارم الأخلاق ويشمل التعاون والتسامح وأداء الصلوات والصيام وإعطاء صدقات وتوجيه الشباب نحو السلوكيات التي تعود بالنفع عليهم وعلى المجتمع، حيث تكفل الدعاة بدور توجيه وتنوير هذه الفئة من خلال التواصل

معهم عن طريق الروابط التي تمكنهم من متابعة الأخبار والفعاليات على هذه الصفحة، وبالتالي توفر منصة الفاييسبوك فرصة فريدة لنشر الوعي الديني من خلال تواصل الأئمة والدعاة مع المجتمع، ونشر المواد التعليمية والخطب الدينية وتنظيم الفعاليات وتوجيه الشباب نحو قيم ومبادئ دينية (الوليد، 2022، صفحة 156، 157)

4- دور المساجد والزوايا في نشر الوعي الديني :

تعتبر المساجد والزوايا من أهم المؤسسات التي تساعد إلى حد كبير في نشر وتشكيل الوعي الديني لدى المجتمع بصفة عامة والشباب خاصة :

أ- المسجد: للمسجد أثره العظيم في بناء المسلم عقيدة وعبادة وأخلاقا على امتداد تاريخ الأمة وذلك أنه بدون مسجد لا يتعلم عامة الناس أحكام دينهم وتنظيم حياتهم والوقوف على الحلال والحرام، ومما لا شك فيه بأن المسجد يحتل المكانة الأولى بين المؤسسات الدينية في الإسلام فهو مكان للعبادة وتعزيز الوعي الديني من خلال تنظيم المحاضرات الدينية والندوات والدروس والخطابات وغيرها، مما يبرز أهميته العظيمة في نشر الإسلام وتوعية المسلمين واجتماعهم وتآلفهم، فهو مجمع الفضائل ومحل العبادة لذا فأول ما اهتم به رسول الله صلى الله عليه وسلم عند قدومه من المدينة هو بنائه للمسجد لقوله سبحانه وتعالى "أنما يعمر مساجد الله من أمن بالله واليوم الآخر" سورة التوبة الآية 18

فالمسجد مكان مقدس تقام فيه الصلوات وهو مركز للتعليم وتنشر فيه حلقات الدروس والمواعظ العلمية باعتباره مركز إشعاع للقيم الدينية وتتجلى فيه كل القيم الروحية والخلقية والاجتماعية، وفيه يحدد المسلم عزمته ويشحذ روحه وهو مآل الإنسان ومحط رحلته عندما تتعبه الدنيا وتنوع بكامله أعباء الحياة المادية .

ويكمن دور المسجد في حياة الفرد والمجتمع كما يلي : (حمريش، القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، 2010، صفحة 57)

- دعم روح الأخوة والتعارف بين المؤمنين مما يؤدي إلى دعم القيم الدينية وتوحيد السلوكيات الاجتماعية ونبذ كل ما يضعف الروح الإيمانية والاجتماعية من قيم سلبية كالظلم والحقن والحسد .

- نشر العلم وتعليم الأفراد التعاليم الدينية، مما ينمي لديهم معايير سلوكية إسلامية تحقق سعادة الفرد والمجتمع.
- تنمية الوازع الديني لدى الفرد والجماعة /ومن ثمة دعوتهم إلى ترجمة المبادئ والتعليم إلى سلوك عملي واقعي .
- توجيه الأسرة والآباء إلى تربية الأبناء تربية أخلاقية سليمة قائمة على الفضيلة وتوجيههم إلى التحلي بالقيم سواء في أداء الفرائض أو السلوكيات اليومية وانفعالاتهم مع الآخرين.
- التربية الروحية التي يشعر بها الفرد أثناء دخوله المسجد، أما التربية الأخلاقية فتمثل فيما يتجرد منه المسلم أثناء تواجده بالمسجد من كل ما يملكه فهو سيكون بين يدي خالقه (الجلاد، 2007، صفحة 64).

ب- الزوايا:

تعد الزوايا من المؤسسات التي تتوفر على السكن والطعام والملجأ والتعليم والعبادة وكان يعتبر بعضها مدارس عليا لمواصلة التعليم الذي بدأه الفتيات في المكاتب أو المدارس القرآنية (الله ط..، 2013، صفحة 135).

ويعرفها قاسم سعد الله إلى أبعد من ذلك ويقول بأن " الزوايا عبارة عن مؤسسات دينية ومراكز ثقافية ونواد اجتماعية وخلايا سياسية يتعلم الناس فيها مبادئ دينهم وتعاليم شريعتهم وفيها يتلقون مختلف العلوم والمعارف وقيمون العلاقات الإجتماعية (الله أ..، 2009، صفحة 110).

ومن هذه التعريفات يتضح أن الزوايا مجمع للذكر كما أنها كانت تتخذ مأوى لطلبة القرآنوالعلم، ويقصدها المتخاصمين للاستفتاء والصلاح، فمنذ نشأتها وهي تؤدي دورا دينيا وتربويا من قبل شيوخها، كما هي مركز تحفيظ القرآنوتعليم أصول الدين الإسلامي والعلم الشرعي فهي بذلك حصون العقيدة والإيمان وأماكن لنشر الدين والتراث الإسلامي وملاحمه التاريخية. (العقبي، 2009، صفحة 203)

5- طرق التوعية داخل الجامعة :

هناك عدة أساليب وطرق وسبل منظمة وجب تطبيقها في سياق الحرم الجامعي والمجتمعي لغرض إجراء وتحقيق الأمن الداخلي داخل المؤسسة الجامعية، مع انضمام مختلف الشرائح الإجتماعية تحت سقفها وبالتالي يمكن تلخيص هذه الطرائق كالآتي:

الحلقات والندوات و المؤتمرات: يمكن تنظيم وعقد الحلقات الدراسية والندوات والسيمينارات في القاعات الجامعية أو في كلياتها بدعوة الطلاب إلى الحضور والمشاركة في هذه الفعالية إلى جانب أساتذة وممثلين من خارج الجامعة لهيئات ومؤسسات مختصة، ولإنجاح هذه الحلقات والندوات يتطلب

استحضار كافة المستلزمات والعوامل الضرورية، سواء كانت بحوث مكتوبة أو مسموعة مع نقاشات يشترك فيها كافة الحضور. وعلى الطلبة تنظيم هذه الحلقات والندوات والسيمينارات بمستوى عال من الجودة والانضباط والانتظام، وبالتالي يجب أن تكون برامج العمل وموضوعاتها هادفة تتناول عبارات علمية ودقيقة، حيث يمكن ضرب الأمثلة التي تعضد وجهة نظر المحلل أو المحاضر من الكتاب والسنة المطهرة لقوله سبحانه وتعالى "وكذلك جعلناكم أمة وسطا" سورة البقرة 141

لذا يمكن استغلال كل هذه الندوات كفرصة لتقديم مداخلات من اجتهادات الطلبة أو من مذكرة حفظهم لها، وذلك لخدمة أكبر قدر ممكن من أفراد المجتمع، فمجتمعنا بحاجة إلى سماع وتلقي الحوارات والندوات وحلقات الوعي الديني وتطبيقها بطرق تتفق مع الشريعة الإسلامية وينبغي على المنظر أو الفاعل الفكري أن يأخذ بعين الاعتبار جميع الفئات أو الطرق ذات الصلة في تحديد المصطلحات، ليتم معالجة الفكر بشكل يفهمه جميع المستمعين، ليعي ما يقال ويفهم الرسالة ليتم تطبيقها بشكل سليم (سليمان، 2022، الصفحات 536-537).

الفصل الثالث:
الإطار التطبيقي

01. تفرغ وتحليل البيانات السوسيو ديموغرافية.
02. تفرغ وتحليل بيانات وعادات وأنماط استخدام طلبة العلوم الإسلامية بجامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي لمنصة الفاييبوك.
03. تفرغ وتحليل بيانات دوافع وأسباب تعرض طلبة العلوم الإسلامية لمنصة الفاييبوك.
04. تفرغ وتحليل مجالات استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفاييبوك لمسجد أنس ابن مالك.
05. تفرغ وتحليل الإشباعات المحققة من استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفاييبوك لمسجد أنس ابن مالك.
06. النتائج العامة للدراسة.
07. التوصيات.
08. الخاتمة.

عينة الدراسة وطريقة اختيارها:

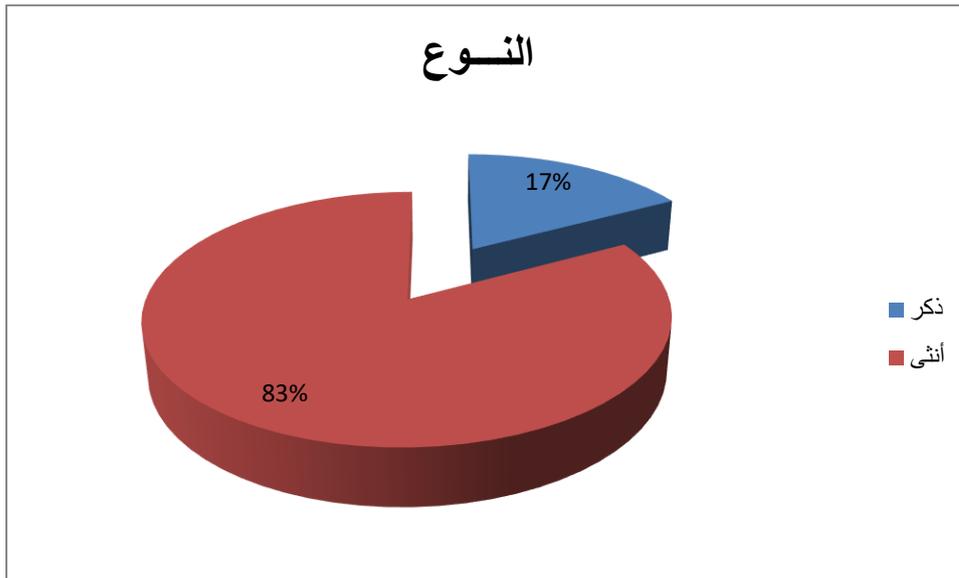
طبقت أداة البحث المتمثلة في الاستمارة بطريقة قصديه على 75 طالب جامعي من قسم العلوم الإسلامية وتم استرجاع 70 منها فقط

تفريغ وتحليل البيانات السوسيوديموغرافية

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة حسب النوع

النسبة المئوية	التكرار	
17.1%	12	ذكر
82.9%	58	أنثى
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



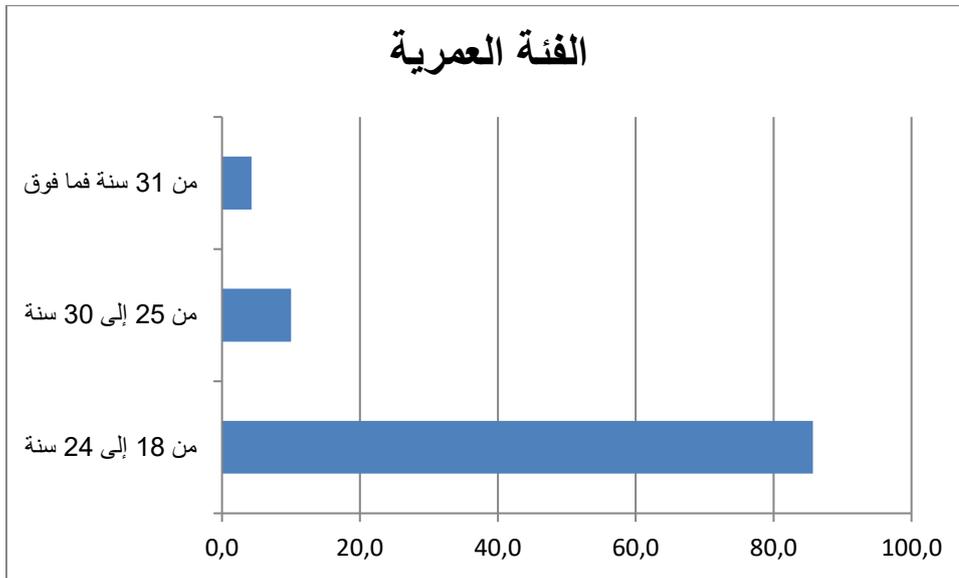
الشكل رقم (01): توزيع عينة الدراسة حسب النوع

يوضح الجدول توزيع المبحوثين من حيث الجنس، حيث بلغت نسبة الإناث 82.9% بتكرار 58 من مجموع أفراد العينة، أما نسبة الذكور قدرت ب 17.1% بعدد 12 مبحوث تفسر النتائج المتوصل من خلال الجدول إلى أن الإناث يشكلون أعلى نسبة من الذكور ويعود السبب في هذا التفاوت بين الإناث و الذكور أن الإناث يتجهون أكثر للدراسة حتي سنوات التدرج وما بعد التدرج أما الذكور فيختارون التوجه للحياة العملية في سن مبكر، كما يرجع هذا الإختلاف كون العنصر النسوي هو الغالب بالجامعات الجزائرية

جدول رقم (02): توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية

النسبة المئوية	التكرار	
85.7%	60	من 18 إلى 24 سنة
10%	07	من 25 إلى 30 سنة
4.3%	03	من 31 سنة فما فوق
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إيمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



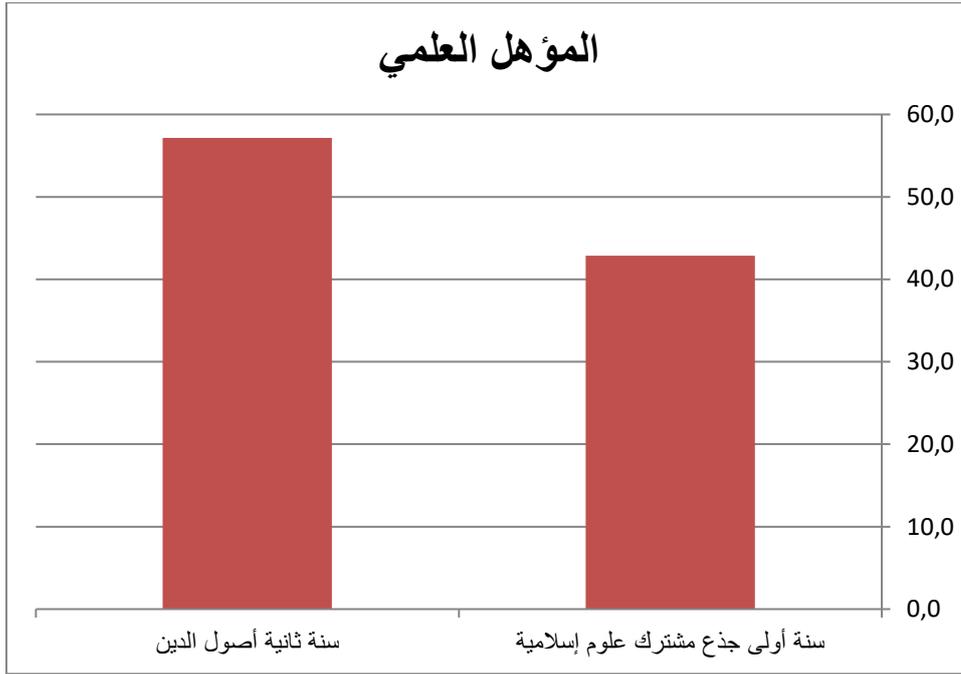
الشكل رقم (02): توزيع المبحوثين حسب الفئة العمرية

من خلال النتائج المبينة بالجدول تبين أن نسبة الطلبة الذين تتراوح أعمارهم من 18-24 سنة هي أعلى نسبة وتقدر 85.7 بتكرار 60 مبحوث وهي فئة شبابية مناسبة لسن الدراسة وعلى إعتبار أن الطلبة في طور الليسانس فمن الطبيعي تنحصر أعمارهم بين 18-24 سنة وهم الأكثر إستخداما للمنصات الإجتماعية وأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية وهذا ما تفتقده الفئات الأخرى، أما من تتراوح أعمارهم بين 25-30 سنة قدرت بنسبة 10 بتكرار 7 مبحوثين ففي هذا السن يكون للأفراد إتجاهات أخرى أهم من الدراسة، كما أن ما فوق 31 سنة قدر ب 4.3 بتكرار 3 طلبة مما يدل على أن هذه الفئة لا تهتم بالدراسة والمواقع الإلكترونية.

جدول رقم (03): يمثل المؤهل العلمي لأفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	
%42.9	30	سنة أولى جذع مشترك علوم إسلامية
%57.1	40	سنة ثانية أصول الدين
%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (03): يمثل المؤهل العلمي لأفراد العينة

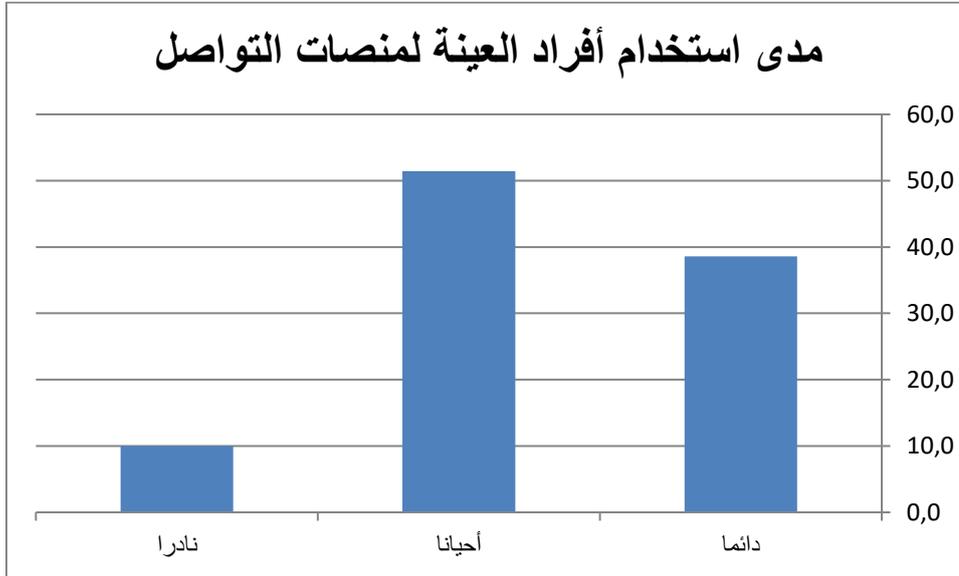
يتضح من معطيات الجدول (3) أن نسب التخصصات متقاربة فقدرت نسبة السنة الثانية ليسانس تخصص أصول الدين بـ 57.1% بتكرار 40 طالب، بينما شكلت نسبة طلبة السنة أولى ليسانس جذع مشترك نسبة 42.9% بتكرار 30 ويرجع ذلك لنوع العينة المختارة في الدراسة (عينة قصدية) وإلى طريقة توزيعها .

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام طلبة العلوم الإسلامية لمنصة الفيسبوك

جدول رقم (04): مدى استخدام أفراد العينة لمنصات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	
51.4%	36	دائما
%38.6	27	أحيانا
%10	07	نادرا
%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (04): مدى استخدام أفراد العينة لمنصات التواصل الاجتماعي

يبين الجدول رقم 04 أن نسبة 51.4% بعدد 36 مبحوث من عينة الدراسة يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي دائما، ونجد أن نسبة 38.6% يستخدمونها أحيانا بعدد 27 مبحوث، بينما نسبة 10% نادرا ما يتعرضون لهذه المنصات.

تعد هذه النتائج كمؤشر دال على اهتمام طلبة العلوم الإسلامية بهذه الوسيلة الإعلامية نظرا لإدراكهم لأهميتها وكذا سعيا لمواكبة التكنولوجيا الحديثة، وهذا الارتفاع في عدد المبحوثين ما هو إلا دليل على أن الطلبة يملكون حسابات على منصات التواصل الاجتماعي مما يثبت أنهم يتعرضون لها بشكل دائم لتحقيق رغباتهم كمتابعة الأخبار والأحداث والتطورات إضافة لإنشاء علاقات مع الآخرين.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

أما فئة الذين يستخدمونها أحيانا فذلك لقلّة تعلقهم بها ونقص الشغف لهذه المنصات والاستهتار بما تنشره و تراها مضيعة للوقت كما أن لديهم نشاطات وارتباطات أخرى أهم.

جدول رقم (05): منصات التواصل الإجتماعي الأكثر تصفحا لأفراد العينة

	اليوتيوب		الفايسبوك		الأنستغرام		الفيبر		التويتير		تيك توك	
	النسبة المئوية	التكرار										
نعم	72.9%	51	85.7%	60	55.7%	39	11.4%	08	12.9%	9	38.6%	27
لا	27.1%	19	14.3%	10	44.3%	31	88.6%	62	87.9%	61	61.4%	43
المجموع	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتقادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أكثر منصات التواصل الإجتماعي إستعمالا وتداولاً من قبل أفراد العينة وتظهر لنا الأرقام المتحصل عليها بأن منصة الفاييسبوك حازت على نسبة متابعة من طرف الباحثين وقدرت بـ 85.7% نظرا لإنتشاره الواسع مما جله أكثر المنصات رواجاً في الأوساط الطلابية لميزته الخاصة بعرض المنشورات والأخبار فهو يجمع بين إتاحة الصور والفيديوهات والمقاطع والإعلانات مما أكسبته شهرة عالمية بين أفراد المجتمع خاصة الشباب

بينما يأتي اليوتيوب في المرتبة الثانية بنسبة 72.9% وهي نسبة معتبرة تعبر عن مدى أهمية هذه المنصة إلى جانب منصة الفاييسبوك وهذا يفسر الكفاءة والقدرة التي يمتلكها اليوتيوب في صناعة المحتويات وبثها وتحقيق أكبر عدد من المشاهدات كما يتيح تحميل و عرض وتقييم ومشاركة مقاطع الفيديو والتعليق عليها، تليه منصة الأنستغرام بنسبة 55.7% إذ يوفر هذا التطبيق لمتصفحيه إضافة علامات مرجعية علي المنشورات التي تطرح على حساباتهم الشخصية كعلامة الهاشتاق فلا يمكن للأشخاص غير المتابعين لحساب المستخدم من مشاهدة ما ينشره

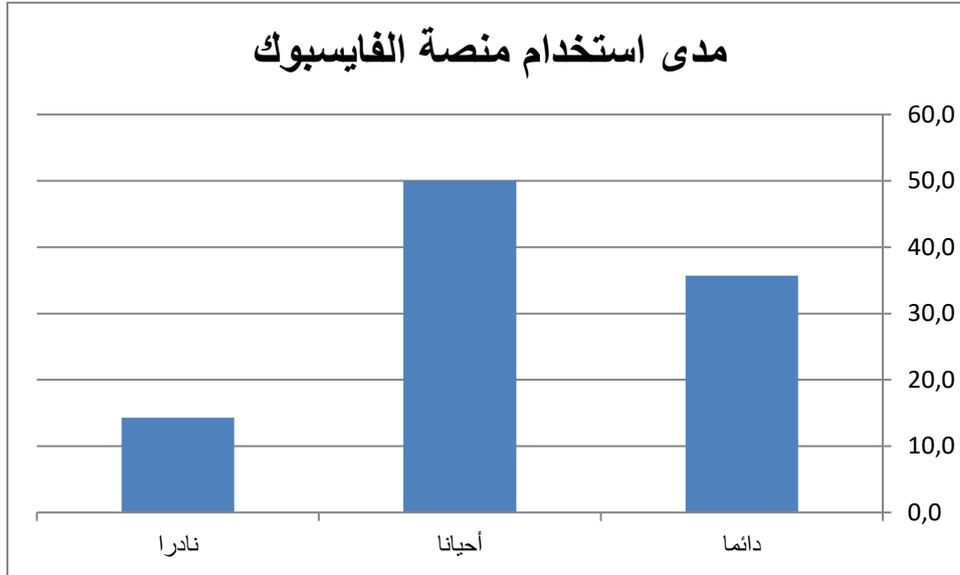
فالخصوصية أهم ميزة لمنصة الأنستغرام، يليه متبعي التيك توك بنسبة 38.6% حيث يعتبره الطلبة كمنصة لعرض الفيديوهات القصيرة المسلية ما بين الترفيهية والإبداعية، ثم التويتير والفيبر بنسبة 12.9% و 11.4% علي التوالي وهي ضئيلة جدا ويعود ذلك لسلبيات التويتير كالتقيد بعدد محدد من الحروف والبريد المزعج كما أنه يخص رجال الأعمال أما الفيبر فهو غير آمن وأقل جودة.

ونستنتج أن الفايسبوك يأتي فالمرتبة الأولى في الإستخدام ثم اليوتيوب ويليه الأنستغرام والتيك توك وأخيرا التويتر والفيبر.

جدول رقم (06) : توزيع المبحوثين حسب إستخدامهم لمنصة الفايسبوك؟

النسبة المئوية	التكرار	
%50	35	دائما
%35.7	25	أحيانا
%14.3	10	نادرا
%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (05) توزيع المبحوثين حسب إستخدامهم لمنصة الفايسبوك

تبين من النتائج الإحصائية المبينة في الجدول أن أغلب أفراد العينة يستخدمون منصة الفايسبوك دائما بنسبة 50% بتكرار 35 مبحوث، ونجد أن نسبة 35.7% بعدد 25 مبحوث يستخدمونها أحيانا، في حين نسبة 14.3% ما يمثل 10 مبحوثين نادرا ما يتعرضون لهذه المنصة

ونستنتج من ذلك أن الطلبة يتصفحون منصة الفايسبوك دائما بشكل دوري لمتابعة الأخبار والأحداث التي تجري وإنشاء صداقات وتلقي المعلومات مميزات الفايسبوك تجعل منه مطلبا لأغلبية أفراد المجتمع خاصة الطلبة فهو يلبي إحتياجاتهم المعرفية كوسيلة نشطة ومشهورة

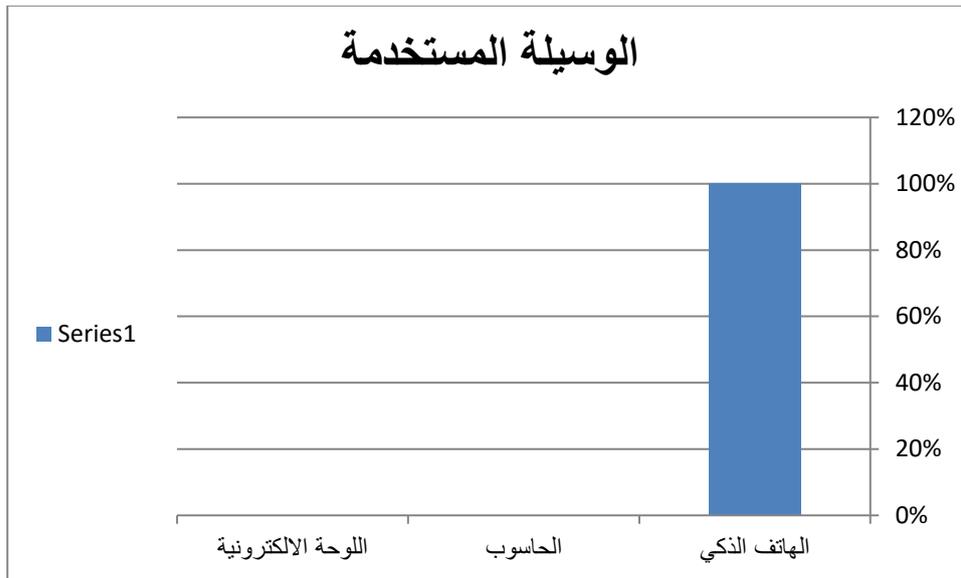
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

أما اللذين يتعرضون لها أحيانا فهم لا يميلون لتصفح المنصات الإلكترونية و يفضلون الإطلاع على الكتب والمصادر الرسمية، وفئة قليلة جدا نادرا ما يتصفحون منصة الفايسبوك لعدم توفر الوقت الكافي للمتابعة حسب الظرف .

الجدول رقم (07): الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح منصة الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
%100	70	الهاتف الذكي
%0	00	الحاسوب
%0	00	اللوحة الالكترونية
%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (06): الوسيلة التي يستخدمها أفراد العينة لتصفح منصة الفايسبوك

تشير النتائج الموضحة في الجدول أن جل أفراد عينة الدراسة يستخدمون الهواتف الذكية لتصفح الفايسبوك بنسبة 100% حيث لم تسجل أي نسبة لإستخدام الحواسيب الشخصية أو اللوحات الإلكترونية ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الهواتف الذكية هي أداة شخصية للعديد من الأشخاص وتكون في متناول اليد دائما ويمكن إستعمالها في أي وقت وفي كل مكان إضافة لميزة الكاميرا والتطبيقات المتخصصة في مشاركة الصور ومقاطع الفيديو كما أنها غير مكلفة من الناحية الشرائية عكس الوسائل الأخرى،

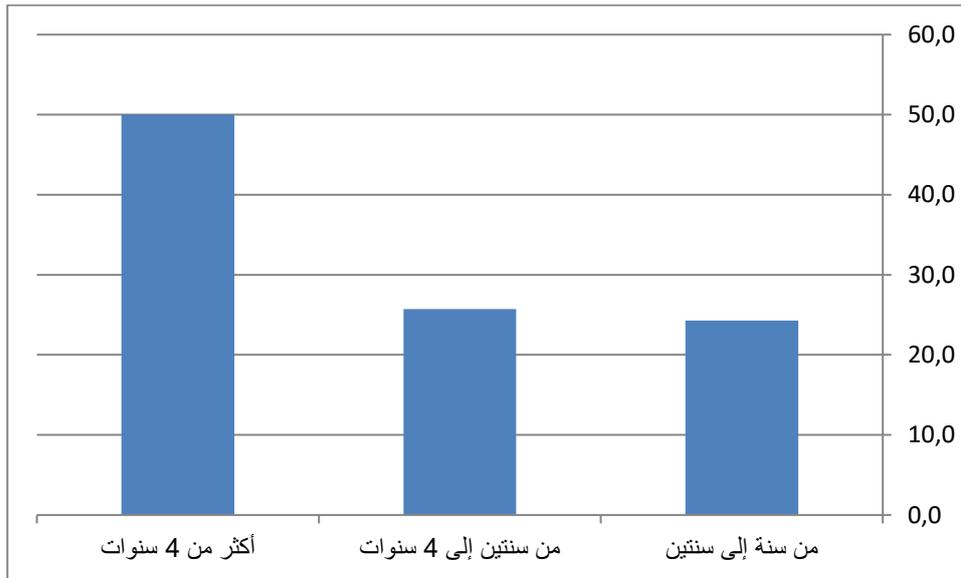
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

ويمكن استخدام الهاتف بالإعتماد المتزايد على التكنولوجيا المحمولة في حياتهم اليومية وفي إستهلاك المحتوى عبر الأنترنت.

الجدول رقم (08): عدد سنوات استخدام منصة الفايسبوك من قبل المبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	
24.3%	17	من سنة إلى سنتين
25.7%	18	من سنتين إلى 4 سنوات
50%	35	أكثر من 4 سنوات
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (07): عدد سنوات استخدام منصة الفايسبوك من قبل المبحوثين

نلاحظ من قراءة الأرقام المسجلة بالجدول وجود إختلاف من حيث عدد السنوات التي بدأ فيها المبحوثين في تصفح منصة الفايسبوك فنصف الطلبة يستخدمونها منذ أكثر من أربع سنوات ما يعادل 71.4% بتكرار 35 مفردة، وقد يكون السبب هو إعتمادهم عليها كوسيلة رئيسية للتواصل الإجتماعي للحصول على الأخبار المحلية والوطنية دون الإحساس بالوقت، بينما نسبة 25.7% من الطلاب بدأوا استخدام الفايسبوك من 2 إلى 4 سنوات مما يشير إلي أنهم جدد في استخدام المنصة أو انظموا إليها مؤخرا

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

تليها مدة أقل من سنتين بنسبة 24.3% مايفسر إنتقال الطلبة لمنصات أخرى او قد يكون لديهم إهتمامات تواصل إجتماعي متنوعة

ومنه نستنتج أن إستخدام الفايسبوك علي مدي فترة طويلة يعود للإقبال الكبير للطلبة عليه منذ نشأته سنة 2003 م وأيضا ميولهم للمجتمعات الافتراضية المتفتحة على العالم والتواصل مع أفرادهم لتبادل الثقافات.

الجدول رقم (09): يبين الأوقات التي يتصفح فيها أفراد العينة منصة الفايسوك

أوقات الفراغ		ليلا		مساء		صباحا		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%70	49	%32.9	23	%21.4	15	%7.1	5	نعم
%30	21	%67.1	47	%78.6	55	%92.9	65	لا
%100	70	%100	70	%100	70	%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتقادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

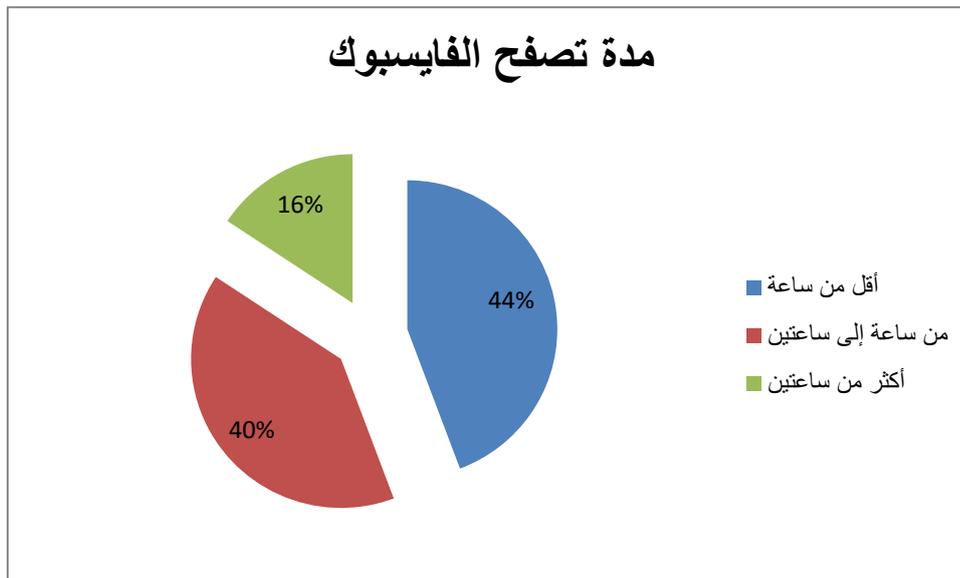
يوضح الجدول أن نسبة 70% من المبحوثين بتكرار 49 مفرد يتصفحون منصة الفايسبوك في أوقات الفراغ حتى لا تؤثر على دراستهم سلبيا، فيما قدرت نسبة الإستخدام في الليل بـ 32.9% حوالي 23 مبحوث وهي فترة الراحة والإسترخاء، أما الفئة الثالثة تتصفحها مساء بنسبة 21.4% بتكرار 25 مبحوث مما يفسر إتجاه الطلبة في هذا الوقت للقيام بأعمال أخرى ذات أهمية أكبر، أما نسبة الفترة الصباحية فقد قدرت بـ 7.1% أي 5 طلبة من بين 70 حيث يكونون في الصباح بالدراسة في الجامعة

نستنتج أن الطلبة يتصفحون منصة الفايسبوك في أوقات فراغهم بعد الإنتهاء من جميع أعمالهم لمتابعة أحداث العالم والتسلية والترفيه عن النفس من ضغوطات وأعباء الدراسة.

الجدول رقم (10): المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في تصفح منصة الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
44.3%	31	أقل من ساعة
40%	28	من ساعة إلى ساعتين
15.7%	11	أكثر من ساعتين
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (08): المدة الزمنية التي يقضيها الطلبة في تصفح منصة الفايسبوك

بملاحظة أرقام الجدول يتضح أن أغلب المبحوثين يتصفحون منصة الفايسبوك في مدة زمنية لا تزيد عن أقل من ساعة يوميا بنسبة 44.4% بعدد 31 مبحوث ويمكن تفسير هذا بأنهم يقومون بزيارات سريعة للمنصة للتواصل أو الإطلاع علي التحديثات دون هدر الوقت، تليها إجابة 40% بتكرار 28 مبحوث ممن يتصفحونها من ساعة إلى ساعتين هؤلاء يقضون وقت أطول في استكشاف المنصة والتفاعل مع المحتوى، أما النسبة المتبقية المقدرة بـ 15.7% فهم الطلبة الذين يتصفحون المنصة لمدة أكثر من ساعتين يوميا وهي فئة تستثمر وقت كبير في استخدام المنصة سواء لأغراض الترفيه أو التواصل أو استهلاك المحتوى.

نستنتج أن هذا الإختلاف في التوزيع لمدة إستخدام الفايسبوك يعود للأهداف والاحتياجات الشخصية والظروف اليومية لكل فرد،

الجدول رقم (11): أماكن تصفح الطلبة لمنصة الفايسبوك

الجامعة		الأماكن العامة		المنزل		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%21.4	15	%20	14	%84.3	59	نعم
%78.6	55	%80	56	%15.7	11	لا
%100	70	%100	70	%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

بالرجوع إلى نتائج الجدول(11) يتضح أن غالبية أفراد عينة الدراسة بنسبة 84.3 % يتصفحون منصة الفايسبوك من منازلهم، عكس إستخدامها في الأماكن العامة بنسبة 20% كالمكتبات والمقاهي وغيرها في أوقات الإنتظار أو أثناء التنقل، أما بالنسبة لتصفحها من الجامعة فقد قدرت ب 21% نظرا لتواجدهم بالحرم الجامعي وتفضيلهم للتواصل الشخصي مع بعضهم البعض .

ونستنتج أن الأماكن المفضلة للطلبة هي المنزل لأن البيت أريح مكان للمتابعة ولتوفر شبكة الأنترنت والوقت الكافي دوناً عن الأماكن العامة والجامعة اللتان حصلتا علي نسب متساوية فعادة ما يستخدم الطلبة منصة الفايسبوك نظرا لعدم تكيف الظروف مع الإحتياجات كضيق الوقت وعدم الإحساس بالراحة والأمان خارج المنزل .

المحور:دوافع وأسباب إستخدام طلبة العلوم الإسلامية لمنصة الفايسبوك-صفحة مسجد أنس ابن مالك-

الجدول رقم (12) دوافع وأسباب استخدام طلبة العلوم الإسلامية لمنصة الفايسبوك

خدماته المغربية		سرعة التفاعل		شهرة المنصة		مجانية المنصة		خصوصية وسرية المنصة		سهولة الاستخدام		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
10%	7	27.1%	19	34.3%	24	21.4%	15	22.9%	16	72.9%	51	نعم
90%	63	72.9%	51	65.7%	46	78.6%	55	77.1%	54	27.1%	19	لا
100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامدا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

تبين لنا النتائج الإحصائية للجدول أعلاه أن هناك تفاوت في نسب الدوافع من وراء استخدام الطلبة لمنصة الفايسبوك ونجد أعلى نسبة هي 72.9% بتكرار 51 مبحوث يفضلونها لسهولة الاستخدام، ثم تأتي شهرة المنصة بنسبة 34.3% بتكرار 24 مبحوث يليها دافع سرعة التفاعل بنسبة 27.1% بعدد 19 مبحوث أما المرتبة الثالثة لخصوصية و سرية المنصة بنسبة 22.9% من الدوافع، في حين قدرت نسبة الدوافع لمجانية المنصة بـ 21.4% وأخيرا قدر الدافع من خدمات المنصة المغربية بـ 10%

لذا تظهر لنا أن منصة الفايسبوك حازت بأعلى نسبة للإستخدام تبعا لسهولة إستخدامها فيلجأ إليها الطلبة بإعتبارها وسيلة إخبارية إجتماعية سهلة التداول ولقدرتها لنقل الأفكار بسرعة وسرية المنصة وخصوصيتها في حفظ البيانات الشخصية مما عزز ثقتهم بمنصة الفايسبوك أكثر من غيره وجعلها تحتل الصدارة الأولى في الاستعمال اليومي إضافة لشهرتها وصيتها على غرار منصات التواصل الإجتماعي الأخرى فهي تتميز بخدمات ذات منفعة عالية مما زاد من ولوج الطلبة إليها.

وبنا أن الطلبة ليس لهم مدخول مادي كاف فإن مجانية المنصة تعتبر أيضا من بين الدوافع خاصة في ما يتعلق بتنزيل الصور والفيديوهات والتعليق عليها مجانا .

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

الجدول رقم (13): الهدف من استخدام الطلبة لمنصة الفايسبوك

متابعة الأحداث والأخبار		التسلية والترفيه		تبادل العادات والثقافات		التوعية وزيادة المعارف		مشاركة الصور والفيديوهات	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
50	71.4%	20	28.6%	10	14.3%	34	48.6%	16	22.9%
20	28.6%	50	71.4%	60	85.7%	36	51.4%	54	77.1%
70	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامدا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

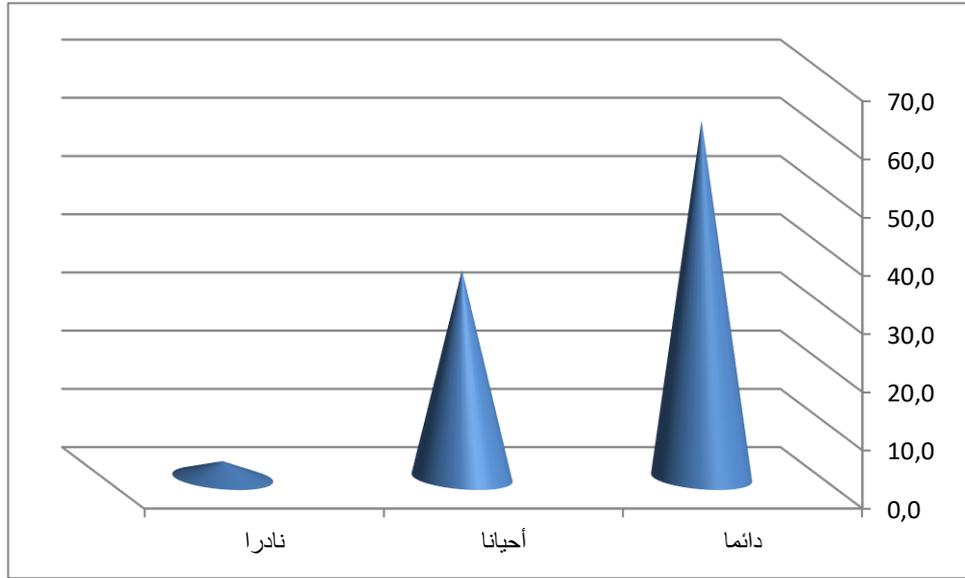
من خلال المعطيات الإحصائية للجدول نجد أن الهدف من وراء تصفح الطلبة لمنصة الفايسبوك يظهر بنسب متفاوتة، فنلاحظ أنهم يفضلون بنسبة 71.4% متابعة الأحداث والأخبار فهم يتصفحونها ليقو على اتصال مع مجريات العالم وكل ما هو جديد مما يفسر أهمية المعلومات للطلاب، تليها الاستفادة من التوعية وزيادة المعارف بنسبة 48.6% حسب نوع البرامج المفضلة لدى سياسية، دينية، إجتماعية... وغيرها وذلك لإثراء رصيدهم المعرفي حيث يوظف الطلاب آرائهم وأفكارهم تجاه المواضيع المثيرة من خلال النقاشات البناءة ودروس التوعية، أما نسبة 28.6% هدفهم التسلية والترفيه ملء أوقات الفراغ والارتياح النفسي وهو ما يقارب نسبة مشاركة الصور والفيديوهات المقدر بـ 22.9% التي عادة ما تساعد الطلبة على زيادة الوعي في جميع المجالات والتثقيف والتعلم في مجال التخصص وأخيرا نسبة 14.3% لا تهوهم تبادل العادات والثقافات نظرا لتمسكهم بعادات وتقاليدهم.

الجدول رقم (14) مدى اهتمام الطلبة بالموضوعات الدينية على منصة الفايسبوك -صفحة مسجد

أنس ابن مالك-

النسبة المئوية	التكرار	
61.4%	43	دائما
35.7%	25	أحيانا
2.9%	02	نادرا
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامدا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (09): مدى اهتمام الطلبة بالموضوعات الدينية على منصة الفايسبوك

تشير نتائج الجدول بأن أغلبية طلبة العلوم الإسلامية تثير إهتمامهم الموضوعات الدينية التي تنشرها صفحة مسجد أنس ابن مالك علي منصة الفايسبوك بشكل دائم ومستمر بنسبة 61.4% ويرجع ذلك لقوة سيطر الصفحة و تنوع مضامينها الدينية من خطابات وندوات و بث الصور والفيديوهات التوعوية ونشر دروس دينية لبعض الأئمة في المناسبات الدينية إذ تستحوذ هذه الصفحة على نسب مشاهدة من مختلف الأعمار خاصة الشباب لذا نجد أن الطلبة يملكون حسابات على منصة الفايسبوك لصفحة مسجد أنس للإستعانة بها في زيادة الوعي الديني والتعرف على بعض الدعاة والناشطين لبث المحتوى الديني والإقتداء بهم، كما تساعدهم في حل مشاكلهم الإجتماعية، تليها نسبة 35.7% يتابعون الصفحة أحيانا نظرا لعدم توفر الوقت ولديهم شغف لموضوعات مختلفة، أما نسبة 2.9% نادرا ما يهتمون بموضوعات صفحة المسجد فهم غير مشتركين بها

ونستنتج أن أكثر من نصف الطلبة يتابعون صفحة مسجد أنس ويجع ذلك لإهتمامهم بالجانب الديني و رغبتهم في تدعيم أنفسهم بالثقافة والقيم الدينية، سواء من ناحية القيام بواجبهم تجاه الخالق أو حسن المعاملة و تقوية العلاقات الإجتماعية.

الجدول رقم (15): جدول يبين كيفية تعامل طلبة العلوم الاسلامية مع المنشورات الدينية على منصة الفايسبوك صفحة مسجد أنس ابن مالك

تتکفي بالمشاهدة		تضغط إعجاب		تشارك مع الأصدقاء		تقرأ وتعلق		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%31.4	22	%41.4	29	%34.3	24	%40	28	نعم
%68.6	48	%58.6	41	%65.7	46	%60	42	لا
%100	70	%100	70	%100	70	%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الأرقام المدونة بالجدول نجد أن هناك تقارب في تفاعلات أفراد العينة مع منشورات صفحة مسجد أنس محل الدراسة فنسبة 40% يقومون بقراءة المنشورات والتعليق عليها مما يشير اهتمامهم النشط بالمحتوى ورغبتهم في المشاركة بآرائهم، أما من يضغطون علي زر الإعجاب فقط تعبيرا عن زيارتهم للصفحة ودعمها للاستمرار في النشر وتقديرهم للمحتوى، كذلك نجد نسبة 34.3% يتشاركون منشورات الصفحة مع أصدقائهم لتعم الفائدة، أما اللذين يكتفون بالمشاهدة فقط يمثلون نسبة 31.4% ما يشير إما إلي عدم اهتمامهم الكبير بالمحتوي المنشور أو أنهم يكونون متابعين سريين يستفيدون من المحتوى دون آرائهم

يمكن الاستنتاج أن هناك تفاعل متنوع بين المبحوثين مع المحتوى المنشور علي الصفحة حيث يظهر بعضهم تفاعلا نشطا في حين يكتفي البعض بالمشاهدة فقط.

الجدول رقم (16): الهدف من متابعة الطلبة لصفحة الفايسبوك صفحة مسجد أنس ابن مالك

التفقه في الدين		زيادة الإرث الديني		قراءة القرآن		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%57.1	40	%30	21	%60	42	نعم
%42.9	30	%70	49	%40	28	لا
%100	70	%100	70	%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

يتضح من بيانات الجدول (16) ومن النتائج المتحصل عليها أن نسبة 60% من الطلبة يسعون لمتابعة صفحة مسجد أنس علي منصة الفايسبوك لقراءة القرآن الكريم باعتباره أول مصدر لبث الوعي الديني وعليه تقوم الأحكام الشرعية والقيم الدينية للمجتمعات فنلاحظ أن الطلبة يهتمون بحفظ القرآن وتجويده، تليها نسبة 57.1% ممن يتفقهون فالدين ويبحثون في أصوله الفقهية والتعمق فيها أكثر لتهديب السلوك من خلال التوعية ومتابعة الدروس علي صفحة المسجد، في حين تقدر زيادة الإرث الديني بنسبة 30% مما يفسر أن الطلبة لديهم ثقافة دينية تكونت عند الطلبة منذ النشأة إضافة لقيم الدعوة المتمثلة في النصح والإرشاد والتوعية

نستنتج أن التمسك بالدين والتفقه فيه يساهم في تثقيف الطلبة وتربيتهم أخلاقياً ودينياً وتساعدهم علي تبادل المعلومات في مجال تخصصهم علماً أنهم ينتمون إلى قسم العلوم الإسلامية وهذا ما يفسر إتجاه الطلبة نحو صفحة المسجد فهي تقوم بشرح المفاهيم المتعلقة بالإيمان للطلبة وتحصنهم بالعقل والذكر والعقيدة والخلق الكريم.

الجدول رقم (17): يبين أهم المنشورات التي يتصفحها الطلبة على صفحة الفايسبوك _مسجد أنس

إبن مالك_

صور	قرآن وأحاديث		قصص دينية		مشاهدة فيديوهات دينية		دروس وخطابات				
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
	11.4%	8	55.7%	39	22.9%	16	40%	28	48.6%	34	نعم
	88.6%	62	44.3%	31	77.1%	54	60%	42	51.4%	36	لا
	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

تبين نتائج الجدول الإحصائية وجود نسب متقاربة من حيث متابعة الطلبة لأهم منشورات صفحة مسجد أنس نجد أن نسبة 55.7% بتكرار 39 مبحوث تجذبهم منشورات خاصة بالقرآن والأحاديث النبوية لأنهما ينبعان من عند الله عز وجل ورسوله الكريم الذي جاء بالرسالة فيستمد الطلبة معرفتهم بأحكام ما أنزل في القرآن وكتاب الله العزيز الذي لا يخطئ ويعتبر كمرجع ديني أساسي لذا يلجأ الطلبة لصفحة المسجد للاستعانة بالمنشورات التي تفيده في الجانب الديني من حياته فيعود دائماً لما حث عليه رسول الله

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

وما نهي عنه، تليها متابعة المنشورات الخاصة بالخطابات الدينية بنسبة 48.6% لتنمية القيم الدينية لما لها من معان سامية وتوجيهات ربانية في مختلف متغيرات الحياة نحو الكمال الخلقى، ثم حصلت مشاهدة الفيديوهات على نسبة 40% في حين نلاحظ أن هناك ميول طلبة لا يحبذون الصور فهي لا تقوم بإيصال الغرض المطلوب لأنها صامتة،

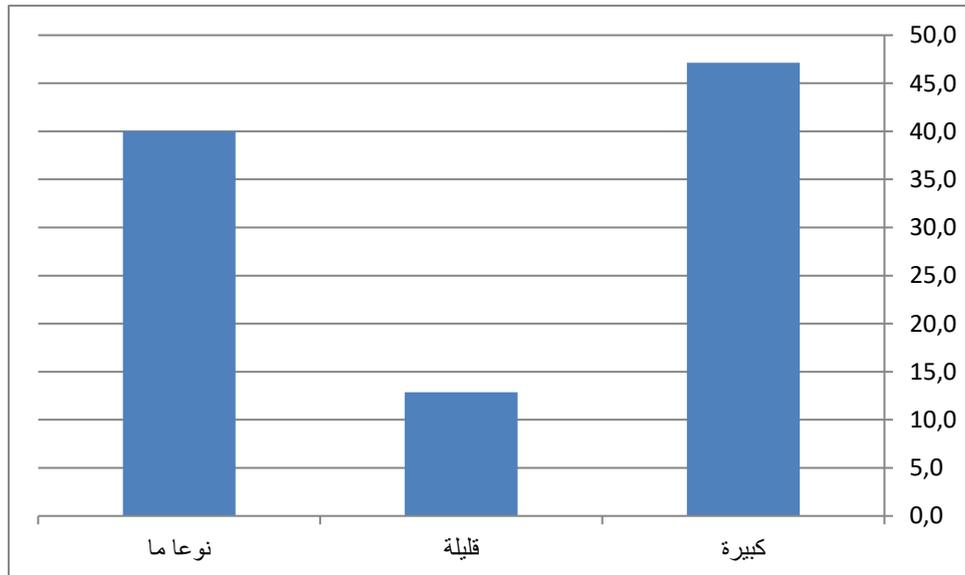
نستنتج أن غالبية الباحثين أكدوا ميولهم للمنشورات والقرآن والأحاديث النبوية والمنشورات التي تدعو للتمسك بالقيم والدين الإسلامي وتساهم في تثقيف وتربية الطلبة أخلاقيا ودينيا،

المحور الثالث: مجالات استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفيسبوك-مسجد أنس ابن مالك-

الجدول رقم (18): مساهمة صفحة مسجد أنس ابن مالك في تعزيز الوعي الديني للطلاب

النسبة المئوية	التكرار	
47.1%	33	كبيرة
12.9%	9	قليلة
40%	28	نوعا ما
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إيماءة على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



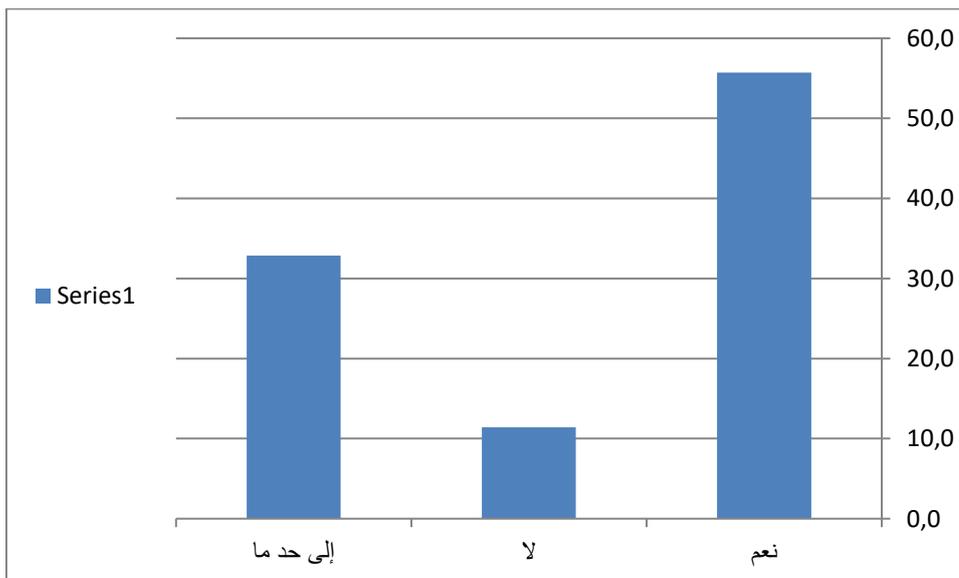
الشكل رقم (10): مساهمة صفحة مسجد أنس ابن مالك في تعزيز الوعي الديني للطلاب

يبين لنا الجدول أن أعلى نسبة لمساهمة الصفحة في تعزيز الوعي الديني للطلاب تقدر ب 47.1% وتليها نسبة 40% نوعا ما في حين قدرت نسبة 12.9% لفئة قليلة بدرجة منخفضة يرون أنها لا تساهم في تشكيل الوعي الديني، ويظهر لنا أن صفحة المسجد تمارس علي منصة الفايسبوك نشاطا حيويا في تعزيز الوعي الديني وبناء القيم بدرجة عالية، مما يثبت أن مثل هذه المنصات أصبحت من المصادر المؤثرة و الفعالة في حياة الطلبة الجامعيين فباستطاعتها دفعهم إلى تبني قيم معينة أو تغييرها إضافة لذلك فهي تحظى بشعبية كبيرة من البلدان المجاورة (مصر، ليبيا، المغرب، تونس) الملحق رقم (1) ونظرا للمزايا التفاعلية نجد أن صفحة المسجد تعتبر كمجال مفتوح و مصدر من مصادر الوعي الديني بالنسبة للمبجوثين و تنافس المنصات المخصصة لهذا المجال وتمتاز بسرعة الانتشار فالمجتمع.

الجدول رقم (19): مدى إكتساب الطلبة لمعلومات وثقافة دينية منذ متابعتهم لصفحة المسجد

النسبة المئوية	التكرار	
55.7%	39	نعم
11.4%	8	لا
32.9%	23	إلى حد ما
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (11): مدى إكتساب الطلبة لمعلومات و ثقافة دينية منذ متابعتهم لصفحة المسجد

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

بالرجوع إلى قيم الجدول يتضح أن نسبة 55.7% من مفردات عينة الدراسة يرون أنهم اكتسبوا معلومات وثقافة دينية من خلال متابعة صفحة المسجد وهذا يشير إلى أن المحتوى الديني المنشور على الصفحة يلقي استحسانا ويوفر معرفة دينية مفيدة للمتابعين، ويرى نسبة 32.9% أن يرون أنهم لم يكتسبوا معلومات وثقافة بشكل كامل ويكون ذلك ناتج عن عدم اهتمامهم الكبير بالمحتوى الديني أو ربما لعدم توافر المحتوى الذي يلبي احتياجاتهم الدينية بشكل كاف .

يمكن القول أن صفحة المسجد تلعب دورا هاما في توفير المعرفة وزيادة الثقافة الدينية لعدد كبير من الطلبة .

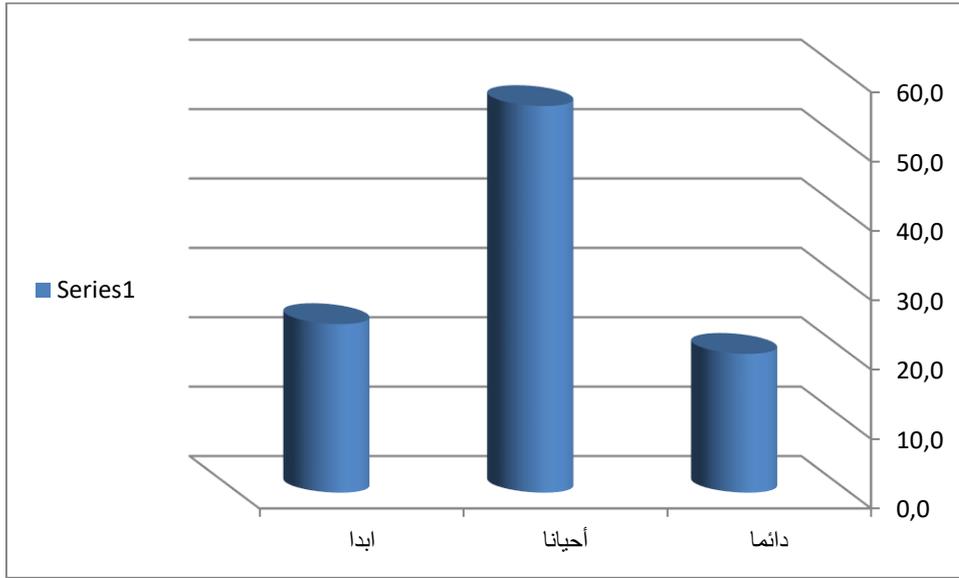
متابعتهم للصفحة أكسبتهم معارف دينية نوعا ما إلى حد ما ، معنى أن الصفحة تقدم محتوى يساهم في توسيع معارفهم الدينية وإكسابهم معلومات وثقافة دينية ، أما النسبة المتبقية و المتمثلة 11.4% يرون أنهم لم يكتسبوا معلومات وقد يكون ذلك ناتجا عن عدم الإهتمام الكبير بالمحتوى الديني المقدم على الصفحة أو ربما لعدم توفر المحتوى الذي يلبي احتياجاتهم الدينية بشكل كاف .

نستنتج أن صفحة المسجد تلعب دورا هاما في توفير المعرفة والثقافة الدينية لجزء من جمهورها، ولكن ليس لها القدرة على إشباع إحتياجات كل الفئات والرغبات،

الجدول رقم (20): إعادة نشر محتوى صفحة المسجد

النسبة المئوية	التكرار	
20%	14	دائما
55.7%	39	أحيانا
24.3%	17	أبدا
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



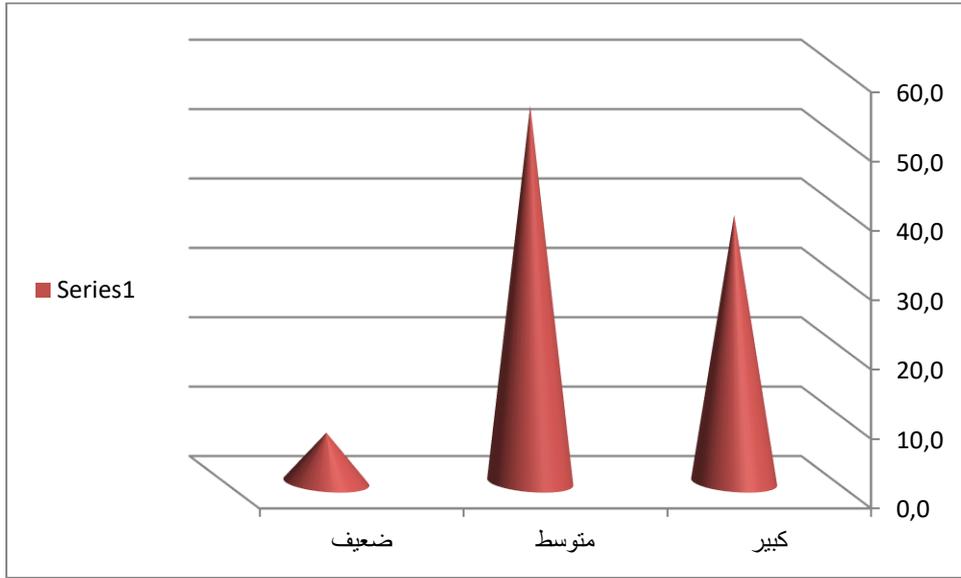
الشكل رقم (12): إعادة نشر الطلبة لمحتوى صفحة مسجد أنس ابن مالك

بالنظر لمعطيات المبينة بالجدول رقم(20) يتضح بأن نسبة 55.7% من أفراد العينة يقومون أحيانا بإعادة نشر محتوى صفحة المسجد و مشاركته مع الأصدقاء والأهل حتى يصل لأعلى نسبة مشاركة فهؤلاء الأفراد يقدرون قيمة منشورات الصفحة ولديهم رغبة في مشاركتها على شبكاتهم الإجتماعية بناء على فعاليتها و الأثر الذي تتركه في نفسية و سلوك الفرد، بينما نسبة 24.3% منهم لا يشاركون منشورات الصفحة فهم يكتفون بالمشاهدة والتعلم والإفادة الشخصية دون المشاركة تليها نسبة 20% لديهم ميزة إعادة النشر ومشاركة المحتوى مع الآخرين فهم عادة معجبين للصفحة وداعمين لكل ما يخص نشر الوعي الديني

الجدول رقم (21): مدى تلبية المضامين الدينية لصفحة مسجد أنس لرغبات الطلبة

النسبة المئوية	التكرار	التصنيف
38.6%	27	كبير
54.3%	38	متوسط
7.1%	05	ضعيف
100%	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامادا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS



الشكل رقم (13): مدى تلبية المضامين الدينية لصفحة الفايسبوك لمسجد أنس ابن مالك
لرغبات الطلبة

يتضح من الجدول أعلاه أن المضامين والمحتويات الدينية تلي رغبات الطلبة واحتياجاتهم في المجال الديني بشكل وسطي بنسبة 54.3% بتكرار 38 مبحوث في حين نسبة 38.6% بعدد 27 مبحوث يصرحون بأن تلك المضامين تلي جل رغباتهم ، وتأتي نسبة 7.1% بتكرار 5 أفراد ممن لا تلي رغباتهم الدينية .

ونستنتج من معطيات هذا الجدول أن أكبر فئة من الطلبة ليس لديهم تشبع من البرامج الدينية فنجدهم متعطشين للدين وتفسيراته وأحكامه ويعود هذا الإهتمام لطبيعة المواضيع التي تنشرها صفحة المسجد أو لميولهم للداعية الذي ينشر تلك المحتويات المختلفة من داعية لأخر، فأصول الدين وأحكامه واسعة ومتنوعة ورغبة الطالب سواء كان صور أو فيديو أو خطابات في حين يرى البعض أنها تلي احتياجاتهم لعدم رغبتهم في المزيد من المعلومات، فهم يكتفون بمضامين صفحة المسجد ومنشورات التي تحقق إشاعتهم المختلفة، أما فئة قليلة جدا لا تكتفي بمضامين الصفحة لأن لديهم حب الإطلاع على العديد من الصفحات المتنوعة لزيادة الإرث الديني و تجديد أفكارهم و معتقداتهم الدينية،

نستنتج أن صفحة مسجد أنس تتميز بالمصداقية النابعة من الأدلة و البراهين المتواجدة بالقرآنو سنة نبينا محمد التي تعتبر مصدر ومنبع القيم الدينية النبيلة إذ يحرص المسلم على تطبيقها و التقيد بها إضافة لاجتهادات العلماء .

المحور الرابع: والإشباعات المحققة من إستخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة مسجد أنس.

الجدول رقم (22): الإشباعات المعرفية التي حققها مسجد لأفراد العينة

تخلق روح المشاركة في البرامج الدينية		تنمية الوعي الديني		زيادة الوعي بالواجبات والمناسبات الدينية		إثراء الرصيد الديني والتوعية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%32.9	23	%50	35	%18.6	13	%70	49	نعم
%67.1	47	%50	35	%81.4	57	%30	21	لا
%100	70	%100	70	%100	70	%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامدا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الطالب يسعى لتحقيق عدة إشباعات معرفية أثناء تعرضه لصفحة مسجد أنس وتقدر أكبر نسبة من الإشباعات المعرفية ب 70% لإثراء الرصيد الديني والتوعية ومواجهة الأفكار العصرية بالثبات ، وفي المرتبة الثانية تأتي تنمية الوعي الديني بنسبة 50 % ، يليها الإشباع المتمثل في خلق روح المشاركة في البرامج الدينية التي تبثها صفحة المسجد وأخيرا تقدر زيادة الوعي بالواجبات والمناسبات الدينية ب 18.6% .

نستنتج أن معرفة الإشباعات المتحققة من إستخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة المسجد تبدأ من إثراء الرصيد الديني والتوعوي ويرجع ذلك إلى المستوى الثقافي للطلبة في مجال تكنولوجيا المعلومات وما وفرته له الصفحة في تحقيق القدرات المكتسبة من السلوكيات الواعية كالنصح والإرشاد وموضوعات تفيد في شتى مجالات الحياة وبساطة اللغة المستعملة وتوظيفها في مجال الدعوة الإسلامية وخدمة قضايا الشباب مما يفسر عدد كبير من المشاهدات لهذه الصفحة من قبل الشباب الذين يشكلون أغلبية المشاهدين والمشاركين في هذه المنصة ويقدر ب(40%) شباب الملحق (..) كما تأتي الإشباعات الخاصة بتنمية الوعي الديني في مرحلة تدفع الطالب لنيل معارف ومعلومات أكثر رغبة في توسيع المجال المعرفي تعبيرا عن آرائه تجاه المواضيع الدينية خاصة في ظل ما يشهده الإعلام من تطورات وتحديات إضافة لدور المناسبات الدينية التي تعد كمؤشر على أن الأحداث الدينية مهمة في حياة المسلمين في طلب العلم النافع والمشاركة عبر المنصات الإلكترونية .

الجدول رقم (23): الاشباعات النفسية التي حققها صفحة المسجد لأفراد العينة

الاحساس بالقدرة الربانية		الشعور بالراحة النفسية		الرغبة في تكثيف العبادات		
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
15	%21.4	35	%50	41	%58.6	نعم
55	%78.6	35	%50	29	%41.4	لا
70	%100	70	%100	70	%100	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

تشير نتائج الدراسة الميدانية إلى أن استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة المسجد تلي رغبتهم في تكثيف العبادات بنسبة عالية تقدر بـ 58.6% مما يفسر قيمة المحتويات الدينية التي تنشرها الصفحة على مدار الساعة حيث تصل إلى آلاف الجمهور عامة والطلبة خاصة من خلال توجيه سلوكهم الخاطئ والنهي عن المعاصي وبت القيم الدينية ونجد منها القيم الروحية المتمثلة في الدعاء والصلاة وعبادة الله عز وجل والإيمان بالكتب والرسل والابتعاد عن كل ما يفسد الأخلاق، في حين نجد أن نسبة 50% من الطلبة يشعرون براحة نفسية كبيرة مما يؤدي لاسترخاء الطلبة عند تصفح وهذا يرجع إلى نظرة الطالب للدين على أنه نمط أو شكل خدمة الذات وحماتها إذ يزود المؤمن بالراحة والخلص الروحي، وأخير تقدر إشباعات الإحساس بالقدرة الربانية بـ 21.4% هذا يفسر إدراك الطالب بوجود الإله وقدرته في تسيير الكون وشؤون العباد وحسن الظن به ،

الجدول رقم (24): الاشباعات السلوكية التي حققتها صفحة المسجد لأفراد العينة

المساهمة في نشر المواضيع الدينية		تهذيب السلوك من خلال التوعية		تحسين الأخلاق والطباع وزيادة المعارف الدينية		تصحيح سلوكيات خاطئة مرتكبة من قبل		تصحيح بعض الأفكار حول الثقافة الدينية		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%38.6	27	%50	35	%38.6	27	%45.7	32	%34.3	24	نعم
%61.4	43	%50	35	%61.4	43	%54.3	38	%65.7	46	لا
%100	70	%100	70	%100	70	%100	70	%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين إعتامدا على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

من خلال الإحصائيات والمعطيات الموضحة بالجدول نجد أن من الفايديتيك لصفحة مسجد أن تحقق عدة إشباعات سلوكية حيث أن نسبة 50% من الطلبة يحققون الإشباع المتمثل في تهذيب السلوك كالأخلاق النبيلة و ترسيخ العقيدة في نفسه ويتخذ من الرصيد العقائدي الإسلامي منهجا يوطر تصرفاته وأفعاله، تليها نسبة 45.7% لتصحيح السلوكيات الخاطئة وتداركها بالاستبدال الحسنات بالسيئات بفعل الخير والتكفير عن الذنب في ما حاز إشباع تحسين الأخلاق والطباع وزيادة المعارف الدينية على نسبة 38.6% ثم تصحيح الأفكار حول الثقافة الدينية في المرتبة الأخيرة بنسبة 34.3% حيث أن بعض المنصات تنشر صور مشوهة للدين الإسلامي وثقافة صوفية عكس ما تسعى إليه صفحة المسجد في شرح وتوضيح الأحداث والمواقف وحل مشاكلهم ورد على استفساراتهم والعمل على الحفاظ على التراث الإسلامي وإحيائه وإعادة نشره كما توجد بها الدروس العلمية والمحاضرات الدينية التي تفيد متصفحها في إزالة المظاهر المخالفة للشريعة فهي تعد مركز للفتوى والندوات الدينية.

الجدول رقم (25): الاشباعات الإجتماعية التي حققها صفحة المسجد لأفراد العينة

التعامل بشكل مستمر مع المنشورات الدينية		متابعة وتطبيق دروس التوعية الدينية		تبادل الاهتمامات المشتركة في المجال الديني		أيجاد حلول للمشكلات الإجتماعية		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%32.9	23	%51.4	36	%40	28	%41.4	29	نعم
%67.1	47	%48.6	34	%60	42	%58.6	41	لا
%100	70	%100	70	%100	70	%100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS

بالاستناد إلى معطيات الجدول أعلاه وإجابات الباحثين يتضح أن أهم إشباع اجتماعي يسعى إليه الطلبة هو متابعة وتطبيق دروس التوعية الدينية بنسبة 51.4% من خلال دروس ومحاضرات الخطاب الديني ومعالجتها للقضايا الإجتماعية من منظور حضاري كذلك النقل المباشر للبرامج التوعوية وتغطيتها بالصوت والصورة وبث ندوات ومؤتمرات للعديد من الشيوخ والعلماء والدعاة والمفكرين بينما يأتي الإشباع الثاني بنسبة 41.4% لإيجاد حلول لمشاكل الإجتماعية التي يتعرض لها الفرد يومياً فهذه الصفحات تطرح مشاكل وظواهر اجتماعية وتقدم رؤية وقراءة واقعية للأفات الإجتماعية كالانحرافات، ثم كانت إجابة نسبة 40% لتبادل الاهتمامات المشتركة في المجال الديني بالتفاعل مع الأصدقاء وتبادل الآراء كما تقدر نسبة التعامل المستمر مع المنشورات الدينية ب 32.9% مما يدل على أن الطلبة يتأثرون بهذه المنشورات ويعون إلى إيصالها إلى أكبر فئة من الزملاء .

النتائج العامة للدراسة:

يمكننا أن نوجز نتائج الدراسة الميدانية التي تم إجرائها علي عينة من طلبة قسم العلوم الإسلامية بجامعة تبسة في مجموعة من النقاط التالية :

نتائج السؤال الرئيسي: دور صفحة الفايسبوك لمسجد أنس ابن مالك في نشر الوعي الديني من وجهة نظر طلبة العلوم الإسلامية بجامعة الشيخ العربي التبسي.

من خلال النتائج يتبين لنا أن صفحة الفايسبوك لمسجد أنس ابن مالك تلعب دورا إيجابيا وفعالا لنشر الوعي الديني بين طلبة العلوم الإسلامية حيث توفر محتوى ديني متنوع يتضمن محاضرات دينية و خطابات و أحاديث نبوية، نصائح إرشادية كما أظهرت أن الطلبة يعتبرون الصفحة مصدرا موثوقا للمعلومات الدينية ويثنون على جهود القائمين عليها ويشجعون على إستمرارها وتطويرها لتلبية إحتياجاتهم الدينية والتعليمية .

نتائج التساؤل الفرعي الأول حول: عادات و أنماط إستخدام طلبة قسم العلوم الإسلامية لمنصة الفايسبوك

-يتضح من الدراسة أن الطلبة يتصفحون منصات التواصل الإجتماعي دائما بنسبة 51.4% بدليل إكتسابهم حساب أو أكثر على هذه المنصات واهتمامهم بالتكنولوجيا الحديثة.

-أثبتت الدراسة أن منصة الفايسبوك تحتل المرتبة الأولى في الإستخدام والأكثر تصفحا من قبل الطلبة المبحوثين بأعلى نسبة مشاركة 85,7% يليها اليوتيوب والأنستغرام بنسبة 72,9% و55,7% على التوالي ثم باقي المنصات الأخرى، كما أنهم يتصفحون منصة الفيسبوك بشكل دائم بنسبة 50 %

- أثبتت الدراسة أن أغلبية الطلبة يستخدمون منصة الفايسبوك بواسطة الهواتف الذكية المحمولة 100% ولمدة تزيد عن أربع سنوات نظرا للخدمات التي تقدمها المنصة كالخصوصية ومجانية الإستخدام وإنفتاحها علي العالم الخارجي

-يتصفح الطلبة منصة الفايسبوك ليلا وفي أوقات الفراغ بنسبة 70% حسب الظروف المتاحة أو الحاجة الشخصية بعد التفرغ من الدراسة للتسلية والترفيه عن النفس والتخلص من الروتين و الضغوطات اليومية لمدة زمنية لا تزيد عن ساعة بنسبة 44.3% ويفضلون تصفحها من المنزل كأريح مكان ولتوفر الانترنت .

نتائج التساؤل الفرعي الثاني حول: دوافع وأسباب استخدام طلبة العلوم الإسلامية لمنصة الفايسبوك-صفحة مسجد أنس ابن مالك-

-أوضحت الدراسة أن أهم الدوافع وراء استخدام الباحثين لمنصة الفايسبوك سهولة استخدامها بنسبة تقدر ب72.9% والشهرة التي تتمتع بها وسرعة التفاعل والنشر.

-يندفع الطلبة نحو تصفح منصة الفايسبوك لمتابعة الأحداث والأخبار بنسبة 71.4% وزيادة المعرفة ب48.6% لمواكبة التغيرات الجارية بالعالم الخارجي وبنسبة قليلة من أجل التسلية والترفيه ويفضلون مشاركة الصور و الفيديوهات.

-تبين أن أغلبية الباحثين تثير إهتمامهم الموضوعات الدينية بنسبة 61.4% ما يفسر إشتراكهم في صفحة مسجد أنس ابن مالك ويزورونها باستمرار ويتعاملون مع منشوراتها بالقراءة والتعليق عليها وأحيانا مشاركتها مع الأصدقاء.

-أكدت الدراسة بأن المضامين الدينية الأكثر جاذبية للطلبة الباحثين هي أحكام القرآن والمحتويات التي تكون بشكل دروس وخطابات دينية بنسبة 48.6% ومشاهدتها بالفيديوهات والصور، وأكثر المناسبات تعرضا لمضامين صفحة المسجد هي التي تخص العالم الإسلامي

نتائج التساؤل الثالث حول: مجالات استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفايسبوك-مسجد أنس ابن مالك-

-تساهم صفحة الفايسبوك لمسجد أنس في زيادة وتعزيز الوعي الديني بنسبة 47.1% خاصة في تعديل بعض السلوكيات للطلبة كما ساهمت مضامينها في تطوير علاقتهم بالآخرين و خلق روح الاندماج الإجتماعي بينهم.

-المحتويات الدينية لصفحة المسجد ساهمت من رفع مستوي الثقافة و المعارف الدينية بنسبة 55.7% بإثرائها لمضمونها والبحث في شتى المجالات الإسلامية موظفة الوسائل الإقناعية بالصوت والصورة والفيديو معا.

-أظهرت الدراسة بأن المضامين الدينية لصفحة مسجد أنس تلي رغبة الطلبة الباحثين بنسبة 54.3% وتزودهم بالقيم الدينية وتزيد من تمسكهم بأخلاقيات وتعاليم الدين الإسلامي لأنها مستمدة من المصادر الرسمية كالقرآن والسنة النبوية في معالجة القضايا الدينية.

نتائج التساؤل الفرعي الرابع: الإشباعات المحققة من استخدام صفحة الفايسبوك لمسجد أنس ابن مالك.

تظهر نتائج الدراسة أن المبحوثين تحققت لهم عدة إشباعات معرفية من خلال متابعة صفحة الفايسبوك لمسجد أنس كإثراء الرصيد الديني و التوعوي بنسبة 70% و إشباعات نفسية أهمها تكثيف العبادات بنسبة 58,6% و الشعور بالراحة إضافة للإشباعات السلوكية أبرزها تصحيح بعض السلوكيات الخاطئة وتهذيبها بنسبة 50% كما تمثلت الإشباعات الإجتماعية في إيجاد حلول للمشكلات.

التوصيات :

- ✓ ضرورة تثقيف المجتمع بأسبقية الوعي الديني والتعريف بأسس الإسلام حتى يكون أجدى نفعا وأبلغ في التنفيذ والالتزام عبر الصفحات الدينية للفايسبوك إجراء المزيد من الدراسات المشابهة التي تركز على تحليل المضامين الإعلامية الإسلامية وطرق نشرها .
- ✓ تكوين وإنشاء مجموعات شبابية هادفة على منصة الفايسبوك تتبنى قضايا دينية لتفعيل المشاركة والانضمام إلى البرامج الدينية ونشر القيم والمبادئ الأصيلة .
- ✓ ضرورة توعية الشباب وطلبة الجامعات لأهمية منصة التواصل الإجتماعي الفايسبوك وطرق استغلالها بشكل ايجابي ونفعي لتفقه في الدين ، إضافة لإجراء ملتقيات تحث الطلبة على القيم الدينية .
- ✓ لابد من تفعيل رجال ودعاة الدين لزيادة من نشر المضامين الدينية عبر الصفحات الفايسبوكية لتوضيح صورة الإسلام وليكونوا قدوة للشباب .
- ✓ عند تصميم المناهج الجامعية يجب العمل على ربط العلم الدنيوي (علوم الطبيعية والإنسانية) بالعلوم الشرعية ليكون الطالب على اتصال دائم بدينه .
- ✓ التأكيد على خطباء المساجد بإلقاء المزيد من المحاضرات الدينية التي تقدم النصح والإرشاد لزيادة ثقافة المسلم ونبذ كل ما يسيء للإسلام .
- ✓ ضرورة تفعيل دور المؤسسات الإجتماعية (الأسرة ، الجامعة ، المسجد) على قيامها بمراقبة ما يتابعه الشباب من برامج ومحتويات على منصات التواصل الإجتماعي.

الخاتمة

الخاتمة:

من خلال ما سبق يمكن القول بأن منصات التواصل الإجتماعي قد أثبتت وجودها الفعال وسط المجتمع الأكاديمي، وأصبح لها تأثير مباشر على السلوك الإجتماعي خاصة علي الأجيال الحديثة من الشباب الجامعي مما جعلها تكتسب أهمية كبيرة لسهولة انتشارها في إطار الوسائل الإعلامية وسرعة النشر والوصول إلى المعلومة بما في ذلك القيم الدينية، حيث سخرت أشهر وسائط التواصل الإجتماعي (منصة الفايسبوك) لبلوغ الأهداف والمقاصد التي يسعى الدين لتحقيقها عن طريق الإعلام الإسلامي في الحفاظ علي قيم الدين والمعتقدات وذلك لأنه يساهم في نشر المعرفة الدينية وترسيخ المبادئ والالتزام بالتعاليم الدينية، باعتباره صمام أمان الأمة لتحافظ على أفكار واضحة ونقية والوصول إلى المكانة التي أرادها الله أن تكون.

ومن خلال رصد دور منصات التواصل الإجتماعي يظهر الدور الذي تلعبه منصة الفايسبوك في تدعيم القيم الدينية وتلبية اشباعات الأفراد وحاجاتهم من ما يتم عرضه على صفحات هذه المنصة من منشورات دينية حيث ساهمت في تحسين الواقع الإجتماعي وإتاحة النقاشات والحوارات وفهم المسائل الدينية المختلفة وأصبحت كبديل لكل ما هو تقليدي.

قائمة
المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

القرآن الكريم .

01. Almousa, N ،A ،(2015) ،Role of Social Networks in Developing Religious and Social Values of the students of world ،
02. danesi, m ،(2009) ،*dictionary of media and communications* new yourk : m.e.shavpe .
03. Methods, M ،a ،(2006) ،*Social Mituserana pysiscombing* ،Australia : vniversity press .
04. إبراهيم جابر السيد (2017): *موسوعة علم الإعلام ، مصر : دار الكتب والدراسات العربية* .
05. أبو القاسم سعد الله (2009): *تاريخ الجزائر الثقافي ، الجزائر : الدار البيضاء* .
06. ابو يعقوب شدان يعقوب خليل خليل (2015): *أثر مواقع التواصل الإجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلاب جامعة الوطنية رسالة ماجستير ، جامعة النجاح الوطنية* .
07. أبي عبد الله محمد بن أحمد أبي بكر القرطبي (م2006): *الجامع لأحكام القرآن والمبين لما تضمنه من السنة و آي الفرقان ، بيروت -لبنان: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر* .
08. أحمد خليف الذايدي (2020): *واقع إستخدام طلبة جامعة الكويت لمواقع التواصل الإجتماعي وانعكاس ذلك على مستوى الوعي الديني والسياسي لديهم ، العدد 132 ، المجلد 37* .
09. أحمد قاسمي ،سليم جداي (2019): *تأثير مواقع التواصل الإجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية ، ألمانيا : المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية* .
10. أسماء نوري محمد عبود (2021): *البوابات والمنصات الرقمية المعلومات والمكتبات، المعلومات والمكتبات (صفحة المحاضرة 14)*، د ب .

11. إسماعيل زوخي (2008): حوارات إنسانية في الثقافات العربية ، عين ميلة : دار الهدى .
12. إسماعيل سليمان أبو جلال (2012): الإذاعة ودورها في الوعي الأمني ، الأردن . عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع .
13. الوافي الطيب وبهلول لطيفة (3, 2013): البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات ، تاريخ الاسترداد 18 4, 2024، من الموقع:
http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc2013/3/12/h : 14h
14. أوليدوف ، ترجمة ميشير كيلو (د س): الوعي الإجتماعي (الوعي الأخلاقي ، الوعي السياسي ، الوعي الحقوقي ، الوعي الديني ، الوعي الفلسفي) ، لبنان بيروت : دار ابن خلدون مطابع المستقبل .
15. بشرى جميل الزاوي (2012): دور مواقع التواصل الإجتماعي في التغيير مدخل نظري الباحث الإعلامي، العدد 18 ، 96.
16. بوزيد صحراوي كمال ، بوشرف سعيد سبعون (2006): منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، الجزائر : دار القصبه للنشر .
17. بوزيدي عطية عصام، (2017): تقويم مستويات الأهداف الوجدانية في التربية الإسلامية في ظل التدريس بالكفاءات _ الواقع والصعوبات ، العدد 2 ، 10.
18. جابر قميحة (1984): مدخل إلى القيم الإسلامية ، القاهرة : دار الكتاب المصرية .
19. جمال سند السويدي (2014): وسائل التواصل الإجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبلية إلى الفايبروك ، مركز الإمارات للدراسة والبحوث الاستراتيجية .
20. جميلة زيان (15 فبراير ، 2014): الإعلام ودوره في التواصل الديني، تاريخ الاسترداد 30 4, 2024، من <http://islam.la.tina.com/nevvs/htn/1309> : 22h
21. جواد علي مسلماني (2015): الإعلام والمجتمع، عمان -الأردن دار أمجد للنشر والتوزيع.

22. حسن أحمد قمحية (2017): *الفايسبوك تحت المجهر* ، مصر دار النخبة .
23. حسين محمد جواد الجبوري (2013): *منهجية البحث العلمي، مدخل لبناء المهارات البحثية* ، عمان ،الأردن دار صفاء للنشر والتوزيع .
24. خالد غسان يونس المقدادي (2013): *ثورة الشبكات الإجتماعية، عمان : دار النفائس .*
25. خيرة محمدي (2016): *إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات في الصحافة المكتوبة الجزائرية مجلة الإسهامات للبحوث والدراسات .العدد 1، المجلد 56.*
26. د .رفاس الوليد (2022): *دور الفايسبوك في نشر الوعي الديني لدى الأفراد .العدد 2، المجلد 6.*
27. د.أميرة محمد محمد سيد أحمد (2015): *دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب ، العدد 3.*
28. ربحي مصطفى عليان (د س) : *البحث العلمي أسسه، مناهجه وأساليبه .إجراءاته، الأردن .عمان : بيت الأفكار الدولية .*
29. رجم عبد الجواد إبراهيم (2002): *معجم المصطلحات في المصباح المنير، د ب: دار الأفاق العربية.*
30. رمضان الخامسة (2012) : *إستخدام الشبكات الإجتماعية على الانترنت وانتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي ، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، قسم علوم الاعلام والاتصال ، الجزائر : جامعة محمد خيضر بسكرة .*
31. ريما كايلي (2020): *مواقع التواصل الإجتماعي والدفع الجديد للعولمة .دراسة حالة ،أثر مواقع التواصل الإجتماعي في الوطن العربي في ظل العولمة ، العدد2 ،المجلد 8.*
32. سامية حمريش (2010): *القيم الدينية ودورها في التماسك الأسري، رسالة ماجستير في علم الإجتماع ، قسم علم الإجتماع ، جامعة باتنة، الجزائر .*
33. سامية حمريش (د س): *القيم الدينية ودورها في التماسك الاسري .*

34. سعد سلمان المشهداني (2019): *منهجية البحث العلمي* ، عمان ،الأردن دار أسامة للنشر والتوزيع .
35. سلطنة جدعان ،نايف الخريشة (2016): *أخلاقيات إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رسالة ماجستير في علوم الإعلام، الأردن، قسم علوم الإعلام، الأردن: جامعة الشرق الأوسط .*
36. سليمان العربي (2005): *التواصل التربوي مدخل لجودة التربية والتعليم* ، المغرب : مطبعة النجاح .
37. سهام قنفي (2019): *علاقات إستخدام مواقع التواصل الإلكتروني بالإغتراب الإجتماعي لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ولاية بسكرة، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: جامعة محمد خيضر .*
38. شاكرا المحاميد (2003): *علم النفس الإجتماعي* ، مركز النشر والتوزيع .
39. شائم الفي الهمزاني (1995): *تقويم الوعي الديني للمسلمين ،مقياس اتجاه ومستوى الوعي الديني بالتطبيق على مسلمين ألبانيا ، أطروحة دكتوراه في علم الإجتماع ، المملكة العربية السعودية ، قسم علم الإجتماع والخدمة الإجتماعية ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية .*
40. شعنان فتح النور (2022): *الإعلام الجوّاري المسموع وتنمية الوعي الديني لدى المستمعين ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر .*
41. صابر لامية، (2010)، *الحملات الإعلانية لباقية MBC ودورها في التوعية الدينية لدى الشباب دراسة ميدانية بولاية سطيف، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: جامعة سطيف1.*
42. صلاح مؤيد العقبي (2009): *الطرق الصوفية والزوايا بالجزائر تاريخها ونشاطها* ، الجزائر ، دار البصائر .
43. طه أحمد الزبيدي (2010): *معجم المصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي عربي -إنجليزي* ، الأردن ، دار الفجر للنشر والتوزيع .

44. طيب جاب الله (2013): دور الطرق الصوفية والزوايا في المجتمع الجزائري ، العدد 14 .
45. عادل المانع (2022): تأثيرات مواقع التواصل الإجتماعي في قيم الطالب الجامعي الجزائري دراسة ميدانية في جامعات قسنطينة ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، قسم الصحافة ، الجزائر جامعة قسنطينة .
46. عامر إبراهيم قنديلجي (2013): منهجية البحث العلمي ، عمان ،الأردن، دار اليازوري العلمية.
47. عبد الباسط عبد المعفي (1983): الوعي التنموي العربي ممارسات بحثية ، د ب ،دار الموقف العربي للصحافة والنشر .
48. عبد الرحمان بن ابراهيم (2015): مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني ، عمان،الأردن، دار الصفاء للنشر والتوزيع .
49. عبد اللطيف حمزة (دس): الإعلام في صدر الإسلام ، القاهرة : دار الفكر العربي .
50. عبد الله عائض سعد الغامدي (2016): الوعي الديني عند طلاب المرحلة الابتدائية وعلاقته ببعض متغيرات التنشئة الإجتماعية ، رسالة دكتوراه في علوم التربية الإسلامية ، منطقة الباحة، قسم التربية الإسلامية ، السعودية : جامعة أم القرى كلية التربية قسم التربية الإسلامية .
51. عبد الناصر بن موسى أبو البصل (د س): تحرير المفاهيم والمصطلحات (الدين ، الحرية ،محكمات الشريعة ،الإنحرافات الفكرية)، الأردن : د ن .
52. علاء الحسون (2003): تنمية الوعي الديني، إيران، دار الغدير للنشر والتوزيع .
53. علي بن هادية وبن لحسن البليش ،الجيلاني بن الحاج يحي (1991): القاموس الجديد للطلاب معجم عربي مدرسي أَلْفَبَائِي، الجزائر المؤسسة الوطنية للكتاب.
54. علي بن هادية وحسن البليش (1991): القاموس الجديد للطلاب، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائري.
55. علي خليل شقرة (2014): الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي)، عمان، الاردن،دار أسامة للنشر والتوزيع.

56. عمار بوحوش (1986): دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب .
57. فاطمة صالح علي الخطيب (2017): أثار شبكات التواصل الإجتماعي على طلبة جامعة اليرموك وعلاقتها بالرقابة الذاتية من وجهة نظر أنفسهم ، أطروحة دكتوراه ، قسم الإدارة وأصول التربية ، الأردن، جامعة اليرموك.
58. فرجاني عبد العظيم عبد السلام (2002): تقنيات الاتصال التعليمية في القرآن الكريم والسنة ، القاهرة : دار غريب للنشر والتوزيع .
59. فريدة رمضان (د س): بعض مصطلحات التواصل ومفاهيمها في حقل الدراسات التداولية ، العدد الخامس 5.
60. فؤاد شعبان وعبيدة صبطي (2012): تاريخ وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة ، الجزائر دار الخلدونية للنشر والتوزيع .
61. فيصل محمد عبد الغفار (2016): شبكات التواصل الإجتماعي الأردن ، الجندارية للنشر والتوزيع .
62. فيكو ماري بيث (2008): التأثيرات القيم في ظل الفايسبوك والتويتر ، د ب.
63. ليلي أحمد جرار (2012): الفايسبوك والشباب العربي ، عمان ،الأردن ، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع .
64. شهاب أحمد سليمان (2022): دور الوعي الديني بين الطلبة الجامعيين في معالجة ثقافة التطرف ، العدد 1 ، المجلد 2 .
65. ماجد زكي الجلاذ (2007): تعلم القيم وتعاليمها ، دار العلوم للتحقيق والطباعة والنشر والتوزيع.
66. مجموعة من المؤلفين (د س): مجلة البحوث الإسلامية ، العدد الخامس 5، الجزء 95.
67. محمد أحمد علي (1994): برامج تربية الطفل ما قبل المدرسة ، القاهرة ، مطبعة المدني .

68. محمد العوض محمد (2020): *مواقع التواصل الإجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، الأردن، دار الخليج للنشر.*
69. محمد سرحان علي المحمودي (2019): *مناهج البحث العلمي، اليمن: دار الكتب.*
70. محمد عبد الحميد (2000): *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، علا للكتب.*
71. محمد عبدالسلام (1987): *دراسات في الثقافة الإسلامية، د.ب، مكتبة الفلاح.*
72. محمد عبيدات وآخرون (1999): *منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للطباعة والنشر.*
73. محي الدين محمد إسماعيل محمد الدلهي (2015): *تأثير شبكات التواصل الإجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، القاهرة مكتبة الوفاء القانونية.*
74. مروى عصام صالح (2015): *الإعلام الالكتروني الأسس وفاق المستقبل، عمان، دار الإعصار للنشر والتوزيع.*
75. مسعود بن عبد العزيز الخلق (2004): *دراسات في الأديان اليهودية والنصرانية، الرياض، مكتبة أضواء الثلث.*
76. مشري مرسي (يناير 2012): *شبكات التواصل الإجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف مجلة المستقبل العربي، العدد 395.*
77. نائل عبد حافظ، العواملة (2002): *أساليب البحث العلمي، د.ب، د ن.*
78. نايلي حسين (2015): *دلالات الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الإجتماعي، دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الخطابات الدينية على صفحة شبكة الفايسبوك، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، الجزائر جامعة الجزائر 3.*
79. نزال خبير العبادي (2018): *دور التكنولوجيا الحديثة في حياة الاطفال والمراهقين، عمان الأردن، الجندارية للنشر والتوزيع.*

80. هبة محمد إسماعيل عبد الله وعبد الغني سليمان حسن يعقوب، (2021)، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الوعي الديني لدى طلاب الجامعات السودانية ، قسم الإعلام ، قسم التربية الإسلامية ، السودان، كلية الإعلام جامعة أم درمان .
81. هند عزوز (2013): الصحافة الجزائرية وتنمية الوعي الديني لدى القراء ، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2.
82. وائل مبارك خضر فضل الله (2010): أثر الفيسبوك على المجتمع ، السودان، مدونة النهضة.
83. وحيد حامد عبد الرشيد (2008): فاعلية وحدة مقترحة في التربية الدينية الإسلامية لتنمية الوعي الديني لبعض القضايا الحياتية الجنسية لدى طلاب الصف الثالث الثانوي العام .
84. يونس بسمة ،حسين عيد (2016): إيمان شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالإضطرابات النفسية لدى طلبة الجامعة في محافظة غزة ، أطروحة دكتوراه في علم النفس ، قسم علم النفس، فلسطين ، جامعة الأزهر .

الملاحق

الملحق الأول: الأساتذة المحكمين للإستمارة.

د. معمر ربوح د. راضية قراد د. سيف عبان د. جهاد صحراوي

الملحق الثاني: إستمارة إستبيان.

جامعة العربي التبسي – تبسة –

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

ماستر 2 تخصص إتصال تنظيبي

عنوان الاستمارة

منصات التواصل الإجتماعي ودورها في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين:

صفحة الفايسبوك " لمسجد أنس ابن مالك تبسة-نموذجا-"

تحت إشراف البرفيسور:

بلخيري رضوان

من إعداد الطالبتان :

- دحدوح آمال

- رحال فوزية

ملاحظة: يرجى وضع علامة (x) في المكان المناسب للإجابة على الأسئلة المدرجة، علما أن هذه المعلومات

السرية سيتم استغلالها في مجال البحث العلمي فقط .

السنة الجامعية : 2024 / 2023

الملاحق

المحور الأول : البيانات السوسيوديموغرافية

- 1- النوع : ذكر أنثى
- 2- الفئة العمرية : من 18 إلى 24 سنة من 25 إلى 30 سنة من 31 سنة فما فوق
- 3- المؤهل العلمي : سنة أولى ليسانس جذع مشترك علوم إسلامية سنة ثانية ليسانس أصول الدين
- المحور الثاني : عادات وأنماط استخدام الطلبة قسم العلوم الإسلامية لمنصة الفايسبوك
- 4- ما مدى استخدامك لمنصات التواصل الإجتماعي ؟ دائما أحيانا نادرا
- 5- ما هي منصات التواصل الإجتماعي التي تتصفحها رتبها حسب الأولوية .
- اليوتيوب الفايسبوك الانستغرام الفبير التويتر التيك توك
- أخرى تذكر

- 6- ما مدى استخدامك لمنصة الفايسبوك ؟ دائما أحيانا نادرا
- 7- ماهي الوسيلة التي تستخدمها لتصفح منصة الفايسبوك الهاتف الذكي الحاسوب للوحة الإلكترونية
- أخرى تذكر

- 8- منذ متى وأنت تستخدم منصة الفايسبوك ؟ من سنة إلى سنتين من سنتين إلى 4 سنوات أكثر من 4 سنوات
- 9- ماهي الأوقات التي تتصفح فيها منصة الفايسبوك ؟ صباحا مساءا ليلا أوقات الفراغ
- 10- ما المدة الزمنية التي يتقضيها في تصفح منصة الفايسبوك ؟ أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين
- 11- هل تتصفح منصة الفايسبوك من : المنزل الأماكن العامة الجامعة

المحور الثالث : دوافع وأسباب استخدام طلبة العلوم الإسلامية لمنصة فايسبوك - صفحة مسجد أنس ابن مالك -

- 12- ما الذي يدفعك لإستخدام منصة الفايسبوك ؟ سهولة الإستخدام خصوصية وسرية المنصة مجانية المنصة شهرة المنصة سرعة التفاعل خدماته المغرية

الملاحق

- 13- ما الهدف من استخدامك لمنصة الفايسبوك ؟
 متابعة الأحداث والأخبار التسلية والترفيه تبادل العادات والثقافات
 التوعية وزيادة المعارف مشاركة الصور والفيديوهات

- 14- هل تثير إهتمامك الموضوعات الدينية على منصة الفايسبوك صفحة مسجد أنس ابن مالك ؟
 دائما أحيانا نادرا

- 15- كيف تتعامل مع المنشورات الدينية لمنصة الفايسبوك صفحة مسجد أنس ابن مالك ؟
 تقرأ وتعلق تشارك مع الأصدقاء تضغط إعجاب تكتفي بالمشاهدة

- 16- ما السبب الذي يدفعك لمتابعة صفحة فايسبوك مسجد أنس ابن مالك ؟
 قراءة القرآن زيادة الإرث الديني التفقه في الدين

- 17- ما المنشورات التي تفضل تصفحها على صفحة فايسبوك مسجد أنس ابن مالك ؟
 دروس وخطابات مشاهدة فيديوهات دينية قصص دينية
 قرآن وأحاديث صور

المحور الرابع: ما مجالات استخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفايسبوك مسجد أنس ابن

مالك

- 18- هل ساهمت صفحة المسجد في تعزيز وعيك الديني بصفة ؟
 كبيرة قليلة نوعا ما

- 19- هل ترى أنه أصبح لديك معلومات وثقافة دينية عميقة منذ أن تابعت صفحة المسجد ؟
 نعم لا إلى حد ما

- 20- هل تقوم بإعادة نشر محتوى صفحة المسجد لكم يستفيد منها أصدقاؤك وأهلك ؟
 دائما أحيانا أبدا

- 21- هل تلبي المضامين الدينية للصفحة رغباتك الدينية بشكل ؟
 كبير متوسط ضعيف

المحور الخامس: الإشباع المحققة من استخدام صفحة مسجد أنس ابن مالك

- 22- ما الإشباع التي حققتها لك صفحة المسجد ؟
أ - إشباع معرفية :

- إثراء الرصيد الديني والتوعية
 - زيادة الوعي بالواجبات والمناسبات الدينية
 - تنمية الوعي الديني
 - تخلق روح المشاركة في البرامج الدينية
- أخرى تذكر

الملاحق

ب - إشباعات نفسية :

- الإحساس بالقدرة الربانية
- الشعور بالراحة النفسية
- الرغبة في تكثيف العبادات
- أخرى تذكر

ج - إشباعات سلوكية :

- المساهمة في نشر المواضيع الدينية
- تهذيب السلوك من خلال التوعية
- تحسين الأخلاق والطباع وزيادة المعارف الدينية
- تصحيح سلوكيات خاطئة مرتكبة من قبل
- تصحيح بعض الأفكار حول الثقافة الدينية
- أخرى تذكر

د - إشباعات إجتماعية :

- إيجاد حلول للمشكلات الإجتماعية
- تبادل الإهتمامات المشتركة في المجال الديني
- متابعة وتطبيق دروس التوعية الدينية
- التعامل بشكل مستمر مع المنشورات الدينية
- أخرى تذكر

الملحق الثالث: صور خاصة بمسجد أنس بن مالك



الملاحق

مسجد أنس بن مالك تبسة

40 ألف تسجيلات إعجاب • 46 ألف المتابعون

الصفحة الرسمية

إضافة إلى القصة

عرض لوحة المعلومات

المنشورات

التفاصيل

صفحة • مركز ديني

masiidanaetehaesa.net

لوحة المعلومات الاحترافية

الصفحة الرئيسية

الرؤى

آخر 90 يوماً

14 فبراير - 13 مايو

9984 وصول المنشور الحالي

5777 نسبة الوصول الإضافية التقديرية

ترويج المنشور

عرض الرؤى

المتابعون

تستند هذه القيم إلى متابعي صفحتك.

العمر والجنس

العمر	النساء	الرجال
18-24	15.2%	
25-34	40%	
35-44	28.8%	
45-54	10.3%	

لوحة المعلومات الاحترافية

الصفحة الرئيسية

الرؤى

آخر 90 يوماً

14 فبراير - 13 مايو

9984 وصول المنشور الحالي

5777 نسبة الوصول الإضافية التقديرية

ترويج المنشور

عرض الرؤى

المتابعون

تستند هذه القيم إلى متابعي صفحتك.

أبرز البلدان

البلد	المتابعون
الجزائر	44 ألف
مصر	499
تونس	491
المغرب	406



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
The Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة العربي التبسي- تبسة
the university of Echahid Cheikh Larbi Tebessi University
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences



قسم علوم الاعلام والاتصال

إذن بالإيداع

أنا الموقع أدناه، الأستاذ(ة): **الدكتورة رضوان بلخيري** الرتبة: أستاذة بكلية العلوم
المشرف على مذكرة الماستر تحت عنوان: دور مصحات التواصل الاجتماعي
في نشر الوعي الديني بين الطلبة العلم الإسلاميين
صحة الفيسبوك مسحة التي بها مالك مؤنجا.
والمكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص: **العمل التطبيقي**
من إعداد:

1. الطالب(ة): **محمد جمال**
2. الطالب(ة): **رحال فوزية**

أصرح بأنني تابعت المذكرة عبر جلسات إشرافية خلال الموسم الجامعي 2023/2024، وأنها
تتوفر على الشروط العلمية الأكاديمية والأنس المنهجية والجوانب الشكلية والموضوعية
والتي تجعلها مؤهلة للعرض أمام لجنة المناقشة.

وعليه أجاز هذه المذكرة للإيداع لدى أمانة القسم

تبسة في: 2024/5/28

توقيع الأستاذ المشرف

الدكتورة رضوان بلخيري

الملخص:

تعالج الدراسة أحد أهم مواضيع الإعلام الديني عبر المنصات الإلكترونية في ظل التزايد المستمر للصفحات الدينية على هذه المنصات ، حيث هدفت إلى التعرف على دور منصات التواصل الإجتماعي في نشر الوعي الديني من وجهة نظر الطلبة الجامعيين -صفحة الفايسبوك لمسجد أنس بن مالك نموذجا -وتمحورت إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي: ما هو دور منصة الفايسبوك لمسجد أنس في نشر الوعي الديني من وجهة نظر طلبة العلوم الإسلامية كما نظمت الدراسة الإجابة على مجموعة من التساؤلات: عادات وأنماط إستخدام طلبة العلوم الإسلامية لمنصة الفايسبوك ، ما دوافع وأسباب إستخدام الطلبة لمنصة الفايسبوك ، ما مجالات إستخدام طلبة العلوم الإسلامية لصفحة الفايسبوك لمسجد أنس ، وما هي الإشباعات المحققة من إستخدام صفحة الفايسبوك لمسجد أنس ، وتأتي هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التحليلية مستخدمة المنهج المسحي ، لتحقيق غرض الدراسة اعتمدنا على أداتي الملاحظة والإستبانة ، وتم توزيع إستبيان على عينة من طلبة العلوم الإسلامية تتكون من 75 طالبا تم اختيارهم قصديا ، وتوصلت الدراسة إلى وجود دلالات إحصائية لدور منصة الفايسبوك في نشر تعاليم الإسلام واكتساب الطلبة معلومات تعزز من قيمهم الدينية وأن أغلب المبحوثين يفضلون تلقي المنشورات الدينية بشكل خطابات وفيديوهات ودروس ويتفاعل معها حسب نوع المضمون الديني ، كما تحقق مجموعة من الإشباعات النفسية والسلوكية والمعرفية للطلاب .

الكلمات المفتاحية: منصات التواصل الإجتماعي-الفايسبوك-الوعي الديني

Abstract:

The study addresses one of the most important topics of religious media on electronic platforms in light of the continuous increase in religious pages on these platforms. It aimed to identify the role of social media platforms in spreading religious awareness from the perspective of university students, using the Facebook page of Anas bin Malik Mosque as a model. The study's central question was: What is the role of the Facebook page of Anas bin Malik Mosque in spreading religious awareness from the perspective of Islamic studies students? The study also organized responses to several questions: the habits and patterns of Facebook use among Islamic studies students, the motives and reasons for students using Facebook, the areas of use for the Anas Mosque's Facebook page by Islamic studies students, and the gratifications achieved from using the Anas Mosque's Facebook page. This study falls within descriptive analytical research using the survey method. To achieve the study's purpose, we relied on observation and questionnaires, distributing a questionnaire to a purposive sample of 75 Islamic studies students. The study found statistical significance in the role of the Facebook platform in spreading Islamic teachings and students' acquisition of information that enhances their religious values. Most respondents preferred receiving religious posts in the form of speeches, videos, and lessons, interacting with them according to the type of religious content. The platform also provided various psychological, behavioral, and cognitive gratifications for the students.

Keywords: Social media platforms, Facebook, religious awareness