



جامعة محمد خيضر " بسكرة "
كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية
قسم اعلام واتصال وعلاقات عامة



مذكرة ماستر

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال
التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبين:

علية لبنى

حوسة سمية

نوقشت يوم: 2024/06/12

" المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي و علاقتها بتشكيل الوعي الديني
لدى شباب الجزائري "

"دراسة مسحية لعينة من مستخدمي الصفحات الدينية عبر الفيسبوك "نموذجا "

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر إعلام و الإتصال : تخصص إتصال و علاقات العامة

لجنة المناقشة:

مشرفا	الجامعة ممد خيضر بسكرة	استاذ	لحمر نبيل
مناقشا	الجامعة محمد خيضر بسكرة	أستاذ	جفافة داود
رئيسا	الجامعة محمد خيضر بسكرة	أستاذ	حنفاوي أسماء

. السنة الجامعية: 2024/ 2023

شكر و عرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد بعد الرضا ولك
الحمد اذ ارضيت الحمد لله الذي يسر لنا طريق العلم
ووفقنا في انجاز هذا العمل والصلاة والسلام على اشرف
الانبياء محمد صلى الله عليه وسلم.

كما اوجه بالشكر والتقدير الي الدكتور: نبيل الحمر على دعمه
المستمر وتشجيعه الدائم لنا، لقد كانت جهوده ومساهمته لا
تقدر بثمن وبدونه لما تحقق هذا الانجاز الذي طالما

انتظرناه

كما نشكر كل من ساعدنا في انجاز هذه المذكرة
من قريب او من بعيد حتى بكلمة طيبة.



اهداء بحث تخرجي 🦋

من قال أنا لها "نا لها". لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون،
لم يكن الحلم قريبا ولا الطريق كان محفوظا بالتسهيلات، لكنني فعلتها ونلتها.

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، اهداء لروح أبي بكل فخر وجد بين
شنايا قلبي أهدي تخرجي الى من كان عوناً لي في كل خطوة تمنيت لو كنت
معي في هذا اليوم، والى أمي ومعلمتي شكراً لرمز التضحية والعطاء التي
سهرت وضحت كثيراً من أجل وصولي الى هذا اليوم، واشكر أحبتي وأخوتي
الذين كانوا عوناً لي في مسيرتي. وكل زملائي



واخر دعواهم ان الحمد لله رب العالمين
بعد انتهاء من عملي هذا انا أهدي ثمرة جهدي المتواضحة الى من
احمل اسمه بكل فخر الذي سئدني و علمني ان الحياة
صراع. الذي علمني الصبر والاستمرار أبي العزيز
الى امي التي كانت ايلي في الحياة بدعائها وتدعمني
بكل خطوة في حياتي ومسيرتي وهونت على طريقي
الى اخوتي واختي الذين هم سئدني في الحياة وشكرا
لاصدقاء الذين مدولي يد العون عند الحاجة



فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
	شكر و عرفان. الاهداء. فهرس الجداول و الأشكال .
	ملخص الدراسة.
أ	مقدمة .
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة
04	أولاً: إشكالية الدراسة .
05	ثانياً: تساؤلات الدراسة.
05	ثالثاً : أسباب اختيار الموضوع.
06	رابعاً : أهمية الدراسة .
06	خامساً: أهداف الدراسة .
07	سادساً :نوع و منهج الدراسة .
09	سابعاً: أدوات جمع بيانات الدراسة.
12	ثامناً: مجتمع الدراسة والعينة .
15	تاسعاً: الدراسات السابقة.
18	عاشراً: تحديد المفاهيم.
	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
	أولاً: التواصل الرقمي.
25	1: تعريف و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي .
26	2: خصائص و مميزات مواقع التواصل الاجتماعي .
27	3: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي .

29	4 :دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
31	5: استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي .
38	6: ايجابيات و سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي .
	ثانيا: الفيسبوك.
40	1: تعريف الفيسبوك و نشأته .
41	2 : خصائص و مميزات الفيسبوك .
43	3 :أسباب ودوافع استخدام الفيسبوك.
44	4 : آثار الفيسبوك على العلاقات الاجتماعية.
	ثالثا: دور الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك .
47	1 : الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك.
48	2: أنواع الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك.
49	3 : أسباب انتشار الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك.
49	4 : أهداف الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك.
50	5 : المرجعية القيمة الدينية لدى مستخدمي الفيسبوك.
61	6 : القيمة المعرفية للبعد الديني لدى مستخدمي الفيسبوك .
	رابعا: الوعي الديني .
54	1: تعريف الوعي الديني.
55	2: أهمية الوعي الديني.
56	3 :أهداف و خصائص الوعي الديني .
57	4: أبعاد و أنواع الوعي الديني .
58	5: عوامل تشكيل الوعي الديني .
61	6: جوانب و ملامح الوعي الديني .
	خامسا: دور الصفحات الدينية في تشكل الوعي الديني .
64	1 : المصادر الإسلامية للوعي الديني.

66	2 : أهم الوسائل المستخدمة لدعم الوعي الديني .
66	3 : دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني .
69	4 : دور الأسرة في تشكيل الوعي الديني .
70	5 : دور صفحات الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني .
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
148	1: النتائج العامة للدراسة.
153	2: خاتمة.
155	3: قائمة المصادر و المراجع .
162	4: الملاحق .

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
11	صدق وثبات أداة الدراسة .	-1
13	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس .	-2
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن .	-3
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى التعليمي .	-4
74	وقت التعرض للمحتوى الديني على الفيسبوك حسب المتغيرات .	-5
77	توزيع الأفراد العينة حسب متغيرات وحسب الوسيلة التي يتم من خلالها متابعة المحتويات الدينية عبر الفيسبوك.	-6
80	توزيع أفراد العينة حسب أفضل المواضيع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية.	-7
83	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة و حسب الصفحات الدينية الأكثر متابعة عبر الفيسبوك .	-8
86	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة و حسب الإشباعات المحققة من الإطلاع على المضامين الدينية عبر الفيسبوك .	-9

89	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة و حسب إعتقادهم الموقع الفيسبوك يلي إحتياجاتهم ورغباتهم في هذه المحتويات .	-10
92	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة و حسب نشرهم للمواضيع الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك .	-11
97	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات و متابعة المحتويات الدينية على الفيسبوك خاصة .	-12
100	توزيع أفراد العينة حسب متغيرات ومدى قبولهم لطلبات الصداقة للمجموعات الدينية .	-13
103	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات وإذا قاموا بإنشاء صفحة دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها .	-14
106	توزيع أفراد العينة و حسب متغيرات و حسب تفاعلهم حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك .	-15
110	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات و حسب مشاركتهم لمحتويات الصفحات الدينية مع الاصدقاء للاستفادة منها .	-16
113	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات و مساهمتهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم .	-17
117	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات و حسب توفير فرصة المناقشة مواضيع الدينية لا تناقش مع العائلة .	-18
120	توزيع أفراد العينة حسب إن كان الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري .	-19
123	توزيع أفراد العينة حسب مفهومهم لمصطلح الوعي الديني .	-20
127	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع الفيسبوك .	-21
130	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات وإذا كانت المنشورات الدينية على الموقع غيرت أفكارهم نحو معارف دينية جيدة .	-22
133	توزيع افراد العينة حسب المتغيرات و حسب المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية .	-23
136	توزيع افراد العينة حسب المتغيرات و حسب النقائص التي يجدونها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية.	-24

139	توزيع افراد العينة حسب المتغيرات و حسب تغيير تلقيهم للمعلومات بتشكيل الوعي على اتجاهاتهم الدينية .	-25
142	اتوزيع أفراد العينة حسب المتغيرات وحسب تقييمهم لصفحات الدينية التي تنشر المعلومات الدينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك .	-26

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
13	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	-1
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	-2
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	-3

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف الدور الذي تلعبه المضامين الدينية المنتشرة عبر الفضاءات التواصلية الرقمية في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري . وذلك عبر كل جوانبها بصفة عامة و بصفة خاصة موقع الفيسبوك وفيما تتبلور كيفية استخدامه، وتأتي هذه الدراسة في سياق التطور التكنولوجي السريع وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، التي أصبحت مصدرًا رئيسيًا للمعلومات والتوجيه لدى الشباب. مستندين في ذلك على المنهج الوصفي، بكونه أكثر مناهج البحث الملائمة للمواقع الاجتماعية كسبيل لفهم الظواهر واستخلاص سماته بتطبيق على عينة من الشباب الجزائري مستخدمي لموقع فيسبوك فقد بلغت عدد العينة 125 مفردة، تم اختيارها بطريقة قصدية وصممنا استمارة استبيان الكتروني و بالإضافة إلى ذلك الملاحظة، لجمع البيانات وتحليلها بغيت الوصول للإجابة على إشكالية الدراسة المتمحورة في " دور المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي وعلاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري "

وقد توصلنا إلى نتائج أهمها : أن فيسبوك ساهم بشكل كبير في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري حيث وجدنا أن أكبر نسبة من مستخدمي فيسبوك من فئة الشباب هذا ما جعل فيسبوك أحسن الوسائل لا سيما إذ تعلق الأمر في عملية انتقاء المضامين الدينية .

الكلمات المفتاحية : المضامين، فضاءات التواصل الرقمي ،الفيسبوك، الوعي الديني، الشباب .

Summary of the study:

This study aims to explore the role played by religious contents spread through digital communication spaces in shaping the religious awareness of Algerian youth. This study comes in the context of the rapid technological development and the spread of social media, which has become a major source of information and guidance for young people. We relied on the descriptive method, as it is the most appropriate research method for social sites as a way to understand phenomena and extract its characteristics by applying it to a sample of Algerian youth who use Facebook. The number of the sample amounted to 125 individuals, selected in an intentional manner, and we designed an electronic questionnaire form and in addition to that observation, to collect and analyze data in order to answer the question of the study centered on "the role of religious contents through digital communication spaces and its relationship to the formation of religious awareness among Algerian youth ".

We reached the most important results: Facebook contributed significantly to the formation of religious awareness among Algerian youth, as we found that the largest percentage of Facebook users are young people, which made Facebook the best means, especially when it comes to the process of selecting religious contents.

Keywords: Content, digital communication spaces, Facebook, religious awareness, youth

مقدمة

يشهد عالمنا اليوم انفجارا تكنولوجيا هائلا في مختلف الأصعدة لاسيما، في عالم الاتصال والمعلومات ، التي فتحت آفاقا جديدة و أحدثت تغيرات عميقة في حياة البشرية كانت في وقت وجيزا ضربا من الخيال "جعل من العالم قرية كونية " ،على حد تعبير ماركس ماكلوهان لعبت دورا فعالا في إلغاء حدود الزمان والمكان وتقريب المسافات ما جعلت منه يعيش أحداث المكان ومضمون الزمان في عصر عرف بعصر العولمة ، و لعل من إفرازات التكنولوجيا الحاصلة ظهور شبكة الأنترنت وانتشارها في وقت وجيز، فقد شكلت ثورة غير مسبوقه في وسائل الاتصال، ساعدت في تواصل بين الشعوب قال تعالى: " يا أيها الناس إن خلقناكم من ذكر و أنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا أن أكرمكم عند الله اتقاكم إن الله عليم خبير " (سورة الحجرات :13) ، فقد أصبحت الأنترنت ركنا مهم في حياة الإنسان الإجتماعية والثقافية و السياسية ، سهلت من عمليات التفاعل بين البشر وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والرغبات من خلال تنوع الخدمات خاصة الوسائط المتعددة و وسائل التواصل الاجتماعي .

تعتبر شبكات التواصل الإجتماعي من أهم و أبرز الثورات في مجال الشبكات الرقمية، التي فتحت المجال لتكوين العلاقات الإجتماعية جديدة وتشكيل مجتمعات افتراضية ، وتحقيق أكبر درجة من التفاعلية من خلال حرية التعبير وتبادل المعلومات وتقاسم الإهتمامات المشتركة، لتكوين و إعداد إنسان قادر على التأثير في الآخرين ناهيك عن تعدد مزايا هذه الشبكات، على أكثر من صعيد ما جعل منها محل إستقطاب أكبر عدد من المستخدمين ، لتعبير بكل حرية دون قيود، ولعل من أبرز هذه المواقع التي باتت محطة استقطاب الصغير والكبير وأكثر تصفحا نذكر منها : موقع الفيسبوك، تويتر، يوتيوب، انستغرام... وغيرها .

أضحى فيسبوك اليوم فضاء واسعا لتعارف والتواصل وتكوين علاقات، ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية و تفاعل ونشر الأفكار و الآراء في مختلف المجالات خاصة المجال الديني باعتبارنا ننتمي إلى أمة إسلامية تحت راية الإسلام، فقد أثبتت الدراسات العلمية أن الشباب يقضون ساعات طويلة أمام شاشات الهواتف الذكية والكومبيوتر لتصفح موقع الفيس بوك ، فقد أصبح وسيلة تلعب دورا فعالا في نشر المحتويات و المضامين الدينية، وذلك لسرعتها و قدرتها على التفاعل وتبادل الآراء و المعلومات بغيت تكوين وعي ديني لدى مستخدمي فيسبوك بمختلف فئاته ولعل الفئة التي سنسلط عليها الضوء هي فئة الشباب باعتبارها أكبر فئة استخداما لموقع فيسبوك.

من هذا المنطلق جاءت دراستنا هذه تحت عنوان " المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي وعلاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري عبر فيسبوك نموذجا "، ولقد ارتأينا لتطرق وتعرف على كيفية تشكيل الوعي الديني من خلال التأثير أدى شباب وذلك من خلال ما يتم رصده من المضامين الدينية ، عبر فضاءات

التواصل الذي تحدته من تأثير فيسبوك على وعي الشباب، و للإحاطة بهذا الموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى خمسة فصول كالآتي :

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة الذي تم فيه عرض إشكالية الدراسة وتساؤلاتها و أهداف الدراسة وأهميتها، وأسباب اختيار الموضوع، من ثم منهج الدراسة ، و أدوات الدراسة ، ثم مجتمع البحث وعينة الدراسة ، وأخيرا مفاهيم الدراسة.

الفصل الثاني: الإطار النظري: تناولنا فيها:

أولا : مواقع التواصل الإجتماعي و ماتتضمنه من تعريف ونشأة مواقع التواصل الإجتماعي، وبإضافة إلى خصائص ومميزات، و دوافع إستخدام هذا الموقع وسلبيات التي تنبثق منه .

ثانيا : الفيسبوك ويتضمن العناصر التالية : تعرف و نشأة الفيسبوك، خصائص و مميزات الفيسبوك، أسباب و دوافع فيسبوك، أثار الفيسبوك على العلاقات الإجتماعية .

ثالثا : الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك وتتضمن العناصر التالية : تعرف على الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك، و أنواعها، وبإضافة إلى أسباب إنتشارها، وأهدافها، والمرجعية الدينية لها، والقيمة المعرفية للبعد الديني لدى مستخدمي الفيسبوك .

رابعا : الوعي الديني و يتضمن العناصر التالية : تعريفه، أهميته و أهدافه، و أبعاده وأنواعه ، و العوامل التي ساهمت في تشكيل الوعي الديني و أبرز جوانبه و ملاحظه .

خامسا: ماهية الصفحات الدينية في تشكيل الوعي الديني التي تتضمن العناصر التالية : مصادر الإسلامية للوعي الديني، وأهم الوسائل المستخدمة لدعم الوعي الديني، و دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني، دور الأسرة في تشكيل الوعي الديني، دور الصفحات فيسبوك في تشكيل الوعي الديني .

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة: وهو آخر جزء في مذكرتنا ويحتوي على العناصر التالية: تفرغ وعرض البيانات المتحصل عليها في جداول إحصائية والتعليق عليها ثم تحليل هذه البيانات، ثم استخلاص النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة.

الإطار المنهجي

1. الإشكالية.
2. التساؤلات.
3. أسباب الدراسة.
4. أهداف الدراسة.
5. أهمية الدراسة.
6. منهج الدراسة.
7. أدوات جمع البيانات الدراسة.
8. مجتمع الدراسة.
9. عينة الدراسة.
10. الدراسات السابقة.
11. تحديد مفاهيم الدراسة.

1. الإشكالية:

لقد عرف التطور التكنولوجي ثورة كبيرة في جميع الأصعدة وعلى وجه الخصوص الأصعدة العلمية الذي مست قطاع الإعلام والاتصال، وفتحت آفاق لتقارب والتفاعل بين البشر من خلال تبادل الأداء والأفكار والرغبات. في كافة أرجاء العالم، إلا أن هذا لا يجعلنا نتجاهل الوسائل القديمة للاتصال بل ووجب علينا أن نضيف عليها ماهو جديد بحيث أصبحت، الأنترنت تشكل حيز كبير في حياة الأفراد وإهتماماتهم خصوصا بعد ظهور شبكات التواصل الرقمي الذي يتأثر به المستخدمون ويؤثرون به، مثل الفيسبوك، التويتر وغيرها، ويقوم على جمع المعلومات والبيانات المشتركين فيها، بالإضافة إلى الصور و المقاطع الفيديوات وغيرها .

إلا أن الفيسبوك يعتبر أهم هذه المواقع وأشهرها حيث يعود صدوره إلى عام 2004 ، و على يد " مارك زو كريبغ" و كانت فكرة إنشائه بغية الإتصال و التواصل فيما بينهم بحيث إنتشر إنتشارا واسعا في العالم، بحيث وجد إقبال الكثير من الناس عليه من كل أنحاء العالم بغية التعرف على مايجرى في العالم و برمجة التطبيقات المختلفة و الصفحات التي تتناسب مع طبيعة الجمهور و استخداماته المتنوعة، وهذا ما جعل العالم يتطور في البرمجيات التي تساهم في وضع حل مجمل لمعظم المشكلات التي يعاني منها المستخدم، كما ظهرت العديد من الصفحات التي تربط بين المواقع والصفحات من أجل وصول إليها المستخدم بسهولة وذلك وفق العديد من المجالات منها السياسية والإقتصادية و الإجتماعية و الثقافية و الدينية ، بواجهة المستخدم الخاصة دون تنقل بين صفحات وفي الأنترنت وتسهيل كل ما يحتاجه المستخدم مع التعليق و المتابعة وهذا ما إضافته الأنترنت لإثراء المعلوماتي لدى الشبكات التواصل الإجتماعي عامة و الفيسبوك خاصة . وذلك من أجل إستخدام الصفحات الدينية على هذا الموقع و سهولة التواصل بين الأفراد و المجتمع لكسب معلومات و المعرفة على الدين وتنمية الرصيد المعرفي وتبادلها فيما بينهم . فظهرت العديد من هذه الصفحات الدينية كسلاح غيرور على الدين الإسلامي، متبينة أهم قضايا الدين التي تعتبر من أهم القضايا دينهم و دنياهم ومحاولة تحسين صورة المسلمين بطريقة حسنة، وإيجاد حلول لبعض مشاكلهم اليومية. اذ يعتبر قضايا الدين من أهم المواضيع التي يمكن أن تثير إهتمام المستخدمي الفيسبوك وذلك عن طريق نشر المضامين الدينية في شكل صور و الفيديوهات و برامج يستفيد منها المستخدمي هذه الصفحة و مشاركتها مع الأصدقاء من أجل مناقشتها و الحصول على المعلومات الكافية و الجيدة من أجل التوعية بعض المستخدمين الذين هم في غفلة عن دينهم التي تعتبر هي من أرقى المستويات المعرفة التي يسعى الفرد إليها .

ويعتبر الوعي الديني عمق الدين و جوهر التدين، وهو الحال الذي يكون عند الإنسان والذي يوجه المسلم إلى العمل الحسن و ترك المعاصي ومخالفات الشرعية، وتحسين أنماط التعامل والسلوك مع غيره فالوعي الديني هو إمتثال الفرد الدين الإسلامي وفق مختلف المستويات الإنسانية .

والشباب الجزائري بمختلف شرائحهم ليسوا بمعزل عما تبثه المواقع التواصل الإجتماعي من مضامين دينية تكون ضرورية جدا في خصم تنافس بين وسائل الإتصال المختلفة من أجل نشر الثقافات الغربية و زعزت العقيدة

الإسلامية في نفوسهم كما تكون لها آثار سلبية، لهذا جاءت هذه الدراسة لتحاول إبراز دور الذي يجعل الشباب يقبلون على الصفحات الدينية في مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تشكيل الوعي الديني لديهم .

ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ماهو دور المضامين الدينية عبر الفضاءات التواصلية الرقمية وعلاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري؟
2/ تساؤلات الدراسة:

- ماهي العادات و أنماط إستخدام المضامين الدينية في تشكيل سلوك لدى شباب عبر تطبيق الفيسبوك ؟.
- مادوافع إستخدام فيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري ؟.
- مامدى الإعتماد على الفيسبوك في التزويد بالمعلومات الدينية ؟.
- ماهو الإشباع المحقق في تلقي المعلومات الدينية عبر تطبيق الفيسبوك ؟.
- ما العلاقة بين تلقي المعلومات و تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك ؟.

3/ أسباب إختيار الموضوع :

إن إختيار الموضوع الدراسة الراهنة لم يكن على سبيل الصدفة وإنما جاء نتيجة لمجموعة من أسباب أدت إلى إختيار دراسة هذا الموضوع دون غيره وهي أسباب ذاتية متعلقة بالباحث و أخرى موضوعية متعلقة بالموضوع ومن الأسباب التي دفعت بنا لإختيار موضوع المضامين الدينية عبر الفضاءات التواصل الرقمي في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري التي نلخصها في نقاط التالية :

1.3 / الأسباب ذاتية :

- الرغبة في معرفة المزيد من المضامين الدينية و علاقتها بالفيسبوك أو الفضاءات الرقمية.
- الميل الشديد إلى البحث في المواضيع التي تخص الجانب الديني .
- لتشبع رغبتنا وتوسيع فكرتنا ومعرفتنا عن ميدان دراستنا .
- كيفية إستخدام المضامين الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تكوين وعي ديني .

2.3 / الأسباب الموضوعية:

__ إنتشار استخدام الفضاءات التواصلية الرقمية وبالتحديد الفيسبوك بشكل كبير بمختلف الفئات الشبابية في الجزائر .

__ قلة الدراسات التي تجمع بين الوعي الديني والفضاءات الرقمية .

__ أهمية صفحة الفيسبوك كوسيلة الأكثر إستخداما في وقتنا الحاضر في نشر القيم و السلوك الديني.

__ تزايد الحديث حول مواضيع الدينية إذ أصبح بإمكان كل مستخدم نشر معلومة دينية على الفيسبوك دون التأكد من صحتها ومصدرها.

__ إنتشار الكبير لمستخدمي مواقع التواصلية وتعدد أهميتها الأمر الذي بات ظاهرة تستدعي البحث و الدراسة .

4/ أهمية الدراسة :

- تتجلى أهمية البحث بكونه يعالج قضية مهمة وحساسة تمس فئة كبيرة ومهمة من أفراد المجتمع وهي فئة الشباب الجزائري بشكل عام ومستخدمي الفيسبوك بشكل خاص ، وأهمية الموضوع بكونه يعالج ويسعى لدراسة الجانب الديني عبر الفضاءات الرقمية .
- تناولت الدراسة وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الحديث و التي تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي " فيسبوك" وانتشارها المكثف لدى فئة الشباب.
- تبرز قيمة دراستنا من خلال أهمية المضامين الدينية في مجتمعنا خاصة مايطرح عبر المواقع الإجتماعية والإستخدام الأمثل لضفر وتحقيق الوعي ديني لدى الشباب الجزائري .
- معرفة طرق وكيفية نشر القيم والمعارف الدينية عبر الفيس بوك .
- الإستفادة من هذه الدراسة في فتح مجالات متنوعة لدراسات أخرى تتعلق بالوعي الديني .
- تتمثل أهمية الدراسة في ما مدى نشر الفضاءات الرقمية للوعي الديني و معرفة الصورة الذهنية لدى الشباب حول المضامين الدينية .

5/ أهداف الدراسة :

- إن البحث العلمي من أبرز المجالات المفعة و الواسعة فلكل مجال مايميزه فكل بحث أو دراسة هدف خاص بها تكون نتيجة فضول وإلحاح معرفي لسد حاجته وفك لبس والغموض على دراسة ما، لذلك جاءت دراستنا لتحقيق الهدف الرئيسي الذي يتمثل في الوصول إلى معرفة دور المضامين الدينية عبر الفضاءات التواصلية الرقمية وعلاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري لهذا تدرج جملة الأهداف منها:
- العادات و أنماط استخدام المضامين الدينية في تشكيل سلوك لدى شباب عبر تطبيق الفيسبوك .
 - استخدام فيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري .
 - الإشباع المحقق في نقل المعلومات الدينية عبر الفيسبوك .
 - دوافع إستخدام فيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري .
 - العلاقة بين تلقي المعلومات و تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك

6 / نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية حيث يعرفها "هوتيني" بأنها الدراسة التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو دراسة أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع أي إختيار لهذا النوع من الدراسات بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع الذي يتعلق بالدراسة كما هو في الواقع (حجاب ، 2002، ص37) .

دراسات الوصفية تركز وتقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية ونوعية في فترة زمانية معينة أو عددة فترات، من أجل التعرف على ظاهرة أو حدث من حيث المحتوى و المضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره (عليان، 2011، ص52).

في ضوء ماسبق حول الدراسات الوصفية يمكن إعتبار هذه الدراسات أنها تسعى لرصد التطور الظاهر أو الشيء المراد دراسته من خلال ما تتضمنه من معارف وبيانات وحقائق حتى يتمكن الباحث من التوصل إلى فك اللبس والغموض والضفر بالنتائج لفهم الدراسة .

7/ منهج الدراسة :

إن طبيعة الموضوع هي التي تحدد نوع المنهج المتبع لإجراء هذه الدراسة، فختيار المنهج المناسب لظاهرة يكون وفق معايير محددة بعتباره هو العمود الفقري لأي دراسة، فالمنهج هو الطريق الذي ينتهجه الباحث في دراسته ومن هنا وجب علينا

1.7 / تعريف المنهج :

يعرف المنهج بأنه مجموعة من القواعد العامة التي يعتمدها الباحث في تنظيم مآلديه من أفكار أو معلومات من أجل توصله الى النتيجة المطلوبة (بوحوش، 1990، ص28) .

— يعرف المنهج عن "موريس المجلس" مجموعة من العمليات المنظمة في سبيل الوصول الي هدف الدراسة ويعرف ايضا على انه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة في سبيل الوصل الي نتيجة معينة (العيساوي، 1996_1997، ص13).

— هو أسلوب يسعى على منهجة الباحث ليحقق الهدف المنشود وهو مجموعة أسس وقواعد منهجية يسعى بها الباحث في تنظيم النشاط الذي يقوم به من أجل التقصي على الحقائق العلمية أو الفحص الدقيق لها وتحقيق الأهداف .

— أو هو الأداة أو الوسيلة التي تعتمد وترتكز عليها المجتمعات في تحقيق أهدافها ومكانها داخل وخارج المؤسسات حيث يمارسون كل ما يتعلق بالقيم والمبادئ والتصورات الخاصة بالمجتمع الذي يعيشون فيه لغرض تحقيق طموحاتهم وتطلعاتهم. (مروان، 2012، ص 61) .

— مجموعة القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى الحقيقة العلمية، أو أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن حقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تسهل على سير العقل حتى يصل إلى نتيجة معلومة .

— مجموعة الخطوات العلمية الواضحة و الدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشته أو معالجة ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة .

— جملة من المبادئ و القواعد و الإرشادات التي يجب على الباحث إتباعها من بداية البحث إلى نهايته بغية الكشف عن العلاقات العامة و الجوهرية و الضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة (بوحوش و آخرون، 2019، ص 14).

— مما سبق مجموعة من التعريفات للمنهج يمكن تلخيص تعريف للمنهج بكونه هو مجموعة من الطرق والخطوات المنظمة .

— وبما أن دراستنا تتمحور حول المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي بتشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري، إذن فهي دراسة ميدانية تتطلب النزول إلى الميدان، ودراسة وتفسير معطيات الجمهور وآرائه وجمع عدد كبير من المعلومات، لذلك اعتمدنا على منهج المسح الاجتماعي الذي هو من أهم المناهج التي تساعدنا على تفسير ووصف الظواهر.

— ويقصد بهذا المنهج أنه دراسة شاملة مستعرضة ومحاولة منظمة لجمع البيانات وتحليل وتفسير الوضع الحالي لموضوع ما في بيئة محددة ومجتمع معين في وقت معين .

— هو أحد مناهج البحوث الوصفية التي تقوم على جمع وتحليل وتفسير البيانات الاجتماعية، عن طريق أدوات بحثية من أجل الحصول على معلومات من عدد كبير من الناس معينين بموضوع البحث (سرحان، 2019، ص 52).

— هو ذلك النوع من البحوث الذي تتم بواسطة إستجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم، وذلك بهدف وصول إلى وصف وتفسير دقيق للظاهرة المدروسة من جانب طبيعة الدراسة ودرجة وجودها دون أن يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو إستنتاج الأسباب، يقوم الأسلوب المسحي على وصف وتشخيص ظاهرة ما وجمع بيانات وتقرير ومعطيات عن هذه الظاهرة كما هي في الوقت الحالي أي ما هو قائم فعلا في المجتمع ، ويطبق هذا المسح على نطاق جغرافي كبير أو صغير وقد يكون مسحا شاملا أو بطريقة العينة، في أغلب الأحيان تستخدم فيه عينات كبيرة من أجل مساعدة الباحث في الحصول على نتائج دقيقة ، وبنسب خطأ قليلة و بالتالي تمكنه من تعميم نتائجه على مجتمع الدراسة .

8 / أدوات جمع البيانات :

إن أي باحث في بحثه لابد أن تتوفر مجموعة من الشروط والوسائل و الطرق و الأدوات لنجاح البحث معلومات، فقد إعتدنا في دراستنا على الأدوات العلمية التي نخدمنا في جمع المعلومات و المعطيات وبيانات التي نخدم موضوعنا أو دراستنا ولا يوجد بحث علمي يخلو من أدوات علمية تستخدم بطريقة الإجابة عن التساؤلات المتعلقة بالدراسة ومن هنا وجب علينا إستخدام هذه الأدوات في دراستنا بكونها أكثر ملائمة و إستخداما في دراستنا، ومن هذه الأدوات :

1.8 / الاستبيان:

— وهو من الأدوات البحثية التي يمكن إستخدامها للحصول على معلومات و بيانات و حقائق مرتبطة بوقائع معينة يقدم على شكل أسئلة يجيب عليها المبحوثين (سرحان، 2019، ص 145) .

— أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إستمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة، المرتبة بأسلوب منطقي مناسب يجرى توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها (عليان، 2011، ص 88) .

— بصورة أساسية هي أداة لجمع المعلومات من خلال مجموعة من الأسئلة التي يضعها الباحث التي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى إلى الوصول إلى الإجابة عنه من طرف مجموعة من الأفراد أو المجموعات أو المؤسسات التي يختارها الباحث كمجتمع البحث ل يتم تعبئتها ثم تسترجع للباحث يتضمن هذا الإستبيان ثلاث أنواع من الأسئلة :

أ / مغلقة: وهي التي تكون الأسئلة محددة الإجابة مثل نعم أو لا .

ب / مفتوحة: تكون فيها الأسئلة غير محددة الإجابة بشكل مفتوح لإبداء الرأي.

ج / مغلقة ومفتوحة : وهذا النوع من الأسئلة يحتاج إلى إجابات محددة و البعض الآخر إلى إجابات مفتوحة .

1.1.8 / الإستبيان الإلكتروني :

هو أحد الأساليب التي تستخدم لتوزيع الإستبيانات على أفراد مجتمع البحث، ويقدم غالبا في أحد الشكلين إما يرسل عن طريق البريد الإلكتروني أو يكون موجود على الخط ضمن مهام صفحة ويب معينة ،حيث تتميز الإستبيانات الإلكترونية بسهولة الإجابة عليها عن طريق الكمبيوتر وإرسالها إلى منشئ الإستبيان بشكل سهل مع إمكانية تعديل والتحسين الدوري للإستمارة (رحومة، 2008، ص 165).

وقد ساعدتنا أداة الإستبيان في دراستنا من خلال قيامنا بإنشاء إستمارة تضمن محاور تحتوي على أسئلة تخدم موضوعنا لجمع معلومات وبيانات وآراء من المبحوثين المعنيين، بموضوعنا الذي هو المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري .

وعليه تم إعداد استبيان إلكتروني تم من خلالها طرح أسئلة بسيطة وواضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة و تساؤلاتها و بهذا قمنا بتصميم استمارتنا بشكل التالي :

البيانات الشخصية: تحتوي على الجنس، السن، المستوى التعليمي .

المحور الأول : العادات وانماط استخدام المضامين الدينية في تشكيل سلوك لدى شباب عبر تطبيق الفيسبوك يحتوي على أربعة أسئلة .

المحور الثاني : دوافع استخدام الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري يتضمن خمسة أسئلة .

المحور الثالث : مدى الإعتماد على الفيسبوك في التزويد بالمعلومات الدينية يحتوي على ستة أسئلة .

المحور الرابع : الإشباع المحقق في تلقي المعلومات الدينية عبر تطبيق الفيسبوك يتضمن خمسة أسئلة .

المحور الخامس : العلاقة بين تلقي المعلومات و تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك وتحتوي على ثلاثة أسئلة.

وتم قمنا بتحكيم الإستمارة على يد أساتذة في التخصص، وإجراء تعديلات نهائية ثم وزعنا الإستمارة إلكترونيا وحددنا العينة .

2.1.8 / صدق وثبات المحكمين :

تم عرض الإستمارة على 05 محكمين ذو كفاءة وتم قمنا بتحكيم الإستمارة على يد أساتذة في التخصص، وإجراء تعديلات نهائية ثم وزعنا الإستمارة الإلكترونية وحددنا العينة التي تشمل 125 مفردة .

تم عرض الإستمارة على 05 محكمين، ذوي خبرة علمية وأكاديمية وهم أساتذة جامعيين مختصون في علوم الإعلام والإتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة وهم :

" الأستاذ هشام عبادة " و "الأستاذ يزيد عباسي " و "الأستاذة بويعلى نصيرة " و "الأستاذة حدروش فاطمة " و "الأستاذة شيقفر سليمة " لإختيار صدق الأداة و جمع البيانات وذلك لبيان آرائهم حول ملائمة محاور الإستبيان لإشكالية وتساؤلات الدراسة .

3.1.8 / صدق أداة الدراسة:

صدق الأداة يعني قدرة الإستمارة على قياس ما أعدت لقياسه فعلا، أو بمعنى آخر صدق أسئلة أداة الإختبار من حيث صياغتها ومحتواها وطريقة تطبيقها على المبحوثين لتحقيق الهدف من الاختبار(بشئته و بوعموشة، 2020، ص ص 118-119).

وتم الإعتماد على نوعين من الصدق في هذه الدراسة وهي الصدق الظاهري والصدق الذاتي وفيما يلي سيتم توضيحها بالتفصيل:

1.3.1.8 / الصدق الظاهري:

والذي يعبر عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أن المقياس أو الأداة صالحة فعلا لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله ويطلق عليه الصدق الظاهري نظرا لأنه يقوم على رؤية المحكمين أو المبحوثين للصلاحيية بشكل عام.

ويكون السؤال المطروح في هذه الحالة هو مدى صلاحية المقياس ككل أو الأداة لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، وقد يتفق المحكمون أو يختلفون في بعض الجوانب الخاصة بالمحتوى أو البناء في علاقته بالهدف من المقياس (عبد الحميد، 2004، ص 430) .

وقد تم دراسة ملاحظات المحكمين وإقتراحاتهم وأجريت التعديلات في ضوء توصيات وآراء هيئة التحكيم لتصبح الإستمارة أكثر فهما وتحقيقاً لأهداف البحث. وتم إعتبار أن الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة هو الصدق الظاهري أحد أنواع صدق المحتوى، وأنها صالحة لقياس ما وضعت له.

4.1.8 / ثبات أداة الدراسة :

يقصد بمفهوم ثبات الدراسة هو أن تكون النتائج التي تظهرها الأداة ثابتة، بمعنى تشير إلى النتائج نفسها لو أعيد تطبيقها على العينة نفسها في نفس الظروف بعد مدة زمنية ملائمة. فإذا لم تتغير النتائج بعد إعادة تطبيق الأداة ولا تختلف استجابة الباحثين فهذا يعني أن الأداة ثابتة (بشنة و بوعموشة، 2020، ص 126) . وللتحقق من ثبات أداة الدراسة تم حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ، كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم(1): يوضح صدق و ثبات أداة الدراسة .

عدد الأسئلة	معامل الثبات	معامل الصدق
26	0.683	0.826

تم حساب الثبات من خلال معامل ألفا كرومباخ، فمن خلال الجدول يمكن أن نلاحظ أن قيمة ألفا كرومباخ، بلغت (0.683) أكبر من 0.6 (60%)، و هو مايسير إلى ثبات النتائج في حالة إعادة تطبيق الاستبيان مرة أخرى أو بصفة أخرى فإن عينة الدراسة ستكون ثابتة في إجاباتها في حالة ما إذا قمنا باستجوابهم من جديد و في الظروف نفسها، و هي نسبة توضح المصدقية العالية للنتائج التي يمكن استخلاصها.

2.8 / الملاحظة :

تعد الملاحظة من أدوات جمع البيانات في الدراسات العلمية، فإختيار الأداة المناسبة يكون مفاده بحث علمي ناجح، و تعطي الملاحظة معلومات لايمكن الحصول عليها أحيانا باستخدام الطرق الأخرى لجمع المعلومات (الاستبيان، المقابلة، الوثائق)، كذلك تفيد الملاحظة في الحالات التي يرفض فيها المجتمع أو عينة الدراسة التعاون مع الباحث .

— كما أنها عبارة عن تفاعل و تبادل المعلومات بين شخصين أو أكثر أحدهما الباحث و الآخر المستجيب أو المبحوث لجمع المعلومات محددة حول موضوع معين، ويلاحظ الباحث خلالها ردود فعل المبحوثين (عليان، 2011، ص120) .

فتعددت تعاريف الملاحظة نذكر منها :

— عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظاهرة و المشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية، ومتابعة سيرها واتجاهها وعلاقتها بأسلوب منظم ومخطط، بقصد تفسير وتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ بسلوك الظاهرة، وتوجيهها لخدمة اغراض الانسان وتلبية احتياجاته (عليان، 2011، ص120) .

— يمكن تعريف الملاحظة أنها معايشة البحث لظروف و عملية رصد ومراقبة وتسليط الضوء حول ظاهرة أو حدث أو مشكلة ما قصد الحصول على رد المبحوث منها و قصد التوصل لمعلومات ونتائج تساعدنا في إجراء دراستنا والإجابة على تساؤلات مهمة في الدراسة عن طريق إستخدام موقع الفيسبوك، و بالتحديد الصفات التي تنشر كل مايتعلق بالدين، و ساعدت الملاحظة في هذا المجال على الحصول على المعلومات مفيدة و مهمة ثم إستغلالها أثناء إجراء الدراسة .

فقط استخدمنا الملاحظة عبر الصفحات الدينية على الفيسبوك و التي استخدمت أو تشير إلى أن هذه الصفحات تلعب دورا هاما في تشكيل الوعي الديني لدى مستخدمين، خصوصا الشباب، بحيث تتيح تبادل الأفكار و المناقشات المواضيع الدينية، مما يساعد في تشكيل الفهم الديني و نشر المعرفة وتعليم الديني . بحيث الصفحات الدينية على الفيسبوك ليست فقط وسيلة لنشر المعلومات الدينية، بل هي أيضا أداة فعالة لتعزيز الحوار و التفاعل الديني في المجتمع .

9 / مجتمع الدراسة :

إن من بين العناصر المهمة في أي دراسة هو تحديد مجتمع الدراسة أو الأفراد الذين سوف نسلط عليهم الضوء في دراستنا، ومنه يمكن تعميم النتائج وإستخلاص نتائج المراد الوصول إليها، وفي صدد هذا نذكر بعض تعاريف لمجتمع الدراسة .

— هو المجتمع يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة (عليان، 2011، ص 155) .

— يمثل ذلك المجتمع الذي محل الدراسة من طرف الباحث، فالمجتمع هو كامل أفراد أو أحداث أو المشاهدات لموضوع البحث أو الدراسة (عبيدات، 1999، ص96) .

— إن مجتمع الدراسة في لغة العلوم الإنسانية، هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر محددة مسبقا و التي تتركز عليها الملاحظات (أنجرس، 2004، ص 289) .

مما سبق من التعريفات لمجتمع البحث يمكن تعرفه بكونه تلك العناصر والأشياء وجع الأفراد الذين لهم نفس الخصائص أو بعض الخصائص المشتركة والتي يمكننا مشاهدتها .

مجتمع البحث المستهدف في دراستنا هذه هو الشباب الجزائريين الذين يستخدمون المواقع التواصلية الرقمية بشكل عام.

— وإن المجتمع في دراستنا مجتمع متباين لأن خصائصه متفاوتة مثل إختلاف الجنس و إختلاف السن .

10/ العينة وطريقة اختيارها :

1.10/ تعريف العينة :

تعتبر مرحلة إختيار العينة من أهم المراحل في البحث العلمي وخطوة أساسية في إنجاز أي دراسة حيث تعرف
أها:

هي الجزء الذي يمثل المجتمع، الباحث لا يستطيع أن يأخذ كافة الأفراد لدراسته لأن هذا الأخير يتطلب
_ جهدا كبيرا لهذا يختار الباحث عينة مدة لدراسته (حجاب، 2002، ص124).

_ جزء من المجتمع حيث تتوافر في هذا الجزء خصائص المجتمع نفسها والهدف من إجراء الدراسة على العينة أنه في
كثير من الأحيان إستحالة دراسة جميع أفراد المجتمع فيكون إختيار بدقة الوصول إلى نتائج و تعميمها على جميع أفراد
مجتمع البحث و يصبح ذلك ممكن إذا كانت خصائص العينة، بهدف التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع،
من من حيث أكبر عدد ممكن من المتغيرات (بوحوش، 2019، ص 68).

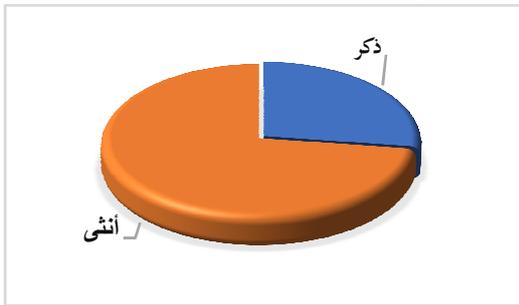
لقد وقع إختيارنا في دراستنا هذه العينة القصدية لمجتمع دراستنا و بوجه الخصوص العينة التي سوف نستعين بها في
بحثنا لأن هذا النوع من الدراسات العينات يختارها الباحث في حالات يعتقد أنها تمثل مجتمع في الجانب الذي
يتناوله الباحث .

2.10/ خصائص عينة الدراسة :

يعتبر إختيار العينة من الخطوات والمراحل المهمة في البحث العلمي، إذ تمثل المجتمع الأصلي للدراسة، كما
تسمح لنا بتحديد خصائصها كالجنس، السن، المستوى العلمي.

أ_ الجنس :

الجدول رقم (2): يوضح توزيع الأفراد حسب الجنس الشكل رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير



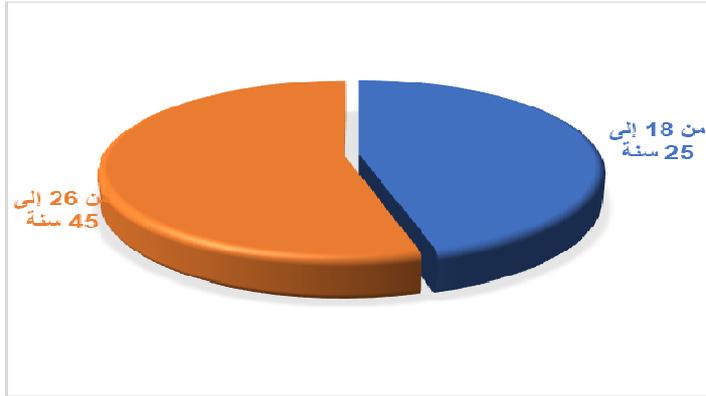
النسبة المئوية	التكرار	الجنس
27.2%	34	ذكر
72.8%	91	أنثى
100%	125	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة الإناث في عينة البحث تفوق نسبة الذكور أي قدرت بـ 72.8%
بمقابل 27.2% للذكور، و يعود هذا كون أن للنمو الديمغرافي للإناث الأكبر من الذكور حيث أن نسبة زيادات

الإناث أكثر من الذكور، كما يرجع ذلك لطريقة نشر الاستبيان الذي تم في صفحات و مجموعات تحتوي على الإناث أكبر.

ب_ السن :

الجدول رقم (3): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



الجنس	التكرار	النسبة المئوية
من 18 إلى 25 سنة	76	60.8%
من 26 إلى 45 سنة	49	72.8%
المجموع	125	100%

الشكل رقم (2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 60.8% تمثل عدد الأفراد في الفئة العمرية (من 18 سنة على 25 سنة)، و هو ما يعادل 76 مفردة من مجتمع البحث، أما النسبة المتبقية تمثل عدد الأفراد في الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) أي ما يعادل 49 مفردة بنسبة 72.8%. و عليه فإن مفردات عينة الدراسة هم من فئة الشباب.

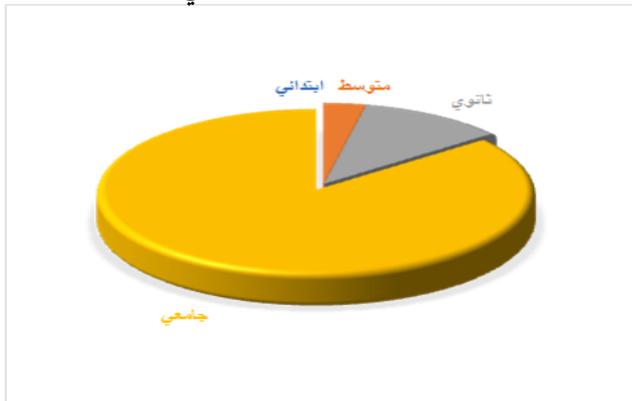
3_ المستوى التعليمي :

الشكل رقم (3): يبين توزيع أفراد العينة حسب

الجدول رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة

متغير المستوى التعليمي

حسب متغير المستوى التعليمي



الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	0	0%
متوسط	4	3.2%
ثانوي	14	11.2%
جامعي	107	85.6%
المجموع	125	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة 85.6% و هي الأعلى و المتمثلة في الأفراد الذين لديهم مستوى جامعي بما يعادل 107 مفردة من مجتمع البحث و عليها نسبة 11.2% للأفراد الذين لهم مستوى ثانوي،

اما نسبة الافراد الذين لهم مستوى متوسط فبلغت 3.2% أي ما يعادل 4 مفردات من معينة البحث، كما ان هذه الأخيرة لم تشمل ولا على مفردة لها مستوى ابتدائي. و يرجه هذا الاختلاف و التنوع في المستوى التعليمي كون الإستبيان موجه لكافة شرائح المجتمع و كافة المستويات التعليمية، غير أنه يكمن القول بأن أغلب أفراد الدراسة لهم مستوى جيد.

11/الدراسات السابقة:

يستفيد الباحث الكثير من التراكم المعرفي الذي سبقه حيث يتيح له دراسة و مراجعة هذا التراكم من خلال تحديد زاوية البحث الذي انطلقت منه الدراسات السابقة و كذا الإستقراء و تقييم أهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسات و ضمن هذا السياق أحصت دراسة لها علاقة بموضوع دراستنا " بحثنا " هي كالتالي:

1.11/الدراسة الاولى :

دراسة حسين نايلي: خصوصية الخطاب الإسلامي الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الخطابات الإسلامية عبر شبكات الفيسبوك، يوتيوب، تويتر . مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الإتصال، تخصص سيميولوجيا الإتصال لسنة 2020/ 2021 ، كلية علوم الإعلام و الإتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 03.

تمحورت إشكالية الدراسة حول : ماهي الخصوصيات الدلالية والتداولية للخطاب الإسلامي المَبَث عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي :

- ماهي القيم المتضمنة في الخطاب الإسلامي الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما هي المناحي التي الجديدة في الخطاب الإسلامي الإلكتروني في ظل مقتضيات شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ماهي الآليات التشكيلة للخطاب الإسلامي الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

وللإجابة على هذه التساؤلات إعتد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي ، الذي طبق في طريق الملاحظة و مقاربات التحليل السيميولوجي على عينة كافة الصفحات الإسلامية التي صممت على شبكة الفيسبوك، وعرضت مستخدميها الشبكة على الإطلاع على مضامينها و رسائلها . مع إستخدام العينة غير الإحتمالية و هي العينة القصدية و هي العينة التي يعتمد الباحث ويقصد إجراء الدراسة على فئة معينة، و قد تكون هذا تعتمد لإعتبارات علمية، كوجود أدلة و البراهين مقبولة أو منطقية تؤكد أن هذه العينة تمثل المجتمع . بحيث قسم الباحث خطة دراسته إلا أربعة فصول بالإضافة إلى الإطار المنهجي لدراسة، و الإطار التطبيقي، بحيث تناول في الفصل الأول الأطراف المعرفية والآليات الإجرائية للسيميولوجيا. أما الفصل الثاني تناول فيه، مقتضيات الخطاب الإسلامي وأبعاده الفصل الثالث لخصائص الإتصالية والأبعاد التفاعلية لشبكات التواصل الاجتماعي، الفصل الرابع و الذي تضمن تحديات

وأفاق الخطاب الإسلامي الإلكتروني في عصر التواصل الاجتماعي. وتوصل الباحث من خلال دراسته إلا عدة نتائج أهمها :

- القيم التضمينية الإسلامية في الخطاب الإسلامي الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- الأبعاد التداولية والتفاعلية حول الخطاب الإسلامي الإلكتروني عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- الخطاب الإسلامي الإلكتروني في ظل مقتضيات شبكات التواصل الاجتماعي .
- دور و أهمية الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي .
- أهم الوظائف الإسلامية للخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي و الأفكار التي يهدف إلى تبليغها .
- تحصلت هذه الدراسة للإجابة على كل التساؤلات الفرعية المطروحة و السؤال الرئيسي من خلال النتائج التي تحصلت عليها الباحث في دراسته .

- ولقد إستفدنا من هذه الدراسة في الإطار النظري من خلال تطرقها للمواقع الدينية و المضامين الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي و متغيرات من خلال تطرقها الأول إلى المواقع الدينية عبر شبكة الأنترنت، وكذلك المتغير في دراستنا وفي مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصه، ونشأة موقع الفيسبوك ومميزاته، وذلك قصد تكوين فكرة عامة حول مواقع التواصل الاجتماعي وطريقة وضع خطة للفصل الثاني لدراستنا

2.11/الدراسة الثانية :

من إعداد الطالبتين " امينة طويجيني و صبرينة ساسي " تحت عنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين _الفيسبوك نموذجاً _ دراسة ميدانية على عينة من الطلبة جامعة أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال تخصص سمعي بصري، 2015/2016، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي .

تتمحور إشكالية هذه الدراسة في الدور الذي تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني خاصة موقع الفيسبوك، و عليه تم صياغة التساؤل الرئيسي على النحو التالي : ما هو دور الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين؟

وجاءت التساؤلات الفرعية كالتالي :

- ما هي عادات و أنماط إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك؟
- ما هي دوافع إستخدام الطلبة الجامعيين لموقع الفيسبوك؟
- هل يساهم الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجزائريين؟

كان الهدف من هذه الدراسة هو معرفة مدى مساهمة الفيسبوك في نشر الوعي الديني لدى الطلبة الجزائريين، وتكمن أهميتها في إمكانية أن تكون هذه الدراسة أو البحث العلمي إنطلاقة جديدة لدراسات أخرى مشابهة لها، إعتمدت الباحثان في هذه الدراسة على المنهج المسحي وهذا لأنها تعتبر من الدراسات الوصفية وقد إستخدمت هذه الدراسة مفردة من طلبة جامعة أم البواقي، 177 أداتي الملاحظة و الإستبيان و أما في ما يخص العينة فقد تكونت من المستخدمين لموقع الفيسبوك تم إختيارهم بطريقة العينة القصدية، و إما عن النظرية فقد إعتمدت على النظرية البنائية الوظيفية .

و خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي :

- الفيسبوك يحتل المرتبة الأولى في الاستخدام عكس مواقع التواصل الأخرى .
- معظم أفراد العينة يبدون إعجابهم بالمنشورات الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك بشكل دائم لأنها تتماشى مع رغباتهم.
- الفيسبوك لم يساهم في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين .
- تمت إفادة من هذه الدراسة لأن نفس المتغيرات في دراستنا لأنها ترتبط بمواقع التواصل الإجتماعي " الفيسبوك " خاصة التوعية بالدين، وأنها نفس المنهج المتبع في دراستنا و كذلك الأدوات أي أنها يناسب دراستنا و متغيراتنا .

3.11/الدراسة الثالثة :

دراسة " صابر لامية " الحملات الاعلانية في باقة و دورها في توعية الدينية للشباب، دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية سطيف ، وذلك لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال والعلاقات العامة، كلية الحقوق، قسم الاعلام و الاتصال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009/2010 .

السؤال التي تمثلت فيه الإشكالية كالتالي :

ما دور الحملات الإعلانية الدينية التي تبثها باقة في التوعية الدينية لشباب ولاية سطيف ؟

الأسئلة الفرعية متمثلة في مايلي :

ما دوافع لمشاهدتها لباقة mbc ؟

ماعدات و أنماط مشاهدة الشباب الحملات الإعلانية الدينية ؟

هل تترتب الحملات الاعلانية في الباقة mbc ؟

ماهي أهم الآثار المعرفية، الوجدانية و سلوكية لهذه الحملات الإعلانية على شباب ولاية سطيف ؟

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة السمات الديمغرافية و الخصائص الإجتماعية و الثقافية لمشاهدي هذه الحملات التوعوية الدينية في هذه الشبكات وكذلك ابراز الدور الفعلي الذي يمكن ان تقوم به الحملات الاعلانية في باقة في التوعية الدينية و مدى قداستها على توجيه الشباب نحو الالتزام بمبادئ الشريعة الاسلامية .

اندرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات اللوصفية، واعتمدت على منهج المسح بالعينة، واعتمدت الدراسة على ادوات جمع البيانات و المتمثلة في الاستمارات كأداة لجمع البيانات و المعلومات .

والباحثة في دراستها توصلت الى اهم النتائج التالية :

- المستوى التعليمي له دور في ترتيب اهتمامات افراد العينة بمشاهدة الحملات .

- فالبنسبة للشباب الجامعي تاتي الحملة اقم صلاتك في المرتبة الاولى بنفس الرتبة لدى الشباب غير الجامعي .

فقد كانت هذه الدراسات السابقة بمثابة أرضية انطلاق لدراستنا فقد ساعدتنا في وضع المؤشرات التي ستمكن من إكتشافها معرفة خصوصية المضامين الدينية عبر شبكات التواصل لرقمي في تشكيل الوعي الديني، ومن ثم تحديد محاور هذه الدراسة .

12 / تحديد مفاهيم الدراسة :

يعتبر تحديد مفاهيم الدراسة من ابرز الخطوات التي يقوم بها الباحث في دراسته لانها من بين المحطات والطرق التي تعين الباحث في بحثه من خلال وضع تعريف دقيق وواضح و محددة لكل مفهوم و المصطلح يستخدمه الباحث في بحثه او دراسته من اجل تسهيل فهم مصطلحات الدراسة من هنا قمنا بتحديد تعاريف الاجرائيا لبعض المصطلحات و المفاهيم التي تتمحور في موضوع دراستنا على النحو التالي:

1.12 / المضمين:

لغة: مصدر من ضمن يضمن ضمانا، فهو ضامن و ضمين، وهي جمع مضمون .

هي الاجنة اللواتي في بطون امهاتها . و ضمن الشيء بمعنى تضمنه و " المضمون " المحتوى ومنه ؛ مضمون الكتاب ما في طيه ومضمون الكلام فحواه و مايفهم منه و الجمع مضمين . فالمضمون في اللغة هو المحتوى و الفحوى (الحكمي ، 2021، ص 583).

اصطلاحا : هي المحتوى للمعنى المراد الحديث عنه .

هي جملة المفاهيم و الأساليب و الخبرات العلمية التي من شأنها أن تكون مقومات أساسية للعملية المقصودة بها في بناء شخصية الإنسان .

أي هي كافة المغازي و الأفكار و القيم و الممارسات التي تتم من خلال العملية لتنشئة أفكار و تحقيق للأهداف المرغوب فيها (فرطاس، 2021، ص 208) .

التعريف الاجرائي : تعرف المضمين على انها المحتوى وهو مايفهم من الأساليب و الأفكار المقدمة .

2.12/ الوعي :

لغة : ورد في لسان العرب : "الوعي : حفظ القلب الشيء و الحديث يعيه وعيا ، وأوعاه حفظه و فهمه وقلبه، فهو واع ، و فلان اوعى من فلان أي أحفظ و افهم ، و الواعي ؛ الحافظ الكيس الفقيه (دحمون، 2015، ص6) .
اصطلاحا : هو إدراك الفرد لفسه و للبيئة المحيطة به .

يعرفه نزال حميد الموسوي الوعي بأنه "مجموعة الاتجاهات و المشاعر و المفاهيم و التصورات، التي تحدد الإدراك الفرد للواقع المحيط به و فهمه له و تصوراته الذهنية و المستقبلية له" (الموسوي، 1933، ص51).

الوعي هو عبارة عن عن درجات و مستويات من المعرفة ، و هو إدراك لذاته وما يحيط به .

— ويعرف في قاموس اكسفورد : الوعي بأنه "المعرفة المتبادلة بين الأشخاص أو المعرفة و الإيمان الراسخ والحجج والقناعة التي تؤدي إلا الاقتناع بصحة الشيء أو المجموعة الأفكار، والانطباعات و المشاهدة الموجودة في الشخص الواعي، وهو الصفة التي يتميز بها الأفراد أو الأشخاص على التفكير (صابر، 2009/2010، ص23) .

التعرف الإجرائي :

ويمكن القول أن الوعي أنه يقوم على ثلاثة أسس القيم و المعرفة و السلوك وذلك من خلال إدراك المرء لذاته و لما يحيط به، وتبادل المعلومات و الأفكار بين الأشخاص .

3.12/ الدين :

لغة : (مفردة) صاحب الدين و المتمسك به.

— الديانة هي مصدر "دان" ب " دان " لو دان بدين، ملة، اسم لجميع مايتدين به الإنسان، اسم لجميع ما يتعبد به "دياناتي" الإسلام . الديانة المحمدية الإسلام (عمر، 2008، ص322) .

اصطلاحا: أهم المقومات النظام الثقافي، وهو بطبيعته لا يقبل الجدل، هذا لأن الدين يبقى جوهرًا راسخًا في أجيال كثيرة، وبشكل عملا شديد التأثير توجه تصرفات الشعوب و الجماعات و الأفراد، و قد يستخدم لدين استخداما سيئا كان يعبأ به البسطاء من المتدينين و يلهب حماسهم لخدمة غرض معين، فيتحول الإيمان إلا عصية كما هو حال الجماعات المتطرفة في الكثير من المجتمعات (حجاب، 2002، ص1239).

— وانه ذلك البعد الذي يركز على علاقة الإنسان بقوة غيبية لها طبيعة مقدسة تتصف بالغموض و الرهبة.

يعرف الدين على أنه نسق المعتقدات و الممارسات و القيم الفلسفية المتصلة بتحديد ماهو مقدس يعني ويفهم الحياة و التخلص من مشكلات الوجود الإنساني ، و يعتبر الدين طريقا نظاميا أو تقليديا نحو النجاة أو الخلاص وهو عند سبينوزا يعني حب الله المتشكل من الكمال و عظمة، وينقسم الدين إلا الدين العملي الذي يجب أن يعتقد به العامة من الناس و العقيدة الفلسفية التي تختص بها فئة قليلة من المجتمع و هذه الأخير تأتي من المعرفة الله و التفكير العميق في خلقه (شريطي، 2013، ص162).

التعريف الإجرائي:

يمكن القول أن الدين هو مجموعة من الأحكام و الضوابط التي يمتاز بها الفرد من كسب مجموعة من العوامل و الأحكام التي خلفتها التنشئة الاجتماعية و المجتمع .

4.12/تعريف الوعي الديني :

اصطلاحاً : الربط بين الوعي والقيم الدينية، أي التمسك بالدين والعمل به وبما طلبه القرآن والسنة والحفاظ على القيم الدينية. ومن مميزات الوعي الديني القوي هو تحصين الأفراد ضد الانحرافات السلوكية وضد الغزو الثقافي الغربي على قيمهم الدينية الفعلية والكامنة، على الوعي الديني الضعيف الذي يكون من الله الفرد ضعيف دينياً ويسهل تغيير مبادئه وقيمه الدينية، من خلال البيئة التي يعيش فيها وتأثير مثال جماعة الرفاق أو وسائل العالم على هذا الوعي وتحويله إلى فرد تابع لهم (رفاس، 2022، ص 252).

— يمثل جزء لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي الجماعي (مهدي، 2010، ص 147).

— يعرفه عبد الباسط عبد المعطي : " يحتوي الوعي الديني ،إشكالا معرفية و قيمية و انطولوجية ،حول أبعاد العلاقات بين البشر ،فيما بينهم وبين الطبيعة وبين خالق البشر و الطبيعة" (رحمون، 2015، ص23).

— الوعي الديني هو عبارة عن مجموعة من المعارف المتعددة التي تحكم العلاقة القائمة بين الناس و بينهم و بين مجتمعهم وكذا علاقتهم بالله سبحانه و تعالى، من خلال إدراكهم لأحكام دينهم .

التعريف الاجرائي:

يمكن القول ان الوعي الديني هو المعتقدات الدينية والمعارف التي تكمن في شخصية الانسان المسلم تظهر من خلال تصرفاته وتعاملات مع الاخرين وفق منظور و وعي ديني .

5.12/الفضاءات الرقمية :

— يعتبر الفضاء الرقمي متعدد التسميات لإرتباطه بمفهوم بالشبكة العنكبوتية الأنترنت بفعل التطبيقات الجديدة التي وفتها، حيث فرضت فضاء إعلامي إتصالي ذو صيغة إفتراضية .

— هو الفضاء التي ينشأ داخل بيئة حاسوبية و شبكات المعلومات بتوظيف البرمجيات التطبيقية ؛ فهو فضاء شبكاتي لا علاقة له بالحدود الجغرافية أو السياسية المألوفة .ويمكن تعريف الفضاءات الرقمية، على أنها :

الفضاءات و مساحات رقمية .

— الموارد التي يتشاطرها المستفيدون هي الرقمية .

— التواصل او العملية الاتصالية ،تكون افتراضية اي من خلال الشبكة (طاشور، 2015، ص77).

— الفضاء الرقمي أو العالم الافتراضي أو الفضاء السيرياني أو العالم الإلكتروني كلها مصطلحات تستخدم بمعنى واحد وهو الاتصال المستمر بين سكان الأرض على مستوى شبكة الانترنت، مما يقتضي التزامية (طوالبية، 2019، ص 49).

التعريف الإجرائي :

العالم أصبح قرية كونية من خلا الفضاءات الرقمية التي يمكننا القول انها المجال الذي يكون فيه الاتصال بين الأفراد في كل مكان وزمان متخطية جل الحواجز الزمكانية .

6.12/مواقع التواصل الاجتماعي:

— يعرفها "رتشر وكوشي" بكونها تطبيقات ومنابر وسائل الإعلام عبر شبكة الأنترنت التي تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات (سويدي، 2014، ص 20).

— تعرف أيضا بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الأنترنت ظهرت في بروز تقنية الجيل الثاني للويب، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات إنتماء (بلد - جامعة - شركة)، ويتم ذلك عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل ارسال الصور أو رسائل والإطلاع على ملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم (زودة، 2011/2012، ص 17).

التعريف الاجرائي :

يمكن تحديد تعريف لمواقع التواصل الإجتماعي بكونه الفضاء الذي يكمن من خلاله التواصل بين الأفراد وذلك عن طريق شبكة الأنترنت لتسهيل التفاعل وتبادل المعلومات والخبرات بين مستخدميه.

7.12/الفييس بوك :

— يعرف على انه : "موقع الويب للتواصل الإجتماعي، يمكن الدخول إليه مجاناً، تديره شركة "فيسبوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة، فالمستخدمون في هذا الموقع بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة، أو الإقليم و ذلك من أجل الإتصال بالآخرين و التفاعل معهم، و يمكنهم إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم، أو إرسال الرسائل إليهم، و تحديد ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم (عبد الحميد، 2012، ص 206).

أحد شبكات التواصل الإجتماعي والتي يمكن الوصول إليها على الشبكة العنكبوتية من خلال الرابط (facebook.com)، وتتيح الشبكة لمستخدميها التعارف والتواصل ومشاركة المعلومات وتبادل الخبرات من خلال ادوات تقنية تفاعلية (نايلي، 2014/2015، ص 33) .

— كما يشير مصطلح الفيسبوك أو كتاب الوجوه إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات للأفراد في جامعة معينة أو مجموع. (فضل الله، 2010، ص 13).

التعريف الاجرائي :

يمكن إستنتاج والقول أن الفيسبوك يكون موقع رئيسي في شبكة التواصل الإجتماعي، فهو أقرب وسيلة إتصال للمجتمع لتبادل الأفكار و الآراء و الثقافات المتنوعة .

8.12 / الشباب :

لغة : اللفظ "شاب" من الفعل "شب" و الجمع "شبان" او الشبيبة و المؤنث "شابة" و الجمع شابات و شواب او شوايب .

__ الشباب في المصباح المنير يعني النشاط و القوة و السرعة و يشير قاموس على أنه "فترة من مراحل العمر المبكرة و فترة العمر التي تكون بين مرحلتي الطفولة أو الحداثة و المراهقة ، أو فترة النمو المبكر (الترغيني، 2013، ص 46).

اصطلاحا : تعرف الأمم المتحدة بالفئة العمرية التي تتراوح بين "15_24" عاما . كما يمكن القول بأنه حلقة في سلسلة حياة الإنسان . ترتبط بما قبلها بمرحلة الطفولة التي تعد الفرد لإستقبال مرحلة الشباب.

__ كما ترتبط بمرحلة ما بعد الشباب التي يستفيد منها الفرد من خلال تطبيق ما أمكن إكتسابه من خيارات و المواقف التي مر به في شبابه (جيطاني، 2010/2009، ص13).

__ كما يعرفه علماء النفس " يانه الحالة العمرية تخضع لنمو البيولوجي و لثقافة المجتمع فهي مرحلة انتقالية بين الطفولة و الرشد لها خصائص متميزة وقد تتخللها اضطرابات و مشكلات بسبب الضغوط التي يتعرض لها الشباب من الأسرة و المدرسة و المجتمع، ويتم تحقيق الذات و نمو الشخصية و صقلها . وهي مرحلة يحتاجها الفرد للاخذ بيده ليعبر هذه المرحلة بسلام (بوشلوش، 2008، ص57).

__ اختلف الباحثون حول تحديد مفهوم واضح للشباب نظرا لتعدد الظروف المحيطة بهذه الفئة العمرية و لاختلاف نظرة كل التخصص لهذه الشريحة (صابر، 2010، ص 27).

التعريف الاجرائي :

يعتبر الشباب عنصر هاماً للتغيير الإجتماعي من أجل كسب الفرد لمهارات جديدة و متنوعة وأخذ القوة والنشاط .

الفصل الثاني

الإطار النظري

أولاً: التواصل الرقمي

1. تعريف و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.
2. خصائص و مميزات مواقع التواصل الاجتماعي.
3. أنواع و مواقع التواصل الاجتماعي.
4. دوافع إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
5. استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي .
6. سلبيات التواصل الاجتماعي.

1/ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي :

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت وتنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق مختلف الإشباعات لمستخدميها ويأتي في مقدمتها موقع " فيسبوك، تويتر، يوتيوب، واتس اب " وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس SALAB « 6002 » «عمى" إنها مواقع تستخدم لبناء مجتمعات افتراضية على شبكة الانترنت تمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة . (الدروي، 2018، ص 5) .

_ نشأة مواقع التواصل الاجتماعي :

CLASMATES .COM بدأت مجموعة من شبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات 1997 وركز ذلك الموقع SIX DEGRESS .COM عام 1995 للربط زملاء الدراسة و موقع عام على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع ملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة الارسال والرسائل الخطبة مجموعة من الأصدقاء و بالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدرجها مالمكيها و تم اغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و 2001 في السنوات اللاحقة ظهرت بعد المحاولات الأخرى لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما نعرفها اليوم سنة 2002 مع بداية العام التي حققت نجاح دفع جوجل إلى المحاولة شرائها سنة 2003 لم يتم التوافق على FRIENDSTE ظهرت كمنصة للتدوين، ثم skyrock على شروط الاستحواذ، في النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة.

تحولت بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، و قد استطاعت بسرعة تحقيق إنتشار واسع لتصل، حسب إحصائيات يناير 2008 إلى مركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين .

و مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاتها أكثر من جوجل و هو موقع ماي سبيص الأمريكي الشهير و يعتبر من أوائل و أكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم و معه منافسه الشهير فيسبوك و الذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام الفيسبوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات المطورين و هذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيسبوك بشكل كبير، و هذا الموقع الذي يسهل للمستخدمين تبادل الاخبار و المعلومات فيما بينهم و إتاحة الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الخاصة، و أصبح الموقع الأخير لا يؤثر فقط في المجتمع الافتراضي، بل أثر على واقع المتعاملين الاجتماعية و السياسية و الثقافية و الدينية . و يعتقد

أن عددهم حاليا لا يتجاوز 900 مليون مستخدم على مستوى العالم (الشمالية _للحام _ كافي، 2015، ص 201).

2/ خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي :

تكمن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال واسعا أمام الإنسان للتعبير عن نفسه و مشاركة مشاعره و أفكاره مع الآخرين، خاصة و أن هناك حقيقة علمية و هي أن الإنسان اجتماعي بطبعه و بفطرته يتواصل مع الآخرين، و لا يمكن أن يعيش بعزلة عن الآخرين و أثبتت الدراسات أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته النفسية و البيولوجية دون التواصل مع الآخرين ، و لذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده لذا نجد أن لهذه المواقع في شبكة الأنترنت ورغم تنوع هذه الشبكات من إلى موقع آخر إلا أنها تشترك في عدد من خصائص محددة منه .

_خاصية الدوام حيث أن الأحاديث و التعليقات المتبادلة على هذه التطبيقات تبقى موجودة و يمكن للإفراد الرجوع إليها

_خاصية البحث المتقدم و تمكن تطبيقات التواصل الاجتماعي على الهواتف الذكية قابلة للبحث عن الأصدقاء ذوي إهتمامات و عقليات متشابهة .

_أتاحت تطبيقات التواصل لا تعتمد على نشر محتوى معين، و أصبحت حاجة للمهتمين في الإتصال مع الآخرين و التعبير عن الذات، و أضحت وسيلة إعلامية بدرجة أولى .

_ **شاملة** : حيث تلغى الحواجز الجغرافية و المكانية، تلغى من خلالها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، من خلال الشبكة بكل سهولة .

_ **التفاعلية** : فالفرد فيها كما أنه مستقبل و قارئ ، فهو تلغى السلبية المقيمة في الإعلام القديم _ التلفاز و الصحف الورقية و تعطي حيزا للمشاركة الفاعلة من المشاهدة و القارئ .

_ **تعدد الإستعمالات** : مواقع التواصل سهلة و مرنة و يمكن استخدامها من قبل الطلاب في التعليم، و العالم لبت علمه و تعليم الناس، و الكاتب للتواصل مع القراء، و أفراد المجتمع للتواصل وهكذا .

_ **سهولة الإستخدام** : فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف و بساطة اللغة، تستخدم الرموز و الصور التي تسهل للمستخدم نقل فكرته و التفاعل مع الآخرين .

__ **التوفير و الاقتصادية** : اقتصادية في الجهد و الوقت و المال في ظل مجانية الإشتراك و التسجيل، فالكل يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الإجتماعي، وليس ذلك حكرا على أصحاب الأموال، أو حكرا على جماعة دون أخرى (الشاعر، 2015، ص 67).

__ **الإهتمام** : هي شبكات تبني من خلال مصلحة مشتركة مثل سوق المال ، السياسة، الصحة والشؤون الخارجية وغيرها .

__ **التعريف بالذات** : الخطوة الأولى للدخول إلى الشبكات الاجتماعية هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف على نفسه من خلال النص و الصورة ، الموسيقى ، والفيديوهات وغيرها من الوظائف الأخرى .

__ **وضوح الهوية** : في الغالب يحدث تلقائيا لأن هدف كل شخص أن يتوصل ويتعرف على الآخرين وهذا يتطلب أن يفصح عن معلوماته الشخصية بصراحة ودون تحايل أو كذب كي لا يتناقض مع الغاية التي من اجاها اشترك بهذه المواقع

3/ أنواع مواقع التواصل الإجتماعي :

حسب البحوث و الدراسات التي أجريت في هذا الشأن نجد أن الباحثين و المحللين يصنفون هذه الشبكات و المواقع الاجتماعية إلى خمسة أنواع وهي :

1.3/ النوع الأول : يختص بالاتصالات ويجاد المعلومات وتبادلها ومن الامثلة على هذا النوع :

__ **المدونات** : وهي منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية وتكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيبا زمنيا معكوسا، فهي مثال لمدونة شخصية كما يوجد العديد من المدونات بعضها يختص بتناقل معلومات عن الأخبار بكل أنواعها، . Word press,Live journal,Open diary, plogger ومن أشهر هذه المدونات الأخر فيختص بأمور شخصية ويومية .

__ **المدونات الجزئية** : ماهي إلا أسلوب لبث المعلومات بشكل سريع، وما يميزها عن المدونات العادية صغر حجم كمية المعلومات .Google buzz, twitter, Tumpler مايلي : (نصية، صوتية، مرئية، صور) ومن أهم برامج المدونات الجزئية .

__ **مواقع الترابط الشبكي الإجتماعي** : وهي عبارة عن مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الإهتمامات والفعاليات، وتحديد موقعهم الجغرافي والبحث عن الأصدقاء أو العمل أو حتى التعرف على

كل ما هو جديد في حياة من نعرف دون Facbooc , Whats app, May space. الحاجة إلى السؤال المباشر ومن أهمها :

مواقع تجميع المعلومات : تقوم هذه المواقع و البرامج بتجميع المعلومات التي تهمك فقط فما يميز هذا العصر الذي نعيش فيه هو كمية المعلومات المتداولة بشكل سريع عن طريق الإنترنت، حيث تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات في مكان واحد بدلا من البحث عنها و إضاعة الوقت، وهناك العديد من المواقع جمع المعلومات مثل : (العلي، 2015، ص 129). Netvibes , evri .

مواقع مشاركة الاهتمامات : هذه النوعية مختلفة من المواقع تساعدك على نشر و مشاركة شبكات نوعية الأجهزة التي تستخدمها: Gdgt , Get Glue , GoodReads أو اهتماماتك مثل ماتشاهد الآن أو ماتقرا في الوقت الحالي، ومن أهم تلك المواقع

2.3 / النوع الثاني : شبكات التعاون وبناء فرق العمل ومن ابرزها :

مواقع الويكي : وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الإشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، يتيح الويكي لمديرها أن يحدد أي الأشخاص يمكنهم إضافة أو تعديل المقالات، أن هذه المرونة التي تتيحها الويكي ، Wikipedia, Wiki تجعل منه نظاما مرغوبا به لإنشاء العديد من الموسوعات على الأنترنت ومن أفضل الامثلة : Wikia media, Wikispaces (العلي، 2015، ص 130).

مواقع المرجعيات : يمكن استخدامها هذه المواقع لوضع علامة مرجعية لمواقع تهم المستخدم أو غيره، مثلما هو الحال لحفظ موقع في برنامج تصفح الأنترنت الخاص بالمستخدم ، مع إضافة خاصية إمكانية مشاركة الآخرين هذه المواقع المرجعية، كما تمكننا من إكتشاف مواقع جديدة، حيث تعد هذه الخدمة من روائع الأنترنت وتسمح بإستكشاف بحور الشبكة وتفرعاتها بالإعتماد على جهود أصدقائك أو حتى مستخدمين آخرين على الشبكة و للاشتراك في العديد من مواقع المرجعيات نجد :

Siteulike Delicious Google Reader ,Stumbleupon, folkd.

مواقع الأخبار الإجتماعية : بدلا من الإعتماد على استقاء الأخبار من نواة الأخبار المتعارف عليها يمكننا الإعتماد على شبكة واسعة من المستخدمين لإيجاد الأخبار المهمة، حيث يقوم المستخدمون بتقديم الأخبار التي يجدونها مهمة ومن ثم يقوم القراء بتنقيتها إن كانت مهمة، مما يميزها أيضا هو التركيز على ما هو حديث وفي مجال اهتمام العالم، كما تقدم الكثير من التصنيفات التي تساعدنا على تحديد مجال اهتماماتنا ومن أهمها :

Technorati, Digg, Mixx, Nowpupic, Reddit, Newsvine

_مواقع ادارة الملفات و تحرير النصوص : تساعد على تبادل الملفات مع الاخرين حيث تمنح الشركة المقدمة للخدمة سعة تخزين محددة يمكن استخدامها لإنشاء ملفات ومف ثم مشاركة الملفات مع اصدقاء او زملاء لتبادل البيانات بشكل فوري وسريع، ومن اشهر مواقع ادارة وتحرير النصوص :

Google Docs, Synplicity, Docs, Dropbox

3.3 / النوع الثالث : مواقع الوسائط المتعددة .

_ مواقع التصوير و الفن : تقدم هذه المواقع العديد من الخدمات حيث تمنح مكانا يمكن فيه حفظ وتخزين وعرض الأعمال الفنية سواء كانت صور أو رسومات فنية ما تمكن الناس من رؤيتها وابداء الإعجاب أو نقدها، كما تفيد في امكانية بيع الأعمال للغير وبناء على نوعية الفن هناك العديد من المواقع

Deviantart, photobucket, flickr

4/ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي :

وجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي و ينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، و من بين زاهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد و خصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي :

1.4/ المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقعي للفرد حيث توفر له الأمن و الحماية و الاستقرار و المرجعية، و لكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الإضطراب الاجتماعي ، الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري .

2.4/ الفراغ :

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته و يبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور و الملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة و شبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل ملء الفراغ و بالتالي يصبح كوسيلة للتسلية و تضييع الوقت عند البعض منهم (مرسي، 2012، ص 157) .

3.4/ البطالة :

تعتبر عن عملية الإنقطاع و عدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي و النفسي و منه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق و الانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد و التي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية ، التي يعيشها حتى و إن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة و استمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل و التعبير عن قدراته و ايدولوجياته كيربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الإحتيال و النصب .

4.4/ الفضول :

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار و التقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها و استعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب و إذا ما توفرت ثنائية الجذب و الفضول تحقق الأمر .

5.4/ التعارف و تكوين الصداقات:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية و الصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة ليربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد .

6.4/ التسويق أو البحث عن وظائف :

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد التعارف ، بل أصبحت أداة تسويقية قوية و فعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الإتصال بها داخل و خارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها و الاشتراك بها. كما تتمتع بقابلية التصميم و التطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر و الجنس و الإهتمامات و الهوايات و سهولة ربط الأعمال بالعملاء و أيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل و انتشار المعلومة و استثمارها. فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين و مع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف و فرص التطوير الوظيفي و تبادل الخبرات و الكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع التعلم و توسيع المعارف و المهارات الشخصية و الحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية و التنفس عن الذات ...، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعاً (حجازي، 2017، ص 87) .

5/ استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي :

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً واسعاً منذ بدايات ظهورها الأولى، فقد أصبحت هذه المواقع تشكل فضاء افتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة وذلك من خلال مجموعة من الخدمات، كما نجحت هذه المواقع في كسب العديد من المستخدمين من خلال تنوع هذه الخدمات التي تتيحها:

1.5 / استخداماتها في المجال الإعلامي :

تبدو وسائل التواصل الاجتماعي اليوم هي المسيطر الافتراضي الأقوى على حياتنا اليومية، دفعت بجميع معاديبها إلى وجود صفحات شخصية أو عامة لديهم ليتراقفوا مع معطيات هذا العصر، فخلال عشرين عاماً حيث يعود أقدم موقع تواصل إلى العام 1995 المعروف

CLASSMATES. COM تمكنت هذه الوسائل من إحداث تغييرات نوعية على المستوى التقني للبرمجيات، وعلى مستوى حياة الناس اليومية لتتحول إلى مصدر رئيس للخبر و تكتسح قطاع الإعلام الذي صار واجباً أن نسميه «كلاسيكياً» من صحافة مكتوبة واذاعة وتلفزيون، ما اضطر الوسائل الكلاسيكية تلك إلى إيجاد منابر لها على مواقع فيسبوك و تويتر و تيلغرام وسواها بمستويات مختلفة من التواصل والتفاعل، منها عالٍ ومنها منخفض حسب الوسيلة وقناعة مديريها بجدوى السوشيال ميديا وان أبدى الجميع خضوعهم لهذه التقنية اليافة، فمثلاً تعدد BBC هيئة الإذاعة البريطانية من أقدم الإذاعات في العالم لكنها يومياً تسعى إلى التعرف إلى أعلى الوسائط / الهاشتاغات انتشاراً و تقرأ منها في نشراتها وفواصلها، كما أن قناتها على تياغرام كانت قبل أشهر لا تتجاوز 9 آلاف مشتركاً ما اضطر الإذاعة إلى زيادة مراسلاتها عبر القناة بطريقتها الخاصة ليرتفع العدد إلى ما يزيد على 20 ألفاً وهو عدد ما يزل منخفضاً قياساً إلى قوة الإذاعة عالمياً. عدا قيام الشخصيات المشهورة في مختلف المجالات بإيجاد منصات لهم في السياسة والاقتصاد والرياضة تستخدم معظم قنوات التلفزة والإذاعة المحلية والعالمية أسماء برامج تلفزيونية ذات علاقة بالتكنولوجيا والميديا منها مثلاً hashtagu شباب، كما يلاحظ أن مقالات صحفية تكتب في الصحف الرسمية أو الخاصة، تعتمد في جذرها على ما يحدث من فوارت على فيسبوك أو تريندات

على تويتر، مثلاً تخصص صفحة تسميها ثرثرة فيسبوكية أو فيس بوكيات، كما أن صحفيين كباراً يدلون بأرائهم في الصحف حين تتحول إحدى الحالات إلى قضية أري عام، فيتكفون على وسائل التواصل الاجتماعي لتكوين استقراءات دلالية عوضاً عن الإحصاءات الدقيقة .

تحتاج وسائل الإعلام الكلاسيكية إلى مراسلين منتشرين في جميع المناطق مع شبكة تواصل دائمة، على حين تتمكن وسائل التواصل الاجتماعي عند نقل الأخبار من تحقيق الإثارة، والمقصود بماً فكثيراً كل ما هو جديد وسريع الإيقاع، فالخبر يصل من دون رتوش بعيداً عن الصياغة ومقص الرقيب، وكثيراً ما تذهب إعادة بناء الخبر بعيداً بالرسالة عن حقيقتها، ويفقد مقص الرقيب حداثة الخبر وعفويته من مصداقيته، وإن كان هذا خطأ في مفهوم تعريف الإعلام بسبب وصول فبركات ناجمة عن شبكة مراسلين غير مهنيين، لكن كم من الرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي قد تحيط بالمعلومة كاملةً ومن عدة جهات على حين قد نحصل على 5% فقط من المعلومة عبر خبر في وسائل الإعلام الكلاسيكية. إن ما يحدث من تطورات في الإعلام بسبب مواقع التواصل الاجتماعي ليس انتهاءً للإعلام الكلاسيكي إنما تسليم راية الإعلام جديد، وهذا تقدم طبيعي ولكنه يحتاج إلى ضبط وضرورة التوجه إلى قيادة الإعلام عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولكن دائماً ثمة شعور في ضعف بالقدرة على إدارة هذا المورد الإعلامي الكبير.

5.2 / استخداماتها في المجال الديني :

1.2.5 / إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي على الدين الإسلامي :

ان مواقع التواصل الاجتماعي قد اسهمت -بشكل كبير- في افادة الدين الاسلامي، ومن ذلك نشر الفتاوى والقصص القرآنية والاستماع للقرات القرآنية لعدد كبير من القراء، فقد شجع هذا التنوع على اقبال المسلمين على هذه المواقع، ومن ذلك : الموقع المتخصص في تحفيظ القران الكريم "القران المعلم الذي سجل ما يزيد على ثلاثة ملايين زائر لصفحته على الفيس بوك. وبالبحث عن "القران المعلم -صفحة التحفيظ" ستجد (2.060.000) صفحة بمحرك البحث غوغل، تضم مختلف وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة. كما اسهمت مواقع التواصل - وبرزها اليوتيوب- في نشر القصص القرآنية. فمن خلال البحث بعبارة قصص الانبياء يظهر (553.000 فيديو)، زيادة على ذلك توفر معظم المواقع الإسلامية الخاصة بالعلماء كتباً مجانية للزوار، ومنها موقع الشيخ عبد العزيز بن باز، الذي يتيح فتاوى الشيخ في ثلاثين جزءاً، وهي كتب مجانية متاحة للزوار المهتمين، ومنها كتب في مجالي الفقه والسنة.

حيث توجد بعض المواقع التي تقدم خدمات الجنازات او الدفن على الطريقة الإسلامية، بلغات مختلفة منها الانجليزية، كإعلان عن خدمات الجنازات بمقابل (500 دولار)، واحد المواقع حدد عدد المصلين ب(250سجد) .

يمكن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجال الديني كذلك على النحو التالي :

الفييس بوك : وهو موقع اجتماعي شهير يدخل عليه الملايين على مستوى العالم، وهو ما يؤكد اهميته ورواجه الواقعي ومن خلاله يمكن التواصل مع أي انسان في أي مكان واي زمان، ومن هنا فقد انتبه اليه دعاة كثر في زماننا، وتم عمل صفحات شخصية لهم عليه لمخاطبة جماهيرهم، ونشر الدين والدعوة داخل العالم العربي داخليا وخارجة، ولكن ليس بالحجم المطلوب، ويمكن توظيفه دعويا من خلال القيام بالاتي :

— مراسلة جميع اصحاب الصفحات الموجودة لدى الداعية بما تريد توصيله من قيم واخلاق وغيرها من اعمال فاضلة
— التواصل مع غير المسلمين لدعوتهم إلى الدين الإسلامي العظيم، وذلك بإتقان لغة المخاطب وتوضيح صورة الاسلام الصحيحة التي شوهدا الغرب عبر اعلامهم

— محاربة المجموعات التي تقوم بتشويه صورة الاسلام والضغط على موقع فيسبوك لإغلاقها، وهذا ما حدث بالفعل مرارا وتكرارا في مواقف مختلفة .

تويتر : هو احد المواقع التي تقدم خدمات مجانية للتواصل الاجتماعي والتدوين المصغر، ويسمح للمستخدمين بإرسال أهم اللحظات في حياتهم في شكل مدونات نصية لا تزيد عن 140 حرفا، وذلك من خلال خدمة الرسائل النصية القصيرة، برامج التراسل الفوري، او البريد الالكتروني، ويتميز باستقطاب صفوة القوم، وقطاع جيد يقيم من الشباب من الجنسين — نشر فكرة إسلامية معينة، أو إرسال رسالة مؤثرة تصحح مفهوما او تدعوا الى خلق فاضل
— التذكرة بفضل المناسبات الإسلامية في وقتها، والدعوة الى العمل الصالح فيها، مثال دعوة من لديك على بريدك الخاص الى صيام الاثنين والخميس، - 33 - والى صدقة جارية او قراءة القران .

— المشاركة في اعمال خير او اعمال اجتماعية تخدم المجتمعات الإسلامية من خلال التعاون الايجابي على القيام بها، ودعوة رجال الاعمال للمشاركة فيها.

— توصيل رسالة المدون إلى متصفح مدونته وتوجيه أفكارهم نحو الصالح

يمكن من خلالها نشر مواعظ ومقالات واخبار وتحليلات —

— مواكبة الأحداث الجارية ونشر فكرة المدون وتعليقاته على الاحداث، وهو ما يجعلها أكثر فعالية (الباشا، 2015، ص 9-10) .

2.2.5/ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي على الدين الاسلامي :

على الرغم من تلك الإيجابيات لمواقع التواصل الاجتماعي، فإن لها سلبيات خطيرة جدا على سلوك الشخصية المسلمة، وعلى عقيدتها وآدابها، وقيمها، وأخلاقياتها، لأنها ليس فيها حدود للتعامل بين المسموح والمنوع، أو بين الحلال والحرام؛ بل كل شخص حر فيما يطرحه من فكر أو سلوك أو اعتقاد، فتجد انتشارا كثيفا لتلك الصفحات التي تدعو إلى نشر الإباحية والإلحاد، وعقيدة الحرية الشخصية، وغير ذلك من الأفكار الخبيثة والدخيلة على هذا المجتمع المسلم الملتزم بحدود الله تعالى، بل هناك حرية شخصية تفعل ما تريد كيفما تريد، طالما لا تتعدى على حرية غيرها، وهذا مناف تماما للإسلام جملة وتفصيلا، وهدفه الوحيد هدم تلك الصلة القوية بين المسلم وبين دينه .

لكن الأخطر من ذلك، ومن هذه الصفحات الإباحية والتي تهدف إلى نشر الفاحشة في الذين آمنوا، هي تلك الصفحات التي تشكك المسلمين في دينهم وفي عقيدتهم، وقد انتشرت تلك الصفحات الاجتماعية بكثافة كبيرة جدا، خصوصا في الأعوام الثلاثة المنصرمة، فتجد الصفحة تسمى اسمها في البداية بأي اسم علمي، ثم تأخذ في عرض مميزات الإسلام، والتي تتفق مع ما يريدونه من أهداف، كاحترام الإسلام للمرأة مثلا، وكيف أن الله عز وجل وصى بها وكرمها، ثم بعد ذلك يأتي بطرح شبهة تمس المرأة أيضا، وذلك بعد أن جذب روادا كثيرا لتلك الصفحة، ثم شبهة أخرى، وغالبية تلك الشبهات إنما هي من كتب المستشرقين، ثم يأخذ في تشكيك المسلمين في دينهم عقائديا وسياسيا واقتصاديا واجتماعيا وفكريا، حتى يرسخ عند المسلم فكرة أن هذا الدين إنما هو بينك وبين ربك، ولا يصلح أبدا أن يخرج إلى الحياة بعد هذا التطور العلمي الصارخ الذي لن يستطيع الإسلام مجاراته.

كذلك من أخطار هذه المواقع على الشخصية المسلمة، أنها ضياع للأوقات بشكل كبير جدا، وأن هناك كثيرا من رواد تلك المواقع اكتفوا بالتواصل الافتراضي، واستغنوا به عن التواصل الحقيقي مع الناس العاديين، وحتى مع أقاربهم، مما يشكل خطرا شديدا على الصحة النفسية والاجتماعية، وكذلك القدرات العقلية، مع مرور الوقت، مما قد يجعل الشخص مصابا بمرض التوحد، وهذا الأمر أخطر ما يكون على الأطفال، بجانب أنها قد تكون مدخلا لإقامة علاقات شخصية محرمة.

تنتشر في مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" "تويتر" "يوتيوب" وغيرها فتاوى وتصريحات منسوبة إلى علماء وقادة وشخصيات عمومية، تبيح أو تحرم أمورا، أو تعلن عن قرارات يتبين بعد البحث والتمحيص فيها أنها مجرد أكاذيب وأخبار مختلفة، نسبت إلى هؤلاء الناس، والأمثلة على ذلك كثيرة، منها تشويه الدين، فبخصوص المكون العقيدي للهوية، فإنه يتضرر كثيرا بفعل ما يبثه هذا الإعلام من تشويه صريح و واضح ومقصود للدين الإسلامي وعباداته ومعتقداته وثقافته، ما يؤدي إلى زعزعة عقيدة الشباب المسلم والتشكيك في صحتها، والتنقيص من قيمتها،

فتكونت في ذهنه صورة قائمة في غاية السوء عن اهم مكونين للهوية وهما الدين والتراث، وهو ما يؤدي الى ازدياد الذات وتحقيرها، وانسلاخ الشباب من مقومات هويتهم، واتخاذها جماعات مرجعية في الثقافة والسلوك، يستمد منها قيمه ويتبادل واياها التعاطف والتأييد، وهو ما يكسبه هوية اخرى بديلة لا تجد أي سند في وسطه الاجتماعي

3.5 / الإستخدامات الإتصالية الشخصية :

وهو الإستخدام الأكثر شيوعا، ولعل الفكرة الأولى للشبكات الإجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في المنطقة معينة أو المجتمع معين، و هذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الإجتماعية على المستوى التقنيات، و على مستوى الخدمات و البرمجيات، و يمكن من خلال الشبكات الإجتماعية الخاصة و الصور و مقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف و الصداقة، و خلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار و الرغبات غالبا، و إن اختلفت أعمارهم و أماكنهم و مستوياتهم العلمية .

إن الحملات المنظمة على ارث الاسلامي، والتي لو تنقطع ابدا عبر قرون كثيرة، لم تحقق غايتها على الرغم من أن القائمين عليها حرصوا على ضرب المكون الفكري للأمة الإسلامية، بتشويه صورة التعاليم الإسلامية بالتحريف وتغيير مقصد الخطاب حتى يزهده الناس في مفاهيم الشريعة الإسلامية .

ومواقع التواصل الإجتماعي تعتبر ساحة رحبة لهذه الحملات، فوجود الجماعات والتيارات المتطرفة والإرهابية الغارقة بالتكفير وازهاق الأرواح وتفجير الأمنين والممتلكات، وما يصاحب ذلك من سهولة عرض تلك الجرائم عبر وسائل الإعلام الجديد، تأتي حركة التشويه المعتمدة بربط هذه الجماعات والتيارات بالسلفية تارة وبالسنن تارة وبعض العلماء تارة اخرى، فيجدون من يتلقف تلك الدعوات ويقتنع بها ثم يصاب بردة فعل عكسية اتجاه الدين وعلمائه وتاريخه، فخصوم الإسلام يوظفون بشكل خبيث كلام العلماء ويجتزؤون بنصوص التراث ويوردون نصوصا اصولية في غير سياقها لأجل زعزعة عقيدة المسلم وضرب المكون العقيدي في الهوية (فاضل، 2018، 15:00 سا) .

4.5 / استخداماتها في العملية التعليمية :

إن القفزة النوعية التي عرفتها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و ظهور تقنية الويب و التنامي المتسارع في عدد مستخدمي شبكات التواصل الإجتماعي في العالم، جعل التربويين يؤكدون على ضرورة الإستغلال الأمثل لهذه التكنولوجيا عامة و شبكات التواصل الإجتماعي خاصة في سبيل خدمة التعليم و تطويره . و ترجع أهمية استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في العملية التعليمية بالجامعات خاصة إلى أن ما يقرب من 90% من طلاب التعليم الجامعي يقضون معظم وقتهم على هذه المواقع (ابراهيم، 2014، ص 432) .

وحسب العديد من الباحثين فإن التعلم عن طريق شبكات التواصل يتميز بدرجة عالية من المرونة تسهل ممارسته على مستوى رسمي أو غير رسمي، ففي الوضع الرسمي تقوم منظمة تعليمية بتسهيل وتوصيل التعليم الذي يتم خلال شبكات اتصال بصورة معترف بها، أما في الوضع غير الرسمي فإن الأشخاص يدخلون على الشبكات التعليمية التي تلقي اهتمامهم بهدف التعلم أثناء العمل أو بأهداف إجراء البحوث ..

و لقد أشار البعض إلى أن التعلم عن طريق شبكات التواصل يقدم لمؤسسات التعليم كفاءة أداء أفضل حيث يمكن إدارة المنهاج بدقة عن طريق إدارة مركزية، و في حالة التعليم المهني يمكن أن تخفض التكاليف للعاملين في المدارس المهنية و كذلك للطلاب، من جانب آخر إن النظر إلى التعلم عن طريق شبكات التواصل من وجهة نظر مؤسساتية يعمط حق هذا النهج من التعليم في دوره الفعال كوسيلة تعليم غير رسمية من الممكن تكييفها وفق الظروف المواتية .

تلعب الشبكات الإجتماعية دورا في تعزيز العملية التعليمية من خلال تطوير التعليم الإلكتروني حيث تعمل على إضافة الجانب الإجتماعي له، و المشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم لمدير المدرسة و المعلم و أولياء الأمور و الطلاب و عدم الإقتصار على التركيز على تقديم المقرر .

و استخدام الشبكات الإجتماعية يزيد فرص التواصل و الإتصال التعليمي فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، و يمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويمكن التواصل الفردي أو الجماعي مع المعلم، ما يوفر جوا من مراعاة الفروق الفردية، كما أن التواصل يكسب الطالب الخجول فرصة التواصل مهارات أخرى كالتواصل الاتصال و المناقشة و إبداء الرأي . (الشاعر، 2015، ص 68) .

و على صعيد آخر فإن الخصائص التعليمية لمواقع التواصل الإجتماعي في التعليم، و المتمثلة في المشاركة و المحادثة و الإنفتاح و الترابط بين المعلم و المتعلم من شأنها أن تخلق بيئة اجتماعية تعليمية تحفيزية من أجل التعلم و الإستكشاف، و يمكن استعراض أهم هذه الخصائص فيما يلي :

- تجمع بين الفردية و الاجتماعية في التعلم، بحيث تشكل بيئة تعلم تعاوني و تكاملي
- تحويل العملية التعليمية من التعليم إلى التعلم
- تمتاز الشبكات الاجتماعية بالمعالجة الذاتية، و هو يعتبر من أهم مناهج التعلم الذاتي الذي يعتمد على :
البناء، الحوار، الإنتاج، التعاون .
- التحفيز على الإبداع، إذ يمكن لمجموعة من الطلبة أن يؤلف أداة أو أكثر للتعليم

■ تبادل المعلومات و المناقشة و التعليق، مما يُساعد على تنشيط مهارات الطلاب عن طريق التعلم بالأنشطة و اشتراك المُتعلم في بناء المحتوى التعليمي (عواج، 2016، ص 130/129) .

5.5 / الإستخدامات الإخبارية :

اتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية و بصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة ما يجعلها احيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله أو تسييبه بغرض التأثير على الراي العام . (الشاعر، 2015، ص 68) .

6.5 / استخداماتها في المجال الإجتماعي :

إن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي متعددة وكثيرة مست مختلف جوانب الحياة الإنسانية نذكر منها

1.6.5 / الإتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء :

الفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء ذلك لما تتيحه من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم

فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم من

2.6.5 / التسلية وممارسة الهوايات:

خلاله المستخدم بقضاء وقت فراغه من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة إلى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين ومباشرة، ومن جهة أخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته واهتماماته (عبدش، 2015، ص 139).

الإقبال على الشبكات الاجتماعية أصبحت ظاهرة سائدة في معظم بقاع العالم .

3.6.5 / المجتمع الافتراضي :

كل يوم مشاركين جدد يرغبون دخول مجتمع افتراضي أضحي ساعة تفاعلية يبحث فيها المستخدم عن أصدقائه القدامى، وأصبحنا نشاهد اليوم مجتمعات افتراضية على الشبكة اختصرت المسافات الجغرافية وتخلصت من الضغوط الاجتماعية، فمن أهم سمات الشبكات الاجتماعية أن المحتوى يصنعه الزوار و المتصفحون فالتطورات الجديدة التي شهدتها شبكة الانترنت، أدت إلى نقلة كبيرة ونوعية في عالم التواصل فحرية النشر والرأي مضمونة في الشبكات الاجتماعية، وهذا ما يوفر جو النقاش والاختلاف ويقرر في نهاية المطاف السوق الحرة للأفكار وهما نلاحظ التواصل الفعال بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي .

4.6.5 / الرأي العام :

تميز الإعلام الإلكتروني بدور الفرد كفاعل في صياغته وتشكيله وانتشاره ، وظهرت الشبكات الإجتماعية كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد مع الحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم وسهولة البث وقلة التكلفة مع إمكانية تجاهل المصدر والقدرة على التحول مع الإحتجاج الشخصي، لتوجيه الرأي العام والحشد عبر المجموعات أو صفحات على فيسبوك، وخاصة مع تجاوز الحدود بين الخاص والعام بين المستوى الداخلي للدولة وما بين المستوى الدولي خير دليل على دوره في حشد الرأي العام الثورات التي شهدتها الدولة العربية، حيث كان الإعلام الاجتماعي لاعبا فاعلا وأساسيا في حياة هذه الشعوب .

استطلاع قامت به " كاريتشو نيتي دوت كوم " أشارت الى ان مواقع الشبكات باتت من بين :

5.6.5 / البحث عن الوظائف :

أكثر الوسائل شعبية للبحث عن الوظائف وفرص التطوير الوظيفي في منطقة الشرق الأوسط (القيلاني، 2012، ص119).

6 / سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي :

- من أهم سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي غياب المسؤولية الاجتماعية و الضبط الاجتماعي الدان يعدان من أهم مقومات السلوك الاجتماعي و التي تؤدي إلى :
- نشر الإشاعات و المبالغة في نقل الأحداث .
 - النقاشات التي تبعد عن الإحترام المتبادل وعدم تقبل الراي الأخر.
 - إضاعة الوقت في التنقل بين الصفحات و الملفات دون فائدة .
 - عزل الشباب و المراهقين عن واقعهم الأسري و عن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع.
 - ظهور لغة جديدة بين الشباب من شأنها ان تضعف لغتنا العربية و إضاعة هويتها .
 - إنعدام الخصوصية الذي يؤدي إلى أضرار معنوية و نفسية و مادية (الشاعر، 2015، ص 69).

ثانيا: الفيسبوك

1. تعريف الفيسبوك .
2. نشاته الفيسبوك .
3. خصائص ومميزات الفيسبوك.
4. اسباب الفيسبوك.
5. دوافع استخدام الفيسبوك.
6. اثار الفيسبوك على العلاقات الإجتماعية.

1 / تعريف الفيسبوك :

الفيسبوك عبارة عن احد المواقع التي اتاحتها الشبكة العنكبوتية والتكنولوجيا الإتصال الحديثة، يعمل على تكوين صداقات وعلاقات في فترات قصيرة، والتعارف ويساعدهم على تبادل المعارف والمعلومات والاحبار والملفات والصور وامكانية مشاركتها والاحتفاظ بها، وكما هو متعارف عليه موقع الفيسبوك كسابقه من وسائل الاعلام والاتصال له العديد من الاستخدامات الاجابية والسلبية كل حسب طبيعة ونوع ومجال استخدامه له. (جعفري، 2017، ص138)

موقع تواصل اجتماعي تابع لشركة فيسبوك يستطيع أي شخص الوصول اليه عبر الانترنت والتسجيل به مجانا، ويقوم بالاتصال مع الاخرين والتفاعل معهم، اما كلمة "بوك" فأتت من أوروبا وتعني دفتر ورقي يحمل صور تو معلومات لافراد او جماعات معينة (اكرام، 2010، ص35).

يرى مخترع الفيسبوك (مارك زوكربوغ) "ان الموقع عبارة عن حركة اجتماعية Social Movemen وليس مجرد اداة أو وسيلة لتواصل وأنه سوف يزيح البريد الإلكتروني، ويحل محله وسوف يسيطر على كل نواحي النشاط البشري على الشبكة العنكبوتية، وبالتالي فانه يوصف بكونه دليل سكان العالم وأنه يتيح للأفراد العاديين أن يصنعوا من أنفسهم كيانا عاما من خلال الادار والمشاركة بما يحتاجون من معلومات حول انفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم وصورهم الشخصية ولقطات الفيديو الخاصة بهم والهدف منه جعل العالم اكثر انفتاحا " فهو أحد الشبكات الإجتماعية التي تسمح لمستخدميه ادخال بيناتهم الشخصية ومشاركتها مع باقي مستخدمي الموقع (نصر، 2012، ص8).

مما سبق يمكن تعريف الفيس بوك انه موقع تواصل إجتماعي يسمح للأشخاص التواصل والتفاعل فيما بينهم عبر نفس الشبكة وتحميل الصور فهو من بين وسائل التواصل الإجتماعي ، للاحديثه والأكثر استعمالا ساعدت على ربط كم هائل من الناس رغم اختلاف مكانهم ووقاتهم ومواقعهم واعمالهم، يستخدم لأغراض عديدة في شتى المجالات التعليمية ، الاجتماعية ، ثقافية، دينية وقيادة حملات توعوية .

2/ نشأة وتطور الفيس بوك :

نشأة موقع الفيسبوك في 04 شباط /فيفري 2004م، من قبل " مارت زوكربوغ" بمساعدة " أنزروما كلوم " و " ادوارد سفارين" ، وكانت غفكرة انشائه انطلاقا من الكتاب الذي اعطى للطلبة في بداية العام الدراسي من قبل ادارت الجامعات نية ان يكون الطالبة متالفين مع بعضهموهودليل متعارف عليه عند جامعات اخرى بسم كتاب وجود الطلبة **FECE Book** ومنه نبع اسم الفيسبوك (بن جديدي، 2016، ص131).

كانت فكرة الموقع الأساسي مقتررة على جميع زملاء "زوكربورغ" وتبادل الأخبار والرسائل والصور وارتائهم ولم يعتمد في تصميمه الي ان يكون موقعا تجاريا يجذب الاعلانات او نشر الاخبار وسرعان مالقى الموقع روجا كبيرا بين طلبة الجامعة واكتساب شعبية واسعة فيما بينهم، ماما شجعه على توسيع قاعدة المنخرطين في الموقع لتشمل طلبة الجامعات الاخرى وطلبة المدارس والثانوية حتى عام 2006م (دليمي، 2011، ص182) .

وفي 26 سبتمبر عام 2006 فتح الموقع ابوابه امام جميع الافراد البالغين من العمر ثلاثة عشرة عاما فاكثر والذين لديهم بريد الكتروني، و بلغ العدد 50 مليون مستخدم نهاية عام 2008 بلغ يوليو 2010 اكثر من 500 مليون مشترك. (دهيمي، 2012، ص260) .

تحول الموقع من مجرد مكان لنشر الصور الشخصية والتواصل مع الاصدقاء والعائلة الى قناة لتواصل بين المجتمعات الإلكترونية ومنبر لعرض الأفكار الأساسية وتكوين تجمعات سياسية عجزت عنها الأحزاب الفعلية على أرض الواقع وكذلك لتصبح قنوات تواصل تسويقية تعتمد على الآلاف بين الشركات الصغيرة والكبيرة لتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف التي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل الأخبار والترويج لكتبها وغيرها من وسائل الاعلام ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية الى موقع تواصل متعددة الأغراض، وان يصل عدد مشتركه في 2013 الى قرابة نص مليار مشترك، وليصبح اكبر تجمع الكتروني بشري على وجه الارض . (نصر، 2012، ص08) .

3/ مميزات الفيسبوك :

اثبتت العديد من الدراسات المتخصصة ان جمهور الفيسبوك كنوع من الجمهور الأنترنت هو في الغالب من فئة الشباب، نذكر على سبيل المثال ماتوصل اليه الدكتور "العقاب" : اغلب متصفح الانترنت تتراوح اعمارهم بين 15-45 سنة (العقاب، 2007، ص374).

من ابرز المميزات التي يوفرها الفيسبوك تتمثل في :

1.3/ الملف الشخصي Profile:

عند الاشتراك بالموقع لابد من انشاء ملفا شخصيا يحتوي على معلومات تخص بكتمثل هذه المعلومات في صور والامور التي تفضلها، ومنه فالملف الشخصي يحتوي على بيانات ومعلومات عن العضو وكذلك عدد المشاركات التي كتبها العضو وتاريخ التسجيل والي اخره ...

2.3 / إضافة صديق add friend :

وبما يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وإن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريد الإلكتروني.

ومن هذه الميزة والتي تتمثل في إضافة صديق فهي من أجل اختيار الأصدقاء التي ترغب فيهما والبحث عن اشخاص تريد معرفتهم فهي خاصة بالأصدقاء فقط .

3.3 / إنشاء مجموعة "Groups" .

نستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعاً إلكترونياً حول قضية معينة، سياسية، اجتماعية، مجموعة حصرياً بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها بمثل المهتمين بالمواضيع الدينية .

4.3 / لوحة الحائط "Wall" .

عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث يتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم .

5.3 / نكرة "pokes" .

منها يتاح للمستخدمين إرسال نكرة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى البعض وهي عبارة عن إشعار يخطر للمستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .

6.3 / الصورة "photos" .

وهي خاصية التي يتمكن المستخدمون من تحميل الألبومات والصور والأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها .

7.3 / الحالة "status" .

التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بإمكانيتهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفق إعدادات الخصوصية كما يتيح الفيسبوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط .

8.3 / التغذية الإخبارية "newsfeed" .

التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بالأصدقاء المستخدم .

9.3 / الهديا "gifts" .

ميزة تتيح للمستخدمين رسائل هدايا افتراضية الي اصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم المذي يقوم باستقبال الهدية.

10.3 / السوق "marketel plase" .

وهو المكان او الصفحة الافتراضية التي يتيح للمستخدم نشر إعلانات مجتنية، إنشاء صفحة خاصة على موقع الفيسبوك يتيح لك انت الترويج لفكرتك و حزب أو جريدة و يتيح الموقع أدوات إدارة وتصميم صفحة ولكن ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح الترويج (المشهداني، 2021، ص93) .

11.3 / خاصية الفيديو "video".

وهذه الخاصية توفر للمشارك امكانية تحميل فديوهات الخاصة به و مشاركتها على الموقع بالإضافة إلى امكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرساله كرسالة مرتبة "صوت و صورة" .

12.3 / خاصية الأحداث الهامة "events" .

تتيح هذه الخاصية للمستخدمين إمكانية الإعلان عن حدث ماجاري حدوثه و أخبار الأصدقاء والأعضاء به (جعفري، 2017، ص138).

4 / أسباب ودوافع استخدام الفيسبوك:

قد يكون التصور المعروف بين الناس أن موقع التواصل الإجتماعي الفيسبوك من أبرز المواقع التي من شأنها تسهيل عملية التواصل مع الأصدقاء والأقارب وفي ضوء هذا نستعرض جملة من الدوافع التي تقود بنا لإستخدام الفيسبوك :

— الإنغماس في مجتمع آخر لمعرفة عاداته وتقاليده .

— التواصل مع الأصدقاء والعائلة، الأصدقاء القدامى .

— متابعة الشخصيات المشهورة .

— الدعاة أصبح لديهم صفحات خاصة بهم في الفيسبوك، هذه الصفحات يمك الإشتراك فيها بالتعرف على زر الإعجاب .

— متابعة جديد الأخبار و الملخصات الأحداث لأن موقع الفيسبوك يتميز بسرعة التحديث و اختصار المادة الأخبارية، فعبر هذه الصفحات ستصلك الأخبار فور وقوعها على شكل رؤوس اقلام .

- إرسال هدايا إفتراضية، وذلك من خلال ارسال قالب قاطو أو شموع أو ورد تكون إفتراضية على الموقع لإحتفال بمناسبة معينة سواء تهنئ بعيد ميلاد أو شئ أخرى .
- تسويق الذات والمنتجات، وذلك من خلال موقع الفيسبوك الذي يجمع الناس في مجتمع واحد حيث يسهل التواصل فيما بينهم ن وكذلك يسهل إيصال فكرة المنتج الأكبر عدد ممكن من الناس و بأقل تكلفة .
- التسلية مع الأصدقاء من خلال الدردشة وتبادل الصور والفيديوهات .
- دعوة الأصدقاء إلى الحفلات ، سهرات وذلك يقلل حجم التكلفة لهذا يعد من أكثر و أهم المواقع استخداما .
- لذلك فإن موقع الفيسبوك من أفضل المواقع و أكثرها انتشارا و استعمالا لما يحضى به من قدرة على اختصار الوقت والجهد والمال (الخامسة، 2012، ص105) .

5/ أثار الفيسبوك على العلاقات الإجتماعية :

يعتبر الفيسبوك من أبرز المواقع و أشهرها استخداما ذلك استنادا لعدد الهائل لمستخدميه وبالتالي يمكن اعتباره "سلاح ذو حدين" فينتج عن استخدامه العديد من الفوائد والإيجابيات وكذلك العديد من السلبيات، حيث سجلت لموقع الفيسبوك مجموعة من الآثار الإيجابية والسلبية على المستخدمين تبرز فيما يلي :

1.5/ الآثار الايجابية :

تتمثل ايجابيات الفيسبوك كالتالي :

- يعتبر ساحة لتعبير وابداء الأراء بكل حرية ودون اي قيود أو رقابة والتواصل مع الاصدقاء تفاصيل حياتهم .
- المشاركة في دعم الحملات والنشاطات الخيرية ، عند الإنضمام إلى مجموعة معينة وذلك من خلال تقديم تبرعات إلى الجمعيات الخيرية فلها دور كبير في جمع التبرعات والقيام بحملات توعوية تثقيفية .
- التبادل العلمي والثقافي ومختلف الخبرات بين المشتركين .
- متابعة أخبار الشخصيات في كافة المجالات، كشخصيات دينية أو سياسية أو فنية أنه لاصبح معظم هؤلاء حسابات على الفيسبوك مما يجعل العالم قرية صغيرة، تتعارف على من تريد دون أي تكاليف أو جهد .
- التواصل مع مجتمعات افتراضية متخصصة في مواضيع شتى تفيد الفرد في التعليم التدريب، في هذه المجتمعات وزيادة خبراته.
- امكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صورة أو مقطع فيديو و ذلك لرجوع اليها في أي وقت يشاء ، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة (شغري، 2013، ص66/69).

2.5/ الآثار سلبية:

وضع العديد من الخبراء والباحثين في موقع التواصل الإجتماعي السلبيات التي تصيب الفرد المستخدم لها، وستقوم بالتطرق الى اهم سلبيات الفيسبوك و هي :

__ **اضاعة الوقت** : أصبح الشباب يقضون الكثير من أوقاتهم على مواقع التواصل هذا بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة إلى أخرى ومن ملف إلى أخرى دون أن يدرك الساعات التي إضاعها وعليه فن الفيسبوك يهدر الكثير من الوقت دون فائدة فقد ينجذب الشباب إلى بعض التفاهات على ذلك الموقع والتي تشغل عقولهم وتأخذ من وقتهم.

__ **الأضرار الإجتماعية** : من سيئات هذا الموقع أنها جعلت الناس لا يتواصلون شخصيا عن طريق الزيارات، فقد أصبح الإنسان يعتمد على هذه المواقع لتبادل التهاني بات لمناسبات المختلفة والإطمئنان على الأقارب و الزملاء، فأن هذا المواقع كبيرة فقد أدت إلى استقبال الناس عن ذكر الله سبحانه وتعالى والعبادة .

__ **الإدمان** : وهي من أهم الآثار التي تنجم عن الفيسبوك و ذلك راجع لقضاء وقت كبير أمام الشاشة في تصفح الموقع تؤدي إلى العزلة وعن واقعهم الأسرى .

__ **سرقة المعلومات وتعديلها** : وتتم في الغالب عن طريق بعض البرامج ومن الممكن يكونوا من الأشخاص الذين طوروا التطبيقات على الشبكة، فاستخدام التطبيقات يسمح لمطورها تعديل و الإطلاع على المعلومات الشخصية للمستخدمين (ناصيف، 2009، ص 94) .

- إنتقال الشائعات والمعلومات والأفكار السلبية من فردا و مجموعة صغيرة إلى سائر أفراد المجتمع .
- زيادة حدة الإضطراب والتنافر الإجتماعي عن طريق وجودازمات عدم الثقة والتدخل بشؤون الآخرين وتعزيز الفردية والشعور بالترجسية و الأنا و الغرور لدى قسم من المشتركين.
- انتهاك خصوصية المستخدمين كشف أسرار وتسريب المعلومات وقيام قراصنة الأنترنت يتهكير الصفحات وللجوء إلى الأبتزاز قصد الحصول على منافع مادية وغيرها .
- الإخنلاط الإلكتروني بين الجنسين بطرف منافية للأخلاق الي انحلال بكى للقيم الروحية والمعنوية .
- دفع المستخدم المدمن الي التقصير بواجباته الاجتماعية و الدين والأسرية و التعليمية نتيجة إدمانه على الإرتباط بوسيط افتراضي لا يفرض عليه اعباء و وجبات كما هو الحال في حياته الإجتماعية العادية .(السويدي، 2013، ص33/34).

ثالثا : دور الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك

1. الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك .
2. أنواع الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك
3. أسباب انتشار الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك .
4. أهداف الصفحات الدينية لمستخدمي الفيسبوك .
5. المرجعية الدينية لدى مستخدمي الفيسبوك .
6. القيمة المعرفية للبعد الديني لدى مستخدمي الفيسبوك .

1/ الصفحات الدينية في الفايسبوك :

بعدها كان موقع الفيسبوك موقعا للتعارف وتبادل الأفكار والنقاشات، أصبح حاليا يشكل عامل ضغط على هيئات عديدة منها الحكومية وغير الحكومية وحتى المسؤولين الكبار، فهو بمثابة فضاء مفتوح للنقاشات العامة، فق كان أحد المحركات الرئيسية في التغيير السياسي لدى العديد من البلدان، وخير دليل على ذلك ما عرفه الوطن العربي في "تونا، مصر، ليبيا، سوريا" من ثورات عربية.

كما اقتحم الفايسبوك جل المجالات كالاقتصاد والتسويق من خلال جذب العديد من المستهلكين، وشهد المجال الفكري الثقافي ثورة مست الأفكار والثقافات، وصولا إلى الأديان ومن أهم الأديان التي شهدت حملات تشويه الدين الإسلامي، باعتبار أنه يحتل مساحة كبيرة من تفكير الإنسان المسلم، من خلال نشاط الدعاة والإفتاء، المصلحين والأئمة، إضافة إلى الكم الهائل للمنشورات الدينية في الفضاء الأزرق، وكذا مختلف الصفحات الدينية المتخصصة والمجموعات التي لا تعد ولا تحصى داخل موقع الفايسبوك

_ الصفحات فيسبوك الدينية :

يعتبر الفايسبوك ثورة اتصالية أحدث العديد من التغييرات في مختلف المجالات من خلال سهولة الاطلاع عليه، بالإضافة لما يقدمه من التطبيقات والتي عرفت رواجاً بين مختلف الأفراد هذه التطبيقات أعطت دافعا قويا لزيادة مستخدمي الفايسبوك ومن ضمنها تطبيق الصفحات، التي تقدمه المؤسسة لتعطي مساحة أكبر للأفراد والمهتمين من رجال الأعمال والشخصيات المعروفة على غرار السياسيين والإعلاميين والدعاة، حيث يتيح الفايسبوك للفرد فرصة إنشاء صفحة يتم من خلالها نشر كل منتجاته وأفكاره وحزبه، وتقوم الصفحة على مجموعة من الضوابط التي تساعد في سهولة انتشارها بين مختلف أرجاء العالم، ووصولها إلى الأفراد المعنيين والمهتمين من خلال الترويج لصفحته مع خدمة FACEBOOKADD حيث تدفع مقابل كل شخص يرى الإعلان مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا لكي يتمكنوا من رؤيته .

2- أنواع الصفحات الدينية في الفايسبوك :

تتنوع الصفحات الفيسبوكية الدينية من خلال منشوراتها والقائمين عليها، حيث توجد ثلاث أنواع من الصفحات الدينية تتمثل في ما يلي :

1.2 / صفحات عبارة عن صور :

تتضمن مجموعة من المواعظ والحكم والأمثال من السيرة النبوية الصحيحة والأحاديث النبوية والأدعية عن حسن المعاملة والافتداء بصفات الرسول عليه الصلاة والسلام والتابعين، التي ترشد الفرد في حياته اليومية، وخير مثال على ذلك صفحة "خواطر و"حكم وعبر"، "العقول الراقية." بالإضافة إلى صفحة "ثقف نفسك" التي تلم بجميع المواضيع الدينية من خلال مواعظ وعبر وأمثال.

2.2 / صفحات يقوم عليها دعاة ومصالحون :

يكون الدعاة والمصلحون معروفون في الوطن العربي بصفة عامة ، حيث تقوم صفحاتهم على نشر كل ما له علاقة بتعاليم الدين الإسلامي، من خلال مقاطع الفيديوهات والمحاضرات والتوصيات، بالإضافة إلى الخدمة الجديدة والتي تتمثل في فيديوهات مباشرة التي زادت من التفاعل بين الشباب والدعاة، وكان لها من التأثير ما كان في حياة الفرد، من خلال نشر كل ما له علاقة بالسيرة النبوية، ونشر مكارم الأخلاق من تعاون وتسامح وصلاة وصيام وصدقة وتوجيه الشباب لما فيه صلاح لهم وللمجتمع، حيث أخذ هؤلاء الدعاة على عاتقهم تنوير هذه الفمة من خلال التواصل معهم ووضع لينكات التي تسمح لهم بمتابعة كل جديد على الفايسبوك، وأيضاً من خلال وضع الإعجاب أو التعليق على تلك الصفحات ليصلهم كل جديد، وهكذا تكون سهولة في التواصل، فبعد انتشار الأمية الدينية بين الشباب وانتشار الفكر الغربي وسيطرة العولمة على عقولهم وتصرفاتهم وحتى مظهرهم، فلم يبقى لهم من الدين إلا المعتقد وهذا شيء واضح، من جل تصرفات الشباب اليوم (رفاص، 2022، ص257) .

3.2 / الصفحات الفايسبوكية الرسمية:

الصفحات الرسمية على الفايسبوك هي الصفحات الخاصة برجال الدين والأئمة أو خاصة بالهيئات والمؤسسات الرسمية كوزارة الشؤون الدينية والأوقاف، تقوم بنشر كل ما له علاقة بالدين الإسلامي، إضافة إلى برامجها الدينية، مقالات دينية، ملتقيات، ندوات، دراسات وخطب.

وهكذا أصبح من الممكن بالنسبة لمستخدم الفايسبوك أن يختار ما يريد قراءته من تلك المضامين أو الانضمام لتتبع الصفحات الدينية التي تتوافق مع توجهاته، حيث ازداد عدد الصفحات الدينية بشكل مذهل وأصبحت تنافا باقي

الصفحات الأخرى، التي تعمل على نشر حزم كاملة من الأنشطة الدينية والإرشاد والوعظ أو الخطب والفتاوى الدينية.

3/ أسباب انتشار الصفحات الدينية في الفايسبوك:

هناك العديد من الأسباب التي جعلت الصفحات الدينية على موقع الفايسبوك تبرز وتنتشر بين المستخدمين شيئاً فشيئاً، يمكن تلخيصها في العناصر التالية: - انقطاع صلة الشباب بالدين منذ التعليم الثانوي، فهناك تربية دينية في الأطوار التعليمية "الابتدائي، الإكمالي، الثانوي"، ولكن لا توجد تربية دينية في الجامعة. - ضعف الدور الفعال للمساجد ووا التثقيفية الدعوية، مما أدى إلى تبيان الفتوى وتناقض المعلومات الدينية وعدم تيقنهم من حقائق الدين وأصوله. - تخلي الآباء والأمهات عن واقهم التربوية في أغلب الأسر. - انتشار الأمية الدينية بين الشباب، حيث لا يعلمون من الدين إلا المعتقد وبعض الأمور البسيطة المتعارفة. - انتشار الكثير من الصفحات فايسبوكيا غريبة المصدر تدعو إلى الخرافات البدع وإلى طما تعاليم الدين الإسلامي. - انتشار الفكر الغربي وسيطرة العولمة على عقولهم وتصرفاتهم وحتى مظهرهم.

4/ أهداف الصفحات الدينية في الفايسبوك:

تعتبر انتشار الصفحات الدينية وزيادة عدد متببعيها من الأمور المهمة التي تما جوهر الإنسان فهي تسعى إلى مجموعة من الأهداف والتي يمكن إجازتها في مايلي:

- للصفحات الدينية رسالة سامية تسعى لإيصالها للقراء ومتببعيها، من خلال ما تقدمه من توجيهات ومواعظ وحكم وأمثال وأحاديث نبوية، وقرآن ووصايا من تعاليم ديننا الحنيف.
- تسعى إلى تنوير الشباب بالأخلاق والقيم الإسلامية بأسلوب سهل ومبسط على أي شخص عادي أن يفهمه، عن طريق الصور والفيديوهات التي يقوم أصحابها من الدعاة والمصلحين بإيصالها بأسلوب يجذب الشباب من مختلف الفئات، والتفاعل معهم من خلال تطبيقها في حياتهم اليومية.
- __ محاربة البدع والخرافات والفرق الضالة التي تحاول النيل من الإسلام والتصدي لأعداء الإسلام والمسلمين فيما قد يثيرونه من افتراءات وطعون مبتدلة.
- تفسير الظواهر الدينية تفسيراً دينياً صحيحاً يكشف عن حقيقة هذا الدين وصلاحيته لكل مكان وزمان.
- تنشر هذه الصفحات الدينية مجموعة من الفيديوهات أو الأحاديث أو المواعظ التي يستطيع من خلالها أي فرد أن يمارس حياته وفقاً لعقيدة إسلامية صحيحة.

- تدعيم القيم الدينية والأخلاق في المجتمعات الإسلامية من خلال محاربة الألفاظ المبذلة، ومحاربة الكذب والغش وسوء التعامل مع الآخرين وتبيان الصحيح من الخطأ.
- المشاركة في أعمال الخير أو أعمال تخدم المجتمعات الإسلامية بواسطة التعاون الإيجابي على القيام بها ومخاطبة مختلف الأجناس بمختلف اللغات، حيث تضع هذه الصفحات بنكي للمساعدة وخير دليل ما قام هؤلاء الدعاة من جمع التبرعات وتوزيعها على الصوماليين.
- نشر تعاليم الدين الإسلامي بالوصول إلى مختلف الشعوب في أنحاء العالم، حيث توجد صفحات دينية بطبعات إنجليزية مثل صفحة عمرو خالد ومحمد العريفي (رفاس، 2022، ص 258) .

5/ المرجعية الدينية لدى مستخدمي الفيسبوك :

المرجعية الدينية قد يراد مرجعية الفكرة كما قد يراد بها مرجعية الأفراد، ومرجعية الفكرة هي الجهة الفكرية التي يرد الناس أمورهم إليها في شؤون دينهم، وينصبونها عليهم حكماً وفيصلاً، وأمم الأرض جميعها كلر له مرجعيته الدينية والسياسية والفكرية، فالمسلمون لهم مرجعيتهم والنصارى بجميع مذاهبهم لهم مرجعياتهم، واليهود لهم مرجعياتهم، والهندوس لهم مرجعياتهم وهو المحلا الهندوسي العالمي وغيره، بل كل الدول العصرية سنت الدساتير التي تحكم العلاقات في مجتمعاتها سعياً للوحدة ونبذاً للفرقة ومرجعيتها عند الاختلاف والتصادم.

ويقصد بالمرجعية مجموعة القيم المترابطة التي تنظم سلوك الفرد وتصرفاته، التي يتبناها الفرد ومجموع أفراد المجتمع وتحكم سلوكهم، ومجموعة القناعات لدى الفرد والجماعة مرتبة وفقاً لأولويتها، والمرجعية الدينية عند المسلمين لا شك أنها للكتاب والسنة، وهما مصدرى التشريع الأساسيين، مع مصادر أخرى للتشريع. والنصوص الشرعية التي في مصدرى التشريع الأساسيين الكتاب والسنة محدودة ومتناهية، أما المسائل والنوازل فهي غير متناهية، لاسيما مع تجدد الزمان وتغير الأحوال.

أما عن المرجعية الدينية في الجزائر، فقد تحدث وزير الشؤون الدينية والأوقاف "محمد عيسى" عن دور وسائل الإعلام في المحافظة على المرجعية الدينية الوطنية وعلى أنه ينبغي على الزوايا ومؤسسة المسجد أن تساهم في نشر الفكر الوسطي المعتدل لحماية المجتمع من التيارات الدينية (رفاس، 2022، ص 259) .

6/ القيمة المعرفية للبعد الديني لدى مستخدمي الفاييسوك :

إن القيم عبارة عن تصورات ومفاهيم صريحة أو ضمنية تضبط السلوك الإنساني، وتحدد ما هو مرغوب فيه اجتماعيا كما تؤثر في اختيار الأهداف والأساليب والوسائل الخاصة بالفعل، وتتجسد مظاهرها في اتجاهات الأفراد والجماعات وأنماطهم السلوكية ومثلهم ومعتقداتهم ومعاييرهم، وهي ثابتة لا تتغير تهدف إلى تنمية المجتمع واستقراره وتماسكه، وبناء الإنسان لتحقيق غاية الوجود الإنساني. والقيم تتعدد وتتنوع من بينها القيم الدينية وهي التي تنظم حياة الفرد والجماعة، لها صفة الثبات أو الاستقرار والدوام، لأنها تتصل بالفطرة الإنسانية التي لا تتغير ولا تتبدل .

شغل الدين مساحة واسعة في موقع الفاييسوك وفي المجتمع الافتراضي عموما، ذلك لأن الحوارات على الفاييسوك تكون محررة من أية قيود يفرضها المجتمع، بل يصل الأمر أحيانا إلى أن المشارك في إمكانه أن يتنكر تحت أسماء مستعارة حتى يطلق العنان حرا فيما يتعلق بأفكاره المتعلقة بالدين (رفاس، 2022، ص 260) .

في استغلال وسيلة التواصل الإلكتروني تسهل بذلك على الملايين من المسلمين في شتى بقاع المعمورة التعرف على الدين الصحيح والرجوع إلى مصادره الأصلية، ومهما أنفق المسلمون في هذا المجال فإن ذلك يوفر عليهم الوقت والجهد والمال الكثير، حيث يستقي الأفراد المعلومات المختلفة من مواقع التواصل الاجتماعي، بما فيها تلك المتعلقة بالجانب الديني، فهم يزورون صفحات المشايخ والعلماء عبر هذه المواقع، ويستفتونهم بشكل مباشر وتزامني (بعزيز، 2012، ص 157) .

فمن الضروري وجود أطر تواصل من خلال إنشاء صفحات دينية إسلامية على الفاييسوك ترد على الإدعاءات الكاذبة والمشوهة للإسلام، وتوضح فكرة الرقي والحضاري، واليوم توجد الآلاف من مواقع التواصل الاجتماعي العربية، منها الصالح ومنها الطالح، والأساس في معرفة تصنيفها هو الغاية والمقصد من إنشائها. فنظرا للامتيازات التي يتمتع بها عالم الانترنت من حيث الفضاءات الإلكترونية المطلقة والهوامش الحرة، تكونت العديد من التجمعات والتكتلات للعديد من المذاهب الفكرية تشكل أخطار محدقة بالشباب الذين قد يتواصلون مع أفراد هذه الجماعات ويعمون رؤوسهم.

بأفكار شاذة ومنحرفة، وقد يؤدي بهم ذلك إلى اتخاذ سلوكيات تتنافى مع القيم الاجتماعية والعادات والتقاليد التي نشموا عليها في مجتمعاتهم المحلية، فيترعون إلى التمرد الاجتماعي وكسر كل المحرمات الاجتماعية، ما قد يخلق صراعات اجتماعية بين فئات لا تؤمن بأي محرم اجتماعي أو ديني أو ثقافي، وفئات أخرى لا تزال تؤمن بالقيم وتحافظ على النسيج الاجتماعي .

وقد تشكل هذه المواقع خطراً على الأفراد الذين يبحثون عن فتاوى عبر هذه الصفحات التي لا يوجد ما يثبت أنها لهؤلاء المشايخ، وما يثبت أنها تابعة لهؤلاء العلماء. كما أننا نجد بعض الأفراد الذين يدعون العلم ومعرفة الدين الإسلامي، يستغلون الأفراد الذين يبحثون عن فتاوى فيتمصون شخصيات ويتكلمون باسم الدين، ويصدرون فتاوى دون ضوابط ما قد يؤدي إلى انحراف الشباب عن جادة الصواب بفعل الاستماع لتسجيل صوتي أو قراءة فتوى عبر منشور أو صفحة أو مختلف المواقع، وكثير ما التحق الأفراد بجماعات متطرفة خارجة عن الطريق

رابعاً: الوعي الديني عبر وسائط التواصل الإجتماعي

1. تعرف الوعي الديني
2. أهمية و أثر الإرتقاء الوعي الديني
3. خصائص و أهداف الوعي الديني
4. ابعاد وانواع الوعي الديني
5. عوامل تشكل الوعي الديني
6. جوانب الوعي الديني وملاحظه

1/ مفهوم الوعي الديني :

يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي (مهدي، ،حلس ،2010، ص147)

عرفه كمال بدوي احمد زاكي على انه : " العمل الذي يقوم به الفرد في الجماعات والسلوكات المصادرة عنه خلال القيام بهذا العمل بغض النظر عن طبيعة الفرد وجنسه وهو ايضا : ادراك الفرد لواقع محيطه وشؤون حياته من خلال تحويل معارفه النظرية الى افعال وسلوكات نظرية" (بورزق، 2009، ص13).

في حين تذهب النظرية المركسية لتقول عن الوعي انه : مجموعة المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الافراد في بيئة اجتماعية معينة، وقد تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم، ثم يتبناها الآخرون لاقتناعهم بانها تعبر عن موقفهم (بورزق، 2009، ص63).

الوعي الديني في بيئته الرئيسية لا يعني من مشكلة اثبات الوجود فهو حاضر في المكونات الاصلية لدين من نصوص وقران والسنة الواضحة في دلالاتها وثبتها منذ قرون طويلة، وغياب الوعي في ظل هذا الارث العظيم وتغييبها ناتج عن انحرافات الجهل والاهواء الذي تلبسته الامة في عصورها المختلفة وفق راي الشاطبي في دوافع الفرقة والانحراف في تاريخ الامة (القحطاني، د_س، ص 9).

يعرف الوعي الديني انه يحتوي على أشكال معرفة وقيمة متنوعة ومتعددة حول أبعاد العلاقات بين البشر وبين البشر والطبيعة وبين البشر والكون وصولاً لعلاقة الفرد بالخالق عز وجل حتى ولو تعددت أشكال الربط وهو يتألف من الوعي الفردي يعبر عن إدراك الفرد للمعارف والقيم والأحكام الدينية (المحاميد، 2003، ص24).

تعريف اجرائي: الوعي الديني يتمثل في المفهوم الشامل للعبادة الواجبة التي تحددها مصادر الاسلامالقران الكريم السنة النبوية ويفسرها ويشرحها العلماء والفقهاء الاسلام قصد تكوين وعي ديني .

2/ أهمية وأثر أرتقاء الوعي الديني :

_ أهمية الوعي الديني :

ان التطور الحاصل في مجال وسائل الاعلام وكثرة التنوع والسرعة والكم الهائل من المعلومات والنظريات والافكار والاراء تستدعي التحل بموقف ثابت لمواجهة تحديات هذا العصر وهذا ما يستوجب وعي ديني، وترجع اهمية للمجتمع فكلما ارتفع الوعي الديني لدى الافراد كانت تعاملهم وفقا لتصورات المجتمع تصور الدين وبالتالي فان درجة الوعي للفرد بالدين ينعكس اثرها على المجتمع، وكلما زاد الوعي الديني لافراد المجتمع زاد تمسكه .(زيد، 2005، ص86-87).

فالوعي الديني الصحيح والثقافة السليمة هو دليل الاستقامة وتجاوز محولات التظليل وتبرز اهمية الوعي الديني فيما يلي :

- بناء الوعي هو المقدمة لاحداث اي تغيير اجتماعي أو المحافظة عليه .
- ان كثيرا من صور الغزو الثقافي يأتي عن طريق برامج ثقافية و إعلامية و لا يحدث تأثيره إلا في غياب الوعي الديني
- الكثير من الامراض الاجتماعية في المجتمع امراض سلوكية تعالج ألا بالعودة الى الوعي، فالدين يمثل إطار توجيهها عاما ينبغي ان يسترشد به الفرد في كل اموار حياته .(الممزاني، 1995، ص07).
- يزود الوعي الديني المؤسسات الاجتماعية بالعديد من الضوابط والاحكام والقوانين المحددة لسلوكية الفرد والجماعات وعلاقتهم الانسانية، فالوعي الديني يؤثر في النظام، اذ يمدد بقواعد الإخلاص في العمل وزيادة الإنتاج كما ونوعا وعدم التبذير وهذا ما يؤدي الى تنمية المجتمع وتطوره .
- الوعي الديني يقوي شخصية الفرد بحيث لا تتأثر هذه الشخصية بدوافع الغريزة والشهوة تكون جازمة في التصدي للأعمال الخبيثة والمنكرة الذي يقوم به بعض الناس والتسارع الى عمل الخير .
- يعد الوعي الديني منبع أخلاق الفرد والمجتمع . (فهمي، 1999، ص168).
- الانسان الواعي دينيا يعلمانه اذا عمل خيرا نال الثواب دنيا واخرة وان عمل الشر كذلك .
- الوعي الديني يقوي عوامل الاستقرار الديني واضعاف عوامل القلق النفسي لدى الفرد .
- يؤدي الوعي الديني الى تكوين ضمير الفرد بالوعي والجماعات ..(فهمي، 1999، ص169)

2/ أهداف الوعي الديني:

تتبن أهداف الوعي الديني في عدة جوانب نذكر منها مايلي :

— بيان العقيدة الإسلامية الصحيحة للمسلم ، وتحريره من الخرافات و التقليد و ترسيخ هذه العقيدة في نفسه، بحيث يكون قادرا على مواجهة الأفكار العصرية بالتحدي و الثبات، و يتخذ مكانه الصحيح على خريطة العالم و الحياة .

— وقوف المسلم على ثروة الإسلام الفكرية و الخلقية، من خلال القران الكريم و السنة النبوية الشريفة ومن خلال ماخلقه العلماء المسلمون من ممرات الفكر و العلم و السلوك، كي يدرك أن الإسلام نظام متكامل شامل لجميع نواحي الحياة قادر على البقاء و العطاء و الاستمرار على خلاف العصور و البيئات فقواعده الثابتة و فروعه المتحركة بالشورى و الاجتهاد .

— ترجمة الأفكار و التعاليم الإسلامية إلى واقع عالمي و قانون سلوكي، فقد جاء الإسلام ليكون نظاما تطبيقيا في الحياة ولم يضعف المسلمون إلا بعد أن خضعوا لتطبيق النظام الإسلامي و أحكامه إلى المزاج و الرغبات .

— تكوين المسلم الواعي الذي يملك القدرة على التوفيق بين الحقائق العلم و حقائق الدين و العمل على و حدتهما لترشيد العلوم الإنسانية نحو عمارة الأرض بالخير و السعادة البشرية في الحياة الدنيا و الآخرة . (عبد السلام، 1987، ص 24).

- اعداد الفرد الدتكامل الذي يتوافق سلوكه مع إيمانه بالعقيدة _.
- تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي للفرد وصحته والتزامه بالضوابط الدينية والاجتماعية.
- التقليل من الانحرافات السلوكية في المجتمع.
- تقوية إيمان وعقيدة الفرد بالله ودينه وتعريفه بطرق الخير والشر.
- التمسك بالقيم والمبادئ الإسلامية.
- تساعد على التثقيف الديني وتغيير مفاهيم المجتمع نحو الأفضل و تعديل سلوك الأفراد (فواه، 2009، ص 8_9).

3/ خصائص الوعي الديني:

ومن خصائص الوعي الديني نذكر مايلي:

- لا يكفي في الوعي مجرد العلم بالمسألة بل يحتاج الأمر إلى الاقتناع بها وترجمتها إلى سلوك عملي .
- الوعي الديني يقوم على النصوص الشرعية في مشروعيتها وأساليب تنفيذها، فقد تكون سرا وقد تكون جهرا وقد تكون بالكلمة الطيبة وقد تكون بالمجادلة العلمية وقد تكون للحاكم وقد تكون للمحكوم
- الوعي الديني يقوم على الوسطية فلا إفراط ولا تفريط لأنها إذا أكثر لم تؤثر في القلوب فيسقط بالإكثار فائدة الوعظ.

4/ أبعاد و أنواع الوعي الديني :

1/ أبعاد الوعي الديني :

ينقسم الوعي الديني الي ثلاثة اقسام رئيسية وهي :

1.1/ الوعي الفردي :

وهو وعي الفرد لذاته على انها علاقة شخصية، (سلوك، افعال، اقوال، تفكير، عواطف ورغبات ومصالح وهو مما يتشكل في حياته ونشاطاته العملية (نجم، 2005، ص165).

2.1/ الوعي الجماعي الطبقي :

يقال وعي طبقي عندما توجه لفئة معينة من ابناء المجتمع يتسم اعضائه بسمات اقتصادية معينة، وتتوافق فيهما درجات متقاربة في اختبار قدراتهم على الادراك ماينهم من تشابه في السيمات والحاجات والاهداف .
هو كل تلك العناصر والقيم والمعايير والمعتقدات المكتسبة من المجتمع عن طريق الاحتكاك بهم وتقليدهم .

3.1/ الوعي المجتمعي كالجماهيري :

هو المحاولات التي تعبر عن المصالح المشتركة للناس في مجتمع طبقي، أي تلك المصالح المشتركة لطبقة ما، او اي جماعة اجتماعية اخرى (نجم، 2005، ص170) .

من خلال ما سبق فير كل من الابعاد الثلاثة الاتي تطرقنا لذكرها نلاحظ انه، الوعي الفردي هو شخصية الفرد وادراكه الذاتي ومصالحه تتجسد في الاعمال التي يقوم بها، اما الوعي الجماعي (الطبقي) هو ذلك الانسجام والتكامل والتوافق بين افراد المجتمع فيما بينهم من صفات واهداف موجودة لفئة معينة منهم ن اما بالنسبة للوعي المجتمعي (جماهيري) هي الشئ المشترك او المصالح المشتركة داخل مجتمع ما .

2/ أنواع الوعي :

_ الوعي الديني :

عرفه كمال بدوي احمد زاكي على انه : " العمل الذي يقوم به الفرد في الجماعات والسلوكات المصادرة عنه خلال القيام بهذا العمل بغض النظر عن طبيعة الفرد وجنسه وهو ايضا : ادراك الفرد لواقع محيطه وشؤون حياته من خلال تحويل معارفه النظرية الي افعال وسلوكات نظرية" (بورزق، 2009، ص13).

1.2/ الوعي الاخلاقي :

هو وعي الأفراد للمبادئ الأخلاقية الشائعة في المجتمع، والمبادئ الحاكمة لاسلوب افرادالمجتمع او الجماعة في الفعل وفي المواقف التي يترتب عليها نتائج يتاثر بها الاخرون، فهويشكل وضعا مركزيا للاستقرار في المجتمع . (الحسن، (د- س)، ص 468-469).

يقصد بالوعي الاخلاقي هي القيم والمعتقدات والمعارف والادراكات الاخلاقية التي تحكم المجتمع .

2.2/ الوعي السياسي:

ويعرفه "شيبينولين" chiptolin على أنه :مجموعة من الآراء تجسد نظريا السياسة التي تنتهجها طبقة معينة، او جماعةاجتماعية وسياسية نمط خاص من العلاقات بين طبقات واللاموالاحزاب، وهي تحدد ايضا مضمون، واشكال الحكومات، وتشابكها مع طبقات والجماعات الاجتماعية .

يتضح لنا ان الوعي السياسي هو التعبير عن حرية الراي بكل حرية دون اي ضغط كالمشاركة في الانتخاب .

3.2/ الوعي الاقتصادي :

هو اكتشاف معرفة القوانين الاقتصادية التي توجه توزيع السلع واستهلاكها على مرحلة في تطوير هذا الوعي بالاضافة الي ذلك يعكس الوعي الاقتصادي حسب مفهوم " اوليدوف "فعالية البشر في عملية الانتاج والتوزيع والتبادل والاستهلاك، ويعمل الوعي على ازاحة علاقات السيطرة الاقتصادية والخضوع كما يهدف الي تحسين شروط العمل وتحديد يوم العمل ومنع تشغيلالاطفال ورفع الاجور .

يختصر الوعي الاقتصادي على المعرفة التي لها علاقة بالانتاج والسلع والاستهلاك وكل ما يتعلق بها من قوانين ونصوص للعمل فيها .

4.2/ الوعي العلمي :

العمل يمثل جملة او مجموعة معارف الانسان عن الطبيعة والمجتمع والفكر، ويكمن هدفه الاساسي في ادراك الواقع وكتشاف القوانين التي تحكمه ويعكس العلموالمعالم ويسجل الظواهر في شكل نظريات، ومنه فاهمية الوعي العلمي في حياتنا الراهنة هي اهمية كبيرة جدا ، نظرا لدوره الهام في حياتنا، تأثيره في كافة جوانب الحياة الفكرية وتحوله الي قدرة انتاجه مباشرة والي قوة اقتصادية واخلاقية واجتماعية، واصبح عاملا في الاجتماعي (نجم، 2005، ص 161/158)

5.2/ الوعي القانوني :

القانون هو "مجموعة القوانين التي تنظم سلوك الناس في المجتمع وتعبّر عن ارادة الطبقة الحاكمة، وتعدّها الدولة بهدف حماية وتدعيم وتطوير العلاقات الاجتماعية، والوعي القانوني هو : مجموعة من الاراء التي تعكس علاقة البشر بالحق القائم والتصورات التي يمتلكها البشر حول حقوقهم و واجباتهم وحول شرعية اوعدم شرعية هذا السلوك او ذلك (نجم، 2005، ص163).

5/ عوامل تشكيل الوعي الديني :

هناك العديد من العوامل المؤثرة بشكل مباشر او بغير مباشر في تشكيل الوعي الديني، تختلف عواملها وطبيعة دورها من مجتمع الي اخر ومن زمان لزمان اخر ويمكن تحديدها كما يلي :

1.5/ العوامل الشخصية:

تتمثل في متغيرات الجنس، العمر، المستوى التعليمي ونوعه الوضع المهني، والحالة العائلية معتقدات تصورات مقدسات وشعائر ومعاملات واخلاق في مقدمتها مقتضيات اركان الاسلام والايمان والاجسان والحدودو المحرمات، التي تحدد العلاقة الانسان المسلم بخالقه وذاته وبغيره من ذوي الرحم والاقارب والجيران وانباء مجتمعه اوغيرهسواء من المسلميناو من ملل أخرى (رحمون، 2015، ص 23).

تتمثل العوامل الشخصية في الاختلافات التي تكون بين الناس في كل جوانبها وكل مايتعلق بيه وما يفرقه ويميزه عن غيره .

2.5/ العوامل الأسرية :

كلما كانت الاسرة على درجة من الوعي الديني، كلما كان ذلك اسهل في غرس وتلقين القيم الدينية في نفوس الابناء، وكان ذلك عاملا من عوامل احتواء شخصيته على المعاني والافكار والمبادئ القريبة من روح الدين الاسلامي وقواعده العامة، وتساهم سائر المؤسسات الاجتماعية كالمساجد والروضة والجمعيات والنوادي في صقل الشخصية وتعبئتها بقيم وافكار ومبادئ تشكل ارضية واساس في التعامل مع الغير، والتكيف مع المواقف الاجتماعية والمتباين التي يتعرض لها الفرد (محمد قطب، (د- س)، ص 114).

فالعوامل الاسرية وهي العوامل الخاصة باسرة الشخص مثل : حجم الاسرة، مستواها الاقتصادي، الوضع التعليمي والمهني للوالدين حيث الاسرة هي المكان الاول الذي ينشأ فيه الانسان،

3.5/ العوامل المجتمعية:

وهي العوامل التي تخص مجتمع محلي الذي يمثل الموطن الاصلي، او موطن الإقامة بالنسبة لشخص، وتشمل جميع الاوساط الاجتماعية و الثقافية التي يفاعل معها الشخص في اطار المجتمع وتؤثر في نموه وتشكيل شخصيته .(رحمون، 2015، ص 23-24).

تتمثل في البيئة التي يتأثر ويأثر بها الفرد والاطار الذي يمارسه فيه حياته ومكان اقامته .

في حين حدد بعض الدارسين عوامل اخرى لتنمية وتشكيل الوعي الديني :

1/ الارث الثقافي :

يقر محمد عمارة ان الثقافة في نسق الفكر الاسلامي هي كل مايساهم في بناء النفس وعمرانها، واذا كانت المدينة او الحضارة كما يسميها البعض هي تعبير الواقع بالاشياء (بعدحسي ملموس) فان الثقافة هي تعبير النفس الانسانية والاداب والقيم .(عمارة، 2003، ص 05).

الثقافة كما يعرفها " بريسات " **Bresrat** : "كل المعتقدات التي يتكون من سبيل او الطرف التي تفكر بها وتعمل بها وكل شئ نملكه كأعضاء في المجتمع . (عقيل، 2001، ص 167).

من الفكرين المعاصرين الذين اهتموا بمسائل الثقافة والعلاقة بينها وبين الحضارة مالك بن نبي الذي يعرف الثقافة بانها : " المحيط الذي يصوغ كيان الفرد، كما انها مجموعة من القواعد الاخلاقية و الجمالية . " (بن نبي، ص 35).

2/ الاسرة :

تمثل الاسرة النواة الاول التي يقتبس منها الطفل المعاني وطرق التعامل مع الغير واساليب التكيف الاجتماعي، ومراد الافكار والمبادئ بالدرجة الاولى الي الاسرة ن لذلك يعرفها باحثون في علم الاجتماع بانها : " الوحدة الاجتماعية

القاعدية في المجتمع، والتي تقوم اساسا على علاقات الزوجية لتلبية حاجات فطرية والقيام بوظائف شخصية واجتماعية. (زعيمي، (د- س)، ص 11).

فقد اعتني الاسلام اعتناء بالغا بالاسرة ودعى ان تكون العلاقة الاسرية وبين الزوجين مبنية على المحبة والمودة والاحترام والرحمة وذلك من رحمة الله عزوجل قال سبحانه وتعالى : "ومن آياته أن خلق لكم من أنفسكم أزواجا لتسكنوا اليها وجعل بينكم مودة ورحمة " (الروم الآية 21).

3/ وسائل الاعلام :

ان اهمية وسائل الاعلام الحديثة في تشكيل الوعي الديني تابع من اهمية التعرض لها من وجهة وقدرتها على الجذب الناتج عن استخدام وسائل اعلامية متعددة وقت واحد منجهة ثانية ومع التطورات المتلاحقة، وخاصة ما يتعلق بالتقنيات الحديثة مثل الانترنت التي احدثت نقلة غير تقليدية في عالم الاتصال والتواصل، بوسائله المختلفة، فان الدعوة الي الدين الاسلامي احوج ما تكون الي استخدام هذه الوسائل وبفاعلية لشرح مبادئ، وقيم، وموقف الاسلام من القضايا المطروحة على الساحة في مختلف المجالات تالدينية والسياسية والاقتصادية والاخلاقية والعسكرية والانسانية وغيرها. (بوكنديرون، ص 63-64).

5/ جوانب الوعي الديني و ملامحه :

الوعي يوجد ما يوجد لدى الأشخاص أو الجماعات أو المجتمعات من مظاهر وتحليلات واقعية نسبية إدراكية معارف ومفاهيم. (وعقائدية من تطورات وأفكار وقناعات وميول عاطفية، انفعالية من قيم واتجاهات واهتمامات وتفضيالات. سلوكية فعلية وقولية تتصل بكل من المجالات أو المكونات الدينية من معتقدات وتصورات ومقدسات رمزية شخصية، زمانية، مكانية وشعائر ومبادئ وفضائل في المعاملات وألخالق وفي مقدمتها مقتضيات أركان الإسلام والإيمان والإحسان والتقوى في اجتناب الحدود والمحرمات والنواهي والواجبات وكل ما يحدد عالقة الإنسان بخالقه وبذاته وبغيره، كما يتمثل في المفهوم الشامل للعبادة الواجبة وما تحدده من مصادر الإسلام الشرعية) القرآن والسنة (ويشرحه علماء وفقهاء السالم. فالوعي الديني لتكامله وشموله لجوانب عدة منها الشخصية المسلمة من الجانب الإدراكي ضمن دورا إيجابيا وتغييرا مستمرا لمن يحمل هذا الوعي، فالجانبُ فالعقائدي فالعاطفي والحركي يفترض العقائدي يسعى لصياغة الواقع الاجتماعي وضبطه على أسس وقيم محدودة ومحسومة في التكوين وازع امانى لأشخاص.

1.5 / ملامح الوعي الديني :

الوعي الديني هو المنطلق من حالة عليه للفهم والفقہ والمتسق مع كليات الشرع وبديهيات العقل وحيثيات الواقع السلوكي للفرد والمجتمع، فهو مرحلة متقدمة من المعرفة العامة تتجاوز الفهم الشامل للمعنى إلى تحول هذه الفكرة وانعكاسها خارج مفهوم العقل نحو امتثال الفرد لاملاءاتها من دون تردد فالفكرة الأولية عندما يتقبل العقل معرفتها تسمى هذه المرحلة بالفهم البسيط وعندما تتأكد هذه الفكرة بالحجج والشواهد وتتحول إلى قناعة أو معنى خالص للحقيقة، وعن هذه الحالة يمكن أن نقارب أهم ملامحه من خلال ما يأتي من أوصاف وهي كآآتي :

- أن الوعي الا يحتمل العنف والا يقبل الإكراه.
- الوعي يستدعي براهينه ولا يقبل الانقياد من دون حجة ودليل وقد بنى هوسرل نظريته في منطق الوعي على يقينات في الوعي الجمعي للإنسان بالمعنى الأنطولوجي وليس بالمعنى النفسي ويتم التعامل معه كما يتم التعامل مع علم الأعداد في الحساب.
- الوعي ينعكس على الوجود الخارجي فكما هو معروف عن الوعي جملة التصورات والأفكار المتنوعة التي تحصلها الذات بذاتها وعن العالم الخارجي الذي يجعلها في اتصال دائم معه.
- الوعي ينهض بالتغيير لأنه يحيط بماضيه وحاضره وبالتالي يحسن فعل المستقبل ويرسم أهدافا واضحة فيه.
- الوعي ينظم الذهن ويرتب أولويات الفكر فهو صمام أمان أمام التحولات الحادة والتقلبات السريعة التي تملئها التحديات الحياتية المتنوعة .

ويمكن تقريب النظر في أهم ملامح اكتشاف الوعي الديني لدى المسلمين من خلال القضايا الأربع الآتية :

الفهم البياني الصحيح لدلالات النصوص على معانيها والتأمل الاستدلالي للمعرف بأحكام النوازل الجديدة وفق قواعد التنزيل المحكم والشهود الإستخلافي القائم بواجب عمارة الدنيا ونهضة معاش الناس والتلازم المقاصدي لجميع النصوص والمفهوم لتتوافق مع حقائق المقاصد الكلية للشريعة وتحقيق المنافع من عبودية الله .

خامسا : دور الصفحات الدينية في تشكيل الوعي الديني

- 1/ المصادر الإسلامية للوعي الديني .
- 2/ أهم الوسائل المستخدمة لدعم الوعي الديني .
- 3/ دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني .
- 4/ دور الأسرة في تشكيل الوعي الديني .
- 5/ دور صفحات الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني .

1- المصادر الإسلامية للوعي الديني :

- المصادر الإسلامية للوعي الديني :

إن مصادر التشريع الإسلامي هي القرآن الكريم وسنة نبينا محمد عليه الصلاة والسلام لقوله تعالى: (يا أيها الذين آمنوا أطيعوا الله وأطيعوا الرسول وأولي الأمر منكم فإن تنازعتم في شئٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا) (النساء: 59).

1.1/ القرآن الكريم :

وهو المصدر الأساسي للتشريع الإسلامي وهو كلام الله المنزل بالوحي على رسوله بلسان عربي لقوله تعالى: (بلسان عربي مبين) (الشعراء : 195)، وبالتالي هو سيد المصادر لنشر الوعي الديني وقد بلغ عدد سوره 114 سورة ومجموع آياته 6253 آية، والقرآن الكريم هو أكبر وسيلة من أهم وسائل الإعلام منذ ظهور الإسلام إلى يومنا هذا. ومن أساليب نشر الوعي الديني التي كانت تؤثر في قلوب ونفوس العرب هو أسلوب القصص لأن القرآن فيه الكثير من قصص الأنبياء والرسل على سبيل المثال (سيدنا إبراهيم عليه السلام آدم و نوح وعيسى ويعقوب و سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم).

وباعتباره المصدر الأول للتشريع الإسلامي فعلى أن نذكر أهم خصائصه التي أختص بها وهي عديدة تذكر منها الأعم ولأشمل وهي:

ـ الربانية : وهي نسبة إلى الرب سبحانه وتعالى ومادام القرآن كلام الله فهو رباني لقوله تعالى: ﴿ فلا أقسم بمواقع النجوم وانه لقسم لو تعلمون عظيم انه لقرآن كريم في كتاب مكنون لا يمسه إلا المطهرون تنزيل من رب العالمين) الواقعة: 75-80

ـ الكمال: يعني عدم وجود النقص أو أي عيب وهو بمثابة الخاصية الأولى فكلام الله، لأن الكمال الله فقط لقوله تعالى: (إن الذين كفروا بالذكر لما جاءهم وانه لكتاب عزيز لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه تنزيل من حكيم حميد) فصلت: .(41-42) .

ـ الوضوح: بمعنى أنه واضح ليس بغموض لقوله تعالى: (وما من دابة في الأرض ولا طائر يطير بجناحيه إلا أمم أمثالكم و ما فرطنا في الكتاب من شئٍ ثم إلي ربهم يحشرون)(الأنعام: 38) .

ـ التوازن فالقرآن : متوازن فيما جاء به من هداية وما عرضه من موضوعات، وما عاجله من مشكلات، فهو يحقق الانسجام بين العقل والقلب.

– الإعجاز: وهذا لا يزال في تحدي إلى يوم القيامة، ولازال العلماء يكتشفون أوجه إعجازه، ومن خلال هذا كان القرآن المعجزة الخالدة إلى يوم القيامة، قال الله تعالى: (سَنُرِيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْآفَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ حَتَّىٰ يَتَّبِعِنَ لَهُمْ أَنَّهُ الْحَقُّ أَوَّلَم يَكْفُ بِرَبِّكَ أَنَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ) (فصلت: 53).

– الثبوت القطعي: ويعني اتصال سند نقل القرآن وروايته بالنبي صلى الله عليه وسلم دون انقطاع على وجه متواتر قطعي لا يدخله الشك إلى يومنا هذا.

– الحفظ: وهو يعني السلامة من التحريف والزيادة والنقص لقوله تعالى: ﴿ إِنَّا نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ ﴾ (الحجر: 09). (حمزة، د.س، ص44).

ومن خلال كل هذا لا عجب أن القرآن الكريم كتاب الله فهو مصدر كل خير وملحاً أي عالم أو داعية وهو حبل الله المتين.

كما خص القرآن الكريم في آيات كثيرة عن أخلاق يجب أن يتحلى بها الشخص الذي يتولى مهمة نشر الوعي الديني وهذه الأخلاق تتمثل فيما يلي:

– الصدق : وجب من تول مهمة نشر الوعي الديني أن يكون صادقا، وأن يكون قائما على الحق أننا القرآن الكريم هو رسالة الحق

– الصبر: لا بد من الصبر في شتى المجالات لأن الله عز وجل يأمرنا بالصبر والتحلي بالعزيمة، لهذا الأيد على من يقوم بنشر الوعي الديني أن يكون صبورا لأنه ليس بالأمر الهين، لأن الناس أشكال وأنواع تختلف درجة فهمهم وإدراكهم للأمور.

– حسن الخلق: لا بد أن يكون صاحب الرسالة يتحل بأخلاق صادقة وحسنة حتى يستجيب الناس له .

– الأمانة: لا بد من أمانة في نقل المعلومات والتعبير عن الحقائق وخاصة المتعلقة بأمور الدين، فلا يمكن تحريف القرآن الكريم أو تشويهه لذلك لا بد أن يكون يتسم بأمانة في التعبير عن الحقائق وحفظ أسرار الناس . لا بد أن يكون قدرة في سلوكه، كما هو قدوة في أخلاقه وحسن السلوك.

ومنه فقد نستنتج أن القرآن الكريم هو المصدر الإسلامي الأول لنشر الوعي الديني و إتباع سنة رسولنا الحبيب عليه الصلاة والسلام، ومن خلال كل هذا العبادة لا تصح إلا إذا جمعت أمرين هما الإخلاص لله تعالى والمتابعة لرسول الله عليه الصلاة والسلام، وعليه من المصادر الإسلامية لنشر الوعي الديني هي القرآن الكريم وسنة رسوله عليه أفضل الصلاة والسلام (الدين، 2005، ص 126).

2.1/ السنة النبوية الشريفة :

وهي المصدر الثاني من المصادر الإسلامية وتعرف لئ أنها ما صدر لن الرسول الكريم من قول وفعل، وهي قد وردت في القرآن الكريم لقوله تعالى : ﴿ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمُ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴾ (الحشر: 07).

كل رسول مكلف بنشر رسالة الله عز وجل إلى البشر والنبوة هي سفره بين الله عز وجل وبين البشرية من خلقه، وذلك لماديتهم وتقوم سلوكهم وتوجيههم إلى ما فيه مصلحة ومضرة لهم، فالرسول الله الصلاة والسلام كان ينشر رسالة من الله الاتصال الشخصي، أن الهدف من هذا الاتصال هو التأثير في قلب وعقل المستقبل، فقد ذكر في شخصية الرسول صل الله عليه وسلم انه كان لين الكلام، حسن الصوت، يخاطب كل الناس قدرة عقله ليس فظا ولا غليظا، يقابل السيئة بالحسنة كما أنه صبور واسع أفق، فمن خلال كل هذه الصفات التي يتحل بها الرسول إليه الصلاة والسلام يجب أن تكون في أشخاص الذين يقومون بنشر الوعي الديني .

وعليه فإن السنة النبوية هي ثاني مصدر لنشر الوعي الديني، وذلك أن يتحل الداعية أو أي شخص آخر يقوم بنشر رسالة إل المجتمع أن يكون صبورا خلاقا له أسلوب الحوار والقدرة على مناقشة الناس حسب عقلياتهم، فديننا هو دين يسر لا دين لعسر لهذا وجب علينا أن نتبع مصادر التشريع الإسلامي من أجل النجاح في الحياة والآخرة. (الفرحاني، 2002، ص 15).

2/ أهم الوسائل المستخدمة في تشكيل الوعي الديني :

توجد عدة وسائل يمكن استخدامها في تشكيل الوعي الديني ومن بينها نذكر :

1.2/ الندوات والمحاضرات الدينية :

الندوة هي التقاء مجموعة من أشخاص لمناقشة موضوع محدد ويشترك في تقديم الموضوع مجموعة من المحاضرين أو المختصين أو المهتمين يعبرون عن وجهة نظرهم، ثم يمنحون الجمهور فرصة للنقاش، ومن خلال هذه الندوات هو تكوين وعي ثقافي مستنير عند الحاضرين حول قضية مهمة من القضايا التي تهم المجتمع المسلم، وتوجيه الشباب توجيهها سليما، وتوسيع مداركهم وترسيخ القيم والمبادئ بما يدعم القيم الدينية .

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الندوات والمحاضرات الدينية تقوم بشرح مفاهيم الدين الصحيحة ونشر الوعي بين الناس، وبشرح مقاصد الشريعة وهذه الندوات والمحاضرات الدينية تقوم بتصحيح المفاهيم والأفكار الخاطئة فهذه الندوات والمحاضرات تعمل على تكوين وعي ديني وثقافي عند الحاضرين حول قضية مهمة من القضايا التي تهم المجتمع المسلم، وكذلك جذب لعدد كبير من الناس إلى مكان التجمع ذلك لعقد الروابط معهم، فمن خلال الندوة

نقوم بمناقشة مواضيع مهمة تشغل تفكير الكثير ويطرح علامات الاستفهام، فمن خلاله يقوم هذا الموضوع المهتمين لمناقشة وتقديم معلومات صحيحة.

2.2 / الاطلاع على الكتب الدينية :

انتشرت المكاتب الدينية بطريقة واسعة وسهلة أدت إلى قدرة أي شخص الاطلاع على ما يحتوي دينه الإسلامي من تعليمات وقيم صحيحة وهذه القيم لا بد أن تتناسب مع المستوى الفكري للطالب وتخليصه من الأوهام و الأفكار والعادات السيئة، فالأن أهمية الدينية التي يعاني منها الشباب لا بد بأن نواجهها بنشر مكاتب دينية بطريقة واسعة وسهلة.

وعليه فإن الكتب الدينية وسيلة تقليدية تساعدنا على معرفة ديننا الحنيف، ومعرفة مقاصد التشريع و ما هي حلال وحرام، وتقوم بتصحيح المفاهيم والأفكار الخاطئة حول الدين، فهي تعمق لدينا الولي والحصول على المعرفة واكتساب المهارات الأخرى.

3.2 / الأفلام الدينية:

تعد وسيلة ناجحة في دعوة الشباب للتمسك بالقيم الأصلية وتغيير اتجاههم، وهي من أهم وسائل الوعي والإرشاد، ومن خلال هذه الأفلام تنتج فرص أمام الشباب للتعرف على أهمية التمسك بالقيم الاجتماعية كالأمانة والتعاون والصدق وحسن المعاملة، وتعطي الأفلام السينمائية أحسن النتائج، إذا كانت ضمن برنامج مخطط أو جملة منظمة للوصول إلى هدف معين يجب أن تتوفر فيها وسائل الإرشاد والتوعية مثل المحاضرات والملفات الاجتماعية وغيرها .

ومما سبق يمكن القول أن الأفلام الدينية وسيلة من الوسائل التعليمية والتوعية الفعالة التي تهدف إلى ارتقاء المجتمع، فهي تلعب دورا فعالا في تشكيل قيم المجتمع وعاداته ومعتقداته، لاعتبارها وسيلة للتوجيه والإرشاد والتنوير الديني، فهذه الأفلام تتحدث على الروايات الدينية للشخصيات والأحداث مثل الكتب المقدسة، إضافة إل الاعتماد على المصادر الدينية التي صادق عليها علماء الدين وعلى سبيل هذه الأفلام ذكر البعض منها مثل: الوصايا العشر. فالأفلام الدينية تهدف إلى تعمير وتوجيه وإرشاد المجتمعات المحافظة وخصوصا المسلمة وغير المسلمة .

4.2/ المناقشات الجماعية والدروس الدينية :

المناقشة هي عبارة عن حوار يدور بين عدد من الأشخاص بغرض الوصول إلى حالة من الفهم المتبادل لموضوع ما أو حل مشكلة معينة. وتعرف أيضا بأنها وسيلة أساسية في طريقة العمل من الجماعات حيث أنها نشاط تعاوني يشترك فيه أعضاء الجماعة على أساس من الحرية والشعور بالمساواة .

وإذا كانت المناقشات الجماعية غالبا ما تكون من المكان الذي تحدده الجمالة، فالدروس الدينية غالبا ما تعقد بالمساجد وتقوم بدورها في التوجيه والإرشاد وتعمل على نشر الوعي الديني.

ومما سبق نستنتج أن المناقشات الجمالية والدروس الدينية نشاط تعاوني يشترك فيه أيضا الجماعة، تنتج لهم الفرصة للتعبير عن أفكارهم ومعتقداتهم وآرائهم، فهي وسيلة لصنع واتخاذ القرار وكذلك الإرشاد والتوجيه ويتم من خلالها تحديد وتوضيح الموضوع أو مشكلة موضوع المناقشة، فالمناقشات الجماعية تعرف بأنها موقف تعليمي يتيح للأعضاء الفرصة للتعبير عن أفكارهم ومشاعرهم ويحاولون بواسطتها حل مشكلاتهم .

1.2.4/ أهمية المناقشات الجماعية :

➤ هي وسيلة لتغيير الاتجاهات والأفكار الخاطئة ووسيلة لصنع واتخاذ القرار.

➤ وسيلة لاكتساب السلوك الديمقراطي .

➤ وسيلة لاكتساب المهارات الجمالية

➤ وسيلة للإرشاد النفسي .

➤ وسيلة للعلاج الجمالي .

وتتمثل فيما يلي :

وعليه فإن تكون المناقشة في أحسن صورها اجتماع عدد من العقول حول مشكلة من المشكلات، أو قضية من القضايا ودراستها دراسة منتظمة، بقصد الوصول لحل مشكلة أو الاهتمام إلى رأي في موضوع القضية ومناقشة حتى القائم بالاتصال من مذيع أو داع أو مختص، هو الذي يقوم بعرض الموضوع ويوجه الجماعات إل الفكرة التي تسير فيها المناقشة حتى تنتهي إلى الحل المطلوب (المناقشات الجماعية، 2024، 35:00سا) .

3/ دور المجتمع في تشكيل الوعي الديني :

يلعب المجتمع دور كبير في ترسيخ ونشر الوعي الديني بين أفراد المجتمع الواحد فإذا كان المجتمع مسلماً يتبع حكم الله ورسوله في كل شؤون الحياة سواءً احتمالية، سياسية، اقتصادية أو فكرية فلا يمكن أن يخرج فرداً من هذا المجتمع صالحاً ومنتشعاً بهذه القيم .

ومنه إذا كان المجتمع صالحاً يقوم بجميع أمور الدين، ككلام الله ورسوله صل الله عليه وسلم في كل المجالات... فلا يمكن أن ينتج فرد من هذا المجتمع إلا وهو متألق ومؤمن بهذه القيم، سينتج عنه مجتمع صالح يعم بالخير وهنا يكمن دور المجتمع في تشكيل ونشر الوعي الديني بين أفرادهِ .

فالإسلام منهج متكامل للحياة بصيغها الربانية ويوجهها وجهة أخلاقية، ويضع لها الإطار والمعالم والحدود التي تضبط سيرها وتربطها بغاياتها وتقيها من الانحراف، أو السقوط في الحفر أو الضياع في مفارق الحياة.

ومنه فإن الإسلام طريقة للحياة فهو دين العقل والعلم المنير للحياة، وهو ما أمر الله سبحانه وتعالى عن المسلمين لإتباع أوامره واجتناب نواهيه، وقد وضع الله الأسس والأحكام لإقامة حياة عادلة في حياة المسلمين، فهو يقينا من الوقوع والانحراف والضياع... فالمجتمع الإسلامي لديه أسس قام عليها ونشئ وتمثل في الإنسان الذي يعتبر خليفة في الأرض منذ مرحلة الخلق والتكوين، فالمجتمع الذي يعمل على نشر الوعي الديني يتميز بأنه ملتزم يشرع الله في كل تصرفاته وأنه جئ في المال وكذلك يتميز بأنه مجتمع متسامح مع إتباعه (مقابلة السيئة بالحسنة)

وفي الأخير نسأل الله العلي الكبير أن يهيئ لنا مجتمعات صالحة مصلحة تعبد الله على علم وبصيرة وتأمراً بالمعروف ونهي عن المنكر، وتأخذ عن يد الظالم وتنصر المظلوم وتعلي راية الإسلام (القرضاوي، 1402، ص 131/130) .

4/ دور الأسرة في تشكيل الوعي الديني:

الأسرة هي النواة الأولى للمجتمع وعليه يمكن النظر إليها على أنها مصدر الأخلاق و الدعامة الأولى وعليه فالفرد هو جزء من الأسرة ويستطيع بطبائها ويتأثر بتربيتها لقوله تعالى: ﴿ ذُرِّيَّةً بَعْضُهَا مِنْ بَعْضٍ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ﴾ (آل عمران:34)

وقد أوجب التشريع الإسلامي أن تسود الأسرة التربية الدينية الصحيحة التي تغرس في النفوس العقائد السليمة الراسخة وتربيتها جو من الإيمان الصحيح.

لأن كل هذا نستنتج أن الأسرة هي بمثابة المدرسة الأولى التي يتعلم فيها الطفل لغته القومية وهي مسئولة عن التنشئة والتوجيه، فالأسرة تقوم بجملة من الوظائف مثل وظيفة الإنجاب ووظيفة التربية وكذلك أيضا تقوم بالوظيفة الدينية، فهي المكان الطبيعي لنشأة العقيدة الدينية فلا بد على الأسرة إن تقوم بتأكيد تعليمه أسس العقيدة الإسلامية فالطفل منذ الصغر، ومن تعليمهم أصول الدين وأحكامه ومعاني الإسلام، ومن واجبات الأسرة أن تربي الأطفال على أن الله سبحانه وتعالى يراقبها في كل مكان وزمان ويراقب كل التصرفات التي تقوم بها .

دعا الإسلام إلى تكوين الأسرة وحث على أن يعيش الناس في ضلالها فهي الصورة الطبيعية للحياة فقد اهتم الإسلام بالأسرة، وجعلها أهم مؤسسة في حياة الفرد وذلك لدورها الكبير المتمثل في تنشئة أجيال تنشئة إسلامية.

ومنه نستنتج أن الأسرة أساسية في المجتمع الإسلامي، لأن أسرة المسلمة تكون نتيجة اقتران شرعي بين الزوج والزوجة فهي تعتبر أنها أقوى نظم المجتمع، فهي الوسيلة التي نكسب بها إنسانيتنا والتربية الأساسية، فهي أساسية أنها تعود العمود الذي ينشأ منه الطفل تنشئة دينية، ولهذا لا بد من التربية الدينية أنها تجعل علاقة الله عز وجل مع المخلوق أكثر متانة.

إن شخصية الطفل تتكون من خلال تفاعله مع أسرته، ولا يكتسب ذلك من أعضاء الأسرة فقط، بل من نمط التفاعل بين الأعضاء أنفسهم ليصبح نموذجا، فالتنشئة الاجتماعية للطفل لا تتأثر بمجرد أن أعضاء الأسرة صفحات خاصة، بل تتأثر أيضا بنوعية التفاعل والعلاقات بين هؤلاء الأفراد. (بوزيرة، 2008، ص 80).

5/ دور صفحات الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني :

يعتبر الفاييسبوك شبكة اجتماعية تجاوب معها الكثير من الناس خصوصا الشباب منها، فهو وسيلة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم ومعتقداتهم ومواقفهم تجاه القضايا، لهذا له دور فعال في تشكيل الوعي الديني و بالأخص أن الفئة المستهدفة فيه هي فئة الشباب.

تعتبر هذه الصفحات أكثر تفاعلا فهذه الصفحة هي وسيلة للتواصل مع أشخاص معينين، وبالتالي هذه الصفحات لها خط واسع في نشر هذه المواضيع، فهي لها دور كبير في نشر الصور والفيديوهات المتعلقة بالدين، فهي بذلك تقوم بتشكيل الوعي الديني لدى المستخدمين من خلال هذه الصفحات يمكن إيصال أخبار ومواضيع حول الدين، وإبلاغهم بالجديد وهذا بدوره يساعد في زيادة التواصل الفاعل بين صاحب الصفحة وبين المتعاملين معها والمعجبين، ومن خلال هذه الصفحات يمكن نشر أي شيء بدون قيود ولا جهد ولا تكاليف مالية، فصفحات المستخدمين في الفاييسبوك تقوم بنشر الصور أو فيديوهات تكون متعلقة بدعوة الناس إلى التحلي بالأخلاق الحسنة وصور عن الحجاب ويوم الجمعة وإرسال أدعية وغيره.

إن مصادر التشريع الإسلامي هي القرآن الكريم وسنة نبينا محمد عليه الصلاة والسلام لقوله تعالى: و يا آيه الذين آمنوا أطيعوا الله وأطيعوا الرسول وأولي الأمر منكم فإن تنازعتم في شئء فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بالله واليوم الآخر ذلك خير وأحسن تأويلاً (النساء: 59).

الفصل التطبيقي

التحليل الجداول

المحور الأول : تحليل استخدام المضامين الدينية عبر تطبيق فيسبوك.

المحور الثاني: تحليل دوافع استخدام الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري.

المحور الثالث : تحليل مدى الاعتماد على الفيسبوك في التزويد بالمعلومات الدينية.

المحور الرابع : تحليل الاشباع المحقق في تلقي المعلومات الدينية عبر تطبيق الفيسبوك.

المحور الخامس : تحليل العلاقة بين تلقي المعلومات و تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك.

المحور الأول : تحليل استخدام المضامين الدينية عبر تطبيق فيسبوك .

1- متى تتعرض للمحتوى الديني على الفيسبوك ؟

الجدول رقم (5): يبين وقت التعرض للمحتوى الديني على الفيسبوك حسب متغيرات .

المجموع	متى تتعرض للمحتوى الديني على الفيسبوك؟				المتغيرات		
	مرتين في الأسبوع	أسبوعيا	يوميًا	كل ساعة			
24	1	11	17	5	التكرار	ذكر	الجنس
%27.2	0.8%	%8.8	13.6%	4%	النسبة المئوية		
91	6	12	58	15	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	4.8%	9.6%	%46.4	12%	النسبة المئوية		
125	7	23	75	20	التكرار		المجموع
100%	5.6%	18.4%	60%	16%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3				قيمة كا ² المحسوبة=6.358			
النتيجة= غير دالة				الدلالة الإحصائية=0.095			
76	7	15	40	14	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	5.6%	12%	32%	11.2%	النسبة المئوية		
49	0	8	35	6	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
%39.2	0%	%6.4	28%	4.8%	النسبة المئوية		
125	7	23	75	20	التكرار		المجموع
100%	5.6%	%18.4	60%	16%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3				قيمة كا ² المحسوبة=7.166			
النتيجة= غير دال				الدلالة الإحصائية=0.067			
0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	0%	0%	%0	0%	النسبة المئوية		
4	0	1	2	1	التكرار	متوسط	المجموع
3.2%	0%	0.8%	1.6%	0.8%	النسبة المئوية		
14	1	2	8	3	التكرار	ثانوي	المجموع
11.2%	0.8%	%1.6	6.4%	%2.4	النسبة المئوية		
107	6	20	65	16	التكرار	جامعي	المجموع
85.6%	4.8%	16	52%	12.8%	نسبة المئوية		
25	7	23	75	20	التكرار		المجموع
100%	5.6%	18.4	60%	16%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=6				قيمة كا ² المحسوبة=1.14			
النتيجة= غير دال				الدلالة الإحصائية=1.313			

يمثل الجدول رقم 5: يبين وقت التعرض للمحتوى الديني على الفيسبوك حسب متغيرات .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 4% نسبة الذكور الذين أجابوا ب (كل ساعة) بتكرار 5 مفردات ، تليها 13.6% نسبة الذين أجابوا ب(يومية) بتكرار 17 مفردة ، و تليها 8.8% نسبة الذين أجابوا ب(أسبوعيا) بتكرار 11 مفردة من العينة .في حين تمثل 12% نسبة الإناث اللاتي أجبن ب(كل ساعة) بتكرار 15 مفردة ، تليها 46.4% بتكرار 58 مفردة اللاتي أجبن ب(يومية) ، و تليها 9.6% بتكرار 12 مفردة اللاتي أجبن ب(أسبوعيا) .وتليها 4.8% بتكرار 6 مفردات اللواتي أجبن بمرتين في الأسبوع .

تم حساب كاف ترييع و كان غير دالة إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.095 وهي أكبر من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و وقت تعرضه للمحتوى الديني على الفيسبوك.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 11.2% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين أجابوا ب (كل ساعة) بتكرار 14 مفردة ، و 32% الذين أجابوا ب(يومية) بتكرار 40 مفردة ، وتليها 12% الذين أجابوا ب(أسبوعيا) بتكرار 15 من العينة . و تليها 5.6% اذبن اجابوا مرتين في الأسبوع بتكرار 7 مفردات . نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45) اللذين أجابوا ب(كل ساعة) بتكرار 6 مفردات ، و 28% بتكرار 35 مفردة ، الذين أجابوا ب(يومية)، و نسبة 6.4% بتكرار 8 مفردات اللذين أجابوا ب(أسبوعيا) ، و نسبة 0% بتكرار 0 مفردة من الذين لم يجيبوا بمرتين بأسبوع .

وتم حساب كاف ترييع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.067. أي أكبر من 0.05 بمعنى عدم وجود دلالة إحصائية أي لا توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث و وقت تعرض لمحتوى الديني على تطبيق فيسبوك .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين لم يجيبوا ب (كل ساعة) بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين لم يجيبوا ب(يومية) بتكرار 0 مفردة ، وتليها 0% الذين لم يجيبوا ب(أسبوعيا) بتكرار 0 من العينة ونسبة 0% بتكرار 0 مفردة من الذين لم يجيبوا ب (مرتين في أسبوع) . في حين تمثل 0.8% نسبة المستوى (متوسط) اللذين أجابوا ب(كل ساعة) بتكرار 1 مفردة ، و 1.6% بتكرار 2 مفردة الذين أجابوا ب(يومية) ، و نسبة 0.8% بتكرار 1 مفردة اللذين أجابوا ب(أسبوعيا) ، و نسبة 0% بتكرار 0 اللذين لم يجيبوا (مرتين في أسبوع) . و المستوى (ثانوي) تمثل نسبة 2.4% بتكرار 3 مفردات اللذين أجابوا ب(كل ساعة) ، و 6.4% بتكرار 8 مفردة الذين أجابوا ب(يومية) ، و نسبة 1.6% بتكرار 2 مفردة اللذين أجابوا ب(أسبوعيا) ، و نسبة 0.8% بتكرار 1 الذين لم يجيبوا (مرتين في الأسبوع) و المستوى (جامعي) تمثل نسبة 12.8% بتكرار 16 مفردات اللذين أجابوا ب(كل ساعة) ، 52% . بتكرار 65 مفردة الذين أجابوا ب(يومية) ، و نسبة 16% بتكرار 20 مفردة اللذين أجابوا ب(أسبوعيا) . ونسبة 4.8% بتكرار 6 مفردات الذين أجابوا بمرتين في أسبوع .

وتم حساب كاف ترييع و كان كان غير دال إحصائيا لأن الدلالة الإحصائية تساوي 1.313 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي لاتوجد علاقة إرتباطية بين متغير المستوى التعليمي للمبحوث و وقت تعرضه للمحتوى الديني تطبيق فيسبوك .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذي جنسهم أنثى و جامعيين يتعرضون للمحتوى الديني بشكل أكبر و بمعدل يومي، و هذا راجع لاستعمالهم اليومي و تصفحهم لمختلف الصفحات على الفيسبوك و منها الصفحات الدينية.

2_ ما هي الوسيلة التي تتابع من خلالها المحتويات الدينية عبر الفيسبوك؟

الجدول رقم (6): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات و حسب الوسيلة التي يتم من خلالها متابعة المحتويات الدينية عبر الفيسبوك.

المجموع	ماهي الوسيلة التي تتابع من خلالها المحتويات الدينية عبر الفيسبوك؟			المتغيرات		
	الحاسوب	اللوحات الالكترونية	الهاتف			
34	1	0	33	التكرار	ذكر	الجنس
27.2%	0.8%	0%	26.4%	النسبة المئوية		
91	1	1	89	التكرار	أنثى	الجنس
72.8%	0.8%	0.8%	71.2%	النسبة المئوية		
125	2	1	122	التكرار	المجموع	
100%	1.6%	0.8%	97.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2		قيمة كا ² المحسوبة = 0.900				
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية= 0.638				
76	1	0	75	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	0.8%	0%	60%	النسبة المئوية		
49	1	1	47	التكرار	من 26 الي 45	السن
39.2%	0.8%	0.8 %	37.6%	النسبة المئوية		
125	2	1	122	التكرار	المجموع	
100%	1.6%	0.8%	97.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2		قيمة كا ² المحسوبة = 1.672				
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية= 0.433				
0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	0	0	4	التكرار	متوسط	المستوى التعليمي
3.2%	0%	0%	3.2%	النسبة المئوية		
14	2	1	11	التكرار	ثانوي	المستوى التعليمي
11.2%	1.6%	0.8%	8.8%	النسبة المئوية		
107	0	0	107	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي
85.6%	0%	0%	85.6%	نسبة المئوية		
125	2	1	122	التكرار	المجموع	
100%	1.6%	0.8%	97.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4		قيمة كا ² المحسوبة = 24.371				
النتيجة= غير دالة		الدلالة الإحصائية= 000				

تشير معطيات الجدول رقم (6) الى الوسيلة التي تتالع من خلالها المحتويات الدينية عبر الفيسبوك الذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات و حسب الوسيلة

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 26.4% نسبة الذكور الذين يستخدمون (الهاتف) بتكرار 33 مفردة ، تليها 0 % نسبة الذين يستخدمون (اللوحة الإلكترونية) بتكرار 0 مفردة ، و تليها 0.8% نسبة الذين يستخدمون ب(الحاسوب) بتكرار 1 مفردة من العينة ، في حين تمثلت 71.2% بالنسبة الإناث الاقي الذين يستخدمون (الهاتف) بتكرار 89 مفردة ، تليها 0.8 % نسبة الذين يستخدمون (اللوحة الإلكترونية) بتكرار 1 مفردة ، و تليها 0.8% نسبة الذين يستخدمون (الحاسوب) بتكرار 1 مفردة من العينة

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.000 و هي أقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و وقت استعماله للوسيلة على الفيسبوك.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 60 % نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يستخدمون (الهاتف) بتكرار 75 مفردة ، و 0% الذين يستخدمون (اللوحة الإلكترونية) بتكرار 0 مفردة ، وتليها 0.8 % الذين يستخدمون (الحاسوب) بتكرار 1 من العينة . بالنسبة لمتغير السن فتمثل 37.6 % نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يستخدمون (الهاتف) بتكرار 47 مفردة ، و 0.8% الذين يستخدمون (اللوحة الإلكترونية) بتكرار 1 مفردة ، وتليها 0.8 % الذين يستخدمون (الحاسوب) بتكرار 1 من العينة

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.433 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث وهدى استعمال الوسيلة التي يتابع من خلالها المحتوى الديني عبر فيسبوك .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يستخدمون (الهاتف) بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يستخدمون (اللوحة الإلكترونية) بتكرار 0 مفردة ، وتليها 0% الذين يستخدمون (الحاسوب) بتكرار 0 من العينة . في حين تمثلت 3.2% نسبة للمستوى (متوسط) الذين يستخدمون (الهاتف) بتكرار 4 مفردات ، و 0% بتكرار 0 مفردة الذين يستخدمون (اللوحة الإلكترونية) ، و نسبة 0% بتكرار 0 مفردة الذين يستخدمون (الحاسوب) ، و المستوى (ثانوي) تمثلت نسب 8.8% بتكرار 11 مفردات الذين يستخدمون (الهاتف) و نسبة 0.8% بتكرار 1 مفردة الذين يستخدمون (الحاسوب) . فتمثلت 85.6% نسبة للمستوى (جامعي) الذين يستخدمون (الهاتف) بتكرار 107 مفردة ، و 0% بتكرار 0 مفردة الذين يستخدمون (اللوحة الإلكترونية) ، و نسبة 0% بتكرار مفردة الذين يستخدمون (الحاسوب)

وتم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن الدلالة الإحصائية تساوي 0 أقل من 0.05 بمعنى لا توجد دلالة إحصائية أي لا توجد علاقة إرتباطية بين متغير المستوى التعليمي للمبحوث و وقت تعرضه للمحتوى الديني تطبيق فيسبوك .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذي جنسهم أنثى و جامعيين يتعرضون للمحتوى الديني بشكل أكبر و بمعدل يومي، و هذا راجع لاستعمالهم اليومي و تصفحهم لمختلف الصفحات على الفيسبوك وإن أغلب الذين سنهم من 18 إلى 25 سنة يتابعون المحتويات الدينية عبر الفيسبوك من خلال استخدام الهاتف النقال، و هذا راجع لكونه أسهل وسيلة في التصفح لصغر حجمه و مرونته في العمل بالإضافة إلى سرعته و امتلاكه من قبل أغلب الافراد، على عكس اللوحات الالكترونية و الحاسوب.

3_ ما هي أفضل المواضيع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية ؟

الجدول رقم (7): يبين أفضل المواضيع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية .

المجموع	ما هي أفضل المواضيع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية؟				المتغيرات		
	اتباع نصائح دينية بطريقة جيدة	تمسك بالعقيدة	معرفة الدعاة	تزويد بثقافات الدينية	التكرار	ذكر	الجنس
34	8	2	13	11	التكرار	ذكر	
27.2%	6.4%	1.6%	10.4%	8.8%	النسبة المئوية		
91	14	20	32	25	التكرار	أنثى	
72.8%	11.2%	16%	25.6%	20%	النسبة المئوية		
125	22	22	45	36	التكرار	المجموع	
100%	17.6%	17.6%	36%	28.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3	قيمة كا ² المحسوبة = 4.849						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.183						
76	12	14	30	20	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	9.6%	11.2%	24%	16%	النسبة المئوية		
49	10	8	15	16	التكرار	من 26 إلى 45	
39.2%	8%	6.4%	12%	12.8%	النسبة المئوية		
125	22	22	45	36	التكرار	المجموع	
100%	17.6%	17.6%	36%	28.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3	قيمة كا ² المحسوبة = 1.501						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.682						
0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	1	0	2	1	التكرار	متوسط	
3.2%	0.8%	0%	1.6%	0.8%	النسبة المئوية		
14	4	3	4	3	التكرار	ثانوي	
11.2%	3.2%	2.4%	3.2%	2.4%	النسبة المئوية		
107	17	19	39	32	التكرار	جامعي	
85.6%	13.6%	15.2%	31.2%	25.6%	نسبة المئوية		
125	22	22	45	36	التكرار	المجموع	
100%	17.6%	17.6%	36%	28.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=6	قيمة كا ² المحسوبة = 2.85						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.827						

أفضل المواضيع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) المبني اعلاه ان نسبة توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 8.8% نسبة الذكور الذين يتزودون بثقافات دينية بتكرار 11 مفردة ، تليها 10.4 % نسبة الذين يتبعون معرفة الدعاة بتكرار 13 مفردات ، و تليها 1.6% نسبة الذين يتمسكون بالعقيدة بتكرار 2 مفردة من العينة، وتليها نسبة الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة 6.4% بتكرار 8 ، وتليها 20% بالنسبة للإناث الذين يتزودون بثقافات دينية بتكرار 25 مفردة ، تليها 25.6% نسبة الذين يتبعون معرفة الدعاة بتكرار 32 مفردة ، و تليها 16 % نسبة الذين يتمسكون بالعقيدة بتكرار 20 مفردة من العينة وتليها 11.2% الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة بتكرار 14 مفردة.

تم حساب كاف ترييع و كان غير دالة إحصائيا لأن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث وفضل المواقع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 16% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذي يتزودون بثقافات دينية بتكرار 20 مفردة ، و 24% الذين يتبعون معرفة الدعاة بتكرار 30 مفردة ، وتليها 11.2 % الذين يتمسكون بالعقيدة بتكرار 14 من العينة . وتليها 9.6% الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة بتكرار 12 مفردة.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 12.8% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يتزودون بثقافات دينية بتكرار 16 مفردة ، و 12% الذين يتبعون معرفة الدعاة بتكرار 15 مفردة ، وتليها 6.4% الذين يتمسكون بالعقيدة بتكرار 8 من العينة. وتليها 8% الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة بتكرار 10 مفردة.

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث وفضل المواقع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية..

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) 0% الذين يتزودون بثقافات دينية بتكرار 0 مفردة ، وتليها 0% الذين يتبعون معرفة الدعاة تكرار 0 من العينة ، و 0% الذين يتمسكون بالعقيد بتكرار 0 مفردة، و 0% الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة بتكرار 0 مفردة . فتمثل 0.8% نسبة الفئة (متوسط) 0.8% الذين يتزودون بثقافات دينية بتكرار 1 مفردة ، وتليها 1.6% الذين يتبعون معرفة الدعاة تكرار 2 من العينة ، و 0% الذين يتمسكون بالعقيد بتكرار 0 مفردة، و 0.8% الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة بتكرار 1 مفردة . فتمثل نسبة الفئة (ثانوي) 2.4% الذين يتزودون بثقافات دينية بتكرار 3 مفردة ، وتليها 3.2% الذين يتبعون معرفة الدعاة تكرار 4 من العينة ، و 2.4% الذين يتمسكون بالعقيد بتكرار 3 مفردة، و 3.2% الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة بتكرار 4 مفردة . فتمثل نسبة الفئة (جامعي) 25.6% الذين يتزودون بثقافات دينية بتكرار 32 مفردة ، وتليها 31.2% الذين يتبعون معرفة الدعاة تكرار 39 من العينة ، و 15.2% الذين يتمسكون بالعقيد بتكرار 19 مفردة، و 13.6% الذين يتبعون نصائح دينية بطريقة جيدة بتكرار 17 مفردة .

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث وفضل المواقع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية. وعموما يمكن القول بان أكثر المواضيع جذبا للمبحوثين و الذي يحبون متابعتها هي الفتاوى الدينية كونها تقدم إجابات محددة وواضحة على الأسئلة الدينية التي تواجههم في حياتهم اليومية، كما أنها تصدر من دعات دينية موثوقة، مما يجعلها مصدرا موثوقا للمعلومات الدينية.

4_ ما هي الصفحات الدينية التي تتابعها عبر الفيسبوك؟

الجدول رقم (8): يبين الصفحات الدينية الأكثر متابعة عبر الفيسبوك حسب المتغيرات.

المجموع	ما هي الصفحات الدينية التي تتابعها عبر الفيسبوك؟								المتغيرات		
	ألا يذكر الله تظمن القلوب	الشيخ محمود الحسنات	أحباب القارئ عبد الرحمن السديس	مبادئ الدين الإسلامي	يوم القيامة	خواطر اسلامية	الدعاء المستجاب	طريق نحو الله			
34	2	2	6	10	2	2	9	1	التكرار	ذكر	الجنس
27.2%	1.6%	1.6%	4.8%	8%	1.6%	1.6%	7.2%	0.8%	النسبة المئوية		
91	15	8	7	18	9	4	15	15	التكرار	أفنى	المجموع
72.8%	12%	6.4%	5.6%	14.4%	7.2%	3.2%	12%	12%	النسبة المئوية		
125	17	10	13	28	11	6	24	16	التكرار		المجموع
100%	13.6%	8%	10.4%	22.4%	8.8%	4.8%	19.2%	12.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=7					قيمة كا ² المحسوبة = 11.098						
النتيجة=غير دال					الدلالة الإحصائية=0.135						
76	12	6	10	17	5	4	10	12	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	9.6%	4.8%	8%	13.6%	4%	3.2%	8%	9.6%	النسبة المئوية		
49	5	4	3	11	6	2	14	4	التكرار	من 26 إلى 45	المجموع
39.2%	4%	3.2%	2.4%	8.8%	4.8%	1.6%	11.2%	3.2%	النسبة المئوية		
125	17	10	13	28	11	6	24	16	التكرار		المجموع
100%	13.6%	8%	10.4%	22.4%	8.8%	4.8%	19.2%	12.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=7					قيمة كا ² المحسوبة = 8.318						
النتيجة=غير دال					الدلالة الإحصائية=0.305						
0	0	0	0	0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المس توى التعلي مي
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	0	0	0	3	0	0	4	1	التكرار	متوسط	المجموع
3.2%	0%	0%	0%	2.4%	0%	0%	3.2%	0.8%	النسبة المئوية		
14	1	0	0	7	1	0	20	1	التكرار	ثانوي	المجموع
11.2%	0.8%	0%	0%	5.6%	0.8%	0%	16%	0.8%	النسبة المئوية		
107	16	10	13	18	10	6	24	14	التكرار	جامعي	المجموع
85.6%	12.8%	8%	10.4%	14.4%	8%	4.8%	19.2%	11.2%	نسبة المئوية		
125	17	10	13	28	11	6	24	16	التكرار		المجموع
100%	13.6%	8%	10.4%	22.4%	8.8%	4.8%	19.2%	12.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=14					قيمة كا ² المحسوبة = 19.860						
النتيجة=غير دال					الدلالة الإحصائية=0.135						

يبين الجدول رقم (08) يبين الصفحات الدينية الأكثر متابعة عبر الفيسبوك ان نسبة يستخدمون الصفحات الدينية التي يتابعها عبر الفيسبوك

بالنسبة للمتغير الجنس حيث بلغ نسبة استخدام الذكور الذين يتبعون صفحات طريق نحو الله 0.8% بتكرار 1 مفردة ، ونسبة الإناث بلغت نسبتهم 12% بتكرار 15 مفردة، أما استخدام الذكور ل الدعاء المستجاب بلغ نسبتهم 7.2% بتكرار 9 مفردة بينما الإناث قدرت نسبتهم ب 12% بتكرار 15 مفردة ، بينما نجد استخدام ل خواطر إسلامية بالنسبة الذكور بلغت نسبتهم 1.6% بتكرار 2 مفردة، أما الإناث 3.2% بتكرار 4 مفردة أما استخدام لصفحة يوم القيامة من طرف الذكور بلغت نسبتهم 1.6% بتكرار 2 مفردة فقط أما الإناث قدرت 7.2% بتكرار 9 مفردة ، واستخدام لصفحات مبادئ الدين الإسلامي من طرف الذكور بلغت نسبتهم 8% بتكرار 10 اما الإناث 14.4% بتكرار 18 مفردة. واستخدام لصفحات أحباب القارئ عبد الرحمن السديس من طرف الذكور بلغت نسبتهم 8% بتكرار 10 اما الإناث 14.4% بتكرار 18. واستخدام لصفحات الشيخ محمود حسنات من طرف الذكور بلغت نسبتهم 4.8% بتكرار 6 اما الإناث 5.6% بتكرار 7 مفردة. واستخدام الصفحات ألا بذكر الله تطمئن القلوب من طرف الذكور بلغت نسبتهم 1.6% بتكرار 2. أما الاناث 12% بتكرار 15 مفردة

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا 0.305 لأن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا المبحوث الصفحات الدينية الأكثر متابعة عبر الفيسبوك ان نسبة يستخدمون الصفحات الدينية التي يتابعها عبر الفيسبوك

بالنسبة لمتغير السن من 18 الي 25 سنة) بالنسبة بلغت 9.6 بتكرار 12 الذين اجابوب (الطريق نحو الله) اما 8 نسبة بتكرار 10 ، تليه 3.2 بتكرار 4 نسبة الذين اجابوب ب خواطر إسلامية ،) بالنسبة 8 بلغت بتكرار 10 الذين اجابوب بالنسبة الطريق نحوى الله و 3.2% نسبة بتكرار 4 الذين اجابوب (دعاء مستجاب) تليه 4% نسبة بتكرار 5 للذين اجابوب (يوم القيامة) تليه 13.6% بتكرار 17 الذين اجابوب (مبادئ الدين الإسلامي) 8% ونسبة بتكرار 10 الذين اجابوب ب (أحباب القارئ عبد الرحمان السديسي) تليه الذين اجابوب ب (الشيخ محمد حسنات) بنسبة 4.8% وتكرار 6 ، و 9.6% نسبة الذين اجابوب ب (الا بذكر الله تطمئن القلوب) . لمتغير السن (من 26 الي 45) بالنسبة بلغت 3.2% بتكرار 4 الذين اجابوب (الطريق نحو الله) اما 11.2% نسبة، الذين اجابوب (دعاء مستجاب) 1.6% نسبة الذين اجابوب ب خواطر إسلامية، نسبة 4.8% للذين اجابوب ب (يوم القيامة) 8.8% الذين اجابوب ب (مبادئ الدين الإسلامي) 2.4% ونسبة الذين اجابوب ب (أحباب القارئ عبد الرحمان السديسي) تليه الذين اجابوب ب (الشيخ محمد حسنات) بنسبة 3.2% ، و 4% نسبة الذين اجابوب ب (الا بذكر الله تطمئن القلوب) .

اما بالنسبة للمستوى التعليمي (الابتدائي) بالنسبة بلغت 0% الذين اجابوب (الطريق نحو الله) اما 0% نسبة، الذين اجابوب (دعاء مستجاب) 0% نسبة الذين اجابوب ب خواطر إسلامية ،) نسبة 0% للذين

اجابو ب (يوم القيامة) 0% الذين اجابو ب (مبادئ الدين الإسلامي) 0% ونسبة الذين اجابو ب (أحباب القارئ عبد الرحمان السديسي) تليه الذين اجابو ب (الشيخ محمد حسنات) بنسبة 0%، و 0% نسبة الذين اجابو ب (الا بذكر الله تطمئن القلوب).

بالنسبة لمستوى المتوسط بلغت 0.8% الذين اجابو ب (الطريق نحو الله) اما نسبة 3.2% الذين اجابو ب (دعاء مستجاب) 0% نسبة الذين اجابو ب (خواطر إسلامية) نسبة 0% للذين اجابو ب (يوم القيامة) الذين 2.4% اجابو ب (مبادئ الدين الإسلامي) ونسبة 0% الذين اجابو ب (أحباب القارئ عبد الرحمان السديسي) تليه 0% الذين اجابو ب (الشيخ محمد حسنات) بنسبة ، ونسبة 0% الذين اجابو ب (الا بذكر الله تطمئن القلوب).

بالنسبة لثانوي بلغت 0.8% الذين اجابو ب (الطريق نحو الله) اما نسبة 16% الذين اجابو ب (دعاء مستجاب) نسبة 0% الذين اجابو ب (خواطر إسلامية)، نسبة 16% للذين اجابو ب (يوم القيامة) 5.6% الذين اجابو ب (مبادئ الدين الإسلامي) ونسبة 0.8% الذين اجابو ب (أحباب القارئ عبد الرحمان السديسي) 0% تليه الذين اجابو ب (الشيخ محمد حسنات) بنسبة ، و 0.8% نسبة الذين اجابو ب (الا بذكر الله تطمئن القلوب).

بالنسبة لمستوى جامعي بلغت 11.2% الذين اجابو ب (الطريق نحو الله) اما نسبة 19.2% الذين اجابو ب (دعاء مستجاب) 04.8% نسبة الذين اجابو ب (خواطر إسلامية)، نسبة 8% للذين اجابو ب (يوم القيامة) الذين 14.4% اجابو ب (مبادئ الدين الإسلامي) ونسبة 10.4% الذين اجابو ب (أحباب القارئ عبد الرحمان السديسي) تليه 0.8% الذين اجابو ب (الشيخ محمد حسنات) بنسبة ، ونسبة 12.8% الذين اجابو ب (الا بذكر الله تطمئن القلوب).

حساب كاف تريبع وكان غير دال إحصائيا 0.135% لأن مستوى الدلالة أكبر من 0.05% بمعنى وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا المبحوث الصفحات الدينية الأكثر متابعة عبر الفيسبوك ان نسبة يستخدمون الصفحات الدينية التي يتابعها عبر الفيسبوك.

المحور الثاني: تحليل دوافع استخدام الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري

1- ماهي أهم الإشاعات التي حققتها لك الاطلاع على المضامين الدينية عبر فيسبوك؟

الجدول رقم (9): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة و حسب الإشاعات المحققة

من الاطلاع على المضامين الدينية عبر الفيسبوك .

المجموع	ما هي الاشاعات التي حققتها لك الاطلاع على المضامين الدينية عبر فيسبوك؟			المتغيرات		
	لتواصل وتفاعل مع المجتمع الديني	لتوعية الدينية	لاكتساب معرفة دينية			
34	4	8	22	التكرار	ذكر	الجنس
27.2%	3.2%	6.4%	17.6%	النسبة المئوية		
91	7	31	53	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	5.6%	24.8%	42.4%	النسبة المئوية		
125	11	39	75	التكرار		المجموع
100%	8.8%	31.2%	60%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2		قيمة كا ² المحسوبة =1.520				
النتيجة = غير دال		الدلالة الإحصائية=1.543				
76	5	23	48	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	4%	18.4%	38.4%	النسبة المئوية		
49	6	16	27	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
39.2%	4.8%	12.8%	21.6%	النسبة المئوية		
125	11	39	75	التكرار		المجموع
100%	8.8%	31.2%	60%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2		قيمة كا ² المحسوبة = 1.464				
النتيجة = غير دال		الدلالة الإحصائية=0.481				
0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	0%	%0	0%	النسبة المئوية		
4	1	3	0	التكرار	متوسط	المجموع
3.2%	0.8%	2.4%	0%	النسبة المئوية		
14	5	1	8	التكرار	ثانوي	المجموع
11.2%	4%	0.8%	6.4%	النسبة المئوية		
107	5	35	67	التكرار	جامعي	المجموع
85.6%	4	28%	53.6%	نسبة المئوية		
25	11	39	75	التكرار		المجموع
100%	8.8%	31.2%	60%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4		قيمة كا ² المحسوبة =22.464				
النتيجة = غير دالة		الدلالة الإحصائية=0.000				

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) المبني اعلاه ان نسبة توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة وحسب الإشباعات المحققة من الاطلاع على المضامين الدينية عبر الفيسبوك.

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 17.6% نسبة الذكور الذين يكتسبون معرفة دينية بتكرار 22 مفردة ، تليها 6.4 % نسبة الذين يكتسبون توعية دينية بتكرار 8 مفردات ، و تليها 3.2% نسبة الذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني بتكرار 4 مفردات من العينة.

أما 42.4% بالنسبة للإناث الذين يكتسبون معرفة دينية بتكرار 53 مفردة ، تليها 24.8% نسبة الذين يكتسبون توعية دينية بتكرار 31 مفردة ، و تليها 5.6% نسبة الذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني بتكرار 7 مفردة من العينة .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 1.543 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و الاشباعات المحققة على الفيسبوك.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 38.4 % نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يكتسبون معرفة دينية بتكرار 48 مفردة ، و 18.4% الذين يكتسبون توعية دينية بتكرار 23 مفردة ، وتليها 4 % الذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني بتكرار 5 من العينة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 21.6% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يكتسبون معرفة دينية بتكرار 27 مفردة ، و 12.8% الذين يكتسبون توعية دينية بتكرار 16 مفردة ، وتليها 4.8 % الذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني بتكرار 6 من العينة

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 481 . 0 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير للمبحوث الاشباعات المحققة على الفيسبوك الديني عبر فيسبوك .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يكتسبون معرفة دينية بتكرار 0 مفردات، و 0% الذين يكتسبون توعية دينية بتكرار 0 مفردة ، وتليها 0% الذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني تكرار 0 من العينة .

في حين تمثل 0% نسبة للمستوى (متوسط) اللذين يكتسبون معرفة دينية بتكرار 0 مفردة ، و 2.4% الذين يكتسبون توعية دينية بتكرار 3 مفردة ، و نسبة 0.8 % الذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني بتكرار 1 مفردة .

المستوى (ثانوي) تمثل نسب 6.4 % بتكرار 8 مفردات اللذين يكتسبون معرفة دينية و نسبة 0.8 % يكتسبون توعية دينية بتكرار 1 مفردة . فتمثلت 4% الذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني بتكرار 5 مفردة .

تمثل نسبة 53.6 % للمستوى (جامعي) الذين يكتسبون معرفة دينية بتكرار 67 مفردة ، و 28 % يكتسبون توعية دينية بتكرار 35 مفردة ، و نسبة 4 % اللذين التواصل و تفاعل مع المجتمع الديني بتكرار 5 مفردات .

وتم حساب كاف ترييع و كان كان غير دال إحصائيا لأن الدلالة الإحصائية تساوي 0 أقل من 0.05 بمعنى لا توجد دلالة إحصائية أي لا توجد علاقة إرتباطية بين متغير المستوى التعليمي للمبحوث و للمبحوث الاشباعات المحققة على الفيسبوك الديني عبر فيسبوك .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذي جنسهم أنثى و جامعيين يتعرضون للمحتوى الديني بشكل أكبر و بمعدل يومي، و هذا راجع لاستعمالهم اليومي و تصفحهم لمختلف الصفحات على الفيسبوك وإن أغلب الذين سنهم من 18 إلى 25 سنة يتابعون المحتويات الدينية عبر الفيسبوك من خلال اكتساب معرفة دينية، وهذا راجع لكونه تحقق إشباعات من خلال إطلاع على مضامين دينية عبر الفيسبوك . إلى ان المرأة المسلمة بحاجة إلى معرفة تعاليم دينها الإسلامي لتكون قادرة على تطبيقها في حياتها اليومية. المضامين الدينية عبر الفيسبوك تجعلها تشعر بالراحة النفسية و يقوي الإيمان. و ينمخ العديد من الفوائد الدينية و النفسية و الاجتماعية.

2- هل تعتقد أن موقع الفيسبوك يلبي احتياجاتك و رغباتك في هذه المحتويات؟
الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات و حسب اعتقادهم ان موقع الفيسبوك يلبي احتياجاتهم رغباتهم في هذه المحتويات.

المجموع	هل تعتقد ان موقع الفيسبوك يلبي احتياجاتك و رغباتك في هذه المحتويات؟			المتغيرات		
	أحيانا	لا	نعم			
34	13	0	21	التكرار	ذكر	الجنس
27.2%	10.4%	0%	16.8%	النسبة المئوية		
91	42	10	39	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	33.6%	8%	31.2%	النسبة المئوية		
125	55	10	60	التكرار		المجموع
100%	44%	8%	28%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2			قيمة كا ² المحسوبة =5.932			
النتيجة= غير دال			الدلالة الإحصائية=0.051			
76	35	6	35	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	28%	4.8%	28%	النسبة المئوية		
49	20	4	25	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
39.2%	16%	3.2%	20%	النسبة المئوية		
125	55	10	60	التكرار		المجموع
100%	44%	8%	48%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2			قيمة كا ² المحسوبة =0.342			
النتيجة= غير دال			الدلالة الإحصائية=0.342			
0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	1	1	2	التكرار	متوسط	ثانوي
3.2%	0.8%	0.8%	1.6%	النسبة المئوية		
14	4	1	9	التكرار	جامعي	المجموع
11.2%	3.2%	0.8%	7.2%	النسبة المئوية		
107	50	8	49	التكرار		المجموع
85.6%	40%	6.4%	39.2%	نسبة المئوية		
125	55	10	60	التكرار		المجموع
100%	44%	8%	48%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4			قيمة كا ² المحسوبة =3.647			
النتيجة= غير دال			الدلالة الإحصائية=0,456			

الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات وحسب اعتقادهم ان موقع الفيسبوك يلبي احتياجاتهم رغباتهم في هذه المحتويات

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 16.8% نسبة الذكور الذين يجيبون (نعم) بتكرار 21 مفردة ، و تليها 0 % نسبة الذين يجيبون (لا) بتكرار 0 مفردة من العينة ، وتليها 10.4% الذين اجابو (أحيانا) في حين تمثلت 31.2% بالنسبة للإناث الذين اجابو ب (نعم) بتكرار 39 مفردة ، تليها 8 % نسبة الذين اجابو ب (لا) بتكرار 10 مفردة من العينة ، و تليها 33.6% نسبة الذين اجابو ب (أحيانا) بتكرار 42 مفردة .

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.051 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و وقت استعماله للوسيلة على الفيسبوك.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 28% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) بتكرار 35 مفردة ، و 4.8 % الذين يجيبون ب (لا) بتكرار 6 مفردات ، وتليها 28 % الذين يجيبون ب (أحيانا) بتكرار 35 مفردة من العينة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 20 % نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) بتكرار 25 مفردة ، و 3.2% الذين يجيبون (لا) بتكرار 4 مفردة ، وتليها 16 % الذين يجيبون ب (أحيانا) بتكرار 20 مفردة من العينة .

و تم حساب كاف ترييع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.342 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث و تلبية حاجات و رغبات في المحتويات الدينية .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يجيبون ب (لا) بتكرار 0 مفردة ، وتليها 0% الذين يجيبون (أحيانا) بتكرار 0 من العينة. في حين تمثل 1.6% نسبة للمستوى (متوسط) اللذين ب (نعم) بتكرار 2 مفردات ، و 0.8 % بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون (لا) ، و نسبة 0.8 % بتكرار 1 مفردة اللذين يجيبون ب (أحيانا) .

المستوى (ثانوي) تمثل نسب 7.2% بتكرار 9 مفردات ، اللذين يجيبون ب (نعم) و نسبة 0.8 % بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون ب (لا) و نسبة 3.2% بتكرار 4 الذين يجيبون (أحيانا) . فتمثلت 39.2% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) بتكرار 49 مفردة ، و 6.4 % بتكرار 8 مفردة الذين يجيبون ب (لا) ، و نسبة 40% بتكرار 50 مفردة اللذين يجيبون (أحيانا) .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.456 و هي أكبر من 0.05، و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث و مدى تحقيق موقع الفيسبوك لاحتياجاتهم و رغباتهم من هذه المحتويات

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين مستوهمم التعليمي جامعي يعتقدون ان موقع الفيسبوك قد حقق فعلا احتياجاتهم و لبي رغباتهم من المحتويات الدينية، و هذا راجع لزيادة الوعي و النضوج الفكري و المعرفي الذي يحضى به المبحوثين ذوي المستوى الجامعي الذي يجعلهم يستطيعون التفريق بين المحتويات الموجودة و درجة صحتها، فالفيسبوك من أكثر المنصات انتشارا في العالم و يتيح للمستخدمين الوصول إلى كمية هائلة من المحتوى الديني من مختلف المصادر، كما ان الفيسبوك يتيح للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض و مشاركة أفكارهم حول الأمور الدينية، مما يساعد على تعزيز المعرفة الدينية.

3- هل تنشر مواضيع دينية على صفحتك في الفيسبوك؟

الجدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حسب نشرهم للمواضيع الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك.

المجموع	هل تنشر مواضيع دينية على صفحتك في الفيسبوك ؟		المتغيرات		
	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
34	5	29	التكرار	ذكر	
27.2%	4%	23.2%	النسبة المئوية		
91	18	73	التكرار	أنثى	
72.8%	14.4%	58.4%	النسبة المئوية		
125	23	102	التكرار	المجموع	
100%	18.4%	81.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1		قيمة كا ² المحسوبة =0.424			
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية=0.515			
76	13	63	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	10.4%	50.4%	النسبة المئوية		
49	10	39	التكرار	من 26 الي 45	
39.2%	8%	31.2%	النسبة المئوية		
125	23	102	التكرار	المجموع	
100%	18.4%	81.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1		قيمة كا ² المحسوبة = 0.216			
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية=0.642			
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	1	3	التكرار	متوسط	
3.2%	0.8%	24%	النسبة المئوية		
14	1	13	التكرار	ثانوي	
11.2%	0.8%	10.4%	النسبة المئوية		
107	21	86	التكرار	جامعي	
85.6%	16.8%	68.8%	نسبة المئوية		
125	23	102	التكرار	المجموع	
100%	18.4%	81.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2		قيمة كا ² المحسوبة =1.405			
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية= 0.495			

الجدول رقم (11): يبين توزيع أفراد العينة حسب نشرهم للمواضيع الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 23.2% نسبة الذكور الذين يجيبون (نعم) بتكرار 29 مفردة، و تليها 4% نسبة الذين يجيبون ب(لا) بتكرار 5 مفردة من العينة، 58.4% بالنسبة للإناث الذين اجابو ب (نعم) بتكرار 73 مفردة، تليها 14.4% نسبة الذين اجابو ب (لا) بتكرار 18 مفردة من العينة .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.551 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و حسب نشرهم للمواضيع الدينية على صفحاتهم على الفيسبوك.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 50.4% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) بتكرار 63 مفردة، و 10.4% الذين يجيبون ب (لا) بتكرار 13 مفردات.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 31.2% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) بتكرار 39 مفردة، و 8% الذين يجيبون (لا) بتكرار 10 مفردة .

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.216 . أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث و تلبية حاجات و رغبات في المحتويات الدينية .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) بتكرار 0 مفردات، و 0% الذين يجيبون ب (لا) بتكرار 0 مفردة، في حين تمثل 24% نسبة للمستوى (متوسط) الذين ب (نعم) بتكرار 3 مفردات، و 0.8% بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون (لا) . و المستوى (ثانوي) تمثل نسب 10.4% بتكرار 13 مفردة، الذين يجيبون ب(نعم) و نسبة 0.8% بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون ب(لا).

فتمثلت 68.6% نسبة للمستوى (جامعي) الذين يجيبون (نعم) بتكرار 86 مفردة، 16.8% بتكرار 21 مفردة الذين يجيبون ب(لا) .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.495 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث و تلبية حاجات و رغبات في المحتويات الدينية من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين مستواهم التعليمي جامعي يعتقدون ان موقع الفيسبوك قد يلبي احتياجاتهم و لبي رغباتهم من المحتويات الدينية، و هذا راجع لزيادة الوعي و النضوج الفكري و المعرفي الذي يحضى به المبحوثين ذوي المستوى الجامعي الذي يجعلهم يستطيعون التفريق بين المحتويات الموجودة و درجة صحتها، فالفيسبوك من أكثر المنصات انتشارا في العالم و يتيح للمستخدمين الوصول إلى كمية هائلة من

المحتوى الديني من مختلف المصادر، كما ان الفيسبوك يتيح للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض و مشاركة أفكارهم حول الأمور الدينية، مما يساعد على تعزيز المعرفة الدينية.

النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
81.6%	102	نعم
18.4%	23	لا
100%	125	المجموع

يوضح الجدول السابق النتائج المتحصل عليها حول قيام المبحوث بنشر مواضيع دينية على صفحته في الفيسبوك، فوجدنا ان:

أغلب المبحوثين أي بنسبة 81.6% أجابوا بنعم بأي انهم يساهمون في نشر المواضيع الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك، بمقابل وجدنا 18.4% من المبحوثين أي ما يعادل 23 مفردة، أجابوا بلا أي أنهم لا ينشرون مواضيع دينية على صفحاتهم في الفيسبوك.

- إذا كانت الإجابة ب "نعم" فما هي هذه المواضيع و ما هو دافع الذي يجعلك تنشر عبر الفيسبوك من خلال تحليل ردود المبحوثين، نستطيع ان نستنتج أن هناك دوافع رئيسية لنشر المحتوى الديني على فيسبوك، وهي:

1. التوعية الدينية ونشر المعرفة: يعد هذا الدافع الأكثر شيوعاً، حيث يسعى العديد من المستخدمين إلى نشر المعلومات الدينية الصحيحة بين أصدقائهم ومتابعيهم. تشمل هذه المعلومات: آيات القرآن الكريم، والأحاديث النبوية الشريفة، وفتاوى العلماء، وقصص الأنبياء والصحابة، والمواضيع التوعوية في مختلف المجالات الدينية. يهدفون من خلال ذلك إلى نشر الفهم الصحيح للدين الإسلامي وتصحيح المفاهيم الخاطئة، وتعزيز الوازع الديني لدى الناس.

2. كسب الأجر والثواب: يعتقد الكثير من المسلمين أن نشر المحتوى الديني على فيسبوك يُعدّ صدقة جارية، وأنهم سيُكافأون على ذلك من الله تعالى. يُحفّزهم هذا الدافع على مشاركة المعلومات الدينية مع أكبر عدد ممكن من الأشخاص، حتى بعد وفاتهم.

3. التذكير وتقوية الإيمان: يستخدم فيسبوك كوسيلة لتذكير الناس بأوامر الله تعالى ونواهيه، ولتقوية إيمانهم وتثبيت قلوبهم.

ينشر العديد من المستخدمين مقاطع فيديو للقرآن الكريم والأحاديث النبوية، وخواطر دينية، وقصص تهدف إلى تعزيز الإيمان بالله تعالى.

4. نشر القيم الحميدة: يسعى بعض المستخدمين إلى نشر القيم الحميدة التي يدعو إليها الإسلام، مثل: الصدق، والأمانة، والصبر، والتسامح، والبر بالوالدين، والاحترام. ساهم هذه القيم في بناء مجتمع أفضل وأكثر إنسانية.
 5. مشاركة المعرفة والتجارب: تشارك بعض المستخدمين تجاربهم الدينية الشخصية مع أصدقائهم ومتابعيهم، بهدف إلهمهم وتشجيعهم على الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي. قد تشمل هذه التجارب مشاركة قصص عن كيفية تغلبهم على الصعاب، أو كيف وجدوا السعادة في الدين، أو كيف استفادوا من تطبيق تعاليم الإسلام في حياتهم.
 6. التعليق على الأحداث الجارية: يستخدم بعض المستخدمين فيسبوك لنشر تعليقاتهم الدينية على الأحداث الجارية، أو لمناقشة القضايا الاجتماعية من منظور إسلامي. يساعد ذلك على نشر الوعي الديني وتعزيز القيم الإسلامية في المجتمع.
 7. التواصل مع الآخرين: يعد فيسبوك منصة مناسبة للتواصل مع المسلمين من مختلف أنحاء العالم، ومشاركة الأفكار والخبرات الدينية معهم. يساعد هذا التواصل على بناء العلاقات الاجتماعية وتعزيز الشعور بالانتماء إلى المجتمع الإسلامي.
- بشكل عام، تُظهر تحليلات ردود المبحوثين أن نشر المحتوى الديني على فيسبوك يعد ظاهرة إيجابية تساهم في نشر المعرفة الدينية وتعزيز القيم الإسلامية.

2- إذا كانت الإجابة ب "لا" فلماذا؟

- من خلال تحليل ردود المبحوثين الذين ذكروا أنهم لا ينشرون محتوى دينيًا على فيسبوك، يمكنني استخلاص بعض الأسباب الرئيسية لعدم القيام بذلك، وهي:
1. الخوف من ارتكاب الأخطاء: يخشى بعض الأشخاص من نشر معلومات دينية غير صحيحة أو مضللة، خاصةً مع انتشار المعلومات الخاطئة على وسائل التواصل الاجتماعي. يعتقدون أن نشر المحتوى الديني يتطلب معرفة وخبرة دينية عالية، وأنهم قد لا يكونون مؤهلين لذلك.
 2. قلة التفاعل: لاحظ بعض المستخدمين أن المنشورات الدينية لا تحظى بنفس مستوى التفاعل من قبل المتابعين مثل المنشورات الأخرى، مثل المنشورات السياسية أو الترفيهية. قد يربطون ذلك ويثبطهم عن الاستمرار في نشر المحتوى الديني.
 3. وجود مصادر أفضل لنشر المعرفة الدينية: يرى بعض الأشخاص أن هناك مصادر أفضل لنشر المعرفة الدينية، مثل: الكتب، والمواقع الإلكترونية المتخصصة، والبرامج التلفزيونية الدينية. يعتقدون أن فيسبوك ليس المنصة المثالية لنشر هذا النوع من المحتوى.
 4. عدم الاهتمام الشخصي: لا يهتم بعض الأشخاص بنشر المحتوى الديني على فيسبوك لأسباب شخصية، مثل: عدم اهتمامهم بالمواضيع الدينية بشكل عام، رغبة في الحفاظ على خصوصيتهم، و الخوف من التعرض للانتقاد أو السخرية من قبل الآخرين.
 5. أسباب أخرى: ذكر بعض المبحوثين أسبابًا أخرى لعدم نشرهم محتوى دينيًا على فيسبوك، مثل:

- ضيق الوقت.
 - عدم امتلاك المعرفة الكافية.
 - عدم وجود محتوى مناسب لمشاركته.
- بشكل عام، تظهر تحليلات ردود المبحوثين أن هناك العديد من الأسباب التي تمنع بعض الأشخاص من نشر المحتوى الديني على فيسبوك.

4- لماذا تتابع المحتويات الدينية على الفيسبوك خاصة؟

الجدول رقم (12): يبين توزيع افراد العينة حسب متغيرات وسبب متابعة المحتويات الدينية على الفيسبوك خاصة.

المجموع	لماذا تتابع المحتويات الدينية على الفيسبوك خاصة؟					المتغيرات		
	أخرى	اتباع نصائح دينية بطريقة جيدة	تمسك بالعقيدة	معرفة الدعاة	تزويد بثقافات الدينية	التكرار	ذكر	الجنس
34	0	7	10	1	16	التكرار	ذكر	
27.2%	0%	5.6%	8%	0.8%	12.8%	النسبة المئوية		
91	2	21	20	3	45	التكرار	أنثى	
72.8%	1.6%	16.8%	16%	2.4%	36%	النسبة المئوية		
125	2	28	30	4	61	التكرار	المجموع	
100%	1.6%	22.4%	24%	3.2%	48.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4	قيمة كا ² المحسوبة = 1.424							
النتيجة = غير دال	الدلالة الإحصائية=0.840							
76	1	19	16	3	37	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	0.8%	15.2%	12.8%	2.4%	29.6%	النسبة المئوية		
49	1	9	14	1	24	التكرار	من 26 إلى 45	
39.2%	0.8%	7.2%	11.2%	0.8%	19.2%	النسبة المئوية		
125	2	28	30	4	61	التكرار	المجموع	
100%	1.6%	22.4%	24%	3.2%	48.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4	قيمة كا ² المحسوبة = 1.724							
النتيجة = غير دال	الدلالة الإحصائية=0.783							
0	0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	0	1	1	1	1	التكرار	متوسط	
3.2%	0%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	النسبة المئوية		
14	0	2	6	1	5	التكرار	ثانوي	
11.2%	0%	1.6%	4.8%	0.8%	4%	النسبة المئوية		
107	2	25	23	2	55	التكرار	جامعي	
85.6%	1.6%	20%	18.4%	1.6%	44%	نسبة المئوية		
125	2	28	30	4	61	التكرار	المجموع	
100%	1.6%	22.4%	24%	3.2%	48.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=8	قيمة كا ² المحسوبة = 11.477							
النتيجة = غير دال	الدلالة الإحصائية=0.176							

الجدول أعلاه: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير على صفحتهم في الفيسبوك بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 12.8% نسبة الذكور الذين يتابعون المحتويات الدينية لتزويد بثقافة دينية بتكرار 16 مفردة ، وتليها 0.8% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة بتكرار 1 فردة من العينة ، 8% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لتمسك بالعقيدة بتكرار 10 مفردات من العينة. 5.6% بنسبة للذين يتابعون النصائح الدينية بطريقة جيدة بتكرار 7 مفردات ، 0% نسبة الذين لديهم خيارات اخرى في متابعتهم للمحتويات الدينية بتكرار 0 مفردة من العينة .

اما 36% بالنسبة للإناث الذين يتابعون المحتويات الدينية لتزويد بالثقافة الدينية بتكرار 45 مفردة ، تليها 2.4% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة بتكرار 3 مفردة من العينة . اما 16% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لتمسك بالعقيدة بتكرار 20 تليها 16.8% نسبة الذين يتابعون النصائح الدينية بطريقة جيدة بتكرار 21 وتليها 1.6% نسبة الذين لديهم خيارات اخرى في متابعتهم للمحتويات الدينية بتكرار 2 من المفردات .

اما بالنسبة لسن فتمثل 29.6% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) يتابعون المحتويات الدينية لتزويد بالثقافة الدينية بتكرار 37 مفردة ، و 2.4% يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة بتكرار 3 مفردات. و 12.8% بالنسبة للذين يتابعون المحتويات الدينية لتمسك بالعقيدة بتكرار 16 مفردة ، و 15.2% نسبة الذين يتابعون النصائح الدينية بطر بتكرار يقة جيدة بتكرار 19 مفردة . و 0.8% نسبة الذين لديهم خيارات اخرى في متابعتهم للمحتويات الدينية .

تليها لمتغير السن فتمثل 19.2% بالنسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يتابعون المحتويات الدينية لتزويد بثقافة دينية بتكرار 37 مفردة ، و 0.8% الذين يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة بتكرار 1 مفردة . تليها 11,2% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لتمسك بالعقيدة بتكرار 14 مفردة . و 7.2% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية بطريقة جيدة بتكرار 9 مفردات . 0.8% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لخيارات اخرى بتكرار 1 مفردة .

وتم حساب كاف ترييع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.783 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث و تلبية حاجات و رغبات في المحتويات الدينية .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يتابعون المحتويات الدينية لتزود بالثقافة الدينية بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة بتكرار 0 مفردة ، و 0%

الذين يتابعون المحتويات الدينية للتمسك بالعقيدة بتكرار 0 مفردة . و 0% الذين يتابعون المحتويات الدينية بطريقة جيدة بتكرار 0 مفردة و 0% الذين يتابعون المحتويات الدينية لخيارات اخرى بتكرار 0 مفردة في حين تمثل 0.8% نسبة للمستوى (متوسط) للذين يتابعون المحتويات الدينية لتزود بالثقافة الدينية بتكرار 1 مفردة ، 0.8 الذين يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة بتكرار 1 مفردة. 0.8% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية للتمسك بالعقيدة الدينية بتكرار 1 مفردة. 0.8% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية ب بتكرار 1 مفردة. طريقة جيدة بتكرار 1 مفردة . 0% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لخيارات متعددة بتكرار 0 مفردة . و المستوى (ثانوي) تمثل نسب 4% للذين يتابعون المحتويات الدينية لتزود بالثقافة الدينية بتكرار 5 مفردة ، ونسبة 0.8% الذين يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة بتكرار 1 مفردة. 0.8% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية للتمسك بالعقيدة بتكرار 1 مفردة 4.8% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية بطريقة جيدة بتكرار 6 مفردة. 1.6% نسبة يتابعون المحتويات الدينية بطريقة جيدة بتكرار 1 مفردة . 0% نسبة الذين يتابعون المحتويات الدينية لخيارات متعددة بتكرار 0 مفردة . .

فتمثلت 44. % نسبة للمستوى (جامعي) بتكرار 55 مفردة الذين يتابعون (المحتويات الدينية لتزود بالثقافة الدينية)، 1.6 % بتكرار 2 مفردات (يتابعون المحتويات الدينية لمعرفة الدعوة)، 18.4% الذين يتابعون (المحتويات الدينية للتمسك بالعقيدة) بتكرار 23 مفردة .نسبة 20% الذين (يتابعون المحتويات الدينية بطريقة جيدة) بتكرار 25 مفردة % 1.6 نسبة الذين يتابعون (المحتويات الدينية لخيارات متعددة) بتكرار 2 مفردة . . تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.176 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث و متابعة المحتويات الدينية .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين مستوهمم التعليمي جامعي يعتقدون ان موقع الفيسبوك قد يلبي احتياجاتهم و لبي رغباتهم من المحتويات الدينية، و هذا راجع لزيادة الوعي و النضوج الفكري المعرفي الذي يحضى به المبحوثين ذوي المستوى الجامعي الذي يجعلهم يستطيعون التفريق بين المحتويات الموجودة و درجة صحتها، والفيسبوك من أكثر المنصات انتشارا في العالم و يتيح للمستخدمين الوصول إلى كمية هائلة من المحتوى الديني من مختلف المصادر، كما ان الفيسبوك يتيح للمستخدمين التفاعل مع بعضهم البعض و مشاركة أفكارهم حول الأمور الدينية، مما يساعد على تعزيز المعرفة الدينية.

5_ هل تقبل طلبات الصداقة للمجموعات الدينية؟

الجدول رقم (13): يبين توزيع الأفراد حسب متغيرات ومدى قبولهم لطلبات الصداقة للمجموعات الدينية

المجموع	هل تقبل طلبات الصداقة للمجموعات الدينية ؟		المتغيرات		
	لا	نعم			
34	1	33	التكرار	ذكر	الجنس
27.2%	0.8%	26.4%	النسبة المئوية		
91	19	72	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	15.2%	57.6%	النسبة المئوية		
125	20	105	التكرار		المجموع
100%	16%	84%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة =5.926				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.15				
76	13	63	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	10.4%	50.4%	النسبة المئوية		
49	7	42	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
39.2%	5.6%	33.6%	النسبة المئوية		
125	49	105	التكرار		المجموع
100%	39.2%	84%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة = 0.176				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.675				
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	النسبة المئوية		
4	1	3	التكرار	متوسط	ثانوي
3.2%	0.8%	2.4%	النسبة المئوية		
14	1	13	التكرار	جامعي	المجموع
11.2%	0.8%	10.4%	النسبة المئوية		
107	18	89	التكرار		المجموع
85.6%	14.4%	71.2%	نسبة المئوية		
125	20	105	التكرار		المجموع
100%	16%	84%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة ك ² المحسوبة = 1.112				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.573				

الجدول أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات من ومدى قبولهم لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل % 26.4 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية تكرر 33 مفردة ، و تليها 0.8 % نسبة الذين يجيبون ب(لا) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 1 مفردة من العينة .

57.6% بالنسبة للإناث الذين اجابو ب (نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 72 مفردة . لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية ، تليها 15.2 % نسبة الذين اجابو ب (لا) بتكرار 19 مفردة من العينة لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية .

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.15 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و حسب قبولهم لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل % 50.4 نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 63 مفردة ، و 10.4 % الذين يجيبون ب (لا) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 13 مفردات.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 33.6 % نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 42 مفردة ، و 5.6 % الذين يجيبون (لا) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 13 مفردة .

وتم حساب كاف تربيع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.675 . أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث و تلبية حاجات و رغبات في المحتويات الدينية .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0 % نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يجيبون ب (لا) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 0 مفردة ،

2.4 % نسبة للمستوى (متوسط) للذين ب (نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 3 مفردات، و 0.8 % بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون (لا) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية .

و المستوى (ثانوي) تمثل نسب 10.4 % بتكرار 13 مفردة ، للذين يجيبون ب(نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية و نسبة 0.8 % بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون ب(لا). لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية.

فتمثلت 71% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية بتكرار 89 مفردة، 14.4% بتكرار 18 مفردة الذين يجيبون ب(لا) لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية. تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائياً لأن مستوى الدلالة بلغت 0.573 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين المستوى العلمي المبحوث ولقبوهم لطلبات الصداقة من المجموعات الدينية.

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين جنسهم أنثى يقبلون طلبات الصداقة للمجموعات الدينية ويبدو أن الإناث في هذه الفئة العمرية يظهرن اهتماماً بالمشاركة في المجموعات الدينية على منصات التواصل الاجتماعي. قد يكون لديهن رغبة في الانخراط في مجتمعات دينية عبر الإنترنت لتبادل المعرفة الدينية أو الدعم الروحي.

المحور الثالث : تحليل مدى الاعتماد على الفيسبوك في التزويد بالمعلومات الدينية .

1- هل أنشأت صفحة دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها؟

الجدول رقم (14): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات و إذا قاموا بإنشاء صفحة دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها.

المجموع	هل أنشأت صفحة دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها؟		المتغيرات		
	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
34	24	10	التكرار	ذكر	
27.2%	19.2%	8%	النسبة المئوية		
91	76	15	التكرار	أنثى	
72.8%	60.8%	12 %	النسبة المئوية		
125	100	25	التكرار	المجموع	
100%	80%	20%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1		قيمة كا ² المحسوبة = 2.586			
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية=0.108			
76	62	14	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	49.6%	11.2%	النسبة المئوية		
49	38	11	التكرار	من 26 الي 45	
39.2%	30.4%	8.8%	النسبة المئوية		
125	100	25	التكرار	المجموع	
100%	80%	20%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1		قيمة كا ² المحسوبة = 0.302			
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية=0.583			
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	النسبة المئوية		
4	1	3	التكرار	متوسط	
3.2%	0.8%	2.4%	النسبة المئوية		
14	8	6	التكرار	ثانوي	
11.2%	6.4%	4.8%	النسبة المئوية		
107	91	16	التكرار	جامعي	
85.6%	72.8%	12.8%	نسبة المئوية		
125	100	25	التكرار	المجموع	
100%	80%	20%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2		قيمة كا ² المحسوبة = 13.837			
النتيجة= غير دال		الدلالة الإحصائية=0.001			

الجدول أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات وإذا قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 8% نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) قاموا بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها تكرر مفردة ، و تليها . 19% نسبة الذين يجيبون ب(لا) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار مفردة من العينة .

12% بالنسبة الإناث الذين أجابوه ب (نعم) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 15، تليها. 60.8% نسبة الذين أجابو ب (لا) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار مفردة من العينة.

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.108 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و حسب قيامهم بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 11.2% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25سنة) الذين يجيبون ب (نعم) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار مفردة ، و 49.6% الذين يجيبون ب (لا) يقومون بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 62 مفردة بالنسبة لمتغير السن فتمثل 8.8% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45سنة) الذين يجيبون (نعم) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 11 مفردة ، و 38% الذين يجيبون (لا) وإذا قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 49 مفردة.

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.583 . أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث وقيامهم بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يجيبون ب (لا) يقومون بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 0 مفردة ، في حين تمثل 2.4% نسبة للمستوى (متوسط) اللذين ب (نعم) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 3 مفردات ، و 0.8% بتكرار مفردة الذين يجيبون (لا). يقومون بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها .

المستوى (ثانوي) تمثل نسب 4.8% بتكرار مفردة ، اللذين يجيبون ب(نعم) يقومون بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها . و نسبة 6.4% بتكرار مفردة الذين يجيبون ب(لا). يقومون بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها .

12.8% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) يقومون بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 16 مفردة ، 72.8% بتكرار 91 مفردة الذين يجيبون (لا) يقومون بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها .

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.001 و هي اقل من 0.05 و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث وقيامهم بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين لهم مستوى جامعي لا يقومون بفتح وإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك بنشر المعلومات عليها. وهو ما يظهر عدم ميل الأفراد الذين لهم مستوى جامعي إلى فتح وإنشاء صفحات دينية على فيسبوك و يمكن ارجاه هذا لعدم ميل هاته الفئة إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات الدينية كما قد يعود لتفضيلهم الحفاظ على الخصوصية و عدم الاهتمام بمشاركة الدين عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.

2- هل تقوم بإبداء الإعجاب حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك؟
الجدول رقم (15): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات وحسب تفاعلهم حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك؟

المجموع	هل تقوم بتفاعل حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك؟؟			المتغيرات		
	أحيانا	لا	نعم			
34	2	11	21	التكرار	ذكر	الجنس
%27.2	%1.6	%8.8	16.8%	النسبة المئوية		
91	0	46	45	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	0%	36.8%	36.8%	النسبة المئوية		
125	2	57	66	التكرار		المجموع
100%	1.6%	45.6%	52.8%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة ك ² المحسوبة =7.861					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.020					
76	1	37	38	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	0.8%	%29.6	%30.4%	النسبة المئوية		
49	1	20	28	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
%39.2	0.8%	%16	%22.4	النسبة المئوية		
125	2	57	66	التكرار		المجموع
100%	1.6%	%45.6	%52.8	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة ك ² المحسوبة = 0.790					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0674					
0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	0%	%0	0%	النسبة المئوية		
4	1	0	3	التكرار	متوسط	المستوى التعليمي
%3.2	0.8%	%0	%2.4	النسبة المئوية		
14	1	2	11	التكرار	ثانوي	المستوى التعليمي
%11.2	0.8%	%1.6	%8.8	النسبة المئوية		
107	0	55	52	التكرار	جامعي	المجموع
%85.6	0%	%40	%41.6	نسبة المئوية		
125	2	57	66	التكرار		المجموع
100%	1.6%	%45.6	%52.8	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4	قيمة ك ² المحسوبة =26.206					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.00					

الجدول أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات وحسب تفاعلهم حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %16.8 نسبة الذكور الذين يجيبون ب (نعم) قاموا بالتفاعل حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك . 21 بتكرار مفردة ، و تليها . %8.8 نسبة الذين يجيبون ب(لا) (يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك بتكرار 11 مفردة من العينة ، و %1.6 نسبة الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 2 مفردات من العينة .

%36.8 بالنسبة للإناث الذين اجابوه ب (نعم) قاموا بالتفاعل حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك بتكرار 45 مفردة ، تليها %36.8 نسبة الذين اجابو ب (لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك بتكرار 46 مفردة من العينة. و %0 من الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 0 مفردة .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.020 و هي اقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و حسب الذين يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل %30.4 نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 38 مفردة ، و %29.6 الذين يجيبون ب (لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة . تكرار 37 مفردة . و %0.8 نسبة الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل %22.4 نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 28 مفردة ، و %16 الذين يجيبون (لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 20 مفردة . و %0.8 الذين يجيبون ب أحيانا يقومون بالتفاعل مع المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة . وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.674 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث بالتفاعل مع المضامين الدينية .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0 % نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) يقومون بالتفاعل مع المضامين الدينية بتكرار 0 مفردات ، و %0 الذين يجيبون ب (لا) يقومون بالتفاعل مع المضامين الدينية 0 مفردة ، %0 نسبة الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 0 مفردة . في حين تمثل %2.4 نسبة للمستوى (متوسط) اللذين ب (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار ب3 ، و %0 الذين يجيبون ب (لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 0 مفردة . %0.8 نسبة الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة .

المستوى (ثانوي) تمثل نسب 8.8% بتكرار 11 مفردة، اللذين يجيبون ب(نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين. و نسبة 1.6% بتكرار 2 مفردة الذين يجيبون ب(لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين. و 0.8% نسبة الذين اجابو ب (أحيانا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة .

فتمثلت 41.6% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 52 مفردة . 40% بتكرار 55 مفردة . الذين يجيبون ب(لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية ، 0% نسبة الذين اجابو ب (أحيانا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 0 مفردة .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.00 و هي أقل من 0.05 و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.020 و هي اقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و حسب الذين يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 30.4% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 38 مفردة ، و 29.6% الذين يجيبون ب (لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة . تكرار 37 مفردة . و 0.8 نسبة الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 22.4% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 28 مفردة ، و 16% الذين يجيبون (لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 20 مفردة . و 0.8 الذين يجيبون ب أحيانا يقومون بالتفاعل مع المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة . وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.674 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير السن للمبحوث بالتفاعل مع المضامين الدينية .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (إبتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) يقومون بالتفاعل مع المضامين الدينية بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يجيبون ب (لا) يقومون بالتفاعل مع المضامين الدينية 0 مفردة ، 0% نسبة الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 0 مفردة .

في حين تمثل 2.4% نسبة للمستوى (متوسط) اللذين ب (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار ب 3 ، و 0% الذين يجيبون ب (لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 0 مفردة . 0.8% نسبة الذين اجابو ب أحيانا يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة .

المستوى (ثانوي) تمثل نسب 8.8% بتكرار 11 مفردة، اللذين يجيبون بـ(نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين، و نسبة 1.6% بتكرار 2 مفردة الذين يجيبون بـ(لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين. و 0.8% نسبة الذين اجابو بـ (أحيانا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 1 مفردة .

فتمثلت 41.6% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 52 مفردة . 40% بتكرار 55 مفردة . الذين يجيبون بـ(لا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية، 0% نسبة الذين اجابو بـ (أحيانا) يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية بتكرار 0 مفردة .

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.00 و هي أقل من 0.05 و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث يقومون بالتفاعل حول المضامين الدينية .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين ينتمون للفئة العمرية من 18 إلى 25 سنة دائما ما يتفاعلون حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك، وهذا راجع لاهتمام الكبير من قبل الشباب في هذه المرحلة العمرية بالمضامين الدينية التي يتم نشرها عبر فيسبوك و يمكن أن يكون هذا التفاعل مرتبطا برغبتهم في تعزيز فهمهم الديني او البحث عن الإلهام و التوجيه الروحي أو الانتماء إلى مجتمعات دينية عبر الفيسبوك.

3- هل تقوم بمشاركة هذه المحتويات مع الأصدقاء للاستفادة منها؟

الجدول رقم (16): يبين توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات وحسب مشاركتهم لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها

المجموع	هل هل تقوم بمشاركة هذه المحتويات مع الأصدقاء للاستفادة منها؟		المتغيرات		
	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
34	4	30	التكرار	ذكر	
27.2%	%3.2	%24	النسبة المئوية		
91	9	82	التكرار	أنثى	
72.8%	7.2%	65.6 %	النسبة المئوية		
125	13	112	التكرار	المجموع	
100%	%10.4	%89.6	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة = 0.093				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.760				
76	10	66	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	%8	%52.8	النسبة المئوية		
49	3	46	التكرار	من 26 الي 45	
%39.2	%2.4	%36.8	النسبة المئوية		
125	13	112	التكرار	المجموع	
100%	10.4%	%89.6	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة = 1.582				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.208				
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	النسبة المئوية		
4	0	4	التكرار	متوسط	
%3.2	%0	%3.2	النسبة المئوية		
14	2	12	التكرار	ثانوي	
%11.2	%1.6	%9.6	النسبة المئوية		
107	11	96	التكرار	جامعي	
%85.6	%8.8	%76.8	نسبة المئوية		
125	13	112	التكرار	المجموع	
100%	%10.4	%89.6	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة ك ² المحسوبة = 0.693				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.707				

الجدول أعلاه يبين توزيع افراد العينة حسب المتغيرات ومشاركتهم لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 24% نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) يشاركوا لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها . بتكرار 30 مفردة ، و تليها . 3.2% نسبة الذين يجيبون ب(لا) يشاركوا لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 4 مفردة من العينة ، .

65.6% بالنسبة للإناث الذين أجابوه ب (نعم) () يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 82 مفردة ، نليها . 7.2% نسبة الذين أجابوه ب (لا) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 9 مفردة من العينة.

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.760 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث الذين يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 52.8% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 66 مفردة من العينة . و 8% الذين يجيبون ب (لا) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 10 مفردة من العينة.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 36.8% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 46 مفردة من العينة . و 2.4% الذين يجيبون (لا) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 3 مفردة من العينة.

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.208 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير وحسب مشاركتهم لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 0 مفردة من العينة . و 0% الذين يجيبون ب (لا) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها.

في حين تمثل 2.3% نسبة للمستوى (متوسط) للذين ب (نعم) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها ، بتكرار 4 مفردة من العينة و 0% الذين يجيبون ب (لا) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 0 مفردة من العينة.

المستوى (ثانوي) تمثل نسبة 9.6% بتكرار مفردة ، للذين يجيبون ب(نعم) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها بتكرار 12 مفردة من العينة . و نسبة 1.6% بتكرار مفردة الذين يجيبون ب(لا) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها .

فتمثلت 76.8% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها ب. 8.8% بتكرار 11 مفردة. الذين يجيبون ب(لا) يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها تم حساب كاف تريبيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.707 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية مع الأصدقاء للاستفادة منها.

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين لهم مستوى جامعي يشاركون لمحتويات الصفحات الدينية على الفيسبوك مع أصدقائهم، و هذا راجع للغربة هاته الفئة لنشر الوعي الديني و تقوية إيمانهم من خلال تشجيع أصدقائهم على قراءة النصوص الدينية و مشاهدة المحاضرات الدينية و مشاركة تجاربهم الإيمانية.

4- هل ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لك؟

الجدول رقم (17): يبين توزيع الافراد حول مساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم

المجموع	5- هل ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لك؟		المتغيرات		
	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
34	3	31	التكرار	ذكر	
27.2%	%2.4	24.8%	النسبة المئوية		
91	7	84	التكرار	أنثى	
72.8%	%5.6	67.2%	النسبة المئوية		
125	10	115	التكرار	المجموع	
100%	%8	%92	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة = 0.43				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية= 0.836				
76	6	70	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	%4.8	%56	النسبة المئوية		
49	4	45	التكرار	من 26 الي 45	
%39.2	%3.2	%36	النسبة المئوية		
125	10	115	التكرار	المجموع	
100%	%8	%92	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة = 0.003				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية= 0.957				
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	النسبة المئوية		
4	0	4	التكرار	متوسط	
%3.2	%0	%3.2	النسبة المئوية		
14	1	13	التكرار	ثانوي	
%11.2	%0.8	%10.4	النسبة المئوية		
107	9	98	التكرار	جامعي	
%85.6	%7.2	%78.4	نسبة المئوية		
125	10	115	التكرار	المجموع	
100%	%8	%92	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة ك ² المحسوبة = 0.386				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية= 0.824				

جدول أعلاه يبين توزيع افراد العينة حسب المتغير وحسب مساهمة المضامين في تشكيل المعارف الدينية لديهم .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 24% نسبة الذكور الميبيون ب (نعم) . بتكرار مفردة ، و تليها 2.4% . نسبة الذين يجيبون ب (لا) تساهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم ، بتكرار 3 مفردة من العينة .
67% بالنسبة للإناث الذين أجابوه ب (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم . بتكرار مفردة تليها 5.6% نسبة الذين أجابوه ب (لا) تساهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 7 مفردات من العينة .

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.836 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 31 مفردة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 56% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 70 مفردة . 4.8% الذين يجيبون ب (لا) تساهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 4 مفردة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 36% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 45 مفردة . و 3.2% الذين يجيبون (لا) تساهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 4 مفردة .

و تم حساب كاف ترييع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.957 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير وحسب ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم . بتكرار 0 مفردة . و 0% الذين يجيبون ب (لا) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم . بتكرار 0 مفردة .

في حين تمثل 3.2% نسبة للمستوى (متوسط) الذين ب (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم . بتكرار 4 مفردات .

0% يجيبون ب (لا) تساهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم . بتكرار 0 مفردة .
المستوى (ثانوي) تمثل نسبة 10.4% بتكرار 113 مفردة ، الذين يجيبون ب (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم و نسبة 0.8% بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون ب (لا) تساهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 1 مفردة .

فتمثلت 78.4% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 98 مفردة. % بتكرار 9 مفردة. الذين يجيبون ب(لا) تساهم المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم. تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.824 وهي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث بكون المضامين الدينية ساهمت في تشكيل المعارف الدينية لهم.

النسبة	التكرار	الخيارات
92%	115	نعم
8%	10	لا
100%	125	المجموع

توضح النتائج المتحصل عليها في الجدول السابق توزيع آراء المبحوثين حول مساهمات المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم، فكانت النتائج:

أغلب أفراد عينة الدراسة ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بنسبة 92% اما النسبة المتبقية 8 % فلا يرون أن المضامين الدينية تساهم في تشكيل معارفهم الدينية.

- إذا كانت الإجابة بنعم فيما تتمثل هذه المعلومات؟

أظهرت تحليلات سابقة أن غالبية المبحوثين ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم وتمثل أغلب المعلومات و المعارف الدينية المشكلة لهم نجدها مقسمة في الفئات التالية:

- المعلومات المتعلقة بالعقيدة:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بالأساسيات الإيمانية للإسلام، مثل أسماء الله وصفاته، والإيمان بالأنبياء والكتب السماوية، واليوم الآخر.

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بالأحكام الشرعية، مثل أحكام الصلاة والصيام والزكاة والحج، والمعاملات المالية، والأخلاقيات.

- السيرة النبوية:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بحياة النبي محمد صلى الله عليه وسلم، وسيرته وأخلاقه، وأقواله وأفعاله.

- التفسير:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بشرح وتفسير آيات القرآن الكريم.

- الأحاديث النبوية:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بأقوال وأفعال النبي محمد صلى الله عليه وسلم.

- الدعاء والأذكار:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بالدعوات والأذكار المأثورة عن النبي محمد صلى الله عليه وسلم.

- قصص الأنبياء:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بحياة الأنبياء والرسل، وعبرهم ودروسهم.

- المواضيع الاجتماعية:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بتطبيق الإسلام على الحياة الاجتماعية، مثل العلاقات الأسرية، والتربية، والاقتصاد.

- المواضيع المعاصرة:

تشمل هذه الفئة المعلومات المتعلقة بتطبيق الإسلام على القضايا المعاصرة، مثل العلم والتكنولوجيا، والبيئة، والسياسة.

5_ هل يوفر الفسيبوك فرصة لمناقشة مواضيع دينية التي لا تناقش مع العائلة؟

الجدول رقم (18): يبين توزع أفراد العينة حسب متغيرات و حسب توفير الفسيبوك فرصة لمناقشة مواضيع دينية لا تناقش مع العائلة

المجموع	هل يوفر الفسيبوك فرصة لمناقشة مواضيع دينية التي لا تناقش مع العائلة؟		المتغيرات		
	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
34	2	32	التكرار	ذكر	
%27.2%	1.6%	%25.6	النسبة المئوية		
91	9	82	التكرار	أنثى	
72.8%	7.2%	65.6%	النسبة المئوية		
125	11	114	التكرار	المجموع	
100%	%8.8	%91.2	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة كا ² المحسوبة =0.495				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.482				
76	7	69	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	%5.6	%55.2	النسبة المئوية		
49	4	45	التكرار	من 26 الي 45	
%39.2	%3.2	%36	النسبة المئوية		
125	11	114	التكرار	المجموع	
100%	%8.8	%91.2	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة كا ² المحسوبة = 0.041				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.840				
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	النسبة المئوية		
4	0	4	التكرار	متوسط	
%3.2	%0	%3.2	النسبة المئوية		
14	3	11	التكرار	ثانوي	
%11.2	%2.4	%8.8	النسبة المئوية		
107	8	99	التكرار	جامعي	
%85.6	%6.4	%79.2	نسبة المئوية		
125	11	114	التكرار	المجموع	
100%	%8.8	%91.2	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة كا ² المحسوبة =3.401				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.183				

الجدول أعلاه 18 يبين توزيع افراد توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة .
 بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %25.6 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) توفر فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة بتكرار 32 مفردة ، و تليها %1.6 نسبة الذين يجيبون ب(لا) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة تكرر 2 مفردة من العينة. %65.6
 بالنسبة للإناث الذين أجابوه ب(نعم) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة . بتكرار 82 مفردة تليها %7.2 نسبة الذين أجابوه ب (لا) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة بتكرار 9 مفردات من العينة .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دالة إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت %0.482 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا المبحوث توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل %55.2 نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة بتكرار 69 مفردة.

%5.6 الذين يجيبون ب (لا) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة . بتكرار 7 مفردة.
 بالنسبة لمتغير السن فتمثل %36 نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة بتكرار 45 مفردة . و %3.2 الذين يجيبون (لا) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة بتكرار 4 مفردة.

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.840 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير وحسب توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0 % نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) ب توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة تكرر 0 مفردة. و %0 الذين يجيبون ب (لا) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة بتكرار 0 مفردة.

في حين تمثل %3.2 نسبة للمستوى (متوسط) للذين ب (نعم) ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بتكرار 4 مفردات . 0 يجيبون ب (لا) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة . بتكرار 0 مفردة

المستوى (ثانوي) تمثل نسبة %8.8 بتكرار 11 مفردة للذين يجيبون ب(نعم) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة و نسبة %2.4 بتكرار 3 مفردة الذين يجيبون ب(لا) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة .

فتمثلت 11.4% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة بتكرار 79.2 مفردة. 6.4% بتكرار 8 مفردة توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دالة إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.183 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث توفير فرصة المناقشة للمواضيع الدينية التي لا تناقش مع العائلة .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين لهم مستوى جامعي قد ساهمت المضامين الدينية في تشكيل المعارف الدينية لهم، وهذا راجع للتعليم الجامعي دور كبير في تعميق فهم الأفراد للمضامين الدينية وتوجيهها.

كما توفر الدراسات الأكاديمية الفرصة للأشخاص لدراسة الدين بشكل أعمق ونقدي، مما يؤدي إلى تشكيل معارف دينية أكثر تطوراً وتعقيداً.

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين لهم جنس أنثى يوفر لهم الفيسبوك فرصة لمناقشة مواضيع دينية لا تناقش مع العائلة، يعكس هذا التحليل الرغبة لدى النساء في استخدام منصات التواصل الاجتماعي للتعبير عن القضايا الدينية والنقاش فيها بشكل آمن ومفتوح. قد تكون هذه المنصات بديلاً للمساحات التقليدية للنقاش الديني مثل الأسرة أو المجتمع، حيث يمكن للنساء التعبير عن آرائهن بحرية دون القلق من التقييدات الاجتماعية أو الثقافية.

6- حسب رأيك هل ترى الفيسبوك له دورا مهما في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري؟
جدول رقم (19): يبين توزيع افراد العينة حسب متغيرات إذا كان للفيسبوك دور في تشكيل الوعي لدى الشباب الجزائري.

المجموع	حسب رأيك هل ترى الفيسبوك له دورا مهما في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري؟		المتغيرات		
	لا	نعم			
34	1	33	التكرار	ذكر	الجنس
%27.2	1.8 %	26.4%	النسبة المئوية		
91	8	83	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	6.4%	66.4 %	النسبة المئوية		
125	9	116	التكرار		المجموع
100%	%7.8	%92.8	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة كا ² المحسوبة = 1.268				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.260				
76	7	69	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	%5.6	%55.2	النسبة المئوية		
49	2	47	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
%39.2	%1.6	%37.6	النسبة المئوية		
125	9	116	التكرار		المجموع
100%	%7.2	%92.8	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة كا ² المحسوبة = 1.173				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.279				
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	النسبة المئوية		
4	0	4	التكرار	متوسط	ثانوي
%3.2	%0	%3.2	النسبة المئوية		
14	1	13	التكرار	جامعي	المجموع
%11.2	%0.8	%10.4	النسبة المئوية		
107	8	99	التكرار		المجموع
%85.6	%6.4	%79.2	نسبة المئوية		
125	9	116	التكرار		المجموع
100%	%7.2	%92.8	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة كا ² المحسوبة = 0.323				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.851				

يبين الجدول السابق توزيع آراء أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة حول دور الفيسبوك في تشكيل الوعي لدى الشباب الجزائري، فنجد ان:

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 26.4% نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 33 مفردة. 1.8% نسبة الذين يجيبون ب(لا) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 1 مفردة من العينة.

66.4% بالنسبة للإناث الذين أجابوه ب (نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري. بتكرار 83 مفردة تليها. 6.4% نسبة الذين أجابوه ب (لا) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري تكرار 8 مفردات من العينة.

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.279 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا المبحوث يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 55.2% نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنه) الذين يجيبون ب (نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 69 مفردة. 5.6% الذين يجيبون ب (لا) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 7 مفردة.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل 37/6% نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري. بتكرار 47 مفردة. 1.6% الذين يجيبون (لا) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 2 مفردة من العينة.

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.279 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0% نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 0 مفردة. و 0% الذين يجيبون ب (لا). يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 0

في حين تمثل 3.2% نسبة للمستوى (متوسط) الذين ب (نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري. بتكرار 4 مفردات. 0 يجيبون ب (لا) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 0 مفردة.

المستوى (ثانوي) تمثل نسبة 10.4% بتكرار 13 مفردة الذين يجيبون ب(نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري و نسبة 0.8% بتكرار 1 مفردة الذين يجيبون ب(لا) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري.

فتمثلت 79.2% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري بتكرار 99 مفردة 79.2 مفرده. 6.4% بتكرار 8 مفرده يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.851 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث يعتقدون أن الفيسبوك له دور في تشكيل الوعي للشباب الجزائري .

أغلب المبحوثين بنسبة 92.8% يرون ان للفيسبوك دور في تشكيل الوعي لدى الشباب الجزائري، بمقابل 7.2% يرون انه الفيسبوك ليس له أي دور في تشكيل الوعي لدة الشباب الجزائري.

المحور الرابع : الاشباع المحقق في تلقي المعلومات الدينية عبر تطبيق الفيسبوك :

1- ما هو مفهومك للمصطلح " الوعي الديني"؟

الجدول رقم (20): يوضح توزيع افراد العينة حول مفهومهم للمصطلح 'الوعي الديني'

المجموع	ما هو مفهومك للمصطلح "الوعي الديني"؟				المتغيرات		
	حل المشاكل الدينية	معرفة الدين أكثر	تعلم أساليب دينية	تقرب من الله	التكرار	ذكر	الجنس
34	9	8	10	7	التكرار	أنثى	
27.2%	7.2%	6.4%	8%	5.6%	النسبة المئوية		
91	26	23	26	16	التكرار	المجموع	
72.8%	20.8%	18.4%	20.8%	12.8%	النسبة المئوية		
125	35	31	36	23	التكرار	المجموع	
100%	28%	24.8%	28.8%	18.4%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3	قيمة كائ ² المحسوبة =0.197						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.978						
76	23	18	22	13	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	18.4%	14.4%	17.6%	10.4%	النسبة المئوية		
49	12	13	14	10	التكرار	من 26 إلى 45	
39.2%	9.6%	10.4%	11.2%	8%	النسبة المئوية		
125	35	31	36	23	التكرار	المجموع	
100%	28%	24.8%	28.8%	18.4%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4	قيمة كائ ² المحسوبة =5.502						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.240						
0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	1	0	3	0	التكرار	متوسط	
3.2%	0.8%	0%	2.4%	0%	النسبة المئوية		
14	2	5	3	4	التكرار	ثانوي	
11.2%	1.6%	4%	2.4%	3.2%	النسبة المئوية		
107	32	26	30	19	التكرار	جامعي	
85.6%	25.6%	20.8%	24%	15.2%	نسبة المئوية		
125	35	31	36	23	التكرار	المجموع	
100%	28%	24.8%	28.8%	18.4%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=6	قيمة كائ ² المحسوبة =7.565						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.272						

جدول رقم (20) يمثل توزيع افراد العينة حسب مفهومهم لمصطلح الوعي الديني .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %5.6 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني و تليها %8 نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، %6.4 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) ، تليها. %7.2 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية مفهومهم لمصطلح الوعي الديني) .

بالنسبة لمتغير فتمثل %12.8 اللاناث نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، و تليها %20.8 نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، %18.4 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، تليها. %20.8 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية) تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.978 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا.

بالنسبة لمتغير السن من (18 الي 25 سنة) فتمثل %10.4 نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني ، و تليها %17.6 نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، %14.4 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، تليها. %18.4 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية)

بالنسبة لمتغير السن من (26 الي 45 سنة) فتمثل %8 نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، و تليها %11.2 نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، %10.4 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، تليها. %9.6 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية)

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.240 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا

بالنسبة لمتغير مستوى التعليمي فكانت كل الخيارات بنسبة 0 اي لا مفهوم لمصطلح الوعي الديني في هذا المتغير . فتمثل %0 نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، و تليها %2.4 نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، %0 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، تليها. %0.8 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية)

بالنسبة لمتغير مستوى الجامعي . فتمثل %15.2 نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، و تليها %24 نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، %20.8 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، تليها. %25.6 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية) .

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.272 هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا مفهومهم لمصطلح الوعي الديني

جدول رقم(25) توزيع افراد العينة حسب طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم علو موقع الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %6.8 نسبة الذكور الذين المجيئون ب (صور) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني ، و تليها %8.8 نسبة الذين يجيئون ب(ريلز) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، %4.8 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. %7.2 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير الجنس إناث فتمثل %17.6 نسبة الذكور الذين المجيئون ب (صور) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، و تليها %27.2 نسبة الذين يجيئون ب(ريلز) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، %13.6 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. %14.4 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير السن (من 18 الي 25 سنة) فتمثل %18.4 الذين المجيئون ب (صور) . ، و تليها %23.2 نسبة الذين يجيئون ب(ريلز) . ، %9.6 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. %9.6 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير السن (من 26 الي 45) % نسبة الذكور الذين المجيئون ب (صور) . ، و تليها %5.6 نسبة الذين يجيئون ب(ريلز) . ، %17.8 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. %8.8 نسبة الذين اجابو ب (قصص) بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %12 نسبة الذكور الذين المجيئون ب (صور) الديني . ، و تليها %8 نسبة الذين يجيئون ب(ريلز) ، % بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. % نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (الابتدائي) فتمثل %0 نسبة الذكور الذين المجيئون ب (صور) . ، و تليها %0 نسبة الذين يجيئون ب(ريلز) ، %0 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. %0 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير فتمثل %12.8 اللاناث نسبة الذين المجيئون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، و تليها %20.8 نسبة الذين يجيئون ب(تعلم اسالب دينية) ، %18.4 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، تليها. %20.8 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية)

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.978 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا.

بالنسبة لمتغير السن من (18 الي 25 سنة) فتمثل %10.4 نسبة الذين المجيئون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، و تليها %17.6 نسبة الذين يجيئون ب(تعلم اسالب دينية) ، %14.4 بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني . ، تليها. %18.4 نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية)

بالنسبة لمتغير السن من (26 الي 45 سنة) فتمثل 8% نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني، و تليها 11.2% نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، 10.4% بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني، تليها. 9.6% نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية)

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.240 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا.

بالنسبة لمتغير مستوى التعليمي فكانت كل الخيارات بنسبة 0 اي لا مفهوم لمصطلح الوعي الديني في هذا المتغير . فتمثل 0% نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني، وتليها 2.4% نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، 0% بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني، تليها. 0.8 % نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية)

بالنسبة لمتغير مستوى الجامعي. فتمثل 15.2% نسبة الذين المجيبون ب (تقرب الي الله) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني، وتليها 24% نسبة الذين يجيبون ب(تعلم اسالب دينية) ، 20.8% بالنسبة ا الذين اجابو ب (معرفة الدين اكثر) مفهومهم لمصطلح الوعي الديني، تليها. 25.6 % نسبة الذين اجابو ب (حل المشاكل الدينية).

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.272 هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا مفهومهم لمصطلح الوعي الديني.

2- ما هي طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباهك على موقع الفيسبوك؟
الجدول رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع الفيسبوك.

المجموع	ما هي طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباهك على موقع الفيسبوك؟				المتغيرات		
	قصص	فيديوات	ريلز	صور	التكرار	ذكر	الجنس
34	9	6	11	8	التكرار	أنثى	
27.2%	7.2%	4.8%	8.8%	6.4%	النسبة المئوية		
91	18	17	34	22	التكرار	المجموع	الجنس
72.8%	14.4%	13.6%	27.2%	17.6%	النسبة المئوية		
125	27	23	45	30	التكرار	المجموع	الجنس
100%	21.6%	18.4%	36%	24%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4	قيمة ك ² المحسوبة = 3.035						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.552						
76	12	12	29	23	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8	9.6%	9.6%	23.2%	18.4%	النسبة المئوية		
49	15	11	16	7	التكرار	من 26 إلى 45	السن
39.2	12%	8.8%	12.8%	5.6%	النسبة المئوية		
125	27	23	45	30	التكرار	المجموع	السن
100%	21.4%	18.4%	36%	24%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4	قيمة ك ² المحسوبة = 8.029						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.091						
0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	2	2	0	0	التكرار	متوسط	المستوى التعليمي
3.2%	1.6%	1.6%	0%	0%	النسبة المئوية		
14	2	8	2	2	التكرار	ثانوي	المستوى التعليمي
11.2%	1.6%	6.4%	1.6%	1.6%	النسبة المئوية		
107	23	13	43	28	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي
85.6%	18.4%	10.4%	34.4%	22.4%	نسبة المئوية		
125	27	23	45	30	التكرار	المجموع	المستوى التعليمي
100%	21.4%	18.4%	36%	24%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=8	قيمة ك ² المحسوبة = 23.475						
النتيجة= دال	الدلالة الإحصائية=0.03						

جدول رقم(20) توزيع افراد العينة حسب طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع

الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل % 6.8 نسبة. الذكور الذين يجيبون ب (صور)، و تليها % 8.8 نسبة الذين يجيبون ب(ريلز) . ، 4.8 % بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. 7.2 % نسبة الذين اجابو ب (قصص). و طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير الجنس إناث فتمثل % 17.6 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (صور) وتليه % 27.2 نسبة الذين يجيبون ب(ريلز) ، % 13.6 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. % 14.4 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.552 % هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع الفيسبوك

بالنسبة لمتغير السن (من 18 الي 25 سنة) فتمثل % 18.4 الذين المجيبون ب (صور)، و تليها % 23.2 نسبة الذين يجيبون ب(ريلز) . ، % 9.6 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. % 9.6 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير السن (من 26 الي 45) % نسبة الذكور الذين المجيبون ب (صور)، و تليها % 5.6 نسبة الذين يجيبون ب(ريلز) . ، % 17.8 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت)، تليها. % 8.8 نسبة الذين اجابو ب (قصص). بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل % 12 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (صور) الديني، وتليها % 8 نسبة الذين يجيبون ب(ريلز)، % 0 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت)، تليها % نسبة الذين اجابو ب (قصص).

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.091 أقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (الابتدائي) فتمثل % 0 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (صور)، و تليها % 0 نسبة الذين يجيبون ب (ريلز) ، % 0 بالنسبة الذين اجابو ب (فديوها ت) ، تليها. % 0 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (متوسط) فتمثل % 0 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (صور) . ، و تليها % 0 نسبة الذين يجيبون ب(ريلز)، % 1.6 بالنسبة ا الذين اجابو ب (فديوها ت)، تليها. % 6,1 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (جامعي) فتمثل % 22.4 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (صور)، و تليها % 34.4 نسبة الذين يجيبون ب(ريلز) ، % 10.4 بالنسبة الذين اجابو ب (فديوها ت)، تليها. % 18.4 نسبة الذين اجابو ب (قصص).

حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.03 أقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع الفيسبوك

يوضح الجدول السابق توزيع آراء أفراد العينة حيل طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباههم على موقع الفيسبوك، أين تم ترك الاختيار مفتوح لاختيار أكثر من إجابة، وتوضح النتائج أن هناك توزيعًا جيدًا للاهتمام بالمنشورات الدينية على موقع الفيسبوك بين الصور والريلز و الفيديوات والقصص، حيث ان:

الفيديوات هي الأكثر انتشارًا بنسبة 30.8%، مما يشير إلى أن الأشخاص يفضلون الاستماع أو المشاهدة للمحتوى الديني بشكل مباشر عبر الفيديوهات. يليها الريلز بنسبة 28.3%، مما يشير إلى أن الأشخاص يميلون إلى قراءة منشورات متوسطة الطول أو معتمدة على النصوص. ثم تأتي القصص بنسبة 27.8%، مما يدل على أن الأشخاص يهتمون بالمحتوى الديني القصصي والسردى. وأخيرًا، تأتي الصور بنسبة 13.1%، وهو رقم متوقع نظرًا لأن الصور قد لا تقدم نفس العمق والمحتوى كما يفعل الفيديو أو النص.

بشكل عام، يوضح هذا التوزيع أن الأشخاص يفضلون أنواعًا مختلفة من المحتوى الديني على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يعكس التنوع في الاهتمامات والتفضيلات الشخصي

5_ هل المنشورات الدينية على الموقع غيرت أفكارك ومعلوماتك نحو معارف دينية جيدة؟
الجدول رقم (22): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات إذا كانت المنشورات الدينية على الموقع غيرت أفكارهم و معلوماتهم نحو معارف دينية جيدة

المجموع	هل المنشورات الدينية على الموقع غيرت أفكارك ومعلوماتك نحو معارف دينية جيدة؟		المتغيرات		
	لا	نعم			
34	0	34	التكرار	ذكر	الجنس
%27.2	0%	27.2%	النسبة المئوية		
91	11	80	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	8.8%	64%	النسبة المئوية		
125	11	114	التكرار		المجموع
100%	%8.8	%91.2	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة =4.506				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.034				
76	9	67	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	%7.2	%53.6	النسبة المئوية		
49	2	47	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
%39.2	%1.6	%37.6	النسبة المئوية		
125	11	114	التكرار		المجموع
100%	%8.8	%91.2	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة ك ² المحسوبة = 2.236				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.135				
0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	النسبة المئوية		
4	0	4	التكرار	متوسط	المجموع
%3.2	%0	%3.2	النسبة المئوية		
14	0	14	التكرار	ثانوي	المجموع
%11.2	%0	%11.2	النسبة المئوية		
107	11	96	التكرار	جامعي	المجموع
%85.6	%8.8	%76.8	نسبة المئوية		
125	11	114	التكرار		المجموع
100%	%8.8	%91.2	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة ك ² المحسوبة =2.029				
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.363				

الجدول أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات اذا كانت المنشورات الدينية على الموقع غيرت افكارك و معلوماتك نحوى معارف دينية

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل % 27.2 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) المنشورات الدينية على الموقع غيرت افكارك و معلوماتك نحوى معارف دينية بتكرار 34 مفردة ، و تليها 0 % نسبة الذين يجيبون ب(لا) المنشورات الدينية على الموقع غيرت افكارك و معلوماتك نحوى معارف دينية بتكرار 0 مفردة من العينة، %64 بالنسبة الإناث الذين اجابو ب (نعم) المنشورات الدينية على الموقع غيرت افكارك و معرفك نحوى معارف دينية بتكرار 80 مفردة . ، تليها 8.8 % نسبة الذين اجابو ب (لا) بتكرار 11 مفردة من العينة المنشورات الدينية على الموقع غيرت افكارك و معلوماتك نحوى معارف دينية .

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.034 و هي أقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و المنشورات الدينية على الموقع غيرت افكارك و معلوماتك نحوى بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %27 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) المنشورات الدينية على الموقع غيرت افكارك و معلوماتك تكرار 34 مفردة ، و تليها 0 % نسبة الذين يجيبون ب(لا) تغير المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك بتكرار مفردة من العينة ، %64 بالنسبة الإناث الذين أجابوه ب (نعم) قامو بإنشاء صفحات دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها بتكرار 80 مفردة ، تليها 8.8 % نسبة الذين أجابوه ب (لا) المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك بتكرار مفردة من العينة.

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.034 و هي أقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك بالنسبة لمتغير السن فتمثل %53.8 نسبة الفئة العمرية (من 18 إلى 25 سنة) الذين يجيبون ب (نعم) المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك بتكرار 67 مفردة ، و 7.2 % الذين يجيبون ب (لا) المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك بتكرار 9 مفردة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل % 37.6 نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك بتكرار 47 مفردة ، و 7.2 % الذين يجيبون (لا) المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك بتكرار 9 مفردة.

وتم حساب كاف تربيع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 2135 . 0 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائيا أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين متغير المنشورات الدينية على الموقع افكارك و معلوماتك

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0 % نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) المنشورات الدينية على الموقع بتكرار 0 مفردات، و 0% الذين يجيبون ب (لا) المنشورات معلوماتك في حين تمثل 3.2 % نسبة للمستوى (متوسط) اللذين ب (نعم) المنشورات الدينية على الموقع تغير افكارك و معلوماتك بتكرار 4 مفردات،

0% المستوى (ثانوي) تمثل نسب 11.2% بتكرار 14 مفردة، اللذين يجيبون بـ(نعم) المنشورات الدينية على الموقع تغير أفكارك ومعلوماتك بتكرار، و0% نسبة الذين يجيبون بـ لا المنشورات الدينية على الموقع تغير أفكارك ومعلوماتك بتكرار 0 مفردة .

76,8 % نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) المنشورات الدينية على الموقع تغير أفكارك ومعلوماتك بتكرار 96 مفردة، 8.8% بتكرار 11 مفردة لذين يجيبون بـ(لا) المنشورات الدينية على الموقع تغير أفكارك ومعلوماتك.

تم حساب كاف تربع وكان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.363 و 0.05 عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث المنشورات الدينية على الموقع تغير أفكارك ومعلوماتك.

النسبة المئوية	التكرار	الحيارات
91.2%	114	نعم
8.8%	11	لا
100%	125	المجموع

يمثل الجدول السابق توزيع آراء أفراد العينة حسب إذا كانت المنشورات الدينية على الموقع غيرت أفكارهم ومعلوماتهم نحو معارف دينية جديدة، فكانت النتائج كما يلي:

غالبية الأفراد في العينة، بنسبة 91.2%، أكدوا أن المنشورات الدينية على موقع الفيسبوك قد عبرت عن أفكارهم وزادت من معرفتهم بالمعارف الدينية. بينما أشارت نسبة صغيرة جداً، 8.8%، إلى أن المنشورات الدينية لم تؤثر على معرفتهم الدينية أو تغيير أفكارهم.

هذه النتائج توحى بأن المنشورات الدينية على الفيسبوك لعبت دوراً هاماً في تعزيز المعرفة الدينية وتوجيه الأفراد نحو مفاهيم دينية جديدة أو تعميق فهمهم للدين. قد يكون هذا بسبب تباين المحتوى الديني المتاح على الفيسبوك والذي يتضمن شروحات دينية، ورؤى فقهية، وتفسيرات للنصوص الدينية، وقصص ملهمة، مما يساهم في تعزيز الوعي الديني للأفراد.

3- فيما تتمثل هذه المنشورات التي غيرتك؟

تحتوي هذه المنشورات على مجموعة واسعة من المواضيع والمحتويات الدينية التي يتابعها الأفراد على الفيسبوك. يتمثل تنوع هذه المنشورات في الأحاديث الدينية، والقصص الدينية، والتوعية الدينية، والفتاوى، والتذكير بأهمية الصلاة والأعمال الخيرية، وتفسير القرآن، وسيرة النبي محمد صلى الله عليه وسلم، والتحذير من البدع والخرافات، وكذلك المنشورات حول العلاقات الاجتماعية والسلوكيات الدينية.

التأثير الإيجابي لهذه المنشورات يتجلى في توسيع معرفة الأفراد بالدين الإسلامي، وتصحيح المفاهيم الخاطئة، وتوجيههم نحو السلوكيات الدينية الصحيحة. يبدو أن هذه المنشورات قد ساهمت في تعزيز الوعي الديني للأفراد وتعزيز فهمهم للعقائد والأحكام الشرعية. ومن الجدير بالذكر أن بعض الأفراد أبدوا رأيهم بأن هذه المنشورات لم تؤثر على معرفتهم الدينية، وقد يكون هذا بسبب عدم تناسب المحتوى مع اهتماماتهم أو مستوى معرفتهم الحالي بالدين.

4_ هل المعلومات الدينية التي تتعرض لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية؟

الجدول رقم (23): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى وحسب المعلومات الدينية التي يتعرضون لها

عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية

المجموع	هل المعلومات الدينية التي تتعرض له عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية؟			المتغيرات		
	أحيانا	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
34	0	15	19	التكرار	25 إلى 18	
%27.2	0%	%12	%15	النسبة المئوية		
91	3	60	28	التكرار	من 26 إلى 45	المستوى التعليمي
72.8%	2.4%	%48	%22.4	النسبة المئوية		
125	3	75	47	التكرار	المجموع	المجموع
100%	2.4%	%60	%37	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة كا ² المحسوبة = 7.236					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية= 0.027					
76	3	53	20	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	%2.4	42.4%	16%	النسبة المئوية		
49	0	22	27	التكرار	من 26 إلى 45	المستوى التعليمي
%39.2	0%	17.6%	%21.6	النسبة المئوية		
125	3	75	47	التكرار	المجموع	المجموع
100%	%2.4	60%	37.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة كا ² المحسوبة = 11.583					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية= 0.003					
0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	0%	0%	النسبة المئوية		
4	0	2	2	التكرار	متوسط	المستوى التعليمي
%3.2	%0	1.6%	1.6%	النسبة المئوية		
14	3	6	8	التكرار	ثانوي	المستوى التعليمي
11.2%	2.4%	4.8%	6.4%	النسبة المئوية		
107	3	67	37	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي
85.6%	%2.4	53.6%	%29.6	نسبة المئوية		
125	4	57	47	التكرار	المجموع	المجموع
100%	%3.2	60%	%37.6	النسبة المئوية		
درجة الحرية=4	قيمة كا ² المحسوبة = 3.224					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية= 0.521					

الجدول أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب مستوى وحسب المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %15 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (نعم) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 19 مفردة ، و تليها %12 نسبة الذين يجيبون ب(لا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 15 مفردة من العينة ، ونسبة %0 من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 0 مفردة %22.4 بالنسبة الإناث الذين اجابو ب (نعم) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 28 مفردة . ، تليها %48 نسبة الذين اجابو ب (لا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 60 مفردة من العينة. ونسبة %24 من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 3 مفردات .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.027 و هي أقل من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل %16.16 نسبة الفئة العمرية (من 18 ال 25 سنة) الذين يجيبون ب نعم بتكرار 20 مفردة ، و %42.4 الذين يجيبون ب (لا) المنشورات الدينية على الموقع افكارك ومعلوماتك بتكرار 53 مفردة نسبة %2.4 من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 3 مفردات .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل %21.6 نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية. بتكرار 27 مفردة ، و %17.6 الذين يجيبون (لا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية. بتكرار 22 مفردة ونسبة %0 من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار مفردات .

وتم حساب كاف تريبع و كان معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.003 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل %0 نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 0 مفردات ، و %0 الذين يجيبون ب (لا) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية ونسبة %0 من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي

يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية بتكرار مفردات في حين تمثل 1.6% نسبة للمستوى (المتوسط) اللذين ب (نعم) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية بتكرار 2 مفردات ، المستوى (ثانوي) تمثل نسب 6.4% بتكرار 8 مفردة، اللذين يجيبون ب(نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية بتكرار 2 مفردات 4.8% نسبة اللذين يجيبون ب لا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية بتكرار 6 مفردات 29.6% نسبة للمستوى (جامعي) اللذين يجيبون (نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية بتكرار 6 مفردة، 2.4% بتكرار 3 مفردة نسبة اللذين يجيبون ب(لا) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية .

تم حساب كاف تزييع وكان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.521 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث ومعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصداقية .

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذين لهم مستوى جامعي أحيانا ما تحظى المعلومات التي يصادفونها على الفيسبوك بالمصداقية، فسر ذلك عادة بأن الأشخاص الذين لديهم مستوى جامعي أعلى قد يكونون أكثر قدرة على تقييم مصداقية المعلومات وفرزها بشكل أفضل. قد يتضمن ذلك القدرة على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، وتقييم مدى موثوقية المعلومات المقدمة. بالإضافة إلى ذلك، قد يكون لدى الأفراد الذين يمتلكون تعليماً جامعياً خلفية أو تدريب في مجالات تشمل التحليل النقدي والبحث العلمي، مما يمكنهم من تطبيق هذه المهارات في تقييم المعلومات التي يصادفونها على وسائل التواصل الاجتماعي.

5_ ماهي النقائص التي تجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية؟
الجدول رقم (24): يبين توزيع أفراد العينة حول النقائص التي يجدونها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية

المجموع	ماهي النقائص التي تجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية؟				المتغيرات		
	عدم تنوع في المضامين الدينية	عدم ترتيب و نظام النظر المواضيع الدينية	عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين	غير ذلك			
34	1	11	12	10	التكرار	ذكر	الجنس
%27.2	0.8%	8.8%	9.6%	8%	النسبة المئوية		
91	9	25	40	17	التكرار	أنثى	المجموع
72.8%	7.2%	20%	32%	13.6%	النسبة المئوية		
125	10	36	52	27	التكرار		المجموع
100%	8%	28.8%	41.6%	21.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3	قيمة ك ² المحسوبة = 3.465						
النتيجة = غير دال	الدلالة الإحصائية = 0.325						
76	7	17	33	19	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	5.6%	13.6%	26.4%	15.2%	النسبة المئوية		
49	3	19	19	8	التكرار	من 26 الي 45	المجموع
%39.2	2.4%	15.2%	15.2%	6.4%	النسبة المئوية		
125	10	36	52	27	التكرار		المجموع
100%	8%	28.8%	41.6%	21.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3	قيمة ك ² المحسوبة = 4.332						
النتيجة = غير دال	الدلالة الإحصائية = 0.228						
0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	%0	%0	%0	النسبة المئوية		
4	0	1	3	0	التكرار	متوسط	المجموع
%3.2	0%	0.8%	2.4%	0%	النسبة المئوية		
14	0	5	5	4	التكرار	ثانوي	المجموع
%11.2	0%	4%	4%	3.2%	النسبة المئوية		
107	10	30	44	23	التكرار	جامعي	المجموع
85.8	8%	24%	35.2%	18.4%	نسبة المئوية		
125	10	36	52	27	التكرار		المجموع
%100	8%	28.8%	41.6%	21.6%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=6	قيمة ك ² المحسوبة = 4.331						
النتيجة = غير دال	الدلالة الإحصائية = 0.632						

الجدول أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %8 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (عدم تنوع في المضامين الدينية) النقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية المعلومات الدينية بتكرار 10 مفردة ، و تليها %6.9 نسبة الذين يجيبون ب (عدم الترتيب والنظام لنظر لمواضيع الدينية والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية .) بتكرار 12 مفردة من العينة ، ونسبة %0.8 من الذين يجيبون ب (عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين) والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 1 مفردة %0 نسبة الذين يجيبون ب غير ذلك بتكرار 0 مفردة من العينة .

% 13.6 بالنسبة للإناث الذين الذين المجيبون ب (عدم تنوع في المضامين الدينية) النقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية المعلومات الدينية بتكرار 17 مفردة ، و تليها %32 نسبة الذين يجيبون ب (عدم الترتيب والنظام لنظر لمواضيع الدينية والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية .) بتكرار 40 مفردة من العينة ، ونسبة %20 من الذين يجيبون ب (عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين) والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 25 مفردة %10 نسبة الذين يجيبون ب غير ذلك بتكرار 7.2 مفردة من العينة .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.325 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية.

بالنسبة لمتغير السن تمثلت %15.2 نسبة الفئة العمرية (من 18 الى 25 سنة) الذين يجيبون ب (عدم تنوع في المضامين الدينية) والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 2 مفردة ، و %26.4 الذين يجيبون ب (عدم الترتيب والنظام) لنظر لمواضيع الدينية والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 33 مفردة نسبة %13.6 من الذين اجابو ب (عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين) والنقائص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 17 مفردات . %5.6 نسبة الذين يجيبون ب غير ذلك بتكرار 7 مفردة من العينة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل %6.4 نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية. بتكرار 27 مفردة، و %17.6 الذين يجيبون (لا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية. بتكرار 22 مفردة ونسبة %0 من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار مفردات .

وتم حساب كاف تريبع و كان معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.003 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0 % نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يجيبون ب (لا) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية ونسبة 0 % من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار مفردات.

في حين تمثل 1.6% نسبة للمستوى (المتوسط) للذين ب (نعم) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 2 مفردات .

المستوى (ثانوي) تمثل نسب 6.4% بتكرار 8 مفردة ،الذين يجيبون ب(نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 2 مفرداتو 4.8% نسبةالذين يجيبون ب لا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 6 مفردات .

29.6% نسبة للمستوى (جامعي) للذين يجيبون (نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 6 مفردة، 2.4% بتكرار 3 مفردة نسبة الذين يجيبون ب(لا) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.521 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى العلمي المبحوث ومعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية .

يشير 21.6% من العينة إلى أنهم يرون عدم تنوع في المحتوى الديني المقدم على الصفحات. هذا يعني أنهم يشعرون بالحاجة إلى مزيد من التنوع في المواضيع والمحتوى الديني المقدم لتلبية احتياجات واهتمامات متنوعة للجمهور. في حين يعتبر 41.6% من العينة أن هناك عدم ترتيب ونظام واضح في مواضيع الصفحات الدينية. هذا يشير إلى ضرورة تنظيم المحتوى بشكل أفضل لتسهيل فهمه واستيعابه من قبل الجمهور.

اما 28.8% من العينة يعتبر أنه لا يتم تحديد الوقت المناسب لنشر المحتوى الديني. هذا يظهر أهمية التوقيت المناسب لنشر المحتوى الديني، خاصة في الفترات التي يكون فيها الجمهور أكثر استعدادًا لاستقباله. كما يشير 8% من العينة إلى وجود نقاط أخرى لم يتم تحديدها بشكل محدد، والتي قد تشمل مشاكل أخرى في المحتوى الديني على الصفحات.

بشكل عام، يظهر هذا التحليل أن هناك حاجة لتحسين عدة جوانب في معالجة المضامين الدينية على الصفحات، بما في ذلك توفير تنوع في المحتوى، وتنظيمه بشكل أفضل، وتحديد الوقت المناسب لنشره.

المحور الخامس : تحليل العلاقة بين تلقي المعلومات و تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك؟

1- هل غيرت تلقيك للمعلومات بتشكيل الوعي على اتجاهاتك الدينية؟

الجدول رقم (25): يبين توزيع أفراد العينة حول متغيرات دراسة و تغيير تلقيهم للمعلومات بتشكيل الوعي على اتجاهاتهم الدينية.

المجموع	هل غيرت تلقيك للمعلومات بتشكيل الوعي على اتجاهاتك الدينية ؟			المتغيرات		
	نوعا	لا	نعم	التكرار	ذكر	الجنس
34	3	0	31	التكرار	أنثى	
%27.2	2.4%	0%	24.8%	النسبة المئوية		
91	27	1	63	التكرار	المجموع	النسبة المئوية
72.8%	21.6%	1.08%	%50.4	النسبة المئوية		
125	30	1	94	التكرار	النسبة المئوية	المجموع
100%	24%	0.8%	%75.2	النسبة المئوية		
درجة الحرية=2	قيمة كا ² المحسوبة =6.441					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.040					
76	22	1	50	التكرار	18 إلى 25	السن
%60.8	%17.6	%0.8	42.4%	النسبة المئوية	من 26 إلى 45	
49	8	0	41	التكرار	المجموع	النسبة المئوية
%39.2	6.4%	%0	32.8%	النسبة المئوية		
125	30	1	94	التكرار	النسبة المئوية	المجموع
100%	%24	%0.8	75.2%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=1	قيمة كا ² المحسوبة = 2.236					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.135					
0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
%0	%0	%0	%0	النسبة المئوية		
4	1	3	0	التكرار	متوسط	المستوى التعليمي
%3.2	0.8%	2.4%	0%	النسبة المئوية		
14	5	5	4	التكرار	ثانوي	المستوى التعليمي
%11.2	%4	%4	%3.2	النسبة المئوية		
107	30	44	23	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي
85.8	%24	%35.2	%18.4	نسبة المئوية		
125	36	52	27	التكرار	النسبة المئوية	المجموع
%100	%28.8	%41.6	%21.6	النسبة المئوية		
درجة الحرية=6	قيمة كا ² المحسوبة =4.331					
النتيجة= غير دال	الدلالة الإحصائية=0.632					

الجدول أعلاه يبين توزيع أفراد العينة حول متغيرات و تغيير تلقيهم للمعلومات بتشكيل الوعي على اتجاهاتهم الدينية. بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %8 نسبة الذكور الذين المجيبون ب (عدم تنوع في المضامين الدينية) النقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية والمعلومات الدينية بتكرار 10 مفردة ، و تليها %6.9 نسبة الذين يجيبون ب (عدم الترتيب والنظام لنظر لمواضيع الدينية والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية) بتكرار 12 مفردة من العينة ، ونسبة % 0.8 من الذين يجيبون ب (عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين) والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 1 مفردة %0 نسبة الذين يجيبون ب غير ذلك بتكرار 0 مفردة من العينة .

% 13.6 بالنسبة للإناث الذين الذين المجيبون ب (عدم تنوع في المضامين الدينية) النقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية والمعلومات الدينية بتكرار 17 مفردة ، و تليها %32 نسبة الذين يجيبون ب (عدم الترتيب والنظام لنظر لمواضيع الدينية والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية) بتكرار 40 مفردة من العينة ، ونسبة %20 من الذين يجيبون ب (عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين) والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 25 مفردة %10 نسبة الذين يجيبون ب غير ذلك بتكرار 2 مفردة من العينة .

تم حساب كاف ترييع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.325 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية.

بالنسبة لمتغير السن فتمثل %15/2 نسبة الفئة العمرية (من 18 ال 25 سنة) الذين يجيبون ب عدم تنوع في المضامين الدينية) والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 2 مفردة ، و %26.4 الذين يجيبون ب () عدم الترتيب والنظام لنظر لمواضيع الدينية والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 33 مفردة نسبة %13.6 من الذين اجابو ب (عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين) والنقااص التي يجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية بتكرار 17 مفردات . %5.6 نسبة الذين يجيبون ب غير ذلك بتكرار 7 مفردة من العينة .

بالنسبة لمتغير السن فتمثل % نسبة الفئة العمرية (من 26 إلى 45 سنة) الذين يجيبون (نعم) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية. بتكرار 27 مفردة ، و %17.6 الذين يجيبون (لا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 22 مفردة . ونسبة %0 من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار مفردات .

وتم حساب كاف تريبع و كان معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.003 أي أقل من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية .

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي فتمثل 0 % نسبة الفئة (ابتدائي) الذين يجيبون ب (نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 0 مفردات ، و 0% الذين يجيبون ب (لا) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية ونسبة 0 % من الذين اجابو ب (أحيانا) المعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار مفردات

في حين تمثل 1.6% نسبة للمستوى (المتوسط) للذين ب (نعم) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 2 مفردات ،

المستوى (ثانوي) تمثل نسب 6.4% بتكرار 8 مفردة ،الذين يجيبون ب(نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 2 مفرداتو 4.8% نسبةالذين يجيبون ب لا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 6 مفردات

29.6% نسبة للمستوى (جامعي) للذين يجيبون (نعم) ا معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية بتكرار 6 مفردة، 2.4% بتكرار 3 مفردة نسبة الذين يجيبون ب(لا) معلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.521 و هي أكبر من 0.05 و عليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى العلمي المبحوث ومعلومات الدينية التي يتعرضون لها عبر موقع الفيسبوك تحظى بالمصادقية .

تم حساب كاف تريبع وكان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.894 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين الجنس وتغيير تلقيهم للمعلومات في تشكيل الوعي على اتجاهاتهم الدينية

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين من جنس الإناث غيرت تلقيهم للمعلومات في تشكيل الوعي على اتجاهاتهم الدينية، وهذا راجع لكون تلقي المعلومات يعد سببا في تطوير الفهم الديني للنساء، حيث يمكن للمعرفة الجديدة أن توسع آفاقهن وتعمق فهمهن للمفاهيم الدينية، كما يؤدي تأثير تلقي المعلومات إلى تغيير التوجهات والمعتقدات الدينية للنساء، فقد يتبنين وجهات نظر جديدة أو يعدلن معتقداتهن السابقة بناء على المعلومات الجديدة التي اكتسبنها.

2- ما هو تقييمك للصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك؟
الجدول رقم (26): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات وحسب تقييمهم للصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك.

المجموع	ما هو تقييمك للصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك؟					المتغيرات			
	ضعيفة	متوسط	جيد جدا	جيدة	حسنة	التكرار	ذكر	الجنس	
34	1	2	12	14	5	التكرار	ذكر		الجنس
27.2%	0.8%	1.6%	9.6%	11.2%	4%	النسبة المئوية	أنثى		
91	0	6	20	39	26%	التكرار		الجنس	
72.8%	0%	4.8%	16%	31.2%	20.8%	النسبة المئوية			
125	1	8	32	53	31	التكرار		المجموع	
100%	0.8%	6.4%	25.6%	42.4%	24.31%	النسبة المئوية			
درجة الحرية=4					قيمة كا ² المحسوبة=6.346				
النتيجة=غير دالة					الدلالة الإحصائية=0.175				
76	0	4	16	36	20	التكرار	18 إلى 25	السن	
60.8%	0%	3.2%	12.8%	28.8%	16%	النسبة المئوية			
49	1	4	16	17	11	التكرار	من 26 إلى 45	السن	
39.2%	0.8%	3.2%	12.8%	13.6%	8.8%	النسبة المئوية			
125	1	8	32	53	31	التكرار		المجموع	
100%	0.8%	6.4%	25.6%	42.4%	24.8%	النسبة المئوية			
درجة الحرية=4					قيمة كا ² المحسوبة=4.817				
النتيجة=غير دالة					الدلالة الإحصائية=0.307				
0	0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي	
0%	0%	0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية			
4	0	1	1	2	0	التكرار	متوسط	المستوى التعليمي	
3.2%	0%	0.8%	0.8%	1.6%	0%	النسبة المئوية			
14	0	0	4	6	4	التكرار	ثانوي	المستوى التعليمي	
11.2%	0%	0%	3.2%	4.8%	3.2%	النسبة المئوية			
107	1	7	27	45	27	التكرار	جامعي	المستوى التعليمي	
58%	0.8%	5.6%	21.6%	36%	21.6%	نسبة المئوية			
125	1	8	32	53	31	التكرار		المجموع	
100%	0.8%	6.4%	25.6%	42.4%	24.6%	النسبة المئوية			
درجة الحرية=8					قيمة كا ² المحسوبة=4.423				
النتيجة=دالة					الدلالة الإحصائية=0.817				

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغيرات وحسب تقييمهم لصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل %4 نسبة الذكور الذين المحيون ب (حسنة) . مفردة ، و تليها . %11.2 نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة ، و %9.6 نسبة الذين اجابو ب أجيد . %1.6 بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، %0.8 النسبة الذين يجيبون ب (ضعيف) . %26 بالنسبة الإناث الذين المحيون ب (حسنة) . مفردة ، و تليها . %39 نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة ، و %20 نسبة الذين اجابو ب أجيد . %6 بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، %0 بالنسبة الذين يجيبون ب (ضعيف) . وحسب تقييمهم لصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك .

تم حساب كاف تربيع و كان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.476 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و وحسب تقييمهم لصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك .

بالنسبة لمتغير(السن 18 الي 25 سنة) فتمثل %16 نسبة الذين المحيون ب (حسنة) . مفردة ، و تليها . %28.8 نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة ، و %12.8 نسبة الذين اجابو ب أجيد جدا . %12.8 بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، %0 بالنسبة الذين يجيبون ب (ضعيف) . %8.8 بالنسبة السن(26 الي 45 سنة)الذين المحيون ب (حسنة) . مفردة ، و تليها . %13.6 نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة ، و %12.8 نسبة الذين اجابو ب أجيد . %12.8 بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، %0 بالنسبة الذين يجيبون ب (ضعيف) .

وتم حساب كاف تربيع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.307 ي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائيا أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين حسب تقييمهم لصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك .

بالنسبة لمتغيرالمستوى التعليمي (ابتدائي) فتمثل %0 نسبة الذين المحيون ب (حسنة) . مفردة ، و تليها . %0 نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة ، و %0 نسبة الذين اجابو ب أجيد جدا . %0 بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، %0 بالنسبة الذين يجيبون ب (ضعيف) .

بالنسبة لمتغيرالمستوى التعليمي (متوسط) فتمثل %0 نسبة الذين المحيون ب (حسنة) . مفردة ، و تليها . %1.6 نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة ، و %0.8 نسبة الذين اجابو ب أجيد جدا . %0.8 بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، %0 بالنسبة الذين يجيبون ب (ضعيف) بتكرار 0.

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (ثانوي) فتمثل 3.2% نسبة الذين المجيبون ب (حسنة). مفردة، و تليها . 4.8% نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة 3.2% نسبة الذين اجابو ب(جيد جدا) 0%الذين اجابو ب بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، 0%بالنسبة الذين يجيبون ب (ضعيف).

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (جامعي) فتمثل 21.6% نسبة الذين المجيبون ب (حسنة). مفردة، و تليها . 36% نسبة الذين يجيبون ب(جيدة) من العينة 21.6% نسبة الذين اجابو ب(جيد جدا) 5.6%الذين اجابو ب بالنسبة الذين يجيبون ب (متوسط) ، 0.8%بالنسبة الذين يجيبون ب (ضعيف).

وتم حساب كاف تربيع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.817. ي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية بين حسب تقييمهم لصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك .

حساب كاف تربيع وكان غير دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة بلغت 0.307 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين السن وتقييمهم للصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك

من خلال هذه المعطيات نستنتج أن غالبية المبحوثين الذي يتراوح سنهم بين 18 و 25 سنة تقييمهم جيد للصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك، وهذا راجع إلى اهتمام الشباب في الجزائر بهذا النوع من المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يظهر تفاعلهم الإيجابي مع المعلومات الدينية ورغبتهم في الاستفادة منها. كما يعكس تقييم الصفحات الدينية بشكل جيد رضى الشباب عن جودة ومحتوى المعلومات التي يقدمونها، ويعكس أيضاً تأثير هذه الصفحات في تحفيز الشباب وتوجيههم نحو المواضيع الدينية وتعزيز فهمهم لها.

وعموما فإن تقييم الصفحات الدينية بشكل جيد من قبل الشباب في الجزائر يمكن أن يعكس تفاعلهم الإيجابي مع المحتوى الديني على وسائل التواصل الاجتماعي ورغبتهم في الاستمرار في استكشاف وفهم الدين بشكل أعمق.

3- بعد تلقيك للمعلومات الدينية التي شكلت لديك الوعي الديني، فماذا تنوي مستقبلا ان تفعل؟
الجدول رقم (27): يبين توزيع أفراد العينة حسب مخططاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية التي شكلت لديه وعي ديني

المجموع	بعد تلقيك للمعلومات الدينية التي شكلت لديك الوعي الديني، فماذا تنوي مستقبلا ان تفعل؟				المتغيرات		
	هل تعمل على مساهمة المجتمع بتحقيق اهم متطلباتهم الدينية؟	هل تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني؟	هل تتناول محتويات أخرى غير الفيسوك؟	هل تفكر في انشاء صفحات الدينية عبر الفيسوك؟	التكرار	ذكر	الجنس
34	6	9	11	8	التكرار		
27.2%	4.8	7.2	8.8	6.4	النسبة المئوية		
91	16	19	36	20	التكرار	أنثى	
72.8%	12.8	15.2	28.8	16	النسبة المئوية		
125	22	28	47	28	التكرار		المجموع
100%	17.6	22.4	37.6	22.4	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3	قيمة كا ² المحسوبة = 0.714						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.870						
76	17	16	29	14	التكرار	18 إلى 25	السن
60.8%	13.6%	12.8%	23.2%	11.2%	النسبة المئوية		
49	5	12	18	14	التكرار	من 26 إلى 45	
39.2%	4%	9.6%	14.4%	11.2%	النسبة المئوية		
125	22	28	47	28	التكرار		المجموع
100%	17.6%	22.4%	37.6%	22.4%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=3	قيمة كا ² المحسوبة = 4.048						
النتيجة=غير دال	الدلالة الإحصائية=0.256						
0	0	0	0	0	التكرار	إبتدائي	المستوى التعليمي
0%	0%	0%	0%	0%	النسبة المئوية		
4	0	1	3	0	التكرار	متوسط	
3.2%	0%	0.8%	2.4%	0%	النسبة المئوية		
14	1	4	7	2	التكرار	ثانوي	
11.2%	0.8%	3.2%	5.6%	1.6%	النسبة المئوية		
107	21	23	37	26	التكرار	جامعي	المجموع
85.6%	16.8%	18.4%	29.6%	20.8%	نسبة المئوية		
125	22	28	47	28	التكرار		
100%	17.6%	22.4%	37.6%	22.4%	النسبة المئوية		
درجة الحرية=6	قيمة كا ² المحسوبة = 5.913						
النتيجة= دال	الدلالة الإحصائية=0.433						

الجدول رقم 27: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات وحسب محطاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية التي شكلت لديه .

بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 6.4% نسبة الذكور الذين المجيئون ب (تفكير في إنشاء صفحات دينية عبر تطبيق الفيسبوك) . مفردة ، و تليها . 8.8% نسبة الذين يجيئون ب(تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك) ، . 7.2% بالنسبة الذين يجيئون ب (تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني) ، 4.8% النسبة الذين يجيئون ب (مساهمة المجتمع بتحقيق أهم المتطلبات الدينية) .

بالنسبة للإناث الذين بالنسبة لمتغير الجنس فتمثل 16% نسبة الذكور الذين المجيئون ب (تفكير في إنشاء صفحات دينية عبر تطبيق الفيسبوك) . مفردة ، و تليها . 28.8% نسبة الذين يجيئون ب(تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك) ، . 15.2% بالنسبة الذين يجيئون ب (تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني) ، 12.2% النسبة الذين يجيئون ب (مساهمة المجتمع بتحقيق أهم المتطلبات الدينية) .

تم حساب كاف تريبع و كان غير دال إحصائياً لأن مستوى الدلالة بلغت 0.870 و هي أكبر من 0.05 بمعنى و عليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائياً بين المبحوث و وحسب محطاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية التي شكلت لديه .

بالنسبة لمتغير (السن 18 الي 25 سنة) بالنسبة لمتغير فتمثل 11.2% نسبة الذكور الذين المجيئون ب (تفكير في إنشاء صفحات دينية عبر تطبيق الفيسبوك) . مفردة ، و تليها . 23.2% نسبة الذين يجيئون ب(تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك) ، . 12.8% بالنسبة الذين يجيئون ب (تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني) ، 13.6% النسبة الذين يجيئون ب (مساهمة المجتمع بتحقيق أهم المتطلبات الدينية) .

بالنسبة السن (26 الي 45 سنة) فتمثل 11.2% نسبة الذين المجيئون ب (تفكير في إنشاء صفحات دينية عبر تطبيق الفيسبوك) . مفردة ، و تليها . 14.4% نسبة الذين يجيئون ب(تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك) ، . 9.6% بالنسبة الذين يجيئون ب (تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني) ، 4% النسبة الذين يجيئون ب (مساهمة المجتمع بتحقيق أهم المتطلبات الدينية) . 26% بالنسبة

وتم حساب كاف تريبع و كان دال إحصائياً لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.256 ي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائياً أي أنها توجد علاقة إرتباطية. وحسب محطاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية التي شكلت لديه .

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (ابتدائي) فتمثل 0% نسبة الذين المجيئون ب (تفكير في إنشاء صفحات دينية عبر تطبيق الفيسبوك) . مفردة ، و تليها . 0% نسبة الذين يجيئون ب(تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك) ، . 0% بالنسبة الذين يجيئون ب (تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني) ، 0% النسبة الذين يجيئون ب (مساهمة المجتمع بتحقيق أهم المتطلبات الدينية) .

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (ثانوي) (تمثل 0% نسبة الذين المجيبون ب (تفكير في إنشاء صفحات دينية عبر تطبيق الفيسبوك). مفردة ، و تليها . 2.4% نسبة الذين يجيبون ب(تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك)، . 0.8% بالنسبة الذين يجيبون ب (تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني) ، 0% النسبة الذين يجيبون ب (مساهمة المجتمع بتحقيق اهم المتطلبات الدينية).

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي (جامعي) (تمثل 20.8% نسبة الذين المجيبون ب (تفكير في إنشاء صفحات دينية عبر تطبيق الفيسبوك). مفردة ، و تليها . 29.6% نسبة الذين يجيبون ب(تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك)، . 18.4% بالنسبة الذين يجيبون ب (تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني) ، 16.8% النسبة الذين يجيبون ب (مساهمة المجتمع بتحقيق اهم المتطلبات الدينية).

وتم حساب كاف ترييع و كان دال إحصائيا لأن مستوى الدلالة الإحصائية تساوي 0.433 أي أكبر من 0.05 بمعنى وجود دلالة إحصائية أي أنها توجد علاقة إرتباطية وحسب محطاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية التي شكلت لديه. وحسب محطاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية التي شكلت لديه .

يوضح الجدول السابق توزيع آراء افراد العينة توزيع أفراد العينة حسب مخططاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية التي شكلت لديه وعي ديني، اين تم ترك المجال مفتوح لاختيار أكثر من خيار فكانت النتيجة كما يلي:

تعميم المعرفة بالوعي الديني: تظهر نسبة 40.1% من العينة استعدادها للعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني، مما يعكس الرغبة في نشر المعرفة الدينية وتوعية الآخرين وتوجيههم نحو فهم أعمق وأفضل للدين.

إنشاء صفحات دينية عبر الفيسبوك: يعبر نسبة 28.2% من العينة عن رغبتهم في إنشاء صفحات دينية عبر الفيسبوك، مما يعكس استعدادهم للمساهمة في نشر المعرفة الدينية وتقديمها للآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي. مساهمة المجتمع بتحقيق أهم متطلباتهم الدينية: تعبير نسبة 16.2% من العينة عن رغبتهم في المساهمة في تحقيق أهم متطلبات المجتمع الدينية يظهر الاهتمام بالعمل الخيري وتحقيق الأهداف الدينية المشتركة لتعزيز التكافل الاجتماعي ودعم الفئات الضعيفة في المجتمع.

تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك: نسبة 15.5% من العينة تعبر عن رغبتها في تناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك بعد تلقي المعلومات الدينية، وهذا يشير إلى أهمية تنوع المحتوى وتوفير مواضيع متنوعة للاستفادة الشخصية والتطوير.

بشكل عام، يُظهر توزيع أفراد العينة تنوعاً في مخططاتهم المستقبلية بعد تلقي المعلومات الدينية، مما يعكس التفاعل المتنوع مع المعرفة الدينية واستعدادهم للمساهمة في نشرها وتعميمها بطرق مختلفة.

الاستنتاجات العامة :

تم تسليط الضوء غي الدراسة على المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي و خاصة الفيسبوك و علاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري، و قد اخترنا فئة من شباب الجزائري المستخدم لتطبيق الفيسبوك، و اسفرت الدراسة على النتائج التالية:

الاستنتاجات حول استخدام المضامين الدينية عبر تطبيق فيسبوك :

- نستنتج من انه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث ووقت تعرضه للمحتوى الديني على الفيسبوك حيث بلغت مستوى الدلالة 0.095 و هي أكبر من 0.05.
- أكثر المواضيع جذبا للمبحوثين و الذي يجنون متابعتها هي الفتاوى الدينية كونها تقدم إجابات محددة و واضحة على الأسئلة الدينية التي تواجههم في حياتهم اليومية.
- أكثر ثلاث صفحات متابعة عبر الفيسبوك هي صفحة مبادئ الدين الإسلامي ب 34.1% من المتابعين، و صفحة خواطر إسلامية بنسبة متابعة 16.5%، و كذا نجد صفحة طريقة نحو الله بنسبة متابعة بلغت 16.1%.

الاستنتاجات حول دوافع استخدام الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري :

- لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين جنس المبحوث و الإشباع المحققة من الاطلاع على مضامين الدينية عبر فيسبوك حيث بلغت مستوى الدلالة 0.468 و هي أكبر من 0.05.
- لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث و مدى تحقيق موقع الفيسبوك لاحتياجاتهم و رغباتهم من هذه المحتويات، حيث بلغت مستوى الدلالة 0.456 و هي أكبر من 0.05.
- توصلت النتائج إلى ان 81.6% يساهمون في نشر المواضيع الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك، بمقابل وجدنا 18.4% لا ينشرون مواضيع دينية على صفحاتهم في الفيسبوك.
- الافراد الذين ينشرون المواضيع الدينية على صفحاتهم في الفيسبوك كان الدافع الأساسي هو التوعية الدينية و نشر المعرفة، كسب الأجر و الثواب، التذكير و تقوية الإيمان، نشر القيم الحميدة، مشاركة المعرفة و التجارب الإيمانية.
- كما توصلنا من خلال النتائج ان السبب الرئيسي وراء عدن نشر الافراد للمواضيع الدينية على صفحاتهم على الفيسبوك يعود إلى الخوف من ارتكاب الأخطاء، قلة التفاعل حول هذه المواضيع، وجود مصادر أفضل لنشر المعرفة بالإضافة لعدم الاهتمام الشخصي بالموضوع.
- كما توصلت النتائج إلى انه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى العلمي المبحوث ونشر المواضيع الدينية على صفحاتهم على الفيسبوك حيث بلغت مستوى الدلالة 0.495 و هي أكبر من 0.05.

- لا توجد علاقة دالة إحصائية بين السن وسبب متابعة المحتويات الدينية خاصة على موقع الفيسبوك، حيث بلغت مستوى الدلالة 0.786 و هي أكبر من 0.05.
- نستنتج انه توجد علاقة دالة إحصائية بين الجنس وقبول طلبات الصداقة للمجموعات الدينية، حيث بلغت مستوى الدلالة 0.015 و هي أقل من 0.05.
- توصلت الدراسة إلى ان أغلب المبحوثين يشعرون بمعرفة الدين أكثر بنسبة اختيار 41.4%، و تشير النتائج المتحصل عليها أن الفيسبوك يمكن ان يكون مصدرا للدعم الروحي و كذا نشر الوعي الديني و يتم من خلاله التأكد من صحة و موثوقية المعلومات المتاحة و هو أداة مفيدة للتقرب من الله و تعزيز الإيمان.
- الاستنتاجات حول مدى الاعتماد على الفيسبوك في تزويد بالمعلومات الدينية :**
- نستنتج أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى التعليمي وإنشائهم لصفحة دينية على الفيسبوك يقومون بنشر المعلومات عليها، بمستوى دلالة بلغت 0.001 و هي أقل من 0.05.
- توصلت النتائج إلى ان مستوى الدلالة بلغت 0.674 و هي أكبر من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين السن وتفاعلهم حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك.
- كما توصلت إلى أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى التعليمي ومشاركة محتويات الصفحات الدينية على الفيسبوك مع الأصدقاء للاستفادة، مستوى الدلالة بلغت 0.707 و هي أكبر من 0.05.
- أغلب أفراد عينة الدراسة ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لهم بنسبة 92% اما النسبة المتبقية 8% فلا يرون أن المضامين الدينية تساهم في تشكيل معارفهم الدينية.
- تتضمن المعارف الدينية المتشكلة تتمثل في: الفقه، السيرة النبوية، التفسير، الأحاديث النبوية، الدعاء و الاذكار، قصص الأنبياء، المواضيع الاجتماعية، المواضيع المعاصرة.
- أظهرت النتائج أن مستوى الدلالة بلغت 0.824 و هي أكبر من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى التعليمي ومساهمة المضامين الدينية في تشكيل المعارف الدينية لهم.
- نستنتج انه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين الجنس و توفير الفيسبوك فرصة لمناقشة مواضيع دينية لا تناقش مع العائلة، حيث بلغت مستوى الدلالة بلغت 0.495 و هي أكبر من 0.05.
- كما نستنتج أن أغلب المبحوثين بنسبة 92.8% يرون ان للفيسبوك دور في تشكيل الوعي لدى الشباب الجزائري.
- كما وجدنا ان مستوى الدلالة بلغت 0.851 و هي أكبر من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى التعليمي ودور الفيسبوك في تشكيل الوعي لدى الشباب الجزائري.

الاستنتاجات الاشباع المحقق في تلقي المعلومات الدينية عبر تطبيق الفيسبوك :

- توصلت الدراسة إلى أن الأغلبية العظمى من أفراد العينة يرون أن الوعي الديني يتعلق بكثير من الجوانب، حيث يُعتبر اكتساب معارف دينية متعددة هو النقطة الأكثر شيوعًا بنسبة 45.2%، يليه الامام بالمواضيع الدينية بنسبة 30.6%. بينما يعتبر نشر قضايا دينية ومشاركة في الاجتماعات الدينية أقل انتشارًا بنسبة 18.5% و 5.7% على التوالي.
- نستنتج ان الفيديوهات هي الأكثر انتشارًا بنسبة 30.8% لتليها الريلز ومن ثم القصص و أخيرا الصور ما يوضح هذا التوزيع أن الأشخاص يفضلون أنواعًا مختلفة من المحتوى الديني على مواقع التواصل الاجتماعي، مما يعكس التنوع في الاهتمامات والتفضيلات الشخصية.
- نستنتج ان هناك تنوع في مجالات المنشورات الدينية التي يتابعونها على الفيسبوك و تعتبر الأحاديث الدينية والقرآن الكريم هما الأكثر شيوعًا بنسبة 27.5% و 27.1% على التوالي.
- نستنتج ان المنشورات الدينية على الفيسبوك لعبت دورًا هامًا في تعزيز المعرفة الدينية وتوجيه الأفراد نحو مفاهيم دينية جديدة أو تعميق فهمهم للدين.
- توصلنا إلى ان مستوى الدلالة بلغت 0.034 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائية بين الجنس وتغيير المنشورات الدينية على الموقع لأفكارهم ومعلوماتهم نحو معارف دينية جيدة.
- كما توصلنا أيضا إلى أن مستوى الدلالة بلغت 0.521 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى العلمي و مصداقية المعلومات التي تعرضون لها عبر الفيسبوك.
- نستنتج ان هناك حاجة لتحسين عدة جوانب في معالجة المضامين الدينية على الصفحات، بما في ذلك توفير تنوع في المحتوى، وتنظيمه بشكل أفضل، وتحديد الوقت المناسب لنشره.
- نستنتج أيضا ان أغلب افراد العينة أثر عليهم تلقي المعلومات عبر الفيسبوك في تغيير سلوكهم إيجابا.
- وجدنا أن مستوى الدلالة بلغت 0.521 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين الجنس وتأثير تلقي المعلومات عبر الفيسبوك سواء كان سلبا أو إيجابا

استنتاجات حول العلاقة بين تلقي المعلومات و تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك :

- بلغت مستوى الدلالة 0.183 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين السن وأهمية تلقي المعلومات في تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك له أهمية في حياتهم اليومية
- كما نستنتج انه بلغت 0.876 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين المستوى الجامعي والهدف من تلقي المعلومات حول الوعي الديني، حيث بلغت مستوى الدلالة بلغت 0.876 وهي أقل من 0.05.

- وجدنا ان مستوى الدلالة بلغت 0.026 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه توجد علاقة دالة إحصائيا بين المستوى التعليمي وإذا أصبحت لديهم معلومات عميقة حول الدين منذ نشر المعلومات وتصفحها عبر الفيسبوك.
- كما ان مستوى الدلالة بلغت 0.894 وهي أقل من 0.05، وعليه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين الجنس وتغيير تلقيهم للمعلومات في تشكيل الوعي على اتجاهاتهم الدينية.
- نستنتج من خلال النتائج المتوصل إليها انه فإنه لا توجد علاقة دالة إحصائيا بين السن وتقييمهم للصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك، حيث بلغت مستوى الدلالة 0.307 وهي أقل من 0.05
- كما توصلنا في النهاية إلى ان هناك تنوعاً في مخططات الأفراد المستقبلية بعد تلقيهم المعلومات الدينية، مما يعكس التفاعل المتنوع مع المعرفة الدينية واستعدادهم للمساهمة في نشرها وتعميمها بطرق مختلفة.

خاتمة

إن دراسة دور المضامين الدينية عبر الفضاءات التواصلية الرقمية وعلاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى الشباب الجزائري من بين الأبحاث الهامة التي تسلط الضوء على التطورات الحاصلة التي يشهدها المجتمع الجزائري. فالتكنولوجيا الرقمية والتواصل الاجتماعي أصبحا جزءًا لا يتجزأ من حياة الشباب، مما يؤثر بشكل كبير على كيفية فهمهم وتفاعلهم مع القضايا الدينية.

تؤكد النتائج أن الفضاءات الرقمية تمثل سلاحًا ذو حدين؛ فهي من جهة توفر مصادر متنوعة وآراء متعددة يمكن أن تشري الوعي الديني وتفتح آفاقًا جديدة للفهم، ومن جهة أخرى قد تكون مصدرًا لنشر الأفكار المتطرفة أو المغلوطة بسبب نقص الرقابة وضبط المحتوى. يلعب المحتوى الديني دورًا فعالًا وحيويًا في توجيه الشباب نحو فهم صحيح ومتوازن للدين.

من خلال هذه الفضاءات، يمكن للعلماء والدعاة نشر تعاليم الدين الإسلامي، وتعزيز قيم التسامح والتعايش السلمي، وهو ما يساهم في بناء مجتمع أكثر وعياً وتماسكاً. وبالمقابل، يجب تعزيز الوعي لدى الشباب لتمييز المحتوى الصحيح من الزائف، وتشجيعهم على التحقق من مصادر المعلومات.

في الختام، يتضح أن الفضاءات التواصلية الرقمية تشكل بيئة غنية بالتحديات والفرص. لذا، يتوجب على جميع الفاعلين الاجتماعيين، بما فيهم الأسرة والمؤسسات التعليمية والدينية، العمل بشكل متكامل لتعزيز الاستفادة الإيجابية من هذه فضاءات بما يخدم تشكيل وعي ديني سليم ومتوازن لدى الشباب الجزائري.

قائمة المصادر والمراجع

المعاجم و القواميس و القرآن الكريم

1. القرآن الكريم برواية ورش عن نافع.
2. أحمد مختار عمر ، معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد 1، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2008 .
3. مالك بن نبي، ميلاد المجتمع ، دار الفكر، دمشق، دس .
4. محمد منير الحجاب ، الموسوعة الإعلامية، المجلد 1 ،دار الفجر لنشر و التوزيع، القاهرة، 2003 .

الكتب

1. باشر شريف لفرشي ، النظام التربوي في الإسلام، (د-ط) ، دار التعارف للمطبوعات، بيروت، (د-س) .
2. ابراهيم بعزیز ، تكنولوجيا الاتصال الحديث و تأثيرتها الإجتماعية و الثقافية، (د-ط)، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012 .
3. الباشا، بوس أثر وسائل التواصل الإجتماعي على الدين الإسلامي، مركز الدراسات و البحوث، دبي، 2015 .
4. جلال إكرام، الأنترنت الفيسبوك ظاهرة العصر، (د-ط)، در الأهلية لنشر و التوزيع ، 2010 .
5. الجمال سند السويدي ، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من قبلية الفيسبوك، (د-ط)، مركز الامارات لدراسة و البحوث الاستراتيجية، الامارات، 2014 .
6. حسن محمد حسن، علم الاجتماع، ط1، دار وائل لنشر و التوزيع ،الأردن ،عمان، (د-س) .
7. خالد ابراهيم ممدوح ،ابرام العقد الإلكتروني، (د-ط)، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2011 .
8. خالد غسان و يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الإجتماعية، ط 1، دار النفائس، عمان، (د-س) .
9. ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم، اساليب البحث العلمي (الأسس النظرية والتطبيق العلمي)، ط 2، دار الصفاء لنشر والتوزيع، الاردن، 2011 .
10. سعد سليمان مشهداني ،ذفراس حمود العيدي، مواقع التواصل الإجتماعي و خصائص البيئة الإعلامية الجيدة، ط1 دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان 2021 .
11. شادي نصيف، فضائح الفيسبوك، ط1، الكتاب العربي، دمشق، 2009 .
12. شاكر المحاميد ،علم النفس الاجتماعي، (د، ط) ،مركزالنشر والتوزيع ،2003.
13. صلاح محمد عبد الحميدة، الاعلام الجديد، ط1، مؤسسة طيبة لنشر والتوزيع ،القاهرة، 2012.
14. طاهر محمد بوشلوش، التحولات الإجتماعية و الإقتصادية و آثارها على القيم في المجتمع الجزائري، (د-ط)، دارين مرابط للنشر و التوزيع ، الجزائر، 2008 .
15. طه نجم، علم الإجتماع المعرفة دراسة في مقولة الوعي و ايدولوجية، (د - ط)، دار المعرفة الاجتماعية، الإسكندرية، 2005/ 2006 .

16. عبد الحميد محمد ، الإعلام الجديد، ط1، للنشر و التوزيع، القاهرة، 2012 .
17. عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار عالم الكتب، ط1 ، القاهرة 2004
18. عبد الرحمان بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي و السلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء لنشر التوزيع، عمان، 2015 .
19. عبد الرحمن بن ابراهيم الشاعر، مواقع التواصل الإجتماعي و السلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2015 .
20. عبد الرزاق دليمي ، الإعلام الجديد لصحافة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2011.
21. عبد السلام محمد ، دراسات في الثقافة الاسلامية، (د - ط)، مكتب الفلاح ، 1987 .
22. عبد السلام محمد ، دراسات في الثقافة الإسلامية، ط5، مكتبة الفلاح، 1987 .
23. عبد العظيم عبد السلام لقرحان ، تقنيات الاتصال التعليمية في القرآن الكريم و السنة، (د - ط)، دار الغريب للطباعة و النشر و التوزيع، القاهرة، 2002 .
24. عبد الفتاح محمد العيسوي - عبد الرحمان محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الاسلامي والفكر الحديث (د- ط) ، دار الراتب الجامعية ، 1996-1997.
25. عبد اللطيف حمزة، الإلهام في صدر الإسلام ، (د-ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، (د-س) .
26. عبد المجيد إبراهيم مروان ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، الوراق لنشر و التوزيع، عمان 2012.
27. عبيدات محمد واخرون، منهجية البحث العلمي و القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط2، دار وائل لطباعة والنشر عمان، 1999.
28. عقيل حسين عقيل، عز الدين حسين، التصنيف القيمي للعولمة ، منشوراتالقا، مالطا، 2001.
29. علي إبراهيم حجازي ، التكامل بين الإعلام التقليدي و الجديد، ط1، دار المعتر لنشر و التوزيع، 2017 .
30. علي خليل شنفرة ، الإعلام الجديد و شبكات التواصل الإجتماعي، ط1، دار أسامة لنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2013.
31. عمار بوحوش ، دليل البحث العلمي في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، (د-ط)، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990 .
32. عمار بوحوش و آخرون، منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الإجتماعية ، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية، برلين -ألمانيا، 2019 .
33. عمارة محمد ، مخاطر العولمة على الهوية الثقافية، ط 3، نخضة مصر للطباعة، القاهرة، 2003 .
34. عمر أحمد مصطفى ، البحث لعلمي اجراءات و مناهجه، ط 2، دار الفلاح للطباعة و النشر، 2002.

35. ماهر عودة الشمالية - محمود عزة اللحام - مصطفى يسف كافي، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2014 .
36. محمد العقاب ، مجتمع الإعلام و المعلومات ماهية خصائصه، (د-ط)، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر، 2017.
37. محمد رحومة ، مقارنة في علم الإجتماع العربي و الإتصال عبر الحاسوب، عالم المعرفة سلسلة كتب الثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب، الكويت، 2008 .
38. محمد علي المحمودي سرحان ، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتاب، صنعاء اليمن، 2019 .
39. محمد قطب ، واقعنا المعاصر، ط 2، مكتبة ربحاب، الجزائر، (د- س) .
40. محمد كمال الدين، الإعلام الإسلامي، (د-ط)، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2005 .
41. محمد منير حجاب ، أساسيات البحوث الإعلامية و الإجتماعية ، ط 1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2002.
42. مستر بن علي القحطاني ، الوعي الحضاري مقاربات مقاصدية الفقه العمران الاسلامي الشبكة العربية للأبحاث والنشر
43. منير حجاب ، اساسيات البحوث الاسلامية و الاجتماعية، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
44. نولرهان منير حسن فهمي ، القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الإجتماعية، (د- ط)، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1999 .
45. يوسف القرضاوي ، الصحوة الإسلامية الحجدود و التطرق، ط3، كتاب الأمة، قطر، 1402 .

المجلات العلمية

1. احمد رحمون ، الوعي الديني من المنظور الاجتماعي، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 12، جامعة الجلفة، جوان 2019 .
2. احمد علي الدرربي ، مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها على العلاقات الإجتماعية، د .إ. ، العدد 1، الإصدار 2 جانفي 2018، علم الإجتماعية ، العلوم التربوية و الإنسانية، جامعة الكويت .
3. حسنان بشته ونعيم بوعموشة، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية ، مجلة الدراسات في علوم الإنسان والمجتمع العدد 02 ، مجلة 03 جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، جوان 2020
4. خديجة عبد العزيز علي ابراهيم، واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العملية التعليمية، جامعة صعيد مصر، مجلة العلوم التربوية، الجزء 2، العدد 3، معهد الدراسات التربوية، جامعة القاهرة، 2014.
5. زينب دهيمي ، موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة العدد 6، 2012.
6. فوزي شريطي، الإستخدام لموقع الفيسبوك دراسة ميدانية من مستخدمي الموقع، مجلة الدراسات الإسلامية، العدد 3، ستمبر 2013 . قسم العلوم الإجتماعية، العدد 12 .

7. محمد طوابية ، ايدولوجية الفضاء الرقمي دراسة في الخلفيات المرجعية ،المجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية،
8. مهاب نصر ،الفيسبوك صورة المثقف وسيرتها العصرية، وجود المثقف على الفيسبوك هل تعيد انتاج صورته ام تصنع افقا مقابرا، جريدة الفيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2012.
- ناصر علي مهدي ،دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني، دراسة ميدانية على عينة من الطلاب ،كلية الاداب، مجلة جامعة الازهر، العدد 1، مجلة 12 ،سلسلة العلوم الانسانية ،جامعة الأزهر، غزة 2010.
9. وسام فرطاس ،بيداغوجيا الاهداف والمضامين مصطلحاته ومفاهيمها، (د-ط)، نماذج مختارة من كتاب لغة العربية السنة 3 ابتدائي ،مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الانسانية والاجتماعية، مجلة 7، العدد1، سنة 2021.
10. الوليد رفاص ، دور الفايسبوك في نشر الوعي الديني لدى الأفراد، دراسة بعض الصفحات الفيسبوكية المتخصصة، جامعة سطيف 2 ،الجزائر مجلة الإعلام و المجتمع، مجلد 6، العدد 2 .

مذكرات

11. بسمة الترغيثي ، اتجاهات الشباب نحو الرسائل الإعلام الإسلامي المرئي، دراسة ميدانية جامعية معة بسمة محمد خيضر بسكرة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، في علم الإجتماع قسم علوم الإجتماع، جامعة بسكرة 2012/2013.
12. بورزق نوار ، دور مؤسسة لتعليم الثانوي في نشر الوعي الديني، دراسة ميدانية بثانوية مصطفى بن بولعيد بالشرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، علم الإجتماع، جامعة منتوري، تبسة، 2009 .
13. بييلة جعفري ، انعكاسات الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الهوية الثقافية للشباب الجامعي الجزائري، موقع الفيسبوك كنموذج دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2017 .
14. رمضان الخامسة، استخدامات الشبكات الاجتماعية على الأنترنت انتشار قيم العولمة الثقافية لدى الشباب الجامعي، دراسة مسحية حول الجمهور الشبكات الاجتماعية، رسالة ماجستير، منشورات جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012 .
15. زودة مبارك ، دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام التونسية نموذجا، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة باتنة، 2011 / 2012 .
16. سامية بن حسن ظافر الحكمي ،مجلة علوم الشريعة والدراسات الاسلامية ، العدد86، سبتمبر 2021.
17. سعاد بن جديدي ، علاقات مستوى النرجسية بالايمان على شبكات التواصل الاجتماعي الفيسبوك لدى المراهق الجزائري ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، الطور الثالث (LMD)، في علم النفس، تخصص علم النفس العيادي، قسم العلوم الاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016 .
18. سوسن بوزيرة ، علاقات مراكز اعادة التربية بالعودة لدى أحدث المنحرفين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم علم الإجتماع، جامعة الجزائر، 2008 .

19. شام المزماني ، الوعي الديني و الواقع الإجتماع المسلمي ألبانيا، رسالة دكتوراة، كلية العلوم الإجتماعية، الرياض، 1998 .
20. صابر لامية ، الحملات الإعلانية في باقة mbc و دورها في التوعية الدينية للشباب ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الإتصال و العلاقات العامة، قسم الإعلام و الإتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة لخضر باتنة، 2009 / 2010 .
21. صونية عبديش ، شبكات الإجتماعية على الأنترنت، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم الإعلام و الإتصال، كلية علوم الإعلام و الإتصال، قسم علوم الإعلام بجامعة الجزائر 3، 2015 .
22. ماجد رجب العيد سكر، التواصل الإجتماعي أنواعه ضوابطه آثاره، دراسة قرآنية، رسالة ماجستير في التفسير و علوم القرآن، كلية الأصول الدين، جامعة الإسلامية، غزة، 2011 .
23. مديحة جيطاني ، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، تخصص الدعوة و الإعلام، جامعة الحاج لخضر باتنة،

الملتقيات والمؤتمرات و المواقع :

1. محمد بن صالح الدحيم ، الوعي الديني و التنمية، موقع الإعلام اليوم الإثنين 15 صفر 2012
a . <http://www.stamtoday.net/nawafeth/artshow/4161377>
تمت زيارته 2024 / 4/15 ساعة 18: 50 .
2. التقرير الكامل حول التوجيهات الدينية للجزائريين عبر الفيسبوك، موقع فان زون دز، موقع اخباري جزائري، متخصص في مستجدات الشبكات الإجتماعية، تابع للموقع انترافاس ميديا، تاريخ نشر المقال 2018 / 2/14، رابط الموقع:
i . <http://fomzoneim.dz> تمت زيارة الموقع يوم 2024 / 05 /25 ساعة 21:20 .
3. سامية عواج، يامية تيري، دور مواقع التواصل الإجتماعي في دعم التعليم عن البعد لدى الطلبة الجامعيين، ورقة بحثية، مقدمة للمؤتمر الدولي 11 للمركز الجليل البحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية، الإتحاد العالمي للمؤسسات العلمية بالتعاون مع جامعة تيبازة، 22 و 23 و 24 أفريل 2016، طرابلس - لبنان .
4. العبد الكريم زيدان، المدخل الدراسة الشريعة الإسلامية متاح على رابط [www . alislam . com](http://www.alislam.com)
تمت زيارة يوم 2024/05/25 ساعة 20:43 .
5. لخضر لقدي، المرجعية الدينية المفهوم و الأسس و سبل التدعيم، موقع الحوار [elhiwardz com](http://elhiwardz.com)
تمت زيارة يوم 2024/05/25 ساعة 20:43 .

6. المناقشات الجماعية متاح على الرابط FS .Sorihb . com / doc 242161

تمت زيارة 2024 /5/10 ، ساعة 00:35

7. فاضل عبد الصبور ، الدعوة الإسلامية و مواقع التواصل الإجتماعي ، مقال في جريدة الوعي الشبابي 2018/3/5

رابط:

[http //: alweialshahaby. com / ar /index .php / our rehliquion/ 5321](http://alweialshahaby.com/ar/index.php/our_rehliquion/5321)

تمت زيارته على 2024 /05/ 18 على ساعة 15:00

الملاحق

الا بذكر الله تطمئن القلوب

٢٤٨ ألف المتابعون · المتابعات

ربي إني أسألك حبك وحب من يحبك وحب كل عمل صالح يقربني إليك. ❤️

مراسلة

متابعة

المنشورات

حول الصور مقاطع الفيديو ريلز

التفاصيل

صفحة · مدونة شخصية

بلا تقييم حتى الآن (رأيان)

منشور مثبت

الا بذكر الله تطمئن القلوب

٢٠٢١ / ١١ / ٢

الملاحق رقم (02):



فتاوى دينية

٣٨٥ تسجيلات إعجاب · ٣٩٣ المتابعون

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته؟

أعجبني

مراسلة

المنشورات

حول

الصور

عمليات الذكر

التفاصيل

صفحة · مجتمع

فتاوى دينية

٢٠١٥ / ٠٩ / ١٧

حكم قراءة كتب المبتدعة في العقيدة

س: ما حكم قراءة الكتب التي ابتلى صاحبها بها مثل تأويل صفات الله خلاف منهج السلف الصالح خصوصًا لمن لم يدرس العقيدة؟ وفقكم الله.

الملحق رقم (03):

تفسير القرآن

١٠ ألف تسجيلات إعجاب · ١١ ألف المتابعون
لتوضيح معاني مفردات القرآن الكريم، ولتفسير الآيات.

... أعجبنى مراسلة

المنشورات حول الصور عمليات الذكر

التفاصيل
صفحة · مجتمع

... تفسير القرآن ٢٠٢٤/٣/١٣

﴿ قَدْ جَاءَكُمْ بِصَائِرٍ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ أَبْصَرَ فَلْيَنْفُسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ ﴾
[الأنعام: 104] ... عرض المزيد

سُورَةُ الْأَنْعَامِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الملاحق رقم (04):

65% 4G 9:51

الوضع الأساسي

تبديل الأوضاع

الشيخ الجزائري شمس الدين بوروبي Ch ...

عرض كل الصور



الشيخ الجزائري شمس الدين بوروبي
Cheikh Chamseddine Bouroubi

٤,٢ ألف متابعين · ٣ المتابعات

صفحة الشيخ الجزائري شمس الدين بوروبي

مراسلة متابعة

المنشورات حول الصور مقاطع الفيديو عمليات

التفاصيل
صفحة · مجتمع

الشيخ الجزائري شمس الدين بوروبي
Cheikh Chamseddine Bouroubi
٢٠١٤ · ١٠/٤/١١

سائل يسأل الشيخ شمس الدين : هل يجوز له التيمم و هو مريض في المستشفى لا يستطيع النهوض . شاهد رد الشيخ عليه ؟

استمارة استبيان الخاصة بدراسة .

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية

قسم : العلوم الإنسانية

شعبة : الإعلام و الإتصال

استمارة استبيان :

المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي و علاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى شباب
الجزائري " دراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي الصفحات الدينية عبر
الفيسبوك نموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر إعلام و الإتصال تخصص : إتصال و علاقات العامة

تحت اشراف :

د. احمر نبيل

اعداد الطالبتان :

حوسة سمية

علية لبنى

السلام عليكم و رحمة الله تعالى و بركاته، تحية طيبة للجميع . في إطار إعداد مذكرة التخرج المكملة لنيل شهادة الماستر في اتصال و علاقات العامة، تحت عنوان " المضامين الدينية عبر فضاءات التواصل الرقمي و علاقتها بتشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري " دراسة مسحية لعينة من الشباب الجزائري مستخدمي الصفحات الدينية عبر الفيسبوك " ، يشرفني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الالكتروني المصمم لغرض البحث العلمي راجيا منكم التكرم بتقديم مساعدة عبر الاجابة عن الاستمارة المرافقة بكل شفافية و موضوعية . يرجى من شباب قراءة كل عبارة بعناية ثم وضع علامة في الخانة المناسبة مع العلم لاتوجد اجابة صحيحة و أخرى خاطئة . و نحيطكم علما بان المعلومات التي تقدموها لنا سوف تحاط بالسرية التامة ولا تستخدم الا لاغراض البحث العلمي فقط .
شكرا مسبقا على مساهمتكم في نجاح هذه الدراسة .

البيانات الشخصية :

- 1/ الجنس : ذكر أنثى
- 2/ السن : من 18 الى 25 من 26 الى 45
- 3/ المستوى التعليمي : ابتدائي متوسط ثانوي جامعي

المحور الأول : استخدام المضامين الدينية عبر تطبيق فيسبوك ؟

4/ هل تتعرض للمواضيع الدينية عبر الفيسبوك ؟

- كل ساعة يوميا
- اسبوعيا مرتين في الاسبوع
- ساعات أخرى

5/ ماهي الوسيلة التي تتابع من خلالها المحتويات الدينية عبر الفيسبوك ؟

- الهاتف الحاسوب اللوحات الالكترونية

6/ ماهي افضل المواضيع التي تحب متابعتها أكثر على هذه المضامين الدينية ؟

- ترويد بثقافات دينية
- معرفة الدعاة
- تمسك بالعقيدة
- اتباع نصائح دينية بطريقة جيدة

7/ ماهي الصفحات الدينية التي تتابعها عبر الفيسبوك ؟

- طريق نحو الله
- الدعاء المستجاب
- خواطر اسلامية
- يوم القيامة
- مبادئ الدين الاسلامي
- أحباب القارئ عبد الرحمن السديسي
- شيخ محمود الحسنات
- ألا بذكر الله تطمئن القلوب

المحور الثاني : دوافع استخدام الفيسبوك في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري ؟

8/ ماهي اهم الاشباع التي تحققها لك الاطلاع على المضامين الدينية عبر فيسبوك ؟

لاكتساب معرفة

لتوعية الدينية

لتواصل و تفاعل مع المجتمع الديني

9/ هل تعتقد أن موقع الفيسبوك يلبي احتياجاتك ورغباتك في هذه المحتويات ؟

نعم لا احيانا

10/ هل تنشر مواضيع دينية على صفحتك في الفيسبوك ؟

نعم لا

11/ لماذا تتابع المحتويات الدينية على الفيسبوك خاصة ؟

تزوידك بثقافات الدينية تمسك الأكثر بالعقيدة

معرفة الدعاة اتباع نصائح دينية بطريقة جيدة

اذكر اشياء أخرى

12/ هل تقبل طلبات الصداقة للمجموعات الدينية ؟

نعم لا

المحور الثالث : مدى الاعتماد على الفيسبوك في التزويد بالمعلومات الدينية ؟

13/ هل أنشأت صفحة دينية على الفيسبوك تقوم بنشر المعلومات عليها ؟

نعم لا

14/ هل تقوم بتفاعل حول المضامين الدينية التي تنشر عبر الفيسبوك ؟

نعم لا احيانا

15/ هل تقوم بمشاركة هذه المحتويات مع الاصدقاء للاستفادة منها ؟

نعم لا

16/ هل ساهمت المضامين في تشكيل المعارف الدينية لك ؟

نعم لا

17/ هل يوفر الفيسبوك فرصة لمناقشة مواضيع دينية التي لا تناقش مع العائلة ؟

نعم لا

18/ حسب رأيك : هل ترى الفيسبوك له دورا مهم في تشكيل الوعي الديني لدى شباب الجزائري ؟

نعم لا

المحور الرابع : الاشباع المحقق في تلقي المعلومات الدينية عبر تطبيق الفيسبوك ؟

19/ ماهو مفهومك للمصطلح " الوعي الديني " ؟

- _تقرب إلا الله
- _تعلم أساليب دينية
- _معرفة الدين أكثر
- _حل مشاكل دينية

20/ ماهي طبيعة المنشورات الدينية التي لفتت انتباهك على موقع الفيسبوك ؟

- _ صور
- _ فيديوهات
- _ نصوص
- _ ريلز
- _ قصص

21/ هل المنشورات الدينية على الموقع غيرت أفكارك و معلوماتك نحو معارف دينية جيدة ؟

- نعم لا

22/ هل المعلومات الدينية التي تتعرض لها عبر موقع الفيسبوك تحضا بالمصادقية ؟

- نعم لا
- احيانا نادرا

23/ ماهي النقصان التي تجدها في هذه الصفحات من حيث معالجتها للمضامين الدينية ؟

- _عدم تنوع في المضامين الدينية
- _عدم ترتيب و نظام في نشر المواضيع الدينية
- _عدم تحديد الوقت المناسب لنشر هذه المضامين

.....اخرى اذكرها.....

المحور الخامس : العلاقة بين تلقي المعلومات و تشكل الوعي الديني عبر الفيسبوك ؟

24/ هل ترى تلقي المعلومات في تشكيل الوعي الديني عبر الفيسبوك له أهمية في حياتنا اليومية ؟

- نعم لا نوعا ما

25/ ماهو تقييمك لصفحات الدينية التي تنشر معلومات دينية لشباب الجزائري عبر تطبيق الفيسبوك ؟

- حسنة جيدة جيد جدا
- متوسط ضعيف

26/ بعد تلقيك للمعلومات الدينية التي شكلت لديك الوعي الديني ؛ فماذا تنوي مستقبلا أن تفعل ؟

__ هل تفكر في انشاء صفحات الدينية عبر الفيسبوك

__ هل تتناول محتويات أخرى عبر الفيسبوك

__ هل تعمل على تعميم المعرفة بالوعي الديني

__ هل تعمل على مساهمة المجتمع بتحقيق اهم متطلباتهم الدينية

REPUBLIC ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA
RECHERCHE SCIENTIFIQUE
UNIVERSITE MOHAMED KHIDER - BISKRA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DEPARTEMENT SCIENCES HUMAINES



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
السنة الجامعية 2023-2024

بسكرة في 106/105 90214

الاسم واللقب الأستاذ المشرف : نسيل لحر
الرتبة : أستاذ محاضر - أ
المؤسسة الأصلية : جامعة محمد خيضر - بسكرة

الموضوع: الإذن بالإيداع

أنا الممضي أسفله الأستاذ (ة) نسيل لحر وبصفتي مشرفا على مذكرة الماستر
للطالبيين: (ة)

- 1- الموسومة: الموسومة
- 2- لنوع عملية:

في تخصص: الاتصال بعلاقات عامة

والموسومة: ب- للاتصاليين الدينية غير ضعاء ات التواصل.....

وعدديتها
الرقم (أ) المستعمل للعمى الدين لدى السيد الجزائري - دراسة ميدانية
على كتيبة من
والمسجل بقسم العلوم الإنسانية، شعبة، أقر بأن المذكرة قد استوفت
مقتضيات البحث العلمي من حيث الشكل والمضمون، ومن ثمة أعطيا الإذن بإيداعها.

إمضاء المشرف

