

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت-

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

تخصص علم اجتماع الاتصال



مذكرة مكلمة لنيل شهادة ماستر تخصص علم اجتماع الاتصال

دور مواقع التواصل الاجتماعي
في نشر القيم الدينية لدى الطالب الجامعي -الفايسبوك نموذجاً-
دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر بقسم علم الاجتماع جامعة ابن خلدون -تيارت-

إشراف الأستاذ:

- موهوب مراد

من إعداد الطالبين:

- زكري محمد أمين

- شريف نجاة

السنة الجامعية

2017م / 2018م

شكر و تقدير

صدق المولى عز و جل في قوله "هل جزاء الاحسان الا الاحسان" حررت هذه السطور باليد البيضاء لتطرز بخيوط الشمس الالامعة شكرا ، و من ماء الذهب كلمات عرفان ، حررت بلسان و ليس بقلم التبيان ، لتتقدم بها بالشكر و وافز الامتنان لمن له علينا واجب الشكر ، فنشكر الله و نحمده حمدا بليغا يليق بجلال وجهه و عظيم سلطانه الذي منحنا الصبر و الثبات و وفقنا لإتمام هذا العمل .

فاذا كان الاعتراف بالجميل من تمام الخلق الفاضل ، نتقدم بأسمى معاني الشكر و العرفان الى أستاذنا الفاضل "موهوب مراد" الذي اختار أن يشرفه على هذه المذكرة و يخرس فينا بذلك حماسه الأكاديمي و شغفه العلمي ، فكان النبراس الذي أثار لنا الدرب و أزال الأبهام كما لا يفوتنا في هذا المقام أن نتقدم بالشكر الى أستاذة قسم العلوم الاجتماعية ، و بالأخص أستاذة علم اجتماع الأتصال .

و لكل أستاذتنا الأفاضل الذين لقنونا ما يعلمون من علم على مدار خمس سنوات فنقل ما نستطيع لهؤلاء و لكل من تعاون معنا من قريب أو من بعيد و لو بكلمة، ألفه شكر و في الأخير نقول "سبحانك لا علم لنا الا بما علمتنا انك انت العليم الحكيم

إهداء

قال الله تعالى :

"بسم الله الرحمن الرحيم"

رب اوزعني ان اشكر نعمتك التي انعمت علي وعلى والدي وان اعمل

صالحا مرضاه، وادخلني برحمتك في عبادك الصالحين

اقدم هذا العمل الى روح الوالدة الغالية رحمة الله عليها و اسكنها فسيح

جناته

الى من كان سببا في وجودي ابي الغالي حفظه الله والى اختاي دنيا و

نيلة

الى زميلي الذي رافقني طيلة هذا العمل امين

والى كل طالب علم

وشكرا

شريف نجاته

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

{قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله و المؤمنون} صدق الله العظيم

الهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ، و لا يطيب النهار إلا بطاعتك و لا تطيب اللحظات إلا بذكرك

و لا تطيب الآخرة إلا بعفوك، و لا تطيب الجنة إلا برويتك يا ذا الجلال و الإكرام

إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة ... و نصح الأمة ، إلى نبي الرحمة و نور العالمين

سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقهما ، إلى من لا يمكن للأرقام ان تحصي فضائلهما

إليكما والدي عمر و دنية

إلى الذين كانوا شجرة الأخوة التي قطفت منها ثمار الحب الخالص

إلى من زرعوا الأمل في قلبي،ورسموا الابتسامة في ثغري

إليكم إخوتي "زينب ، ناصر ، عبد الكريم ، أحلام ، الياس، يونس، إسراء "

إلى من تحلو بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء ، إلى ينباع الصدق الصافي ، إلى من معهم سعدت و برفقتهم في

دروب الحياة سرت إليكم " ، زكريا ، عبد الله ، خيرة

إلى من كانت معي على طريق النجاح " شريف نجاة"

إلى من عرفت كيف أجدهم و علموني أن لا أضيعهم إليكم أمين، محمد، جمال، جمال ،عدة ، زهير ، رانية ، سارة

، سمية ، مصطفى ، حمزة ، قادة، بودريالة ، يوسف

إلى من سقط سهوا عن قلبي،

إلى جميع زملائي في الدفعة

إلى كل هؤلاء اهدي هذا العمل المتواضع.

زكري محمد أمين

شكر

اهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

أ..... مقدمة

الفصل الأول: تقديم الدراسة

تمهيد

05.....أولا : أهمية الدراسة

05.....ثانيا: أهداف الدراسة

05.....ثالثا : اسباب اختيار الموضوع

07.....رابعا :اشكالية الدراسة

09.....خامسا: فرضيات الدراسة

10.....سادسا : المفاهيم الاساسية للدراسة

10.....1. الدور

10.....2. مواقع التواصل الاجتماعي

11.....3. الفايسبوك

11.....4. القيم الدينية

14.....سابعاً : الدراسات السابقة

14.....1. الدراسات المحلية

17.....2. الدراسات العربية

20.....3. الدراسات الاجنبية

22.....ثامناً : الأبعاد النظرية

22.....1. مواقع التواصل الاجتماعي

22.....1.1 تعريفها مواقع التواصل الاجتماعي

22.....2.1 نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

23.....3.1 خصائص مواقع التواصل

25.....4.1 أهم مواقع التواصل

25.....1.4.1 ماي سبايس

2.4.1

25.....فلينكر

26.....3.4.1 اوركوت

26.....4.4.1 يوتيوب

27.....	5.4.1 توتتر
28.....	6.4.1 فايسبوك
34.....	2. القيم الدينية
34.....	1.2 تعريف القيم الدينية
35.....	2.2 منظومة القيم الدينية
36.....	3.2 أهمية القيم الدينية
37.....	4.2 خصائص القيم الدينية
38.....	5.2 تصنيف القيم الدينية
42.....	6.2 نماذج من القيم الدينية
43.....	1.6.2 العفة
45.....	2.6.2 صلة الرحم
46.....	3.6.2 الايثار
47.....	4.6.2 الأخوة
48.....	5.6.2 البر
49.....	6.6.2 الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر
50.....	تاسعا : المقاربات النظرية
50.....	1. الاستخدامات والاشباعات
53.....	2. البنائية الوظيفية

خلاصة

الفصل الثاني : الاطار المنهجي للدراسة

تمهيد

59.....	أولا: مجالات الدراسة
59.....	1. المجال الجغرافي
59.....	2. المجال الزماني
59.....	3. المجال البشري
60.....	ثانيا: المنهج المعتمد
62.....	ثالثا : مجتمع البحث و عينته
63.....	رابعا : أدوات جمع البيانات

خلاصة

الفصل الثالث: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

تمهيد

68.....	أولا: عرض وتحليل بيانات الدراسة
103.....	ثانيا: مناقشة و تفسير النتائج الجزئية و الكلية للدراسة

الخاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
68	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
69	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
70	توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص الجامعي	03
71	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	04
72	توزيع أفراد العينة حسب المواقع المستخدمة	05
73	توزيع أفراد العينة حسب استخدام المواقع	06
74	توزيع أفراد العينة حسب الخدمات المفضلة لديهم	07
75	توزيع أفراد العينة حسب انتقائهم المعلومات من مواقع التواصل	08
76	توزيع أفراد العينة حسب متابعتهم اليومية للصفحات	09
77	توزيع أفراد العينة حسب انتمائهم للمجموعات	10
78	توزيع أفراد العينة حسب كيفية التعامل مع المنشورات الدينية	11
79	توزيع أفراد العينة حسب رأيهم حول شبكات التواصل الاجتماعي	12
80	توزيع أفراد العينة حسب نشرهم المواد الدينية عبر الفايسبوك	13
81	دوافع نشر و تلقي أفراد العينة للمواد الدينية عبر الفايسبوك	14
82	ثقة المبحوثين في المنشورات الدينية	15
83	تشجيع أفراد العينة على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	16
84	تأثير المعلومات الدينية على سلوك المبحوثين	17
85	توزيع أفراد العينة حسب اتصالهم بالأهل عبر الفايسبوك	18
86	توزيع أفراد العينة حسب محافظتهم على صلة الرحم	19
87	استفادة أفراد العينة من الفايسبوك في الحياة الروحية لدى الأفراد	20
88	استفادة أفراد العينة من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب الديني	21
89	اعتبار أفراد العينة الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية لدى الأفراد	22
90	توزيع أفراد العينة حسب نظرتهم تجاه مضامين الشبكات و الرؤية للمعلومات	23
91	توزيع أفراد العينة حسب فهمهم للمعلومات المنشورة و الاستفادة من المواقع في الجانب الديني	24
92	توزيع أفراد العينة حسب تأثير مواقع التواصل الاجتماعي و مدى الاستمتاع بالتواصل مع الأقارب	25
93	توزيع أفراد العينة حسب اضافتهم للمعلومات الجديدة و تأثير المعلومات الدينية في تغيير السلوك	26
94	توزيع أفراد العينة حسب مواضيع الجذب و اعتبار الفايسبوك	27

	وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية	
95	توزيع أفراد العينة حسب استيعابهم المنشورات الدينية و اعتبار الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية .	28
96	وجهة نظر المبحوثين لشبكات التواصل و المحافظة على صلة الرحم .	29
97	توزيع أفراد العينة حسب ثققتهم بالمنشورات الدينية و ارسال و استقبال المواد الدينية .	30
98	توزيع أفراد العينة حسب تفاعلهم مع المنشورات الدينية حسب الطريقة الأجدى لتحقيق صلة الرحم.	31
99	توزيع أفراد العينة حسب تطبيقهم أفراد العينة مع ما يتفاعلون معه من منشورات حسب استخدامهم للفايسبوك و مساهمته في اداء العبادات المفروضة	32



مِقَاتُ الْمَدِينَةِ

مقدمة :

لطالما أعتبر الاتصال المحرك الرئيسي و الاساسي لحياة الإنسان ، فهو سبيله لفهم واقعه و التعاطي مع بيئته وبناء علاقته مع الآخرين ، فطور الانسان الاساليب الاتصالية القديمة القائمة على القدرات الجسدية إلى اساليب جديدة سخرها لخدمة مصالحه المختلفة القائمة على التكنولوجيا ، هذه الاخيرة أحدثت نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال حيث إنتشرت الشبكة العنكبوتية في كافة أنحاء العالم وربطت بين أجزاءه و كانت السبيل في ترابط المجتمعات و تقاربها وتبادل الآراء ، كما ساهمت التكنولوجيا في إحداث تغييرات في علاقة الفرد بأسرته بالمجتمع ككل ، فأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الافراد و المجتمعات .

ولعل أفضل ما قدمه الاعلام الجديد هو مواقع التواصل الاجتماعي وما تحمله هي في طياتها من خدمات ومن بين أشهرها موقع الفايسبوك ، لما له من خصائص تميزه عن بقية المواقع الاخرى وكذا سهولة استخدامه ، وهذا التواصل الذي شهده العالم في الحقبة الاخيرة بين البشر ، بحيث قرب المسافات وألغى كل الحدود و اتاح المجال للإنسان للتعبير عن نفسه ومشاعره ومشاركة أفكاره مع الغير واليوم أصبح يشارك كل تفاصيل حياته صغيرة أو كبيرة كانت ، كما ساعده في التعارف و إكتساب معلومات جديدة وتعزيز أخرى ، فحينما يتفاعل الفرد مع غيره كما انه مستقبل و قارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك في نفس الوقت .

كما لا يمكننا ان ننسى ان بفضل هذه المواقع أصبحت عملية الاتصال ميسرة سهلة وسريعة جدا ، وقد غزت هذه المواقع كل المجالات ، وتطرقت إلى كل المجالات وتناولت كل المواضيع الاجتماعية ، و السياسية ، و الثقافية ، و الدينية ، كما ان خدمات المواقع تتم بشكل مباشر دون أية رقابة أو تشويش أو تدخل أية جهة ، فهي اليوم تشكل مصدرا لكافة المعلومات و المعلومات الدينية على وجه الخصوص للشباب خاصة وهم الفئة الأكثر عرضة وإستخداما للفايسبوك من حيث العلاقة العلمية أو الشخصية التي تشد إرتباطهم بها ، فضلا عن فضول هذه الفئة من الطلبة الجامعيين لمعرفة وإستكشاف كل

خبيا و أسرار هذا الموقع والإستفادة قدر المستطاع ، ومن هذا الإستخدام يتضح الأثر الذي تلعبه هذه المواقع في إكتساب القيم الدينية لدى طلاب الجامعات مع التركيز على كيفية العلاقة بين الفايسبوك و الطالب الجامعي و توضيح طريقة وكيفية إستخدام هذا الموقع الذي يغوص فيه الطالب بكل إحترافية ووعي.

فالجانب الديني مثلا هو جانب حساس يتطلب وعي في قبول أية معلومة او تداولها لأنه مرتبط بعقيدة وقومات ومبادئ الفرد التي جبل عليها ، فقد أخذ الجانب الديني قسط كبير في هذه المواقع فأصبح الفايسبوك فضاء لنشر المواعظ والمعلومات الدينية و قصص الانبياء وغيرها ، كما أصبح الدعاة ينشطون عبر هذه المواقع وأصبح لهم صفحات دينية ومجموعات فهي تمثل مجال واسع لنشر وتلقي المعلومات بشكل حر ومن مختلف و جهات النظر ، فخير مثال الدين الاسلامي إنتشر عن طريق التواصل مع الغير حيث تواصل الرسول صلى الله عليه وسلم مع اهله- مع أهل بلدته جعل الاسلام ينتشر .

وبذلك يمكن القول بان التواصل و الاتصال كان السبب في تصحيح عقائدهم وإرجاعهم الى الطريق الصواب كما نلاحظ اليوم وجود تفاعل بين افراد المجتمع في تبادل الرسائل الدعوية ، ومقاطع الفيديو ، الصور ، المقاطع الصوتية الروابط محاربة بعض البدع تذكير بطرق بعض العبادات على الوجه الصحيح ، الدعوة الى افعال الخير و التضامن و التكافل الاجتماعي كلها من شيم وقيم المسلم هذا بين لنا الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة و من التسهيلات التي صاحبها ، فالدين مثله مثل الظواهر الاجتماعية الاخرى لازمة الانسانية منذ ظهورها وهي تتطور يوما عن يوم فمثلما غزت التكنولوجيا جميع مظاهر الحياة فكذلك تحفز الدين ، ويمكن إعتبارها في الوقت الراهن تساعد على إنتشاره وبحكم تعرض الطالب الدائم لمواقع التواصل الاجتماعي فهو يكتسب قيم جديدة و يعدل أخرى ، فلا يمكننا النظر الى الفايسبوك على انه مجرد وسيلة للتعارف فلقد لعب دورا كبيرا و هاما في تحريك المجتمعات ومدى تأثيره على شخصية وثقافة الشباب بصفة عامة و الطالب بصفة خاصة وعلى هذا الاساس جاءت دراستنا تحت عنوان : دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطالب الجامعي "الفايسبوك

نموذجاً" دراسة ميدانية على طلبة السنة الثانية ماستر علم الاجتماع جامعة ابن خلدون – تيارت

ومن خلال هذا قمنا بتقدير الدراسة في ثلاث فصول : الفصل الاول تقديم الدراسة الذي تم فيه التعريف بموضوع الدراسة وأهدافها وكذا طرح الاشكالية وتساؤلاتها ، كما تم فيه التعريف بأهم المفاهيم المستعملة في الدراسة مع عرض فرضيات هذه الاخيرة بالإضافة إلى ذكر اهم الدراسات السابقة بموضوع الدراسة .

أما فيما يخص الفصل الثاني المعنون بالإطار المنهجي للدراسة حيث تطرقنا فيه إلى مجالات الدراسة ، مع عرض المنهج المعتمد في هذه الدراسة ، وكذا أدوات البحث المستعملة والمتمثلة في الإستمارة وأخيرا توضيح المعايير التي على اساسها تم إختيار عينة البحث .

وبالنسبة للفصل الثالث فخصصناه لمناقشة نتائج الدراسة و تحليلها على حسب البيانات الشخصية و عادات وأنماط إستخدام الفايسبوك لدى الطلبة الجامعيين في إكتساب القيم الدينية ، وأخيرا مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات المطروحة و الدراسات السابقة، ثم الخلاصة إلى أهم النتائج التي توصلنا إليها بالإستناد الى ما تم الإطلاع عليه نظريا وما إستخلصنا ماديا .

الفصل الأول : تقديم الدراسة

تمهيد

أولاً : أهمية الدراسة

ثانياً : أهداف الدراسة

ثالثاً : أسباب اختيار الموضوع

رابعاً : الإشكالية

خامساً : فرضيات الدراسة

سادساً : المفاهيم الأساسية للدراسة

سابعاً : الدراسات السابقة

ثامناً : المقاربات النظرية

تاسعاً : النظرية المعتمدة

خلاصة

تمهيد :

تتطلب دراسة أية ظاهرة اجتماعية تحديد إطارها المنهجي ، ويعتبر تحديد إشكالية البحث التي تضم في الغالب أسباب وأهداف اختيار الموضوع تليها الفرضيات التي تعتبر كأجوبة مفترضة ، بعدها تحديد مفاهيم الدراسة الى جانب الدراسات السابقة التي لها أهمية كبرى لأي باحث ، فهي تتطلب جهدا كبيرا ، وبحثا شاملا وواسع ، فنجاح أي بحث مرهون على دقة الاشكالية وشموليتها لكل جوانب البحث .

اولا : أهمية الدراسة :

تطرقنا هذه الدراسة الى وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديثة و التي تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي و التي أضحت ذات انتشار واسع و متزايد يوم عن يوم و تكمن أهميتها في :

1. تقديم إضافة عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطالب الجامعي .
2. التعرف على دور الطالب في التفاعل مع الفيسبوك لاكتساب وتعزيز القيم الدينية لديه .
3. إثراء البحث العلمي و تزويد المكتبة بفائدة علمية جديدة عن " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطالب الجامعي " .

ثانيا : أهداف الدراسة :

- بسبب اتساع مجال البحث العلمي، تتسع وتختلف الاهداف من موضوع الى آخر ، وإن تناول الباحث لأي موضوع هو بهدف إزالة الفضول المعرفي وإزالة الغموض ، ولذلك تهدف دراسة "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية الى :
1. التعرف على الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال في حياتنا اليومية .
 2. محاولة فهم دور الفيسبوك في اكتساب وتعزيز القيم الدينية .
 3. معرفة طبيعة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والطلبة الجامعيين، وما يتم تحقيقه من جراء اعتمادهم على هذه المواقع خاصة الفيسبوك باعتباره من مصادر الحصول على المعلومات الدينية .

ثالثا : أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث أسباب ودوافع وراء اختيار موضوع بحثه ، ونحن بدورنا لنا دوافع وراء اختيار هذا الموضوع بالذات وتمثلت فيما يلي :

أ- الأسباب الذاتية :

اهتمامنا الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي ، وبتحديد موقع الفيسبوك بإعتباره ثورة معلوماتية حديثة القرن 21 .

الاهتمام و الميول الشخصي للموضوع ومن الاثر الكبير الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الافراد و المجتمعات .

ب- الأسباب الموضوعية :

الانفتاح الاعلامي و تزايد الاهتمام بمواقع التواصل لما لها من أهمية كبيرة في التأثير و الاسهام الفاعل في بلورت اتجاهات و ميول الشباب بصفة عامة و الطلبة الجامعيين بصفة خاصة ، نحو المواضيع الاجتماعية بما في ذلك المواضيع الدينية .

تعد هذه الدراسة من المواضيع الجديدة بالنظر إلى حداثة ظهور شبكة التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة موقع الفيسبوك وما أحدثه من ضجة كبيرة .

دخول الموضوع محل الدراسة في مجال تخصص علم الاجتماع الاتصال .

رابعاً: اشكالية الدراسة :

شهدت السنوات الأخيرة الماضية ثورة غير مسبوقة في تطور وسائل التواصل الاجتماعي من فايسبوك ، يوتيوب ، تويتر و غيرها من مواقع الاتصال الالكتروني من انترنت و هواتف خلوية ، و قد أحدث استخدام هذه الوسائط تغيراً في نمط و شكل العلاقات الاجتماعية و الاقتصادية و العائلية و في القيم الاجتماعية .

حيث يتفق الكثير من علماء الاجتماع و غيرهم من الخبراء في مجال الاتصال على أن شبكات التواصل الاجتماعي قد فتحت عصراً جديداً من الانفتاح الحضاري بين الشعوب ، و سهلت بصورة غير مسبوقة عملية الاتصال و التواصل و التفاعل المباشر و غير المباشر بين جميع شعوب العالم من مختلف الجنسيات الثقافات و العادات ، و كسرت كل الحواجز و الحدود التي كانت تحول دون التفاعل بين الناس بالإضافة الى انها سهلت عملية تدفق المعلومات و تبادل الأفكار و الآراء بين البشر وفتحت المجال للشعوب العربية من مختلف مستوياتهم الاجتماعية الاقتصادية لتبادل الافكار و المعلومات و التعرف على أنماط الثقافات و المعتقدات الأعراف و القيم محولة العالم الى قرية كونية و أسرة عالمية صغيرة .

و تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم اليات التواصل و تبادل الآراء و الافكار بين اوساط كل شرائح المجتمع الجزائري و العربي و مختلف شعوب العالم على الصعيد الشخصي و الثقافي و العلمي ، و تكمن أهميتها في الاطلاع على ثقافات العالم و ما يدور فيه من أحداث و اختراعات و اكتشافات ، و تسهيلها لعملية التبادل الثقافي .

و قد أدى تزايد عدد المشتركين في هذه الشبكات لا سيما الشباب الى تصاعد تأثيرها و دورها في المجتمع ، و هذا راجع في امداد الأفراد بكثير من المعلومات و المواقف و الاتجاهات و الآراء ، و مساهمتها في تشكيل وعيهم حول العديد من القضايا الاجتماعية و الاقتصادية و الدينية ، و لعل من ابرز القضايا و التي اصبح لها مكانة في مواقع التواصل الاجتماعي القضايا الدينية ، الا أنها أصبحت تثير مخاوف حقيقية، من أن يؤدي الاستخدام الواسع و المفتوح لشبكات التواصل الاجتماعي الى نتائج سلبية على منظومة القيم الدينية و الاخلاقية و على مجمل الحياة الثقافية و الاجتماعية من جهة ، و في المقابل هناك وجهة نظر معاكسة ترى أن استخدام هذه الوسائل يؤدي الى نشر القيم الدينية و الاخلاقية و الاجتماعية في اوساط المستخدمين ، فالدين ظاهرة اجتماعية لازمت الانسانية منذ ظهورها ، حيث لا يوجد مجتمع من المجتمعات الا و قام على أساس ديني ، يساعد على ايجاد التجانس في العقيدة بين أفراد و يرسى أساس من المعايير الاخلاقية ، و على هذا فان الدين في أي مجتمع يعتبر أساس العلاقات الاجتماعية و الأخلاقية¹.

¹: نورهان منير حسن فهمي: القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999.

و التدوين تعبير مناسب، يوضح محتوى السلوك الديني بمفهومه الواسع، يعرف التدوين لقبول معتقدات الدين ، بحيث تكون هذه المعتقدات بمثابة الاطار المرجعي الذي ينظم معرفة الفرد و سلوكه مما يعني تقبل الفرد قيم و أخلاقيات الدين ، و القيم الدينية هي مجموعة القواعد و المثل العليا التي تنزل بها الوحي و التي يؤمن بها الانسان ، و يتحدد سلوكه على ضوءها ، و تكون مرجع حكمه في كل ما يصدر عنه من أقوال و أفعال و تصورات تربطه بالله و بالكون¹.

و بما أن العالم أضحى قرية كونية صغيرة في ظل ثورة المعلومات و الانفجار المعلوماتي الهائل ، و خاصة ظهور الاعلام الجديد الفايسبوك ، و دوره التفاعلي على مستوى العالم بشكل عام ، و من هذا تتأسس دراستنا بشكل رئيسي على محاولة معرفة مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك خاصة و دورها في نشر و تعزيز القيم الدينية الاسلامية لدى جمهور الطلبة الجامعيين و ذلك من خلال طرح التساؤل التالي

-الى اي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين .

و قد تفرعت عن هذه الاشكالية اسئلة فرعية تمثلت فيما يلي:

- هل يساهم الفايسبوك في اكتساب القيم الدينية ؟
- هل يعزز الفايسبوك القيم الدينية لدى الطالب الجامعي ؟

خامسا : فرضيات الدراسة

تعد الفروض من أهم العناصر في البحث العلمي لأنها تساعد الباحث في الاتجاه نحو الحقيقة التي أثارها مشكلة البحث و تساؤلاتها ، فهي تساعد اقتصاد الوقت و الجهد و المال و تبعده عن الوقوع في متاهات لا حصار لها .
و اشتملت دراستنا على فرضيات مشتقة من الاشكالية الرئيسية و اسئلتها الفرعية و كإجابة أولية من هذه التساؤلات انطلقنا من الفرضية العامة التالية :

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين.
- و تفرعت من هذه الفرضية فرضيات اخرى جزئية :
- يساهم الفايسبوك في اكساب قيم دينية جديدة للطلبة الجامعيين.
- - يساهم الفايسبوك في تعزيز القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين.

¹: بدر الدين كمال عبده ، محمد سيد حلاوة : رعاية المعوقين سمعيا و حركيا، المكتب المجتمعي الحديث ، الاسكندرية ، 2001 ، ص 191.

سادسا : تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة :

تعتبر عملية تحديد المفاهيم عملية مهمة و اساسية في ضبط التصور والمسار البحثيين حتى يكون الباحث على دراية من أمره وهو يحاول الاجابة على إشكالية بحثة ومن هنا تتضمن دراستنا على بعض المفاهيم نحددها كالاتي :

(1) الدور:

يعرفه رالف ليننتوف : بأنه الجانب السلوكي أو الذي يتعلق بالفعل الاجتماعي فشاغل مركز أو وضع اجتماعي معين يطالب بأداء أفعال معينة ، أو يتوقع أداء دور معين.¹

فالدور ليس مجرد فعل ولكنه في نفس الوقت توقع الفعل .²

المفهوم الاجرائي :

يستخدم هذا المصطلح في علم الاجتماع للدلالة على النماذج السلوكية التي يقوم بها شاغل مركز معين ، وهو أيضا السلوك المتوقع من لاعب المركز الاجتماعي ، وهو العلاقة التي تحدد طبيعة الدور الاجتماعي ، فالدور هو تحويل الفعل الفردي الى الفعل الاجتماعي ، وهو مهمة لسببين اساسيين : من جهة تطبيق الدور المفترض و الضروري للتطبيق العلائقي لأدوار اخرى ، ومن جهة أخرى الدور الذي ينتج من بروز المؤسسة التي سجلت تقدما لتسهيل العادة او التكرار في الممارسة الاجتماعية الصامدة .

(2) مواقع التواصل الاجتماعي :

هي تلك المواقع الإلكترونية ، التي تتيح للفرد الاتصال بغيره ، وتبادل الصور ، والفيديو ، و الرسائل ، أي انها مواقع تقرب الفرد من أصدقائه ، وزملاءه وتقضي على القيود الجغرافية والحدود المكانية ، لأنها تسهل الوصول الى المعلومات في كل المجالات سواء في الميدان العلمي ، الثقافي ، الاجتماعي ، السياسي ، والترفيهي .. وهناك عدة مواقع الكترونية للتواصل الاجتماعي ، يأتي في الصدارة من حيث التصفح موقع الفيسبوك و يليه التويتر.³

ويعرفها محمد عواد:

على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع اعضاء اخرين لديهم الاهتمامات نفسها والهوايات نفسها⁴

كما تعرفها هبة محمد خليفة بانها:

صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الموجودة على الأنترنت ، تهدف الى توفير مختلف، وسائل الاهتمام و التي من شأنها تساعد على التفاعل بين الاعضاء بعضهم بعضا ، وهي تشمل على مميزات

¹ محمد عاطف غيث: البناء النظري لعلم الاجتماع، دار الكتب الجامعية ، ص 100

² إحسان محمد الحسن: مبادئ علم الاجتماع الحديث، ط 2 ، دار وائل للنشر و التوزيع ، 2009 ، ص 37

³ راضي زهير : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية العدد 15 عمان ، ص 23

⁴ محمد عواد : شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني ، دار المعرفة الجامعية ، بيروت ، 2010 ، ص 12

المراسلة الفورية، الدردشة ، تبادل ملفات ، مجموعات النقاش ، البريد الالكتروني و المدونات¹.

المفهوم الاجرائي:

مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها عبر واقع افتراضي يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الاصدقاء من مختلف الاعمار و الاجناس و من كافة انحاء العالم.

(3) الفايسبوك:

وهو صفحة مصممة من اجل ان يتشارك ويتواصل الاشخاص من خلالها ،لذلك هي شخصية وخصوصية ،من اجل استخدام الموقع يقوم المستخدمون بالتسجيل فيه و بإنشاء ملف خاص ثم اضافة مستخدمين اخرين كالأصدقاء ، وتبادل الرسائل و الانضمام الى مجموعات او صفحات تلاقي الاستحسان لديهم وتشكل مصدر اهتمام معين عندهم.²

(4) القيم:

عند اللغويين:

القيم جمع قيمة، و امر قيم بمعنى مستقيم، وقوله تعالى: {وفيها كتب قيمة}³ اي مستقيمة تبين الحق من الباطل على استواء و برهان وقد اخذت هذه اللفظة من "قدم" و استعمل جذرها للدلالة على معان مختلفة: الانتصاب و الوقوف: قام ، قوما و قياما ، و قام الحق: ثبت ، قام الامر: اعتدل واستقام⁴ كما يعني الفعل "قام" بلغ و استوى ، حسب النريدي⁵ هذا وقد أجاز مجمع اللغة العربية في القاهرة استعمال كلمة "القيمة م القيم" للدلالة على الفضائل الدينية و الخلقية و الاجتماعية .

تعريف القيم الدينية:

مفهوم الدين : لقد عرف دوركايم الدين بأنه مجموعة متماسكة من العقائد و الأعمال و مزاولتها مجموعة من الافراد يتكون منهم مجتمع خاص⁶

يعرف ماكس فيبر القيم الدينية أنها:

مجموعة من التصديقات السيكلوجية المتولدة عن الاعتقاد الديني و الممارسة الدينية التي تعطي توجيهها للسلوك العملي الذي يلتزم به الفرد.⁷

ويعرف ماجد الجلال القيم الدينية على انها:

¹ لحمل نجاة :تأثير شبكات التواصل على العلاقات القرابية "الفايسبوك نموذجا" رسالة ماستر ، جامعة ابن خلدون ، تيارت 2014 ص20

² عبد الله عامر :الفايسبوك وعالم التكنولوجيا ، مجلة العلوم التكنولوجية ، العدد 14 ، جامعة البتراء عمان 2007 ص6

³ سورة البينة الآية 3:

⁴ نوار كريم زرزور : معجم الفاظ القيم الاخلاقية ونظورها الدلالي بين لغة شعر الجاهلية ولغة القرآن الكريم مكتبة لبنان ، ط12001ص10:

⁵ ملاتضي الزبيدي : تاج العروس ، دار صادر ، بيروت مج 1966،ص35:

⁶ عدلي علي أبو طاحون : النظريات الاجتماعية المعاصرة ، ط2 ، المكتب الجامعي الحديث ، الاسكندرية ، ص125.

⁷ نورهان منير حسن : القيم الدينية للشباب ، المرجع سابق ص35 :

مجموعة من المثل العليا و الغايات و المعتقدات التشريعية و الوسائل و الضوابط و المعايير لسلوك الفرد و الجماعة مصدرها الله عز و جل. وهذه القيم هي التي تحدد علاقة الانسان و توجهه اجمالاً و تفصيلاً مع الله عز و جل ومع نفسه و مع البشر و مع الكون و تتضمن غايات ووسائل¹.

وتعرفها وضحة السويدي:

بانها معايير تعبر عن الايمان بمعتقدات راسخة ، مشتقة من مصدر ديني، تملي على الانسان بشكل ثابت اختياره او نهجه السلوكي في المواقف المختلفة التي يعيشها او يمر بها و هي ايجابية ، صريحة او ضمنية يمكن استنتاجها من السلوك اللفظي و الغير لفظي².

التعريف الاجرائي للقيم الدينية:

من كل هذه التعاريف نستخلص ان القيم الدينية هي:

صفحات انسانية ايجابية راقية مضبوطة بضوابط الشريعة الاسلامية، تؤدي بالفرد بالسلوكيات الايجابية في المواقف المختلفة التي يتفاعل معها في دينه اسرته او مجتمعه و تغرس فيه القدرة على التمييز بين الخير و الشر و الصواب و الخطأ. مجموعة من المعتقدات و التشريعات و المعايير التي توجه سلوك الأفراد و علاقاتهم و تضبطها و التي تتحدد برؤية الاسلام و تصوراته المعرفية و الوجدانية و السلوكية و تشمل جميع الجوانب الحياة ، كما أنها المكون الأساسي للفرد و القوة الدافعة نحو المحافظة على التماسك و التوازن و الاستقرار و تشمل الايمان و المودة و الرحمة و الثقة المتبادلة و العفة و الصبر .

¹: زكي ماجد الجلاذ: تعلم القيم وتعليمها ، تصور نظري و تطبيقي لطرائق و إستراتيجيات ، تدريس القيم ، دار المسيرة ، الاردن ط2 ، 2007 ، ص55 ،

²: وضحة علي السويدي: التنمية القيم الخاصة بمادة تربية الاسلامية لدى تلميذات المرحلة الاعدادية ، بدولة قطر ، برنامج مقترح ، دار الثقافة الدوحة ، ط1، 1989، ص30.

سابعا : الدراسات السابقة
1)الدراسات المحلية :

1-1-الدراسة الاولى :

دراسة مريم نريمان نومار تحت عنوان : " استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره على العلاقات الاجتماعية "

من خلال دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع الفايسبوك في الجزائر ، ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين للكشف عن أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في العلاقات الاجتماعية ،حيث تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاثة محاور :

المحور الاول : عادات وأنماط استخدام موقع الفايسبوك لدى الجزائريين .

المحور الثاني :الدوافع و الحاجات التي تكمن وراء استخدام الفايسبوك .

المحور الثالث :فتم الاعتماد فيه على مقياس "ليكرت" في محاولة لاستكشاف اثر استخدام الفايسبوك في العلاقات الاجتماعية ، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها :

تقضي النسبة الاكبر من المبحوثين اكثر من ثلاث ساعات في استخدام "الفايسبوك" ويفضل أغلبهم خدمة التعليقات و الدردشة بالدرجة الاولى ، يستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفايسبوك" بدافع التواصل مع الاهل و الاصدقاء إلى جانب التنقيف ،وقد بينت النتائج أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور و الاناث ، وتبين أيضا أن المبحوثين الاكبر سنا يتعاملون بنوع من الوعي عند استخدامهم لموقع "الفايسبوك" ،كما أسفرت الدراسة أن استخدام هذا الموقع يؤثر في الاتصال الشخصي وجها لوجه وفي تفاعل المستخدمين مع أسرهم وأقاربهم و أصدقاءهم ،كما يؤدي الانسحاب الملحوظ للفرد من التفاعل .

1-2-الدراسة الثانية :

القيم الدينية ودورها في التماسك الاسري :

دراسة ميدانية بمدينة باتنة مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الديني من إعداد الطالبة سامية حمريش (نوقشت هذه الدراسة بجامعة الحاج لخضر- باتنة ، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية قسم علم الاجتماع للسنة الدراسية 2010-2009

قسمت هذه الدراسة إلى 03 فصول كل فصل يتضمن عدة مباحث في الاطار النظري

الفصل الاول جاء بعنوان: القيم الدينية و البناء الاسري

الفصل الثاني جاء بعنوان: الاسرة و التماسك

أما الفصل الثالث فتضمن الاطار الميداني للدراسة والذي تم فيه تحليل وتفسير البيانات و عرض النتائج

تساؤلات الدراسة:

كانت إشكالية الدراسة تركز على تساؤلين رئيسيين:

-إلى اي مدى يتقيد اختيار الزوجيين لبعضهما بالقيم الدينية؟

-كيف تمارس الاسرة الجزائرية القيم الدينية؟ وهل تنعكس هذه الممارسات على تماسكها واستقرارها؟

وقد ركزت الباحثة في هذه الدراسة على القيم الدينية التي تحكم العلاقة الزوجية باعتبارها أساس استقرار الاسرة وتماسكها، واي خلل يصيب هذه العلاقة فإنه ينعكس سلبا على الابناء و على البناء الاسري ككل .

وترمي هذه الدراسة إلى تحقيق الاهداف التالية:

- تشخيص الواقع الاجتماعي للأسرة الجزائرية، و الكشف عن مدى تجسيد القيم الدينية في العلاقات الاسرية .

- الوقوف على القيم الدينية السائدة خاصة الزواج وانعكاسها على الممارسات المستقبلية للأسرة .

- عرض بعض الدراسات الامبريقية السابقة التي عالجت موضوع القيم وتحليلها وهذا من شأنه ان يزودنا بالمعرفة التي تثري فكرنا من الناحيتين المعرفية و المنهجية كما تساعدنا

على صياغة التساؤلات ومعالجة موضوع الدراسة معالجة علمية .

أما الهدف الرئيسي فيتمثل في محاولة إبراز بعض القيم الدينية التي يمكن استخلاصها من الاطار الاسلامي و الانطلاق منه كمدخل مقترح لما فيه من شمولية وتكامل: معظم المشاكل الاسرية ناشئة عن غياب الوعي الانساني العميق وتدني أو غياب القيم الدينية ومن ثم ضعف أو غياب السلوك المنشود ومن ثم فإن سلامة الاسرة هي بتربية أخلاقية قيمة لا تعني بالتكوين المعرفي فحسب ولكن تعني بالأساس بتقويم أعماق شخصية ومن هذا تبدو أهمية الاستناد الى المنطلق الديني الاسلامي الذي اهتم بالأسرة وحث على رعايتها والعناية بها.

أما عن سبب اختيار الموضوع فقد توفرت ملاحظات كثيرة وانطباعات كثيرة مختلفة لصاحبة الدراسة عما شهده ويشهده الواقع الاجتماعي الجزائري من ارتفاع نسبة الطلاق و الخلع وما سيتبعه من جنوح وانحراف و مشاكل اجتماعية و نفسية، وقد توفرت هذه الملاحظات من خلال المعيشة وكذا من مطالعة الكتابات و التحليلات التي تزدهم بها الساحة الثقافية و الاعلامية وقد اخفت هذه الملاحظات وما أثارته وتثيره من تساؤلات إلى التفكير في تناول هذه المشكلة من خلال الرؤية الاسلامية .

المنهج المستخدم:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي كونه يهدف للوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها و تفسيرها و تعميمها .

عينة الدراسة:

اعتمدت الباحثة على العينة العشوائية التي تتماشى وموضوع الدراسة وهذا لصعوبة القيام بدراسة مسحية شاملة ومفصلة لجميع الاسر المقيمة بمدينة باتنة ، حيث اقتصرت الدراسة على 100 أسرة مقيمة بمدينة باتنة وموزعة على مختلف الاحياء بالمدينة.

أدوات جمع البيانات:

اعتمدت في جمعها للبيانات على الاستبيان

أهم النتائج :

1- أظهرت الدراسة الميدانية ان معظم مفردات العينة ركزوا في اختيارهم لبعضهم البعض على قيمة التدين.

2- كما اتفقوا وبشكل كلي على ضرورة التكافؤ الديني لضمان قيام أسرة متكاملة ، وهذا مؤشر إيجابي يمثل عمق التأثير الديني لدى مفردات العينة .

3- من خلال قراءة نتائج الجداول المتعلقة بممارسة الاسر للقيم الدينية يتبين أن معظم أفراد العينة يمارسون الفرائض الدينية مما يعني حضور القيمة الايمانية في جانبها التطبيقي.

4- اتضح أن القيم الدينية وممارساتها ، تعد مؤشرات هامة لمستوى و عمق التحولات التي يشهدها المجتمع، فبرغم من مكانة الدين و أثره في النفوس وهذا ما خلصت اليه الدراسة الميدانية ، الا أننا لاحظنا أشكال كثيرة من التناقض بين القول والفعل وبين المظهر و الجوهر.

5- فالقيمة الايمانية موجودة كمبدأ وشعائر تعبدية ، إلا انها كسلوك وكفاعلية في الواقع تكاد تكون مفقودة ، وهو ما يشكل أزمة ثقافية خطيرة.

(2) الدراسات العربية :

(2)-1- الدراسة الاولى :

القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية

انطلقت الباحثة - نورهان مهني- من إشكالية رئيسية هي:

-هل يدعم برنامج التدخل المهني للخدمة الاجتماعية القيم الدينية لدى الطلبة ؟

تهدف هذه الدراسة الى تصميم برنامج لرعاية الشباب، يدعم القيم الدينية التي تنعكس على كافة جوانب شخصياتهم.

وقد اختارت الباحثة مجموعة من القيم الدينية التي تتعلق بدراستها وهي :

1- العبادات وحددتها بالصلاة والزكاة وزيارة الاماكن المقدسة و الدعاء .

2- الايمان: الايمان بالله و الملائكة و الكتب السماوية و الايمان بالأنبياء و باليوم الاخر و الايمان بالقدر خيره وشره.

3- الثقافة الدينية: وعرفتها بانها تزود الفرد بالمفاهيم الصحيحة حقائق الحياة وفق الحلال و الحرام و الحق و الواجب.

4- إدراك اهمية الدين في الحياة.

5- قيمة التعاون

أما المنهج المستخدم في هذه الدراسة فهو: المنهج التجريبي ،حيث اعتمدت الباحثة في تطبيقها لنموذج التجربة القبلية على جماعتين إحداهما ضابطة و الاخرى تجريبية على الاسس التالية:

1- تم اختيار الجماعتين (التجريبية و الضابطة) على اساس من التجانس و التماثل في المتغيرات الاتية:(السن، الجنس، الدين، الحالة التعليمية، القيم الدينية)

2- القياس القبلي للجماعتين لضمان التجانس.

3- تكوين علاقة مع الجماعة التجريبية وعدم تكوينها مع الجماعة الضابطة.

- 4- القياس البعدي للجماعتين وحساب الفروق بين القياس القبلي و البعدي.
وتوصلت الباحثة الى نتائج خاصة بمجتمع البحث و نتائج عامة أما النتائج الخاصة فهي:
- 1- دعم القيم الدينية للطلاب الجامعيين، من خلال الانشطة المختلفة ذات التوجهات و الابعاد الدينية.
- 2- أكدت الدراسة على أن الانشطة المختلفة التي استخدمتها الباحثة في برنامج التدخل المهني قد دعمت من قيمة العبادات وتقديس الشعائر الدينية لدى الطلبة.
- 3- انتهت الدراسة الى أن تزكية روح التكافل الاجتماعي بين الطلاب من مجتمع البحث باستخدام الاساليب المهنية ، قد دعمت من قيمة الزكاة لديهم.
- 4- كما دعم البرنامج قيمة الايمان بالكتب السماوية و بالأنبياء و الايمان باليوم الاخر وقيمة الايمان بالقدر ،كما دعم من إدراك أهمية الدين في الحياة ،وهذا الدعم كما بينت النتائج هو ناتج عن الوسائل التي اعتمدها الباحثة من المحاضرات الدينية و المناقشات الجماعية وعرض الافلام الدينية وتوفير المكتبة و الدروس الدينية مما زاد في دعم الثقافة الدينية لدى الطلبة .
- 5- كما توصلت الباحثة الى نتيجة مهمة وهي أن برنامج التدخل المهني قد أثر في التخفيف من تأثير القيم الثقافية الغربية ، ودعم القيم الثقافية الدينية للطلبة الجامعيين.

أما النتائج العامة فهي:

- 1- أن الطلاب الجامعيين في حاجة ماسة للعديد من البرامج و الانشطة التي تعمل على دعم قيمهم الدينية.
- 2- توفر الاستعداد العقلي و النفسي للترود بالمعارف و العلوم الدينية.
- 3- أن مرحلة الشباب بخصائصها النفسية و الاجتماعية ،تحتاج دائما الى التوجيه المستمر الذي يدعم من القيم الدينية لديهم.

4- إن الفراغ الفكري الذي يعيشه الشباب بصفة عامة، و الشباب الجامعي بصفة خاصة يؤدي بهم للوقوع فريسة الافكار المتطرفة .

5- إن توفر الامكانيات المادية و البشرية المؤهلة للتعامل مع الطلاب الجامعيين تلعب دورا هاما في توجيه الطلاب و استغلال وقت فراغهم بما يعود عليهم بالنفع.

6- ومن النتائج المهمة التي توصلت إليها الباحثة أن التغيرات القيمة يمكن عمليا ان تتم بطريقة علمية حسب تخطيط معين.

2-2- الدراسة الثانية :

دراسة حنان بن شعشوع الشهري حول اثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفايسبوك نموذجا.

من خلال دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة وهي رسالة ماجستير بجامعة الملك عبد العزيز حيث هدفت هذه الدراسة للتعرف على الاسباب التي تدفع الى الاشتراك في موقعي الفايسبوك و التويتر و التعرف على طبيعة العلاقات الاجتماعية عبر هذه المواقع و الكشف عن الاثار الايجابية و السلبية الناتجة عن استخدام تلك المواقع.

و من أجل تحقيق هذه الاهداف اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي واستخدمت اداة الاستبيان لجمع البيانات حيث تم تطبيق البحث جامعة الملك عبد العزيز على عينة مكونة من 150 طالبة تم اختيارهم بطريقة قصدية وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها :

من اقوى الاسباب التي تدفع الطالبات لاستخدام الفايسبوك و تويتر هي سهولة التعبير عن آرائهن واتجاهاتهن الفكرية التي لا يستطعن التعبير عنها بصراحة في المجتمع

اشادت النتائج كذلك ان الطالبات استفدن من هذين الموقعين في تعزيز صداقاتهن القديمة و البحث عن صداقات جديدة و التواصل مع اقاربهن البعيدين مكانيا ،كما تبين ايضا انه استخدام الفايسبوك و التويتر العديد من الاثار الايجابية اهمها الانفتاح الفكري والتبادل الثقافي

فيما جاء قلة التفاعل الاسري احد اهم الاثار السلبية .

وتشير النتائج أيضا الى وجود علاقة ارتباطية عكسية بين متغيري العمر و المستوى الدراسي وبين أسباب الاستخدام وطبيعة العلاقات الاجتماعية و الايجابيات و السلبيات

كما توجد علاقة ارتباطية موجبة بين عدد الساعات وبين أسباب الاستخدام ومعظم أبعاد طبيعة العلاقات الاجتماعية و الايجابيات في حين اثبتت النتائج وجود علاقة ارتباط طردية بين متغير طريقة الاستخدام وبين أسبابه وطبيعة العلاقات الاجتماعية الايجابيات والسلبيات.

(3)الدراسات الاجنبية:

(3)-1-الدراسة الاولى :

الدراسة التي اجراها Keith N. Hampton واخرون من جامعة بنسلفانيا لصالح مركز الابحاث PEW .American life Project بتاريخ 16 / 06 / 2011 بعنوان مواقع الشبكات الاجتماعية و حياتنا.

الدراسة انطلقت من محاولة دراسة التأثير الاجتماعي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية مثل: face book، link edln، my space ، twitter

حيث طرحت الاشكالية التالية :

-هل عزلت الشبكات الاجتماعية الاشخاص وقطعت علاقاتهم الاجتماعية؟

-ام انها ساعدت في ربطهم باخريين وقد قرر كل من مركز ابحاث American life Project Pew للأنترنت و دراسة الشبكات الاجتماعية من خلال مسح شامل لها وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة ، التسامح ، الدعم الاجتماعي.

*وكانت النتائج كما يلي :

من خلال العينة المدروسة تبين ان 79 % من البالغين الامريكيين يستخدمون الانترنت وتقريبا نصف عددهم اي حوالي 47 %من اصل 59 %من مستخدمي الانترنت يستخدمون على الاقل موقع واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية في 2008

والتي كانت حوالي 26 من اصل 34 %من مستخدمي الانترنت ، اضعف الى ذلك ان متوسط عمر هؤلاء البالغين المستخدمين للأنترنت قد تغير من 33 سنة الى 38 سنة سنة 2008 وحوالي نصفهم في عمر 35 و 56 % من المستخدمين هم اناث .

من خلال المسح توضح ان الشبكة الاجتماعية الاوسع استخداما هي الفيس بوك حيث 92 % العينة ومن 13 % يستخدمون link dln و 18 % يستخدمون my space في حين 29 % يستخدمون موقع تويتر .

ثامنا : المقاربة النظرية

1. مواقع التواصل الاجتماعي

1.1 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أكثر و أوسع المواقع على شبكة الانترنت انتشارا و استمرارا لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد و الجماعات المستخدمين لها ، حيث تمكنهم من التواصل و تبادل الأفكار و الآراء و المعلومات و الملفات و الصور و أفلام الفيديو ، و يقال عنها موقع ثورة الويب .

و هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير حيث يمكن للمستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر موقع ليصل جديد ما يكتب و يضيف ذلك الى الصديق صفحته صديقه كما أنها تمكن المستخدم بالتحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته فلا يظهر الا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات و صور و مقاطع ، أما أشهر تلك المواقع فيها الفيسبوك و تويتر¹

2.1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور اواخر التسعينات مثل classmates.com عام 1955 للربط بين زملاء الدراسات و موقع sexdegress.com عام 1997 و ركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الاشخاص و ظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين و خدمة ارسال الرسائل الخاصة بين مجموعة من الاصدقاء ، و بالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لها توجد في شبكات الاجتماعية الحالية الا ان تلك المواقع لم تستطيع تحقيق ملكها لمالكها و تم اغلاقها ، و بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطيع ان تحقق النجاح الكبير بين الاعوام 1999 و 2001 و في السنوات اللاحقة ظهرت بعض المحاولات الاخرى .

لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت friendster التي حققت نجاحا دفع غوغل الى محاولة شراءها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ و في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا skyrock كمنصة للتدوين ثم تحولت بشكل كامل الى شبكة اجتماعية سنة 2007 و قد استطاعت بسرعة تحقيق انتشار واسع لتصل حسب احصائيات 2008 الى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.²

¹:محمد منصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقي ، تخصص اعلام اتصال، كلية الآداب و التربية ، الأكاديمية العربية في الدنمارك ، 2012/2011، ص 50.

1:علياء سامي عبد الفتاح: دراسة في الية التفاعل الاجتماعي، دار العامل العربي، القاهرة، ص39

مع بداية عام 2009 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته اكثر من غوغل و هو موقع my space الأمريكي الشهير ، و يعتبر من اوائل الفايسبوك و الذي بدا ايضا في الانتشار المتوازي مع my space حتى قام الفايسبوك في 2007 بآتاحة تكوين التطبيقات للمطورين و هذا ما ادى الى زيادة اعداد مستخدمي الفايسبوك بشكل كبير ، و يعتقد ان عددهم حاليا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم.¹

3.1. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي :

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من المواقع في الانترنت بعدة خصائص من اهمها :

- 1- خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي يجمع العديد من الاشخاص من مناطق و دول مختلفة في مكان واحد ، تختلف أفكارهم و وجهات نظرهم و مستوياتهم التعليمية و الوانهم و تنفق لغتهم التقنية .
 - 2- وحدة الهدف ، سواء كانت للتعرف او التعاون او لمجرد الترفيه و التسلية اضافة الى تكوين صداقات و علاقات جديدة مع الاخرين .
 - 3- الهروب من الواقع الى واقع الافتراضي يعيش الفرد كيف ما ير ، كما يستطيع التعبير عن اتجاهات مختلفة عن المعتقدات و الافكار السائدة و الراسخة في المجتمع .
 - 4- شعور الفرد بالانتماء تجاه تلك الجماعات في مواقع التواصل الاجتماعي ، و شعوره بانه مرغوب و مؤثر و قادر على تنمية ذاته و تدعيم هويته .
 - 5- تبني آراء و افكار لا تحظى بالقدر الكافي من اهتمام وسائل الاعلام التقليدية *التلفزيون - الصحافة - الاذاعة الخ ، او لم يتم تغطيتها بشكل منظم و موضوعي و بالتالي لهيمنة هاذة الوسائل التقليدية.
 - 6- و زيادة على ذلك ، يمكن اختصار خصائص مواقع التواصل الاجتماعي ايضا بالعالمية و التفاعلية و التنوع ، اضافة الى سهولة الاستخدام و ما توفره هذه المواقع من الوقت و الجهد و الكلفة و سرعة الاتصال كما تمتاز بكونها شبابية و متعددة اللغات و حاضرة بشكل دائم في كل الاوقات و الظروف بالإضافة الى قدرتها على التبعية و توقعها المسبق و اي حركة خارج اطار السلطة الامنية او السياسية.²
- و نجد ايضا خصائص اخرى أساسية في هذه المواقع و هي :

(1) الملفات الشخصية profile page :

من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص و معرفة المعلومات الأساسية عنه ، كالجنس- تاريخ الميلاد - البلد - الاهتمامات - الصور الشخصية ، و غيرها من المعلومات ، و يعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص ، فمن خلال

²:حسين شفيق: الاعلام التفاعلي و ما بعد التفاعلية، دار الفكر و الفن، القاهرة، 2010، ص14
²: اشرف عصام فريد صالح: دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة بالقضايا السياسية لدى الشباب الاردني، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2015، ص37-38

الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا و معرفة من هم اصدقائه و الصور الجديدة التي وضعها الى غير ذلك من النشاطات.

(2) الاصدقاء/ العلاقات conditions / friends :

هم بمثابة الاشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض مغين حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى (صديق) على الشخص المضاف لقائمة الاصدقاء ، بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى اتصال - او علاقة على الشخص المضاف للقائمة .

(3) ارسال الرسائل :

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها انشاء عدد لا نهائي من الالبومات و رفع مئات الصور عليها و اتاحة مشاركة هذه الصور مع الاصدقاء للاطلاع و التعليق عليها .

(4) المجموعات groupes :

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية انشاء مجموعة اهتمام حيث يمكن انشاء مجموعة مسمى معين و اهداف محددة ، يوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة او المنظمين اليها مساحة اشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر و اليوم صور مصغر ، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف ب events او الاحداث و دعوة اعضاء تلك المجموعة له و تحديد عدد الحاضرين و الغائبين .

(5) الصفحات pages :

ابتدع هذه الفكرة موقع فايسبوك و استخدمها تجاريا بطريقة فعالة ، حيث يعمل خاليا على انشاء حملات اعلانية موجهة ، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية او الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين ، و يقوم الفايسبوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل اي مستخدم قام بالنقر على الاعلان ، اذ تقدم فكرة الصفحات على انشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات هن المنتج او الشخصية او الحدث و يقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم ان وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها الى ملفهم الشخصي.¹

4.1 أهم مواقع التواصل الاجتماعي :

1.4.1 ماي سبيس my space : هو الموقع الذي كان اكثر رواج قبل ان

يدخل في منافسة شديدة مع الفايسبوك مؤخرا.

¹إيلي جرار : علاقة المشاركة بموقع الفايسبوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الاسرية ،رسالة ماجستير في الاعلام، كلية الاعلام ،جامعة الشرق الاوسط، الاردن ،2010-2011،ص28.

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب ، كشبكة تفاعلية بين الاصدقاء المسجلين في الخدمة بالإضافة خدمات اخرى كالمدونات و نشر الصور و الموسيقى و مقاطع الفيديو و المجموعات البريدية و ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين.

يقع مقر الشركة في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الامريكية بينما يقع مقر الشركة الم نيوز كوربوريشن في مدينة نيويورك .
و يصنف هذا الموقع التصنيف العلمي alexa.com شبكة التواصل الاجتماعي ماي سبايس في الرقم 328 عالميا من حيث الزيارة
و قد انطلقت هذه الشبكة في أوت 2003 ، جاذبة اليها عدد كبير من مستخدمي هذا الموقع و كان أحد أكبر الشبكات الاجتماعية المشهورة في تلك الفترة¹.

2.4.1. موقع فليكر : Flickr

هو موقع لمشاركة الصور و الفيديو ، و حفظها و تنظيمها ، و يعتبر أيضا جمعية لهواة التصوير على الأنترنت ، بالإضافة الى كونه موقعا مشهورا لمشاركة الصور الشخصية ، يستخدم هذا الموقع من قبل المدونين من خلال اعادة استخدام الصور الموجودة فيه ، و قد أخذ هذا الموقع شهرته من خلال ابتكاراته كإضافة التعليقات من قبل الزائرين و كلمات المفاتيح ثم تم تطوير موقع فليكر في سنة 2002 من خلال شركة لودي كورب (Ludicorp) في فانكوفر في كندا ، حيث قامت الشركة بإطلاق فليكر لأول مرة في فبراير 2004 ، عندما قامت بتأسيس لعبة جماعية عملاقة على الأنترنت في مارس 2005 اشترت شركة ياهو Yahoo شركة لودي كورب و فليكر²

3.4.1 اوركوت orkut: منتج غوغل لم يلقي رواجاً في امريكا بسبب وجود العملاقين فيسبوك تويتر .

4.4.1 موقع اليوتيوب : You tube

نشأة فكرة تأسيسه عندما كان ثلاث اصدقاء في حفلة ، و التقطوا مقاطع فيديو و أرادوا أن ينشروها بين زملائهم ، و لم يستطيعوا ارسالها عبر الإيميل ، لأنه لم يكن يقبل الملفات الكبيرة من هنا بدأت تتبلور فكرة تأسيس موقع لإرفاق أفلام الفيديو على شبكة الأنترنت .

¹:عباس مصطفى صادق :الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، 2008، ص 216 .

²: محمد منتصر : واقع استخدام المنظمات الاهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها بالجمهور ، ص 28.

و تقوم فكرة الموقع الذي تأسس في عام 2005 على امكانية اتاحة خدمة تبادل ملفات الفيديو التي تسمح للمستخدمين بتحميل الملفات المتوفرة على الانترنت سواء كانت اعلامية أم للتسلية الشخصية ، و يستطيع أي شخص في الوقت نفسه أن ينشر ما يريد باستثناء المحتوى المسيء أو غير القانوني ، و البحث عن المحتوى حسب الكلمة او الفئة و يرتبط اليوتيوب بعدة مواقع تطبيقات للتدوين¹.

و يعرض الموقع أكثر من 3 مليارات فيديو يوميا ، ويقوم المستخدمون بتحميل ما يعادل 240 ألف فيلما أسبوعيا ، و ما يقارب 17 مليون شخص يستخدمون اليوتيوب في خدمات اجتماعية أخرى مثل الفايسبوك ، تويتر ، و يقوم 100 مليون شخص بعمل اجتماعي كل أسبوع (likes .shares. comments)².

من اهم مميزات موقع اليوتيوب :

- (1) البحث عن طريق اسم المستخدم
- (2) ربط الفيديو مع صفحات انترنت أخرى .
- (3) عرض أشرطة فيديو ذات صلة داخل التعليق .
- (4) تقييم الفيديو بين واحد و خمس نجوم .
- (5) تضمين تشغيل اليوتيوب بمواقع أخرى .

و من اكثر الجوانب التي كان للموقع أثر كبير و واضح فيها ، الاجتماعية و الفنية ، حيث اصبح الكثير يبحثون عن الشهرة و يتوجهون لليوتيوب ، باعتباره الوسيلة الاعلامية الوحيدة التي تتيح لأي كان الظهور و تمنحه فرصة للوصول الى الملايين ، و هي الطريقة التي سمحت للكثير من الفنانين و الفرق الموسيقية بالتعريف بأنفسهم في بداية مشوارهم ، و تجاوز أسواط نحو الشهرة.

5.4.1 موقع تويتر: twiter

تويتر twiter: هو شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع انحاء العالم لإبقاء الاتصال مع اصدقائهم و اقاربهم³ تقوم فكرة تويتر على السماح للمستخدمين بإرسال و قراءة رسائل قصيرة تسمى تويت تتكون من 140 حرف كأقصى حد .

و أسس الموقع في ولاية كاليفورنيا في 2006 على يد جاك درزي ويزستون و ايفان وليامز ، و يتيح الموقع لمستخدميه ارسال رسائل عبر الهاتف النقال و رسائل فورية

¹:الصاعدي : الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة ، شبكة الأوكولة ، السعودية ، 1432هـ، ص44.

²:يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، عملن ، الاردن ، 2013 ، ص24.

³ :مصعب حسام الدين فتلوني: ثورات الفايسبوك، شركة المطبوعات للتوزيع و النشر ، بيروت، 2014، ص103.

أو رسائل على الموقع ، و تأتي هذه الرسائل ردا على السؤال المباشر هو ماذا تفعل و تتيح كذلك تبادل حالاتهم المزاجية بسهولة و يسير بين مجموعة كبيرة من الأصدقاء¹ . و يعد التويتر الرابع في الاستخدام من بين مواقع التواصل الاجتماعي ، و يوفر التعامل بعدة لغات منها الانجليزية و اليابانية لكثرة عدد المستخدمين و المطورين اليابانيين و يتميز بعدم وجود خدمة الاعلانات على الموقع باللغة الانجليزية . و تجاوز عدد مستخدمي التويتر في العالم 200 مليون مستخدم في نهاية شهر اذار من عام 2001 ، و في الوطن العربي وحده بلغ عدد مستخدمي تويتر مليون و 150 الف في نفس العام² .

و يستخدم التويتر لأحد الأغراض التالية :

- (1) الحديث عن الحياة الخاصة: كونه انطلق لتحقيق هذه الغاية، و نسبة كبيرة مما ينشر غبره عبارة عن يوميات المستخدمين.
- (2) التواصل مع الاخرين : باستخدامه لإرسال الرسائل بين الأعضاء تحت أنظار الجميع و دون سرية .
- (3) ارسال رسائل قصيرة (sms) مجانية : و هذه الخدمة غير متاحة الا لبعض الدول حيث يلجأ كثير من المستخدمين لإرسال الرسائل الى أصدقائهم مجانا بتشغيل خدمة الاخطار الالي عبر الرسائل القصيرة و بمجرد وصول الرسالة الى الموقع يحولها الى الهاتف المحمول للشخص المعني بالرسالة مجانا .
- (4) المتابعة المباشرة للمنتقيات و الاحداث المختلفة : يقوم البعض بتغطية المنتقيات و المعارض عن طريق التدوين المصغر خاصة الأخبار و المعلومات التي تحتاج الى الكثير من التفاصيل .
- (5) استخدامه كملحق للمدونات : يستخدم كإضافة على المدونات الشخصية في حالة استخدام تطبيقات مضافة (wid gestures) لكتابة مواضيع سريعة و أخبار عاجلة و حصرية (scoops) .
- (6) استخدامه لنشر الروابط : كأن يضع المستخدمون عنوانا لما يتحدث عنه الرابط ، و يتم تقليص طوله ليتبع لحجم 140 حرفا .
- (7) استجواب موقع الأصدقاء و مناقشتهم : و يستخدم هنا كأداة لطرح الأسئلة و الحصول على الاجابات و المناقشات بطريقة انية³ .

¹: شريف، درويش ، تكنولوجيا الاتصال و المحاضرات و التحديات و التأثيرات الاجتماعية و الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة ، ص 41
²:أماني مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية لتقديم خدمات مكتبة متطورة ، مجلة دراسات المعلومات ، العدد الثامن ، 2010، ص 35-39.
³:مصطفى صادق عباس : مرجع سابق، ص 100 .

6.4.1. الفاييسبوك Facebook : اكبر مواقع الشبكات الاجتماعية من الناحية سرعة الانتشار، قيمته السوقية عالية و تتنافس على ضمه اكبر الشركات ، نقطة القوة الاساسية فيه هي التطبيقات التي اتاحت الشبكة فيه للمبرمجين من مختلف انحاء العالم ببرمجة تطبيقاتهم المختلفة و اضافتها للموقع الاساسي¹.

أولا :نشأة الفاييسبوك :

ترجع فكرة نشأة الفاييسبوك الى صاحبه مارك زوكربيرج²، الذي قام بتصميم موقع جديد على شبكة الانترنت مع زملائه في جامعة هارفرد الامريكية؟،و الذي يمكنهم من تبادل اخبارهم و صورهم و آرائهم ، لم يعتمد في تصميمه الى ان يكون موقع تجاري يجتذب الاعلانات او موقع ينشر اخبار الجامعة و لكن هدفه كان انشاء موقع يجمع شمل اصدقائه و يساعده على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض.

اطلق مارك موقع الفاييسبوك في 04 فيفري 2004 و سرعان ما لقي الموقع رواجاً بين جامعة هارفرد ، و اكتسب شعبية واسعة هذا ما شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول الى الموقع لتشمل طلبة جامعة اخرى او طلبة المدارس الثانوية الذين يسعون للتعرف على الحياة المجتمعية .

استمر موقع الفاييسبوك حكراً على طلبة الجامعات و المدارس الثانوية لسنتين ثم قرر مارك ان يفتح ابواب موقعه امام كل من يرغب في استخدامه، فارتفع عدد مستخدمي الموقع من 12 مليون مستخدم شهر ديسمبر 2006 الى اكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007 .

و في 26 سبتمبر 2006 ، فتح الموقع ابوابه امام كل الافراد البالغين من العمر 13 عاماً فأكثر ، و الذين لديهم عنوان بريد الكتروني صحيح ، و يعتبر موقع الفاييسبوك خامس اكثر المواقع زيادة في العالم .

ثانيا :تعريف الفاييسبوك :

يعد الفاييسبوك Facebook موقع ويب للتواصل الاجتماعي ، يمكن الدخول اليه مجاناً ، و تديره شركة فاييسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام الى الشبكات التي تنظمها المدينة او جهة العمل او المدرسة او الاقليم ذلك من اجل الاتصال بالأخرين و التفاعل معهم و كذلك يمكن المستخدمين من اضافة اصدقاء الى قائمة اصدقائهم و ارسال الرسائل اليهم و ايضا تحديث ملفاتهم الشخصية تعريف الأصدقاء بأنفسهم.³

و قد قدم مارك زوكربيرج بتأسيس الفاييسبوك بالاشتراك داستين موسكو فيننز و كريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب و كانا رفيقين زوكير بيرج في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفرد.

¹: حسين شفيق : مرجع سابق ، ص 23.

³.4: فتحي حسين عامر : وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفاييسبوك ، العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2010، ص 205.

كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الامر على طلبة جامعة هارفارد لكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الاخرى ، ثم اتسعت لتشمل اي طالب جامعي ، ثم طلبة المدارس الثانوية و اخيرا اي شخص يبلغ من العمر 13 سنة فاكثر ، يضم الموقع حاليا اكثر من 350 مليون مستخدم على مستوى العالم .
بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك حول العالم 800 مليون مستخدم حتى نهاية 2011.¹

بمعنى ان زيادة المستخدمين في الفايسبوك كبيرة تشير احصائيات الفايسبوك الاخيرة الى ان 50/ من عدد المسجلين في الفايسبوك بشكل يومي ، و ان فتح صفحة الفايسبوك اصبح بكثير من الاشخاص روتينهم اليومي ، حيث يقومون بالدخول و لو لمرة واحدة الى الموقع ليفحصوا اخبار اصدقائهم او اية رسائل جديدة او اخبار العالم عبر صفحات الفايسبوك المشتركين فيها .

اما بالنسبة لمستخدمي الفايسبوك في الجزائر ، فلقد قرب عدد المسجلين على موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك نهاية عام 2012 نسبة 85/ ، لتحتل الجزائر المركز الرابع عربيا متقدمة على الدول العربية ، و كشف الموقع (سوشيل ماركر) المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت ان عدد الجزائريين المسجلين في الموقع وصل شهر ديسمبر 2012 الى مليونين و ثمانية مائة و خمسة و ثلاثون الف عضو بنسبة ارتفاع بلغت 85/ مقارنة بنهاية عام 2011، اين بلغ العدد مليون و نصف المليون مسجل.²

ثالثا : مميزات و خصائص الفايسبوك :

- (1) **العالمية** : يتميز الفايسبوك باعتباره احد ادوات الانترنت بعدم التوقع الجغرافي ، حيث يمكن للأفراد في اي مكان ان يتواصلوا مع الاخرين في اي مكان اخر .
- (2) **التفاعلية** : ان الفرد في الفايسبوك يرسل ، يكتب ، يستقبل و يقرأ و يتفاعل مع الاحداث و التعليقات ، فهو في عملية اخذ و رد مستمرة و يعتبر الفايسبوك من التقنيات التي غيرت مجرى الاتصالات فبعد ما كانت اتصالات خطية مباشرة ، مرسل و متلقي ، احدثت الرسائل تفاعلية و منها *الفايسبوك* ثورة غيرت مسار الاتصالات* .
ان هذه التفاعلية تعطي للفرد الفرصة بشكل اكبر على ان يشارك و يساهم بشخصه في الموضوع تحليلا نقدا او تعليقا .³
- (3) **التنوع و سهولة الاستخدام** : اتاحت التحديثات العديدة التي قامت بها موقع الفايسبوك الفرصة امام المشتركين ، فيه الكثيرة من الفرص و النشطة و هو احد البرامج

¹: فتحي حسين عامر : مرجع سابق ، ص 204.

²: مريم نريمان نومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيره على العلاقات الاجتماعية - الفايسبوك نموذجا ، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2012 ، ص 57 .

³: مؤيد يحي خضير : المكتبات الحديثة الالكترونية - رقمية - الافتراضية ، دار الدجلة، عمان ، 2014 ، ص 2013

الافتراضية السهلة التي تستخدم الحروف ببساطة ، لغة الرموز و الصور التي تيسر للمستخدم التفاعل و اصبحت الوظائف الجديدة الذكية السهلة و المتنوعة هن المعيار ببساطة هي لغة التكنولوجيا .

(4) **التوفير و الاقتصادية:** ان مجانية الاشتراك و التسجيل اتاحة للفرد البسيط امكانية امتلاك فضاء على الفايسبوك ، و لم يعد ذلك حكرا على اصحاب الاموال اي فرد يرغب في فتح صفحة على الفايسبوك يمكنه ذلك ، و الحرص على بقاء الفايسبوك كما هو مجاني و هو في الاساس حرص على زيادة مؤشرات الارباح¹.

رابعا :وظائف موقع الفايسبوك :

يحقق الفايسبوك عدة وظائف هي :

- (1) **الاتصال :** اذ يعتبر الفايسبوك وسيلة سريعة للتواصل مع الاخرين فهو يتيح فرصة التحدث من خلال الرسائل الطويلة و القصيرة و التحدث من خلال الصورة و الصوت .
- (2) **الترفيه:** تعد وظيفة الترفيه من الوظائف الاساسية التي يحققها الفايسبوك من خلال النكت و الصور و غيرها .
- (3) **الرقابة :** حيث يستخدم الفايسبوك من طرف نشطاء الفئة القيادية في المجتمع كوسيلة لحماية المجتمع و صيانتة من اساءة استخدام السلطة و الدفاع عن مصالحه ، و الكشف عن ما يهدد قسم الحماية و تؤثر عليها ، و كذا للتعبير عن روح الديمقراطية ، و كذلك فهو يستخدم ليقوم بوظيفة الرقيب العمومي .
- (4) **التعبئة الايديولوجية :** حيث يستطيع المستخدم من خلال الفايسبوك ان يستثمر جيدا خدمته على تعبئة الجمهور من خلال المميزات التي يتنوع بها (النص - الرسالة القصيرة - الصورة - الفيديو - التعليقات - الاعجاب بفكرة like - انشاء صفحات خاصة حول اي فكرة او حدث) .

(5) **الترويج :** يلعب دورا بارزا في الترويج و التسويق لخدمات و مبيعات للمؤسسات مما يوفر جهدا و تكلفة على ادارة العلاقات العامة و قسم الاشهار و المبيعات هذا من جهة و من جهة اخرى هو وسيلة فعالة في جانب العلاقات العامة للتعرف على اسهامات الجمهور عن خدمات المؤسسة و منتجاتها².

خامسا : اخر التحديثات التي طرأت على الفايسبوك :

¹: وائل رفعت على محمد : **فهرسة المكتبات** ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر ، القاهرة ، 2015 ، ص 192.

² : http://www.al-fadjr.com/ar/index.php?news:28394/*3fprint

طورت مجموعة من الخصائص و المميزات على نظام الموقع من طرف ادارة موقع الفايسبوك تمثلت في :

(1) اصبح بالإمكان الاشتراك بدلا من المصادقة : عندما يصادق احد المستخدمين مستخدما اخر في الفايسبوك فان ذلك معناه ان تصل منشورات كل مستخدم منهما الى الاخر و تظهر في صفحته الرئيسية و هذا هو احد الفروق الرئيسية بين الفايسبوك و موقع التويتر .

(2) تحكم بقوائم الاصدقاء اصبح اسهل :اصبح بإمكان مشاهدة المنشورات القادمة من قوائم الاصدقاء فقط دون غيرهم لان ترتيب الاصدقاء و وضعهم في قوائم مخصصة من الامور الهامة في الفايسبوك .

(3) تحسين نظام الرسائل داخل الفايسبوك :الان يتم تجميع الرسائل بين المرسل و المتلقي في صفحة واحدة مع تحديد وقت و تاريخ كل رسالة¹.

مساحة عرض الصور اصبح 960بيكسيل بدلا من 720بيكسيل : كانت الصور الكبيرة في مساحة يتم تصغيرها بشكل عادي عندما يرفعها المستخدم الى حسابه في الفايسبوك .

(4) الان اصبح عرض الصور يتم في صفحة مفصلة عن المحتوى ، و يتم عرض الصور بدون اي محتوى اضافي بجانبها مما يسمح بمساحة اكبر للصور تصل الى 960 بيكسيل².

(5) قامت ادارة الفايسبوك في الآونة الاخيرة بإضافة ايقونة صغيرة تحت مربع النشر هذا المربع لتحديد المكان المتواجد فيه المستخدم عن كتابة المنشور (ان اراد التحديد) بالنقر عليها سيكون للمستخدم كتابة المكان الذي هو فيه الان و بمجرد بدء الكتابة سوف تظهر الخيارات المشابهة لما تقوم بكتابته لكي يسهل اختيار المنطقة او المدينة التي انت فيها³.

¹: انتصار عبد الرزاق و صفد الساموك : مرجع سابق . ص 23.

²: حسين ابو شنب : الاعلام التفاعلي ، محاضرات في تطوير الاعلام و المعلومات ، غزة ، 2011 ، ص 06 .

³:انتصار عبد الرزاق : مرجع سابق ، ص 24 .

2. القيم الدينية

1.2. مفهوم القيم الدينية:

- القيم الدينية (الإسلامية) هي عبارة عن " مكون نفسي معرفي عقلي ووجداني وأدائي يوجه السلوك ويدفعه ، ولكنه إلهي المصدر ، ويهدف إلى إرضاء الله تعالى"¹

- " هي حكم يصدره الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي اقتضاها الشرع ، محددًا المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك"².

-هي "مجموعة من المثل العليا والغايات والمعتقدات والتشريعات والوسائل والضوابط والمعايير لسلوك الفرد والجماعة مصدرها الله عز وجل ، وهذه القيم هي التي تحدد علاقة الإنسان وتوجهه إجمالاً وتفصيلاً مع الله تعالى ومع نفسه ، ومع البشر ومع الكون ، وتتضمن هذه القيم غايات و وسائل "³.

- "مجموعة من المبادئ والقواعد التي تعمل كمنطلقات وموجهات لسلوك الإنسان ومرجعيات يتم من خلالها الحكم على الأفكار والأشخاص والأشياء والتصرفات ، مستمدة من كتاب الله وسنة رسوله ، منها ما هو قطعي في دلالاته ، ومنها ما هو ظني تختلف الأفهام حوله ، ويمكن قياسها والتعرف عليها من خلال الأداء و السلوك"⁴.

" -إنها المعتقدات والأحكام التي مصدرها القرآن والسنة يتمثلها ويلتزمها الإنسان المسلم، ومن ثم يتحدد في ضوئها علاقته بربه ، واتجاهه نحو حياته في الآخرة، كما يتحدد موقفه من بيئته الإنسانية والمادية ، وهي معايير يتقبلها و يلتزمها المجتمع المسلم وأعضاؤه من الأفراد المسلمين وهي تشكل وجدانهم وتوجه سلوكهم مدى حياتهم "⁵.

إن هذه التعاريف أسست مفهومها للقيم الدينية الإسلامية على بعدين ، يتمثل الأول في البعد السلوكي ، والبعد الثاني يتمثل في الحكم الشرعي الذي يحكم هذا السلوك من حيث كونه حسناً أو قبيحاً ، كما يتضح من خلال هذه التعاريف كذلك اختلاف الباحثين حول تحديد إطار القيم الإسلامية ، بين من يحصرها في مجال الأخلاق الإسلامية ، وبين من يعتبرها مرادفة لمفهوم الإسلام ذاته ، وبالتالي شمل موضوع القيم كل ما يتعلق بعلاقات الإنسان اتجاه خالقه ومجتمعه والكون ، بمعنى أنها شاملة لكل مناحي الحياة ، وما يعبر عن

¹. ماجد زكي الجلاذ ، تعلم القيم وتعليمها : تصور نظري وتطبيقي لطرائق واستراتيجيات تدريس القيم ، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2007 ، ص 55 .

². ماجد زكي الجلاذ ، المرجع السابق ، ص 55 .

³. نفس المرجع، ص 56 .

⁴. محمود عطا حسين عقل ، القيم السلوكية، ط2 ، الرياض :مكتب التربية العربي لدول الخليج، 2006، ص 68 .

⁵. مرسي نورهان منير، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الأزاريطة، 1999 ، ص 68 .

عمق القيم الإسلامية في النفوس هو مدى تحكمها في كل ما يصدر عن الإنسان الذي يؤمنها من تصرفات تربطه بالله عز و جل والكون ، وهو ما يتناوله التعريف الآتي:"هي مجموعة من المبادئ والقواعد والمثل التي نزلها الوحي ، ويؤمنها الإنسان ويتحدد سلوكه في ضوئها ، وتكون مرجع حكمه في كل ما يصدر عنه من أفعال وأقوال وتصرفات تربطه بالله عز و جل والكون".¹

2.2. منظومة القيم الدينية:

القيم الدينية مرتبطة بالعقيدة الإسلامية ، ودوافع الالتزام بالقيم الإسلامية أمر يكمن بمدى عمق العقيدة الإسلامية في النفس ، ولذلك فالقيم الإسلامية تنبثق من العقيدة الإسلامية التي أساسها التوحيد ، الذي دعت إليه الرسل ونزلت به الكتب ، والمقصود هنا بالتوحيد توحيد الألوهية المتضمن توحيد الربوبية ، وهو عبادة الله وحده لا شريك له ، بينما المقصود من توحيد الربوبية الإقرار بأن الله وحده خالق كل شيء وهو ما أقره المشركون من العرب ، كما جاء في، القرآن الكريم:" ولئن سألتهم من خلق السماوات والأرض ليقولن الله "سورة لقمان الآية 25 ، وكذلك كان حال الأمم السالفة من المشركين الذين كذبوا بالرسول ، فلقد كانوا مقرين بالصانع وأنه ليس للعالم صانعان ولكن اتخذوا لهم شفعا مثل (الكوكب ، الأصنام ، الملائكة ، الجن) ، كما أخبر عنهم تعالى بقوله:" والذين اتخذوا من دونه أولياء ما نعبدهم إلا ليقربونا إلى الله زلفى "سورة الزمر الآية 3 ، وهناك جانب قيمي للتوحيد يظهره إسماعيل راجي الفاروقي في كتابه" إعادة البناء الإسلامي والسلطة السياسية " بقوله:"إنه عند تأكيدنا أنه لا إله إلا الله ، نعني أن الإيمان بالله هو القيمة المفردة والنهائية ، وأن كل شيء آخر يعتبر أداة تتوقف قيمتها على الله سبحانه ، ويقاس بتحقيقها الخير الإلهي النهائي ، ويعني أن الله هو الغاية النهائية لجميع المطالب ، وأن كل ما هو موجود في الكون يجب أن يماثل نفسه مع إرادة الله ، وبمقتضى هذا فإن الإنسان يعد بمثابة العبد الذي يجب أن يجند كل أعماله وقدراته لخدمة دين الله أو تحقيق الإرادة الإلهية ، إن التوحيد يعبر عن ثلاثة معان على المستوى القيمي ، المعنى الأول: أن الخليفة هي الشيء المادي الذي يجب يتحقق فيه الكمال المتمثل في الإرادة الإلهية ، ولذلك فإن كل عنصر من عناصر الخليفة يتسم بالصلاح ، وأن الكون لم يخلق على أفضل صورة فحسب ، بل إنه خال من النقائص ويتسم بالكمال ، ونتيجة لذلك فإن التمتع بقيمه الجوهرية أو النفعية لا يعتبر ذنبا، فالحياة التي تتمثل فيها جميع القيم تعتبر أثرا من آثار الله ، ويتوقف الاحتفاظ بها وتدعيمها على أفعال الإنسان المتمثلة في التسبيح لله وعبادته ، وتغرس القيم الكونية السامية في كل فرد باعتبارها أداة للتوصل إلى الحقيقة المطلقة ، وعلى عكس ذلك نجد أن المسيحية قد انتقصت من قدر الحياة الدنيا بتصويرها إياها بأنها تتكون من مجرد كائنات حية ، وأن كل البشرية تعد مجموعة هائلة من الأثام وأنه لن يأتي أبدا الزمان والمكان عندما تتوصل للحقيقة المطلقة ، أما المعنى الثاني فهو أن الإنسان لا يقع في مأزق إلا ويستطيع أن يخرج

¹ . مرسي نورهان منير ، المرجع السابق، ص 69 .

نفسه منه ، فاعتبارات مثل كون طريق الإنسان مليئاً بالعقبات ، وأن الإنسان يميل إلى الانقياد التام لأنانيته ، أو أن يتخذ أسهل الطرق التي تؤدي إلى تحقيق المتعة والشعور بالنشاط ، تعد جميعها حقائق ، ولكنها ليست بأكثر واقعية من نقائضها ، ولذلك فإن الإنسان ليس بحاجة إلى منقذ ، أو مسيح أو خلاص ، ولكنه في حاجة إلى أن يكرس نفسه لأداء واجبه في الحياة،

وأن يقيس كفاءته بصورة مباشرة بمقدار منجزاته ، ولذلك فإن الإسلام-باختلافه عن المسيحية- يدعو الناس للسعادة العظيمة بدلا من الخلاص ، ويعددهم بالأجر في الحياة الدنيا والآخرة بما يتناسب مع أعمالهم ، أما المعنى الثالث للتوحيد على المستوى القيمي فهو أنه نظرا لأن الخير الذي يجب تحقيقه يتمثل في الإرادة الإلهية ، ونظرا لأن الإرادة الإلهية- بمقتضى كونها إرادة الخالق -تعتبر واحدة بالنسبة لجميع المخلوقات ويجب عليهم جميعا الالتزام بها، فإنه ليس من الممكن أن تكون هناك تفرقة بين الأماكن والأشخاص باعتبارهم القائمين بالفعل الأخلاقي.¹

فالإسلام دين القيم العليا والمثل السامية ، ورسالته رسالة القيم الإنسانية ، التي تتسم بالربانية والشمول والثبات والتوازن والعالمية ، وتعاليمه ما جاءت إلا لتكون الإنسان الذي يتمثل هذه القيم كالتوحيد ، التكافل ، العمل الصالح ، العدالة ، العمران ، العلم... وغيرها من سلسلة القيم التي لا يمكن حصرها فالقيم الإسلامية

جاءت شاملة لكل جوانب الحياة المادية والروحية ، والمجتمع إذا أمن بها واحتكم إليها تحقق له السعادة والأمن والرخاء.

ويعبر السلوك القويم عن مدى عمق القيم الإسلامية لدى الإنسان المسلم ، وهو أمر ينبع من ، خلال تفعيل القنوات الدينية الصحيحة في توجيه السلوك الإنساني، وإحياء الشعور بالواجب²، واستشعار الرقابة الإلهية ومسؤولية الجزاء الأخروي.

3.2. أهمية القيم الدينية:

تتفق كلمة الناس عامة و كلمة أهل العلم و الاختصاص خاصة على أهمية القيم ، و عظم دورها في بناء الانسان و تكوين المجتمعات على اختلاف عقائدها و ثقافتها ، إذ يتفق الجميع على أثرها البالغ في تشكيل سلوك الانسان ، و بناء شخصيته و التعريف بذاته ، فالقيم ضرورية و لازمة للفرد و المجتمع معا ، فهي ضرورية للفرد في تعامله مع غيره من الافراد و المواقف التي يواجهها في حياته اليومية ، إذ يتخذ من نسق المعايير و القيم موجها لسلوكه و نشاطه ، و هي لازمة لأي مجتمع ، لكي تنظم اهدافه و مثله العليا

¹ . عفاف بنت إبراهيم بن الدباغ، "المنظور الإسلامي للرعاية الاجتماعية"، سلسلة إسلامية المعرفة: التوجيه الإسلامي للخدمة الاجتماعية : المنهج والمجالات، ط1 ، مكتبة المعهد، القاهرة، 1996، ص 80 .

²: ماهر أبو المعاطي علي ، نحو سياسة اجتماعية متكاملة من منظور إسلامي ، دورية" التوجيه الإسلامي للخدمة الاجتماعية : المنهج والمجالات، (القاهرة : المعهد العالمي للفكر الإسلامي) ، 1997، ص160 .

كي لا تتضارب قيمه و بالتالي ينتابها صراع قيمي اجتماعي يؤدي بذلك الى تفكك وسقوط المجتمع¹.

و تظهر أهمية القيم فيما يلي :

(1) القيم هي اساس للقواعد التي يتوافق عليها الناس نتيجة التزامهم بتعاليم دينهم و فناعتهم التامة بضرورة التمسك بتلك القيم و تطبيقها في حياتهم لتستقيم الحياة ، و يتحقق لديهم الرضا ، و الشعور بالسعادة ، و الوحدة و الانتماء ، فيكون مجتمعا متماسكا ، قويا ، راقيا ، يسمو فوق الضغائن ، و كل انسان في هذا المجتمع يبتغي من ذلك الله عز و جل في كل امر من امور حياته².

(2) تعبر القيم عن غايات يسعى الفرد لتحقيقها ، و تعمل على توجيه ابناء المجتمع الى العمل الجماعي كما تساعد المجتمع على مواجهة الازمات³.

(3) تساعد على تحديد ملامح شخصية المجتمع المتميز عن غيره من المجتمعات الاخرى ، و ذلك لان القيم تزود افراد المجتمع بقدر مشترك من الثقافة و التفكير و بالتالي تساعد على الشخصية العامة المشتركة لجميع افراد المجتمع بالرغم من وجود قدر من التباين بين شخصيات افراده .

(4) تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات السلبية التي قد تطرا عليه و ذلك لإعطاء بدائل حكيمة ، يسهل على افراد المجتمع التعامل بها في المواقف المختلفة فيما بينهم ، كما و قد تقي المجتمع من النزاعات العدوانية فتدفع الافراد الى التعامل بحذر مع اصحابها .

(5) تزود افراد المجتمع بالصيغ التي يتعامل بها مع العالم ، و بطبيعة العلاقات التي يجب ان تسود بينه و بين المجتمعات الاخرى ، و تحدد له اهداف و مبررات لوجوده ، و بالتالي يسلك في ضوئها السلوك القويم⁴.

(6) تعمل القيم كمؤشرات للتنبؤ بالسلوك الحسن للإنسان كما انها تشبع رغبات الفرد و حاجاته بما يتناسب مع عقائده و مجتمعه اضافة الى انها تحقق للفرد الراحة و الاطمئنان من خلال حمايته من الانحراف و الانجرار وراء شهوات النفس و غرائزها و هي التي تحدد مسارات الفرد و سلوكياته في الحياة⁵.

(7) تلعب القيم دورا فعالا في تحقيق التكيف و التوافق النفسي و الاجتماعي للأفراد ، كما تؤدي دورا هاما في عمليات الارشاد و العلاج النفسي الذي يهدف الى تعديل السلوك

¹:هندي صالح دياب: دراسة في الثقافة الاسلامية ، جمعية عمال المطابع التعاونية ، عمان ،1981،ص 78.

²:طهطاوي سيد احمد : القيم التربوية في القصص القرآني ، دار الفكر العربي ، القاهرة ،1996،ص 45.

³:ابو العينين علي خليل مصطفى : القيم الاسلامية و التربوية ،مكتبة ابراهيم الحلبي ،المدينة المنورة ،1988،ص 35.

⁴:حسين عادل : المشروع الحضاري العربي الاسلامي.1981.ص 59

⁵: زهران حامد عبد السلام : علم النفس الاجتماعي :ط5،علم الكتب ، القاهرة ،1984،ص 28.

و القيم الدينية ، و هي سياج يحفظ الانسان من الانحراف النفسي و الجسدي و الاجتماعي و بدونه يصبح عبدا لغرائزه .¹

- (8) تزود القيم افراد المجتمع بقدر مشترك من الثقافة و التفكير .
- (9) تساهم القيم في اختيار الافراد المناسبين للقيام بالوظائف المناسبين للقيام بوظائف مجتمعية معينة في المؤسسات مختلفة كما تعمل القيم كمحفزات و دوافع للعمل ، فمتى تكونت القيم المرغوب فيها لدى الفرد فانه تنطلق الى العمل ، و تكون هي بمثابة المرجع او المعيار او القاعدة التي ينطلق منها و تقاس اعماله بناءا عليها .²

4.2. خصائص القيم الدينية (الإسلامية):

ولما كانت القيم الإسلامية إلهية المصدر فإن لها مجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من القيم ، حيث يمكن حصرها فيما يلي :

أولا -الثبات :القيم الإسلامية ليست نسبية فهي لا ترتبط بالمصالح والأهواء الشخصية للأفراد .

ثانيا -الشمولية :القيم الإسلامية شاملة لجميع شؤون الحياة الإنسانية ، وتنظم جميع علاقات الإنسان ، بالله عز وجل والكون .

ثالثا -الواقعية :تستجيب القيم الإسلامية للفطرة الإنسانية ، وتحقق في مجموعها توازنا بين مطالب المادة والروح ، وبين مطالب الفرد والمجتمع وبين مطالب الدنيا والآخرة، قال تعالى"وابتغ فيما أتاك الله الدار الآخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا وأحسن كما أحسن الله إليك " القصص ، الآية 77 .³

ويؤكد "محمد عبد الله دراز" مسألة واقعية القيم الإسلامية عندما يشير إلى أنها جاءت في القرآن الكريم مشروطة بأمرين :

- أن النشاط الذي تستهدفه القيم يجب أن يكون خاضعا لإرادة الإنسان .

- أن يكون هذا النشاط متاحا في واقع الحياة المحسوسة ، أي يمكن ممارسته⁴ .

¹:ماجد زكي الجلاذ : مرجع سابق، 2007، ص 43

²: طهطاوي سيد احمد : مرجع سابق، 1996، ص 44 .

³ . محمود عطا حسين عقل، المرجع السابق، ص 70 .

⁴ . عبد الله محمد دراز ، دستور الأخلاق في القرآن، مؤسسة الرسالة، الكويت ، 1982، ص 87 .

رابعاً -الاتساق: إن للقيم الإسلامية خاصية هامة والتي من خلالها تتأكد مدى تميز المنظومة القيمية الإسلامية عن غيرها من المنظومات القيمية في المجتمعات غير الإسلامية، وهو أنها ترتبط ببعضها البعض وتتفاعل فيما بينها ولا يمكن الفصل بينها ، فالإيمان بالله يستلزم طلب العلم النافع ، وقيم العلم النافع تعزز الإيمان بالله ، وقيمة الإيمان بالله تستلزم العمل الصالح ، وبالتالي تتساند جميع القيم داخل إطار العقيدة الواحدة ، فالقيم في المنظومة القيمية الإسلامية ملزمة لبعضها البعض ، فهي مترابطة متماسكة يأخذ بعضها برقاب بعض.

وتجدر الإشارة إلى أن القيم الإسلامية من خلال الخصائص السابقة أنها قيم عليا وليست فقط قيم إيجابية ، كما لا يمكن اعتبار مبدأ الاستهجان أو الاستحسان هو ميزان القيم الإسلامية ، لأنه لا يمكن استهجان القيم الإسلامية ، كما أنه ليس كل ما يعتقد أو يؤمن به الأفراد والمجتمعات من مثل ومبادئ وقواعد تعد قيما أي ترقى إلى مرتبة القيم ، ما لم تكن نابعة عن العقيدة الصحيحة التي أساسها التوحيد الخالص.

5.2. تصنيف القيم الدينية (الإسلامية):

من خلال التعاريف السابقة للقيم الإسلامية يمكن تحديد مجموعة من التصنيفات للقيم الإسلامية ، حسب تصور كل باحث للقيم الإسلامية ، فمحمد عبد الله دراز يعتبر مفهوم القيم الإسلامية مرادف لمفهوم السلوك ، وأن سلوك الإنسان المكلف لا يخرج من أن يقع ضمن إحدى الأحكام الشرعية ، انطلاقاً من أقسامه الخمسة (الفرض ، المندوب ، المباح ، الحرام ، المكروه) ، وبالتالي فالقيم الإسلامية بدورها تنقسم من خلال ذلك إلى المراتب الآتية:¹

- 1- **قيم مندوبة(قيم مرغوب فيها) :** التي يجب الالتزام بها مع عدم التقصير فيها (القيم المفروضة)، وقيم ايجابية من غير إلزام.
- 2- **قيم مكروهة(قيم مرغوب عنها) :** وهي قيم منهي عنها (قيم محرمة) التي يلزم الابتعاد عنها، وقيم حث الشرع على الابتعاد عنها من غير إلزام.
- 3- **قيم مباحة :** حيث يترك فيها الخيار مفتوحاً للفرد بين الفعل والترك.

¹. عبد الله محمد دراز ، مرجع سابق ، ص17

تصنيف " فاروق الدسوقي " الذي يعتبر القيم الإسلامية بأنها ثابتة ومطلقة، كما هو الشأن في المنظور الفلسفي من أن القيم تنقسم إلى ثلاثة أقسام تنطوي تحتها شتى المعاني التي تضبط مسالك الإنسان في حياته ، ويحددها في ثلاث قيم ¹:

1- الحق :هو القيمة العليا التي تنبثق من عقيدة الإسلام باعتبارها التعبير الإلهي عن الواقع الكوني، والحق اسم من أسماء الله عز وجل، ومن ثم لا تعلق قيمة في الإسلام على الحق.

2- الخير :هو القيمة العملية المنبثقة من شريعة الإسلام ، ولكن مفهوم الخير يخضع للحق باعتباره القيمة الأعلى والأثبت.

3- العدل :قيمة ثابتة أيضا في الحياة الإسلامية تنبثق من الحق و الخير، ويتبع هذا سائر القيم الخلقية من أمانة وصدق ووفاء ورحمة ومودة وإحسان وبر، فكلها تهدف إلى الخير وتحققه وتقوم على الحق.

أما "محمود عطا حسين عقل" فيصنف القيم الإسلامية إلى عدة مجالات ، كما هو الحال عند كل من "الهاشمي" و"فاروق عبد السلام" كما يلي :

- 1- **مجال العقيدة** :ويشمل القيم الإيمانية وقيم العبادات والمعاملات يدينها الفرد ويحرص على أدائها
- 2- **مجال علاقة الفرد بغيره من البشر** :وتشمل قيم التعامل مع الآخرين من صدق القول والعمل والعفة وصلة الرحم والإيثار وغيرها.
- 3- **مجال علاقة الإنسان بالكون** :وتشمل القيم العلمية من التفكير والتدبير والتخطيط، والعمل وغيرها .حيث تعد هذه المجالات الثلاث مرتبطة ببعضها البعض في وحدة عضوية.

تصنيف " الهاشمي " و"فاروق عبد السلام" للقيم الإسلامية:

- 1- قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع ربه.
- 2- قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع نفسه.
- 3- قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع الآخرين².

ويرى المغربي أن هناك نوعين من القيم الإسلامية كما يلي:

¹. فاروق الدسوقي ، مقومات المجتمع المسلم، ط2،المكتب الاسلامي،بيروت،1986، ص 25 .
². محمود عطا حسين عقل ، مرجع سابق، ص 75 .

- 1- قيم أساسية:** وهي قيم راسخة لا تتغير نشأت على أساس التعاليم الدينية التي مصدرها القرآن والسنة ، والعبث فيها يؤدي بالضرورة إلى نسخ أحكام دينية ، وهي قيم حاکمة وتمثل في قيم التوحيد والقيم المتعلقة بالصلاة والأمانة والمساواة والعدالة.
- 2- قيم ثانوية :** وهي قيم من صنع الإنسان سواء ما يقوم منها في المجتمع أو بيئة العمل ، وبالإمكان تحويلها وتغييرها لأنها من صنع الواقع الاجتماعي و الثقافي ، غير أنه من المؤكد أن مصدر القيم الإسلامية هو الوحي ، ولا يمكن للواقع الاجتماعي أن ينتج قيما ما لم يكن واقعا اجتماعيا إسلاميا بحتا.

أما " أبو العينين " فقد صنف القيم الإسلامية إلى :

- 1- قيم روحية وعقدية كقيم الإيمان بالله وقيم الجهاد في سبيله.
- 2- قيم خلقية كقيم العدل وقيم الأمانة وقيم الصدق.
- 3- قيم عقلية تتعلق بقيم المعرفة مثل قيم التفكير وقيم التخطيط.
- 4- قيم وجدانية مثل قيم ضبط النفس وقيم الحب.
- 5- قيم اجتماعية مثل قيم بر الوالدين وقيم الإحسان للجيران.
- 6- قيم مادية مثل قيم ترشيد الاستهلاك وقيم الاعتناء بالجسم.
- 7- قيم جمالية مثل قيم الجمال وقيم النظافة وقيم النظام¹.

أما الفرحان فرأى أن هناك منظومة خماسية للقيم الإسلامية تتكون من:

- 1- قيم الإيمان بالله:** وهي القيمة العليا في الإسلام ، ويتشعب منها القيم المتعلقة بالعقائد والعبادات والمعاملات ، وتأتي هذه القيم على رأس هذه المنظومة
- 2- قيم العلم النافع:** وتتمثل في استخدام العقل في التفكير والتدبير واستخدام المنهج العلمي في كشف الحقيقة ، ويرى أن الإيمان بالله يستلزم طلب العلم النافع ، وأن الأخير يعزز الإيمان بالله.
- 3- قيم العمل الصالح:** وتتمثل في إتقان العمل والاجتهاد فيه، وهو ثمرة من ثمرات الإيمان.
- 4- قيم الخلق الحسن:** وتتمثل في حسن التعامل مع الآخرين ، والإيثار والمصلحة العامة ، وحب الآخرين وقيم التسامح وبر الوالدين والإحسان والصبر على الشدائد... الخ، فمكارم

¹: المرجع السابق، ص 77 .

الأخلاق قيم عليا مرتبطة مباشرة بقيم الإيمان الصادق ، كما أن الخلق الكريم ينمي روح التعاون والتكافل والتراحم بين الناس.

5- قيم التعاون الجماعي: وتتمثل في التعاون بين الناس على البر والتقوى ودرء المصائب ، والوقوف مع الآخرين ، والعمل المؤسسي المشترك الذي يساعد على إطلاق الطاقات وتحريرها... الخ.

وقد صنف "سيد قطب" القيم بصفة عامة إلى قسمين هي : قيم إنسانية وقيم مادية جاهلية، من خلال تصنيفه للمجتمعات البشرية ، فمجتمع يطبق فيه الإسلام عقيدة وعبادة وشريعة ونظاما وخالقا و سلوكا ، ومجتمع جاهلي لا تحكمه عقيدة الإسلام وتصوراتها وقيمها وموازينها وشرائعها وأخلاقها وسلوكياتها ، وبالتالي تكون إنسانية الإنسان في المجتمع الإسلامي هي القيمة العليا، وتكون الخصائص الإنسانية هي موضع التكريم و الاعتبار، أما المجتمع الجاهلي فهو الذي تكون فيه المادة هي القيمة العليا.¹

هذا وقد كتب عن القيم الإسلامية تحت مسميات مختلفة مثل المبادئ أو الأسس أو المقومات التي يقوم عليها المجتمع المسلم ، فعلى سبيل المثال يرى "مصطفى عبد الواحد " أن أهم مبادئ المجتمع المسلم هي :الأخوة العامة ،المساواة ، الحرية ، التكافل ،² التي ذكرها "محمود شلتوت" بالإضافة إلى الشورى والعدل.³

بينما يختلف رأي "محمد تقي المدرسي" عن الآراء السابقة ، حيث أخذ بقيمة واحدة فقط هي التقوى ، ويرى أنها محور المجتمع الإسلامي والركيزة الأساسية له ، وأن العدالة ما هي إلا إحدى إفرازات التقوى ،⁴ أما "سيد قطب" فقد تميز بتركيزه على ما يفرق المجتمع المسلم عن المجتمعات الأخرى، وهو إيمانه بأن الحاكمية لله وحده، فهو الذي يشرع وحده، أما المجتمعات الأخرى فإن الإنسان يشرع لنفسه، وقد حدد الأسس التي تقوم عليها العدالة الاجتماعية في التحرر الوجداني ، والمساواة والتكافل الاجتماعي ،⁵ و يؤكد " أبو الأعلى المودودي" في هذا الصدد على القول بأن الإسلام فيه عدالة اجتماعية قول فيه نقص كبير ، والصحيح أن الإسلام هو العدل بعينه ، فتطبيق الإسلام وإقامة العدل شيء واحد.⁶

ومن الملاحظ أن هناك تداخلا كبيرا بين المعاني التي تحملها مسميات تلك القيم ، فمثلا الأخوة والتكافل ، فالأخوة تستوجب التكافل فيمكن النظر إلى التكافل كجزء من

¹ . سيد قطب ، معالم في الطريق، دار الشروق، القاهرة ، دون سنة نشر، ص112 .

² . مصطفى عبد الواحد ، المجتمع المسلم ، ط 2 ، دار الجيل ، بيروت ، 1974 ، ص 139 .

³ . محمود شلتوت ، الإسلام عقيدة وشريعة ، ط 14 ، دار الشروق، القاهرة ، 1987 ، ص 333 .

⁴ . محمد تقي المدرسي ، المجتمع الإسلامي : منطلقا ته وأهدافه ، بيروت: دار الجيل ، 1982 ، ص 66 .

⁵ . سيد قطب ، العدالة الاجتماعية في الإسلام ، ط 6 ، مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركائه، القاهرة ، 1964 ، ص 35 .

⁶ . أبو الأعلى المودودي ، مفاهيم إسلامية حول الدين والدولة، دار السعودية للنشر ، جدة ، 1985 ، ص 173 .

الأخوة، وكذلك بالنسبة للعدل ، فهناك ترابطا كبيرا بين العدل والمساواة ، كما أنه يمكن إضافة بعض المبادئ الأخرى ذات الصلة الوثيقة بالتكافل والأخوة مثل الرحمة والبر ، فالرحمة تستوجب التعاضد والتكافل والتعاون والرافة بين المسلمين ، وكذلك البر فإنه يتسع ليشمل كل المعاني التي جاءت بها الآية الكريمة، " ليس البر أن تولوا وجوهكم قبل المشرق والمغرب ولكن البر من آمن بالله واليوم الآخر والملائكة والكتاب والنبیین وآتى المال على حبه ذوي القربى والیتامى والمساكين وابن السبیل والسائلین وفي الرقاب وأقام الصلاة وآتى الزكاة والموفون بعهدهم إذا عاهدوا والصابرين في البأساء والضراء وحين البأس أولئك الذين صدقوا وأولئك هم المتقون " (سورة البقرة، الآية 177) .

ومن خلال ما تقدم عرضه من محاولات حول تصنيف القيم الإسلامية ، نجد أنها لم تتمكن من تحديد بدقة القيم التي تختص بها العقيدة الإسلامية- باعتبارها مصدر لها وتتميز بها عن غيرها العقائد.

6.2. نماذج من القيم الدينية (الإسلامية):

إن مرجعية القيم الإسلامية هو كتاب الله عز و جل وسنة رسوله(صلى الله عليه وسلم) لأنها مذكورة فيهما ومنصوص عليهما نصا واضحا ، فهي غايات لذاتها وفي الوقت نفسه وسائل لغيرها تهدف إلى تحقيق غاية، وهذه الغاية هي حياة صالحة للناس جميعاً،¹ كما أن القيم الإسلامية في القرآن والسنة مترابطة متماسكة ، ويذكر عدد من هذه القيم معا في آية واحدة أو في آيات متتابعة ، وعلى هذا الأساس فإنه لا يمكن الفصل بين القيم الإسلامية ، وأن محاولة الفصل بين القيم الإسلامية هو لغرض منهجي بحث ، فقيمة الأخوة ، وقيمة الإيثار، وقيمة البر ، وقيمة العفة ، وقيمة صلة الرحم ، وقيمة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر قيم إسلامية متداخلة مع بعضها البعض ، كما تؤكد الآيات القرآنية والأحاديث النبوية ، ولأن القيم الإسلامية ترتبط بالعقيدة الإسلامية وتختصها ، فإن دوافع الالتزام بالقيم الإسلامية أمر كامن في مدى عمق الإيمان سواء لدى الفرد أو المجتمع بأن الحياة الدنيا هي ما يبسره الله تعالى للعبد من الهدى والنعمة والخيرات ، وأن الآخرة هو الفوز بالنعيم الدائم في الجنة ، وأن من أيقن من دينه أن البعث حق ، وأن الدار الآخرة هي المصير ، وأن هذه الدار الدانية قنطرة إلى الأخرى ، وباب إلى السوأى أو الحسنى عمل لها، وقدم ما يجده فيها ، فإن شك فيها ، أو تكاسل عنها ، وأثر عليها ، واستعد لأماله ، وغفل عن ماله،² وهذه القناعة الدينية ما يبرر اختصاص العقيدة الإسلامية بالقيم الإسلامية التي يلي ذكرها دون غيرها من العقائد.

¹. فهمي محمد علوان، القيم الضرورية ومقاصد التشريع الإسلامي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1989، ص11

². صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح، موسوعة نظرة النعيم في مكارم أخلاق الرسول الكريم، ط1، دار الوسيلة للنشر والتوزيع، جدة ، 1998 ، ص2197 .

1.6.2 العفة :

العفة لغة :الكف عن القبيح ، يقال عف عن الحرام ، أي كف، والاستعفاف طلب العفة ، وقال "ابن منظور" العفة :الكف عما لا يحل و يجمل ، والعفة أيضا التראה، والسؤال من الناس، والاستعفاف :طلب العفاف ، وهذا معنى قوله تعالى "وليستعفف الذين لا يجدون نكاحا"(النور، الآية 33).

والاستعفاف أيضا :الصبر و التראה ، وقيل هي عفة الفرج ، و رجل عفيف معناه عف عن المسألة والحرص، والعفيفة من النساء السيدة الخيرة .

والعفة اصطلاحا : قال الراغب :العفة حصول حالة للنفس تمتنع بها عن غلبة الشهوة.

وقال أيضا :العفة هي ضبط الملاذ الحيوانية، وهي حالة متوسطة من إفراط هو الشره وتفريط وهو جمود الشهوة .

وقال الجاحظ :هي ضبط النفس عن الشهوات وقصرها على الاكتفاء بما يقيم أود الجسد ويحفظ صحته فقط ، واجتناب السرف في جميع الملذات وقصد الاعتدال ، وأن يكون ما يقتصر عليه من الشهوات على الوجه المستحب المنفق على ارتضائه وفي أوقات الحاجة التي لا غنى عنها ، وعلى القدر الذي لا يحتاج إلى أكثر منه ، ولا يحرس النفس والقوة أقل منه ، وهذه الحال هي غاية العفة.¹

ومن أنواع العفة ، قال الماوردي :العفة و التראה والصيانة من شروط المروءة ، والعفة نوعان: أحدهما العفة عن المحارم ، والثاني العفة عن المآثم ، فأما العفة عن المحارم ، فنوعان :أحدهما ضبط الفرج عن الحرام ، والثاني كف اللسان عن الأعراض ، وأما العفة عن المآثم فنوعان أيضا :أحدهما :الكف عن المجاهرة بالظلم ، والثاني :زجر النفس عن الإسرار بخيانة.²

لقد امتدح المولى عز وجل الحافظين فروجهم و الحافظات ، وجعل ذلك من سمات الفلاح وعلامات الفوز في الدار الآخرة ، فقال تعالى : " قد أفلح المؤمنون الذين هم في صلاتهم خاشعون والذين هم عن اللغو معرضون والذين هم للزكاة فاعلون والذين هم لفروجهم حافظون " (المؤمنون، الآيات 1-5) ، وقد وعد الله هؤلاء المفلحين بقوله : "أولئك هم الوارثون الذين يرثون الفردوس هم فيها خالدون" (المؤمنون، الآيات 10-11) ، وإذا كان ذلك هو الجزاء في الآخرة ، فإن أثر هذه القيمة الإسلامية المتمثلة في حفظ الفرج- وما

¹: المرجع السابق، ص 2872 .

²: أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب البصري الماوردي : أدب الدنيا والدين ، تحقيق :مصطفى السقا ، بيروت، 1978 ، ص 390 .

يستلزمها من غض البصر والعفة عن المحارم في الحياة الاجتماعية سواء على الفرد أو المجتمع يؤدي إلى تماسك بنيان المجتمع ، وسلامته من الأمراض الاجتماعية الفتاكة ، كاختلاط الأنساب والأمراض الصحية المهلكة كمرض الإيدز الذي انتشر في المجتمعات الفاجرة الماجنة ، بصورة تؤدي إلى الخراب والدمار في الحياة الاجتماعية بصورة عامة ، أما على المستوى الفردي فإن حفظ الفرج يجنب صاحبه ويلات الزنا ، ولا ريب أن الإسلام قد أوضح بجلاء الطرق الكفيلة بحماية الفرد والمجتمع من هذه الآفة المهلكة والمتمثلة في الزنا ، فحث على العفة و الطهارة ، وأمر بغض البصر ونهى عن التبرج و غلظ عقوبة الزنا ، وحث على الزواج لمن يقدر عليه تحصينا للفرج ، وحفاظا على المجتمع ، ووقاية من الانحراف ، فطريقة النبي (صلى الله عليه وسلم) الحنيفة السمحة فإن منها التزوج لكسر الشهوة و إعفاف النفس وتكثير النسل، ومن مقاصد الزواج ذكر "الإمام الغزالي" تكثير النسل وإبقاءه على أنه المقصد الأول للزواج ، وجعل حفظ الفرج وكسر الشهوة المقصد الثاني¹.

أما قيمة التراثة فقال "الرجاني" :التراثة هي عبارة عن اكتساب مال من غير مهانة ولا ظلم للغير،² وأضاف " المناوي" قيدا آخر في تعريف التراثة هو: الإنفاق في المصارف الحميدة ، فقال :التراثة هي اكتساب المال من غير مهانة ولا ظلم، وإنفاقه في المصارف الحميدة.³

ومن شروط العفة أن لا يكون التعفف عن الشيء انتظارا لأكثر منه أو لأنه لا يوافق، أو لجمود شهوته، أو لاستشعار خوف من عاقبته، أو لأنه ممنوع من تناوله، أو لأنه غير عارف به لقصوره، فإن ذلك كله ليس بعفة بل هو إما اصطيداد، أو تطيب أو مرض أو خرم أو عجز أو جهل، وترك ضبط النفس عن الشهوة أذم من تركها عن الغضب .

ومن تمام العفة أن يكون الإنسان عفيف اليد واللسان والسمع و البصر، فمن عدمها في اللسان السخرية، والتجسس والغيبة والهمز والنميمة والتنايز بالألقاب، ومن عدمها في البصر :مد العين إلى المحارم وزينة الحياة الدنيا المولدة للشهوات الرديئة ، ومن عدمها في السمع :الإصغاء إلى المسموعات القبيحة ، وعماد عفة الجوارح كلها أن لا يطلقها صاحبها في شيء مما يختص بكل واحد منها إلا فيما يسوغه العقل والشرع دون الشهوة والهوى⁴.

2.6.2 صلة الرحم :

¹: صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق ، ص 9 .
²: أبو حامد محمد بن محمد الغزالي : إحياء علوم الدين ، دار الشعب، القاهرة ، دون سنة نشر، ص 24 .
³: علي بن محمد الشريف الرجاني: كتاب التعريفات ، دار الكتب العلمية، بيروت ، 1980 ، ص 260 .
⁴: صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق ، ص 2874 .

حقيقة الصلة في هذه القيمة (صلة الرحم) : العطف والرحمة، أما صلة الله تعالى لمن وصل رحمه فهي عبارة لطفه بهم ورحمته إياهم وعطفه عليهم بإحسانه ونعمه، أو صلتهم بأهل ملكوته الأعلى وشرح صدورهم لمعرفة وطاعته ، وأما الرحم فقال "النووي" :
اختلفوا في حد الرحم التي يجب وصلها ، فقيل : كل رحم محرم ، وقيل : هو عام في كل رحم من ذي الأرحام في الميراث

يستوي فيه المحرم وغيره، وصلة الرحم هي الإحسان إلى الأقارب على حسب حال الواصل والموصول، فتارة تكون بالمال وتارة بالخدمة، وتارة بالزيارة والسلام وغير ذلك، كما أن الصلة بر وإحسان ، ويكون حسن العشرة والصحبة للأهل والولد بالمداراة، وسعة الخلق والنفس، وتمام النفقة، وتعليم الأدب والسنة، وحملهم على الطاعة، لقوله تعالى " يا أيها الذين آمنوا قوا أنفسكم و أهليكم نارا وقودها الناس والحجارة "(التحريم ، الآية 6) ، والصفح عن عثراتهم والغض مساوئهم في غير إثم أو معصية ، قال القاضي عياض : " لا خلاف أن صلة الرحم واجبة في الجملة وقطيعتها معصية كبيرة، والأحاديث تشهد لهذا، ولكن الصلة درجات بعضها أرفع من بعض، وأدناها ترك المهاجرة بالكلام ولو بالسلم، ويختلف ذلك باختلاف القدرة والحاجة فمنها واجب، ومنها مستحب، ولو وصل بعض الصلة ولم يصل غايتها لا يسمى قاطعا، ولو قصر عما يقدر عليه وينبغي له لا يسمى واصلا " .¹

والبر بالوالدين الإحسان إليهما والتعطف عليهما والرفق بهما والرعاية لأحوالهما وعدم الإساءة إليهما، وإكرام صديقهما من بعدهما ، هو باب من أبواب صلة الرحم .²

3.6.2 الإيثار :

الإيثار لغة بمعنى تقديم الشيء ، وهو كذلك الاختيار والتفضل³، واصطلاحا قال "القرطبي:" هو تقديم الغير على النفس في حظوظها الدنيوية رغبة في الحظوظ الدنيوية ، وذلك ينشأ عن قوة اليقين وتوكيد المحبة ، والصبر على المشقة⁴، أما درجات الإيثار فقال ابن القيم :الإيثار على درجات :الأولى :أن تؤثر الخلق على نفسك فيما لا يخرم عليك ديناً ، ولا يقطع عليك طريقاً ، ولا يفسد عليك وقتاً، يعني أن تقدمهم على نفسك في مصالحهم ، مثل أن تطعمهم وتجويع ، وتكسوهم وتعري ، وتسقيهم وتظمأ ، بحيث لا يؤدي ذلك إلى ارتكاب إتلاف لا يجوز في الدين ، وكل صلاح يعود على الإنسان بصلاح قلبه ووقته وحاله مع الله فلا يؤثر به أحدا ، والثانية :إيثار رضا الله على رضا غيره وإن عظمت فيه المحن وثقلت فيه المؤن وضعف عنه الطول والبدن ، وإيثار رضا الله عز و جل على

¹ : صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: المرجع السابق، ص 2614 .

² : صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق ، ص 727 .

³ : أبو الفضل جمال الدين ابن منظور: لسان العرب ، دار صادر للنشر، بيروت ، 1956 ، ص 26 .

⁴ : صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سبق ذكره ، ص 629 .

غيره :هو أن يريد ويفعل ما فيه مرضاته ، ولو أغضب الخلق وهي درجة الأنبياء، وأعلاها للرسل عليهم صلوات الله وسلامه ، وأعلاها لأولي العزم منهم وأعلاها لنبينا (صلى الله عليه وسلم) وعليهم ، والثالثة أن تنسب إيثارك إلى الله دون نفسك ، والسخاء أعلى مراتب العطاء والبذل ، وهو الذي لا يصعب عليه العطاء ، والجواد أن يعطي الأكثر، ويبقى له شيئاً ، أو مثلما أعطى ، والإيثار هو أن يؤثر غيره بالشيء مع حاجته إليه¹.

ومن الأسباب التي تعين على الإيثار :

- تعظيم الحقوق ، فإذا عظمت الحقوق عنده ، قام بواجبها ورعاها حق رعايتها واستعظم إضاعتها.

- مقت الشح :فإن مقت الشح وبغضه يلزم الإيثار .

- الرغبة في مكارم الأخلاق :فالإيثار أفضل درجات مكارم الأخلاق².

والصدقة باب من أبواب الإيثار، حيث عرفها الجرجاني : " أنها العطية يبتغي بها المثوبة من الله تعالى"³، وعرفها الراغب بأنها : " ما يخرج الإنسان من ماله على وجه القرية كالزكاة ، لكن الصدقة في الأصل تقال للمتطوع به ، والزكاة للواجب"⁴. وبالتالي فالصدقة ما يعطى في ذات الله للفقراء ، و يعتبر " الماوردي" الصدقة زكاة ، والزكاة صدقة ، يفترق الاسم وينفق المسمى⁵، وقال "القاضي أبو بكر بن العربي" :إنما سميت الزكاة صدقة ، لأنه مأخوذ من الصدق في مساواة الفعل للقول و الاعتقاد⁶، وقال التهاوني :الصدقة عطية يراد يراد بها المثوبة لا التكرمة ،لأن بها يظهر الصدق في العبودية ،وهي أعم من الزكاة ، وقد تطلق عليها أيضا⁷، قال " الفيروز آبادي:" الزكاة النمو الحاصل عن بركة الله تعالى ، ويرى ويرى الراغب كذلك أن النمو فيها ناتج من بركة الله تعالى فيقول: " أصل الزكاة النمو الحاصل عن بركة الله تعالى ، ويعتبر ذلك من الأمور الدنيوية و الأخروية ، يقال زكا الزرع يزكو إذا حصل منه نمو وبركة...، ومنه الزكاة لما يخرج الإنسان من حق الله تعالى

¹: ابن القيم الجوزية: مدارج السالكين، ط2 ، دار الكتب العلمية للنشر، بيروت ، 1988 ،ص.303

²: ابن القيم الجوزية: المرجع السابق، ص304 .

³: صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق ، ص286 .

⁴: صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق ، ص287 .

⁵: يوسف القرضاوي: فقه الزكاة ، مؤسسة الرسالة ، بيروت، 1990، ص 40 .

⁶: يوسف القرضاوي: المرجع السابق، ص41

⁷: صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق ، ص2518

إلى الفقراء ، وتسميته بذلك لما يكون فيه من رجاء البركة، أو لتزكية النفس أي تتميتها بالخيرات والبركات ، أو لهما جميعا، فإن الخيرين موجودان فيهما،¹ وقوله تعالى " فلينظر أيها أزكى طعاما"(الكهف، الآية19)، هذه المادة عامة في زكاة الأموال والأبدان ، وزكاة النفس وطهارته إشارة إلى ما يكون حلالا لا يستوضح عقباه.²

4.6.2 الأخوة :

لغة، قال بعض النحويين سمي الأخ أخوا لأن قصده قصد أخيه ، والأخ من النسب معروف وهو من جمعك وإياه صلب أو بطن ، وقد يكون الصديق و الصاحب ، قال الله عز وجل: "إنما المؤمنون إخوة" (الحجرات، الآية10) .

واصطلاحا قيل :هي مشاركة شخص لآخر في الولادة من الطرفين أو من أحدهما أو من الرضاع، ويستعار لكل مشارك لغيره في القبيلة أو في الدين أو في صنعة أو في معاملة أو في مودة أو في غير ذلك من المناسبات ، قال ابن حجر في قول تعالى " :إنما المؤمنون إخوة "يعني في التوادد وشمول الدعوة .³

وذكر أهل التفسير أن الأخ في القرآن ورد على خمسة أوجه، أحدهما الأخ من الأب والأم أو من أحدهما ،⁴ ومنه قوله تعالى في سورة النساء " فإن كان له إخوة فلأمه السدس" (الآية11) ، والثاني من القبيلة ، ومنه قوله تعالى : "وإلى عاد أخاهم هودا" (الأعراف، الآية65)، والثالث في الدين والمتابعة ، ومنه قوله تعالى في آل عمران "فأصبحتم بنعمته إخوانا" (الآية103)، والرابع في المودة والمحبة، ومنه قوله تعالى : "ونزعنا ما في قلوبهم من غل إخوانا"(الحجر، الآية47)، والخامس الصاحب ، ومنه قوله تعالى في سورة ص " إن هذا أخي له تسع وتسعون نعجة"(الآية23) ، وأيضا كانت المعاني ، فإن من طبيعة الإنسان أن يكون ألفا مألوفاً ، ذلك أنه يستعين من خلال الألفة على أداء الرسالة المنوطة به في الدنيا لتحقيق أهداف الاستخلاف ، والمؤاخاة من أهم أسباب حدوث الألفة بين الناس ، وإذا كان الدين هو أكبر باعث في المؤاخاة والتأخي ، فإنه بذلك يعزز الألفة والتجمع على تعاليم الدين من أجل صلاح الدنيا والحياة والمجتمع ، ومن الأمور التي من شأنها إشاعة الألفة والتألف بين الإخوان ، النصح والتناصح ، والغض عن الهفوات ،

¹: الراغب الأصفهاني: مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق: صفوان عدنان داوي، دار القلم، دمشق ، 1992 ، ص218 .

²: صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح :مرجع سابق ، ص2197 .

³: المرجع السابق ، ص 317 .

⁴: أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب البصري الماوردي: مرجع سبق ذكره ، ص175 .

ووجوب زيارتهم ومودتهم ، وذلك كله بهدف تحقيق التماسك الاجتماعي المطلوب بما يعين على تحقيق مقاصد الشرع الإسلامي.

5.6.2 البر:

في اللغة يدل على معان عديدة ومن هذه المعاني الصدق والصدقة والصلاح والصلة والطاعة وحسن الخلق ، فهو اسم جامع للخير ، واصطلاحاً قال ابن منظور: البر خير الدنيا والآخرة ، فخير الدنيا ما ييسره الله تعالى للعبد من الهدى والنعمة والخيرات ، وخير الآخرة الفوز بالنعيم الدائم في الجنة ، جمع الله لنا بينهما بكرمه ورحمته ، وقد فسر البر بالإيمان وفسر بالتقوى ، وفسر بالعمل الذي يقرب إلى الله، والجميع حق.¹

والبر نوعان صلة و معروف ، فأما الصلة: فهي التبرع ببذل المال في الجهات المحدودة لغير عوض مطلوب ، وهذا يبعث عليه سماحة النفس و سخاؤها ، ويمنع منه شحها وإياؤها ، قال الله تعالى: "ومن يوق شح نفسه فأولئك هم المفلحون" (الحشر الآية 9) ، وأما النوع الثاني من البر فهو المعروف: وهو أيضاً نوعين: قولاً وعملاً ، فأما القول فهو طيب الكلام وحسن البشر ، والتودد بجميل القول ، وهذا يبعث عليه حسن الخلق ، ورقة الطبع ، وأما العمل: فهو بذل الجاه والمساعدة بالنفس والمعونة في النائبة ، وهذا يبعث عليه حب الخير للناس وإيثار الصلاح لهم ، وكما قال الماوردي رحمه الله: إن البر من أسباب الألفة ، لأنه يوصل إلى القلوب أطافاً يثنيها محبة وانعطافاً، ولذلك ندب الله تعالى إلى التعاون به ، وقرنه بالتقوى له، فقال سبحانه تعالى : "وتعاونوا على البر والتقوى" (المائدة، الآية 2) ، لأن له في التقوى رضا الله تعالى ، وفي البر رضا الناس ، ومن جمع بين رضا الله تعالى ورضا الناس ، فقد تمت سعادته وعمت نعمته.²

أما عن وجوه استعمال البر في القرآن الكريم ، فقد ورد على أوجه منها:

- البر بالكسر أربعة: الأول بمعنى البار، في قوله تعالى: "ولكن البر من آمن بالله" (البقرة، الآية 177)، والثاني بمعنى الخير، في قوله تعالى: «لن تتالوا البر حتى تنفقوا مما تحبون" (آل عمران، الآية 92)، والثالث بمعنى الطاعة و الخير، في قوله تعالى: "أتأمرون الناس بالبر" (البقرة، الآية 44)، والرابع بمعنى تصديق اليمين، في قوله تعالى: "ولا تجعلوا الله عرضة لأيمانكم أن تبروا وتتقوا" (البقرة، الآية 224)

¹ صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملح: مرجع سيق ذكره ، ص 751 .

² أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب البصري الماوردي: مرجع سابق ، ص 184 .

وقد جاء البر أيضا في معنى صلة الرحم ، في قوله تعالى: «لا ينهاكم الله عن الذين لم يقاتلوكم في الدين ولم يخرجوكم من دياركم أن تبروهم» (المتحنة، الآية 8) ، أي أن تصلوا أرحامكم¹.

6.6.2 الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

المعروف لغة هو ما تعرفه النفس من الخير وتطمئن إليه ، وقوله تعالى : "وصاحبهما في الدنيا معروفا" (لقمان، الآية 5)، قال "الزجاج" :المعروف هنا ما يستحسن من الأفعال، والمنكر من الأمر خلاف المعروف، وهو ما قبحه الشرع وحرمه وكرهه، أما المعروف اصطلاحا، فهو اسم جامع لكل ما عرف من طاعة الله والتقرب إليه، والإحسان إلى الناس، وكل ما ندب إليه الشرع، ونهى عنه من المحسنات والمقبحات .

والمنكر اصطلاحا، كل ما قبحه الشرع وحرمه ونهى عنه²، أما الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر اصطلاحا، فالأمر بالمعروف هو الدلالة على الخير، والنهي عن المنكر هو المنع عن الشر،³ ومن صور الأمر بالمعروف التعاون على البر والتقوى، الذي يعني أن يظاهر المسلم أخاه ويعينه في فعل الخيرات، وعلى طاعة الله عز وجل، وتجنب معصيته.

تاسعا : النظريات المعتمدة :

ان كل بحث علمي لا يخلو من المقاربات النظرية وتختلف هذه المقاربات حسب طبيعة الموضوع وستتناول في دراستنا نظرية لاستخدامات و الاشباعات و كذلك البنائية الوظيفية

1- نظرية الاستخدامات و الإشباعات

إن التطور وسائل الإعلام عبر مراحل التاريخ المختلفة و محاولات الباحثين و المفكرين لدراسة الإتصال ومكوناته وعناصره أدت إلى ظهور نظريات لوسائل الإتصال الجماهيري في بداية القرن العشرين وإزدادت الدراسات بعد الحرب العالمية الثانية نظراً لتأثير وسائل الإعلام القوي مما أدى ظهور النظريات والنماذج والفروض المفسرة إلى وسائل الإعلام .

¹ . صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق ، ص753 .

² . أبو الفضل جمال الدين ابن منظور: مرجع سابق ، ص233 .

³ . صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح: مرجع سابق، ص525 .

1.1. تعرف النظرية بأنها مجموعة البيانات و المعلومات المرتبطة على مستوى عال من التجريد والتي تولد الافتراضات التي يتم اختيارها بالمقاييس العلمية، وعلى أساسها يمكن أن توضع التنبؤات عن السلوك¹

لقد تعددت النظريات وسائل الإعلام و الإتصال ففي دراستنا نحن نقتصر على أهم نظريات الإتصال الحديثة (نظرية الاستخدامات والإشباعات) التي تفسر الدور الذي يلعبه الجمهور في عملية الإتصال مع وسائل الإعلام، و تعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الإتصال حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي وسيلة يختار، وقد ركزت هذه النظرية على الأسباب الخاصة باستخدام الوسائل الإعلام والتعرض إليها من مختلف الفئات .

و مدخل الاستخدامات والإشباعات هو مدخل وظيفي ينظر في العلاقة بين مضمون أجهزة الإعلام و الجمهور بنظرة جيدة تفترض أن قيم الناس و اهتماماتهم و مصالحهم وميولهم وادوارهم الاجتماعية هي أكبر تأثير وفاعلية على سلوك الأشخاص وأن الناس بصورة اختيارية ينتقون ويختارون ما يشاهدونه أو ما يقرؤونه في ضوء هذه الاهتمامات.

وأصبح مفهوم الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من وجهة نظرها، هي نفسها البدائل الخاصة التي يستخدمها الباحثون للكشف عن الدوافع التعرض إلى الوسائل أو محتواها، وبالتالي أصبحت البحوث تشير إلى أن دوافع الفرد من التعرض لوسائل الإعلام أو للأشكال المختلفة للمفردات أو المحتوى، يمكن تصنيفها من خلال مقابلة حاجات الناس إلى الهروب بحاجات الآخرين إلى المعرفة والتعلم.

تُعني نظرية الاستخدامات والإشباعات في الأساس بجمهور الوسيلة الإعلامية التي تشبع رغباته وتلبي حاجته الكامنة في داخله، ومعنى ذلك أن الجمهور ليس سلبياً يقبل كل ما تعرضه عليه وسائل الإعلام، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعاً لهم، وكلما كان مضمون معين قادراً على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له.²

2.1. فروض النظرية:

- إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن حاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية.

¹: منال هلال، مزاورة: نظريات الاتصال : دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان ، 2012، ص 81.

²: عاطف عدلي عيد، نهى عاطف عيد: نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية: دار الفكر العربي، القاهرة، ص 189

-إن أعضاء الجمهور هم الذين يختارون الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم، وأن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر الإشباع الأخرى في تلبية هذه الحاجات.

-إن أفراد الجمهور لديهم القدرة على تحديد دوافع تعرضهم وحاجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها، لذا فهم يختارون الوسائل المناسبة لإشباع هذه الحاجات. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الإتصال، وليس من خلال محتواها فقط.¹

3.1. نماذج الاستخدامات و الإشباعات:

تعددت النماذج وفقاً للمنظور الذي تركز عليه وحدد كل من "ماكويل و جورفيس" أنه يمكن النظر إلى نماذج الاستخدامات و الإشباعات وفقاً للمنظور الوظيفي الذي يؤكد على انسجام الجمهور في إطار السياق الاجتماعي الذي ينتمون إليه ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق إشباعاتهم الشخصية، أو وفقاً إلى البنية الثقافية السائدة في المجتمع أو وفقاً لدوافعهم الشخصية الدافعة إلى التعرض لوسائل الاتصال و يمكن عرض نماذج الاستخدامات و الإشباعات كالآتي:

أولاً: نموذج "كاتز" و زملاؤه للاستخدامات و الإشباعات:

بصياغة العلاقة بين حاجات الجمهور و اتجاهاته السلوكية التي سعى إلى إشباعها من بين مختلف البدائل المتاحة أمامه، و منها وسائل الإعلام و محتواها وبناءً على النتائج العديد من البحوث صاغ كاتز نموذجاً للعلاقات بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد مقارنة بالبدائل الوظيفية الأخرى التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية هذه الحاجات مثل الأنشطة الثقافية، و يعد هذا النموذج من أهم وأكثر النماذج شيوعاً، ويرتكز النموذج على أن للفرد عوامل اجتماعية وأصول نفسية تولد لديه حاجة معينة ومن خبرته المباشرة تتولد لديه توقعات عن مدى تلبية وسائل الإعلام لحاجاته مع المصادر الاتصالية الأخرى، الأمر الذي يترتب عليه اتخاذ القرار إما بالتعرض لوسائل الاتصال أو بالقيام بأنشطة أخرى لتلبية حاجاته، و مع التعرض المكثف لوسائل الاتصال يتم إشباع بعض الحاجات مما يؤدي نشوء حاجات وتوقعات جديدة تبدأ في التفاعل مع الأصول الاجتماعية و النفسية للفرد ويرى كاتز و زملاؤه أن المواقف الاجتماعية التي يجد الأفراد أنفسهم فيها هي التي تعمل على إقامة العلاقة بين وسائل الإعلام و الإشباع الحاجات.²

ثانياً: نموذج "روزنجرين" للاستخدامات و الإشباعات

وضع روزنجرين نموذجاً للاستخدامات و الإشباعات حدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو والتي تدفعه للتعرض لوسائل الإعلام لإشباع دوافعه و تتحدد المحددات البنائية لنموذج روزنجرين للاستخدامات

¹: منال هلال مزاهرة: مرجع سابق، ص 92

²: عاطف عدلي عيد، نهى عاطف عيد: مرجع سابق، ص 302

والإشباع في أن هناك حاجات إنسانية لدى الفرد بحيث تتفاعل مع الخصائص الفردية ومع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بنية وسائل الإعلام و يؤدي ذلك إلى ظهور مشكلات لدى الفرد فيحاول حلها في محاولة لإشباع سلوك معين، ويرى روزنجرين أن تطور حاجات الأفراد لا يحدث من فراغ وإنما نتيجة التفاعل عناصر داخل الفرد و حوله من خلال تركيزه على هرم ماسلو للحاجات.¹

ثالثاً: نموذج "سفن ونداehl" للاستخدامات و الإشباعات

انطلق ونداehl من مدخل نظري يحاول التوفيق بين نظرية الغرس وفروض مدخل الاستخدامات و الإشباعات حيث يمكن تفصيل العناصر الرئيسية للنموذج بحيث تتفاعل الخصائص الشخصية والخارجية للفرد بما فيها اهتمامات والحاجات وتحدد آثار استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام إما وفقاً لنوعية الوسيلة ونوعية المحتوى معا أو نتيجة الاستخدام أكثر من المحتوى نفسه وهذه الآثار يمكن ان تحدث مع المتلقي كما يمكن ان تحدث على أي مستوى اجتماعي آخر.

رابعاً: نموذج "ماكويل" للاستخدامات و الإشباعات

اقترح دينس ماكويل في صيغته للاستخدامات و الإشباعات التأكيد على الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقاً من وسائل الإعلام والمقارنة بين الإشباعات المتوقعة وبين الإشباعات التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال، حيث أكد ماكويل على ان هناك ظروف اجتماعية شخصية وسيكولوجية تؤثر في أنماط التعرض للوسائل الإعلامية، ومن ثم طبيعة استخدامها وتوقعات تقدمها، تلك الوسائل والتي تشكل سلوكاً يترتب عليه اختيار الأفراد لنوعيات و مضامين معينة مما يؤدي إلى نتائج تدفع بالأفراد إلى استخدام الوسائل الإعلامية أكثر فأكثر.²

2. نظرية البنائية الوظيفية

1.2. نشأة البنائية الوظيفية:

- يرجع كثير من منظري علم الاجتماع الى أن أفكار البنائية الوظيفية تمتد جذورها الى ما قبل نشأة علم الاجتماع ذاته ولاسيما في أفكار المدرسة الفرنسية و البريطانية و الألمانية

¹: عاطف عدلي عيد، نهى عاطف عيد: المرجع السابق، ص303
²: عاطف عدلي عيد، نهى عاطف عيد: المرجع السابق، ص305

و التي ظهرت في مرحلة التنوير ومهدت لظهور علم الاجتماع من أمثال أفكار مونتيسكيو و بودان و هوبز و سان سيمون وان كان الاخير ينتمي الى المدرسة الوضعية الفرنسية

و بالطبع لا أحد ينكر التصورات التطورية الدارونية التي ارتبطت بأفكار دارون حول اصل الأنواع والبقاء للأصلح التي حدثت لكثير من افكار الوظيفية و ربطتها بالتصورات البيولوجية والطبيعية في نفس الوقت و لكن ترجع كثير من تحليلات علماء النظرية السوسيوولوجية (البنائية الوظيفية) الى رواد علم الاجتماع الغربيين الذين ظهوروا خلال القرن 19 و مهدوا لظهور علم الاجتماع من امثال أوجست كونت . سبنسر. دوركايم . فيبر. وغيرهم هؤلاء يمكن أن نصفهم بالجيل الأول من رواد البنائية الوظيفية والتي جاءت تصوراتهم في الفترة من أواخر القرن 19 وحتى النصف الأول من القرن 20 ولكن تقريبا بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية تطورت البنائية الوظيفية و لاسيما بين ظهور علم الاجتماع الامريكي و الذي عزز كثيرا من أفكار البنائية الوظيفية و جاءت تصورات هذه النظرية خاصة على أيدي تالكوت بارسونز و روبرت ميرتمن وكنجزلي دافيد وغيرهم من الذين ينتمون الى المدرسة البريطانية من أمثال توم بيتومور و جيدنجر هذا بالإضافة الى

مجموعة كبيرة من العلماء السوسيوولوجيين الذين ظهوروا في فرنسا و ألمانيا وايطاليا و غيرها من الدول الأوروبية الأخرى.

يرتبط نشوء النظرية البنيوية الوظيفية بالفكر الوضعي اذ كانت النزعة الوضعية منذ بداية القرن 19 مؤيدة للعلم و معارضة للميتافيزيقا التقليدية اذ أن تأييدها للعلم و المنطق التجريبي كان يستند على فكرة الوصول الى القوانين التي تخضع لها الوقائع و الظواهر الاجتماعية لذا أكدوا على فكرة العلم الطبيعي خاصة علم الأحياء و أهميته في دراسة المجتمع فعلم الأحياء يدرس تراكيب ووظائف الكائن الحيواني أو النباتي الحي ومثل هذه الدراسة يمكن الاستفادة منها في تحليل المجتمع البشري الذي هو الآخر يتكون من أجزاء تسمى بالأنظمة التي لها يكمل بعضها البعض الآخر¹

2.2. النظرية الوظيفية في دراسات الاتصال :

يركز التحليل الوظيفي على ظواهر خاصة داخل النظام الاجتماعي الكلي ، ويحاول تبين كيف ان لظواهر يمكن ان تؤدي الى المحافظة على استقرار النظام بكليته، وان تؤدي الى عكس ذلك ، وعندئذ تصبح الوظيفة خلاا وظيفيا.

¹: عبد الحافظ عواجي صلوي: نظريات التأثير الاعلامية، معهد علوم الاعلام، 2001 ، ص 45.

ولان الاتصال الجماهيري بطبيعة الحال نظام اجتماعي جزئي تكراري الطابع ، يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي ، ويتفاعل مع مختلف الانظمة الاجتماعية الجزئية الاخرى الموجودة في المجتمع ، فقد امكن استخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الاعلامي وطبيعة وظائفه ، او الخلل الوظيفي الذي يمكن ان يصاب به هذا النظام .

ويعتبر الباحثون ان اغلب التحليلات الوظيفية للوظائف الاجتماعية لوسائل الاتصال تأسست انطلاقا من النموذج النظري الذي قدمه "هارولد لاسويل" عام 1948 ، وصاغ فيه صيغته الشهيرة (من قال ، ماذا ، بأية وسيلة ، لمن وبأي تأثير) ، والتي وضح لنا من خلالها ان دراسة وسائل الاتصال كدراسة علمية لا بد ان تركز على دراسة هذه التساؤلات والاجابة عليها وذلك من اجل معرفة كل من بناء ووظيفة هذه الوسائل ، فلاسويل حاول ان يدرس بصورة عامة طبيعة الدور الوظيفي لوسائل الاتصال والاعلام من خلال معالجته للعلاقة التي تربط هذه الوسائل بالمجتمع ككل ، على اعتبار ان وسائل الاتصال تعتبر عمليات اجتماعية وبناءات انساق اجتماعية لها وظائف طبيعية محدد .

وقد طرحت البنائية الوظيفية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الاتصال والاعلام بالنماذج الوظيفية او نماذج التحليل الوظيفي ، التي تركز هذه النماذج على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الاهداف او الوظائف بصورة ايجابية او سلبية . وفي نفس السياق يرى اصحاب النظرية الوظيفية ان لوسائل الاتصال اهدافا وظيفية محددة تقوم عليها المؤسسات والتنظيمات والوسائل المختلفة ، التي تحمل ايضا وسائل اتصالية تنقل الى جمهور او مستقبلين معينين ، لديهم ايضا تطلعات كبيرة للدور الوظيفي الذي يجب ان تقوم به مؤسسات الاتصال والاعلام من اجل اشباع وتحقيق اهدافهم ، او فئة المستفيدين من المادة الاعلامية التي تحقق لهم مجموعة من الوظائف مثل : التعليم ، الترفيه ، نقل المعلومات ، الاخبار والاحداث وغير ذلك من وظائف متعددة تعرف عموما بوظائف الاتصال الجماهيري الاعلامي في العصر الحديث ، وبناءا على ما سبق يمكن القول ان النظرية الوظيفية من خلال التحليل الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري اثبتت انه يمكن ادراج الاتصال ووسائله ضمن المكونات الحتمية للبناء الاجتماعي التي لا يستطيع المجتمع المعاصر الاستقرار دونها ، كما تساعدنا في معرفة الاثار المترتبة عن استخدام وسائل الاعلام على الفرد والمجتمع على مختلف الاصعدة ، ومعرفة وظائفها في جميع المجالات .¹

3.2. القضايا الاساسية للوظيفية :

¹ - فريل مهنا : علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية ، دار الفكر ، سوريا ، 2002، ص 29 .

- بالرغم من تعدد آراء علماء الاجتماع و اختلافها حول مفهوم الوظيفة فإنهم في الغالب يجمعون على بعض القضايا التي تشكل مجموعها الصياغة النظرية للاتجاه الوظيفي، و هذه القضايا هي:
- النظرة الكلية للمجتمع: بوصفه نسقا يحتوي على مجموعة من الاجزاء المتكاملة بنائيا و المتساند وظيفيا لبلوغ النسق اهدافه .
 - استناد العملية الاجتماعية لتعدد العوامل الاجتماعية و تبادل التأثير و التأثير فيما بينها .
 - ان الانساق الاجتماعية تخضع لحالة من التوازن الدينامي الذي يشير الى حالة الاستجابة للتغير الخارجي المعززة باليات التلاؤم و " الضبط الاجتماعي " .
 - لا يخلو النسق من التوترات و الانحرافات و القصور الوظيفي غير انها تحل نفسها بنفسها وصولا للتكامل و التوازن .
 - يحدث التغير بصورة تدريجية ملائمة اكثر مما يحدث بصيغة فجائية .
 - التغير الحاصل انما يأتي من ثلاثة مصادر اساسية تتمثل في تكيف النسق مع التغيرات الخارجية و النمو الناتج عن الاختلاف الوظيفي و الثقافي ، و التجديد و الابداع من جنب افراد النسق و جماعته.
 - ان اهم العوامل الاساسية في خلق التكامل يتمثل في الاتفاق العام على القيم ¹.

هذا باختصار ما يخص البنائية الوظيفية، لقد تم اختيار هذه النظرية لتوجيه البحث من خلال الوظائف التي تؤديها مواقع التواصل الاجتماعي ، بحكم ان المؤسسة الاعلامية هي الاخرى بناء نسق اجتماعي وتأثيراتها، ولأنها نظرية اجتماعية وموضوع مواقع التواصل الاجتماعي و القيم الدينية يعتبر موضوع اجتماعي بحث، وقد تم توظيفها في تحليل ومناقشة نتائج الدراسة

¹: غني ناصر حسين القرشي : المدخل النظرية لعلم الاجتماع ، عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع ، 2001، ص 403-405.

خلاصة :

بناء على ما تم التعرض اليه من عناصر مهمة في هذا الفصل ، تمكنا من الوصول الى رؤية واضحة عن موضوع البحث ، و هذا من خلال ما تحصلنا عليه من معطيات استسقيناها من الاطار المفاهيمي و النظري لهذه الدراسة ، لنتمكن من الوصول الى اختيار التوجه المناسب الذي سوف نعتمد عليه في جمع المعلومات و تحليلها بما يناسب موضوع هذا البحث .

الفصل الثاني

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: منهج الدراسة

ثالثاً: مجتمع البحث و عينته

رابعاً: أدوات جمع البيانات

خاتمة

تمهيد :

بعد أن تعرضنا للجانب النظري لموضوع الدراسة يأتي الجانب الميداني الذي يدعمه بهدف الوصول الى التكامل في العمل البحثي ، لذلك فقد جاء هذا الفصل ليتناول الطرح المنهجي للدراسة من خلال مختلف الاجراءات و المتمثلة في التقنيات التي تساعد الباحث في جمع المعطيات و البيانات و تبويبها و تحليلها ، و يمكن تحديدها بدءا بمجالات الدراسة ، الى المنهج المتبع و العينة المختارة ، و أخيرا الأدوات المستخدمة في جمع البيانات .

اولا - مجالات الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة اساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي كونه يساعد على قياس و تحقيق المعارف النظرية في الميدان ، و قد اتفق كثير من الباحثين على ان لكل دراسة مجالات رئيسية ثلاثة و هي : المجال الجغرافي -المجال الزمني - المجال البشري¹.

المجال الجغرافي : و يتمثل في كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية بجامعة ابن خلدون -تيارت- التي تشكل الحدود المكانية لهذه الدراسة و بالتحديد قسم العلوم الاجتماعية

المجال الزماني : و هي الفترة الزمنية التي قمنا بها بالبحث الميداني ، و التي كانت في الموسم الجامعي 2017-2018 اما فترة البحث الميداني فامتدت ما بين شهر مارس ، أبريل ، حيث تم اعداد الجانب النظري اولا ، ثم الانتقال الى الجانب الميداني حيث تم اعداد استمارة البحث ، لتاتي بعدها مرحلة توزيع الاستمارة على المبحوثين (طلبة ماستر 2 قسم العلوم الاجتماعية) و التي كانت في شهر أبريل و أخيرا معالجة البيانات و تحليلها و استنباط النتائج في شهر ماي .

المجال البشري : و يتمثل في الطلبة الجامعيين بجامعة ابن خلدون -تيارت- الذين يمثلون مجتمع البحث و الذي كان عددهم كبيرا ما جعل من الصعب التحكم في هذه الاحصائيات ، لهذا تم اختيار قسم علم الاجتماع كمجتمع بحث و قد اخترنا عينة ممثلة من 80 طالب سنة ثانية ماستر لاجراء البحث و توزيع الاستمارة عليهم .

و وفقا لما سبق قمنا بتوزيع 80 استمارة على الطلبة ، وتم تقسيمها على طلبة من مختلف تخصصات قسم العلوم الاجتماعية مثل علم اجتماع الاتصال و علم النفس العيادي و فلسفة التأويل .

¹محمد شفيق : البحث العلمي الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة ، 1998 ، ص 211

ثانيا- المنهج المعتمد :

يحتاج كل باحث الى مجموعة من القواعد و المبادئ ترسم له الطريق الصحيح لإنجاز بحثه او دراسته ، لذا وجب علينا اعتماد منهج معين يستند اليه .

و المنهج من المفاهيم التي تضاربت حولها تعريفات علماء الاجتماع الأستمولوجيين و المنهجين ، و يزيد الامر تعقيدا لما يتعلق الامر بمناهج البحث في علم الاجتماع ، حيث تتعدد المناهج و تتمايز بدرجة كبيرة و احيانا بسبب اختلاف المداخل المنهجية و الفكرية ، و احيانا باختلاف الجغرافيا و الأيديولوجيات و احيانا اخرى باختلاف المؤلفات و المؤلفين ، و هو ما يلاحظ من خلال تجربتنا في حقل علم الاجتماع و دراستنا لمناهج البحث المعتمدة من قبل الباحثين .

يستخدم مصطلح منهج في البحث العلمي للدلالة على مجموع الخطوات والاجراءات المنظمة التي يستخدمها الباحث في دراسته لموضوع محدد .

فتعرف مادلين غرافيتس المنهج باعتباره مجموع العمليات الذهنية التي يحاول من خلالها علم من العلوم بلوغ الحقائق المتوفاة ، مع امكانية تبيانها و التأكد من صحتها¹ .

و المنهج حسب تعريف قاموس le petit robert هو مجموعة من الاجراءات التي يتبعها الذهن لاكتشاف الحقيقة و البرهنة عليها² .

و يشير احمد بن مرسلي الى ان المنهج هو اخضاع النشاط البحثي من قبل الباحث الى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الانطلاق و خط السير و نقطة الوصول³ .

كما عرفه موريس انجلس: بانه مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف⁴ .

و يؤكد مجموعة من الباحثين انه لا يوجد منهج يبحث عن كل شيء و اي شيء ، بل توجد منهجيات علمية فعالة و لكنها لا تمثل الية مجموعة و صفات كاملة و غير قابلة للخطأ و عليه فان المناهج تختلف باختلاف المواضيع و القضايا المطروحة للدراسة و البحث فكل موضوع يحتاج لمنهج معين و أحيانا اكثر من منهج⁵ .

¹ : grawitz madline : **METHODE DES SCIENCES SOCIALES** ، 11 eme ed ,edition daloz .paris ، 2013 ، page 317.

² : لارامي ، فالي : **البحث في الاتصالات عن طريق المنهجية** ، ت : ميلود سفري و اخرون ، قسنطنة ، مخبر علم اجتماع الاتصال ،ص200

³ : احمد بن مرسلي : **مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005، ص 283

⁴ :موريس انجلس : **منهجية البحث في العلوم الانسانية** ، ت : بوزيد صحراوي ، كمال بو مشرف سعيد سعدون ، دار القصة ، الجزائر ، 2005، ص98

⁵ احمد عظيمي : **منهجية كتابة مذكرات و اطروحات الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال** ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2009، ص16.

ومن المعروف أن طبيعة الموضوع هي التي تحدد المنهج الذي يجب على الباحث إتباعه ، ومن خلال هذا المنطق نرى بان المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي وقد تم اختيارنا لهذا المنهج دون غيره لأنه يتناسب مع الظاهرة المدروسة أو موضوع الدراسة " دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطالب الجامعي"

فالمنهج الوصفي :هو منهج علمي يقوم اساسا على وصف الظاهرة او موضوع محل الدراسة و البحث على ان تكون عملية الوصف تعني بالضرورة تتبع هذا الموضوع و محاولة الوقوف على ادق جزئياته و تفاصيله و التعبير عنها تعبيراً اما كمياً او كيفياً¹.

كما يعرفه احمد عياد على انه مجموعة الاجراءات الدراسية التي تتكامل لوصف الظاهرة او الموضوع اعتمادا على جميع الحقائق و البيانات ، و تصنيفها و معالجتها و تحليلها تحليلاً كافياً و دقيقاً لاستخلاص دلالاتها و الوصول الى النتائج و تعميمات عن الظاهرة او الموضوع قيد الدراسة².

و هذا من خلال وصف الادوار التي تقوم بها مواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الدور الديني منها .

¹: ماجد محمد الخياط : اساسيات البحوث الكمية و النوعية ، دار اراية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009 ، ص136.

²: احمد عياد : مدخل منهجية البحث الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2006 ، ص61.

ثالثا - مجتمع البحث و عينته :

يتمثل مجتمع البحث في المجتمع الذي يكون محل الدراسة من طرف الباحث و يعرف على انه * مجموعة منتهية او غير منتهية من عناصر محددة مسبقا لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الاخرى و التي يجرى عليها البحث و التقصي¹.

وعليه فان مجتمع البحث يتمثل في جمهور الطلبة ، طلبة ماستر 2 قسم العلوم الاجتماعية ، و بما انه من الصعب على الباحث اجراء دراسة شاملة لكل المفردات سنكتفي بعينة تمثل هذا المجتمع ، و تعرف العينة * بانها مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية ، و هي جزء من الكل بمعنى انه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على ان تكون ممثلة للمجتمع لتجرى عليه الدراسة ، اذن هي جزء معين او نسبة معينة من أفراد المجتمع الاصيلي².

اما العينة الممثلة فهي التي تعكس بصورة دقيقة مختلف خصائص و اوضاع مجتمع البحث الذي سحب منه³.

و فيما يتعلق بعينة الدراسة فتمثلت في طلبة ماستر 2 لقسم العلوم الاجتماعية

بجميع تخصصاته ، و تمثلت في 80 مفردة من طلبة ماستر 2 .

و كان اختيار طلبة ماستر 2 بشكل قصدي مما يعني أن عينة الدراسة هي عينة قصدية تقوم على اختيار مفردات العينة بطريقة قصدية لما يراه الباحث مناسبا من صفات و خصائص تتوفر في المفردات فهي تعرف على أنها نوع من انواع العينات الاحتمالية التي يعتمد الباحث أن تتكون من وحدات معينة لأنه يعتقد أنها تمثل المجتمع الاصيلي تمثيلا صحيحا⁴

¹:بوزيد الصحراوي: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ط2، دار القصة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2006 ، ص98.

²:رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار هومة ، الجزائر ، 2002 ، ص 199.

³:شريف درويش اللبان وهشام عطية عبد المقصود : مقدمة في مناهج البحث العلمي ، الدار العربية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007 ،

ص 66.

⁴: أحمد عياد: مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .

رابعاً - ادوات جمع البيانات :

ان نجاح اي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الادوات المستخدمة في جمع البيانات ، فقد يحتاج الباحث لأداة واحدة لجمع البيانات و قد يتجاوز ذلك الى اداة ثانية و حتى الثالثة لجمع البيانات و المعلومات حول مشكلة الدراسة ، أو للإجابة عن أسئلتها ، أو لفحص الفرضيات ، و يجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته ، و أن يكون ملما بالأدوات و الاساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي¹ و من بين أدوات جمع البيانات نجد الملاحظة بأنواعها بسيطة ، منتظمة ، بالمشاركة و المقابلة و الاستمارة ، و في بحثنا هذا * دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية * - الفايسبوك نموذجا- ارتأينا استخدام أداة البحث التي هي الاستمارة لأنها تناسب و موضوع البحث ، اذ تعتبر من أكثر الادوات استخداما في العلوم الاجتماعية ، لما توفره من سهولة جمع البيانات و المعلومات الميدانية على ظاهرة موضوع الدراسة ، فهي * تلك القائمة من الاسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في اطار الخطة الموضوعية ، تقدم الى المبحوث من أجل الحصول على اجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة² ، كما يكون جمع المعلومات بواسطة الاستمارة بصورة مباشرة عن طريق اللقاء وجها لوجه مع المبحوث ، و تعتبر الاستمارة أسلوب لجمع البيانات التي تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق و آراء و افكار معينة في اطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و اهدافها³ ، فهي تسمح بجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات في وقت قصير . كما وجب على الباحث عند استعمال الاستمارة ان يكون ذو معرفة جيدة عما يبحث بالضبط ، و ان يتم اعداد الاسئلة الواضحة و المنظمة و لا بأس ان يشرك الباحث معها أداة المقابلة ، التي تسمح بشرح السؤال و تفسير مضمونه اذا اقتضى الأمر ذلك حتى يتمكن المبحوث من الاجابة عليه . وقد استغرقت عملية توزيع الاستمارات اسبوع ، كما تضمنت اداة الدراسة ثلاث محاور رئيسية تمثلت فيما يلي :

- 1- الخصائص و السمات العامة لأفراد عينة الدراسة ، و تضمنت معلومات أولية عنهم ، و اشتملت على (الجنس ، التخصص الاكاديمي ، السن)
- 2- المحور الاول : عادات و انماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، و اشتمل على 21 سؤالا .

¹:رضوان سلام : الاعلام و البيئة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الجزائر ، الجزائر 2006 ، ص 13

²:محمد الصاوي و محمد مبارك : البحث العلمي و اسسه و طريقة كتابته ، المكتبة الاكاديمية ، القاهرة ، 2006 ، ص 26 .

³:محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000 ، ص 33 .

3- المحور الثاني : مساهمة الفايسبوك في اكتساب القيم الدينية ، و اشتمل على 12 سؤالاً .

4- المحور الثالث :يعزز الفايسبوك القيم الدينية لدى الطالب الجامعي ، و اشتمل هذا الفصل على 15 سؤالاً .

كما شملت الاستمارة على اسئلة مغلقة ، و أخرى مفتوحة بحث تم تحديد الأجوبة مسبقا يختار المبحوثين اجابة أو أكثر على أنها المناسبة من وجهة نظره ، و تركنا لبعض الأسئلة المجال مفتوح للمبحوثين من أجل الادلاء بإجاباتهم بكل حرية .

خلاصة :

بعد أن قمنا بتحديد الاطار المنهجي لهذه الدراسة و التي تمثلت في مجالات الدراسة و العينة و مواصفاتها و كذلك الاستمارة ، تعتبر المنهجية اذا الطريقة التي ينتهجها أي باحث عند دراسته العلمية لموضوع بحثه و التحكم في كل جوانبه الأكاديمية ، ليأتي بعدها عرض نتائج الدراسة فيما يتعلق باستجابات مفردات العينة لمحاوَر أداة الدراسة و استعراض ابرز النتائج التي تم التوصل اليها من خلال تحليل فقراتها ، و بهذا يعتبر هذا الفصل كرابطة بين ما هو نظري و ما هو ميداني .

الفصل الثالث :

عرض و مناقشة و تحليل نتائج الدراسة

تمهيد

أولاً: عرض و تحليل بيان ابحاث الدراسة

ثانياً: مناقشة و تفسير النتائج الجزئية و الكلية للدراسة

ثالثاً: استنتاج عام للدراسة

خلاصة

تمهيد:

ان الدراسة الميدانية تعد وسيلة مهمة ، من حيث جمع البيانات عن الواقع الاجتماعي بصورة منهجية و هي الطريقة لدعم الدراسات النظرية أو نقدها ، حيث تعطيك هذه الدراسة معلومات قادرة على التنبؤ العلمي المستقبلي ، و استعمال المصادر العلمية و المنهجية لآراء بحثه ، و اثناء الرصيد المعلوماتي له بالإضافة الى اعتماد الباحث على نفسه في التعامل مع البحوث العلمية ، و وفقا لهذا الغرض ارتأينا في موضوع البحث المتمثل في "دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطالب الجامعي" التأكد من صحة الجانب النظري ، بجانب ميداني يدعمه ليكون أكثر دقة و موضوعية .

جدول رقم(01) يبين توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس :

النسبة	التكرار	الجنس
50%	40	ذكر
50%	40	انثى
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة 50 % من حجم العينة هي ذكور و هي اناث يعني ان عينة البحث متساوية من حيث معيار الجنس . ويتبين لنا من خلال هذه النتائج ان كلا الجنسين حاضر بنفس النسبة وهذا راجع الى ان الاستمارة وزعت بالتساوي بين الذكور و الاناث .

جدول رقم(02) يبين توزيع افراد العينة حسب متغير السن :

النسبة	التكرار	السن
%60	48	25-20
%27.50	22	30-25
%12.50	10	35-30
%100	80	المجموع

نلاحظ من الجدول اعلاه والذي يمثل توزيع افراد العينة حسب متغير السن ان نسبة 60% ينتمون الى فئة من 20 - 25 في حين ان نسبة 27.50% هم من فئة 25-30 سنة فحين تمثل فئة 30-35 سنة نسبة 12.50% من حجم العينة . من خلال هذه النتائج يتضح لنا ان فئة الاكثر في عينة البحث هي فئة 20-25 وهذا طبيعي بحكم السن الدراسي للسنة الثانية ماستر .

جدول رقم(03): يبين توزيع افراد العينة حسب متغير التخصص الجامعي :

النسبة	التكرار	التخصص الجامعي
25%	20	تسيير و تنمية الموارد البشرية
12.50%	10	علم اجتماع الاتصال
5%	04	علم اجتماع الحضري
12.50%	10	علم نفس عمل و تنظيم
12.50%	10	علم النفس العيادي
12.50%	10	علم النفس المدرسي
7.50%	06	فلسفة التأويل
12.50%	10	فكر عربي
100%	80	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 25% من حجم العينة وهي اكبر نسبة كان من تخصص الموارد البشرية تليها نسبة 12 % لكل من علم الاجتماع الاتصال و العمل و التنظيم و علم النفس العيادي و علم النفس المدرسي و فكر عربي تليها نسبة 7.50% فلسفة التأويل وتليها نسبة 5 % لعلم الاجتماع الحضري .
ومنه يتضح ان توزيع افراد العينة حسب التخصص يختلف وهذا طبيعي بسبب اختلاف الطلبة في كل تخصص فاكثر التخصصات من حيث عدد الطلبة كان لتسيير وتنمية الموارد البشرية واكلها في علم الاجتماع الحضري .

جدول رقم(04): يبين الجدول توزيع الافراد العينة حسب مكان الإقامة :

النسبة	التكرار	مكان الإقامة
57.50%	46	حضري
2.50%	02	ريفي
40%	32	شبه ريفي
100%	80	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ نلاحظ ان نسبة 57.50% من افراد العينة من يقطنون الحضري في حين ان من مكان اقامتهم شبه حضري فمثلوا نسبة 40% من حجم العينة اما سكان الريف فمثلوا نسبة 2.5% من مجتمع بحثنا .
ومن خلال هذه النتائج توزعت عينة البحث حسب مكان الإقامة بين الريف وشبه حضري وحضري وهذا راجع الى نمط الإقامة بالولاية .

جدول رقم(05):يمثل توزيع افراد العينة حسب المواقع التي يستخدمها أفراد مجتمع البحث بكثرة :

النسبة	التكرار	المواقع
47.5%	38	الفايسبوك و يوتيوب
22.5%	18	فايسبوك و تويتر
13.75%	11	فايسبوك و انستغرام
16.25%	13	فايسبوك و فايبر
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه الذي يمثل المواقع التي يستخدمها افراد مجتمع البحث بشكل كبير ، نلاحظ ان اعلى نسبة سجلت هي 47.5 %بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون موقع الفاييسبوك و اليوتيوب ، ثم تليها نسبة 22.5 % بالنسبة لموقع الفاييسبوك و تويتر ، ثم نسبة 16.25 % بالنسبة لموقع فايسبوك و فايبر ، ثم نسبة 13.75 %بالنسبة لموقع فايسبوك و انستغرام .

• ومنه نستنتج ان كل افراد مجتمع بحثنا يستخدمون موقع الفاييسبوك بشكل كلي ، و باقي المواقع الاخرى بنسب عالية و متفاوتة .

- تمثلت اخرى في فايبر

جدول رقم(06): يبين مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف عينة البحث :

النسبة	التكرار	المدة
5%	04	سنة
16.25%	13	سنتين
78.75%	63	اكثـر من سنتين
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه و الذي يوضح استخدام افراد مجتمع البحث لمواقع التواصل الاجتماعي ، نلاحظ ان اعلى نسبة سجلت هي 78.75 % و جاءت معبرة عن الافراد الذين يستخدمون هذه المواقع لأكثر من سنتين ، ثم جاءت نسبة 16.25 % لمن يستخدمونه منذ سنتين ، و جاءت في الاخير نسبة 5 % بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ سنة فقط .
ومنه نستنتج ان معظم افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي منذ مدة طويلة ، و قد يرجع هذا الى ادوار و خدمات هذه المواقع ، و هذا ما جعل العديد من الشباب يسجل فيها و يستخدمها .

جدول رقم(07): يمثل الخدمات المفضلة لأفراد العينة من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي :

الخدمات	التكرار	النسبة
كتابة المنشورات	15	18.75%
مشاركة الصور	13	16.25%
مشاركة الفيديوهات	17	21.25%
مشاركة الروابط	10	12.50%
التطبيقات	07	8.75%
تعليقات	18	22.25%
المجموع	80	100%

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه و الذي يمثل الخدمات المفضلة لأفراد عينة البحث من استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي ، نلاحظ ان اعلى نسبة سجلت هي 22.25 % بالنسبة لخدمة التعليقات، ثم تليها نسبة 21.25 % بالنسبة لمشاركة الفيديوهات ، ثم نسبة 18.75 % بالنسبة لمشاركة المنشورات ، ثم نسبة 16.25 % بالنسبة لمشاركة الصور ، ثم نسبة 12.50 % بالنسبة لمشاركة الروابط ، و جاءت في الاخير نسبة 8.75 % معبرة عن استخدام خدمة التطبيقات .

- و منه نستنتج ان افراد البحث يتفاعلون مع خدمات مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم(08): يبين توزيع افراد العينة في انتقاء المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي :

انتقاء المعلومات		التكرار		النسبة
نعم	علمية	34	42.5%	80
	دينية	32	40%	
	ثقافية	06	7.50%	
	اخبار	08	10%	
لا		00		00%
المجموع		80		100%

من خلال الجدول اعلاه و الذي يمثل انتقاء افراد العينة للمعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي ، نلاحظ ان كل افراد العينة و المتمثلة في 80 مفردة اجابوا ب نعم و بنسبة 100 %، كما نلاحظ ان نسبة 42.5 % جاءت معبرة عن اقتنائهم للمعلومات العلمية ، ثم تليها نسبة 40 % بالنسبة للمعلومات الدينية ، ثم تليها نسبة 10% بالنسبة للأخبار ، و جاءت في الاخير نسبة 7.5 % بالنسبة للمعلومات الثقافية .

* اما بالنسبة للمبحوثين الذين لا يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي لاقتناء المعلومات فقد انعدمت النسبة عندهم .

* و منه نستنتج ان مجتمع البحث يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لتلبية و اشباع بعض الرغبات و الحاجات و المتمثلة في اكتساب معلومات جديدة ، و تتقارب هذه النسب و تختلف حسب ميولاتهم و رغباتهم

جدول رقم(09): يبين الصفحات التي يتابعها افراد العينة بشكل يومي :

النسبة	التكرار	الصفحات
20%	16	دينية ثقافية
40%	32	دينية علمية
31.25%	25	علمية رياضية
6.25%	05	دينية اجتماعية
2.5%	2	ثقافية و أخبار
100%	80	المجموع

من خلال الجدول اعلاه الذي يمثل الصفحات التي يتابعها افراد مجتمع البحث بشكل يومي ، نلاحظ ان اعلى نسبة سجلت هي 40 % بالنسبة للصفحات الدينية و العلمية ، ثم تليها نسبة 31.25% بالنسبة للصفحات العلمية و الرياضية ، ثم تليها نسبة 20 % بالنسبة للصفحات الدينية و الثقافية ثم نسبة 6.25 % بالنسبة للصفحات الدينية و الاجتماعية ، و جاءت نسبة 2.50 % في الاخير معبرة عن الصفحات الثقافية و الصفحات التي تهتم بالأخبار .
و منه نستنتج ان لمجتمع بحثنا اهتمامات بالجانب الديني و هذا ما توضحه النسب المعبرة عنه في الجدول اعلاه .
- تمثلت اخرى في الصفحات التي تهتم بالمواضيع الاجتماعية و الصفحات التي تهتم بالأخبار

جدول رقم(10):يبين توزيع افراد العينة حسب المجموعات التي ينتمي اليها أفراد البحث :

النسبة	التكرار	المجموعات
26.25%	21	علمية دينية
30%	24	دينية ثقافية
15%	12	سياسية و أخبار
20%	16	رياضية سياسية
8.75%	07	علمية ثقافية
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه و الذي يمثل المجموعات التي ينتمي اليها افراد العينة ، نلاحظ ان اعلى نسبة سجلت هي 30 % بالنسبة للمبحوثين الذين ينتمون الى المجموعات الدينية و الثقافية ، ثم تليها نسبة 26.25 % بالنسبة للمجموعات العلمية و الدينية ، ثم تليها نسبة 20 % بالنسبة للمجموعات الرياضية و السياسية ، ثم نسبة 15% بالنسبة للمجموعات علمية ثقافية ، و جاءت في الاخير نسبة 8.75 % معبرة عن الافراد الذين ينتمون لمجموعات ذات التوجه السياسي و الاخبار.

-ومنه نستنتج ان افراد مجتمع البحث لهم اهتمام واضح للجانب الديني.
-تمثلت أخرى في المجموعات ذات التوجه السياسي و المجموعات التي تهتم بالأخبار.

جدول رقم(11): يبين طريقة تعامل افراد العينة مع المنشورات الدينية :

النسبة	التكرار	الطريقة
63.75%	51	اعجاب
22.50%	18	تعليق
13.75%	11	مشاركة
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه و الذي يمثل تعامل لأفراد العينة مع المنشورات الدينية، نلاحظ ان اعلا نسبة سجلت هي 63.75 % بالنسبة للمبحوثين الذين يضعون اعجاب للمنشورات الدينية ، ثم تليها نسبة 22.50 % بالنسبة للمبحوثين الذين يعلقون على المنشورات الدينية ، وجاءت في الاخير نسبة 13.75 % بالنسبة للمبحوثين الذين يشاركون هذه المنشورات مع غيرهم .

ومنه نستنتج ان افراد العينة يستجيبون للمنشورات الدينية من خلال تفاعلهم معها عبر الفايسبوك .

جدول رقم(12): يمثل توزيع افراد العينة حسب رايهم في شبكات التواصل الاجتماعي في اكتساب و تعزيز القيم الدينية :

النسبة	التكرار	الراي
%92.50	74	نعم
%7.50	06	لا
%100	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 92.50 % من حجم العينة من يؤكدون على ان مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في اكتساب و تعزيز القيم الدينية في حين ان نسبة 7.50 % لا يرون ان لمواقع التواصل الاجتماعي دور في اكتساب القيم الدينية .
ومنه يتضح لنا معظم افراد العينة يرون في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي دور اكتساب وتعزيز القيم الدينية في حين ان من لا يرون فيها دور في تعزيز القيم الدينية لا يقرون بها .

جدول رقم(13): يمثل مدى نشر افراد العينة للمنشورات الدينية عبر الفايسبوك

النسبة	التكرار	النشر
67.50%	54	نعم
32.50%	26	لا
100%	80	المجموع

يمثل الجدول اعلاه ان نسبة 67.50 % من افراد العينة ينشرون المواد الدينية عبر صفحاتهم الشخصية في الفاسبوك في حين ان 32.50 % منهم لا يقومون بنشر المنشورات الدينية عبر الفاسبوك .
ومن خلال هذه النتائج يتضح لنا ان افراد العينة يهتمون بنشر المواد الدينية عبر الفايسبوك.

جدول رقم(14): يمثل توزيع افراد العينة حسب دوافع نشرهم و تلقيهم للمواد الدينية عبر الفايسبوك :

النسبة	التكرار	الدوافع
20%	20	الدعوة الى الله
25%	16	التثقيف
30%	24	انتظار الجزاء من الله
20%	16	تعزيز الايمان بالله
5%	04	كسب ثقة الاخرين
100%	80	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 30 % من افراد العينة من ينتظرون الجزاء من الله هو اهم دافع لديهم لنشر و تلقي المواد الدينية عبر الفايسبوك تليها نسبة 25 % ممن ينشرون ويتلقون المواد الدينية عبر الفايسبوك دافعهم هو الدعوة الى الله ،ثم تليها نسبة 20% معبرة عن من كان الدافع لديهم في نشر المواد الدينية عبر الفايسبوك هو التثقيف و تعزيز الايمان بالله ،ومثلت نسبة 5 % ممن كان دافعهم هو كسب ثقة الاخرين لنشر المواد الدينية وتلقيها عبر الفايسبوك .

ومنه نستنتج ان كل أفراد البحث ينشرون المواد الدينية عبر الفايسبوك لغايات و دوافع مختلفة تختلف من فرد لآخر حسب ميولاتهم و هذا ما يبين ثقة المبحوثين في المعلومات الدينية المنشورة عبر الفايبوك .

جدول رقم(15): يمثل توزيع افراد العينة حسب ثقتهم في المنشورات الدينية عبر الفايسبوك

الثقة	التكرار	النسبة
نعم	51	%63.75
لا	29	%36.25
المجموع	80	%100

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 63.75% من عينة البحث لديهم ثقة في المنشورات الدينية عبر الفايسبوك في حين نسبة 36.25% لا يتقون في المنشورات الدينية عبر الفايسبوك .
ومنه يتضح لنا ان معظم افراد العينة يتقون في المنشورات الدينية وهذا بحسب استخدامهم لموقع الفايسبوك وتلقيهم للمعلومات .

جدول رقم(16): يمثل توزيع افراد العينة حسب تشجيعهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

التشجيع	التكرار	النسبة
نعم	52	65%
لا	28	35%
المجموع	80	100%

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان نسبة 65% من حجم العينة يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في حين ان نسبة 35% لا يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
ومن خلال هذه النتائج يتضح لنا ان معظم افراد العينة يشجعون على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهذا طبيعي بحكم ان معظم افراد العينة من فئة الشباب وهذه الاخيرة هي الاكثر عرضة واستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم(17) : يمثل توزيع افراد العينة حسب اثر المعلومات الدينية على سلوكهم :

النسبة	التكرار	الاثر
%70	56	نعم
%30	24	لا
%100	80	المجموع

من خلال الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 70% من حجم العينة يقولون انهم تأثروا بالمعلومات الدينية عبر الفايسبوك في حين 30% يقولون انهم لم يتأثروا بالمعلومات الدينية عبر الفايسبوك ومنه يتضح لنا معظم افراد العينة كان لهم تأثر بالمعلومات الدينية عبر الفايسبوك وهذا بسبب تعرضهم الدائم و اليومي للفايسبوك و استعماله بطريقة يومية انعكس عليهم .

جدول رقم(18): يمثل توزيع افراد العينة حسب اتصالهم عبر الفايسبوك باهلهم :

النسبة	التكرار	الاتصال
60%	48	نعم
40%	32	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان نسبة 60% من حجم العينة قالوا ان الاتصال بالفاسبوك يعوض عن زيارة الاهل في حين ان نسبة 40% قالوا لا يمكن للفاسبوك ان يعوضهم عن زيارة اهلهم.

ومنه يتضح لنا توزيع افراد العينة حسب مؤيد ومعارض للاتصال بالاهل عبر الفايسبوك وهذا طبيعي فمنهم من يرون ان الفايسبوك يعوضهم وهذا حسب رأيهم و استخدامهم لهذا الموقع ومنه من يرى الفايسبوك غير كافي .

جدول رقم(19): يمثل توزيع افراد العينة حسب اعتمادهم على الفايسبوك للمحافظة على صلتهم بأقاربهم :

المحافظة على صلة الرحم		التكرار		النسبة
نعم	صلة الرحم	31	50.81%	76.25%
	تعزيز العلاقة	28	45.92%	
	تمضية الوقت	02	3.27%	
لا		19	23.75%	
المجموع		80	100%	

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه والذي يوضح اعتماد افراد العينة على الفايسبوك في المحافظة على صلتهم بأقاربهم ،نلاحظ ان نسبة 76.25% جاءت معبرة عن من يرون ان الاتصال عبر الفايسبوك يساهم في المحافظة على الصلة بالأقارب وجاءت نسبة 50.81% معبرة عن كون هدف هذا الاتصال هو صلة الرحم ، ثم تليها نسبة 45.92% بالنسبة للمبحوثين الذين يرون ان هدف هذا الاتصال هو تعزيز العلاقة بأقاربهم ،وجاءت نسبة 3.27% بالنسبة للمبحوثين الذين يرون ان هدف هذا الاتصال هو تمضية الوقت مع اقاربهم .

أما بالنسبة للمبحوثين الذين لا يعتمدون على الفايسبوك في المحافظة على صلتهم بأقاربهم فقد كان مجموعهم هو 19 مفردة وبنسبة 23.75% ومنه نستنتج ان نعظم افراد عينة البحث يستخدمون الفايسبوك لأغراض ايجابية كالاتصال بالأقارب ،محاولين منها الحفاظ على علاقاتهم الاسرية و صلة الاقارب .

جدول رقم(20): يمثل توزيع افراد العينة حسب استفادتهم الروحية من الاستخدام الديني للفايسبوك :

النسبة	التكرار		الاستخدام		
%63.75	59	09	15.25%	المساعدة في الممارسات الدينية	نعم
		05	8.47%	نجاح العمليات التواصلية بين الافراد	
		12	20.03%	المساهمة في الاعمال الخيرية	
		17	28.81%	ارضاء الله	
		16	27.44%	فعل الخير	
26.25%	21			لا	
100%	80		المجموع		

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل استفادة افراد العينة من الفايسبوك في الحياة الروحية لديهم .
 بالنسبة للمبحوثين الذين يرون ان الاستخدام الديني للفايسبوك قد افادهم في الحياة الروحية فقد جاءت نسبة 73.75% معبرة عنهم ،وجاءت نسبة 28.81% بنسبة لإرضاء الله تليها نسبة 27.44% بالنسبة للذين يرون ان هذه الافادة هي فعل الخير ،ثم نسبة 20.3% بالنسبة للمساهمة في الاعمال الخيرية ،ثم نسبة 15.25% بالنسبة للمساعدة في الممارسات الدينية ،وفي الاخير نسبة 8.47% معبرة عن نجاح العملية التواصلية بين الافراد.
 ومنه نستنتج ان غالبية مجتمع البحث يرى ان لمواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك" دور في افادتهم في الجانب الديني .

جدول رقم(21): يمثل توزيع افراد العينة حسب استفادتهم من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب الديني :

الاستفادة	التكرار	النسبة
نعم	69	%86.25
لا	11	%13.75
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل استفادة المبحوثين من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب الديني لديهم ، نلاحظ ان اعلى نسبة سجلت هي %86.25 بالنسبة للمبحوثين الذين يرون انهم قد استفادوا من مواقع التواصل في الجانب الديني، ثم نسبة %13.75 بالنسبة للمبحوثين الذين يرون انهم لم يستفيدوا من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب الديني .

ومنه نستنتج ان غالبية افراد مجتمع البحث يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لتلبية حاجياتهم ورغباتهم ،وهذا راجع لكم الاستخدام المتكرر لهذه المواقع ونوع المواد المنشورة خاصة المواد الدينية .

جدول رقم(22): يبين توزيع افراد العينة حسب اعتباراتهم ان الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية لدى الافراد :

النسبة	التكرار	الاعتبار
88.75%	71	نعم
11.25%	09	لا
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه والذي يمثل اعتبار المبحوثين ان الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية لديهم ، نلاحظ ان اعلى نسبة سجلت هي 88.75% بالنسبة للمبحوثين الذين يعتبرون ان الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية لدى الافراد ، ثم تليها نسبة 11.75% بالنسبة للمبحوثين الذين لا يعتبرون ان الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية لدى الافراد .

ومنه نستنتج ان للفايسبوك دور ووظيفة بارزة عند الافراد ، وهذا ما يوضحه الجدول اعلاه ومدى ثقة افراد مجتمع بحثنا بهذه الوسيلة خاصة في الجانب الديني .

جدول رقم(23): يبين نظرة المبحوثين تجاه مضامين شبكات التواصل الاجتماعي حسب رؤيتهم للمعلومات المقدمة من طرف هذه المواقع .

النظرة المعلومات	ايجابية	سلبية	المجموع
معلومات مفيدة	69	07	76
	90.78%	9.22%	100%
معلومات غير مفيدة	00	04	04
	00%	100%	100%
المجموع	69	11	80
			100%

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه

- بالنسبة للمبحوثين الذين لديهم نظرة ايجابية تجاه مضامين شبكات التواصل الاجتماعي فان أعلى نسبة سجلت في رأيهم في المعلومات الجديدة المنشورة على هذه المواقع كانت 90.78% بالنسبة للذين يرونها معلومات مفيدة ، و انعدمت النسبة بالنسبة للذين يرونها معلومات غير مفيدة .
- أما بالنسبة للمبحوثين الذين لديهم نظرة سلبية تجاه مضامين شبكات التواصل الاجتماعي فان اعلى نسبة سجلت في رأيهم تجاه المعلومات الجديدة المنشورة على هذه المواقع كانت 100 % بالنسبة للمبحوثين الذين يرونها معلومات غير مفيدة ، ثم جاءت نسبة 9.22% بالنسبة للذين يرونها معلومات غير مفيدة .
- ومنه نستنتج ان اغلب افراد العينة يرون في مضامين شبكات التواصل الاجتماعي انها تقدم معلومات مفيدة وقيمة .

جدول رقم(24): يمثل فهم أفراد العينة للمعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي حسب استفادتهم من هذه المواقع في الجانب الديني .

المجموع	لا	نعم	الاستفادة
			الفهم
53	01	52	افهم جيدا
100%	1.89%	98.11%	
25	08	17	نوعا ما
100%	32%	68%	
02	02	00	لا افهمها
100%	100%	00%	
80	11	69	المجموع
100%	13.75%	86.25%	

- يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .
- بالنسبة للمبحوثين الذين استفادوا من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب الديني فان أعلى نسبة سجلت في فهمهم للمعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي كانت 98.11% بالنسبة للمبحوثين الذين يفهمون المعلومات جيدا ، ثم نسبة 68% بالنسبة للمبحوثين الذين يفهمون المعلومات المنشورة نوعا ما ، بينما انعدمت النسبة للمبحوثين الذين لا يفهمون المعلومات .
- أما بالنسبة للمبحوثين الذين لم يستفيدوا من مواقع التواصل الاجتماعي فان أعلى نسبة سجلت في فهمهم للمعلومات المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي كانت 100% بالنسبة للمبحوثين الذين لا يفهمون المعلومات ، ثم تليها نسبة 32% بالنسبة للمبحوثين الذين يفهمون هذه المعلومات نوعا ما ، وجاءت في الأخير نسبة 1.89% بالنسبة للمبحوثين الذين يفهمون المعلومات جيدا .
- ومنه نستنتج ان اغلب افراد العينة يفهمون المعلومات الدينية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم(25): يمثل تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أفراد العينة حسب مدى استمتاعهم بالتواصل مع أقاربهم عبر الفايسبوك .

تأثير	الاستمتاع	نعم	لا	المجموع
تعزز	59	02	61	100%
	96.72%	3.28%		
تفكك	02	06	08	100%
	25%	75%		
لا يوجد تأثير	07	04	11	100%
	63.63%	36.37%		
المجموع	68	12	80	100%
	85%	15%		

-يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .

-بالنسبة للمبحوثين الذين يستمتعون بالتواصل مع أقاربهم عبر الفايسبوك فان أعلى نسبة سجلت في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتهم بمحيطهم كانت 96.72% بالنسبة للذين يرونها أنها عززت من علاقتهم ، ثم تليها نسبة 63.63% بالنسبة للذين يرونها أنها لم تؤثر على علاقاتهم ، ثم نسبة 25% بالنسبة للذين يرونها أنها فككت علاقاتهم مع محيطهم .

-أما بالنسبة للمبحوثين الذين لا يستمتعون بالتواصل مع أقاربهم عبر الفايسبوك فان أعلى نسبة سجلت في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على علاقاتهم بمحيطهم كانت 75% لم يرونها أنها تفكك علاقاتهم ، ثم تليها نسبة 36.37% بالنسبة للذين يرونها على أنها لا تؤثر ، ثم نسبة 3.28% بالنسبة للمبحوثين الذين يرونها أنها تعزز علاقاتهم بمحيطهم .

- و منه نستنتج ان اغلب افراد العينة يستمتعون بالتواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعية لانها عززت من علاقاتهم مع محيطهم .

جدول رقم(26): يمثل اضافة افراد العينة للمنشورات و المعلومات الجديدة حسب تأثير المعلومات الدينية في تغيير السلوك .

تأثير الاضافة	نعم	لا	المجموع
نعم	47	06	53
	88.67%	11.33%	100%
لا	09	18	27
	33.33%	66.67%	100%
المجموع	56	24	80
	70%	30%	100%

-يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .
 -بالنسبة للمبحوثين الذين أثرت المعلومات الدينية على سلوكياتهم فان أعلى نسبة سجلت في اضافتهم للمعلومات و المنشورات الجديدة كانت 88.67% بالنسبة للمبحوثين الذين يضيفون معلومات ، ثم نسبة 33.33% لمن لا يضيفون معلومات جديدة .
 - أما بالنسبة للمبحوثين الذين لم تؤثر المعلومات الدينية على تغيير سلوكياتهم فان أعلى نسبة سجلت في اضافتهم للمعلومات و المنشورات الجديدة كانت 66.67% لمن لم يضيفوا معلومات و منشورات جديدة ، ثم نسبة 11.33% بالنسبة للمبحوثين الذين يضيفون معلومات جديدة .
 - ومن نستنتج ان افراد العينة يرون في المعلومات الدينية المقدمة من الفايسبوك دورا في تغير وتعديل سلوكياتهم

جدول رقم(27): يمثل المواضيع التي يجذب اليها أفراد العينة حسب اعتبارهم على ان الفيسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية .

المواضيع	الاعتبار	نعم	لا	المجموع
سياسية	02	03	05	100%
	40%	60%		
دينية	27	00	27	100%
	100%	00%		
اجتماعية	15	04	19	100%
	78.94%	21.06%		
ثقافية	27	02	19	100%
	93.10%	06.90%		
المجموع	71	09	80	100%
	88.75%	11.25%		

-يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .
 -بالنسبة للمبحوثين الذين يعتبرون أن الفيسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية فان أعلى نسبة سجلت في المواضيع التي يجذبون اليها كانت 100% بالنسبة للمواضيع الدينية ، ثم نسبة 93.10% بالنسبة للمواضيع الثقافية ، ثم نسبة 78.94% بالنسبة للمواضيع الاجتماعية ، ثم نسبة 40% بالنسبة للمواضيع السياسية.
 - أما بالنسبة للمبحوثين الذين يعتبرون أن الفيسبوك ليست وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية فان أعلى نسبة سجلت في المواضيع التي يجذبون اليها كانت 60% بالنسبة للمواضيع السياسية ، ثم نسبة 21.06% بالنسبة للمواضيع الاجتماعية ، ثم نسبة 06.90% بالنسبة للمواضيع الثقافية ، بينما انعدمت النسبة للمواضيع الدينية.
 - ومنه نستنتج ان المواضيع الدينية تجذب اغلب افراد العينة من بين كل مواضيع المقدمة في الفيسبوك .

جدول رقم(28):يمثل استيعاب أفراد العينة للمنشورات الدينية من خلال اعتبار الفيسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية .

المجموع	لا	نعم	الاعتبار الاستيعاب
72	04	68	دائما
100%	5.66%	94.44%	
08	05	03	أحيانا
100%	62.5%	37.5%	
00	00	00	نادرا
80	09	71	المجموع
100%	11.25%	88.75%	

-يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .
 -بالنسبة للمبحوثين الذين يعتبرون أن الفيسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية فان أعلى نسبة سجلت في استيعابهم للمنشورات الدينية كانت 94.44% بالنسبة للذين يستعيون دائما المنشورات الدينية ، ثم نسبة 37.5% بالنسبة للمبحوثين الذين احيانا ما يستعيون المنشورات الدينية .
 -أما بالنسبة للمبحوثين الذين يعتبرون أن الفيسبوك ليست وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية فان أعلى نسبة سجلت في استيعابهم للمنشورات الدينية كانت 62.5% بالنسبة للذين أحيانا ما يستعيون المنشورات الدينية ، ثم نسبة 5.66% بالنسبة للمبحوثين الذين يستعيون دائما المنشورات الدينية .
 - ومن الجدول اعلاه نستنتج ان كل افراد العينة يستوعبون المنشورات الدينية .

جدول رقم(29): يمثل وجهة نظر أفراد العينة لشبكات التواصل الاجتماعي على انها طريقة ناجحة تساعد الافراد في اكتساب قيم دينية من خلال محافظتهم على صلة أقاربهم من خلال التواصل عبر الفايسبوك .

المحافظة الطريقة	نعم	لا	المجموع
نعم	58	16	74
	78.37%	21.63%	100%
لا	03	03	06
	50%	50%	100%
المجموع	61	19	80
	76.25%	23.75%	100%

-يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .

-بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن المحافظة على صلة أقاربهم من خلال التواصل معهم عبر الفايسبوك فان أعلى نسبة سجلت في رأيهم على ان شبكات التواصل الاجتماعي هي طريقة ناجحة تساعد الأفراد في اكتساب القيم الدينية كانت 78.37% بالنسبة للذين يرونها انها طريقة ناجحة و كان هدفهم توطيد صلة الرحم و تعزيز علاقاتهم بهم ، ثم نسبة 50% بالنسبة للذين يرونها انها طريقة غير ناجحة .

- أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن المحافظة على صلة أقاربهم من خلال ليست من خلال التواصل معهم عبر الفايسبوك فان أعلى نسبة سجلت في رأيهم على أن شبكات التواصل الاجتماعي هي طريقة ناجحة و تساعد الأفراد في اكتساب القيم الدينية كانت 50% بالنسبة لذين يرونها أنها غير ناجحة ، ثم نسبة 21.63% بالنسبة للذين يرونها علة أنها طريقة ناجحة .

- ومنه نستنتج ان اغلب افراد العينة يرون في مواقع التواصل الاجتماعي طريقة ناجحة تساعدهم على اكتساب القيم الدينية .

جدول رقم(30) يبين ثقة أفراد العينة بالمنشورات الدينية التي تنشر عبر الفايسبوك حسب ارسالهم و استقبالهم المواد الدينية مقارنة بالمواد الأخرى .

الثقة	الارسال	نعم	لا	المجموع
نعم	59	05	64	100%
	92.10%	07.90%		
لا	03	13	16	100%
	18.75%	81.25%		
المجموع	62	18	80	100%
	77.5%	22.5%		

-يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .
 -بالنسبة للمبحوثين الذين يرسلون و يستقبلون المواد الاعلامية الدينية تكبر مقارنة بالمواد الأخرى فان أعلى نسبة سجلت في ثقتهم بالمنشورات الدينية كانت 92.10%
 بالنسبة لمن يتقون بالمنشورات الدينية ، ثم نسبة 18.75% بالنسبة للمبحوثين الذين لا يتقون بالمنشورات الدينية عبر الفايسبوك.
 - أما بالنسبة للمبحوثين الذين لا يرسلون و لا يستقبلون المنشورات الدينية عبر الفايسبوك فان أعلى نسبة سجلت في ثقتهم بالمنشورات الدينية عبر الفايسبوك كانت 81.25% بالنسبة للذين لا يتقون بالمنشورات الدينية ، ثم نسبة 07.90% مغبرة عن من يتقون بالمنشورات الدينية عبر الفايسبوك.
 - ومنه نستنتج ان اغلب افراد العينة يتبادلون المنشورات الدينية عبر الفايسبوك وذلك لثقتهم بها .

جدول رقم(31): يبين كيفية تفاعل أفراد العينة مع المنشورات الدينية حسب رأيهم في الطريقة الأجدى لتحقيق صلة الرحم.

صلة الرحم التعامل	التواصل المباشر	التواصل عبر الفايسبوك	كليهما	المجموع
اعجاب	18	04	29	51
	35.29%	07.84%	56.93%	100%
تعليق	09	09	00	18
	50%	50%		100%
مشاركة	09	02	00	11
	81.81%	18.19%		100%
المجموع	36	15	29	80
	45%	18.75%	36.25%	100%

-يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .

-بالنسبة للمبحوثين الذين يرون ان التواصل المباشر هو الأجدى لتحقيق صلة الرحم فان أعلى نسبة سجلت كيفية تعامل أفراد العينة مع المنشورات الدينية كانت 81.81% بالنسبة للذين يشاركون هذه المنشورات ، ثم نسبة 50% لمن يعلقون عليها ، ثم نسبة 35.29% لمن يضعون اعجاب على هذه المنشورات .

- أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن التواصل عبر الفاييسبوك هو الأجدى لتحقيق صلة الرحم فان أعلى نسبة سجلت في كيفية التعامل مع المنشورات الدينية كانت 50% لمن يضعون تعليقا عليها ، ثم نسبة 18.19% لمن يضعون اعجابا على المنشورات ، ثم نسبة 08.84% لمن يضعون اعجابا عليها .

- أما بالنسبة للمبحوثين الذين يرون أن التواصل المباشر و التواصل عبر الفاييسبوك كلاهما أجدى لتحقيق صلة الرحم فان أعلى نسبة سجلت في كيفية تعاملهم مع المنشورات الدينية كانت 56.93% لمن يضعون اعجاب على المنشورات الدينية ، و انعدمت النسبة عند كل من التعليق و المشاركة .

- ومنه نستنتج ان كل أفراد العينة يتفاعلون مع المنشورات الدينية بكيفيات مختلفة و لهم نظرة ايجابية تجاه استعمالات الفاييسبوك لصلة الرحم و انهم يرونها تشبع احتياجاتهم لأقاربهم و التواصل معهم لتوطيد العلاقة و صلة الرحم .

جدول رقم(32): يمثل تطبيق أفراد العينة مع ما يتفاعلون معه من منشورات حسب استخدامهم للفيسبوك و مساهمته في اداء العبادات المفروضة.

التطبيق	الاستخدام	بشروطها	لم يغير	المجموع
دائما	23	17	40	
	57.5%	42.5%	100%	
أحيانا	17	10	27	
	62.96%	37.04%	100%	
نادرا	09	04	13	
	30.77%	69.23%	100%	
المجموع	49	31	80	
	61.25%	38.75%	100%	

- يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه .

بالنسبة للمبحوثين الذين يستخدمون الفيسبوك و يرون انه يساهم في ادائهم للعبادات المفروضة بشروطها فان أعلى نسبة سجلت في تطبيقهم لما يتفاعلون معه من منشورات عبر الفيسبوك كانت 62.96% بالنسبة للمبحوثين الذين يطبقون احيانا ما يتفاعلون معه من منشورات دينية ، ثم نسبة 57.50% بالنسبة لمن يطبقون دائما ما يتفاعلون معه ، ثم نسبة 30.77% لمن يطبقون ما يتفاعلون معه بصفة نادرة .

-اما بالنسبة للمبحوثين الذين لم يغير استخدام الفيسبوك في ادائهم للعبادات المفروضة فان أعلى نسبة سجلت في تطبيقهم لما يتفاعلون معه من منشورات دينية كانت 69.23% بالنسبة لمن يطبقونه بصفة نادرة ، ثم نسبة 42.50% بالنسبة للذين يطبقون ما يتفاعلون معه بصفة دائمة ، ثم نسبة 37.04% لمن يطبقونها أحيانا .

ومنه نستنتج ان اغلب افراد ممن يتفاعلون مع المشورات الدينية هم من يطبقون العبادات المفروضة .

ثانيا : مناقشة و تفسير النتائج الجزئية و الكلية للدراسة

1-2- مناقشة نتائج الفرضية الاولى: يساهم الفايسبوك في اكتساب قيم دينية .

من خلال دراستنا الميدانية لنتحقق من صحة الفرضية التي توضح مساهمة موقع الفايسبوك في اكتساب الفرد لقيم دينية و بعد التحليل الاحصائي للبيانات الكمية تبين لنا أن الفرضية صحيحة ، فموقع الفايسبوك يساهم في امداد الفرد بالمعلومات الدينية و هذا ما يكسبه قيم دينية وهذا من خلال ما توضحه الجداول (05 ، 08 ، 09 ، 10 ، 11 ، 13، 15 ، 22، 27، 30، 31) فنلاحظ أن الفايسبوك يكسب الفرد قيما دينيا و معلومات تهتم بالجانب الديني و هذا ما وضحه الجدول رقم 08 في اقتناء أفراد مجتمع البحث للمعلومات من مواقع التواصل فكانت نسبة 100% معبرة عن اقتناء أفراد العينة للمعلومات من مواقع التواصل و جاءت نسبة 40 % معبرة عن المعلومات الدينية ، كما وضح الجدول رقم 15 و الذي يمثل مدى ثقتهم بالمعلومات الدينية المنشورة على الفايسبوك فجاءت نسبة 63.75% عن من يتقون في الفايسبوك و منشوراته و هذا ما يؤكد اشباع المبحوثين لحاجاتهم من المعلومات الدينية من الفايسبوك كما أكد الجدول رقم 22 و الذي يمثل اعتبار المبحوثين على ان الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية ، على ما سبق فكانت نسبة الاجابات بالنسبة لمن اعتبروا أن الفايسبوك وسيلة فعالة 88.75% و بهذا يعتبر الفايسبوك مصدر هام للمعلومات الدينية بالنسبة لأفراد العينة ، من خلال ما جاء به الجدول رقم 27 و الذي يمثل المواضيع التي يجذب اليها أفراد العينة و اعتبرهم الفايسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية وهنا لاحظنا تجاوب غالبية مجتمع البحث للمواضيع الدينية و اعتبروا أن الفايسبوك وسيلة تنشر القيم الدينية ، و ايضا ما جاء به الجدول رقم 32 الذي يمثل الثقة بالمنشورات الدينية و ارسال و استقبال المواد الدينية على الفايسبوك حيث لاحظنا ان غالبية افراد العينة يتقون و يستقبلون المواد الدينية .

ومن خلال هذا و على ضوء الدراسة السابقة لحنان بن شعشوع الشهري حول أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفايسبوك نموذجا و قد خلصت الدراسة الى ان استخدام الفايسبوك يسهل من التعبير عن الراي و الاتجاه الفكري الذي لا يستطيع التعبير عنه بصراحة داخل المجتمع ، ة اشادت ايضا عن استفادة عينة البحث من هذا الموقع في تعزيز الصداقة و البحث عن المعارف الجديدة و التواصل بالأهل كذلك اشادت نتائج هذه الدراسة الى العديد من الاثار الايجابية اهمها الانفتاح الفكري و التبادل الثقافي .

2-2 مناقشة الفرضية الثانية : يعزز الفايسبوك القيم الدينية لدى الطالب الجامعي .

النتيجة المتحصل عليها هي أن الفايسبوك يعزز القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين و هذا حسب الجداول (14، 17، 18، 19، 20، 22، 27، 28، 32) حيث كان موقف المبحوثين في دوافع نشرهم و تلقيهم للمواد الدينية و كذلك تأثير المعلومات الدينية في تغيير سلوكياتهم حيث جاءت اجابات المبحوثين عالية 70% لمن يغيرون سلوكهم حسب تأثير المعلومات المنشورة اي ان للفايسبوك دور في تغيير و تعديل السلوكيات المرجوة و المستهدفة ، و كذلك 19 و الذي يمثل اعتماد المبحوثين على الفايسبوك للمحافظة على صلة رحمهم و جاءت الاجابات معبرة عن اعتمادهم للفايسبوك للإبقاء صلة الرحم بنسبة 76.25% ، وكذلك ما جاءت به نتائج الجدول رقم 22 و التي جاءت معبرة و بنسبة كبيرة عن رأي المبحوثين الذين يعتبرون الفايسبوك وسيلة فعالة لنشر القيم الدينية ، و ايضا ما جاء في الجدول رقم 32 و الذي يمثل التفاعل مع المنشورات الدينية ومساهمة الفايسبوك في اداء العبادات حيث بينت لنا النتائج ان من يستخدمون الفايسبوك و يرون انه يساهم في اداء العبادات يطبقون و بنسب عالية ما يتفاعلون معه من منشورات دينية اي ان الفايسبوك يعزز القيم الموجودة لدى الأفراد .

من خلال هذا و على ضوء الدراسة السابقة لمريم نريمان نورمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تأثيرها على العلاقات الاجتماعية و التي هي بدورها خلصت الى ان غالبية مجتمع البحث يستخدمون الفايسبوك و يستخدم أغلب أفراد العينة موقع "الفايسبوك" بدافع التواصل مع الالهل و الاصدقاء إلى جانب التنقيف ، وكذلك ما جاءت به الدراسة السابقة للباحثة نورهان مهني بعنوان القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية حيث خلصت الدراسة الى ان الانشطة المختلفة ذات التوجهات و الابعاد الدينية تدعم القيم الدينية للطلاب ، وكذلك دعمت من قيمة العبادات و تقديس الشعائر الدينية لدى الطلبة ، وكذلك خلصت الى ان برنامج التدخل قد دعم القيم الثقافية و الدينية للطلبة الجامعيين . ومن خلال هذه النتائج التي أكدت ان البرامج و المواضيع ذات التوجهات الدينية تساهم في تدعيم و تعزيز القيم الدينية لدى الطلبة الجامعيين .

3-3 عرض و مناقشة الفرضية العامة:

تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطالب بعد تفريغنا لبيانات الاستمارات التي قسمت على عينة من مجتمع البحث طلبه ماستر 2 لقسم علم الاجتماع ،و ذلك من أجل معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر و تعزيز القيم الدينية لدى جمهور الطلبة الجامعيين .

تبين لنا أن هناك دور كبير و فعال لمواقع التواصل الاجتماعي و خاصة الفيسبوك الذي كان نموذجاً لدراستنا في نشر القيم الدينية ،و هذا من خلال المواضيع المنشورة و القضايا التي تنشر على صفحات هذه الشبكات و هذا راجع الى الآراء الايجابية للمبحوثين نحو هذه المواضيع من درجة فهم و ثقة بالنسبة لهذه المواضيع و هذه المواقع و هذا ما يوضحه الجداول رقم (12 ، 14 ، 21 ، 23 ، 24 ، 25 ، 28 ، 29) فقد وضع الجدول رقم 21 و الذي يمثل الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب الديني و الذي جاء رأي مجتمع البحث بنسبة عالية و التي عبرت عن استفادتهم من مواقع التواصل و كانت 88.25% ، وكذلك وجهة نظرهم لمواقع التواصل و محافظتهم على صلة رحمهم و قد جاءت نسبة 78.37% لمن يرون ان مواقع التواصل طريقة ناجحة لصلة الرحم و بالتالي يحافظون على صلتهم بأقاربهم .

و في الأخير نستنتج أن لمواقع التواصل الاجتماعي دور مهم في نشر القيم الدينية و تدعيمها و تعزيزها لدى الافراد ، كل هذا عبر المنشورات و المواضيع و مضامينها فهي تساهم في اثناء و اكتساب الفرد لقيم دينية .

الْحَمْدُ لِلَّهِ الْمُنِيبِ

الخاتمة :

لقد سمح الاعلام الجديد عامة و مواقع التواصل الاجتماعي خاصة على إمكانية الحوار و التبادل و المشاركة ، ولقد أعطى و سائل الاعلام معناها الحقيقي باعتبارها وجها من وجوه الحرية الاجتماعية وحق من حقوق الافراد والجماعات في المشاركة في العمليات الاتصالية أخذاً و عطاءاً .

إن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر أهم أدوات الاعلام في العصر الحالي ، لكونها وسيلة تواصل سريعة و متطورة و عالمية ، حيث ان الفرد يكون ثقافته و يعدل اتجاهاته و يصقل عقائده من خلال عملية التواصل ، و من خلالها ايضا يؤثر و يتأثر ، ففي الجانب الديني منحت للشباب التواصل بحكم انهم الفئة الأكثر استخداماً لهذه المواقع وهذا ما أكدته الدراسات الحديثة ، كما سهلت التواصل محلياً و عالمياً و بما يعكس الثقافة الاسلامية و القيم الدينية التي جبلوا عليها ، وكذا بما يعكس الصورة الحقيقية للإسلام و الاخلاق اليمانية مما يساعد على نشر و تصحيح الافكار البناءة التي حث عنها ديننا ، و مما سبق يتضح ان للفاسبوك مكانته المهمة في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لما يتمتع به خصائص تميزه عن غيره كالسرعة و سهولة الاستخدام عند الشباب عامة و الطلبة الجامعيين خاصة إضافة الى ذلك مقدرته على نشر المعلومات الثقافية و الاجتماعية و السياسية و الدينية ، كما اصبح للطالب اليوم دراية بكل الاحداث و التفاصيل و بكل ما يدور حوله و بسبب هذه المواقع تتعدد و تنتوع المصادر و المعلومات أمامه ليصبح أكثر ثقافة و وعي .

قدم الاعلام التفاعلي او ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي اليوم ، الحرية في التعبير و الحرية في الكتابة و فتحت للفرد ابواباً جديدة يكتشف من خلالها افكار جديدة و يكتسب قيم و يعدل اخرى ، فالشباب اليوم أصبح على ثقة كبيرة في الاعلام الجديد ، في الاجابة عن تساؤلاته و الاحاطة عن كل ما يدور حوله ، فالدور الذي يلعبه الفاسبوك في إكتساب و تعزيز القيم الدينية لدى الطالب الجامعي أصبح بارزاً ، فالفاسبوك الذي كان ميلاده الاول بين طلاب الجامعة ، اصبح اليوم يضم الكثير و الكثير من هؤلاء الطلاب ، فالفاسبوك يمثل وجه من وجوه الاعلام وهو تشاركي بين الافراد اي الاخذ و العطاء فهو ثورة القرن 21 ، وحتى الدين الذي هو دغمائي ويشكل عقيدة الفرد و مبادئ لم يستطع

الوقوف امام هذه التكنولوجيا الحديثة ، و للفاسبوك أهمية و مكانة في أوساط الطلبة الجامعيين فأى غموض في الجانب الديني أصبح سهل الفهم و الاستفسار و أصبح للمعلومات الدينية اثر في تغير سلوكهم وهذا بحكم تلقيهم ونشرهم للمواد الدينية عبر الفاسبوك . كما اصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دور مهم في إكتساب القيم الدينية و نشرها وتعزيزها لدى الافراد وكل هذا عبر المضامين و المنشورات التي يتفاعلون معها .

ويبقى الاستخدام الصحيح لمواقع التواصل الاجتماعي ، يرتبط بقيم الطالب التي تربي عليها واكتسبها وباستخدام وعيه و مبادئه في رد المفسدة و جلب المنفعة و العمل على مكارم الاخلاق و الاستفادة قدر المستطاع من هذه المواقع في الجانب الديني و الدنيوي .

قَائِمَةٌ الْمَصْنُوعَاتِ

وَالْمِنْجَعِ

قائمة المصادر و المراجع

القرآن الكريم

الكتب :

- (1) ابن القيم الجوزية : مدارج السالكين ، ط2 ، دار الكتب العالمية للنشر ، بيروت ، 1928 .
- (2) أبو الاعلى المروددي : مفاهيم اسلامية حول الدين و الدولة ، دار السعودية للنشر ، جدة ، 1985 .
- (3) أبو العينين علي خليل مصطفى : القيم الاسلامية و التربية ، مكتبة إبراهيم الحلبي ، المدينة المنورة ، 1988 .
- (4) أبو حامد محمد بن محمد الغزالي : إحياء علوم الدين ، دار القاهرة ، دون سنة نشر .
- (5) أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب البصري المارودي : أدب الدنيا و الدين ، تحقيق : مصطفى السقا ، بيروت ، 1978 .
- (6) إحسان محمد الحسن : مبادئ علم الاجتماع الحديث ، ط2 ، دار وائل للنشر و التوزيع . 2009
- (7) احمد بن مرسلني : مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005 .
- (8) احمد عظيمي : منهجية كتابة مذكرات و اطروحات الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2009 .
- (9) احمد عياد : مدخل منهجية البحث الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2006 .
- (10) أحمد عياد : مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
- (11) انتصار عبد الرزاق و صفد الساموك : الاعلام الجديد و تطور الاداء و الوظيفة ، الدار الجامعية للطباعة و النشر و الترجمة ، بغداد ، 2011 .
- (12) بوزيد الصحراوي : منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ط2 ، دار القصة للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2006 .
- (13) حسين ابو شنب : الاعلام التفاعلي ، محاضرات في تطوير الاعلام و المعلومات ، غزة ، 2011 .

- 14) حسين شفيق :الاعلام التفاعلي و مابعد التفاعلية ، دار الفكر و الفن ، القاهرة ، 2010.
- 15) حسين عادل :المشروع الحضاري العربي الاسلامي ، 1981.
- 16) الراغب الاصفهاني : مفردات الفاظ القرآن ، تحقيق : صفوان عدنان داوي ، دار القلم ، دمشق ، 1992.
- 17) رشيد زرواتي : تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، دار هومة ، الجزائر ، 2002.
- 18) زهران حامد عبد السلام : علم النفس الاجتماعي ، ط5 ، علم الكتب ، القاهرة 1984.
- 19) سيد قطب : العدالة الاجتماعية في الاسلام ، مطبعة عيسى البابي الحلبي و شركائه ، القاهرة ، 1964.
- 20) سيد قطب : معالم في الطريق ، دار الشروق ، القاهرة ، دون سنة نشر
- 21) شريف ، درويش ، تكنولوجيا الاتصال و المحاضرات و التحديات و التأثيرات الاجتماعية و الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة. 2008.
- 22) شريف درويش اللبان وهشام عطية عبد المقصود : مقدمة في مناهج البحث العلمي ، الدار العربية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2007.
- 23) الصاعدي : الشبكات الاجتماعية خطر أم فرصة ، شبكة الاكلولة ، السعودية، 1432هـ.
- 24) صالح بن عبد الله بن حميد، عبد الرحمان بن محمد بن عبد الرحمان بن ملوح : موسوعة نظرة النعيم في مكارم اخلاق الرسول الكريم ، دار الوسيلة للنشر و التوزيع ، جدة ، 1998.
- 25) طهطاوي سيد أحمد : القيم التربوية في القصص القرآني ، دار الفكر العربي ، القاهرة 1996.
- 26) عاطف عدلي عبد ، نهى عاطف عبد : نظريات الاعلام و تطبيقاته العربية ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، دون سنة نشر .
- 27) عبد الحافظ عواجي صلوي : نظريات التأثير الاعلامية ، معهد علوم الاعلام ، 2001 .
- 28) عبد الله محمد دراز : دستور الاخلاق في القرآن ، مؤسسة الرسالة ، الكويت ، 1982 .

- (29) عبد الناصر جندلي: تقنيات و مناهج البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية، ط2 ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون ، 2007 .
- (30) عفاف بنت إبراهيم ابن الدباغ: المنظور الاسلامي للرعاية الاجتماعية ، سلسلة إسلامية المعرفة ، التوجيه الاسلامي للخدمة الاجتماعية ، المنهج و المجالات ، مكتب المعهد ، القاهرة ، 1996.
- (31) علي بن محمد الشريف الجرجاني: كتاب التعريفات ، دار الكتب العلمية ، بيروت ، 1980.
- (32) علياء سامي عبد الفتاح : دراسة في آلية التفاعل الاجتماعي ، دار العامل العربي ، القاهرة ، دون سنة نشر .
- (33) غني ناصر حسين القرشي ، المدخل النظرية لعلم الاجتماع ، عمان : دار صفاء للنشر و التوزيع ، 2001.
- (34) فاروق الدسوقي: مقومات المجتمع المسلم، ط2 ، المكتب الاسلامي ، بيروت ، 1986.
- (35) فتحي حسين عامر: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة الى الفايبروك ، العربي للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2010.
- (36) فريال مهنا : علوم الاتصال و المجتمعات الرقمية ، دار الفكر ، سوريا ، 2002.
- (37) فهمي محمد علوان: القيم الضرورية و مقاصد التشريع الاسلامي ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1989.
- (38) ماجد زكي الجلاذ : تعلم القيم و تعليمها ، تصور نظري و تطبيقي ، الطرائق و إستراتيجيات تدريس القيم ، ط2 ، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان 2007.
- (39) ماجد محمد الخياط : أساسيات البحوث الكمية و النوعية ، دار الراية للنشر و التوزيع ، عمان ، 2009.
- (40) ماهر أبو المعاطي علي : نحو سياسة إجتماعية متكاملة من منظور إسلامي دورية ، التوجيه الاسلامي للخدمة الاجتماعية : المنهج و المجالات ، القاهرة (المعهد العالمي للفكر الاسلامي) 1997.
- (41) محمد نقي المدرسي: المجتمع الاسلامي منطلقاته و أهدافه ، بيروت ، دار الجيل ، 1982 .

- (42) محمد شفيق : البحث العلمي الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، القاهرة ، 1998 .
- (43) محمد عاطف غيث : البناء النظري لعلم الاجتماع الحديث ، ط2 ، دار وائل للنشر و التوزيع ، 2009 .
- (44) محمد عبد الحميد : البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2000 .
- (45) محمد عواد : شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني ، دار المعرفة الجامعية ، بيروت 2010 .
- (46) محمد منتصر : واقع استخدام المنظمات الاهلية في قطاع غزة لشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز علاقتها .
- (47) محمد منصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين ، تخصص اعلام اتصال، كلية الاداب و التربية ، الأكاديمية العربية في الدنمارك ، 2011/2012 .
- (48) محمود شلتوت : الاسلام عقيدة و شريعة ، ط14 ، دار الشروق ، القاهرة ، 1987 .
- (49) محمود عطا حسين عقل : القيم السلوكية ، ط2 ، الرياض ، مكتب التربية العربي لدول الخليج ، 2006 .
- (50) مرتضى الزبيدي : تاج العروس ، دار صادر ، بيروت مج ، 1966 .
- (51) مرسي نورهان منير : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الازرطية ، 1999 .
- (52) مصطفى صادق عباس : الاعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، عمان ، الاردن ، 2008 .
- (53) مصطفى عبد الواحد : المجتمع المسلم ، ط2 ، دار الجيل بيروت ، 1974 .
- (54) مصعب حسام الدين فتلوني : ثورات الفايسبوك ، شركة المطبوعات للتوزيع و النشر ، بيروت ، 2014 .
- (55) منال هلال مزاهرة : نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، عمان ، 2012 .
- (56) مؤيد يحيى خضير : المكتبات الحديثة الالكترونية – رقمية – افتراضية ، دار الدجلة عمان ، 2014 .

- (57) هندي صالح دياب : دراسة في ثقافة اسلامية ، جمعية علماء المطابع التعاونية ، عمان ، 1981.
- (58) وائل رفعت علي محمد : فهرسة المكاتب ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، القاهرة ، 2015 .
- (59) وضحت علي السويدي : التنمية القيم الخاصة بمادة التربية الاسلامية لدى تلميذات المرحلة الاعدادية ، بدولة قطر ، برنامج مقترح ، دار الثقافة ، الدوحة ، 1989.
- (60) يوسف القرضاني : فقه الزكاة ، مؤسسة الرسالة ، بيروت ، 1990.
- (61) يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ، عمان ، الاردن ، 2013.

المعاجم :

- (1)- ابو الفضل جمال الدين ابن المنظور : لسان العرب ، دار صادر للنشر ، بيروت ، 1956.
- (2)- نوار كريم زرزور : معجم الفاظ القيم الاخلاقية و تطورها الدلالي بين لغة شعر الجاهلية و لغة القرآن الكريم ، مكتبة لبنان ، 2001 .

الدراسات السابقة :

- (1)- اشرف عصام فريد صالح : دور مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة المعرفة في القضايا السياسية لدى الشباب الاردني ، رسالة ماجستير ، كلية الاعلام ، جامعة الشرق الاوسط ، 2015.
- (2)- بن شعشوع حنان الشهري : أثر استخدام شبكات التواصل الالكتروني على العلاقات الاجتماعية " الفايسبوك و التويتر " ، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة ، رسالة ماجستير في علم الاجتماع ، كلية الآداب و العلوم الانسانية ، جامعة عبد العزيز ، السعودية ، 2013.
- (3)- جرار ليلي : علاقة المشاركة بموقع الفايسبوك باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية ، رسالة ماجستير في الاعلام ، كلية الاعلام جامعة الشرق الأوسط ، الأردن ، 2010-2011.
- (4)- حمريش سامية : القيم الدينية و دورها في التماسك الأسري ، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر بباتنة ، 2010.
- (5)- مريم نريمان نومار : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تاثيرها على العلاقات الاجتماعية ، الفايسبوك نموذجا ، رسالة ماجستير ، جامعة الحاج لخضر بباتنة ، 2012

- (6)- نورهان مهني : القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1999 .
project ، Social – web-site and our life ، Keith N . Hampton 7)-
16-06-2011

المجلات :

- (1)- أماني مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية لتقديم خدمات مكتبة متطورة ،
مجلة دراسات المعلومات ، العدد الثامن ، 2010 .
(2)- راضي زهير : إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي ، مجلة التربية
العدد 15 ، عمان
(3)- عبد الله عامر : الفايسبوك وعالم التكنولوجيا ، مجلة العلوم التكنولوجية العدد 14 ،
جامعة البتراء ، عمان ، 2007

مواقع الانترنت :

- 28394/*3fprine.: // www.alfadjr.com/ar/index.php news:1)- http
، : grawitz madline : METHODE DES SCIENCES SOCIALES
page 317. ، 2013 ، edition daloz .paris ، 11 eme ed



انملا جوفها

جامعة ابن خلدون – تيارت
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية
استمارة بحث :



مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع

دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القيم الدينية لدى الطالب
الجامعي
الفايسبوك نموذجاً
دراسة ميدانية على طلبة الماستر كلية العلوم الإنسانية و العلوم
الاجتماعية
جامعة ابن خلدون
ولاية تيارت

تحت إشراف الأستاذ:
* موهوب مراد

من إعداد الطلبة:
* زكري محمد الامين
* شريف نجاة

العام الدراسي:
2018-2017

بيانات هذه الاستمارة سرية للغاية ولا تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي فالرجاء من المبحوث
التكرم بالإجابة على هذه الأسئلة بوضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

ا. محور البيانات الشخصية :

- 1- الجنس :
ذكر ، انثى
- 2- السن :
- 3- الحالة العائلية :
متزوج ، اعزب ، مطلق
- 4- التخصص :
- 5- مكان الإقامة :
حضري ، شبه حضري ، ريفي
- 6- المهنة :

اا. المحور الاول : عادات و انماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

7- ما هي المواقع التي تستخدمها بكثرة ؟

- امكانية اختيار اكثر من بديل

	فايسبوك
	يوتوب
	تويتر
	انستغرام
	اخرى تذكر

8- منذ متى و انت تستخدم هذه المواقع ؟

سنة ، سنتين ، اكثر من سنتين

9- ما هي الفترات المفضلة لتصفح المواقع ؟

صباح ، مساء ، ليلا

10- ما هي الوسيلة التي تستخدمها لتصفح هذه المواقع ؟

	الهاتف الذكي
	الكمبيوتر
	الكمبيوتر المحمول
	اخرى تذكر

11- ما هي المدة التي تقضيها في الاستخدام ؟

.....

12- على أي اساس تختار اصدقائك في الفايسبوك ؟

- امكانية اختيار اكثر من بديل

	علاقة قرابة او صداقة
	اهتمام مشترك
	المستوى الثقافي و المعرفي
	من نفس المنطقة
	لا يوجد معيار
	اخرى تذكر

13- ما هي خدمات مواقع التواصل المفضلة لديك ؟

- كتابة المنشورات ، مشاركة الصور
- مشاركة الفيديوهات مشاركة الروابط
- تطبيقات تعليقات

14- هل لديك منشورات عبر المواقع ؟

- نعم ، لا

15- ما هي الموضوعات التي تنشرها او تشاركها باستمرار ؟

.....

16- هل تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لاقتناء المعلومات ؟

- نعم ، لا

- في حالة الاجابة ب نعم : ما نوعية تلك المعلومات ؟

17- ما هي الصفحات التي تتابعها بشكل يومي ؟

- امكانية اختيار اكثر من بديل

	علمية
	دينية
	رياضية
	ثقافية
	اخرى تذكر

18- ما هي المجموعات التي انت عضو بها ؟

19-

• امكانية اختيار اكثر من بديل

علمية	
دينية	
رياضية	
ثقافية	
اخرى تذكر	

20- هل ترى ان هذه المواقع تحاكي واقعنا الحالي ؟

نعم ، لا

• كيف ذلك

21- هل اضافت لك هذه المنشورات معلومات جديدة ؟

نعم ، لا

22- كيف ترى هذه المعلومات ؟

معلومات مفيدة ، معلومات غير مفيدة

23- هل تطبق ما تتفاعل معه من منشورات ؟

دائما ، احيانا ، نادرا

24- ما مدى فهمك للمعلومات المنشورة ؟

أفهمها جيدا ، نوعا ما ، لا أفهمها

25- كيف تتعامل مع المنشورات الدينية ؟

اعجاب ، تعليق ، مشاركة

26- هل تستوعب المنشورات الدينية ؟

دائما ، احيانا ، نادرا

27- هل تحس بالتقصير عندما تتجاهل المنشورات الدينية

نعم ، لا

• لماذا ؟

28- هل تعتبر ان شبكات التواصل الاجتماعي طريقة ناجحة تساعد الافراد على

اكتساب و تعزيز القيم الدينية لديهم ؟

نعم ، لا

29- كيف ترى تأثير هذه المواقع على علاقتك بمحيطك ؟
تعزز ، تفكك ، لا يوجد تأثير.....

III. المحور الثاني : مساهمة الفايسبوك في اكتساب القيم الدينية

30- ما هي المواضيع التي تنجذب اليها و تنال اهتمامك ؟
• امكانية اختيار اكثر من بديل

	سياسية
	دينية
	اجتماعية
	ثقافية
	اخرى تذكر

31- هل انت من متابعي الصفحات الدينية ؟

نعم ، لا

• لماذا ؟

32- كيف ترى مضمونها ؟

جيد ، لا بأس به ، ضعيف

33- هل تنشر المواد الدينية عبر الفايسبوك ؟

نعم ، لا

34- ما هو دافعك لنشر و تلقي المواد الدينية على الفايسبوك ؟

• امكانية اختيار اكثر من بديل

	الدعوة الى الله
	التثقيف
	انتظار الجزاء من الله
	تعزيز الايمان بالله
	كسب ثقة الاخرين
	اخرى تذكر

- 35- هل تعتبر ان الفايسبوك مصدر لكسب المعلومات الدينية ؟
 نعم ، لا ، لا أدري
- 36- كيف ترى مصداقية هذه المعلومات ؟
 اصدقها بشدة ، نوعا ما ، لا اصدقها
- 37- ما هي طبيعة المواد الدينية التي تنجذب اليها ؟
 نصوص ، صور ، روابط
 صوت ، فيديو
- 38- هل تبعث برسائل التهاني لأصدقائك و اقاربك عبر الفايسبوك في المناسبات
 و الاعياد الدينية ؟
 نعم ، لا
- اذا كانت الاجابة ب نعم : فهل تسعى الى :
 نشر الفرحة و البهجة ... ، نشر الالفة و المحبة ... ، تعزيز روابط الاخوة ...
- 39- كيف هي علاقتك بأسرتك و اقاربك ؟
 جيدة ، لا باس بها ، ضعيفة
- 40- هل ترى ان مواقع التواصل تقربك منهم ؟
 نعم ، لا
- 41- كيف ترى تعاملك مع الاخرين عبر الفايسبوك ؟
 جيد ، لا باس به ، ضعيف
- 42- هل تثق بكل المنشورات الدينية التي تنشر في الفايسبوك ؟
 نعم ، لا
- 43- نرى الكثير من المنشورات في الفايسبوك تدعو الى حملات التعاون و
 التضامن . هل سبق لك و ان شاركت معهم ؟
 نعم ، لا
- 44- اذكر اسم صفحة او مجموعة تنشر و تدعولمثل هذه الحملات ؟

.IV المحور الثالث :يعزز الفايسبوك القيم الدينية لدى الطالب الجامعي

45- هل تشجع على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ؟

نعم ، لا

46- ما هي نظرتك تجاه مضامين هذه الشبكات ؟

نظرة ايجابية ، نظرة سلبية

• لماذا؟.....

- 47- هل تعتبر تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي ؟
تثقيف ، ترفيهه ، تمضية وقت
اخرى تذكر
- 48- هل اثرت المعلومات الدينية في تغيير سلوكك ؟
نعم ، لا
- 49- هل ترى بان استخدامك للفايسبوك يؤثر على علاقتك مع افراد اسرتك و اقاربك ؟
نعم ، لا
- 50- هل تعتبر الاتصال عبر الفايسبوك باهلك يعوضك عن زيارتهم ؟
نعم ، لا
- 51- هل تستمتع بالتواصل مع اقاربك عبر الفايسبوك ؟
نعم ، لا
- 52- محاولة المحافظة على صلتك باقاربك يدعوك الى التواصل معهم عبر الفايسبوك ؟
نعم ، لا

• اذا كانت الاجابة ب نعم : فهل الهدف من هذا التواصل

	صلة رحم
	مصالح شخصية
	تمضية وقت
	اخرى تذكر

- 53- ايهما اجدى تحقيقا لواجب صلة الرحم ؟
التواصل المباشر..... ، التواصل عبر الفايسبوك.... ، كليهما

54- هل تعتقد ان الاستخدام الديني للفايسبوك يعطي افادة في الحياة الروحية للأفراد؟

نعم ، لا

• اذا كانت الاجابة ب نعم : فهذا يكون

	المساعدة في الممارسات الدينية
	نجاح العمليات التواصلية بينهم
	المساهمة في الاعمال الخيرية
	ارضاء الله
	فعل الخير
	اخرى تذكر

55- هل تقوم بإرسال و استقبال المواد الاعلامية الدينية مقارنة بالمواد الاخرى؟

نعم ، لا

• اذا كانت الاجابة ب نعم فهذا يكون :

بشكل يومي ، مرة في الاسبوع ، عدة مرات في الاسبوع
مرة في الشهر

56- هل استفدت من مواقع التواصل الاجتماعي في الجانب الديني؟

نعم ، لا

57- اذكر بعض القيم و السلوكيات ذات البعد الديني التي اكتسبتها من الفاييسبوك؟

58- هل ترى ان استخدامك للفايسبوك ساهم في ادائك للعبادات المفروضة؟

	بشروطها و في اوقاتها
	لم يغير في السلوك التعبدي
	اخرى

59- هل تعتبر الفاييسبوك وسيلة فعالة في نشر القيم الدينية لدى الافراد؟

نعم ، لا

60- اذكر بعض المعارف الدينية التي تعلمتها من خلال منشورات الفاييسبوك؟