

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد خيضر بسكرة - شتمة -  
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية  
قسم العلوم الإنسانية  
شعبة علوم الإعلام والاتصال



مذكرة بعنوان:

إستخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الإجتماعي و  
الإشباعات المحققة منها

- دراسة مسحية على عينة من مستخدمي "صفحة من رحيق العلم و الإيمان" على الفيسبوك -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة

إعداد الطالبة

د. طلحة مسعودة

آمنة زقاو

السنة الجامعية 2019/2018

# شكر وعرّفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد بعد الرضا ولك الحمد إذا رضيت الحمد الله الذي  
يسر لنا طرق العلم ووفقنا في إنجاز هذا العمل والصلاة والسلام على حبيبنا شفيعنا  
قرة أعيننا سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

والشكر موصل للأستاذة الدكتورة " طلحة مسعودة " المشرفة على هذه المذكرة على  
ماقدمته من جهد كبير ودعم متواصل وإشراف دقيق لإظهار هذه

المذكرة بالشكل المطلوب

ونشكر كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد ولو بالكلمة الطيبة  
فلهم منا جميعا الشكر والتقدير والثناء وجعل الله كل ذلك في ميزان حسناتهم  
الى كل من قيل فيهم " كادالمعلم أن يكون رسولا " أساتذتنا ومعلمينا من مرحلة  
الابتدائي إلى مرحلة التعليم العالي .

# الإهداء

الحمد لله رب العالمين، حمدا كثيرا طيبا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه،  
الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل المتواضع

فالله الشكر والحمد

إلى جنة الدنيا ونبع الحنان أمي الغالية رعاها الله وأطال في عمرها إلى الشمس  
حياة أبي و إلى الشموع التي تنير حياتي اخوتي : عبد الله ، إبراهيم ، فخر  
الدين ، وإلى كل اخواتي ، أسماء ، مريم ، إيمان ، وفاء ، إلى الكتايت احمد  
أدام وعبد الرحمن و بلقيس

والى أعز صديقتي : كنزة ، اسمهان ، سهام ، رندة .

## الفهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر و تقدير
	إهداء
ا-ب	فهرس المحتويات
ج-د	فهرس الجداول
د	ملخص الدراسة
هـ-و	مقدمة
<b>الفصل الأول: البناء المنهجي للدراسة</b>	
<b>المبحث الأول: إشكالية الدراسة وموضوعها.</b>	
11-10	المطلب الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
11	المطلب الثاني: أسباب اختيار موضوع الدراسة
12	المطلب الثالث: أهداف الدراسة و أهميتها
16-12	المطلب الرابع: مفاهيم الدراسة
<b>المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة</b>	
19-18	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها
19	المطلب الثاني: أداة البحث
22-20	المطلب الثالث: مجتمع الدراسة وعينتها
25-23	المطلب الرابع: الدراسات السابقة
30-26	المطلب الخامس: النظرية المؤطرة .
<b>الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الإسلامي</b>	
33	تمهيد
<b>المبحث الأول : شبكات التواصل الاجتماعي و استخدمتها</b>	
36-34	المطلب الأول : مفهوم ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي
37-36	المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
39-37	المطلب الثالث: أهم شبكات التواصل الاجتماعية "فيسبوك" face book
40-39	المطلب الرابع : استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي
<b>المبحث الثاني: أساسيات الإعلام الإسلامي</b>	

42	المطلب الأول: تعريف الإعلام الإسلامي
43-42	المطلب الثاني: خصائص الإعلام الإسلامي
45-43	المطلب الثالث: أهداف وظائف الإعلام الإسلامي
46	المطلب الرابع: وسائل الإعلام الإسلامي
47	المطلب الخامس: واقع الإعلام الإسلامي إلكتروني
<b>الفصل الثالث : الإجراءات التطبيقية للدراسة</b>	
<b>المبحث الأول: تحليل وتفسير بيانات الدراسة الأولية</b>	
55-51	المطلب الأول : تحليل وتفسير عادات وأنماط متابعي صفحة من رحيق العلم والايمان
58-55	المطلب الثاني : تحليل وتفسير أسباب ودوافع متابعة صفحة من رحيق العلم والايمان
60-58	المطلب الثالث: تحليل وتفسير الاشباعات المحققة لمتابعة صفحة من رحيق العلم والايمان
<b>المبحث الثاني: تحليل وتفسير بيانات الدراسة حسب متغيرات الدراسة</b>	
79-62	المطلب الأول : تحليل تفسير عادات وأنماط متابعي صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة ( الجنس، السن، المستوى التعليمي )
89-78	المطلب الثاني : تحليل وتفسير أسباب ودوافع متابعة صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة ( الجنس، السن، المستوى التعليمي )
97-90	المطلب الثالث: تحليل وتفسير الاشباعات المحققة لمتابعة صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة .( الجنس، السن المستوى التعليمي)
<b>المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة</b>	
101-99	المطلب الأول: النتائج العامة للدراسة
102-101	المطلب الثاني: الإجابة على تساؤلات الدراسة
104-103	<u>خاتمة وتوصيات</u>
107-105	<u>قائمة المراجع</u>
	<u>الملاحق</u>

## قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
21	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
22	يبين توزيع العينة حسب متغير السن	02
22	يبين توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	03
51	يبين مدى اهتمام المبحوثين بما ينشر عبر صفحة من رحيق العلم والإيمان	04
51	يبين مدة بدأ المبحوثين استخدام صفحة من "رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك	05
52	يبين مقدار الوقت الذي يقضيه المبحوثين يوميا على صفحة "من رحيق العلم و الإيمان"	06
52	يبين الفترة التي يتم فيها تصفح صفحة "من رحيق العلم و الإيمان"	07
53	يبين المكان المفضل لمتابعة المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والإيمان	08
53	يبين الوسيلة التي يستخدم من خلالها المبحوثين صفحة من رحيق العلم والإيمان	09
54	يبين طريقة مشاركة المبحوثين في صفحة من رحيق العلم والإيمان	10
54	يبين الخدمات المفضلة لدى المبحوثين عبر صفحة من "رحيق العلم والإيمان"	11
55	يبين طريقة تفاعل المبحوثين مع المواضيع المنشورة	12
55	يبين الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة صفحة من رحيق العلم والإيمان	13
56	يبين الدوافع الشخصية لمتابعة صفحة من رحيق العلم والإيمان	14
57	يبين أكثر المضامين الإسلامية التي يفضلها المبحوثين في صفحة من رحيق العلم والإيمان	15
57	يبين لنا تقييم المبحوثين للمحتويات صفحة من رحيق العلم والإيمان	16
58	يبين الإشباعات المعرفية التي تحققها صفحة من رحيق العلم والإيمان للمبحوثين	17
59	يبين الإشباعات النفسية التي تحققها صفحة من رحيق العلم و الإيمان للمبحوثين	18
59	يبين أثر استخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم و الإيمان على حياتهم	19
60	يبين أثر استخدام صفحة من رحيق العلم والإيمان على حياة الفرد الدينية	20
62	يبين مدى اهتمام المبحوثين عبر ما ينشر في صفحة من رحيق العلم و الإيمان حسب متغيرات الدراسة	21
64	يبين منذ متى بدأ المبحوثون في استخدام صفحة من رحيق العلم و الإيمان حسب متغيرات الدراسة	22

66	يبين الوقت الذي يقضيه المبحوثين استخدام صفحة من رحيق العلم و الايمان على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة	23
68	يبين الفترة التي يتم فيها تصفح صفحة من رحيق العلم و الايمان على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة	24
70	يبين مكانك المفضل لمتابعتك صفحة "من رحيق العلم و الايمان" على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة	25
72	بين الوسائل التي تستخدمها المبحوثين في تصفح صفحة" من رحيق العلم و الايمان" حسب متغيرات الدراسة	26
74	يبين طريقة المشاركة المبحوثين في صفحة "من رحيق العلم و الايمان" حسب متغيرات الدراسة	27
76	يبين الخدمات المفضل لدى المبحوثين لتصفح صفحة من رحيق العلم و الايمان	28
78	يبين كيفية تفاعل المبحوثين مع المواضيع المنشورة عبر صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة	29
80	يبين أسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة	30
83	يبين دوافع الشخصية لمتابعة المبحوثين لصفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة	31
86	يبين أكثر المضامين الإسلامية التي يفضلها المبحوثين في صفحة من رحيق العلم و الايمان	32
88	يبين تقييم المبحوثين لصفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة	33
90	يبين الاشباعات المعرفية التي تحققها صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة	34
92	يبين الاشباعات النفسية تحققها صفحة من رحيق العلم و الايمان المبحوثين حسب التي متغيرات الدراسة	35
94	يبين كيف ساعدت صفحة من رحيق العلم و الايمان المبحوثين في حياتهم الدينية حسب متغيرات الدراسة	36
96	يبين كيف أثر استخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم و الايمان في عادات حياتهم الدينية	37

## ملخص الدراسة

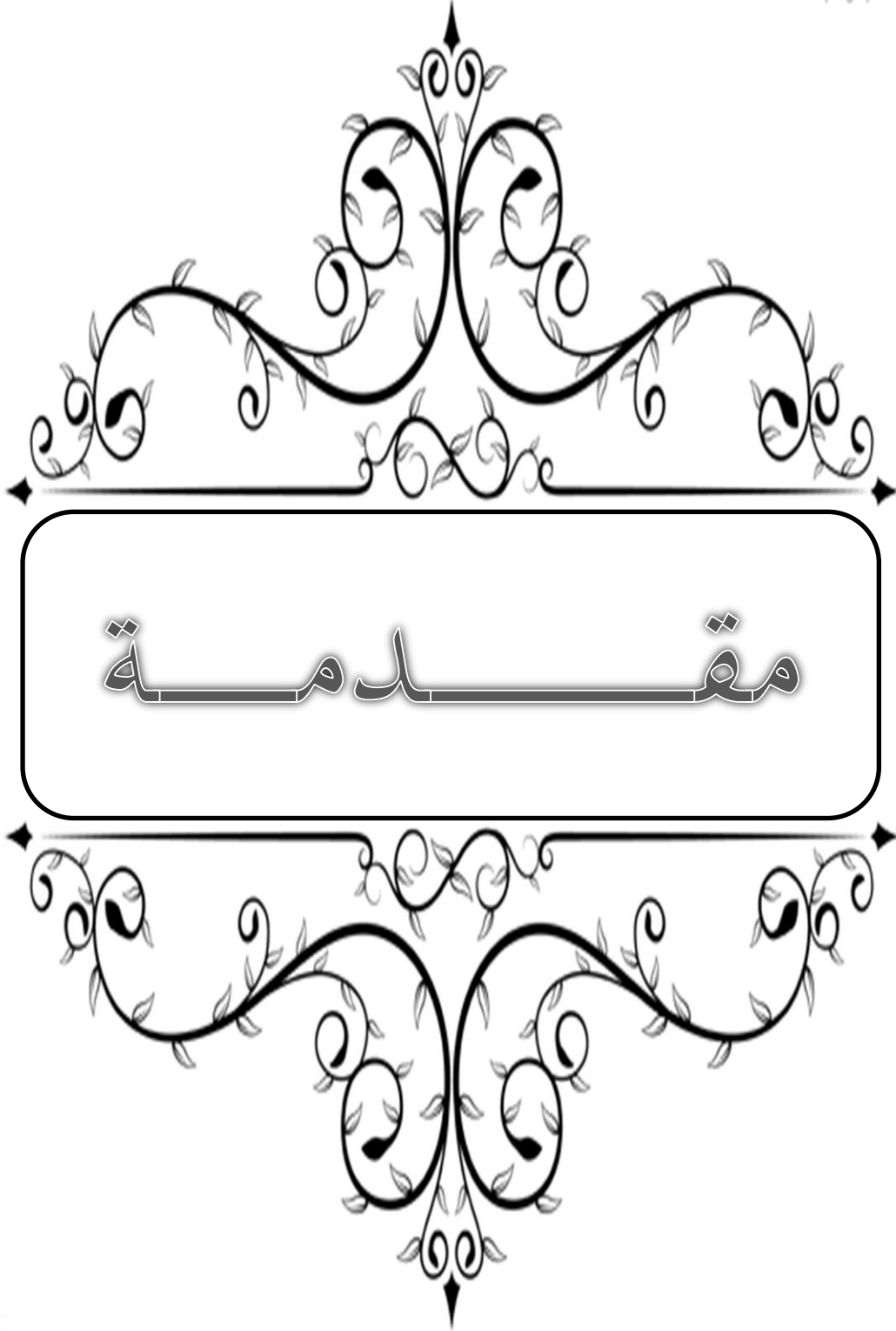
- هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن عادات وأنماط استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي و الاشباع المحققة منها من خلال دراسة وصفية اعتمدنا فيها منهج المسح واختبرنا عينة قصديه من مستخدمي صفحة "من رحيق العلم و الايمان" مكونة من 50 مفردة، ولقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين.وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- لا يقدر المبحوثين عدد ساعات تصفحهم للصفحة، ويفضل أغلبهم الفترة الليلية والمسائية والقصص الإنسانية الواقعية ويفضلون المنزل والهاتف الذكي أثناء تصفحهم الصفحة، يستفيدون مما تقدمه الصفحة دون مشاركته مع الآخرين .
  - إن دافع الأساسي، الذي يدفع لمتابع هذه الصفحة هو المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي والخاصية التفاعلية في الصفحة وأخذ بالنصائح والإرشادات والاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي، ويفضل أغلب المبحوثين القصص الإنسانية الواقعية كمضمون.
  - كما أسفرت الدراسة أن استخدام هذه الصفحة يثري رصيد معرفتهم الدينية، ويحقق لهم الشعور بالرضا، مما أثر هذا استخدام في حياتهم الدينية في معاملاتهم داخل الأسرة والمجتمع
  - وأثرت متغير السن و المستوى التعليمي في عادات وأنماط مستخدمي صفحة " من رحيق العلم والإيمان " في حين نجد أن المستوى التعليمي أثر في دوافع الاستخدام الصفحة ونجد أن متغير الجنس أثر أكثر في الاشباع المحققة لهم .

## Abstract

This study aimed at revealing the habits and patterns of using religious pages on the social networking sites and the innovations achieved through a descriptive study in which we adopted the survey methodology and tested a sample of the users of the page of "nectar of science and faith" consisting of 50 items. Data from the respondents. The study reached a number of results, the most important of which are:

- The respondents do not appreciate the number of hours they visit the page. Most of them prefer the night and evening periods and the real human stories. They prefer the house and the smartphone while browsing the page. They benefit from the page's offering without sharing it with others.
- The main motive, which drives the follower of this page is the contents related to the social reality and interactive property on the page and take the advice and guidance and see the controls of family relations in the Islamic religion, and prefer most of the respondents real human stories as content.
- The study also found that the use of this page enriches the balance of their religious knowledge and gives them a sense of satisfaction. This has affected the use of their religious life in their transactions within the family and society.





## مقدمة

يشهد العالم المعاصر مجموعة من المتغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات ما جعل العالم قرية كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع الأنحاء في الثانية، ولا شك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر في مختلف مجالات الحياة الثقافية، الاقتصادية الفكرية والاجتماعية والدينية، ما دفع الفرد لقبول هذه المستحدثات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات استطاعت وبسرعة كبيرة أن تقلب المعادلة الكبرى التي قامت عليها تلك العملية ومن ابرز شواهد ذلك ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي غيرت تماما من نمطية تدفق المعلومات الإعلامية والاتصالية وبات الفرد منتجا ومرسلا ومستقبلا .

و تعتبر شبكة الانترنت الوسيط الالكتروني الذي استخدم لهذه المهمة، وتشكل المواقع الاجتماعية منظومة من الشبكات الالكترونية تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات. ولعل من أهم هذه المواقع مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) التي استأثرت بقبول وتجاوب عدد كبير من الناس في فترة زمنية وجيزة، يستطيعون من خلالها ممارسة العديد من الأنشطة حيث أظهرت وسائل التواصل الاجتماعي ارتباطا متزايدا بمختلف جوانب حياة الدينية منها أيضا وأصبحت منصات التواصل الاجتماعي وسيلة ممتازة لتعريف بالدين الإسلامي للوصول إلى الناس والتركيز على القضايا التي تهم المسلمين في أنحاء العالم في الداخل والخارج، وتعرض أحوالهم والواقع الذي يعيشونه وتقلل من المشاكل النابعة من نقص المعلومات الدينية، ومن هنا تم إنشاء الصفحات الدينية لمخاطبة الجماهير ونشر الدين الإسلامي داخل وخارج العالم الإسلامي و انشاء مجموعات تقوم بنشر الدين الإسلامي وتوعية المسلمين من خلال هذه الصفحات المتخصصة في تبسيط الأحكام الشرعية التي تخص جميع المسلمين، وذلك عن طريق صور مبسطة أو منشورات أو مقاطع مسموعة ومرئية تقرب المسافات بين أفراد المجتمع المسلم بتقديم النصائح الدينية بأسلوب يجذب المسلمين ويؤثر فيهم إن الاستخدام الجيد لمواقع التواصل الاجتماعي خلق فرصة لتواصل الأفراد المجتمع الإسلامي في مختلف، العالم بما يعكس الثقافة الإسلامية وبما يعكس الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين

وفي ضوء ما تم التطرق إليه آنفا، تأتي هذه الدراسة لتبحث في الاستخدامات و الاشباعات المحققة من استخدام صفحة من "رحيق العلم و الايمان" على عينة من مستخدمي هذه الصفحة .

ومن هذا المنطلق تنقسم الدراسة إلى ثلاثة فصول:

حيث تناول الفصل الأول البناء المنهجي للدراسة حيث قمنا في الجانب المنهجي بتحديد الإشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأسبابها، وأهدافها، وأهميتها إلى جانب حصر مفاهيم، كما عرضنا الإجراءات المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من منهج وأدوات جمع البيانات والعينة المختارة وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها، وعرض لنظرية الاستخدامات و الاشباعات التي تم الاستناد عليها في تأطير هذه الدراسة باعتبارها من أهم النظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الجديد بصفة عامة والجديد بصفة خاصة.

وتعرضنا في الفصل الثاني لشبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الإسلامي حيث اشتمل هذا الفصل على مبحثين تناول الأول لتعريف ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي، وخصائصها بالإضافة إلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي وخاصة "الفيسبوك" وأخير الاستخدامات هذه الشبكات، أما المبحث الثاني فكان تحت عنوان أساسيات الإعلام الإسلامي، وجاء فيه تعريف الإعلام الإسلامي وخصائصه وأهدافه بالإضافة إلى وسائل ووظائف الإعلام الإسلام وفي الأخير واقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني.

في حين اشتمل الفصل الثالث على الجانب التطبيقي، واحتوى على نتائج الدراسة التطبيقية وتحليل وتفسير البيانات إجابة المبحثين على استبيان البحث، والذي جاء كإسقاط لمجموع المعارف النظرية التي جاءت بها الدراسة، والبيانات المجموعة من الواقع حيث جمعت إجابات من مستخدمي صفحة من "رحيق العلم والإيمان" لتساؤلات استمارة الاستبيان حيث تضمن المبحث أولها تحليل وتفسير النتائج الأولية للدراسة، المبحث الثاني تحليل نتائج الدراسة حسب متغيرات الدراسة، وخلصنا بخاتمة تحدد أهم ما تطرقنا إليه في الدراسة بجانبها النظري والميداني.

**الفصل الأول:**

**البناء المنهجي للدراسة**

**المبحث الأول: إشكالية الدراسة و موضوعها.**

**المطلب الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها**

**المطلب الثاني: أسباب اختيار موضوع الدراسة**

**المطلب الثالث: أهداف الدراسة أهمية الدراسة**

**المطلب الرابع: مفاهيم الدراسة**

## المطلب الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

## 1\_ الإشكالية:

يعد الإعلام بمختلف أساليبه من أبرز مظاهر العالم المعاصر في كل معطياته الثقافية والفكرية و الإيديولوجية، وتتضح أهمية الإعلام من خلال ما يتم طرحه من قضايا متنوعة لاسيما في الوقت الراهن الذي يشهد سيطرة الوسائل التكنولوجية على كامل معطيات الحياة البشرية، فلم يعد الإعلام يقتصر على نقل المعلومات وإرسالها بل أضحت البيئة الاتصالية بيئة متطورة دخلت فيها أنماط الاتصالية ووسائل وأساليب خلقت صور جديدة، حيث ساهم الإعلام الجديد في تشكيل شبكات تواصل تجمع بين الكثير من التوجهات مغيرة نمطية تدفق المعلومات الإعلامية

وتعتبر الشبكة الانترنت وما أفرزته من شبكات التواصل الاجتماعية وسطا إلكترونيا، أتاحت لهم إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو التي ينقلون عليها الآراء و التعليقات والتوجهات، وأصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأفراد والجماعات كما مكنتهم من إنشاء المدونات وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل وتلقي الأخبار والموضوعات وكل ما هو جديد وبتعدد المضامين والمحتويات تتعدد مواقع التواصل الاجتماعي التي نجد من أبرزها الفيسبوك، الذي يتميز عن غيره من مواقع التواصل بسهولة التعامل معه، وكذلك احتوائه على كل أنواع التواصل، سواء كان من خلال التدوين أو الصور أو مقاطع الفيديو، وسهولة تكوين مجموعات تناقش أمرا معينا، إلى غير ذلك من الوسائل التي يمكن من خلالها التواصل بين المشتركين، وذلك من خلال مشاركة مختلف القضايا والأحداث المللية الاحتياجات ورغبات مستخدميه، حيث يعد هذا الموقع فضاء واسعا متنوعا المحتوى و نقطة التقاء.

وفي خضم هذه الثورة الإلكترونية في مجال التواصل الافتراضي على مواقع التواصل الاجتماعي التي أتاحت لهم التعرف على الآخرين والتواصل معهم، ومعرفة آرائهم الفكرية والسياسية، وكذلك التعبير عن الآراء بكل حرية ودون قيود، ونشر الدعوة الإسلامية بكثير من الطرق المبدعة، والتعريف بالإسلام ونشر المقاطع المرئية والمسموعة، ما يفتح باب النقاش في مختلف القضايا والأحداث الدينية الإسلامية عبر صفحات خاصة ذات محتويات ومضامين إسلامية، حيث لم تعد وسائل الإعلام التقليدية بمفردها قادرة على إشباع رغباتهم وحاجاتهم ودوافعهم، في جانب المعرفة بالدين الإسلامي حيث أصبح الآن من السهل للغاية على الداعية عبرها و أن يتواصل مع الراغبين في التعرف على الدين الإسلامي، وتقديم العون لهم في دقائق بشكل سريع يتواكب مع السرعة التي باتت تلعب دورا كبيرا في مسار حياتنا، فمواقع التواصل الاجتماعي الحديثة أضحت بمثابة سفينة يصل بها الدعاة إلى جميع أنحاء العالم، ويصلون إلى منازل الراغبين في التعرف على الإسلام بشكل

مباشر، وامتلاكها لأدوات تفاعل وقدرتها على النقل الحي والسريع للمعلومات وذلك من خلال صفحات تخدم الإسلام والمسلمين، ومن منطلق معرفة كيفية استخدام الصفحات الإسلامية نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي مختلف استخدامات متابع صفحة من رحيق العلم و الإيمان على الفيسبوك؟ وما هي الإشباعات التي يحققونها منها؟

## 2 \_ التساؤلات:

- 1- ما هي عادات و أنماط المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك؟
- 2- ما هي دوافع وأسباب استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك؟
- 3- ما هي الإشباعات المحققة من استخدام صفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك؟

### المطلب الثاني: أسباب اختيار موضوع الدراسة

- جاء اختيارنا لهذا الموضوع وفق أسباب مختلفة أهمها :

#### أولاً: الأسباب الذاتية :

- اهتمام الشخصي بالمواضيع الإسلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- محاولة التعرف على أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الفرد الدينية والروحية

#### ثانياً: الأسباب الموضوعية :

- الرغبة في التعرف على تأثير استخدام الصفحات الإسلامية على الثقافة الدينية لمستخدمي الصفحات الدينية مثل صفحة "من رحيق العلم والإيمان" ذات الطابع الديني.
- تنوع المضامين التي تقدمها صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وانتشار هذا النوع من الصفحات الدينية وزيادة استخدامها.

## المطلب الثالث: أهداف وأهمية الدراسة

## 1\_ أهداف الدراسة :

- 1- معرفة عادات وأنماط المبحوثين في استخدام صفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك.
- 2- الكشف عن الأسباب من وراء استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك.
- 3- رصد مختلف المواضيع الدينية التي يفضل مستخدمي صفحة "من رحيق العلم والإيمان" متابعتها.
- 4- الوصول إلى تحديد مختلف الإشباعات المحققة من استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم و الإيمان" .

## 2- أهمية الدراسة :

تتجلى أهمية هاته الدراسة من كونها تتناول الإعلام الجديد واستخدام الوسائط الجديدة في الاتصال ومع انتشار استخدام شبكات التواصل الاجتماعي واستخدام هذه المواقع في الجانب الديني برزت أهمية الدراسة لتناولها للاستخدامات والأنماط و الإشباعات المحققة من خلال هذا المواقع خاصة في الجانب الإسلامي.

كما تكمن أهمية هذه الدراسة في وقوفها على بعض الجوانب والنقاط المهمة المتضمنة في مواقع الفيسبوك، خاصة من الناحية الدينية لمعرفة واقع استخدام متابعي موقع الفيسبوك للصفحات الإسلامية وطبيعة هذا الاستخدام من حيث الإيجابيات والسلبيات وكيف يمكن أن تستغل لتطوير هذا النوع من المضمون الإعلامي لخدمة ديننا الحنيف .

## المطلب الرابع: تحديد المفاهيم:

هناك عدة مفاهيم أساسية تضمنتها الدراسة والتي يتوجب توضيحها:

## 1- الاستخدام:

**لغة:** استخداما (خدم) هـ : اتخذه خادما: استو بهبه خادما<sup>1</sup>

<sup>1</sup> المنجد الأبجدي ،دار الشروق، بيروت ، ط 8 ، 1986 ،ص، 60



**اصطلاحاً:**

أنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والتقدم فحينما ما يصبح الاستعمال متكرراً ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن استخدام وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية و السيسولوجيا، وهي مصدر سيرورة الاستخدام، إن الغرض هو الذي يقف وراء الاستخدام، حيث يشير الباحث عبد الوهاب بمخنوقة إلى أن مفهوم الاستخدام يقتضي أولاً الوصول إلى التقنية أو الوسيلة بمعنى أن تكون متوفرة مادياً ثم تأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية والفردية التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقة<sup>1</sup>

**إجرائياً:**

نقصد بالاستخدام في دراستنا هذه عملية تصفح الصفحات ذات المضمون الإسلامي التي تقوم بها عينة الدراسة لمواقع الفيسبوك وعادات وأنماط المتابعة.

**2 - العادات:**

**لغة:** ج عادات وعاد وعيد وعوائد ( عود ) ما يعتاده الإنسان أي يعود إليه مرات متكررة وكان نقول " جرت العادة بأن "<sup>2</sup>.

**اصطلاحاً:**

يشير مفهوم العادة في علم النفس إلى سلوك منتظم يكتسبه الفرد بفضل التعلم وتثبيت مواقف محددة كما يكتسبه بتكراره وذلك استجابة لهذه الموقف بقدر الثبات النسبي والاستقرار مع سهولة في الأداء إلى حد الآلية<sup>3</sup> فالعادة هي العمل المكرر من الفرد، والعادة تتأتى عن النفس ولذلك يقال عنها بأنها ظاهرة نفسية ويقسم البعض العادات إلى أنواع ثلاثة: العادات الحيوية، والعادات الحركية، والعادات النفسية المحضة<sup>4</sup>.

**إجرائياً:**

أما في هذا الصدد فنقصد بالعادات مدى انتظام مستخدمي صفحة " من رحيق العلم والإيمان " على الفيسبوك من خلال حجم الدخول والوقت المخصص لذلك و الفترات الزمنية بالإضافة إلى طريقة الاستخدام .

<sup>1</sup> حسين شفيق نظريات الإعلام وتطبيقاتها في الدراسات الإعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي دار فكر وفن ،2014، ص،186

<sup>2</sup> المنجد الأبجدي: دار الشروق، بيروت، 1986، ص، 688.

<sup>3</sup> أبراهيم مذکور ،معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب،مصر، 1975 ، ص 381 .

<sup>4</sup> سميح عاطف الزين، علم النفس، المجلد 1، دار الكتاب اللبناني ، بيروت،1991،ص519

## 3- الإشباعات :

**لغة:** ج: إشباعاً: أطمعه حتى شبع والكلام احكمه فخامة واستوفاه<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:**

هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع ما فالإشباع في نظرية التحليل النفسي تعني خفض التنبيه والتخلص من التوتر ووفق نظرية الاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات وحسب "وينر" *winner* فوسائل الإعلام تحقق نوعين من الإشباعات هي: إشباعات المحتوى: وتنتج عن التعرض إلى محتوى وسائل الإعلام و إشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال و الإشباعات العملية: وتنتج عن عملية الاتصال والارتباط بالوسيلة الإعلامية ذاتها<sup>2</sup>

**إجراءياً:**

ونقصد به تلبية الحاجات والرغبة والتخلص من التوتر من خلال تلقي ما تناوله صفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك والتفاعل معها.

## 4\_ الدافع :

**لغة:**

**اصطلاحاً:**

هو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوى استجابته إلى مثير ما، أو يشبع أو يرضي حاجة ما<sup>3</sup> توجه الفرد إلى الاتزان النفسي الذي يساعده على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة.<sup>4</sup> وهي رغبات أو الحوافز والمثيرات نحو موقف أو نشاط معين وتنقسم إلى:

1- الدوافع الفردية: وهي التي تعتمد على التكوين البيولوجي للإنسان أو كان حي وتتعلق بإشباع رغبات وحاجات فسيولوجية .

2- الدوافع الاجتماعية: وهي الدوافع التي تكتسب عن طريق الوسائل الجماهيرية والدوافع التي يكتسبها عبارة عن المفاهيم الثقافية والاجتماعية والتقاليد وعادات المحيط الاجتماعي.

3- الدوافع الثانوية: هي تأثر الفرد ببيئة الاجتماعية والثقافية مثل القيم الاجتماعية كالدافع المادي والديني أو تعلم العادات أو التأثر بها

<sup>1</sup> محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر، 2004، ص، 48

<sup>2</sup> حسين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الأعلام الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، 2014، ص ص، 187، 188

<sup>3</sup> منال هلال المزاهرة نظريات الاتصال، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، 2012 ص 169.

<sup>4</sup> علي عبد الفاتح كنعان، نظريات الإعلام، دار البازوري، عمان، ص 175 .

4- دوافع لاشعورية: وهي الدوافع التي تتطوي على تصرفات أي شخص دون أن يدرك أي أنها مرتبطة بالتكوين البيولوجي للإنسان وبشكل عام فإن عملية الاتصال إذا أسندت إلى إحدى وسائل الاتصال سواء كانت تعليم أو دعاية أو إعلام يكون لها تأثير عميق على الأفراد والمجتمع أكثر من العملية الاتصالية التي لا تركز على دوافع إنسانية لذا نلاحظ أن عملية الاتصال تحاول أن تثير الفرد و الجماعة من خلال حاجاته وعواطفه و قيمه <sup>1</sup>.

### إجرائيا:

هي الحاجات والرغبات والأسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام صفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك وما يرغبون في تلبينه من خلالها.

### 5\_ الإعلام الديني:

#### اصطلاحا

هو الإعلام الذي يقدم رسالة دينية لملة أو فرقة أو مذهب، دون الخوض في الجوانب الأخرى و هو الإعلام الذي يختص بمهمة نشر الدين وعلومه ويتميز الإعلام الديني عن الإعلام الإسلامي في أمور:

- إن الإعلام الديني أعم من الإسلامي، وذلك لأن الإعلام الديني يشمل المناهج الإسلامية ومناهج الأديان والملل الأخرى
- إن الإعلام الديني عند الاقتصار على الدين الإسلامي ينحصر في الصفحات الدينية في الصحافة والبرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون العام، وأما الإعلام الإسلامي فهو أن تكون الوسيلة الإعلامية إسلامية من الغلاف إلى الغلاف، ومن الافتتاح إلى الاختتام.<sup>2</sup>

### إجرائيا:

هو جملة من المعلومات والحقائق والأخبار والنصائح الدينية الإسلامية المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله صلى الله عليه وسلم من خلال ما تحمله صفحة "من رحيق العلم والإيمان" من صور وفيديوهات ومعلومات ونصائح يستخدمها ويتابعها متصفحوا الصفحة.

<sup>1</sup> محمد جمال الفأر، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص ص 174،175.

<sup>2</sup> طه أحمد الزبيدي: معجم المصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، دار النفائس لنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 45.

## 6\_شبكات التواصل الاجتماعي:

## اصطلاحاً:

الشبكات الاجتماعية هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب 0.2 تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو انتماء كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحها للعرض.<sup>1</sup>

لقد أتاحت شبكات التواصل الاجتماعية لمتصفحها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: الفيسبوك والتويتر ومواقع مقاطع الفيديو اليوتيوب.<sup>2</sup>

## إجرائياً:

شبكات التواصل الاجتماعي هي مجتمعات الانترنت عبارة عن حلقات اجتماعية، تجمع بين الأفراد فيما بينهم بغية التواصل والتفاعل من خلال ما تقدمه لهم من خدمات، دردشة، صور، فيديو، مدونات، نقاشات، ومن بين هذه المواقع الأكثر استخداماً موقع الفيسبوك.

<sup>1</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015 ص 112.  
<sup>2</sup> محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور متلفين، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية، 2015 ص 439.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

المطلب الثاني: أداة البحث

المطلب الثالث: مجتمع الدراسة وعينتها

المطلب الرابع: الدراسات السابقة

المطلب الخامس : النظرية المؤطرة

## المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية

### المطلب الأول: نوع الدراسة و منهجها

يعتبر اختيار منهج الدراسة من أبرز خطوات إنجاز أي بحث علمي وذلك لكي يتمكن الباحث من الإحاطة بكل جوانب الموضوع الذي يريد دراسته "فالمنهج هو تلك المجموعات من القواعد والأنظمة العامة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية"<sup>1</sup> فالمنهج كما عرفه موريس أنجرس "هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"<sup>2</sup>

أما الباحث محمد زيان عمر فعرف "المنهج بأنه التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة المجهولة أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون"<sup>3</sup>

نظرا لأهداف الدراسة المتمثلة في الكشف من وراء استخدام صفحة من رحيق العلم و الإيمان على "الفيسبوك" وتحديد العادات والأنماط والدوافع وراء ذلك وكذا الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام، فنجد أن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية "أن البحث الوصفي لا يقف عند حدود وصف الظاهرة وإنما يذهب أبعد من ذلك فيحلل ويفسر ويقارن ويقيم، بقصد الوصول إلى تقييمات ذات معنى بقصد التبصر بتلك الظاهرة. فضلا عن أن الأبحاث الوصفية لا تقتصر على التنبؤ بالمستقبل بل أنها تنفذ من الحاضر إلى الماضي لكي تزداد تبصرا بالحاضر"<sup>4</sup>

وقد تم الاعتماد على منهج المسح لاقتراجه من طبيعة الدراسة حيث يعد منهج المسح من أهم المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعا يعرف المنهج المسحي بأنه التجميع المنظم للبيانات<sup>5</sup> ويعتبر المسح واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية، حيث تهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وغيرها في مجتمع معين...بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج، وتعتمد الطريقة المسحية تجميع البيانات والحقائق الجارية، عن موقف معين، وذلك من عدد كبير نسبيا من الحالات في وقت معين أيضا<sup>6</sup>، وهو ما تحتاجه هذه الدراسة، فهو يساعد على جمع المعلومات عن الأفراد وسلوكياتهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم حيث يسمح هذا

<sup>1</sup> محمد عبيدات و آخرون : منهجية البحث العلمي - القواعد المراحل والتطبيقات ، دار وائل ، ط2 ، عمان ، 1999، ص 35

<sup>2</sup> موريس أنجرس : منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصة ، الجزائر ، ط2 ، 2006 ، ص 99

<sup>3</sup> احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، دار المطبوعات الجامعية، ط4، ص ص 282، 283

<sup>4</sup> رحيم يونس كروالعزوي : مقدمة في منهج البحث العلمي ، دار دجلة، الأردن، 2007، ص، 98

<sup>5</sup> عامر ابراهيم قنديلجي : البحث العلمي في الصحافة والإعلام، دار المسير للنشر والتوزيع ، عمان، 2015، ص، 102

<sup>6</sup> احمد بدر : أصول البحث العلمي ومناهجه ، المكتبة الأكاديمية، ص289

المنهج بدراسة السمات النفسية وكذلك الدوافع وأنماط والاتجاهات والاستخدامات وبالتالي فهو يتيح لنا معرفة الإشباع المحققة من هذا الاستخدام .

### المطلب الثاني: أداة جمع البيانات

أما في ما يخص أدوات جمع البيانات، والتي يمكن اعتبارها كوسيلة تسمح بجمع المعطيات من الواقع فقد اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية، وتم الاعتماد على هذه الأداة باعتبارها أكثر الأدوات التي تسمح بجمع معلومات عن المبحوثين في شكل معق.

وتعرف "الاستمارة بأنها مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل لأشخاص أمعن طريقة بالبريد، أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها و بواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع<sup>1</sup> حيث تعتبر أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جمع البيانات الأولية وأساسية أو مباشرة مع العينة المختارة أو من جميع مفردات المجتمع عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المعدة والمقترحة وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدافع و العوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى التفاعل مع السلوك معين"<sup>2</sup> واستهدفت الدراسة استخدام الصفحات الإسلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي و الإشباع المحققة من خلال هذا الاستخدام وهي المعلومات التي يمكن الوصول إليها من خلال الاستمارة الاستبيان (انظر الملحق رقم 1) التي تم تعميمها وتحكيمها وتصحيحها حتى أصبحت في الشكل الآتي:

**المحور الأول:** خاص بعادات وأنماط استخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والإيمان علي الفيسبوك ويضم 9 أسئلة ( 1 إلى 9)

**المحور الثاني:** خاص بأسباب ودافع استخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والإيمان علي الفيسبوك ويضم 4 أسئلة (9 إلى 13 )

**المحور الثالث:** خاص بالإشباع المحققة من استخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والإيمان وضم 4 أسئلة ( 13 إلى 17 )

وقد تضمنت الاستمارة على 17 سؤال، وتتوزع بين الأسئلة المغلقة والأسئلة النصف مغلقة

<sup>1</sup> أعمار بوحوش ،محمد محمود الذنبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق أعادا البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2007،ص68

<sup>2</sup> سمير محمد حسن إسماعيل ،مناهج البحث العلمي (بحوث الإعلام ) عالم الكتب ، القاهرة ، 2006 ص 206 .

د. حفيظي نهلة، د. بن الصغير زكرياء، سراي سعاد .

## المطلب الثالث: مجتمع الدراسة وعينتها

## - مجتمع الدراسة

ويعرف مجتمع البحث أنه جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها<sup>1</sup> وهو مجموعة من الوحدات الإحصائية المعروفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات.<sup>2</sup>

و يتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه في مستخدمي ومتابعي وأعضاء "صفحة من رحيق العلم والإيمان" و الذين وصل عددهم حوالي 993.726 متابع إلى غاية تاريخ 25 جانفي 2019، وقد اعتمدت الدراسة على اختيار هذه الصفحة لتفاعل مشتركها وأعضائها مع منشوراتها وفتح باب النقاش وتوفرها على خصائص ملائمة الدراسة خاصة طبيعة هذه الصفحة وطبيعة مضامينها الإسلامية المتداولة واختلاف جنسيات أعضائها والارتفاع المستمر في عدد أعضائها إلا أنه لا يمكن إجراء الدراسة على كل هؤلاء المتابعين، لذا وجب أخذ عينة منها فقط .

## - عينة الدراسة :

هي الطريقة الأكثر شيوعا في معظم البحوث العلمية ، نظرا لكونها أيسر في التطبيق، وأقل في التكاليف، كما أنه لا حاجة لدراسة المجتمع الأصلي إذا أمكن الحصول على عينة كبيرة نسبيا ومختارة بشكل عشوائي تمثل المجتمع المأخوذ منه لأن النتائج المستتبطة من دراسة العينة ستطبق إلى حد كبير مع النتائج المستخلصة من دراسة المجتمع الأصلي، والعينة هي جزء من المجتمع، و بهذه الطريقة، فإنه يمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع المأخوذة منه.<sup>3</sup>

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث، قمنا باختيار أسلوب العينة لاقتصار عينتنا على مستخدمي صفحة من "رحيق العلم والإيمان" دون غيرهم، فقد تم اختيار العينة القصدية وهي "العينة التي يستخدم فيها الباحث الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة ومنه ينتقي الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته وبناء على معرفته ، وهذه العينة ممثلة لكافة وجهات النظر ولكنها تعتبر أساسا متينا للتحليل العلمي ومصدرا ثريا للمعلومات

<sup>1</sup> محمد عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية أسسها أساليبها مجالاتها، ط2، مكتبة فهد الوطنية، الرياض، 2004 ،ص 71

<sup>2</sup> رحيم يونس كروالعزوي: مرجع سبق ذكره ، ص 161

<sup>3</sup> عبود عبد الله العسكري ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ط2، دار النمير، سورية، ص 168 2004



التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة<sup>1</sup> وقد اعتمدنا على أسلوب المعاينة الحصصية وعليه فلقد اخترنا نسبة 0,005 من العدد الكلي للعينة بما يناسب إمكانياتنا وأهدافنا من الدراسة وقدتنا على التعامل مع أفراد العينة وباحتساب المعادلة الثلاثية فإن حجم العينة يصل بتقريب 50 مفردة

$$100 \longleftarrow 993726$$

$$0.005 \longleftarrow X$$

$$\frac{993726 \times 0.005}{100} = 49.68$$

وبعد توزيع الاستمارة واسترجاعها ، تم استعادة 50 استمارة كاملة و تفرغ البيانات تم تقييم عينة الدراسة على أساس متغيراتها كما يلي :

الجدول : (1) : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

المتغيرات	التكرار	النسبة
أنثى	38	76%
ذكر	12	24%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول أن نسبة أفراد العينة من الإناث تفوق نسبة الذكور، حيث قدرة نسبة الإناث 76% أما نسبة الذكور فقد قدرت ب 24% ولعل هذا راجع إلى طبيعة المواضيع المنشور في الصفحة

<sup>1</sup> نادية سعيد عشور، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، مؤسسة حسين رأس الجيل للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2017 ، ص، .240

الجدول ( 2 ) : يبين توزيع العينة حسب متغير السن :

المتغيرات	التكرار	النسبة
29-18	27	54%
40-29	18	36%
51-40	4	8%
أكثر من 51	1	2%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب السن ، حيث جاءت نسبة 54% في الفئة العمرية بين 29-18 ، أما بنسبة 36% بـ 40-29 فكانت النسبة بـ 36% وتليها 40-51 بنسبة 8% وأكثر من 51 بنسبة 2% يمكن إرجاع ذلك إلى طبيعة المجتمع الافتراض .

الجدول ( 3 ) : يبين توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي

المتغيرات	التكرار	النسبة
متوسط	8	16%
ثانوي	14	28%
جامعي	28	56%
المجموع	50	100%

يوضح الجدول توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي ، حيث جاءت نسبة 56% منهم مستوى جامعي، أما بنسبة 28% منهم ثانوي وشكلت المستوى المتوسط 16% وانعدمت نسبة الابتدائي لهذا تم إلغاء هذا المؤشر والاستغناء عنه في احتساب نتائج الدراسة .

## المطلب الرابع: الدراسات السابقة

يستفيد الباحث كثير من التراكم المعرفي الذي سبقه حيث يتيح له مراجعة هذا التراكم وتحديد زاوية البحث الذي انطلقت منه الدراسات السابقة وكذا استقراء وتقييم أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات وضمن هذا السياق أحصت دراسة لها علاقة بموضوع بحثنا هي كالتالي:

## الدراسة الأولى:

دراسة مديحة جيطاني: بعنوان : استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية \_ دراسة في عادات والأنماط والاتجاهات<sup>1</sup>

هدفت هذه الدراسة إلى توعية القائمين على المواقع الإسلامية باهتمامات واحتياجات الشباب الجامعي والمواضيع التي يفضلونها من بين محتوى هذه المواقع لتحسين أدائها وبالتالي جذب عدد أكبر من الشباب نحوها انطلاقاً من طرح التساؤل الرئيسي:

\_ ما هي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لمواقع الإسلامية؟ وما هو اتجاهاتهم نحوها ؟  
وكذل كأربع تساؤلات فرعية أخرى هي:

1\_ ما هي خصائص أفراد عينة الدراسة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت ؟

2\_ ما هي عادات وأنماط تصفهم للمواقع الإسلامية؟

3\_ ما هي اتجاهات المبحوثين نحو محتويات المواقع الإسلامية؟ وما هي الدوافع والحاجات المتحكمة في هذه الاتجاهات ؟

4\_ ما هي آراء الشباب الجامعي حول المواقع الإسلامية من حيث المضمون أو طريقة عرض هذا المضمون ؟

\_ ومن أهم النتائج التي توصلت إليها نجد:

أوضحت هذه الدراسة أن نسبة معتبر من الشباب الجامعي الجزائري لا يتصفحون المواقع الإسلامية، وأن الذين يتصفحونها لا يستفيدون كثيراً من كل الخدمات، وهذا لا ينفي حقيقة أن القليل من مواقع الإسلامية استطاعت أن تستقطب عدد لا بأس به من شريحة الشباب الجامعي حيث شكلت هذه المواقع المرجع الإسلامي في الانترنت الذي يزودهم بالثقافة الإسلامية

وعلى هذا يتعين علي القائمين على المواقع الإسلامية مواكبة كل التطورات في الخدمات التي تتيحها الانترنت ويستوجب وضع هذه المواقع أمام المزيد من البحوث العلمية الجادة من أجل استجلاء نقاط الضعف فيها لتداركها و الاستغلال إيجابياتها لتعزيزها .

<sup>1</sup>مديحة جيطاني: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية \_ دراسة في عادات والأنماط والاتجاهات ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام ، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة.

## الدراسة الثانية:

دراسة عمار توفيق أحمد بدري : بعنوان : أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة "الفيسبوك" نموذجاً<sup>1</sup>

حاولت هذه الدراسة لمعرفة أثر ما ينشر فيه على المستخدمين وكيف يستقبلونه تتبع أهمية البحث من ضرورتها الحيوية لوسيلة يستخدمها الملايين وتنقل إليهم الأفكار في لمح البصر حيث تم الاعتماد على استمارة الاستبيان شملت مائتين وخمسين (250) مشتركاً في الفيسبوك و أسند ذلك بتحليل إحصائي مفصل .

في النهاية تم إدراج بعض التوصيات من أهمها:

1. توصى الدراسة بضرورة اتخاذ وسائل الاتصال الحديثة وسيلة لنشر الدعوة الإسلامية ومن هذه الوسائل الفيسبوك نظر لفاعليته وانتشاره في العصر الحاضر
2. ضرورة مراعاة ما تتجه إليه أنظار الشباب وتلبيه وتوجهاتهم بالتركيز على المواضيع القصير وعدم الإطالة فالمواضيع الطويلة التي تلفت الانتباه.
3. أن يكثر الدعاة من الخوض في القضايا المعاصرة والحيوية التي تعاني منها المجتمع.
4. توجيه مزيد من العناية الإناث اللواتي أبدين إعجاباً أكثر بالصفحات الإسلامية وتحفيز الذكور .
5. أن يكون هناك تقييم بين الفترة والأخرى حول وسائل نشر الدعوة وعلى رأسها الوسائل الحديثة.

## الدراسة الثالثة:

دراسة محمد غزالي: بعنوان :خصوصية التوعية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.<sup>2</sup>

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تقوم به في شتى المجالات و في المجال التوعوي كوسيط مميز من وسائط الإعلام الجديد كما تهدف هذه الدراسة إلى محاولة الوصول إلى حقيقة التأثيرات التي تحدثها هذه الشبكات في عملية التوعية الدينية والدعوة الإسلامية على جمهور الشباب المستخدم للفيسبوك.

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية فقد تم الاعتماد في دراسة خصوصية التوعية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي على المنهج الوصفي التحليلي وأداة تحليل مضمون ، وتم اختيار عينة قصديه قوامها 6 صفحات من الفيسبوك متخصصة في التوعية الدينية والدعوة الإسلامية وتم قراءة

<sup>1</sup> عمار توفيق أحمد بدري :أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة "الفيسبوك" ، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطني، 11- 12- 2018 ، ص 9:30 ، <https://repository.najah.edu> .

<sup>2</sup> محمد غزالي : خصوصية التوعية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي ، مؤتمر كلية الشريعة الدولي الرابع : وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، 11 - 12 - 2018 ، ص 10 ، <https://hdl.handle.net/20.500.11888/10438> .

محتواها في مدة زمنية تقدر بأسبوع وحللت المنشورات والتعليقات فقط، أما بالنسبة للدراسة الميدانية فقد اعتمد على المنهج المسح وأسلوب العينة العشوائية البسيطة وعددها 41 مستخدماً الفيسبوك خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

1. تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أحسن وسائل الدعوة الإسلامية ومن أحسن وسائل التوعية الدينية نظراً لما تتميز بها من تطبيقات تتيح التواصل بين الأطراف المتفاعلة والتدفق الهائل للمعلومات وسهولة النشر.
2. تحقق صفحات الفيسبوك وعياً دينياً وتأثيراته إيجابية معتبرة جداً على سلوكيات الشباب المسلم.
3. تواجه الدعوة الإسلامية والتوعية الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي جملة من التحديات والمخاطر منها التحريف و التزييف وظهور أشكال التطرف والطفرة .

#### التعليق على الدراسات السابقة :

تناولت الدراسات السابقة استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية كما ركزت بعض الدراسات على تأثير وسائل التواصل الحديثة على الدعوة، و تتفق الدراسة الحالية مع هذه الدراسات في تناولها لشبكات التواصل الاجتماعي وبأخص شبكة الفيسبوك.

واستفادت الدراسة الحالية منها في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف إلى المناهج والأدوات المستخدمة ، والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة وصياغة تساؤلاتها بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الميدانية ودراسة المشكلة من زوايا جديدة لم يتم بحثها بعد في الدراسات السابقة .

### **المطلب الخامس: النظرية المؤطرة ( نظرية الاستخدامات و الإشباعات):**

#### **1\_ التعريف بنظرية الاستخدامات والإشباعات:**

نظرية الاستخدامات و الإشباعات هي من النظرية التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية، منظمة تتحصر رؤيتها للجماهير على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها، يحدد أي وسائل الإعلام، تعرض إليها من مختلف الفئات تشير إلى شدته أو كثافته حيث تمت صياغة هذه الأسباب في عدة إطارات كان أهمها الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معنية من التعرض لوسائل الإعلام هي الإطار

العام للعلاقة بين التعرض من الإشباع للحاجات المتعددة وتلبيةها وأطلق عليها الاستخدامات و  
الإشباع<sup>1</sup>

## 2\_ نشأة النظرية:

إن البداية الحقيقية لمدخل الاستخدامات و الإشباع، جاءت نتيجة البحوث والدراسات التي أجريت في البدايات القرن العشرين، على أسباب التعرض واستخدام وسائل الإعلام من مختلف فئات الجمهور<sup>2</sup> ، و بدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944م في دراسة هيرت وهيرزج التي استهدفت الكشف عن إشباع المستمع، مشاهدي المسلسلات اليومية وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية وفي عام 1945م أجرت دراسة بيرلسون *berlson* التي أجراها عند ما توقفت ثمانى صحف عن الصدور لمدة أسبوعين بسبب إضراب عمال الشركة التوزيع في نيويورك فكان سؤاله عما افتقده الجمهور خلال هذه المدة وتوصل إلى أن الصحف تقوم بعدة أدوار تعد السبب في ارتباط الجمهور ما مثل دور نقل المعلومات و الأخبار، والهروب من العالم اليومي.<sup>3</sup>

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال (لازرسفيلد) و(ستانتون) و (بيرسون) وفي الخمسينات في أعمال (شرام) و(ليل) و(باكر)

وكان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كامل في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري مت تأليف " بلملر" و " إيهوكاتز" عام 1974 واحتوى هذه الكتاب على تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر.<sup>4</sup>

## 3\_ فروض نظرية الاستخدامات و الإشباع

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسية النظرية عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق النظرية منها، وشكلت هذه الأسس والعناصر المداخل العلمية النظرية ولأن نظرية الاستخدامات و الإشباع قامت على افتراض الجمهور نشط على عكس نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا بل ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من وسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية<sup>5</sup> لذا يرى إيهوكاتز *Elihukatz* زملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض هي كالتالي:

<sup>1</sup> منال هلال المزاهر، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 169.

<sup>2</sup> منال هلال المزاهر: مرجع نفسه ص 170.

<sup>3</sup> حسن شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، 2014، ص 188

<sup>4</sup> منال هلال المزاهر: مرجع سبق ذكره، ص، 176.

<sup>5</sup> حسين شفيق مرجع سبق ذكره ص 190

1. إن أعضاء الجمهور فاعلين في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
2. الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محدد يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
3. تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل بيئية عديدة تجعل من الفرد يتجه لمصادر ما دون أخرى لإشباع حاجاته .
4. الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام لأنه هو الذي يحدد اهتمامه وحاجاته ودوافعه وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.<sup>1</sup>
5. يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية باستخدامه لوسائل الإعلام.<sup>2</sup>

#### 4\_ أهداف وعناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

##### أ/أهداف نظرية:

- تسعي نظرية الاستخدامات و الإشباعات إلى تحقيق عدة أهداف:
1. التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه .
  2. توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة الاستخدام.
  3. التركيز على فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.<sup>3</sup>
  4. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض لوسائل الاتصال و الإشباعات الناتجة عن ذلك .
  5. معرفة دور المتغيرات الوسيطة من حيث مدى تأثيرها في كل من استخدام الوسيلة وإشباعاتها<sup>4</sup>

##### ب/عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

<sup>1</sup>محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2014 ، ص 284.

<sup>2</sup>فضة عباسي بصلي ومحمد الفاتح حمدي : مدخل لعلوم الاتصال والإعلام الوسائل والنماذج والنظريات، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن 2017 ص 340 .

<sup>3</sup>محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر 2003، ص 255.

<sup>4</sup>منال هلال المزاهر ، مرجع سبق ذكره، ص 186.

**1- افتراض الجمهور النشط:** يزعم هويت أن النظريات القديمة كانت تنتظر الى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة وتأثيرها الفعال، حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه و يتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى، وربما يرجع الفضل إلى " كانز " في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس وزيادة الاهتمام بما يفعله الناس بتلك الوسائل، فمنذ ذلك حين تم إدراك جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارهم نشطين يختارون التعرض للوسائل التي تلبي حاجاتهم والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم،<sup>1</sup> ويرى بلوملر أن عنصر النشاط أو الفعالية لدى الجمهور يشير إلى الدافع الأساسي والأذواق والاهتمامات التي يمكن أن تحدث في حالة التعرض لوسائل الإعلام.

ويؤكد ريتشارهاريس أن وسائل الاتصال يتم من خلال الانتقاء الذي يعتمد على الفروق الفردية ، حيث يتباين الناس في أدركهم لنفس الرسالة، كما يتباينون في طبيعة استجاباتهم لها .

**2\_ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال:** انتهى جون جونسون في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، على أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراد معزولين عن واقعهم الاجتماعي و إنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة وشركاء في بيئة ثقافية واحدة

وقدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديموغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام: مثل: ارتباط هذه التعرض بالنوع والعمر والمهنة والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي<sup>2</sup>

**3\_دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:**تختلف وجهات النظر عند دراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام ويمكن عرض وجهات النظر في نظرية الاستخدام وإشباع على النحو الآتي:

أ\_ النظر إلى الدافع باعتباره حالة داخلية يمكن إدراكها وفهمها مباشرة من قبل الجمهور وأن المتلقي لديه الوعي والقدرة على الاختيار والتعبير عن اتجاهاته يسعى إلى تلبيتها بشكل مباشر

ب\_ النظر إلى أن دوافع الجمهور يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر يتم معرفتها من قبل الجمهور بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير<sup>3</sup>

ج \_ ترى وجهة النظر الثالثة أن دافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى فالحاجات الأساسية مثلا قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض فالدوافع ، قد تكون نتائج اللاوعي الصراعات غير المحسومة وهذا ما يؤكد عليه ماكجواير عند مناقشة لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الإعلام

<sup>1</sup>سامية أبو النصر ، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ،مصر 2014 ،ص 16 .

<sup>2</sup>حسن عماد مكاري ،إبلى حسن السيد :الاتصال ونظرياته المعاصرة،ط5،الدار المصرية اللبنانية،القااهرة،ص ، 224

<sup>3</sup>منال هلال المزاهر ، مرجع سبق ذكره ،ص، 196 .



- د- النظر إلى أن سلوك الجمهور للتعرض ليس له أي دافع، وأنه مرتبط بالعادة على التعرض
- 4- **توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:** تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل الإعلام وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقا للفروق الفردية وكذلك وفقا لاختلاف الثقافات<sup>1</sup>
- 5- **التعرض لوسائل الإعلام:** أشارت الدراسات العديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن و الإشباعات والتعرض لوسائل الإعلام وزيادة التعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته، وقد أظهرت دراسات عديدة والولايات المتحدة أن الاستماع للبرامج الجادة مثلا ترتبط ارتباط كبير بمستوى التعليم وهناك ارتباط إيجابي بين مقدرة الفرد الذهنية ودرجة استيعابه للرسالة الاتصالية.
- 6- **إشباعات وسائل الإعلام:** وفق نظرية الاستخدامات و الإشباعات يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات ويفرق لورانس وينر هما:
- أ / **إشباعات المحتوى:** والتي تنتج عن التعرض لمضمون وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين إشباعات توجيهية مثل مراقبة البيئة والحصول على المعلومات التي يحصل عليها بشبكة علاقات الاجتماعية.
- ب / **إشباعات العملية:** وهي التي تنتج عن عملية الاتصال و الارتباط الوسيلة محدد ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل وتنقسم إلى نوعين إشباعات شبه توجيهية وتحقق من خلال تحقيق الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات الإشباعات شبه الاجتماعية، وتتحقق من خلال التواجد مع شخصيات ووسائل الإعلام وتزويد هذه الإشباعات مع ضعف علاقة الأفراد الاجتماعية وزيادة إحساس بعزلة.<sup>2</sup>
- 5- **الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات و الإشباعات:**
- يثير مدخل الاستخدامات و الإشباعات بعض الانتقادات:

تركز الانتقادات في أن الحاجات التي يسعى الناس إلى إشباعها من خلال استخدام وسائل الإعلام يتم تحديدها من خلال سؤالهم عن أسباب استخدامهم لهذه الوسائل، وهو ما يثير شكوكا تصل بأن وسائل الإعلام هي التي تخلق هذه الحاجات التي تعد تبريرات لاستخدام هذه الوسائل. وسبب تعقد وغموض الدوافع البشرية فإن الشكوك أيضا تحبط باستخلاص هذه الدوافع من خلال سؤال الناس عنها<sup>3</sup>

<sup>1</sup>حسن عماد مكاوي ولبلى السيد: مرجع سبق ذكره ، ص 245، 247.

<sup>2</sup>حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي، نظريات الإعلام، 2007، ص، 317.

<sup>3</sup>حسني محمد نصر نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي لبنان، 2015، ص 266.

**إسقاط النظرية وتطبيقها:**

يعد مدخل الاستخدامات و الإشباعات من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام الصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الدافع من هذا الاستخدام و إشباعات الناجمة عنه.

فقد قمنا في دراستنا هذه بالاعتماد على نظرية الاستخدامات و الاشباعات وإسقاطها في الجانبين المنهجي والتطبيقي ،فقد تم بناء إشكالية الدراسة وصياغة تساؤلات باعتماد على مدخل الاستخدامات و الاشباعات من خلال تساؤلات الدراسة والتركيز على معرفة عادات وأنماط الاستخدام والأسباب والدوافع الكامنة وراءه، وكذا الاشباعات المحققة من الصفحة

## الفصل الثاني:

شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الإسلامي

**المبحث الأول : شبكات التواصل الاجتماعي و استخداماتها**

**المطلب الأول : مفهوم ونشأة شبكات التواصل الاجتماعي**

**المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي**

**المطلب الثالث: أهم شبكات التواصل الاجتماعية "فيسبوك "**

face book

**المطلب الرابع :استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي**

**تمهيد:**

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي) وتعددت هذا الشبكات وتأثرت بجمهور واسع من المتلقين. والتي تعتبر من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامات من طرف كافة شرائح المجتمع في جميع مجالات بدافع إشباع حاجات نفسية واجتماعية حيث شكلت اليوم أهمية كبيرة للإعلام الإسلام و استخدامه لأحدث تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأصبحت الفرصة متاحة لأي دين بالانتشار بما فيه الدين الإسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

## المبحث الأول: شبكات التواصل الاجتماعي واستخداماتها

### المطلب الأول : مفهوم ونشأت شبكات التواصل الاجتماعية :

#### - مفهوم شبكات التواصل الاجتماعية:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس بشبكات التواصل الاجتماعي وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين أبرزها "الفيسبوك، تويتر، و اليوتيوب..."<sup>1</sup>

يطلق مصطلح الشبكات التواصل الاجتماعية على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ( WEB)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة المجتمع الافتراضي يجمعهم وفق مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء ويتم هذا كله عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم والمعلومات المتاحة للعرض<sup>2</sup>

كما تعرف شبكة التواصل الاجتماعي " بأنها تلك الشبكات الاجتماعية المتاحة على الويب والتي مهد الطريق للأفراد والجماعات في إنشاء حساب شخصي لهم ومشاركته بين الأعضاء الآخرين بحيث يقع على عاتق الشبكة أتاحة سبل مختلفة للمستخدمين تمكنهم من التواصل عبر الرسائل الفورية غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، المدونات، ماركة الملفات وملفات الفيديو، جماعات النقاش<sup>3</sup> وتتنوع أشكال شبكات التواصل الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي<sup>4</sup>

<sup>1</sup> علاء الدين محمد عفيفي المليحي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص 160

<sup>2</sup> حسين محمود هنتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، عمان، 2015، ص 82

<sup>3</sup> محمود طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع

، مصر، 2017، ص 46

<sup>4</sup> عبد الرزاق محمد الديلمي: صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 112 .

## - نشأ وتطور شبكات التطور الاجتماعي :

عند الحديث عن نشأة وتطور الشبكات الاجتماعية تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين الأولى هي مرحلة الجيل الأول للويب *web 1.0* والمرحلة الثانية هي الجيل الثاني للإنترنت *web 2.0*

**المرحلة الأولى:** يشير *web 1.0* إلى شبكة المعلومات الموجهة الأولى التي وفرها عدد قليل من الناس لعدد كبير جدا من المستخدمين تتكون أساسا من صفحات ويب ثنائية وتتيح مجال صغير للتفاعل ويمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء . وعلى الرغم من وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها، ولم يكتب لكثير منها البقاء.<sup>1</sup>

**المرحلة الثانية:** اتسمت هذه المرحلة بالنضج ، حيث شهدت تطورا في مجال التقنيات المستخدمة في التواصل بين الأفراد من خلال تنوع الخدمات المقدمة لهم، لذا زاد إقبال الناس عليها إقبالا ملحوظا تعريف هذه المرحلة بأنها الموجة الثانية للويب

لنذكر أهم شبكات التواصل الاجتماعية التي تستحوذ على قاعد جماهيري كبير جدا

- في المدة ما بين 2002 و 2004 بلغت شعبية شبكات التواصل الاجتماعي ذروتها فقد ظهر " *frein dater* " عام 2002 في كاليفورنيا ويقوم مفهوم الموقع على دائرة الأصدقاء، والتقنية المتعددة للأفراد من خلال المجتمعات الافتراضية، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهرت في فرنسا شبكة " *skrock* " كموقع للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية عام 2007
- موقع ماي سبيس " *y space* " ظهر في بداية عام 2003 وهو من أوائل المواقع الاجتماعية الإلكترونية المفتوحة التي حظيت ومازالت تحظى باستخدام عالمي واسع
- موقع " *face book* " بدأت الانطلاقة الكبيرة لشبكات التواصل الاجتماعية هذا الموقع الذي انطلق رسميا في 2004 كموقع للتواصل الاجتماعي
- وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب " *You Tube* " في كاليفورنيا وكان الإصدار التجريبي له في عام 2005 ويتيح وتحميل الفيديو ويعتبر من أهم المواقع التي حققت نجاحا كبيرا في فترة زمنية قصيرة

<sup>1</sup> مريم نريمان نومار ، استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة الحاج لخضر - باتنة ، 2011/2012 ص 39 .

■ ثم ظهر موقع تويتر في عام 2006 على يد جاك درزي ويسمي موقع التدوين المصغر بكتابة رسالة التغريد لا تتجاوز 140 حرفا هكذا تأسست وتطورت شبكات التواصل الاجتماعية المتعارف عليها في الوقت الحالي، حيث أصبحت الآن وسليه فعالة للتواصل الاجتماعي<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

قد أثبت كثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع اشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون التواصل إنسان مع المحيط الاجتماعي، ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده لذا أن لهذه الشبكات خصائص محدد منها:

\* **شاملة** : حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في المغرب من خلال الشبكة بكل سهولة.

\* **التفاعلية** : فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ ، فهو مرسل وكاتب والمشارك، فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم - التلفاز الصحف الورقية وتعطي حيز للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

\* **تعدد الاستعمالات** : مواقع التواصل سهلة ومرنة ويمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، والعالم بين عمله وتعليم الناس والكاتب للتواصل مع القراء وأفراد المجتمع للتواصل وهكذا.<sup>2</sup>

\* **سهولة الاستخدام** : فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته والتفاعل مع الآخرين.

\* **اقتصاد في الجهد والوقت والمال** : في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل فالكمل يستطيع امتلاك حيز على شبكة للتواصل الاجتماعي ، وليس ذلك حكرًا على أصحاب الأموال ، أو حكر على جماعة دون أخرى<sup>3</sup>

\* **الحضور الدائم الغير مادي** : إذا لا يتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر عن طريق ترك رسالة نصية ، أو صورة أو معلومات عن أفلام أو غيرها في مجالات اهتمام الشخص الآخر ، الذي يمكن أن يرد عليه بالطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في الوقت

<sup>1</sup> هاجر قرين استخدام المراهقين لشبكات التواصل الاجتماعي على الفيسبوك و الاشباع المحققة منها ،مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2017 / 2018 ص 71 .

<sup>2</sup> عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر : مواقع التواصل الاجتماعية والسلوك الإنسانية ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، ص 67

<sup>3</sup> عامر إبراهيم قنديلجي : البحث العلمي في الصحافة والإعلام ، دار المسير للنشر والتوزيع ، عمان ، 2015 ، ص 67



متزامن ، كما يمكن لهما الاتصال المباشرة، وهذا لا يتوفر في وسائل الاتصال التقليدية التي تشترط التزامن للقيام بعملية التواصل بين طرفي الاتصال.

\* **المرونة** : إمكانية فتح تلك الشبكات عن طريق الهواتف المتنقلة فلا يشترط وجود جهاز حاسوب للولوج لتلك الشبكات بل إن الشركات المنتجة للأجهزة المحمولة أصبحت تضمن أنظمة التشغيل تطبيقات خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعية.

\* **عالم افتراضي للتواصل**: إن شبكات التواصل الاجتماعية أصبحت تترامح الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية ولم يعد السفر مشروطاً لرؤية الأصدقاء، أو للبيع والشراء أو الدراسة \***إذابة الفواصل الطبقيّة**: إذ توفر شبكات التواصل الاجتماعي فرصة اتصال بالدعاة وطلبة العلم، والأدباء، والعلماء ،بصورة مباشرة دون وسائط

\***الانفتاح**: يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم من يقوم بعملية إنتاج المحتوى عكس وسائل الإعلام التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو مستهلك للمحتوى.<sup>1</sup>

\* **دعم التجمعات**: حيث تقدم جميع الشبكات الاجتماعية إمكانية إعداد مجموعة اهتمام لهدف معين أو أهداف محددة، وهناك مجموعات مغلقة قاصرة على أفراد بعينهم<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: أهم شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" face book

#### 1- موقع " الفيسبوك " :

يعتبر موقع " الفيسبوك " واحد من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي ، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء، ويعرف قاموس الإعلام والاتصال *Dictionary Of Media And Communications* "فيسبوك" على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص.<sup>3</sup>

الفيسبوك : هو الشبكة الاجتماعية التي استأثرت بقبول وتجارب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم ،وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام

<sup>1</sup> حسين محمود هيثمي :مرجع سبق ذكره ،ص ص ،86،87

<sup>2</sup> محمود طارق هارون، مرجع سبق ذكره،ص، 100.

<sup>3</sup> مريم نزيهان نومارم ، المرجع سبق ذكره ،ص 55

2004 في جامعة "هارفارد" في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعي (مارك زوكربيرج)،<sup>1</sup> وكانت مدونة الفيسبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة و بحدود أصدقاء زوكربيرج الطالب الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو صديقيه له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا ،فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصر على أعداد من الزوار وأنها كانت في زيادة مستمر ، والتي قال عنها مؤسسها مارك زوكربيرج لقد أضى كل منا يتكلم عن الفيسبوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك وجدت أن بإمكانني تنفيذه أفضل منهم في أسبوع واحد.<sup>2</sup>

#### أهم خصائص الفيسبوك:

- **خاصية لوحة الحائط "WALL"**: وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم ، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.

- **خاصية الحالة "STATUS"**: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي

- **التعليقات NOTES**: وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمين من جلب أو ربط المدونات، هذا بإضافة إلى خدمات الرسائل والردشة وإرسال الهدايا الافتراضية.<sup>3</sup>

- **خاصية POKES**: أو نكزة غمزة تتيح إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشهار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

#### استخدامات الفيسبوك:

- التواصل الاجتماعي من خلال قضاء الوقت مع الآخرين.
- استخدام التطبيقات والاستقرارات والمشاركة مع الآخرين.
- استخدامه في المراسلة كبديل للبريد الإلكتروني .
- استخدامه في الأعمال والدعاية لفرد أو جهة أو منظمة أو شركة والخدمات المرتبط بها.
- تبادل التهاني والتوصيات والمذكرات المشتركة بين الأشخاص .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> محي الدين إسماعيل محمد الديهي : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور متلفين ، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية ، 2015 ص ، 453.

<sup>2</sup> علاء الدين محمد عفيفي : الأعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية ، دار التعليم الجامعي ، الإسكندرية ، 2015 ، ص 160 .

<sup>3</sup> شريف العرضاوي : الإعلام الجديد بين التأصيل والتنظير ، عالم الكتب الحديث ، الأردن 2016 ص ص 60 ، 61.

<sup>4</sup> حسنين شفيق : مرجع سبق ذكره ، ص 140 ، 141 .

**2\_تويتر twitter :**

هو شبكة اجتماعية يتم التواصل فيما بين أعضاء تسمح لمستخدميها بإرسال تحديثات tweets حالتهم بحد أقصى 140 حرفا للرسالة الواحدة وذلك مباشرة عن طريق الموقع أو عن طريق برامج المحادثة الفورية ،وقد ارتفع نجاح وشعبية هذه الأداة الشبكية الالكترونية غدت واحدة من الشبكات الثلاثة الأكثر استخداما " فيسبوك " و " اليوتيوب" <sup>1</sup>

وقد بدأ هذا الموقع في عام 2006 بصفة مشروعا تطويريا تابع لشركة obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وأتيح للعموم في تشرين الأول / أكتوبر من العام نفسه قبل أن تقوم الشركة بفصله عنها، ليكون نشاطا خاصة بشركة تابعة لها تحمل اسم ( تويتر) في أبريل عام 2007 ، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح ( تويت ) الذي يعني التغريد وأخذ من العصفورة رمزا له .<sup>2</sup>

**3\_ اليوتيوب :**

هو ظاهرة ثقافية عالمية ،انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة tube مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية والسياسية

تأسس الموقع في بداية عام 2005 علي يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة باي بال pay pal وهؤلاء الموظفين هم تشاد هيرلي وستيف تشين و جاود كريم في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا في الولاية المتحدة الأمريكية حيث كان هيرلي ستيف تشين يقوم بالتقاط صور فيديو في إحدى الاحقالات في سان فرانسيسكو، وبسبب صعوبة نشر هذه تم تفكير في إنشاء هذا الموقع يوتيوب حيث أنشاء في موقع مؤقت .<sup>3</sup>

**المطلب الرابع: استخدامات شبكات التواصل الاجتماعية**

✓ **الاستخدامات الاتصالية:** وهو الاستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت يهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات ، ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالبا ،وان اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية .

<sup>1</sup> هاجر قرين : استخدام المراهقين لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك و الاشباكات المحققة منها ، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر

تخصص اتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2017-2018 ، ص . 75 .

<sup>2</sup> ابتسام زربيري و ماريا الاعور : استخدام طلبة الجامعة لوسائل الإعلام الجديد و الاشباكات المحققة منها ، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرياح ورقلة 2014-2015 ، ص، 57 .

<sup>3</sup> نزيهة عثمانة : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعين : مذكر مكملة لنيل شهادة الماستر اتصال وعلاقات عامة ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، 2016-2017 ، ص 24 .

✓ **الاستخدامات التعليمية:** تلعب شبكات الاجتماعية دوراً في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له ، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور والطلاب وعدم الاقتصار على تقديم المقرر

وإستخدام الشبكات الاجتماعية يزيد فرصة التواصل والاتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة ، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم ، ما يوفر جواً من مراعاة الفروق الفردية ، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارة أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي<sup>1</sup>.

✓ **الاستخدامات الإخبارية:** أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيداً عن الرقابة ما يجعلها أحياناً ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييسه بغرض التأثير على الرأي العام.

✓ **الاستخدامات الدعوية:** أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين وغير مسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعوق التواصل المباشر وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل، والتوفير في الجهد والتكاليف<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> عبد الرحمن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، 2014 ص 68

<sup>2</sup> عبد الرحمن إبراهيم الشاعر ، مرجع نفسه ، ص 78

المبحث الثاني: أساسيات الإعلام الإسلامي

المطلب الأول: تعريف الإعلام الإسلامي

المطلب الثاني: خصائص الإعلام الإسلامي

المطلب الثالث: أهداف وظائف الإعلام الإسلامي

المطلب الرابع: وسائل الإعلام الإسلامي

المطلب الخامس: واقع الإعلام الإسلامي إلكتروني

## المبحث الثاني: أساسيات الإعلام الإسلامي:

### المطلب الأول: تعريف الإعلام الإسلامي:

يعرفه الدكتور منير حجاب بأنه : هو جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال هيئة كانت أو جماعة أو فردا لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها ، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية و أفراده ، بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع ، وذلك بغرض تكوين رأي صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها و يتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته<sup>1</sup>

الإعلام الإسلامي هو إعلاء كلمة الله تعالى ، في كل عصر ، بوسائل الاتصال كافة ، المناسبة لكل عصر، و التي لا تتناقض مع مقاصد الشريعة الإسلامية، وهو أداء كبرى بيد الدعوة إلى الله على مر العصور ، لكن الاتصال ، وهذا واضح جدا في عصرنا الحاضر الذي تطورت فيه هذه الوسائل بشكل كبير حتى وصلنا إلى مرحلة استخدام الأقمار الصناعية لا يقتصر الإعلام الإسلامي على الوسائل الإعلامية القديمة فقط من خطبة و دروس ومحاضرة وإنما عليه أن يفيد من الوسائل الحديثة من المذياع، والتلفاز، والسينما والمسرح ، والانترنت ، والصحيفة ، والمجلة ... و يستخدم تلك الوسائل استخداما راقيا جذابا شاملا لكل الوظائف الإعلامية كي تحقق الغرض المطلوب، وتجذب انتباه الناس إليه والسيطرة على عقولهم وقلوبهم.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: خصائص الإعلام الإسلامي:

للإعلام الإسلامي خصائص تجعله يختلف عن غيره من أنواع الإعلام:

**1 - إعلام قاعدته الحرية وقيمه المسؤولية:** في النظام الإسلامي تعد الحرية أساس النظام السياسي وهي قاعدة لنظامه الإعلامي والحرية فطرة لا يصادرها الإسلام ، وفي الإعلام الإسلامي إذا كانت القاعدة الحرية ، فالمسؤولية هي قمته حتى لا تتطلق الحرية بدون ضوابط ، ومن هذه الضوابط : العقيدة ، والأخلاق ، وعدم المساس بالآخرين وهي خاصية يمتاز بها الإعلام الإسلامي دون الإعلام الغربي الذي يطلق للحرية العنان مما ينتج عنه التفريط ، و بها أصبح الإعلام الغربي إعلاما بإباحيا وفاسدا ، والإعلام الإسلامي يتوسط ويتمثل التوازن .

**2- إعلام حرمت وحقوق: والحرمت هي :** حرمة الدين ، وحرمة العرض ، وحرمة النفس ، وحرمة العقل ، وحرمة المال .

<sup>1</sup> طه أحمد الزبيدي : المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل ، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن ، ص 45.

<sup>2</sup> عبد الرحمن حجازي: الإعلام الإسلامي بين الواقع والمرجى ، دار المعرفة، لبنان ، ص ، 13 .

الإسلام يقدر المسؤولية ويحافظ على حقوق الفرد في مواجهة الآخرين وللإسلام ضوابط للإعلام، منها: أن الإعلام يخدم المبدأ ولا يخدم النظام ، ويكون الإعلام في خدمة الإسلام وليس الإسلام في خدمة الإعلام.<sup>1</sup>

3- **إعلام ملتزم بالإسلام وأخلاقه** : لقد قدم الإسلام للإنسانية دستوراً أخلاقياً شاملاً، تنظمه نظرية مفصلة توضح كل العناصر الضرورية اللازمة لتكوين فكرة دقيقة عن الطريقة التي ينبغي أن نتصور بها الأخلاق، والنظرية الإسلامية في الأخلاق، نظرية فريدة عمادتها الالتزام والمسؤولية وجزاء، ولهما حد أدنى من الأخلاق الفاضلة تخص الإنسان العادي، وما زاد فهو إكمال يحث عليه القرآن الكريم ويدعو إليه وتعد الأخلاق الفاضلة أساساً مهماً من أسس العلمية الإعلامية، والإعلام في كل أبعاده إعلام أخلاقي.

4- **إعلام مستقل رافض للتبعية**: الإعلام الإسلامي يتميز باستقلالية ورفضه للهيمنة، وهو ذاتي الانطلاق ويرفض أشكال التبعية، وهو عالمي التوجيه ودعوته عالمية، وهو بهذا يرفض كل ما يتعارض مع المصادر الأساسية للإسلام من قرآن الكريم وسنة نبوية.<sup>2</sup>

5- **إعلام واقعي وتنموي**: الإعلام الإسلامي يستمد مادته من الواقع فيتابع الظواهر الاجتماعية فيه يشجع الصالح منها ويدعو إليه، ويذم السيئ منها ويحذر منه، ويقدم الحلول لمعالجتها ويتناولها بأسلوب سلس العبارة واضح المقصد، وهو في ذلك يتبنى المشاريع التطورية والتنموية، للارتقاء بالأمة والنهوض بها وفق أسلوب علمي ذي سياسة تخطيطية، كما انه يوظف ما تتوصل إليه الثورة التكنولوجية من ابتكارات واختراعات، وما هو الإعلام الإسلامي يخطو خطوات واسعة في وسائله من خلال تبني القنوات الفضائيات والشبكة المعلوماتية (الانترنت)<sup>3</sup>

7- **إعلام قائم على الإقناع الإكراه**: اعتمد الإعلام الإسلامي في مخاطبة جماهير الناس على الإقناع دون الإكراه، وهو مبدأ إسلامي مهم عرضته الآيات والأحاديث وطبقه رسول الله صلى الله عليه وسلم ودأب عليه الإسلام إلى يومنا هذا.<sup>4</sup>

### المطلب الثالث: أهداف وظائف الإعلام الإسلامي:

#### 1\_ الأهداف الإعلام الإسلامي:

إن الإعلام الإسلامي لا يقتصر بدوره على قضايا معينة يحققها لهذا الإنسان لكنه يتدخل في كل قضية من قضاياها بالدور الملائم والمناسب:

<sup>1</sup> منتصر حاتم: أيدولوجيات الإعلام الإسلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، ص 59 ، 60 .

<sup>2</sup> محمد موسى البر : الإعلام الإسلامي (دراسة في المفاهيم والأصول والخصائص ) مجلة جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية العدد العاشر ص 27 .

<sup>3</sup> طه أحمد الزبيدي : مرجع سبق ذكره ، ص ، 102 .

<sup>4</sup> نجلاء إسماعيل أحمد: الإعلام الديني والتعددية الثقافية ، دار المعتز للنشر والتوزيع ، 2017 ، ص 31.

- **أهدافه العقائدية:** للإبلاغ بها صافية نقية، ولترسيخها في النفوس المدعويين، ولرد الشبهات المعروضة من قبل المناوئين لصد الآخرين عن الوصول إليها
- **أهداف الثقافية:** لتعميم الوعي والفهم، والتعليمية والمعرفة والتربوية من أجل إيجاد الفرد الصالح السوي.
- **أهداف الاجتماعية:** الرامية إلى غرس تماسك المجتمع و ترابط، وترسيخ معاني الإخوة والمحبة والإيثار، وغرس روح التعاون على البر والتقوى فيما بينه، وتبدأ أهدافه الإصلاحية بالفرد ثم الأسرة، ثم المجتمع، ثم الحكم في آن واحد.
- **أهداف الاقتصادية:** الرامية إلى تحسين أوضاع الأمة في الكسب والإنفاق وترشيدها في الأخذ والعطاء، والحماية من الغش والاحتكار، والتحذير من النهب والاستغلال وعرض أفضل الطرق وأيسرها للتجارة وإدارة الأموال دون أن توجد في الأمة ضيقاً وعنناً أو تسبب للدولة أزمة وخنقا
- **أهداف السياسية:** للتوجه والإرشاد والنصح والمشورة، والتسديد والإصلاح، والتوثيق العلاقة وتنميتها بين الحاكم والأمة دعاء أساس من العدل والطاعة والالتزام، والرعاية لمصالح الأمة، والمحافظة على أمنها وحريتها، هذا في الداخل، وتنظيم العلاقات الدولية وتحديد مسارها سلماً وحرماً وصدقة ومعاهدة...<sup>1</sup>
- **أهداف العسكرية الجهادية:** للتوعية والاستنفار ورفع الروح المعنوية في صفوف المجاهدين وللحرب النفسية في الأعداء المحاربيين ثم لكشف المخططات وفضح المؤامرات، والإسهام في التعبئة العامة والإعداد الشامل من الناحية الفكرية والمعنوية والروح القتالية ...
- **أهداف الترفيهية:** للتسلية والترجيع، ولتجديد النشاط وأداء الواجبات والقيام بالمسؤوليات، كما أنها أيضاً للتدريب على معاني القوة ووسائل الجهاد في سبيل الله، وهذه من مميزات وخصائص لهو الإسلام، لأنه لهو يريح القلب ويدخل السرور والمرح على النفس، وفي نفس الوقت يتعلم منه الجد والنشاط في العبادات وحسن الأخلاق.<sup>2</sup>
- أن الهدف الأسمى للإعلام الإسلامي هو الدعوة لتوحيد الله عز وجل، إضافة إلى بعض الأهداف المرطوية يسعى هذا الإعلام إلى أن يصل إليها، ومنها توعية المسلمين في مختلف بقاع العالم بدورهم في التصدي لحملات التشويه من أعداء الإسلام، وتصحيح المفاهيم الخاطئة أو تلك التي يحاول الإعلام المغرض الترويج لها، فضلاً عن إبراز الجوانب الإيجابية في الدين الإسلامي.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الله قاسم الوشلى : الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة ، دار عمار للنشر والتوزيع ، عمان ، 1994 ص 41، 42

<sup>2</sup> منتصر حاتم :مرجع سبق ذكره ، ص ، 62.

<sup>3</sup> حردان هادي الجنابي : الإعلام الإسلامي الإلكتروني دراسة لمواقع الإسلامية على الانترنت ، دار الغربي للنشر والتوزيع ، ص 18 ، 19.



## 2\_وظائف الإعلام الإسلامي:

\_ **وظيفة دعوية:** وهي جزء من الأمانة التي تحملتها أمة محمد صلى الله عليه وسلم ويسعى الإعلام الإسلامي إلى نشر عقيدة التوحيد كما يتبنى الدعوة إلى العبودية الخالصة لله وحده دون سواه ونبذ كل مظاهر الشرك وكشف الطواغيت وتحريير العقيدة من مفتريات أعداء الإسلام وما علق بها من مخالفات وكشف العقائد الباطلة والضالة ، فكل الإعلام دعوة .

\_ **وظيفة إخبارية:** ينقل الإعلام الإسلامي الأخبار والمعلومات والأحداث والوقائع ، ويتبنى قضايا المسلمين ويبرزها ويحللها ويقدم الحلول المناسبة لها وفق المنظور الإسلامي مع الاهتمام بقضايا الأقليات المسلمة في العالم.

\_ **وظيفة علمية وتربوية:** ترمي إلى الارتقاء باهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم وتزويدهم بعلوم الشريعة وغيرها من العلوم النافعة، وإشاعة المفاهيم الإسلامية بمبادئها السامية وقيمها الرفيعة وغرس المعاني التربوية والأخلاقية التي جاءت بها الربيعة الإسلامية لبناء جيل إيماني قادر على النهوض برسالة الإسلام .

\_ **وظيفة تثقيفية:** الإعلام الإسلامي ينبغي أن يهتم بالثقافة العامة لأنها أصبحت أداة رئيسية ووسيلة لا يستغنى عنها في الإعلام.

\_ **وظيفة اجتماعية:** تعمل على بناء الشخصية الإسلامية المتوازنة المفكرة والمبدعة والقوية وبناء المجتمع المتماسك والمتكامل وتعميق الشعور الإنساني تجاه الآخرين مع بث روح الألفة و المواد والتعارف والتآلف والانسجام بين سائر المسلمين ،وهده الوظيفة تراعي أيضا الجانب الترفيهي في الوسائل الإعلامية بما يتوافق مع الضوابط الشرعية .

\_ **وظيفة توعوية:** واقع الأمة الإسلامية وما يحاك تجاهها من مؤامرات من أعداء الأمة في الخارج وأذنانهم في الداخل .<sup>1</sup>

\_ **وظيفة تنموية:** المساهمة الفعالة في تنمية المجتمع اقتصاديا واجتماعيا وعلى أسس سليمة راسخة تعتمد الأرقام والمعلومات وتؤدي دورا موازيا ومكملا لجهود الدولة .

\_ **وظيفة تقويمية:** من وظائف الإعلام الإسلامي عملية التقويم لأداء الناس وأنشطتهم وأعمالهم وأقوالهم وهذا بالطبع لا يتأتى إلا إذا اعتلى منابر الإعلام أهل العلم والنقى والإيمان والصلاح.

\_ **وظيفة ترفيهية:** الترفيه الهادف يروح عن النفس ويعدها لما بعدها من جهاد وبذل، والبشر يصيبهم الملل والتعب مما يستدعي الترفيه لاستعادة النفس وبث النشاط فيها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>منتصر حاتم حسين :مرجع سبق ذكره ، ص ، 101 ، 103، 104

<sup>2</sup>عادل السيد محمد علي :الإعلام الإسلامي مفهومه ، مشروعيته ، ضوابطه ،المعهد العالي للعلوم الإدارية بجناكليس - البحيرة . ص 21.

## المطلب الرابع: وسائل الإعلام الإسلامي

❖ **الخطبة** : وهي من الفنون الإعلامية القديمة ، وقد ظهر أثرها في شبه الجزيرة العربية قبل الإسلام واستخدمها الخطباء بهدف الإقناع واستمالة الآخرين بتأثير فيهم عاطفيا وعقليا معا وقد تعامل الإسلام مع الخطبة تعاملًا متميزًا بل جعل منها فريضة يستمع إليها في أيام الجمعة والأعياد ، وللخطبة عند المسلمين مكانة في القديم والحديث ، لم تستطع وسائل الإعلام الحديث زحزحتها ، وما تزال الخطبة إلى الآن من الفنون الإعلامية المؤثرة التي لو أحسن الخطباء استغلالها لفاق تأثيرها كل وسيلة .

❖ **المطبوعات** : وتشمل الصحف والمجلات الإسلامية المتخصصة وتتضمن أيضا الكتب والكتيبات الإسلامية ، والملصقات و المطويات ، وفي هذا المجال فمكتبتنا الإسلامية تزخر بكم هائل من وقيم من المصنفات التي تمثل مرجعا لجميع الكتاب والباحثين والمتفهمين ومسترشدين ، وكل هذه الوسائل المطبوعة تسهم بشكل كبير وفعال في مجال الإعلام الإسلامي وقضاياها المختلفة وتعمل علي معالجتها إسلامية واعية<sup>1</sup>

❖ **الراديو** : لا نستطيع أن نغفل دور الراديو في الإعلام الإسلامي لما فيه من محطات للقرآن الكريم والتفسير والحديث والسيرة والدروس الدينية التي تعالج أمور وقضايا الجماهير من وجهة نظر إسلامية ناهيك عما يقوم به الراديو في المناسبات الإسلامية من نقل الشعائر الدينية سواء في الحج أو الأعياد أو أيام الجمعة إلى آخر المناسبات التي يحتفل بها المسلمون

❖ **التلفاز** : يتميز التلفاز بأنه يجمع العناصر الثلاثة المؤثرة في خيال الجماهير وهي الصوت والصورة والحركة ، فالتلفاز يؤدي دورا عاما في توصيل الرسالة الإعلامية الإسلامية من خلال برامجه الدينية إلى أنحاء كثير من الكرة الأرضية ، ويغني الرجال العاملين في جهاز الدعوة الذهاب إلى أماكن قد تكلفهم مجهودا لا يقدرون عليه فهو وسيلة توفر الإعلام للناس دون أن تكلفهم عبئا ماديا أو مشقة بدنية .

❖ **الشبكة العنكبوتية ( الانترنت )** : في مجال الدعوة الإسلامية يمكننا أن نشير إلى وسائل اتصال عديدة عبر الانترنت يمكن أن تفيد في عرض القضايا الدينية وإبراز سمات الإسلام وبت القرآن الكريم بأصوات المقرئين المشهورين وتفسيراته و السير النبوية والحديث النبوي والتعرف بعلماء المسلمين وسيرهم وذلك من خلال المواقع الإسلامية والبريد الإلكتروني ومجموعة المناقشة والمجموعات الإخبارية وعقد المؤتمرات عن بعد والمجلات الالكترونية من خلال تبادل الآراء والأفكار مع الآخرين ولهذا فالإنترنت كوسيلة تكنولوجيا متقدمة جدا و مهمة جدا للدعوة الإسلامية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سمية إبراهيم المكاوي : الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم ( دراسة مقارنة ) كلية الدراسات العليا جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2016 ص 70 .

<sup>2</sup> سعد بكوش: تحديات الإعلام الدعوي في ظل العولمة دراسة نظرية ،مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر ،قسم العلوم الإنسانية كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي 2015 ، ص 32 .

### المطلب الخامس: واقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني:

لقد ظهرت العديد من المواقع الإسلامية التي تنوعت في المضامين والتخصصات، ما أعطى الإعلام الإسلامي فرصة كبيرة في الوصول إلى الجمهور العالمي بسهولة. وعلى الرغم من عدم وجود إحصاءات دقيقة لعدد المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت وإن كانت قد أشارت بعض الدراسات في هذا المجال إلى تزايدها في السنوات الأخيرة إلا إن أغلب المؤشرات تؤكد أن أعدادها قليلة إذا ما قورنت بالمواقع المعادية للإسلام. فالمنظمات التنصيرية هي أولاً في المواقع الدينية على شبكة الإنترنت، حيث تحتل ( 62 %) من المواقع ، ويليهما في الترتيب المنظمات اليهودية ، في حين يتساوى المسلمون مع الهندوس ، حيث لم تزد حصة كل منهما على ( 9 % ) فقط.<sup>1</sup>

إذ كانت رسالة الإعلام الإسلامي كما أسلفنا مبنية على هدف ورسالة ومطلوب من هذا الإعلام أن ينشرها بآلياته العصر ويضعها في اعتباره لضمان صلاح البشرية كلها ، فإن واقع الإعلام الإسلامي الإلكتروني الحالي يشير لخلل داخلي ما في وسائل نقل وعرض هذه الرسالة أو طريقة الترويج والإقناع، أو في فهم الرسالة نفسها وشموليتها، فضلاً عن قيود خارجية تتمثل في العولمة الغربية وقدرة على التفوق على الإعلام الإسلامي وتخريب ما يصلحه حيث ظهرت على شبكة الإنترنت التجاذب والتنافر التنظيمي والحركي و اتساع الفجوات بين التنظيمات الإسلامية المختلفة، ووصل الأمر ببعض الشيوخ أو الجماعات للاهتمام بالدعوة لموقعة الالكترونية واجتهاداته المنشورة على الموقع بأكثر من الاهتمام بالرسالة الأساسية للإعلام الإسلامي في نشر جزء من الثقافة الإسلامية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حردان هادي الجنابي: مرجع سبق ذكره ، ص ، 4 .

<sup>2</sup> سمية إبراهيم الكاوي: مرجع نفسه ، ص ، 84.

## خلاصة

في الأخير يمكننا القول أنه كان لظهور الانترنت التي تعد إحدى وأقوى وسيلة اتصال في الوقت الحاضر، لم لها من أهمية كبير في نشر الرسالة الإسلامية بتقنيات الاتصال الحديثة التي أقيمت الفرد عبر العالم الإسلامي في نمط اتصالي موحد عبر الوسائط المتعددة، ومن هذه الوسائط الجديدة شبكات التواصل الاجتماعي، لذا نجدها أصبحت تأخذ حيزا كبيرا ضمن اهتمامات واستخدامات المجتمع المسلم، نظرا لما تقدمه من وظائف والتقنيات الإعلامية والتنقيفية والمعرفية والدعوية.

الفصل الثالث: الإجراءات التطبيقية

لِلدراسة

المبحث الأول: تحليل وتفسير بيانات الدراسة  
الأولية

المطلب الأول : تحليل وتفسير عادات وأنماط متابعي  
صفحة من رحيق العلم والايمان

المطلب الثاني : تحليل وتفسير أسباب ودوافع متابعة  
صفحة من رحيق العلم والايمان

المطلب الثالث: تحليل وتفسير الاشباعات المحققة  
لمتابعة صفحة من رحيق العلم والايمان

المبحث الأول: تحليل وتفسير النتائج الأوليةالمطلب الأول: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بمحور عادات وأنماط استخدام المبحوثين لصفحة"من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك

الجدول (4) : يبين مدى اهتمام المبحوثين بما ينشر على صفحة "من رحيق العلم والإيمان" :

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
20%	10	غالبًا
58%	29	أحيانًا
22%	11	نادرا
<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>المجموع</b>

يمثل الجدول مدى اهتمام المبحوثين بما ينشر عبر صفحة "من رحيق العلم والإيمان" حيث أن معظم المبحوثين يهتمون بالصفحة أحيانا وهذا بنسبة 58%، ثم تليها نسبة المبحوثين الذين نادرا ما يهتمون بها بنسبة 22%، وتليها نسبة المبحوثين الذين غالبا ما يهتمون فيها ينشر وهذا ب 20%، وهذا ما يجعلنا نقول أن اهتمام المبحوثين بما ينشر على صفحة من رحيق العلم و الإيمان غير منتظم ويرجع في اعتقادنا إلى اختلاف حاجاتهم إليها من شخص لآخر .

الجدول (5): يبين مدة بدأ المبحوثين استخدام صفحة من "رحيق العلم و الإيمان" على الفيسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
28%	14	اقل من ثلاثة أشهر
32%	16	من ثلاثة أشهر إلى ستة أشهر
34%	17	أكثر من ستة أشهر
6%	3	سنة
<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>المجموع</b>

يمثل الجدول مدة استخدام المبحوثين لصفحة من "رحيق العلم والإيمان" " الفيسبوك " وتشير النتائج أن 34% من العينة بدوا يستخدمون صفحة من رحيق العلم والإيمان منذ " أكثر من ستة أشهر" ويليهم من يستخدمونها " من ثلاثة أشهر إلى ستة أشهر بنسب 32%، أما عن من يستخدمونها منذ

أقل من ثلاثة أشهر فنسبتهم لم تتعدى 28% ، وتأتي في الأخير نسبة 6% بالنسبة للذين يستخدمون الصفحة منذ سنة ، ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة بدأ الاستخدام الصفحة منذ أكثر من ستة أشهر ، وذلك راجع إلى حداثة الصفحة التي أنشئت منذ سنة تقريبا<sup>1</sup>.

**الجدول (6):** يبين مقدار الوقت الذي يقضيه المبحوثين يوميا على صفحة "من رحيق العلم والإيمان"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
38%	19	أقل من ساعة
0%	0	من ساعة إلى ساعتين
62%	31	حسب الظروف
100%	50	المجموع

يمثل الجدول عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام صفحة من رحيق العلم و الإيمان حيث تشير النتائج إلى أن أغلبهم ليس لديهم ساعات محددة يقضونها في استخدام صفحة " من رحيق العلم و الإيمان " فأكثر من نصف العينة اختارت " حسب الظروف " بنسبة 62% في حين يقضي 38% منهم أقل من ساعة ، ويمكن تفسير ذلك بأن أغلب المبحوثين يكون استخدامهم للصفحة من الرحيق العلم والإيمان حسب ما تتسنى لهم من وقت أو كلما سمحت لهم الفرصة بإضافة إلى اهتمامات أخرى وخدمات أخرى عبر الفيسبوك

**الجدول (7) :** يبين الفترة التي يتم فيها تصفح صفحة "من رحيق العلم و الإيمان"

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
14%	7	الفترة الصباحية
36%	18	الفترة المسائية
50%	25	الفترة الليلية
100%	50	المجموع

<sup>1</sup> هي صفحة دينية تحتوي على منشورات تربوية تثقيفية تعليمية تنشر كل ما يخص الدين الإسلامي من صور ومنشورات ومقاطع فيديو أنشئت منذ سنة تقريبا ، تنشط على شبكة الفيسبوك فهي فضاء للنقاش والحوار في ما يخص المواضيع الدين الإسلامي. ( انظر الملحق رقم 2)



يمثل الجدول فترة استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم والإيمان" حيث بلغت الفترة الليلية 50% ويليهما الفترة المسائية بنسبة 36% وفي الأخير تأتي الفترة الصباحية في استخدام المبحوثين للصفحة بنسبة 14%.

ويمكننا تفسير ذلك أنه وبحكم ارتباط وانشغالات المبحوثين فليس لديهم الوقت الكافي للتفرغ واستخدام صفحة "من رحيق العلم والإيمان"، في كل من الفترة الصباحية والمسائية، كما ان الفترة الليلية هي الأخرى تمثل وقت الذروة لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

**الجدول (8): يبين المكان المفضل لمتابعة المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والإيمان :**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
84%	42	المنزل
16%	8	العمل
0%	0	مقهى الانترنت
0%	0	مكان الدراسة
100%	50	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه الأماكن التي يفضلها المبحوثين في متابعة صفحة "من رحيق العلم والإيمان"، حيث أن المنزل هو أكثر الأماكن التي يستخدمها المبحوثين وهذا بنسبة 84% ثم العمل بنسبة 16%.

ويلجأ المبحوثين للمنزل في استخدامهم صفحة من "رحيق العلم و الإيمان" لكون هذا الأخير هو أكثر الأماكن التي تتمتع بالهدوء بإضافة أما بالنسبة إلى مكان العمل فربما في أوقات الفراغ أو الراحة، أو من أجل مشاركة النقاش في المواضيع الدينية مع زملاء العمل.

**الجدول (9): يبين الوسيلة التي يستخدم من خلالها المبحوثين صفحة "من رحيق العلم والإيمان"**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
4%	2	جهاز الكمبيوتر
10%	5	الجهاز اللوحي
86%	43	الهاتف الذكي
100%	50	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الوسيلة التي يستخدم من خلالها المبحوثين صفحة "من رحيق العلم و الإيمان" ، حيث أن أكثر من نصف العينة يستخدمون الهاتف الذكي بنسبة 86% لتليها الفئة التي تستخدم الجهاز اللوحي بنسبة 10% أما من يستخدمون جهاز الكمبيوتر فيمثلون نسبة 4%

ويمكننا تفسير ذلك لتوفر الهواتف الذكية لدى معظم المبحوثين وفي متناول أغلبهم وتوفره على تقنيات وتطبيقات و ولقدرة على تحميلها وتحديثها ، من بينها الفيسبوك وكذلك سهولة استخدامه في كل مكان ما سهل استخدامه مقارنة بالجهاز اللوحي أو الكمبيوتر في التصفح .

**الجدول ( 10 ) :يبين طريقة مشاركة المبحوثين في صفحة من رحيق العلم والإيمان :**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
54%	27	تتصفح الصفحة فقط
14%	7	تبادل الرسائل
26%	13	تدخل في مناقشات جماعية
6%	3	تبادل الفيديوهات
100%	50	المجموع

يمثل الجدول أعلاه الطريقة التي يفضل بها المبحوثين المشاركة في صفحة "من رحيق العلم والإيمان" حيث أجاب أغلبهم بأنهم يفضلون تصفح الصفحة فقط بنسبة 54%، والدخول في مناقشات جماعية بنسبة 26%، أما 14% بالنسبة لتبادل الرسائل، في حين يكتفي 6% منهم بتبادل الفيديوهات. من خلال هذه النتائج يتضح لنا بأن المبحوثين يميلون إلى تصفح الصفحة فقط وإطلاع على محتوياتها، ونجد البعض منهم يستخدمون الصفحة للدخول في مناقشات جماعية باعتبارها صفحة على الفيسبوك فهي فضاء للنقاش والحوار.

**الجدول (11) :يبين الخدمات المفضلة لدى المبحوثين عبر صفحة من "رحيق العلم والإيمان" :**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
42%	21	مشاركة الفيديوهات
16%	8	التعليقات
42%	21	الصور
100%	50	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الخدمات المفضلة لدى الباحثين عبر صفحة "من رحيق العلم و الايمان " حيث يميلون إلى مشاركة الفيديوهات والصور بنسبة 42% أما إدراج التعليقات بنسبة 16% و نفس تفضيل الباحثين لاستخدام ومشاركة الفيديوهات والصور باعتبارها توفر لهم إمكانية إبراز توجهاتهم و أنها أكثر مصداقية و مثيرة للانتباه وتحرك مشاعرهم ومشاركة الصور التي تمثل أفكارهم ومبادئهم وحالتهم النفسية و ما يحبونه أو يملون إليه.

#### الجدول (12): يبين طريقة تفاعل الباحثين مع المواضيع المنشورة:

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
8%	4	تعلق عليها
28%	14	تسجل إعجاب بها
46%	23	تكتفي بالاستفادة منها و لا تمررها
18%	9	تمررها للآخرين
100%	50	المجموع

يمثل الجدول أعلاه طريقة تفاعل الباحثين مع المواضيع المنشورة حيث أجاب أغلبهم أنهم يستفيدون منها و لا يمررونها بنسبة 46%، ويسجلون الإعجاب بها بنسبة 28% أما 18% يفضلون تمريرها للآخرين، كما نجد 8% منهم فقط يعلقون على المنشورات توضح لنا هذه النتائج بأن الباحثين يميلون إلى الاستفادة الشخصية و لا يمررونها أي تكون الاستفادة بشكل فردية في حين يتكاسل بعض الباحثين على تمريرها ربما لاعتقادهم بأنها تقيدهم ولا تفيد غيرهم تسجيل إعجاب بما يلبي احتياجاتهم ورغباتهم.

المطلب الثاني: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بمحور أسباب ودوافع الاستخدام الباحثين لصفحة "من رحيق العلم و الايمان" على الفيسبوك .

#### الجدول (13) : يبين الأسباب التي تدفع الباحثين لمتابعة صفحة من رحيق العلم والإيمان

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
28%	14	مضمونها المتجدد
26%	13	خاصية تفاعلية في الصفحة
14%	7	موثوقية القائمين على الصفحة
32%	16	المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي
100%	50	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه الأسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة صفحة من "رحيق العلم والإيمان" فكانت المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي من بين أكثر أسباب و لدوافع الاستخدام بنسبة 32% لصفحة "من رحيق العلم والإيمان" ويليهما مضمونها المتجدد بنسبة 28%، أما بالنسبة لخاصية تفاعلية الصفحة فتمثلت نسبة 26%، في حين يكفي 14% منهم بموثوقية القائمين على الصفحة .

و يبرز هنا أن المبحوثين يبحثون عن المعلومات الدينية في شكل جديد يبعدهم عن الملل وعن الأوامر والنواهي

**الجدول: (14) يبين الدوافع الشخصية لمتابعة صفحة من رحيق العلم و الإيمان :**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
20%	10	استذكار تعاليم الدين الإسلامي
30%	15	الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي
40%	20	الأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية
10%	5	التعرف على التربية السليمة في الدين الإسلامي
100%	50	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه الدوافع الشخصية لمتابعة صفحة من " رحيق العلم والإيمان" فكان الأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية من أكثر الدوافع الشخصية لاستخدام الصفحة بنسبة 40%، وتليها الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي بنسبة 30%، أما بالنسبة لاستذكار بالتعاليم الدين الإسلامي بنسبة 20%، في حين 10% اكتفوا بالتعرف على التربية السليمة في الدين الإسلامي .

توضح لنا هذه النتائج أنهم يميلون إلى الأخذ بالنصائح و الإرشادات الدينية في مختلف القضايا والمسائل الدينية ولسهولة الوصول إليها، والتعامل معها ومن أجل الوصول إلى مختلف الحلول للمشاكل التي تواجههم في حياتهم اليومية .

الجدول (15) : يبين أكثر المضامين الإسلامية التي يفضلها المبحوثين في صفحة من رحيق العلم و الايمان

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
48%	24	القصص الإنسانية الواقعية
14%	7	القصص القرآنية
18%	9	قصص السلف الصالح
10%	5	الأحاديث النبوية
10%	5	أقوال الحكماء وعلماء الدين الإسلامي
100%	50	المجموع

يوضح لنا الجدول أكثر المضامين الإسلامية التي يفضلها المبحوثين في صفحة " من رحيق العلم و الايمان"، حيث 48% منهم يفضلون القصص الإنسانية الواقعية و 18% ويفضلون القصص السلف الصالح أما 14% القصص القرآنية و ،الأحاديث النبوية و أقوال الحكماء وعلماء الدين الإسلامي بنسبة متساوية بلغت 10% منهم .

ويمكننا تفسير ذلك أن القصص الإنسانية قريبة الواقع المعاش للمبحوثين و تثير انتباههم ومشاعرهم وأكثر تأثيرا في المجتمع فهي تساعدهم في أخذ العبر و مدى فاعليتها في تلبية احتياجات ورغبات المبحوثين و إشباعها.

الجدول : (16) يبين لنا تقييم المبحوثين للمحتويات صفحة من رحيق العلم و الايمان

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
34%	17	حسنة
28%	14	متوسط
4%	2	ضعيفة
34%	17	جيد
100%	50	المجموع

يبين الجدول أن معظم أفراد العينة انقسموا بين أن ما تقدمه صفحة" من رحيق العلم و الايمان" جيد وحسن بنسبة 34%، لتليها الفئة التي ترى أن محتوى الصفحة متوسط بنسبة 28%، أما من يرى بأن المحتوى ضعيف فنسبتهم 4%.

ويمكننا تفسير ذلك من خلال أن استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم و الايمان" وذلك راجع إلى الخدمات التي توفرها الصفحة للمبحوثين، و التي تلبي احتياجاتهم ورغباتهم و هذا ما يعكسه مضمون الصفحة ، وربما لأن مضمون الصفحة خال من الغلو ويميل أكثر إلى الوسطية في العرض المواضيع الدينية .

### المطلب الثالث: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بمحور الإشباعات المحققة من استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم و الايمان"

الجدول ( 17 ) : يبين الاشباعات المعرفية التي تحققت من رحيق العلم و الايمان للمبحوثين

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
36%	18	الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر
38%	19	إثراء الرصيد المعرفية الدينية
26%	13	تبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي
100%	50	المجموع

يبين الجدول أعلاه الاشباعات المعرفية التي يحققها من خلال استخدامهم لصفحة "من رحيق العلم و الايمان"، أن أولى الإشباع التي تجعل من المبحوثين يستخدمون صفحة "من رحيق العلم و الايمان" هي إثراء الرصيد المعرفية الدينية بنسبة 38%، ثم تليها 36% منهم من أجل الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر، و تأتي بعدها تبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي بنسبة 26%

ويمكننا تفسير ذلك بالقول بأن المبحوثين يعتبرون صفحة " من رحيق العلم و الايمان" مصدرا لإثراء رصيدهم في المعرفة الدينية التي تحقق من خلالها إشباع متوقع من الصفحة ليفيدوا بها أنفسهم ليجددوا معلوماتهم الدينية ويرفعون مستواهم في هذا الشأن .

**الجدول (18) : يبين الاشباعات النفسية التي تحققها صفحة من رحيق العلم والايمان للمبحوثين**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
38%	19	التخلص من التوتر والقلق
14%	7	التفيس والتعبير
26%	13	الشعور بالرضا
22%	11	تعزيز الثقة بالنفس
100%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ما تحققه صفحة "من رحيق العلم والايمان" بخصوص الجانب الاشباعات النفسية فنجد أن الصفحة تخلصهم من التوتر والقلق بنسبة 38% وساعدتهم على والشعور بالرضا بنسبة 26%، وتعزز الثقة بالنفس لديهم بنسبة 22% وفي الأخير التفيس والتعبير 14% ويمكننا تفسير ذلك أنه عندما يجدا المبحوثين إجابات عن تساؤلات و الانشغالات الكثيرة في حياتهم الدينية يشعروهم بالرضا و يخفف القلق والتوتر.

**الجدول (19) : يبين أثر استخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والايمان على حياتهم .**

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
44%	22	تعزيز ثقافتك الدينية
28%	14	التعرف على وجهات نظر رجال الدين في قضايا الدينية
28%	14	مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي
100%	50	المجموع

يبين الجدول أن استخدام معظم أفراد العينة لصفحة "من رحيق العلم والإيمان" ساهم في تعزيز ثقافتهم الدينية بنسبة 44% في حين يرى 28% منهم أنه ساهم في التعرف على وجهات نظر رجال الدين في القضايا الدينية، و النسبة 28% منهم يناقشون المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي.

ويمكننا تفسير ذلك من خلال الإشباعات المحققة وهذا راجع لأن لكل متصفح ميوله واستخدامه لصفحة ذلك أن الفئة الأغلب من المبحوثين يجدون في صفحة من رحيق العلم والايان وسيلة هامة لتوسيع وتعزيز معرفتهم الدينية .

الجدول(20): يبين أثر استخدام صفحة من رحيق العلم و الايمان على حياة الفرد الدينية

النسبة المئوية	التكرار	الإجابات
26%	13	العبادات
50%	25	المعاملات و الأسرة و المجتمع
24%	12	علاقتك بالخالق
100%	50	المجموع

يبين الجدول أعلاه أثر استخدام صفة " من رحيق العلم و الايمان " على حياة الفرد الدينية ، إذ أن نصف أفراد العينة تأثر الصفة على حياتهم في المعاملات و الأسرى والمجتمع تليها العبادات بنسبة 26%، أما بالنسبة 24 %فتؤثر على علاقتهم بالخالق

يمكن تفسير ذلك راجع إلى أن اهتمامات أفراد العينة بالروابط الأسرية وطريقة تنظيم الأسرة في الدين الإسلامي وضبط المعاملات اليومية في المجتمع و إشباع الحاجات الاجتماعية للمبحوثين.



**المبحث الثاني:** تحليل وتفسير بيانات الدراسة حسب  
متغيرات الدراسة

**المطلب الأول:** تحليل تفسير عادات وأنماط متابعي  
صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات  
الدراسة ( الجنس، السن، المستوى التعليمي )

**المطلب الثاني:** تحليل وتفسير أسباب ودوافع متابعة  
صفحة من رحيق العلم والإيمان حسب متغيرات  
الدراسة ( الجنس، السن، المستوى التعليمي )

**المطلب الثالث:** تحليل وتفسير الاشباعات المحققة  
لمتابعة صفحة من رحيق العلم والإيمان حسب  
متغيرات الدراسة. ( الجنس، السن، المستوى التعليمي )

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة حسب متغيرات الدراسة ( الجنس، السن، المستوى التعليمي )

المطلب الأولي: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بعبادات وأنماط استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم و الايمان" على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة

الجدول ( 21 ) : يبين مدى اهتمام المبحوثين عبر ما ينشر في صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة

هل تهتم بكل ما ينشر عبر صفحة "من رحيق العلم و الايمان"؟								الإجابة	
المجموع		نادرا		أحيانا		غالبا		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%24	12	%8	4	%8	4	%8	4	ذكر	الجنس
%76	38	%14	7	%50	25	%12	6	أنثى	
%100	50	%22	11	%58	29	%20	10	المجموع	
%54	27	%10	5	%36	18	%8	4	29-18	السن
%36	18	%8	4	%18	9	%10	5	40-29	
%8	4	%4	2	%4	2	%00	0	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%22	11	%58	29	%20	10	المجموع	
%16	8	%6	3	%6	3	%4	2	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%8	4	%16	8	%4	2	ثانوي	
%56	28	%8	4	%36	18	%12	6	تعليم عالي	
%100	50	%22	11	%58	29	%20	10	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة 50% من الإناث أحيانا ما يهتمن بما ينشر على صفحة " من رحيق العلم و الايمان " ، و 14% فقط منهن يهتمن بما ينشر عليها بصفة نادرة، وغالبا ما يهتم منه نسبة 12% ، في حين نجد أن الذكور يهتمون بما ينشر في كل الحالات بنسبة لم تتجاوز 8% .

ومنه نستنتج أن نسبة الإناث الذين يستخدمون صفحة "من رحيق العلم و الايمان" تفوق نسبة الذكور، ويمكن إرجاع ذلك لتوفر المعلومات الدينية لدى الذكور وقلتها لدى الإناث ويعود ذلك إلى أن الذكور لديهم ما يعوض العالم الافتراض كالمساجد والجمعيات الدينية على عكس الإناث .

أما متغير السن فأبرز أن نسبة 36% من الفئة العمرية ما بين 18-29 سنة أحيانا ما يهتمون بما ينشر عبر الصفحة بنسبة ،فحين من 18% من الفئة العمرية الثالث 40-51 فقط تفعل ذات الأمور لم تتجاوز نسبة الاهتمام الغالب بما ينشر على الصفحة 10% لدى كل فئات العمرية

وعليه فإن الفئتين العمريتين . ( 18 - 29 ) و ( 29 - 40 ) يهتمون أحيانا للحصول على ما يردونه من خلال تصفح الصفحة وتحقيق إشباع منه و تلبية لحاجاتهم، في حين الفئتين العمريتين ( 29 - 40 ) وأكثر من 51 تباينه نتائجها بين غالبا وأحيانا وذلك راجع إلى طبيعة سنهم وأن أغلبهم يمتلك المعلومات فهو يستخدم الصفحة أما للاسترجاع أو التذكر .

ونلاحظ تأثير متغير المستوى التعليمي فإننا نجد أن مستوى الاهتمام النادر من حين لآخر تساوى لدى ذوي المستوى التعليم المتوسط بنسبة لم تتجاوز 6 % وترتفع نسبة الاهتمام أحيانا بما ينشر على الصفحة لدى بنسبة 16% من ذوي المستوى الثانوي، 36% لدى أصحاب المستوى العالي .

وتشير النتائج الدراسة أن من لهم مستوى تعليم عالي أحيانا ما يهتمون بحكم انشغالاتهم وكذلك هو الحال بنسبة الأصحاب المستوى الثانوي عكس ذوي المستوى المتوسط اللذين ينخفض اهتمامهم بسب قلة رصيدهم المعرفي.

الجدول (22) : يبين منذ متى بدأ المبحوثين في استخدام صفحة من رحيق العلم و الايمان حسب متغيرات الدراسة

منذ متى وأنت تستخدم صفحة "من رحيق العلم و الايمان؟"										الإجابة	
المجموع		سنة		أكثر من ستة أشهر		من ثلاثة أشهر إلى ستة أشهر		أقل من ثلاثة أشهر		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%2	1	%12	6	%6	3	%2	1	ذكر	الجنس
%76	38	%4	2	%22	11	%26	13	%24	12	أنثى	
%100	50	%6	3	%34	17	%32	16	%28	14	المجموع	
%54	27	%2	1	%14	7	%20	10	%18	9	29-18	السن
%36	18	%2	1	%16	8	%10	5	%8	4	40-29	
%8	4	%00	0	%4	2	%2	1	%2	1	51-40	
%2	1	%2	1	%00	0	%00	0	%00	0	أكثر من 51	
%100	50	%6	3	%34	17	%32	16	%28	14	المجموع	
%16	8	%2	1	%8	4	%6	3	%00	0	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%2	1	%12	6	%8	4	%6	3	ثانوي	
%56	28	%2	1	%14	7	%18	9	%22	11	تعليم عالي	
%100	50	%6	3	%34	17	%32	16	%28	14	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن 26% من الإناث بدئنا يستخدمنا" صفحة من رحيق العلم و الايمان" (من ثلاثة أشهر إلى ستة أشهر)، وتليها نسبة 24 % منهم بدئن استخدام من (اقل من ثلاثة أشهر) و ( لأكثر من ستة أشهر) بنسبة 22% ، في نجد أن الذكور بدؤوا استخدام الصفحة ( منذ أكثر من ستة أشهر ) و 12% منهم منذ( ثلاثة أشهر إلى ستة ) بنسبة 6% ولم تتجاوز نسبة 2% لأقل من ثلاثة أشهر وسنة.

ومنه نستنتج أن الذكور بدؤوا استخدام قبل الإناث لكن بنسبة قيل جدا، وذلك راجع إلى عدم التعريف بالصفحة من بين الصفحات الأخرى، وتم لانضمام إليها ومتابعتها حديثا بالنسبة لإناث.

أما متغير السن ، فأبرز أن نسبة 20% من الفئة العمرية ما بين 18-29 يستخدمون الصفحة (من ثلاثة أشهر إلى ستة أشهر ) ، في حين 10% من الفئة العمرية الثانية 29-40 بدؤوا استخدام (من أشهر إلى ستة أشهر) ، ولم تتجاوز نسبة 16% منهم بدؤوا استخدام صفحة من رحيق العلم و الايمان (أكثر من ستة أشهر)

ومنه نستنتج أنه كلما ارتفع السن ارتفع معه مدة متابعة صفحة من رحيق العلم و الايمان وقد يرجع ذلك إلى تفرغ هذه الفئة مقارنة بالفئات الأخرى و لتصفح المستمر لي مثل هذه الصفحات وكذلك شهر الصفحة وتطور خدماتها .

ونلاحظ تأثير متغير المستوى التعليمي فإننا نجد أن نسبة 8% من أصحاب المستوى المتوسط بدء استخدام منذ أكثر من ستة أشهر فحين 2% منهم منذ سنة و نجد ارتفع في مدة بدأ استخدام الصفحة لدى مستوى الثانوي ب 12 % ، أما فيما يخص التعليم العالي فنلاحظ قصر مدة بدأ استخدام الصفحة بنسبة 22 % لأقل من ثلاثة أشهر

وعليه فإن أصحاب المستوى المتوسط والثانوي يتابعون صفحة منذ أكثر من ستة أشهر نظرا لوعيهم الكامل بخدمات التي تقدمها الصفحة وقد يرجع قصر مدة استخدام صفحة " من رحيق العلم و الايمان" بنسبة لتعليم العالي لقلّة الوعي بخدماتها إضافة إلى الانشغال بأمر أخرى.

## الجدول (23) :يبين الوقت الذي يقضيه المبحوثين استخدام صفحة من رحيق العلم و الإيمان على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة

كم تستغرق من الوقت يوميا في استخدامك لصفحة "من رحيق العلم و الإيمان" على الفيسبوك؟								الإجابة	
المجموع		حسب الظروف		من ساعة إلى ساعتين		أقل من ساعة		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%24	12	%12	6	%00	0	%12	6	ذكر	الجنس
%76	38	%50	25	%00	0	%26	13	أنثى	
%100	50	%62	31	%00	0	%38	19	المجموع	
%54	27	%40	20	%00	0	%14	7	29-18	السن
%36	18	%16	8	%00	0	%20	10	40-29	
%8	4	%6	3	%00	0	%2	1	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%62	31	%00	0	%38	19	المجموع	
%16	8	%12	6	%00	0	%4	2	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%14	7	%00	0	%14	7	ثانوي	
%56	28	%36	18	%00	0	%20	10	تعليم عالي	
%100	50	%62	31	%00	0	%38	19	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن 50% من الإناث يستخدمونها حسب الظروف و 26% منهن لأقل من ساعة، في حين نجد أن 12% من الذكور يستخدمون صفحة " من رحيق العلم و الإيمان " لأقل من ساعة و حسب الظروف، وغاب الاستخدام في أكثر من ساعتين لكل من الإناث والذكور .

وتشير النتائج أن أغلب الإناث يتصفحن الصفحة حسب الظروف أكثر من الذكور و يمكن إرجاع إلا الصفحة تحتل مكانة كبير في حياة الدينية الإناث ذلك راجع أن الصفحة من يستخدمون مسلمون يكون استخدامهم معينة وذلك بغية تلبية حاجياتهم فقط ، وكذلك بالإضافة إلى الاهتمامات بالخدمات أخرى عبر الفيسبوك.

بينما متغير السن فأكد أن نسبة 40% من الفئة العمرية (18-29) يتصفحون الصفحة حسب الظروف، في حين 20% من الفئة العمرية 29-40 يستغرقون أقل من ساعة و 16% حسب الظروف، أما فيما يخص الفئة الثالث (40-51)، فنسبة 6% منهم يتصفحون حسب الظروف أيضا .

ومنه نفسر أن أغلب الفئة العمرية التي تتحصر أعمارهم بين 29-40 سنة يستخدمون الصفحة أقل من ساعة وذلك راجع إلى طبيعة سنهم وطبيعة ظروفهم لاعتبار هذ السن أن معظم المبحوثين يتحملون مسؤوليات أخرى .

أما بخصوص متغير المستوى التعليمي فإننا نجد أن 12% من ذوي المستوى المتوسط يتصفحون حسب الظروف، وانعدمت في التصفح بين ساعة و ساعتين، في حين نجد أن 14% منهم يتصفحون لأقل من ساعة وحسب الظروف لدى المستوى الثانوي، وترتفع نسبة حسب الظروف إلى 36% لدى أصحاب مستوى التعليم العالي.

ومنه نستنتج أن المبحوثين يستخدمون صفحة "من رحيق العلم و الايمان" حسب الحاجة أي أنهم يأخذون فقط ما يهمهم من معلومات وما يحقق إشباع حاجتهم العقائدية الروحية والدينية أي أنهم أكثر وعيا في استخدام الصفحة و لا يستخدمونها لمجرد الاستخدام .

الجدول (24): يبين الفترة التي يتم فيها تصفح صفحة "من رحيق العلم والايمان" على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة

ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح صفحة "من رحيق العلم و الايمان" على الفيسبوك؟								الإجابة	
المجموع		الفترة الليلية		الفترة المسائية		الفترة الصباحية		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%18	9	%4	2	%2	1	ذكر	الجنس
%76	38	%32	16	%32	16	%12	6	أنثى	
%100	50	%50	25	%36	18	%14	7	المجموع	
%54	27	%30	15	%18	9	%6	3	29-18	السن
%36	18	%16	8	%12	6	%8	4	40-29	
%8	4	%4	2	%4	2	%00	0	51-40	
%2	1	%00	0	%2	1	%00	0	أكثر من 51	
%100	50	%50	25	%36	18	%14	7	المجموع	
%16	8	%6	3	%10	5	%00	0	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%14	7	%12	6	%2	1	ثانوي	
%56	28	30%	15	%14	7	%12	6	تعليم عالي	
%100	50	%50	25	%36	18	%14	7	المجموع	

لاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن 32% من الإناث يتساوون في استخدام الصفحة في الفترة المسائية والفترة الليلية و12% في الفترة الصباحية، في حين نجد أن 18% من الذكور يفضلون الفترة الليلية ولم تتجاوز نسبة 4% منهم تفضيل الفترة المسائية و2% منهم يفضلون الفترة الصباحية .

وعليه تشير الدراسة بأنه يوجد وقت مفضل لدى الإناث لتصفح صفحة "من رحيق العلم و الايمان" وهي الفترة الصباحية على عكس الذكور ، وذلك راجع لكونهم ينهون العمل والدراسة في هذا الوقت إضافة إلى تواجدهم في الوقت الذي يمثل لهم وقت الفراغ و باعتبار أن الإناث يقضون معظم وقته في المنزل فهم يفضلون تصفح الصفحة في الفترة الصباحية عكس الذكور الذين يقضون أغلب أوقاتهم في العمل.



أما بالنسبة لمتغير السن فنجد أن نسبة 30% من الفئة الأولى 18- 29 يفضلون الفترة الليلية، و18% منهم يفضلون الفترة المسائية، في حين نجد أن الفئة الثانية 29- 40 هم أيضا يفضلون الفترة الليلية بنسبة 16%، تليها الفترة المسائية ب 12%، أما بنسبة للذين تتراوح أعمارهم بين 40 - 51 يفضلون الفترة المسائية واللييلة بنسب متساوية لم تتجاوز 4%.

وتشير نتائج الدراسة أن معظم الفئات العمرية المتوسطة أن هذه الفئة معظمهم من مكينات بيت تفضل الفترة الليلية ومسائية لاعتبارها فترة راحة وتصفح الصفحة يكون حسب ظروفهم و هذا نتيجة تدعم ما جاء به الجدول السابق ( 22 ) .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فنجد أن 10% من أصحاب المستوى التعليمي المتوسط يفضلون الفترة المسائية، أما أولئك في التعليم الثانوي فيفضلون الفترة الليلية وذلك بنسبة 14 %، في حين يفضل المبحوثين ذوو مستوى التعليم العالي أن يتصفحوا في الفترة الليلية وذلك بنسبة 30% وترتفع نسبتهم إلى 12% في الفترة الصباحية.

ومنه نستنتج أن كل من أفراد العينة في المستوى الثانوي والتعليم العالي يفضلون الفترة المسائية والليلية باعتبار هذه الفترة تمثل الوقت الذي يتفرغ فيه المبحوثون، ويتسنى لهم التصفح والتفاعل مع مستخدمي الصفحة، وهذا ما يميز شبكات التواصل، فهي تسمح باختيار الوقت المناسب لاستخدامها عكس بقية وسائل الإعلام الأخرى .

الجدول (25) يبين مكانك المفضل لمتابعتك صفحة "من رحيق العلم و الايمان" على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة

ما هو مكانك المفضل لمتابعتك صفحة "من رحيق العلم و الايمان" على الفيسبوك ؟										الإجابة	
المجموع		مكان الدراسة		مقهى الانترنت		العمل		المنزل		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%24	12	%00	0	%00	0	%6	3	%18	9	ذكر	الجنس
%76	38	%00	0	%00	0	%10	5	%66	33	أنثى	
%100	50	%00	0	%00	0	%16	8	%84	42	المجموع	
%54	27	%00	0	%00	0	%2	1	%52	26	29-18	السن
%36	18	%00	0	%00	0	%8	4	%28	14	40-29	
%8	4	%00	0	%00	0	%6	3	%2	1	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%00	0	%00	0	%16	8	%84	42	المجموع	
%16	8	%00	0	%00	0	%4	2	%12	6	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%00	0	%00	0	%8	4	%20	10	ثانوي	
%56	28	%00	0	%00	0	%4	2	%52	26	تعليم عالي	
%100	50	%00	0	%00	0	%16	8	%84	42	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة 66% من الإناث يفضلن تصفح الصفحة في المنزل و 10% منهن يفضلنها في مكان العمل ، في حين نجد أن الذكور يفضلون التصفح المنزل، و نسبة 18 % منهم أكدت ذلك، و 6% منهم في مكان العمل، ولا يتصفح الجنسان في مقاهي الانترنت و مكان الدراسة.

و تشير النتائج أن الإناث يفضلن تصفح الصفحة "من رحيق العلم و الايمان" في المنزل و يمكن تبرير ذلك لوفرة الانترنت بخلاف مكان عليه الوضع قبل سنوات و يرجع تفضيل الإناث للمنزل أن معظم أوقاتهن فيه أكثر من الوقت الذي يقضيه الذكور لأنهن أيضا يجدن فيه راحتهن، عكس الذكور الذين يقضون أوقاتهم في العمل مما يزيد تصفحهم في مكان العمل .

أما متغير السن فأبرز أن الفئة العمرية الأولى ( 18-29 ) أن أغلبهم يفضلون المنزل بنسبة 52% في حين 28% من الفئة العمرية الثانية 29-40 تفضل ذات الأمر، أما فيما يخص الفئة الثالث 40-51 يفضلون العمل بنسبة 6% وتليها المنزل ب 2 %

ومنه نستج أن معظم الفئات العمرية يفضلون المنزل لتصفح "صفحة من رحيق العلم والايمن" لتوفر شبكة الانترنت بشكل متاح لكون هذا الأخير هو أكثر الأماكن التي تتمتع بالهدوء أما بالنسبة إلى مكان العمل وذلك راجع إلى توفر الانترنت أو بغرض فتح باب نقاش في مختلف المواضيع الدينية مع زملاء العمل .

أما بنسبة لمتغير المستوى التعليمي المتوسط فنجد أن 12% يفضلون المنزل ، حين 4% مكان العمل ، وانعدمت في مكان الدراسة ومقهى الانترنت في حين نجد نفس الشيء بالنسبة لذوي أصحاب المستوى الثانوي فهم أيضا يفضلون المنزل بنسبة 20 % يليه العمل بنسبة 8 %، وهذا ما أكده أصحاب مستوى التعليم العالي بنسبة تقدر 52% و مكان العمل بنسبة 4% .

أكدت نتائج الدراسة أن أصحاب المستوى التعليمي العالي يفضلون المنزل في تصفحهم لصفحة " من رحيق العلم و الايمان" لكون هذا الأخير أكثر الأماكن التي تتمتع بالراحة والهدوء ويكون الفرد مرتاحا نفسيا قادر على استيعاب المعلومات الدينية التي تتطلب التركيز.

الجدول (26) بين الوسائل التي تستخدمها المبحوثين في تصفح صفحة " من رحيق العلم و الايمان " حسب متغيرات الدراسة

ماهي الوسيلة التي تستخدمها في تصفحك لصفحة " من رحيق العلم و الايمان " ؟								الإجابة	
المجموع		الهاتف الذكي		الجهاز اللوحي tablette		جهاز الكمبيوتر		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%22	11	%2	1	%00	0	ذكر	الجنس
%76	38	%64	32	%8	4	%4	2	أنثى	
%100	50	%86	43	%10	5	%4	2	المجموع	
%54	27	%50	25	%4	2	%00	0	29-18	السن
%36	18	%30	15	%6	3	%00	0	40-29	
%8	4	%6	3	%00	0	%2	1	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%86	43	%10	5	%4	2	المجموع	
%16	8	%10	5	%6	3	%00	0	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%22	11	%4	2	%2	1	ثانوي	
%56	28	54%	27	%00	0	%2	1	تعليم عالي	
%100	50	%86	43	%10	5	%4	2	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن 64% من الإناث يستخدمون الهاتف الذكي ونسبة 8% منهم يستخدمون جهاز Tablette، أما نسبة 4% فقط من مستخدمي جهاز الكمبيوتر في حين نجد أيضا أن 22% من الذكور يستخدمون الهاتف الذكي، 2% منهم يستخدمون جهاز Tablette ولا يستخدم أحد منهم جهاز الكمبيوتر.

وتشير الدراسة أن أغلب الإناث يستخدمون الهاتف الذكي أكثر من الذكور ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الإناث يقضين معظم أوقتهن في المنزل، ولسهولة حمله وتنقلهم من مكان الأخر، و تأثر المبحوثين بالتطور التكنولوجي الحاصل، وانتشار تقنيات الجديد في الهاتف التي تتيح لهم التصفح بطريقة أسهل مما كانت عليه من قبل .

أما متغير السن أثبت أن نسبة 50% من الذين تتحصر أعمارهم بين 18 - 29 سنة يرون أن الهاتف الذكي أكثر وسيلة مناسبة لتصفح الصفحة، أما أفراد الفئة العمرية الثانية 29-40 فيرى أغلبهم أن الهاتف هو أنسب وسيلة لتصفح بنسبة 30%، وفيما يخص جهاز الكمبيوتر فتستخدمه كوسيلة

للتصفح نسبة 2% فقط من الفئة العمرية الثالثة، أما اللذين ينضون في فئة أكثر من 50 سنة فنسبة 2% فقط منهم يستخدمون الكمبيوتر.

وأثبتت الدراسة أنه كلما كان السن أصغر زاد تصفح صفحة " من رحيق العلم و الايمان" عبر الهاتف وهذا راجع الاشباعات التي يحققها الهاتف عند استخدامهم الصفحة نظرا لسهولة التعامل مع هذا الجهاز أثناء التصفح وهذا ما يدل على أن الفئات العمرية التي تتحصر بين 18 إلى غاية 40 سنة على مواكبته العصر السرعة و التكنولوجيا على عكس الفئة العمرية أخير التي تفضل استخدام الكمبيوتر في تصفحهم لصفحة

وبخصوص المستوى التعليمي فنجد أن المستوى المتوسط يرى أن الهاتف هو أفضل وسيلة بنسبة 10% في حين المستوى الثانوي يرى كذلك أن الهاتف هو أنسب وسيلة لتصفح بنسبة 22% وتليها الجهاز *Tablette* بنسبة 4%، حيث قدرت نسبة من يرون أن الكمبيوتر هو أفضل وسيلة بنسبة 2%، في حين نجد أن أغلب المبحوثين في مستوى التعليم العالي أكدوا بأن الهاتف هو أفضل وسيلة لتصفح بنسبة 54% وتليها جهاز الكمبيوتر بنسبة 2%.

ومنه نستنتج أن أغلب أصحاب المستوى المتوسط و الثانوي يفضلون الهاتف الذكي لاعتباره الوسيلة متطورة تلبى الاحتياجات ورغبات مستخدميها مما يسهل عملية تصفح صفحة " من رحيق العلم و الايمان" ويمكن أن نفسر نسبة 2% من الذين يفضلون الكمبيوتر وذلك راجع إم لطبيعة وظروف مهنية أو لأنه يتصفحون الصفحة أثناء استخدام الكمبيوتر في الدراسة.

الجدول (27) يبين طريقة مشاركة الباحثين في صفحة "من رحيق العلم و الايمان" حسب متغيرات الدراسة

ما هي طريقة المشاركة في صفحة "من رحيق العلم و الايمان" في أغلب الأحيان ؟										الإجابة	
المجموع		تبادل الفيديوهات		تدخل في المناقشات الجماعية		تبادل الرسائل		تتصفح صفحة فقط		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%2	1	%4	2	%6	3	%12	6	ذكر	الجنس
%76	38	%4	2	%22	11	%8	4	%42	21	أنثى	
%100	50	%6	3	%26	13	%14	7	%54	27	المجموع	
%54	27	%4	2	%12	6	%2	1	%36	18	29-18	السن
%36	18	%00	0	%10	5	%12	6	%14	7	40-29	
%8	4	%2	1	%4	2	%00	0	%2	1	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%6	3	%26	13	%14	7	%54	27	المجموع	
%16	8	%4	2	%10	5	%2	1	%00	0	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%2	1	%6	3	%8	4	%12	6	ثانوي	
%56	28	%00	0	10%	5	%4	2	%42	21	تعليم عالي	
%100	50	%6	3	%26	13	%14	7	%54	27	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق، أن نسبة 42% من الإناث يتصفح الصفحة فقط دون غيرها، و نسبة 22% منهم يدخلون في مناقشات جماعية، بينما تتبادل نسبة 8% الرسائل و 4% الفيديوهات، أما 12% من الذكور يفضلون تصفح الصفحة فقط و 6% منهم يتبادلون الرسائل و 4% يدخلون في مناقشات جماعية و 2% يتبادلون الفيديوهات.

وعليه فإن نسبة كبيرة من الإناث يدخلون في نقاشات جماعية على عكس الذكور وذلك راجع لطبيعة الإناث يفضلون نقاش و أخذ و الجدل حتى تقتنعن و تلبين حاجتهن الدينية لإشباع رغبة معينة.

أما متغير السن فأثبت أن نسبة 36% من الفئة العمرية (18 - 29) ونسبة 14% من الفئة العمرية (29-40) يفضلون تصفح الصفحة فقط، أما تبادل الرسائل فتفضله 12% من أفراد الفئة الثانية في حين لم تتجاوز نسبة 10% منهم من يفضلون الدخول في مناقشات جماعية، أما بالنسبة للذين تنحصر أعمارهم بين 40-51 سنة فنسبة 4% منهم يفضلون الدخول في مناقشات جماعية وتبادل الفيديوهات. و تؤكد نتائج الدراسة أنه كلما ارتفع السن ارتفعت العملية التفاعلية بين أفراد العينة ويمكن تفسير هذه الارتفاع بتفضيل كبار السن الدخول في المناقشات الجماعية للأفكار لأنهم أكثر وعياً للتعبير عن توجهاتهم للمواضيع المتداولة في صفحة " من رحيق العلم و الايمان "، و لاعتبار مقاطع الفيديو أكثر تأثير و مصداقية ولمخاطبتها عاطفة للأصغر سن.

أما متغير المستوى التعليمي فأبرز أن 10% من أصحاب المستوى المتوسط يفضلون الدخول في مناقشات الجماعية، و 4% منهم يتبادلون الفيديوهات و 2% فقط يتبادلون الرسائل أما فيما يخص أصحاب المستوى الثانوي فنسبة 12% منهم يفضلون تصفح الصفحة فقط و 8% يتبادلون الرسائل و 6% منهم يدخلون في مناقشات جماعية، في حين نسبة 4% منهم يتبادلون الفيديوهات ، ونجد أن أغلبية الباحثين في المستوى التعليمي العالي يفضلون تصفح الصفحة فقط ممثلين في نسبة 42%، وتدخل نسبة 10% منهم في مناقشات جماعية.

وتشير النتائج أنه كلما ارتفع المستوى التعليمي زاد اهتمام بصفحة فقط ويتفق مستوى أصحاب مستوى تعليمي المتوسط والتعليم العالي في الدخول في مناقشات جماعية بينما يهتم أصحاب مستوى المتوسط بتبادل الفيديوهات يهتم أصحاب المستوى الثانوي بتبادل الرسائل هذه النتائج لم تعطينا تفسير لأنهم يلجؤون لطرق السهلة لتصفحهم الصفحة.

الجدول (28) : يبين الجدول الخدمات المفضلة لدى المبحوثين على صفحة "من رحيق العلم والايمن"

ما هي الخدمات المفضلة لديك لصفحة "من رحيق العلم و الايمان" ؟								الإجابة	
المجموع		الصور		التعليقات		مشاركة الفيديوهات		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
24%	12	6%	3	6%	3	12%	6	ذكر	الجنس
76%	38	32%	18	10%	5	30%	15	أنثى	
100%	50	42%	21	16%	8	42%	21	المجموع	
54%	27	26%	13	10%	5	18%	9	18-29	لسن
36%	18	12%	6	6%	3	18%	9	29-40	
8%	4	2%	1	00%	0	6%	3	40-51	
2%	1	2%	1	00%	0	00%	0	أكثر من 51	
100%	50	42%	21	16%	8	42%	21	المجموع	
16%	8	2%	1	6%	3	8%	4	متوسط	المستوى التعليمي
28%	14	12%	6	4%	2	12%	6	ثانوي	
56%	28	28%	14	6%	3	22%	11	تعليم عالي	
100%	50	42%	21	16%	8	42%	21	المجموع	

نلاحظ من بيانات الجدول السابق أن 32% من الإناث يفضلون مشاركة الصورة و 30% منهم مشاركة الفيديوهات و 10 % منها التعليقات أما بالنسبة للذكور فنسبة 12% منهم يفضلون مشاركة الفيديوهات و 6% يفضلون خدمة التعليق والصورة.

ومنه نستنتج أن هناك اختلافا في التفضيل بين الإناث والذكور ، والفروق جوهرية بين الجنسين ، فرغم الاتفاق في بعض التفاصيل إلا أن النسب كانت متفاوتة بينهما ففي الوقت الذي يفضل فيه الإناث مشاركة الصور ، نجد في المقابل أن الذكور يفضلون مشاركة الفيديوهات ويمكن تفسير ذلك لأن الإناث يفضلون الجانب الجمالي يفضلون الصورة تحمل العواطف والأحاسيس ورسائل و الفيديوهات تعبر عن أفكارهم وآرائهم تجاه مختلف المواضيع والقضايا المقدم في الصفحة .

أما متغير السن فأوضح أن 26% من الفئة العمرية الأولى 18-29 يفضلون خدمة الصورة و 18% من الفئتين الأولى والثانية يفضلون مشاركة الفيديوهات وتفضل نسبة 12% الفئة الثانية 29-40 مشاركة الصور و 8% منهم تفضل التعليقات أما بالنسبة للفئة العمرية التي تنحصر بين 40-51 سنة فهم يفضلون مشاركة الفيديوهات .



ومنه نفسر أن الذين أعمارهم تتراوح بين 18\_ 40 يفضلون الخدمات التي تكون فيها التفاعلية أكثر من غيرها وأكثر مصداقية فالصورة والفيديوهات ويرجع ذلك لسهولة المشاركة وإبداء الرأي التعليق عليها ومناقشتها بهدف إثراء الرصيد المعرفي في جانبه الديني و ذلك لأنهم يرون أن الصورة والفيديوهات معبرة عن شخصية الفرد.

وحول تأثير متغير المستوى التعليمي فنجد أن نسبة 8% من أصحاب المستوى التعليم المتوسط يفضلون خدمة مشاركة الصور ، أما في ما يخص أصحاب المستوى الثانوي 12% منهم يفضلون مشاركة الفيديوهات والصور و4% التعليقات وترتفع نسبة تفضيل خدمة الصور بنسبة للمستوى التعليم العالي بنسبة 28 % و22% مشاركة الفيديوهات و 6 % التعليقات .

ومنه تشير الدراسة أنه كلما ارتفع مستوى التعليم زادة مشاركة الفيديوهات وكلما كان متوسط كانت تعليقات وفيديوهات وذلك لخصوصيات منها الصوت و الصورة و الحركة و الرسم الألوان...أي كلها تؤثر على المتلقي (أي مستخدمي الصفحة)، كما أنها تزيد من درجة الإقناع و التفاعل مع هذه المضامين وتساعد في وصول واستيعاب الرسالة الاتصالية.

الجدول (29) : يبين الجدول كيفية تفاعل المبحوثين مع المواضيع المنشورة عبر صفحة "من رحيق العلم والايمن" حسب متغيرات الدراسة .

كيف تتفاعل مع المواضيع المنشورة عبر صفحة من رحيق العلم والايمن ؟										الإجابة	
المجموع		تمررها لآخرين		تسجل إعجاب بها		تكتفي بالاستفادة منها و لا تشاركها		تعلق عليها		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%2	1	%10	5	%10	5	%2	1	ذكر	الجنس
%76	38	16%	8	%18	9	%32	18	%6	3	أنثى	
%100	50	%18	9	%28	14	%46	23	%8	4	المجموع	
%54	27	%6	3	%18	9	%26	13	%4	2	29-18	السن
%36	18	%10	5	%6	3	16%	8	%4	2	40-29	
%8	4	%2	1	%4	2	%2	1	%00	0	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%2	1	%00	0	أكثر من 51	
%100	50	%18	9	%28	14	%46	23	%8	4	المجموع	
%16	8	%4	2	%4	2	%6	3	%2	1	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%10	5	%8	4	%6	3	%4	2	ثانوي	
%56	28	%4	2	16%	8	%34	17	%2	1	تعليم عالي	
%100	50	%18	9	%28	14	%46	23	%8	4	المجموع	

أوضحت البيانات أعلاه أن نسبة 32% من الإناث يفضلن الاستفادة مما تقدمه الصفحة ولا يشاركنها 16% منهن يمررنها للآخرين و 6% فقط يعلقن عليها ، فيحين نجد أن نسبة 10% من الذكور يستفيدون من الصفحة و لا يشاركونها ويسجلون الإعجاب بها، ولم تتجاوز نسبة 2% منهم من الذين يعلقون عليها ويمررنها للآخرين.

وعليه اتفق كلا الجنسين الاستفادة من الصفحة منها و لا يشاركون ما فيها عكس الذكور الذين يفضلون تسجيل إعجاب بينما يفضل الإناث التعليق ويمكن تفسير ذلك بكون الإناث تتمتع بقدر أكبر على الصبر وطول البال في التعليق والتفاعل مع ما ينشر في الصفحة بينما نجد الذكور أقل صبرا في مثل أقل صبرا في مثل هذه الأمور.

وبالنظر إلى تأثير متغير السن نجد أن 26% من الفئة العمرية 18-29 يكتفون بالاستفادة منها و لا يشاركونها و 18% منهم يسجلون إعجابا بها، و 6% فقط يمررونها للآخرين و البقية يعلقون عليها، أما بالنسبة للفئة العمرية الثانية 29-40 فيكتفون بالاستفادة منها ولا يشاركونها بنسبة 16% في حين ترتفع نسبة الذين يمررونها منهم إلى 10%.

وعليه تشير الدراسة أن كل الفئات العمرية تتفق على الاستفادة دون المشاركة أن كلما كانت الفئة العمرية أصغر زاد إعجاب وتعليق وكلما تقدمت الفئة العمرية في السن زاد تمريرها للآخرين لأن الفئة الصغرى تجيد تعامل مع مستحدثات وخدمات ومضمونها بينما الفئات العمرية أكبر سن لم تتعود علة مثل هذه التكنولوجيا و مجارة المستحدثات .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد 6% من أصحاب المستوى المتوسط والثانوي يكتفون بالاستفادة منها و لا يشاركونها و 4% منهم يسجلون إعجاب بها أما أصحاب مستوى تعليم ثانوي فنجد نسبة 10% منهم يمررونها للآخرين 4% منه يعلقون عليها في حين نجد 34% من أصحاب المستوى تعليم العالي يستفيدون منها ولا يشاركونها و 16% منهم تسجيل إعجاب و 4% تمريرها للآخرين و 2% التعليق عليها بنسبة

ومنه نستنتج أن أصحاب تعليم العالي هم أصغر سن لأن بالتالي فهم ينوعن في كيفية التعامل لأنهم أدرى بوسائل التفاعل والمشاركة التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي على عكس أصحاب التعليم الأدنى .

المطلب الثانية: تحليل وتفسير النتائج المتعلقة بمحور أسباب ودوافع الاستخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم و الايمان "على الفيسبوك حسب متغيرات الدراسة :

الجدول (30): يبين الجدول أسباب التي تدفع المبحوثين لمتابعة صفحة " من رحيق العلم و الايمان " حسب متغيرات الدراسة

ما هي الأسباب التي تدفعك لمتابعة صفحة "من رحيق العلم والايمن " ؟										الإجابة المتغيرات	
المجموع		المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي		موثوقية القائمين على الصفحة		خاصية التفاعلية في الصفحة		مضمونها المتجدد			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%4	2	%8	4	%8	4	%4	2	ذكر	الجنس
%76	38	%28	14	%6	3	%18	9	%24	12	أنثى	
%100	50	%32	16	%14	7	%26	13	%28	14	المجموع	
%54	27	%24	12	%4	2	%8	4	%18	9	29-18	السن
%36	18	%6	3	%8	4	%14	7	%8	4	40-29	
%8	4	%2	1	%2	1	%4	2	%00	0	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%32	16	%14	7	%26	13	%28	14	المجموع	
%16	8	%2	1	%8	4	%4	2	%2	1	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%8	4	%2	1	%12	6	%6	3	ثانوي	
%56	28	%22	11	%4	2	%10	5	%20	10	تعليم عالي	
%100	50	%32	16	%14	7	%26	13	%28	14	المجموع	

أوضحت البيانات أعلاه أن نسبة 28% من الإناث دافعهن الأساسي لمتابع هذه الصفحة هو المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي و 24% منهم مضمونها المتجدد و 18% خاصة التفاعلية في الصفحة وفي الأخير 6% منهم موثوقية القائمين على الصفحة أما بالنسبة الذكور 8% منهم يؤكدون أن خاصية التفاعلية في الصفحة و موثوقية القائمين على الصفحة و 4% منهم تدفعهم المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي ومضمون المتجدد لمتابعة الصفحة

وعليه فإن الإناث يتابعن الصفحة "من رحيق العلم والايمان"، بدافع الاطلاع علي ما ينشر عليها من المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي، على عكس الذكور الذي كان دافعهم الخاصية التفاعلية وثقتهم بالقائمين لتصفح الصفحة، ويمكن إرجاع ذلك لمعرفة الشخصية للقائمين على هذه الصفحة على عكس الذكور الذين يتصفحون الصفحة دون معرفة القائمين عليها.

أما متغير السن فأبرز أن نسبة 24% من الفئة العمرية 18-29 دافعهم الأساسي المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي و 18% مضمونها المتجدد و 8% خاصة التفاعلية في الصفحة، و 4% موثوقية القائمين على الصفحة في حين نجد أن نسبة 14% من الفئة العمرية الثانية 29-40 أن دافعهم هو خاصية التفاعلية، و 8% منهم مضمونها المتجدد و موثوقية القائمين على الصفحة و بنسبة لفئة العمرية الثالث 40-50 فقدرت نسبة خاصة التفاعلية بنسبة 4%.

و منه فإن دافعهم الأساسي لمتابعة صفحة "من رحيق العلم و الايمان" بالنسبة الفئة الصغرى المضامين ذات علاقة بالواقع الاجتماعي لأنها تقوم بتقديم نصائح الدينية خاصة بالدين الإسلامي و تنمية الوعي لديهم من خلال ما يتم طرحه من مواضيع و قضايا مختلفة و معلومات و أفكار جديدة و أسلوب حديث ومبتكر، على عكس الفئات العمرية المتوسطة والكبرى التي تدفعها خاصية التفاعلية لمتابعة الصفحة لأن معظم هذه الفئة تمتلك القدر الكافي من المعلومات يسمح لها في الدخول في مختلف النقاشات مما يساهم في ارتفاع العملية التفاعلية في الصفحة.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فنجد أن نسبة 8% من أصحاب المستوى المتوسط موثوقية القائمين على الصفحة هي التي دفعتهم لمتابعتها، في حين نجد 12% من أصحاب مستوى تعليم الثانوي خاصية التفاعلية ولم تتجاوز نسبة 2% مضمونها المتجدد أما بنسبة أصحاب مستوى التعليم العالي فنجد نسبة 22% منهم دافعهم الأساسي هو المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي و 4% مضمونها المتجدد.

ومن هنا نستنتج أن السبب الذي يدفع أصحاب مستوى تعليم المتوسط لمتابعة صفحة موثوقية القائمين عليها وذلك راجع لقلّة المعلومة لديه لذي يبحثون عن مصدر يتقون به خاصة و أن طبيعة المعلومات تختص في الدين الإسلامي لذا وجب تركيز في مدى صحتها انطلاقاً من مصدرها أما فيما يخص أصحاب المستوى الثانوي والتعليم العالي فخاصية التفاعلية والمضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي

هي التي تدفعهم لمتابعة هذه الصفحة وهذا راجع إلى اهتماماتهم وميولهم ومدركاتهم المعرفية حول المواضيع الدينية والمستوى الثقافي و احتياجاتهم التي يسعون إلى تلبيتها بشكل مباشر.

الجدول (31) : يبين الجدول دوافع الشخصية لمتابعة المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم و الايمان " حسب متغيرات الدراسة

ما هي دوافعك الشخصية لمتابعة صفحة من رحيق العلم والايمان ؟										الإجابة	
المجموع		التعرف على طرق التربية السليمة في الدين الإسلامي		الأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية		الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي		استذكار تعاليم الدين الإسلامي		المتغيرات	
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%2	1	%10	5	%10	5	%2	1	ذكر	الجنس
%76	38	%8	4	%30	15	%20	10	%18	9	أنثى	
%100	50	%4	2	%40	20	%30	15	%20	10	المجموع	
%54	27	%4	2	%24	12	%10	5	%16	8	29-18	السن
%36	18	%4	2	%12	6	%18	9	%2	1	40-29	
%8	4	%2	1	%2	1	%2	1	%2	1	51-40	
%2	1	%00	0	%2	1	%00	0	%00	0	أكثر من 51	
%100	50	%4	2	%40	20	%30	15	%20	10	المجموع	
%16	8	%2	1	%10	5	%2	1	%2	1	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%8	4	%6	3	%8	4	%6	3	ثانوي	
%56	28	%00	0	32%	16	%12	6	%12	6	تعليم عالي	
%100	50	%4	2	%40	20	%30	15	%20	10	المجموع	

تتضح لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه أن 30% من الإناث يتابعن الصفحة بدافع الأخذ بالنصائح والإرشادات، 20% منهن الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي و8% التعرف على طرق التربية السليمة في الدين الإسلامي، في حين نجد أن نسبة 10% من الذكور هو الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي والأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية، ولم تتجاوز نسبة 2% منهم استذكار تعاليم الدين الإسلامي والتعرف على طرق التربية السليمة.

ومنه نستنتج أن هناك اختلافاً في دوافع الاستخدام بين الإناث والذكور فإننا يتابعن الصفحة بدافع الأخذ بنصائح والإرشادات على عكس الذكور الذين يستخدمون الصفحة بدافع الإطلاع على الضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي، لأن الإناث كما أكدت الجداول السابقة أن ليس لهم ما يعرضهم عن واقع الافتراضي عكس الذكور لذا يلجأون إلي مثل هذه الصفحات للأخذ بالنصائح .

أما بالنسبة بمتغير السن فأثبت أن نسبة 24% من الفئة العمرية الأولى 18-29 يتابعون الصفحة من أجل الأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية و16% منهم استذكار تعاليم الدين الإسلامي و10% الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي، في حين نجد 18% من الثانية (29-40) الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي و12% الأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية، في حين نجد اتفاقاً بنسبة 2% من الفئة العمرية الثالث 40-51 لجمع الإجابات

ومنه نلاحظ أن أصغر يتابعون الصفح بدافع الأخذ بالنصائح لقلّة المعلومات لديهم على عكس الفئة العمرية المتوسطة الذين يتابعون بدافع إطلاع على ضوابط الأسرية باعتبار هذا السن المناسب لتكوين الأسرة ومنه نستنتج أن مستخدمي صفحة " من رحيق العلم و الايمان "ينتقون بوعي لما يعرض لهم من المضامين والرسائل التي تلبّي لهم حاجاتهم النفسية والمعرفية والدينية وتحقيق إشباعاتهم وحاجاتهم وهذا ما يجعلهم يتفاعلون فيما بينهم.

أما متغير المستوى التعليم فنجد 10% من المستوى متوسط يتابعون الصفحة بالأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية و2% في كل الحالات، أما بالنسبة لتعليم الثانوي فنجد 8% كان دافعهم الشخصي لمتابعة صفحة "من رحيق العلم و الايمان" هو الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي والتعرف على طرق التربية السليمة في الدين الإسلامي و6% منهم استذكار تعاليم الدين الإسلامي والأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية، وترتفع نسبة 32% الأخذ بالنصائح والإرشادات بالمستوى التعليم العالي .

وعليه فإن أصحاب المستوى المتوسط والتعليم العالي يتبعون الصفحة بدافع أخذ بالنصائح والإرشادات والتي تساهم في تسيير شؤونهم وحياتهم الشخصية وهذا راجع لقلّة المعلومات لديهم في جانب الدين الإسلامي أما مستوى تعليم الثانوي في جانب الأسرة و علاقاتهم الاجتماعية التي تساعدهم في



ادراك لما يدور حولهم في المحيط الخارجي و منه أن أفراد العينة يختارون ما ينشر على الصفحة ما يحقق لهم إشباعاتهم التي يسعون إليها.

الجدول ( 32):يبين الجدول أكثر المضامين الإسلامية التي يفضلها المبحوثين في صفحة " من رحيق العلم والإيمان "

ما هي أكثر المضامين الإسلامية التي تفضلها في صفحة "من رحيق العلم و الايمان" ؟												الإيجابية المتغيرات	
المجموع		قصص السلف الصالح		أقوال الحكماء وعلماء الدين الإسلامي		القصص القرآنية		الأحاديث النبوية		القصة الإنسانية الواقعية			
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%24	12	%10	5	%00	0	%2	1	%2	1	%10	5	ذكر	الجنس
%76	38	%8	4	%10	5	%12	6	%8	4	%38	19	أنثى	
%100	50	%18	9	%10	5	%14	7	%10	5	%48	24	المجموع	
%54	27	%4	2	%6	3	%10	5	%4	2	%30	15	29-18	السن
%36	18	%10	5	%4	2	%4	2	%6	3	%12	6	40-29	
%8	4	%4	2	%00	0	%00	0	%00	0	%4	2	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%18	9	%10	5	%14	7	%10	5	%48	24	المجموع	
%16	8	%6	3	%2	1	%4	2	%2	1	%2	1	متوسط	المستويات الليمي
%28	14	%6	3	%4	2	%2	1	%4	2	%12	6	ثانوي	
%56	28	%6	3	%4	2	%8	4	%4	2	%34	17	تعليم عالي	
%100	50	%18	9	%10	5	%14	7	%10	5	%48	24	المجموع	

تتضح لنا من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نسبة 38% من الإناث يفضلون القصة الإنسانية الواقعية، و12% القصص القرآنية و8% منهم الأحاديث النبوية و قصص السلف الصالح و 10% أقوال حكماء وعلماء الدين الإسلامي، في حين نجد نسبة 10% من الذكور يفضلون القصة الإنسانية الواقعية و قصص السلف الصالح و2% الأحاديث النبوية و القصص القرآنية .

ومنه نشير الدراسة أن الإناث يفضلون القصص القرآنية والأحاديث النبوية على عكس الذكور الذين يفضلون القصص الإنسانية الواقعية وذلك إرجاع ذلك إلى أن الإناث يطلعن على تفسير ما جاء في القرآن الكريم أحاديث النبوية أكثر من الذكور

أما متغير السن فنجد أن نسبة 30% من الفئة العمرية التي تنحصر بين 18-29 تفضل القصة الإنسانية الواقعية، أما بالنسبة لفئة العمرية الثانية 29-40 فيفضلون ذات الشيء بنسبة 12%، و10% قصص السلف الصالح و6% الأحاديث النبوية في حين نجد نسبة 4% لكل من القصص القرآنية و أقوال الحكماء وعلماء الدين الإسلامي، أما في يخص الفئة العمرية الثالث 40-50 فيفضلون القصة الإنسانية الواقعية وقصص السلف الصالح بنسبة 4%.

ومنه نستنتج أن أغلب الفئات العمرية صغرى متوسط تفضل القصص الإنسانية الواقعية لقلة وعيهم لما يجرى من حولهم و التشابه القصص الإنسانية المعروض مع الواقع المعاش لهذه الفئة وهذا ما يساهم في إيصال المعلومات في ذهن المتلقي بكل سهولة وبساطة مخاطبة عاطفته.

ونلاحظ تأثير متغير المستوى التعليمي فنجد أن نسبة 6% المستوى التعليمي المتوسط يفضلون قصص السلف الصالح أما بالنسبة لأصحاب التعليم الثانوي فنجد نسبة 12% منهم يفضلون القصة الإنسانية وهذا ما أكدته مستوى التعليم العالي 34% منهم يفضلون القصة الإنسانية الواقعية و8% القصص القرآنية و قصص السلف الصالح بنسبة 6% و 4% الأحاديث النبوية و أقوال الحكماء وعلماء الدين الإسلامي .

ومنه نستنتج أن اختلاف الموجود في تفضيل أصحاب المستوى التعليم المتوسط بقصص السلف الصالح يمكن إرجاعه لتأثرهم باهته الشخصيات وعدم معايشتهم لظروف مماثلة لما طرح في هذه القصص الواقعية وعدم تلبية حاجاتهم على عكس المستويات الأخرى.

الجدول ( 33):يبين الجدول تقييم المبحوثين لصفحة"من رحيق العلم والايمان " حسب متغيرات الدراسة

كيف تقييم محتويات صفحة " من رحيق العلم والايمان " ؟										الإجابة	
المجموع		ضعيفة		متوسطة		جيدة		حسنة		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%24	12	%00	0	%4	2	%8	4	%12	6	ذكر	الجنس
%76	38	%2	1	%16	8	%26	13	%32	16	أنثى	
%100	50	%2	1	%20	10	%34	17	%44	22	المجموع	
%54	27	%2	1	%8	4	%20	10	%24	12	29-18	السن
%36	18	%00	0	%10	5	%12	6	%14	7	40-29	
%8	4	%00	0	%2	1	%2	1	%4	2	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%2	1	%20	10	%34	17	%44	22	المجموع	
%16	8	%00	0	%4	2	%4	2	%8	4	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%2	1	%6	3	%8	4	%12	6	ثانوي	
%56	28	%00	0	10%	5	%22	11	%24	12	تعليم عالي	
%100	50	%2	1	%20	10	%34	17	%44	22	المجموع	

تتضح لنا من خلال بيانات الجدول السابق حيث نجد الإناث 32% يقيمون محتوى الصفحة "حسنة" و2% ضعيفة أما بالنسبة لذكور فنجدهم هم أيضا يرون أن محتوى الصفحة "حسنة" بنسبة 12% و4% متوسط فيحين نجد نسبة 0% ضعيف.

ومنه نفس تقيم الصفحة بالنسبة لذكور والإناث جاءت متساوين إلا أن مجموعة من الإناث يرون أن ما تقدمه ضعيف و يعود ذلك لعدم قدرة الصفحة على تلبية متطلبات هذه الفئة و إشباع حاجاتهم ورغباتهم، على عكس الذكور الذين يقيمون الصفحة بين الحسنة و الجيدة ويمكن تفسير ذلك لتلبية الصفحة لكل متطلباتهم و حاجاتهم وإشباع فضولهم في الحصول على المعلومات وطريقة عرضها. أما متغير السن فأبرز أن نسبة 24% في الفئة التي تتحصر أعمارهم بين 18-29 يرون أن ما ينشر عبر الصفة ( حسنة ) وتليها 20% جيدة و 8% متوسطة وترى 2% أنها ضعيفة أما فيما يخص الفئة العمرية الثانية 29-40 هي أخرى أيضا تؤكد أن محتوى ومضامين الصفحة حسنة بنسبة 14% و0% ضعيفة أما أكثر من 51 فترها حسنة بنسبة 2% .

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية 18-29 يقيمون الصفحة بضعيف وهذا راجع لعدم قدرة هذه الصفحة علي تلبية ما يحتاجونه أو عدم التطرق المسائل التي يبحثون عن إجابات عنها عكس الفئة العمرية أخرى التي تجد من خلال هذه الصفحة ما يلبي احتياجات ورغبات ومتطلبات مختلف الأعمار وهذا راجع إلى تنوع القضايا والمضامين المطروحة في الصفحة وتنوع طرق عرضها مما يزيد في درجة استيعابها لدى مختلف الأعمار ما يعكس هذا على تقييمهم لصفحة .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فنجد أن 8% من أصحاب المتوسط يقيمون الصفحة بحسنة و 4% لكل من حسنة ومتوسطة وانعدمت بنسبة لضعيفة أما بالنسبة المستوى التعليمي الثانوي فنجد أن 12% حسنة و 8% جيدة أما في يخص التعليم العالي فقدرت نسبة 24% حسنة و22% جيدة و 10%متوسطة وانعدمت بنسبة لضعيفة .

ومنه نستنتج أن الصفحة " من رحيق العلم و الايمان " تلبي رغبات وتشبع حاجات مستخدميها من خلال بساطة ومرونة في طريقة طرحها المواضيع والقضايا الدينية الإسلامية وطرح الحلول المناسب لها بطريقة مبتكرة يفهمها جميع مستخدمي الصفحة كلا حسب مستواه إلى أن مجموعة من أصحاب المستوى الثانوي يقيمون الصفحة بضعيف هذا راجع لعدم قدرة الصفحة على احتواءها على متطلباتهم.

**المطلب الثالث: تحليل وتفسير الاشباعات المحققة لمتابعة صفحة من رحيق العلم و الإيمان حسب متغيرات الدراسة. (الجنس، السن، المستوى التعليمي)**  
**الجدول (34): يبين الجدول الاشباعات المعرفية التي تحققها صفحة " من رحيق العلم و الإيمان " حسب متغيرات الدراسة**

ما هي الاشباعات المعرفية التي تحققها لك صفحة " من رحيق العلم والايمان " ؟								الإجابة	
المجموع		تبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي		إثراء الرصيد المعرفية الدينية		الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر			
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
%24	12	%6	3	%10	5	%8	4	ذكر	الجنس
%76	38	%20	10	%28	14	%28	14	أنثى	
%100	50	%26	13	%38	19	%36	18	المجموع	
%54	27	%10	5	%24	12	%20	10	29-18	السن
%36	18	%16	8	%10	5	%10	5	40-29	
%8	4	%00	0	%4	2	%4	2	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%26	13	%38	19	%36	18	المجموع	
%16	8	%8	4	%4	2	%4	2	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%10	5	%8	4	%10	5	ثانوي	
%56	28	%8	4	%26	13	%22	11	تعليم عالي	
%100	50	%26	13	%38	19	%36	18	المجموع	

تتضح لنا من خلا بيانات الجدول السابق أن نسبة 28% من الإناث تمثله اشباعاتهم المعرفية في الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر و إثراء الرصيد المعرفية الدينية، 20% تبادل المعلومات و الخبرات في الدين الإسلامي، في حين نجد أن نسبة 10% الذكور إثراء الرصيد المعرفية الدينية، 8% الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر، فتأتي 6% تبادل المعلومات و الخبرات في الدين الإسلامي .

وتشير الدراسة بأن أكثر الإشباعات المعرفية المتحققة لكلا الطرفين هي إثراء رصيد المعرفة الدينية و الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر وهذا راجع إلى الإشباعات المرتبط أساسا بمجال اهتمام كل مستخدم .

ونلاحظ متغير السن فنجد أن نسبة 24% من الفئة العمرية الأولى 18-29 ترى أن الإشباعاتها المعرفية تتمثل في إثراء الرصيد المعرفة الدينية و 20% منهم الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر و 10% تبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي أما بنسبة الثانية العمرية 29-40 بنسبة 16% تبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي و 10% الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر و إثراء الرصيد المعرفة الدينية .

ومنه نستنتج أنه كلما كان السن أصغرى فهم يبحثون عن اثراء معرفتهم نظرا لقلتها لديهم على عكس الفئات أكبرى سن يفضلون تبادل المعلومات لتوفرها لديهم ومنه أن أغلبهم يحققون إشباعات معينة من خلال استخدامهم لصفحة " من رحيق العلم و الايمان" أي أن استخدام افرء العينة لصفحة هادف وواعي وذلك لتحقيق غايات و إشباع مخططة وهذا ما تشير إليه النسب المذكور أعلاه حسب كل فئة العمرية ومتطلباتها وحاجاتها .

ونلاحظ من خلال متغير المستوى التعليمي فنجد أن مستوى متوسط 8% منهم يتبادلون المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي و 4% لكل من الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر وإثراء الرصيد المعرفة الدينية أما بالنسبة لتعليم الثانوي فنجد أن 10% لكل من الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر وتبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي و 8% إثراء الرصيد المعرفة الدينية.

في حين نجد 26% من التعليم العالي إثراء الرصيد المعرفة الدينية و 22% الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر في حين لم تتجاوز نسبة 8% تبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي .

ومنه نستنتج أن للصفحة دورا كبير في استقاء المعلومات الدنية وتفقيه مستخدميها من خلال تبادل المعلومات والخبرات مما يسهل على الفرد إشباع حاجاته الدينية المختلفة كلا حسب رصيده المعرفي ومدى تفقهه في الدين الإسلامي .

الجدول (35): يبين الجدول الإشباع النفسية تحققها صفحة " من رحيق العلم والايمان " المبحوثين حسب التي متغيرات الدراسة

فيما تتمثل الإشباع النفسية التي تحققها لك صفحة " من رحيق العلم والايمان " ؟										الإجابة المتغيرات	
المجموع		تعزيز الثقة بالنفس		الشعور بالرضا		التنفيس والتعبير		التخلص من التوتر والقلق			
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
%24	12	%6	3	%8	4	%4	2	%6	3	ذكر	الجنس
%76	38	%16	8	%18	9	%10	5	%32	16	أنثى	
%100	50	%22	11	%26	13	%14	7	%38	19	المجموع	
%54	27	%18	9	%14	7	%8	4	%14	7	29-18	السن
%36	18	%4	2	%10	5	%6	3	%16	8	40-29	
%8	4	%00	0	%2	1	%00	0	%6	3	51-40	
%2	1	%00	0	%00	0	%00	0	%2	1	أكثر من 51	
%100	50	%22	11	%26	13	%14	7	%38	19	المجموع	
%16	8	%4	2	%6	3	%00	0	%6	3	متوسط	المستوى التعليمي
%28	14	%6	3	%4	2	%6	3	%12	6	ثانوي	
%56	28	%12	6	%16	8	%8	4	%20	10	تعليم عالي	
%100	50	%22	11	%26	13	%14	7	%38	19	المجموع	



تتضح لنا من خلال بيانات الجدول سابق أن نسبة 38% الإناث منهن التخلص من التوتر والقلق بنسبة و18% الشعور بالرضا و16% تعزيز الثقة بالنفس و10% التنفيس والتعبير أما بالنسبة للذكور فجاءت أعلى نسبة 8% الشعور بالرضا و6% التخلص من التوتر والقلق وتعزيز الثقة بالنفس بنسبة و4% التنفيس والتعبير بنسبة.

وتشير الدراسة أن الإشباعات النفسية المتحققة للجنسين تختلف بعض الشيء فيما بينها ، حيث نجد ها تتمحور عند الذكور في الشعور بالرضا ثم التخلص من التوتر و تعزيز الثقة بالنفس بينما نجدها عند الإناث وبنسبة كبير إلى التخلص من التوتر والقلق ، ويمكن إرجاع هذا إلى التنوع الهائل للمضامين حيث يجد فيها المبحوثين كل ما يردونه وبالتالي تشبع كافة الحاجات التي يرغبون بها ما يحقق الثقة بالنفس وتقليل من التوتر .

أما بالنسبة لمتغير السن فنجد نسبة 18% للذين تنحصر الأعمار هم بين 18-29 تعزيز الثقة بالنفس و14% لكلا من الشعور بالرضا و التخلص من التوتر و القلق و تأتي نسبة 8%التنفيس و التعبير أما بالنسبة للفئة العمرية الثانية 29-40 فنجد نسبة 16%منهم التخلص من توتر والقلق و10% الشعور بالرضا و6%منهم التنفيس والتعبير فتأتي 4% تعزيز الثقة بالنفس أما فيما يخص الفئة الثالث 40-51 التخلص من التوتر و القلق بنسبة 6% و2% الشعور بالرضا أما في ما يخص الفئة الأخير فنجد نسبة2%التخلص من التوتر والقلق.

ومنه نستخلص أن كلما تقدم الإنسان في العمر زاد حسه بالمسؤولية اتجاه دينه مما يزيد من حدة التوتر إذ كان ما يقوم به الصواب أم خطأ حيث ساهمة الصفحة و ما ينشر عليها في تحديد صحيح من الخطأ بنسبة لمستخدميها.

أما فيما يخص المستوى التعليمي فنجد نسبة 6% أن أصحاب المستوى متوسط التخلص من التوتر و القلق و الشعور بالرضا و نسبة 4% تعزيز الثقة بالنفس فيما انعدمت بنسبة إلى التنفيس و التعبير أما فيما يخص المستوى الثانوي فنجد أن نسبة 12% التخلص من التوتر و القلق و6% لكل من التنفيس و التعبير تعزيز الثقة بالنفس أما بالنسبة لتعليم العالي فنجد 20% التخلص من التوتر و القلق و16% الشعور بالرضا و12% تعزيز الثقة بالنفس فتأتي 8% التنفيس و التعبير.

ومنه تشير الدراسة أن كلما ارتفع المستوى التعليم ساهمت صفحة " من رحيق العلم والايمان " في تخليصهم من التوتر والقلق تحقق لهم إشباعات متطابقة مع إشباعهم المتوقعة وبالتالي فإن الصفحة تشبع كافة الحاجات التي يرغبون بها مما يخلصهم من التوتر والقلق.

الجدول (36): يبين الجدول كيف ساعدت صفحة " من رحيق العلم و الايمان " المبحوثين في حياتهم الدينية حسب متغيرات الدراسة

هل ساعدتك صفحة من رحيق العلم والايمان على ؟								الإجابة	
المجموع		مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي		التعرف على وجهات نظر رجال الدين في قضايا الدينية		تعزيز ثقافتك الدينية		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	الجنس	
24%	12	8%	4	10%	5	6%	3	ذكر	
76%	38	18%	9	20%	10	38%	19	أنثى	
100%	50	28%	14	28%	14	44%	22	المجموع	
54%	27	14%	7	10%	5	30%	15	29-18	السن
36%	18	12%	6	16%	8	8%	4	40-29	
8%	4	2%	1	2%	1	4%	2	51-40	
2%	1	00%	0	00%	0	2%	1	أكثر من 51	
100%	50	28%	14	28%	14	44%	22	المجموع	
16%	8	6%	3	8%	4	2%	1	متوسط	المستوى
28%	14	10%	5	4%	2	14%	7	ثانوي	التعليمي
56%	28	12%	6	16%	8	28%	14	تعليم عالي	
100%	50	28%	14	28%	14	44%	22	المجموع	

نلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن نسبة 38% من الإناث أثرة استخدامهن لصفحة في تعزيز ثقافتهم الدينية و20% التعرف على وجهات نظر رجال الدين و18% مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي، أما بالنسبة للذكور فنجد 10% التعرف على وجهات نظر رجال الدين في قضايا الدينية و 8% مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي و 6 تعزيز ثقافتك الدينية. ومنه نستخلص أن صفحة " من رحيق العلم والايمان " ساهمت في تعزيز ثقافة الدينية لدى الإناث أما بالنسبة للذكور فالتعرف على وجهات نظر رجال الدين في القضايا الدينية ويمكن تفسير ذلك إلا أن الذكور لم يعد الإمام يلبي كافة الاحتياجات هم و رغباتهم في حل المسائل وقضاياهم الدينية مما يدفعهم بأخذ وجهات نظر أخرى .

أما بالنسبة لمتغير السن فأبرز أن نسبة 30% من فئة العمرية 18-29 تأثرت في حياتهم الدينية في تعزيز ثقافتك الدينية و 14 % منهم مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي و 10% التعرف

على وجهات نظر رجال الدين في قضايا الدينية أما بالنسبة لفئة العمرية الثانية 29- 40 فنجد 16% التعرف على وجهها نظر رجال الدين في قضايا الدينية و 12% مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي و 8% تعزيز ثقافتك الدينية .

ومنه نستنتج أن الفئة العمرية الصغرى أن صفحة "من رحيق العلم والايمان" ساهمت في تعزيز ثقافتهم الدينية وهذا راجع إلى امتلاكهم للمعلومات في حد ذاتها أما الفئة العمرية المتوسطة فاطلاعتهم على وجهات نظر رجال الدين يدل على أن اختيار أفراد العينة للمضمون معين يهدف من خلاله لتحقيق إشباع متوقع من ذلك المضمون مما يزيد ثقته بنفسه .

ونلاحظ تأثير متغير المستوى التعليمي فنجد نسبة 8% من المستوى التعليم المتوسط التعرف على وجهات نظر رجال الدين في القضايا الدينية و 6% مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي و 2% منهم تعزيز ثقافتك الدينية أما فيما يخص مستوى الثانوي 14% تعزيز ثقافتك الدينية و 10% مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي فتأتي 4% التعرف على وجهات نظر رجال الدين في قضايا الدينية أما بالنسبة التعلم العالي فنجد نسبة 28% تعزيز ثقافتك الدينية و 16% التعرف على وجهات نظر رجال الدين في القضايا الدينية فتأتي 12% مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي.

ومنه تشير الدراسة أن مستوى تعليم المتوسط يرى بأن التعرف على وجهات نظر رجال الدين في قضايا الدينية تلبية حاجاتهم وهذا راجع لنقص المعلومات الدينية لديه على عكس المستويات الأخرى التي ترى في استخدام الصفحة زيادة في التعزيز لثقافتها الدينية وهذا راجع لوعيتها كامل لخدمات التي تقدمها الصفحة.

الجدول (37): يبين الجدول كيف أثر استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم و الايمان في " عادات حياتهم الدينية

ما هو اثر استخدامك لصفحة من رحيق العلم و الايمان في عادات حياة الدينية ؟								الإجابة	
المجموع		علاقتك بالخالق		المعاملات ( الأسرة المجتمع)		العبادات		المتغيرات	
النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار		
24%	12	6%	3	16%	8	2%	1	ذكر	الجنس
76%	38	18%	9	34%	17	24%	12	أنثى	
100%	50	24%	12	50%	25	26%	13	المجموع	
54%	27	12%	6	26%	13	16%	8	29-18	السن
36%	18	10%	5	18%	9	8%	4	40-29	
8%	4	00%	0	6%	3	2%	1	51-40	
2%	1	2%	1	00%	0	00%	0	أكثر من 51	
100%	50	24%	12	50%	25	26%	13	المجموع	
16%	8	6%	3	8%	4	2%	1	متوسط	المستوى التعليمي
28%	14	6%	3	16%	8	6%	3	ثانوي	
56%	28	12%	6	26%	13	18%	9	تعليم عالي	
100%	50	24%	12	50%	25	26%	13	المجموع	

لاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن الإناث بنسبة 34% تأثرن في حياتهن الدينية في جانبه المعاملات ( الأسرة المجتمع) و 24% العبادات و 18% علاقتك بالخالق، في حين نجد أن الذكور هم أيضا تأثروا بنسبة 16% في المعاملات ( الأسرة المجتمع) و 6% علاقتك بالخالق وفي أخير 2% منهم العبادات.

ومنه نستنتج أن الصفحة "من رحيق العلم و الايمان" أثرة في كلا الجنسين في الجانب اليومي أي في معاملاتهم سواء على مستوى الأسرة أو المجتمع ويمكن إرجاع ذلك لسمات العصر الذي نلاحظ فيه ارتفاع في تفكك الروابط الأسرية انحطاط في المعاملات داخل الأفراد المجتمع الإسلامي في مختلف مستوياته الاجتماعية .

أما متغير السن فنجد نسبة 26% من الفئة الأولى 18-29 تأثر في المعاملات (الأسرة المجتمع) بـ 16% منهم العبادات وفي الأخير 12% علاقتك بالخالق أما بالنسبة لفئة الثانية 29-40 نجد 18% المعاملات (الأسرة المجتمع) وتليها 10% علاقتك بالخالق فتأتي 8% العبادات أما فيما يخص الفئة 40-50 فنجد 6% المعاملات (الأسرة المجتمع) وتليها 2% العبادات وانعدمت بالنسبة لعلاقتك بالخالق .  
ومنه نستخلص من خلال نسب أعلاه أن الفئة التي تنحصر الأعمار هم من 18 إلى غاية 50 كان تأثره في معاملاتها اليومي وهذه راجع لحاجاتها لهذه النصائح والإرشادات في تنظيم معاملاتها سواء كانت داخل الأسرى أو في المجتمع أما في ما يخص أكثر 51 فتأثرها في علاقتها بالخالق راجع لوعيهم الكامل بمدى أهميتهم في تقوية علاقتهم بالخالق ويمكننا القول هنا بأن عملية تعرض للمضمون اختيارية كل حسب حاجاته .

أما فيما يخص المستوى التعليمي فنجد أن نسبة 8% من التعليم المتوسط تأثروا في المعاملات (الأسرة المجتمع) و 6% منهم علاقتك بالخالق و 2% العبادات أما فيما يخص المستوى الثانوي فترتفع نسبة التأثير فنجد 12% المعاملات (الأسرة المجتمع) أما فيما يخص مستوى التعليم العالي فنجد أيضا ارتفاعا في نسبة 26% المعاملات (الأسرة المجتمع) وتليها 18% العبادات ويليهما نسبة 12% علاقتك بالخالق .  
وأكدت الدراسة أن أصحاب مستوى التعليم العالي تأثروا في علاقتهم بالخالق لوعيه ومعرفتهم الكامل بأهمية علاقة العبد بخالقه خاصة أن الدين الإسلامي يحرص على ذلك في حين نجد أن مختلف المستويات التعليمية الأخرى تأثروا في معاملات ( الأسرة والمجتمع ) وهذا راجع لأهميتها في حياة الفرد الدينية وحاجة الأفراد العينة إلى النصائح والإرشادات لمثل هذه القضايا.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة

المطلب الأول: النتائج العامة للدراسة

المطلب الثاني: الإجابة على تساؤلات الدراسة

## المبحث الثالث: نتائج الدراسة العامة

### المطلب الأول: النتائج العامة للدراسة:

لقد تم التوصل من خلال هاته الدراسة المتمثلة في استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي والاشباع المحققة منها ، وتطرقنا إلى عرض النتائج العامة وحسب المتغيرات الدراسة.

بالنسبة لعادات وأنماط استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم والايمان "

✓ أثبتت الدراسة بأن أغلب المبحوثين أحيانا ما يهتمون بما ينشر عبر " صفحة من رحيق العلم والايمان بنسبة 58 % وذلك حسب حاجتهم إليها وبقصد الحصول على ما يخدمهم ويلبي توقعاتهم ، كما أن نسبة الإناث الذين يستخدمون صفحة " من رحيق العلم والايمان" تفوق نسبة الذكور، وأن الفئة العمرية الأصغر 18-29 أكثر اهتماما من غيرهم ، وكلما ارتفع المستوى التعليمي كلما كان الاهتمام من حين لآخر.

✓ أظهرت الدراسة بأن اغلب المبحوثين بدأوا استخدام صفحة "من رحيق العلم والايمان" منذ أكثر من ستة أشهر بنسبة 34%، و يرجع ذلك ما توفره هذه الصفة لمستخدميها وانتشارها وشيوع استخدامها وسهولة استخدامها ، كما أكدت الدراسة أن الذكور بدأوا استخدامها قبل الإناث ، وكلما ارتفع السن والمستوى التعليمي ارتفعت مدة استخدام المبحوثين للصفحة .

✓ كشفت الدراسة بأن المبحوثين لا يقدررون عدد الساعات التي يقضونها يوميا في تصفحهم لصفحة " من رحيق العلم والايمان" ، حيث تتصفح نسبة 62 % منهم حسب الظروف و لفترات معينة تكون كافية لتلبي لاحتياجاتهم وتشبع رغباتهم ، كما أثبتت الدراسة أن كلا من الجنسين والمستويات التعليمية يستخدمون الصفحة حسب الظروف لعدم قدرتهم على تقدير الساعات التي يفضلونها في تصفحها، في حين أن متوسط العمري يستخدمون الصفحة أقل من الساعة.

✓ أظهرت الدراسة بأن المبحوثين يفضلون تصفح " صفحة من رحيق العلم والايمان " في الفترة الليلية بنسبة 50 % وذلك لأنها فترة راحة و لكونهم يسهون أعمالهم اليومية في هذا الوقت، أي وقت الفراغ كما أكدت الدراسة أن كلا من الجنسين يفضلون الفترة الليلية والصبحية للتصفح ، وهذا ما أكدته أغلب الفئات العمرية أما المستوى التعليم فقد أثبتت الدراسة أنهم يفضلون الفترة الليلية و المسائية .

✓ كما أثبتت الدراسة أن المكان المفضل لمتابعة صفحة " من رحيق العلم والايمان " هو المنزل بنسبة 84 % وذلك راجع لأن المنزل هو أكثر الأماكن التي تتمتع بالهدوء و لكونه أكثر مكان يتفرغ فيها المبحوثين ، كما يفضل المبحوثون من كلا الجنسين تصفح الصفحة في المنزل، في حين أكدت مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية على أن المنزل هو أفضل الأماكن لتصفح الصفحة.

- ✓ تفضل نسبة 86% من المبحوثين يفضلون الهاتف الذكي لتصفح صفحة " من رحيق العلم والإيمان "، لتوفره على العديد من المميزات، منها سهولة الحمل وخفة الوزن واتصاله بشبكة الانترنت عبر الاشتراك، وأكدت الدراسة أن الإناث يستخدمن الهاتف أكثر من الذكور وانه كما كان السن أصغر زاد تصفح الصفحة استخدام الهاتف وهذا أثبتته مختلف المستويات التعليمية.
- ✓ أوضحت الدراسة أن نسبة 54 % من المبحوثين يفضلون تصفح الصفحة فقط والاطلاع على محتوياتها، وهذا ما أكده كل من الإناث والذكور، في حين يفضل أصحاب المستوى المتوسط الدخول في مناقشة
- ✓ أظهرت الدراسة أن الخدمات المفضلة لدي المبحوثين عبر صفحة " من رحيق العلم والإيمان" هي مشاركة الفيديوهات، وذلك راجع إلى تلبية حاجاتهم وإبراز توجهاتهم و آراءهم حول موضوع معين دون قيود ، كما أكدت الدراسة على أن الذكور يفضلون مشاركة الفيديوهات فيحين تفضل الإناث مشاركة الصور ، في حين تفضل العمرية المتوسط والصغرى و بعض المستويات التعليمية مشاركة الفيديوهات.
- ✓ كما أشارت نتائج الدراسة إلى غلبة النزعة الفردية حيث أن المبحوثين يميلون إلى الاستفادة من مما تقدمه صفحة " من رحيق العلم والإيمان " ، ولا يمررونها، وذلك لتلبية حاجاتهم الفردية فقط ، وهذا ما أثبتته الدراسة فكلا الجنسين يفضلون الاستفادة مما تقدمه الصفحة ولا يمررونها لغيرهم في حين نجد أن مستوى التعليم الثانوي يفضلون تمررها لآخرين على عكس مختلف الفئات العمرية .
- ـ بالنسبة لدوافع وأسباب استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم والإيمان"
- ✓ أكدت الدراسة بأن المبحوثين يستخدمون " صفحة من رحيق العلم والإيمان " بدافع الأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية بنسبة 40 % و لحل مشاكل حياتهم الدينية ، كما أظهرت الدراسة اختلاف استخدم المبحوثين من كلا الجنسين حيث أن أغلب الإناث سبب متابعتهم لصفحة " من رحيق العلم والإيمان " هو المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي، أما بالنسبة الذكور القائمين على الصفحة ، في حين ترى بعض المستويات التعليمية الفئات العمرية أنه يستخدمون الصفحة لعدة دوافع أم أخذ بالنصيحة أو بدافع متابعة المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي كما أوضحت الدراسة أن الدافع متابعة الصفحة من سن لآخر .
- ✓ أظهرت الدراسة أن أكثر المضامين تأثير في المبحوثين هي القصص الإنسانية الواقعية بنسبة 48% ويرجع ذلك لمعايشة هذه المشاكل في حياتهم، كما أثبتت الدراسة أن كلى الجنسين يفضلون القصص الإنسانية الواقعية لأنه أكثر شيء يجذب الاهتمام، وهذا ما أكدته مختلف الفئات العمرية ألا أن المستوى المتوسط يفضلون قصص السلف الصالح .



✓ يرى مستخدمو صفحة " من رحيق العلم والايمان " أن محتويات الصفحة جيدة و حسنة وذلك راجع لتلبية حاجاتهم الدينية ، وهذا ما أكده المبحوثين من كلا الجنسين أيضا في حين تقيم الفئة العمرية الصغرى الصفحة بضعيف على عكس المستوى التعليمي .

### \_ بالنسبة الاشباعات المحققة من استخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والايمان

✓ حققت صفحة " من رحيق العلم و الإيمان " الاشباعات النفسية كالتخلص من التوتر والقلق بنسبة 38% ، ويزداد هذا الاشباع لدى الإناث ، في حين حقق الذكور الشعور بالرضي بنسب متقاربة ، أما فيما يخص مختلف فئات العمرية و المستويات التعليمية فالصفحة تخلصهم من التوتر والقلق .

✓ ساهمت الصفحة في تعزيز الثقافة الدينية بنسبة 44% من المبحوثين ، وتصحيح مكان خاطئا في نظرهم ، كما أتاحت لهم سهولة التواصل وإمكانية التدفق المعلومات الدينية وسهولة نشرها ، وذات الإشباع يزداد لدى الإناث ، على عكس الذكور الذين حققوا إشباعاتهم من حيث تعرفهم على توجهات نظر رجال الدين في القضايا الدينية، في حين أختلف الفئات العمرية ومستويات التعليمية بين تعزيز الثقة بالنفس و تعرف على وجهات النظر رجال الدين .

✓ أثرت الصفحة في الحياة الدينية المعاملات بنسبة 50 % من المبحوثين وذلك لتركيزها على جوانب الحياة الأسرية، كما أثبتت الدراسة أن كلى الجنسين تأثرا فجانبا المعاملات أي الأسرة والمجتمع، وهذا ما أكدته مختلف المستويات التعليمية إلى أن الفئات العمرية أصغر تأثروا في علاقتها بالخالق .

### المطلب الثاني: الإجابة على تساؤلات الدراسة

تضمنت الدراسة ثلاثة أسئلة فرعية وتم الاعتماد عليها كمحاور أساسية في الاستمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة، فبعد عرض النتائج العامة يمكننا الإجابة على هذه الأسئلة على النحو التالي:

#### 1/ عادات وأنماط استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم والايمان " على " الفيسبوك "

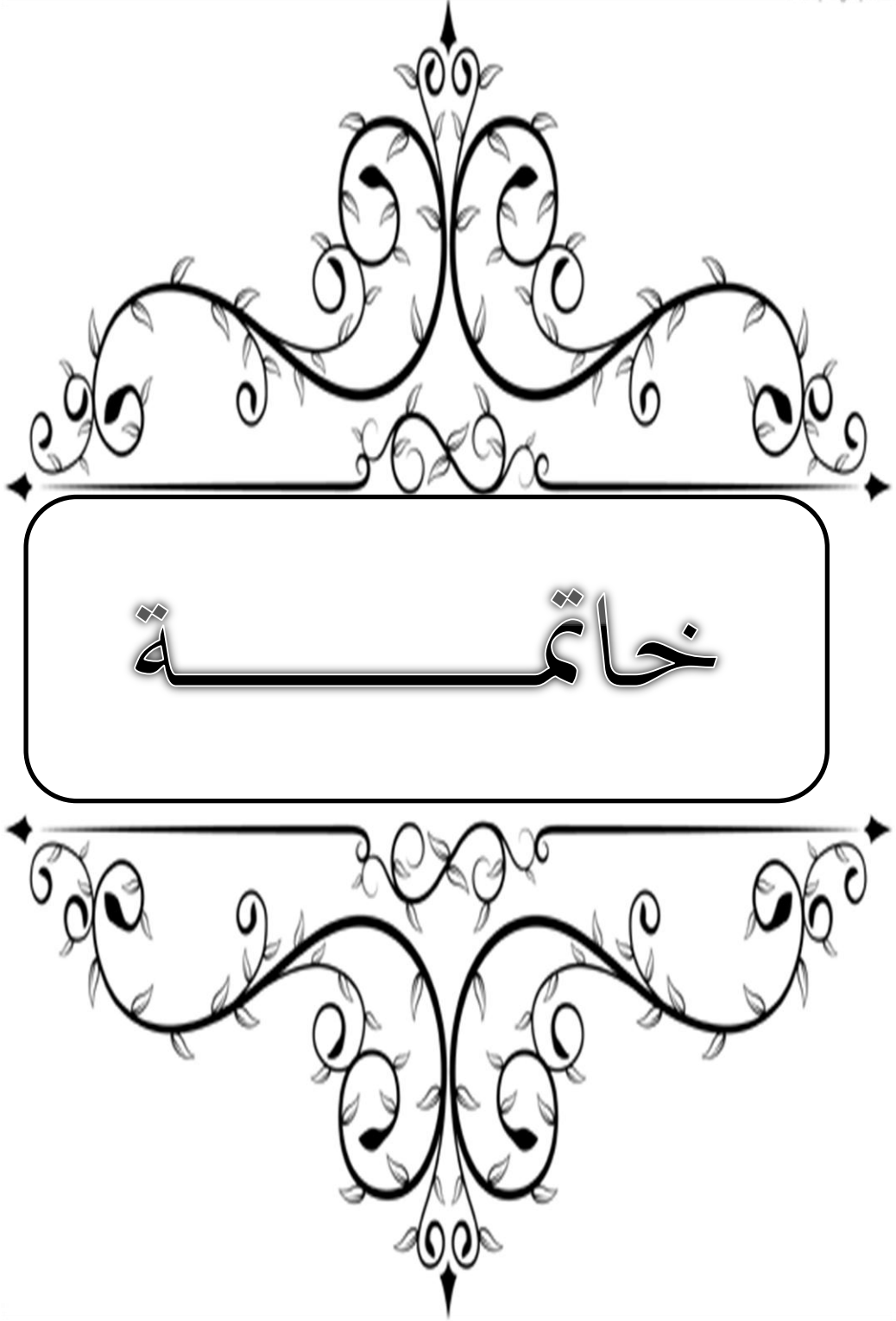
يستخدم المبحوثين صفحة " من رحيق العلم والايمان " منذ أكثر من ستة أشهر، لذا ترسخت لديهم مجموعة من العادات كاستخدام اليومي، حيث أصبحوا لا يقدرّون عدد الساعات التي يقضونها في تصفح الصفحة فهم يتصفحونها حسب ظروفهم، ويعتبر المنزل أنسب مكان، لذلك يعتبر أنسب وسيلة الهاتف الذكي باعتباره سهل الحمل والاستخدام، ويفضلون في أغلب الأوقات مشاركة الفيديوهات والصور، و الاستفادة مما تقدمه الصفحة دون تمريره للآخرين.

ونلاحظ أن متغير السن والمستوى التعليمي أثر أكثر في عادات وأنماط مستخدمي صفحة " من رحيق العلم والإيمان " مقارنة بمتغيرات الأخرى.

2/ دوافع وأسباب استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم والايمن " على " الفيسبوك " كما وجدنا أن هناك جملة من الدوافع والأسباب وراء استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم والايمن " فدافعهم الأساسي، لمتابعة هذه الصفحة هو المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي والخاصية التفاعلية في الصفحة، كما يستخدم أغلب المبحوثين الصفحة من أجل الأخذ بالنصائح والإرشادات و الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي ، ويفضل أغلب المبحوثين القصص الإنسانية الواقعية لأنها أكثر شيء يجذب اهتمامهم .

و ننظر في الدوافع وأسباب الاستخدام تأثر بمتغير المستوى التعليمي في استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم والايمن " .

3/ الإشباعات المحققة من استخدام المبحوثين لصفحة " من رحيق العلم و الايمان "على الفيسبوك" وبحقق استخدام صفحة " من رحيق العلم والايمن " جملة من الإشباعات منها ما هو معرفي كتوفير ما يحتاجونه من معلومات من خلال إثراء رصيد معرفتهم الدينية و حصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر ، كما أن استخدامهم للصفحة يشعروهم بالرضى ويخلصهم من التوتر ويعززون ثقتهم بأنفسهم، هذا ما أثر على حياتهم الدينية في جوانبها اليومية أي في معاملاتهم سواء داخل الأسر أو في المجتمع. وهذه النتائج تأثر أكثر بمتغير الجنس حيث نجد أن الإناث يختلفن عن الذكور في الإشباعات التي حققتها لهم صفحة " من رحيق العلم والإيمان "



## خاتمة و توصيات

سعت هذه الدراسة الى تعرف على استخدامات المبحوثين لصفحة من رحيق العلم والايمان على الفيسبوك والاشباعات المحققة منها،محاولة الكشف عن أهم العادات والانماط والدوافع و إشباعات هذا الاستخدام ،إذا اعتمدنا منذ البداية على فروض نظرية الاستخدامات الاشباعات لوضع تساؤلات الدراسة ومحاور أدواتها .

وكشفت الدراسة ان المبحوثين يستخدمون الصفحة منذ أكثر من ستة اشهر وبشكل يوم وحسب الظروف والوسائل المتاحة، والهاتف الذكي أهمها ولم يكن استخدامهم لصفحة فيه التزام واضح ،هذا كان فقط بدافع الأخذ بالنصائح الإرشادات الدينية لحل مشاكلهم التي يعيشونها،كما أثرت القصص الإنسانية الواقعية المنشورة على الصفحة فيهم ولهم وحقق لهم هذا الاستخدام إشباعات معرفية كإثراء رصيد المعرفة الدينية لديهم وشجعتهم على تبادل وجهات النظر وسهلت لهم الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر وعززت ثقافتهم الدينية، أما الإشباعات النفسية فتتمثل في تخليصهم من التوتر والقلق وتحقيق الشعور بالرضى وأوضح استخدامهم لهذه الصفحة التأثير الواضح في معاملاتهم وفي حياتهم الدينية على مستوى الأسرة والمجتمع،وكانت ردود أفعالهم إيجابية أتجاه الصفحة وما ينشر فيها .

ويمكننا القول بأن استخدام باقي الصفحات الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي لها نفس الاستخدامات والإشباعات فهذا يختلف من مجتمع بحث لآخر تبعا لعدد من المتغيرات من طبيعة الصفحة والقائمين عليها وظروف الاستخدام،والوسيلة المتاحة ويمكن القول بأن التطبيقات المستحدثة باستمرار على هذه المواقع لهذا فقد كان من الصعب علينا التحكم في عينة الدراسة خاصة أنها عينة افتراضية.

وفي الأخير يمكننا القول بأن التحكم في استخدام ومعرفة الإشباعات المحققة من شبكات التواصل الاجتماعي ينطلق من المستخدم نفسه،حيث تبقى هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصل لاستكشاف العديد من ميادين البحث في مجال شبكات التواصل الاجتماعي ومضامينها،ولا يمكننا القول بأننا بلغنا النتائج المعبرة عن كل ما يتعلق بمستخدمي الصفحات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن قد حاولنا فقط الكشف عن أهم الجوانب ممهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف جوانب أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة في دراسة الاستخدامات المبحوثين لصفحات

الدينية والإشاعات المحققة منها خاصة حول شبكات تواصل أخرى ك"اليوتيوب والأنستغرام..." وغيرها من الشبكات مع التزايد المستمر لاستخدام هذا النوع من الصفحات لدى مختلف الفئات .

## توصيات الدراسة:

بعد إجراء الدراسة الميدانية وتحليل النتائج الاستمارة والاستخلاص النتائج العامة يمكننا استخلاص التوصيات العامة بناء على الدراسة التي أجريت على مستخدمي صفحة " من رحيق العلم والإيمان " بشأن استخدامهم لصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي و الإشاعات المحققة منها يمكن إدراجها على النحو التالي:

1. ضرورة الاستفادة من إمكانيات شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة الدين الإسلامي في ظل الإقبال الكبري لدى مستخدمي صفحات الدينية على هذه المواقع.
2. ضرورة إنشاء صفحات خاصة بدعاة الدين الإسلامي واهتمام بما تقدمه هذه الصفحات بما يخدم الدين الإسلامي و الأفراد المجتمع المسلم.
3. يجب على مستخدمي هذه الصفحات أن يتفحصوا المعلومات المتداول على الصفحات الدينية ومعرفة مصدرها الأساسي قبل اعتمادها كمصدر أو حقيقة يعتمد عليها في حياته الدينية.
4. العمل على تنسيق ما ينشر على هذه الصفحات الافتراضية ومع الواقع المعاش للمجتمع الإسلامي وتوفير العديد من الخدمات التي تخدم الدين الإسلامي.
5. إنشاء صفحات دينية إسلامية يتم فيها مناقشة الأفكار ومعلومات وقضايا ومواضيع الإسلامية من أجل إثراء معارفهم الدينية من جهة، والمساهمة في طرح حل المشكلات التي تعترضهم من جهة ثانية.
6. العمل على تعزيز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي وتقليل من سلبياتها على الدين الإسلامي من خلال محاربة الصفحات الإسلامية التي تشوه صورة الإسلام والمسلمين عبر الصفحات الإسلامية تشرح المعنى الحقيقي للدين الإسلامي.

## قائمة المراجع

### الكتب والمراجع:

1. احمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية للنشر والتوزيع.
2. احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، دار المطبوعات الجامعية، ط4.
3. حردان هادي الجنابي: الإعلام الإسلامي الإلكتروني دراسة لمواقع الإسلامية على الانترنت دار الغري للنشر والتوزيع.
4. حسن شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن، 2014.
5. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط5، دار المصرية اللبنانية، القاهرة .
6. حسن عماد مكاوي وعاطف عدلي، نظريات الإعلام ، 2007.
7. حسني محمد نصر: نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي لبنان، 2015.
8. حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة عمان، 2015.
9. رحيم يونس كروالعزاوي : مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، الاردن، 2007.
10. سامية أبو النصر : الصحافة الإلكترونية وثورة الفيس بوك ، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع مصر 2014.
11. سميح عاطف الزين : علم النفس، الجلد 1، دار الكتاب اللبناني ، بيروت ، 1991.
12. سمير محمد حسن اسماعيل : مناهج البحث العلمي (بحوث الاعلام ) عالم الكتب، القاهرة، 2006 .
13. شريف العرضاوي: الإعلام الجديد بين التأصيل والتنظير، عالم الكتب الحديث، الأردن 2016.
14. طه أحمد الزيدي: المرجعية الإعلامية في الإسلام تأصيل وتشكيل ، دار النفائس للنشر والتوزيع ،الاردن.
15. عامر ابراهيم قنديلجي: البحث العلمي في الصحافة والإعلام، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان ، 2015 .
16. عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر: مواقع التواصل الاجتماعية والسلوك الانسانية، دار صفاء للنشر والتوزيع ،عمان .
17. عبد الرحمن حجازي: الإعلام الإسلامي بين الواقع والمرتجى، دار المعرفة، لبنان.
18. عبد الرزاق محمد الدليمي: صناعة الإعلام العالمي المعاصر، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان.
19. عبد الله قاسم الشولي: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة ، دار عمار للنشر والتوزيع، عمان، 1994 .

20. علاء الدين محمد عفيفي: الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، دار التعليم الجامعية، الإسكندرية، 2015 .
21. علي عبد الفاتح كنعان، نظريات الإعلام، دار اليازوري، عمان .
22. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق اعادة البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
23. فضة عباسي بصلي ومحمد الفاتح حمدي: مدخل لعلوم الاتصال والإعلام الوسائل والنماذج والنظريات، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن 2017 .
24. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2014 .
25. محمد عبيدات واخرون : منهجية البحث العلمي - القواعد المراحل والتطبيقات، دار وائل ط2، عمان، 1999
26. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر 2003.
27. محمود طارق هارون: الشبكات الاجتماعية على الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2017 .
28. محي الدين إسماعيل محمد الديهي: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور متلقين ، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية ، 2015.
29. منال هلال المزاهرة : نظريات الاتصال، دار المسير للنشر والتوزيع، عمان، 2012
30. منتصر حاتم: أيديولوجيات الإعلام الإسلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
31. مورييس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، دار القصة، الجزائر، ط2 2006 .
32. نادية سعيد عاشور: منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعي، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، الجزائر ، 2017 .
33. نجلاء إسماعيل أحمد: الإعلام الديني والتعددية الثقافية، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2017.

## 2-قواميس ومعاجم

1. ابراهيم مذكور: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة العامة للكتاب، مصر ، 1975 .
2. طه أحمد الزبيدي: معجم المصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، دار النفائس لنشر والتوزيع، الأردن ، 2010.
3. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2004.
4. محمد جمال الفأر، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2014
5. المنجد الابجدي ،دار الشروق، بيروت ، ط 8 ، 1986

## 03-مذكرات:

1. ابتسام زيري وماريا الأعور: استخدام طلبة الجامعة لوسائل الإعلام الجديد والاشباعات المحققة منها، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة 2014- 2015 ، ص، 57.
2. سعد بكوش: تحديات الإعلام الدعوي في ظل العولمة دراسة نظرية ،مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر ،قسم العلوم الإنسانية كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي 2015.
3. سمية إبراهيم المكاوي: الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم (دراسة مقارنة)، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2016.
4. مريم نريمان نومار : استخدام الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة الحاج لخضر - باتنة ، 2011/2012 .
5. نزيهة عثمانة : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر اتصال وعلاقات عامة ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة ، 2016- 2017.
6. هاجر قرين: استخدام المراهقين لشبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك و الإشباعات المحققة منها، مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2017 .

#### 04 المواقع الإلكترونية

1. عمار توفيق أحمد بدري: أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة "الفيسبوك"، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع <https://repository.najah.edu> .
2. محمد غزالي: خصوصية التوعية الدينية عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مؤتمر كلية الشريعة الدولية الرابع: وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع.

<https://hdl.handle.net/20.500.11888/10438>.



الملاحق

الملحق رقم ( 1 )

جامعة محمد خيضر -بسكرة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام واتصال

تخصص اتصال وعلاقات

استمارة استبيان بعنوان:

استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع

المحقة منها

- دراسة مسحية على عينة مستخدمي صفحة من رحيق العلم و الإيمان -  
على الفيسبوك

إشراف الأستاذة :

إعداد الطالبة :

مسعودة طلحة

أمنة زقاو

في اطار انجاز مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة نضع بين أيديكم استمارة نرجو  
الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها ونعلمكم أن الاستمارة توظف لغرض علمي بحت و أن هذه  
المعلومات تبقى سرية وشكرا .

ملاحظة : الرجاء الإجابة على أسئلة الاستمارة بشطب ( x ) على عبارة المناسبة

السنة الجامعية: 2018 - 2019

## البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر  \_ انثى

الفئة العمرية : 18-29  40 \_ 50  أكثر من 50

المستوى العلمي: ابتدائي  \_ متوسط

\_ ثانوي  \_ تعليم العالي

## المحور الأول : عادات و أنماط استخدام المبحوثين لصفحة "من رحيق العلم والإيمان" على الفيسبوك

1 \_ هل تهتم بكل ما ينشر عبر صفحة "من رحيق العلم و الإيمان" ؟  
\_ غالب  - أحيانا  - نادر

2 - منذ متى و أنت تستخدم صفحة "من رحيق العلم و الإيمان" ؟  
- اقل من ثلاثة أشهر   
- من ثلاثة شهر إلى ستة أشهر   
- أكثر من ستة أشهر   
- سنة

3- كم تستغرق من الوقت يوميا في استخدامك لصفحة "من رحيق العلم و الإيمان" على الفيسبوك؟

- أقل من ساعة   
- من ساعة الى ساعتين   
- حسب الظروف   
-

4- ما هي الفترات المفضلة لديك لتصفح صفحة "من رحيق الإيمان" على الفيسبوك؟

\_ الفترة الصباحية

- الفترة المسائية

- الفترة الليلية

5- ما هو مكانك المفضل لمتابعتك صفحة "من رحيق العلم و الإيمان" على الفيسبوك؟

- المنزل  - العمل

- مقهى الانترنت  - مكان الدراسة

-أخرى اذكرها.....

6- ما هي الوسيلة التي تستخدمها في تصفحك لصفحة "من رحيق العلم و الإيمان"؟

- جهاز الكمبيوتر  - الجهاز اللوحي tablette

- الهاتف الذكي

7- ما هي طريقة المشارك تك لصفحة "من رحيق العلم و الإيمان" في أغلب الأحيان؟

- نتصفح صفحة فقط

- تبادل الرسائل

- تدخل في المناقشات الجماعية

- تبادل الفيديوهات

8- ما هي الخدمات المفضلة لديك لصفحة "من رحيق العلم و الإيمان"؟

\_ مشاركة الفيديوهات

\_ التعليقات

\_ الصور

9 - كيف تتفاعل مع المواضيع المنشورة عبر صفحة من رحيق العلم و الإيمان ؟

\_تعلق عليها  - تكتفي بالاستفادة منها و لا تشاركها

\_تسجل إعجاب بها  - تمررها لأخرين

المحور الثاني: أسباب ودوافع الاستخدام المبحوثين لصفحة من رحيق العلم و الإيمان

على الفيسبوك

10- ما هي لأسباب التي تدفعك لمتابعة صفحة "من رحيق العلم والإيمان" ؟

\_ مضمونها المتجدد

\_ خاصية التفاعلية في الصفحة

\_ موثوقية القائمين على الصفحة

\_ المضامين ذات العلاقة بالواقع الاجتماعي

11\_ ما هي دوافعك الشخصية لمتابعة صفحة " من رحيق العلم والإيمان " ؟

- استذكار تعاليم الدين الإسلامي

- الاطلاع على ضوابط العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي

- الأخذ بالنصائح والإرشادات الدينية

- التعرف على طرق التربية السليمة في الدين الإسلامي

12\_ ما هي أكثر المضامين الإسلامية التي تفضلها في صفحة "من رحيق العلم و

الإيمان" ؟

- الأحاديث النبوية  - القصة الإنسانية الواقعية

- أقوال الحكماء وعلماء الدين الإسلامي  - القصص القرآنية

- قصص السلف الصالح

13- كيف تقيم محتويات صفحة " من رحيق العلم والإيمان " ؟

-حسنة- جيد

\_ متوسط

- ضعيفة

المحور الثالث : الإشباعات المحققة من استخدام المبحوثين لصفحة"من رحيق العلم

والإيمان "

14\_ ما هي الاشباعات المعرفية التي تحققها لك صفحة " من رحيق العلم والإيمان "؟

\_ الحصول على المعلومات الدينية من أكثر من مصدر

\_ إثراء الرصيد المعرفية الدينية

\_ تبادل المعلومات والخبرات في الدين الإسلامي

15\_ فيما تتمثل الاشباعات النفسية التي تحققها لك صفحة "من رحيق العلم والإيمان "؟

\_ التخلص من التوتر والقلق

\_ التنفيس والتعبير

\_ الشعور بالرضى

\_ تعزيز الثقة بالنفس

16 \_ هل ساعدتك صفحة من رحيق العلم والإيمان على ؟

\_ تعزيز ثقافتك الدينية

\_ التعرف على وجهها نظر رجال الدين في قضايا الدينية

\_ مناقشة المواضيع الموجودة في الواقع الإسلامي

17 - ما هو اثر استخدامك لصفحة " من رحيق العلم و الإيمان " في عادات حياة الدينية؟

\_ العبادات

\_ المعاملات (الأسرة والمجتمع)

\_ علاقتك بالخالق



من رحيق العلم والايمان

Communauté



Envoyer un message



فريدة من نوعها, Ím, Soso et autres personnes aiment

Accueil

Avis

À propos

Vidéos

Photos

Pu



Écrivez quelque chose sur la Page



Partager la photo



Afficher les publications des visiteurs

À propos

Suggérer des modifications



Envoyer un message



Communauté

ملحق رقم 02