

تبدو العلاقة للوهلة الأولى بين الإعلام والدين علاقة ضرورية تخضع لعامل الحاجة والغاية التي نزلت من اجلها تعاليم الدين، فهي تقتضي نشرها وإعلامها لأكبر قدر ممكن بين بني البشر، وفي هذا السبيل كان لابد أن تسخر مختلف الوسائل الإعلامية لبلوغ تلك الأهداف والمقاصد التي يسعى الدين لتحقيقها، وفي ظل هذا المناخ الديني الإعلامي ظهرت أبعاد أخرى للعلاقة بين الدين والإعلام حيث أصبحت أكثر تكاملية من الماضي، وتجلت بشكل واضح الإحداثيات التي يتبادلان فيها التأثير والتأثر، لم يعد بعدها يخفى على أحد أن الدين يعتمد على وسائل الإعلام من اجل نشر تعاليمه وتعزيز صفوف المنسبين إليه وهي الغاية نفسها التي تشاطره إياها وسائل الإعلام التي تعتمد أيضا على المضامين والبرامج الدينية طلبا لتحقيق نسبة كبيرة من المشاهدة وبالتالي الحصول على أرباح وسيطرة إعلامية اكبر، وتعد الانترنت كأهم وسائل الإعلام فاعلية وتفاعلية في الوقت الحاضر واتساع نطاق توغلها في حياة الناس العامة والخاصة، زيادة على تنوع تطبيقاتها وتجدها في كل مرة، أصبحت الحاجة أكثر إلحاحا من أي وقت سابق لاستغلال تلك الفرص والإمكانات التي تتفوق فيها التطبيقات الإعلامية الجديدة تختلف عن سابقتها كونها أعطت فرصا واسعة للفرد -المتلقي- وأصبح هو القائم بالاتصال -المرسل- وبالتالي كان لهذا التغير في النموذج الإعلامي أثره على طبيعة المادة الإعلامية الدينية وجمهورها والكيفية التي تذاق بها، ما يعني تغيرا آخر في العلاقة بين الدين والإعلام.

لقد انسابت العديد من المواد الإعلامية عبر هذه الحوامل الإعلامية الجديدة مؤكدة على أن العلاقة بين الدين ووسائل الإعلام تبقى ممكنة حتى مع كل ذلك التغير الذي مس مختلف مراحل العملية الاتصالية ووسائلها، وكذا التحول الكبير في نظرة الفرد والمجتمع للدين والمكانة التي يجوزها هذا الأخير ضمن اهتماماتهم، حيث تعددت الممارسات الدينية من ثقافة إلى أخرى، فضلا عن وجود تلك التمايزات بين معتقدي الدين الواحد، لكن ومع ذلك فحجم الاستخدام الديني لوسائل الإعلام وتطبيقاته في تزايد مستمر، حيث تعج مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، بالعديد من المستخدمين الجدد الذين يوظفون تلك التطبيقات

الإعلامية في نشر المواد الدينية من معلومات وصور وفيديوهات وغيرها، ساهمت في تشكيل مساحات جديدة لتقاسم وتبادل المضمون الديني وفق منظومة إعلامية أكثر تفاعلية

فلقد حضر الدين دوماً على الشبكة العنكبوتية منذ بداياتها. وقد أسهمت الأديان كافة في إنشاء مواقع وصفحات لها لإبراز رسالتها، والدعوة إلى عقيدتها، والرد على مخالفيها. أفادت غالبية الحركات الإسلامية المتطرفة من الإنترنت؛ ومرّد ذلك حاجتها إلى التعبير عن نشاطها الديني، بعيداً عن الرقابة الحكومية المباشرة، ما أتاح لها هامشاً من التحرك تمكنت من خلاله من نقل الأفكار والأيديولوجيات الراديكالية. في حين تراخت المؤسسات الإسلامية المعتدلة، بسبب توافر قنوات بديلة لها، عن إيصال رسالتها. وربما -أيضاً- بسبب عدم استيعاب بعض قياداتها للقوة الكامنة في الوجود على الإنترنت. مع ذلك، كان هناك الكثير من الحضور الإيجابي والبناء لممثلي الإسلام المعتدل والتقليدي على الشبكة العالمية

من هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى كشف واقع تداول هذه المضامين الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة وقد خصصنا بالدراسة هذه الفئة تحديداً لأنها أكثر فئات المجتمع تلقياً واستخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيس بوك على اعتبار أنها توفر لهم إمكانيات وخدمات اتصالية تشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية وتمكنهم من إثبات ذواتهم وتمنحهم الإحساس بالمتعة والإثارة.

من اجل فهم هذه العلاقة قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربع فصول كالآتي:

**الفصل الأول :** يتناول الإطار المفاهيمي للدراسة، الذي يتضمن تحديد الإشكالية التي بينت أسباب اختيار الموضوع وتوضيح أهمية الدراسة وأهدافها، وصياغة تساؤلاتها، وشمل الفصل عرض لبعض الدراسات السابقة، إضافة إلى المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، وأسلوب اختيار العينة.

**الفصل الثاني:** خصص لتوضيح مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وقد تناول جوانب عدة منها المفهوم الناشئة والتطور، خصائص وأنواع ودوافع واستخدامات وآثار مواقع التواصل الاجتماعي ونشأة الفيس بوك واستخداماته وأهم مميزاته.

**الفصل الثالث:** خصص لتوضيح الدعوة إلى الله تعالى من خلال الانترنت وقد تناولنا مفهوم النشر الإلكتروني ونشأته ومزاياه وعيوبه ثم مررنا إلى الدين مفهومه وخصائصه وصولاً إلى مفهوم الدعوة طرق ممارستها وأهميتها وعواملها وتحدياتها ومزاياها.

**الفصل الرابع:** تضمن تحليل وتفسير البيانات الميدانية وعرض النتائج العامة للدراسة وقد تم تقديم بعض التوصيات والاقتراحات على ضوء هذه النتائج وأخيراً الخاتمة.

# الفصل الأول

## الجانب المنهجي

1. الإشكالية
2. مفاهيم الدراسة
3. تساؤلات الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهداف الدراسة
6. أهمية الدراسة
7. منهج الدراسة
8. أدوات الدراسة
9. عينة الدراسة
10. الدراسات السابقة
11. صعوبات الدراسة

**1- الإشكالية:**

شهدت الشبكات الالكترونية "الانترنت" مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين انتشارا واسعا، إلى أن أصبحت من أهم وسائل الاتصال شيوعا وإقبالا من قبل الشعوب، حيث أدت التطورات المتزايدة في تكنولوجيا المعلومات والانترنت إلى زيادة أعداد المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن حولت العالم بأكمله إلى قرية صغيرة، وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات. حيث باتت هذه المواقع تسيطر على أفكار الشباب وأوقاتهم فأدخلتهم في قوقعة افتراضية أصبحت تمثل عالمهم الواقعي، يتبادلون من خلاله أفكارهم وآرائهم وتوجهاتهم حول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والدينية، حيث تعتبر هذه الأخيرة أساسا موضوعيا لاتخاذ أنماط سلوكية معينة فالمواضيع الدينية اليوم باتت تحتل حيزا مهما على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إنشاء صفحات خاصة بها أو مشاركة هذه المضامين على الصفحات الخاصة للمستخدمين بغية نشر الثقافة الدينية وترسيخها لدى الشباب اليوم ومن هنا تبدو إشكالية بحثنا جلية نطرحها كالآتي :

**مادور الفيس بوك face book في تعزيز المشاركات الدينية من وجهة نظر طلبة ماستر إعلام**

**واتصال؟****2- التساؤلات :**

- 1/ ما هي عادات وأنماط استخدام الفيس بوك من طرف الطلبة؟
- 2/ كيف يتفاعل مستخدمو الفيس بوك مع المشاركات الدينية؟
- 3/ ما هو تقييمك للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال تفاعلك مع الفيس بوك؟

**3- تحديد المفاهيم :**

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات ركنا أساسيا ضمن الإجراءات المنهجية للدراسة، لكونها توضح الأهداف التي نرسي إلى تحقيقها، وهنا حاولنا تحديد المفاهيم الأساسية بموضوع الدراسة، والتي يتبعها عدد من المفاهيم الأخرى.

يتم توضيحها في مواضعها بالدراسة، وقد تركزت المفاهيم الأساسية بالدراسة في : المشاركة، الدين شبكات التواصل الاجتماعي، الفيس بوك face book وهي كما يلي:

**3-1- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي :**

1/ اصطلاحيا: مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الموجودة بالفعل على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض ويمكن أن تشمل "المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة". وتعف بأنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."<sup>(1)</sup>

ب/ إجرائيا: هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية لكن الفرق يكمن في أنها عبر الانترنت وتضم مواضيع خاصة وعمامة من كتابات وصور وأفلام وغيرها .

<sup>1</sup> - مواقع التواصل الاجتماعي ماهي ومتى بدأت؟ ومتى ستنتهي؟

**3-2- تعريف الفيس بوك :**

ا/اصطلاحيا: هو شبكة اجتماعية الكترونية تتيح للعديد من المشتركين عرض ملفاتهم الشخصية ومشاركة الآخرين فيما يختارونه من نشاطات .<sup>(1)</sup>

ب/إجرائيا: هو شبكة تواصل اجتماعي يهدف إلى تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، وكذا إمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية في الأنشطة المشتركة المحددة اجتماعيًا

**3-3- تعريف المشاركة :**

لغة : من الفعل شارك، مشاركة فهو مشارك، والمفعول مشارك

[ ش ر ك ] . ( فعل : رباعي لازم متعد بحرف ) . شَارَكْتُ، أُشَارِكُ، شَارِكٌ، مصدر مُشَارَكَةٌ، شاركه : كان

شريكه، فلان يشارك في علم كذا : له نصيب منه

شَارَكَهُ أَحْزَانُهُ، أَوْ أَفْرَاحُهُ، أَوْ شُعُورُهُ :- : قَاسَمَهُ ذَلِكَ، أَي يَشْعُرُ بِمَا يَشْعُرُ بِهِ، يُشَارِكُنِي فِي سُرُورِي وَأَحْزَانِي كَمَا أُشَارِكُهُ .

اصطلاحا: وهي تستخدم لوصف مشاركة رسالة شخص آخر عبر نفس الشبكة مما يعني على سبيل المثال

مشاركة رسالة أضافها احد أصدقائك على الفيس بوك<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - مدونة محمد أحمد مطهر آل المطهر: مقرر استخدام الإنترنت في مراكز مصادر التعلم، عمادة خدمة المجتمع بجامعة جازان للعام الدراسي 1433-1434 الفصل الأول، تم نشره يوم الخميس 4 أكتوبر 2012 <http://ju5emac.blogspot.com/2012/10/blog-bost7858.html>

<sup>2</sup> -معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط <http://www.almaany.com/ar/dict/ar/ar/le1/04/2016à10.00h>

**3-4- تعريف الدين:**

**لغة:** مشتق من الفعل الثلاثي (دان)، وهو تارة يتعدى بنفسه، وتارة باللام، وتارة بالباء، ويختلف المعنى باختلاف ما يتعدى به، فإذا تعدى بنفسه يكون (دانه) بمعنى ملكه، وساسه، وقهره وحاسبه، وجازاه وإذا تعدى باللام يكون (دان له) بمعنى خضع له وأطاعه وإذا تعدى بالباء يكون (دان به) بمعنى اتخذ دينا ومذهبا واعتاده، وتخلق به، واعتقده

**اصطلاحا:** اختلف في تعريف الدين اصطلاحا اختلافا واسعا فمنهم من عرفه بأنه (الشرع الإلهي المتلقى عن طريق الوحي) وهذا تعريف أكثر المسلمين، والدين هو المشتغل على الاعتراف بواجباتنا كأوامر الأهمية وبعضهم يخصصه بناحية التفكير والتأمل كقول (رودلف ايوكن): (الدين هو التجربة الصوفية التي يجاوز الإنسان فيها متناقضات الحياة)<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي للدين:** هو اعتقاد قداسة ذات ومجموعة السلوك الذي يدل على الخضوع لتلك الذات ذلا وحباً، رغبة ورهبة

**3-5- تعريف المشاركات الدينية**

**إجرائيا:** هي أن يشارك شخص مضمون ديني أو رسالة أو صورة دينية، قد سبق وأضافها احد أصدقائه على صفحته الشخصية على نفس الشبكة.

**4- أسباب اختيار الموضوع**

- ميول ذاتي لموضوع الدراسة بحيث أننا نصطدم يوميا بذكر مصطلح الفيس بوك
- الفضول في بحث حقيقة استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup>- ناصر العقل، ناصر القفاري: الموجز في الأديان والمذاهب المعاصرة، دار العصيمي، الرياض، ط3، ص10.

- مشكل المضامين المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطالب الجامعي المسيحي.
- نقص المراجع الخاصة بحقيقة شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر
- إثراء المكتبة العلمية ببحث أكاديمي جديد
- قلة الدراسات والأبحاث العلمية في هذا المجال حيث موضوع البحث يرتبط ارتباطا وثيقا مع تخصصنا العلمي، وهذا ما أدى إلى زيادة الرغبة في معرفة ما الذي يؤثر في وعي وسلوكيات الشباب الجزائري ونحن نعيش عصر التكنولوجيا
- كون ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة اجتماعية ونمط اتصالي متطور

## 5- أهداف الدراسة :

- 1- معرفة حدود الدراسة وكيفية معالجتها
- 2- توسيع المدارك الثقافية والعلمية لتكون نقطة بدئ وتحول إلى مواضيع بحثية أخرى تساهم في إثراء الحقل المعرفي
- 3- كيفية استغلال هذه المواقع من الجانب الإيجابي لزيادة الرصيد المعرفي والثقافي دون تناقضات وعراقيل ومشاكل تخدش بكرامة الإنسان .
- 4 - توعية الطلبة الجامعيين بضرورة الميل إلى المواضيع البناءة وبناء ثقافة دينية ونشرها ومشاركتها ليستفيد الجميع
- 5- الكشف عن هذا المشكل وكيفية اتخاذ الإجراءات الملائمة من اجل تحقيق المنفعة الفردية والمجتمعية معا .

## 6- أهمية الدراسة

- اعتبار الطلبة الفئة التي تخدم هذا المجتمع لا بد من تسليط الضوء عليها وتوعيتها وتكريس الوقت للاهتمام بها وتوجيهها، في إطار تكوين نخبة تحمل أصالة المجتمع وتواكب التطور بما يخدم هذا المجتمع .
- تعتبر الدراسة التي نحن بصدد معالجتها تخص بشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء جديد وكمرحلة انتقالية للانترنت، وتعد مشكلة مشاركة المضامين الدينية وجه جديد في الدراسات العلمية الحالية .
- معرفة مدى قوة الشبكات الاجتماعية في التواصل مع المستخدمين حول العالم وفي الجزائر بالتحديد .  
ناهيك عن محاولة دراسة تفاعل المستخدمين مع بعضهم البعض عن طريق مشاركة مضامينهم التي تندرج ضمن اهتماماتهم المشتركة .
- البحث عن مدى الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي ليتسنى لنا معرفة موقع الخطر الحقيقي ومحاولة معالجته بشكل أعمق وأدق .

## 7- الإجراءات المنهجية

## 7-1- منهج البحث :

- لكي يتمكن الباحث من الإحاطة بكل جوانب الموضوع الذي يريد دراسته عليه أن يختار المنهج الذي يتماشى وطبيعة بحثه قصد الوصول إلى نتائج موضوعية.
- والمنهج في معناه العام: "هو الأساليب التي يمكن بها تحقيق أو انجاز الهدف."<sup>(1)</sup>، وهو "وسيلة لغاية

<sup>1</sup>- عبد المعطي الباسط: البحث الاجتماعي محاولة نحوي رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1985، ص35.

من حيث استعمالنا له من اجل الوصول إلى الحقيقة العلمية سواء كانت مجهولة أو معلومة.<sup>(1)</sup>، ويعد تحديد المنهج من المراحل الأساسية في البحث العلمي والوسيلة المثلى في الوصول إلى الحقيقة بهدف الإجابة على التساؤلات المطروحة في بداية البحث ولهذا نجد أن مصير أي موضوع يتوقف على كيفية التطرق إليه ونوعية الأسلوب المستعمل في معالجته والتعرف على حقيقته. وانطلاقاً من هذا فقد لجأنا إلى المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات، ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج مقبولة، كذلك يهدف إلى دراسة الارتباطات بين متغيراتها وأخيراً يرمي لاختبار العلاقات السببية بين المتغيرات.

## 7-2- أدوات جمع البيانات :

حتى يمكن الوصول إلى نتائج موضوعية بالنسبة للإشكالية البحث يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق في جمع المعلومات وهذه الأدوات هي التي نستخدمها في عملية جمع البيانات المستهدفة في البحث ضمن منهج معين، ومن بين أدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا الاستبيان. حيث يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال المبحوث. لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها.

## 8- أدوات الدراسة:

- الاستبيان: يعرف الاستبيان بأنه: "هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة".<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - عمار مجوش: مناهج البحث وطرائق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر 1995، ص29.

<sup>2</sup> - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص220.

إعداد الاستمارة في شكلها الأولي بعد ضبط الأسئلة المطلوبة والضرورية ثم إعداد الاستمارة في شكلها

الأولي القابل للتعديل

- اختبار الصدق: وقد تم اختبار صدق أسئلة الاستمارة بطريقتين :

توزيع عينة اختيارية وقد تم توزيع عشرة استمارات للوقوف على جوانب القصور والغموض فيها

- تحكيم الاستمارة: وقد تم توزيع ثلاث استمارات على كل من الأستاذة تيميزار فطيمة والأستاذ بوقره

رضوان، والأستاذ صاوي عبد المالك من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة قصد إعطاء ملاحظات

حول نوعية الأسئلة وكيفية صياغتها وترتيبها المنطقي ومدى ملائمتها للإطار النظري.

- الإعداد النهائي للاستمارة: بعد جمع مختلف الملاحظات تم إعادة صياغة بعض الأسئلة وتم حذف البعض

منها وتم إخراج الاستمارة في شكلها النهائي القابل للتوزيع، وقمنا بتوزيع الاستمارة في الفترة ما بين 08 أبريل

إلى 09 أبريل وتم توزيع 115 استمارة على المبحوثين، استرددنا منها 114، وتم إلغاء واحدة مفقودة.

- ترميز الاستمارة: بعد استرجاع الاستمارات من المبحوثين لابد من ترميز الأسئلة وإعطاء كل سؤال رمزا خاصا

به لتسهيل عملية تفریغه فيما بعد

- تفریغ البيانات: بعد الانتهاء من عملية الترميز يأتي دور تفریغ البيانات

وقد تضمنت الاستمارة ثلاث محاور نراها أساسية وهي كالتالي :

المحور الأول : عادات وأتماط المستخدمين على موقع الفيس بوك.

المحور الثاني : الاستخدام والتفاعل على الفيس بوك في النشر الديني.

المحور الثالث : تقييم الطلبة للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال التفاعل مع الفيس بوك.

**- مجتمع البحث وعينته :**

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدتها<sup>(1)</sup>، ومجتمع البحث في دراستنا هذه يتعلق بمستخدمي موقع الفيس بوك من طرف طلبة جامعة المسيلة.

**9- عينة الدراسة:**

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات البحث قمنا باختيار أسلوب العينة، ونظرا لاقتراب عينتنا على مستخدمي موقع الفيس بوك في جامعة محمد بوضياف دون غيرهم فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهي التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة محكمة لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.<sup>(2)</sup> وعليه فقد اخترنا عينة لطلبة علوم الإعلام والاتصال السنة الثانية اتصال وعلاقات عامة.

**10- الدراسات السابقة:**

**الدراسة الأولى:** دراسة موقع "بيت كوم" (2011) "غالبية العرب يستخدمون الانترنت للردشة"، أظهرت دراسة حديثة أن غالبية مستخدمي الانترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الالكترونية للردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الانترنت لأغراض أخرى. مثل التعلم عبر الانترنت أو التسوق الالكتروني أو البحث عن الوظيفة، وذكرت الدراسة أن السبب الرئيسي لاستخدام

<sup>1</sup> - محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، دون سنة، ص 112.

<sup>2</sup> - احمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 197، 198.

الانترنت في المنطقة العربية يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الالكترونية بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج أن 67% ممن شملتهم الدراسة يستخدمون الانترنت في التواصل الاجتماعي. بينما ذكر 36% منهم أنهم يتواصلون يوميا مع أصدقائهم عبر البريد الالكتروني فيها يتواصل 31% مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وغيرها.

**نقد الدراسة:** تتناول هذه الدراسة الدردشة على الانترنت بشكل عام في الدول العربية إذ يهتمون بمشاركة النشاطات الاجتماعية على الشبكة الالكترونية، في حين الدراسة الحالية تتناول مواضيع دينية ودرجة مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الدراسة الثانية: دراسة الأستاذة "ليزا شاهناز" بعنوان الدوافع الدينية لاستخدام الفيس بوك

بين الطلبة الجامعيين المسلمين (2011). اعتمدت الباحثة مدخل الاستخدامات والاشباع كخلفية نظرية لدراستها وكانت تهدف لمعرفة أهم الدوافع الكامنة لدى الطلبة الجامعيين المسلمين وراء استخدام موقع الفيس بوك ومن خلال الاستمارة التي وزعتها على أفراد عينتها المكونة من 299 طالب وطالبة في قسم التدرج بجامعة Kirkhs. المايزية بمعدل 59.9% إناث و 40.1% ذكور استطاعت الوصول إلى مجموعة من النتائج أهمها أن نشر الآيات القرآنية والأحاديث الدينية كان أهم دوافع ذلك الاستخدام الديني، فيما رأى العديد من المبحوثين أن الفيس بوك يمثل مساحة مهمة لنشر تعاليم الإسلام والقيام بالدعوة إلى الله وان أهم فوائد استخدام الموقع بالنسبة إليهم كان تحقيق التواصل وكسب صداقات جديدة، في حين لم يخفي البعض الآخر سلبيات الموقع كونه يضيع الوقت ويشكل خطرا على خصوصيتهم .

#### نقد الدراسة:

تتضمن هذه الدراسة الدوافع الدينية لاستخدام الفيس بوك لدى الطلبة، وبذلك هي تتضمن فقط جانب من جوانب الدراسة الحالية، إذ تتناول الدراسة الحالية المشاركات الدينية من كل الجوانب: الأسباب، الدوافع ...

**11- صعوبات الدراسة:**

- نقص المراجع والدراسات التي تناولت موضوع المشاركة الدينية على الفيس بوك.
- التناقض النسبي في إجابات المبحوثين.
- صعوبة التعامل مع الأساليب الإحصائية وصعوبة التفريغ.

# الفصل الثاني

## مدخل إلى شبكات

## التواصل الاجتماعي

تمهيد

- 1/ مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
- 2/ نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي
- 3/ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
- 4/ أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- 5/ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 6/ استخدامات الايجابية للشبكات الاجتماعية
- 7/ الاستخدامات السلبية للشبكات الاجتماعية
- 8/ الآثار الإيجابية والسلبية للشبكات الاجتماعية
- 9/ مفهوم ونشأة الفيس بوك
- 10/ استخدامات الفيس بوك
- 11/ أهم مميزات الفيس بوك

خلاصة

## تمهيد

لقد شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس "شبكات التواصل الاجتماعي" وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات. وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات بشكل واسع وسريع.

## 1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

### 1-1- مفهوم الشبكة:

كلمة الشبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux في قاموس لاروس le petit rousse تعرف على أنها: "مجموعة من العناصر الكبيرة أو الصغيرة أو الدقيقة، كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية، أو كومبيوترات، أو بين الأفراد." (1)

جاء في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة: "هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من اجل تحقيق غاية معينة". (2)

وورد أيضا في معجم شرح المصطلحات للدكتور محمد الهادي في كتابه تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات أن الشبكة تعني "ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات". (3)

### 1-2/ التعريف العام للتواصل :

يعرف التواصل باعتباره "فعلا لإيصال شيء ما: رأي، رسالة، معلومة" ويضيف على أن المصطلح في علم النفس يشير "إلى نقل الخبر داخل مجموعة ما والنظر إليه في علاقاته مع بنية هذه المجموعة".

### 1-3/ التعريف الخاص للتواصل الاجتماعي :

باللغة الانجليزية يطلق عليها social Media. لكن هذا هو المصطلح المتعارف عليه، كما نجد مصطلح social Networking. أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق، ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف، بشكل مبسط مواقع التواصل الاجتماعي هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء، أو كل ما سبق) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر

<sup>1</sup> - Le petit rousse: édition anniversaire de la semeuse ,2010 ,p881.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص301.

<sup>3</sup> - محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص316.

سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب تبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت. (1)

#### 1-4/ تعريف شبكات التواصل الاجتماعي :

يعرفها إباد الديلمي بالقول: "أن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة ب(الفيس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فحسب وإنما من الناس أيضا وهذا هو جوهر الموضوع". (2)

يعرفها محمد عواد: "بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الرجل الواحد) (العقدة) بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء إلى شركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". (3)

تعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها". (4)

<sup>1</sup> علي محمد بن فتح محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، ص2.

<sup>2</sup> محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص ص 26،27.

<sup>3</sup> عواد محمد : شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات أكتوبر، 2010.

<sup>4</sup> خليفة هبة محمد : مواقع الشبكات الاجتماعية، منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، 19 جانفي 2009.

## 2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي :

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995 وهو موقع [classmates.com](http://classmates.com) وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه. وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر، وهو موقع [sixdegrees.com](http://sixdegrees.com)، وكان ذلك في خريف عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة 1997-1999، وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين [Asianavenue.com](http://Asianavenue.com)، وموقع البشر ذوي البشرة السمراء [Blackplanet.com](http://Blackplanet.com) وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999..2001<sup>(1)</sup>، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مرحلته الأولى:

**المرحلة الأولى:** يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات. شهدت هذه المرحلة

<sup>1</sup> - عادل فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011، ص 187.

مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع live. journal وموقع cyworld. 1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع RYZE الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة إلى أن ابرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.<sup>(1)</sup>

**المرحلة الثانية:** يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التاريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي Friendster.com، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع skyrock.com.<sup>(2)</sup>

وفي بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير myspace.com وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل linkedin.com والتي انطلقت رسميا في الخامس من مايو عام 2003 والذي وصل عدد مستخدميه إلى 250 مليون مشتركا بنهاية شهر ديسمبر 2012، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيس بوك Facebook.com حيث انطلق رسميا في الرابع من فبراير عام 2004 وقد بدا هذا الموقع أيضا في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيس بوك Facebook من المحلية إلى الدولية عام 2006، وكذلك قيام الفيس بوك

<sup>1</sup> - غزال مريم، شعوبي نور الهدى : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2013، ص 17.

<sup>2</sup> - عبد الله ممدوح : دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 32.

Facebook في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيس بوك بشكل كبير، حتى تربع الفيس بوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الانترنت عامة على مستوى العالم. (1)

### 3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تشارك مواقع الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تمتاز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها الشبكة ومستخدميها، فهناك شبكات تهتم بتحميل ملفات الفيديو فقط وأخرى تخصص في تحميل الصور، وشبكات نجد المجموعات لديها مميزة وشبكات نجد التطبيقات لديها عديدة وغيرها، فجميعهم مشتركين في بعض العناصر والخصائص الهامة وبرز تليك الخصائص ما يلي :

#### 3-1/ الملفات أو الصفحات الشخصية: (profile page)

هذه الخاصية تمكن المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية من عمل صفحات شخصية تحتوي على جميع البيانات الشخصية التي قاموا بإدخالها عند تسجيلهم الدخول على هذه المواقع، والمتمثلة في (الاسم السن، النوع، الوظيفة، تاريخ الميلاد، الحالة الاجتماعية، مكان الإقامة... الخ)، بالإضافة إلى تفضيلاتهم المختلفة وصورهم وتعليقاتهم وكل ما يدور بأذهانهم، كما تحتوي هذه الملفات على مساحة للالتقاء والتواصل مع المستخدمين وقائمة عامة من الأصدقاء. (2)

وهذه الملفات يمكن لأي أشخاص متواصلون مع بعضهم الاطلاع بسهولة عليها من جانب بعضهم البعض فهو منشور من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا يعد بمثابة بطاقة شخصية للمشارك.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص32.

<sup>2</sup> عمرو محمد اسعد : العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي اليوتيوب

و Youtube والفيس بوك facebook، ص102.

كما تمكن المستخدمين من الظهور بالأسلوب الذي يريدونه أمام الآخرين حيث انه بعد التسجيل بأحد مواقع الشبكات الاجتماعية يطلب من المستخدمين الإجابة على عدد من التساؤلات الشخصية الخاصة، كما تشجعهم على وضع صورهم الشخصية في مقدمة صفحاتهم، والتعامل مع التطبيقات المختلفة المتوفرة في تلك المواقع . كما تمكن هذه المواقع المستخدمين من إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة بهم ومشاركتها بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية صوت وصورة.<sup>(1)</sup>

### 2-3/ العلاقات /الأصدقاء : (Friends/connexion)

وهي بمثابة الأشخاص الذين نتعرف عليهم لغرض معين، حيث يستطيع المستخدمون في مواقع الشبكات الاجتماعية التواصل مع الآخرين عند الموافقة على قبول طلبات صداقتهم، وهي عملية فنية في الموقع تعني موافقة الطرفين على قبول الصداقة، فاحد المستخدمين يستقبل طلب من آخر لتأكيد وقبول هذه الصداقة، فأكثر ما يميز هذه المواقع سعيها إلى الحفاظ على العلاقات الاجتماعية لمستخدميها، حيث يستطيع المستخدمون البحث عن دائرة معارفهم وأصدقائهم باستخدام خاصية التصفح المتاحة في كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية والتواصل معهم بشكل أو بآخر، فهي تقوي الروابط الاجتماعية الضعيفة للمستخدمين، ومن ثم يستطيع المستخدم الوصول إلى صفحات أصدقائه والاطلاع عليها والتعليق فيها ومشاهدة صورهم، ويرى بعض المستخدمين أن خاصية الصداقة في مواقع الشبكات الاجتماعية هي فرصة مناسبة لهم للبحث عن صداقات جديدة، وللوصول إلى مستخدمين يشاركونهم نفس اهتماماتهم.<sup>(2)</sup>

### 3-3/ البومات الصور :

تتيح الشبكة الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والاطلاع عليها.

<sup>1</sup> - أماني جمال مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، ماي 2010.

<sup>2</sup> - عمرو محمد اسعد : مرجع السابق، ص 103.

**3-4 / المجموعات: (Groups)**

وتتمثل في مجموعات الاهتمام تحت اسم معين وأهداف محددة حيث توفر هذه الشبكة مساحة تسمى بالمنتدى الحواري المصغر، وكذلك خاصية التثقيف أو ما يعرف بـ EVENTS أو الأحداث ودعوة الأعضاء والتعرف عليهم<sup>(1)</sup>.

**3-5 / الصفحات :**

كونت هذه الفكرة من طرف المشرفين على الفيس بوك واستعملتها كغرض تجاري بطريقة مميزة حيث تعمل على فتح الحملات الإعلانية الموجهة لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات الاقتصادية التي تحدد من طرف المستخدمين، تقوم هذه الفكرة على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث حيث يقومون بتصفحها.

**3-6 / خاصية الفيديو: (Video)**

حيث بإمكان المشترك تحميل الفيديو والصور الخاصة على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل الفيديو وإرساله كرسالة مرئية<sup>(2)</sup>.

**4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:****4-1 / التصنيف الأول:**

**نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثلاً: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل والنطاق الجغرافي.

<sup>1</sup> - أمينة عادل سليمان السيد، وهيبة محمد خليفة عبد العالي: الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها على الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتوافد واستخدام موقع الفيس بوك facebook، مكتبة شوقي سالم، جامعة حلوان، السعودية، 2009، ص 12.

<sup>2</sup> - رجب عبد الحميد: تقنيات الويب الدلالي للمكتبات الرقمية، متاح في:

**مرتبط بالعمل :** وهو نوع من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين . تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم ومن قاموا بالعمل معهم

مميزات إضافية : هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع التويتتر.<sup>(1)</sup>

#### 4-2/ التصنيف الثاني:

**4-2-1/ النوع الأول:** يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي:

**أ- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:** وأشهر هذه المواقع موقع الفيس بوك وهو موقع يمكن المستخدمين التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات

**ب- مواقع الفعاليات:** هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما تمكن هذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية "LBS" لتحديد موقع التجمع. ما يميز هذه المواقع الالكترونية إمكانية التحديث التلقائي.

**ج- المدونات:** تعرف المدونة على أنها صفحة انترنت ديناميكية تتغير زمنيا حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حسب تاريخ نشرها (حديثا النشر أولا ثم التي تليها وهكذا) والموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدونات تتراوح ما بين اليومية، والخواطر، والتعبير المسترسل عن الأفكار، والإنتاج الأدبي، والموضوعات المتخصصة في هذا المجال التقني.

<sup>1</sup> - هند بنت سليمان الخليفة، وسلطانة بنت مساعد الفهد : المدونات العربية الحاسوبية، دراسة تحليلية، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص104.

يمكن تصنيف المدونات حسب محتواها إلى خمسة أنواع : مدونات كتابية، مدونات تصويرية، مدونات فيديو، مدونات صوت، مدونات استخدام الهاتف الجوال. (1)

**4-2-2/ النوع الثاني:** من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل الويكي WIKI هي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات .

**4-2-3/ النوع الثالث:** وهي مواقع الوسائط المتعددة، مواقع التصوير والفن، يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع تخزين و بث الفيديو، باستخدام هذه النوعية من المواقع ويمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني.

**4-2-4/ النوع الرابع:** هي مواقع الرأي والاستعراض، استعراضات السلع "Reviews Product".

**استعراضات السلع:** تخيل انك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، أما إن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، كما انك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته، من بين هذه المواقع : "mouthshut ،opinions". (2)

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 106.

<sup>2</sup> - صفاء زمان : الشبكات الاجتماعية، تعريفها، تأثيرها، أنواعها، متاح على :

#### 4-2-5- / النوع الخامس : المواقع الترفيهية الاجتماعية، مواقع العوالم الافتراضية "Virtual worlds"

لقد طرح مصطلح الحقيقة الافتراضية لأول مرة عام 1989 وقد أطلقت مصطلحات أخرى عديدة تشير إلى هذا المفهوم منها الحقيقة الاصطناعية Artificial reality في السبعينيات و cyberspace عام 1984 ومؤخرا العوالم الافتراضية، والبيئات الافتراضية. (1)

#### 4-3 / وهناك تصنيف آخر لمستخدمي الشبكة الاجتماعية فيس بوك : يمكن تقسيمهم إلى المجموعات التالية:

من هم مستخدمي الفيس بوك؟ من هم مرتادي هذه الشبكة؟ وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟ وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت بالكاتبة الألمانية "ألينا زنغر" والكاتب "خالد الكوطيط"، أن يتوقفا أمام نموذج من زوار الفيس بوك والمشاركين فيه، وان يعتبروا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج التالية:

#### 4-3-1 / النموذج الأول : "المتخفي" ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم

لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، ويقول الكاتبان "هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين، ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما، أو يعيشون طفولتهم من جديد حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة، ويكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم أو حتى مكالمتهم. لكن التجربة أظهرت أن خيار التخفي ليس بالأمر السيئ على الإطلاق . إذا ما أخذت بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها البعض بعين الاعتبار".

<sup>1</sup> - عصام فريجات :مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعلم والمكتبات المدرسية، متاح على:

**4-3-2/ النموذج الثاني :** "رفيق المدرسة" بهذا يتحدث الباحثان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان

هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة.<sup>(1)</sup>

**4-3-3/ النموذج الثالث :** "الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة" هم أصدقاء غير مريحين، ويتوقف الكاتبان

عند هذا النوع من الأصدقاء، الذين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك، وقد يثيرون بعض

المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل

في علاقاته مع أصدقائه الجدد.

**4-3-4/ النموذج الرابع :** "الأبوين" لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك

ما يكفي، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم

في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتماماتهم بهذا التواصل الاجتماعي، والدخول إلى صفحاتهم وطلب

صداقة أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه

المجموعات التي يشكلونها (دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك).

**4-3-5/ النموذج الخامس :** "المدير" يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي نرجسي، فالمدير

يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته

الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية ومن ناحية

أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

**4-3-6/ النموذج السادس :** "القريب" يرى الكاتبان في هذا النموذج انه "لا داعي لمكالمة القريب

البعيد، لمعرفة كيف حاله، فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء

لا أهمية لها، فالفيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم .

<sup>1</sup> - محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور التلقين، رسالة ماجستير، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في

الدماركة، الدماركة، 2012، ص 90.

**4-3-7/ النموذج السابع: "الأصدقاء الحقيقيون"** يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أو لا، ويقولان: (الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل في هذه الحالة لا يحتاج المرء للفيس بوك للحفاظ على الصداقة. لكن ضم هؤلاء الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي، على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء).<sup>(1)</sup>

## 5- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

### 5-1/ المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو احدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري

### 5-2/ الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيس بوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 90.

الصوتية يجعل الفيس بوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة احد وسائل ملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم

### 3-5/ البطالة:

تعبّر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وان كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وإيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من اجل الاحتيال والنصب.

### 4-5/ الفضول:

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر .

### 5-5/ التعارف وتكوين الصداقات:

سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد. (1)

<sup>1</sup> - مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012، ص 157.

**5-6/ التسويق أو البحث عن وظائف:**

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.<sup>(1)</sup>

**6- الاستخدامات الايجابية والسلبية للشبكات الاجتماعية:**

يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في الايجابيات التالية:

**6-1/ الخدمات الاتصالية الشخصية:**

وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الشراكة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، وبرغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح جو العالم. ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية

**6-2/ الاستخدامات التعليمية :**

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم

<sup>1</sup> - الوافي طيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، متاح على:

<http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc,le25/02/2016,à14.02h>

الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب . فاستخدام الشبكات الاجتماعية مما يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويمكن التواصل الفردي أو الجمعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جدا داخل أسوار المدارس، في ظل تكديس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

### 3-6/ الاستخدامات الحكومية:

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة، والوصول المباشر للمستفيد الأول، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز، ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع الرئيس مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات (1)

<sup>1</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطرام فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة، المملكة العربية السعودية، 1432هـ، ص 15.

**4-6 / الاستخدامات الإخبارية :**

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية . وقد تتميز المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام .

**5-6 / الاستخدامات الدعوية :**

فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي لكثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة . وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف. (1)

**7- الاستخدامات السلبية للشبكات الاجتماعية :**

جرائم الانترنت اخطر ما يواجه المستخدم البسيط وحتى المحترف، وان كان العلم والحذر قد يخفف من وطأة الجرائم، ومن تلك الاستخدامات السلبية مايلي :

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 15.

## 7-1/ بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة والمفسدة :

وهذا البث مما يحدث خلالا امنيا وفكريا، وخاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب مما يسهل إغرائهم وإغوائهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئا بل هي للهدم والتدمير، وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات، بل ودول لها أهداف تخريبية .

## 7-2/ عرض المواد الإباحية والفاضحة والحادشة للحياء :

إن مسألة الإباحية الخلقية والدعارة من المخاطر العظيمة على المجتمعات القديمة والمعاصرة، ولقد ذكرت وزارة العدل الأمريكية في دراسة لها أن تجارة الدعارة والإباحية تجارة رائجة جدا يبلغ رأس مالها ثمانية مليار دولارا ولها أواصر وثيقة تربطها بالجريمة المنظمة، وتجارة الدعارة هذه تشمل وسائل عديدة كالكتب والمجلات وأشرطة الفيديو والقنوات الفضائية الإباحية والانترنت . وتفيد الإحصاءات الاستخبارات الأمريكية FBA، إن تجارة الدعارة هي ثالث أكبر مصدر دخل للجريمة بعد المخدرات والقمار. (1)

وهي أخلاقية تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة والبرمجيات ولا تستند في الغالب إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتدليل أو التعليل أو الإثبات، كل هذا تقابله أنظمة وقوانين لا تملك الرد والردع لمثل هذه التصرفات . والابتزاز قد يكون أخلاقي بصور أو مقاطع فيديو خاصة وهي من أكثر صور الابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالي من قبل أشخاص أو من قبل عاملين في مؤسسة أو شركة خاصة عند ترك العمل أو الفصل، فقد تكون معه معلومات فيساوم صاحب المؤسسة أو الشركة على تلك المعلومات، والتزوير من أكثر جرائم نظم المعلومات انتشارا على الإطلاق، ويتم التزوير في صور شتى

<sup>1</sup> - فايز الشهري : استخدامات شبكة الانترنت في العالم الأمني العربي، مجلة البحوث الأمنية، كلية الملك فهد، العدد التاسع عشر، شعبان 1422هـ، ص51.

منها على سبيل المثال : إدخال بيانات خاطئة أو تعديل البيانات الموجودة ومن صورها على الشبكات الاجتماعية تزوير البيانات الخاصة للشخص مثل الجنس أو العمر أو وضع صورة مخالفة للواقع.

#### 7-4/ انتهاك الحقوق العامة والخاصة :

الخصوصية الشخصية الخاصة أو الخصوصية الاعتبارية للمواقع من الحقوق المحفوظة والتي يعتبر الاعتداء عليها جرماً يستحق صاحبها العقاب والتجريم، وقد أدى انتشار الشبكة وخاصة الاجتماعية- بما تحمله من خصوصية اجتماعية للشخص والمواقع - إلى سهولة هتك ستار الحقوق والتلاعب بها إما بالتعطيل أو التغيير أو بالاستغلال السلبي لها ومعلوماتها، وانتهاك الخصوصية يتم من عدة طرق، منها انتحال الشخصية للأفراد أو الاعتبارية للمواقع والشركات، فلكل شخصية فردية واعتبارية حقوقها المحفوظة، وخاصة للشخصيات المهمة والمتميزة وأصحاب الرئاسات الكبرى، وكذلك الحال من المواقع الشهيرة والمتميزة، استغلالاً للنفوذ والشهرة والثقة الاعتبارية لكثير من الشخصيات والواقع.<sup>(1)</sup>

#### 8- الآثار الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

وهناك آثار ايجابية وسلبية للشبكات الاجتماعية على المجتمع العربي من جهة وعلى الأعمال التجارية والاقتصاد من جهة أخرى وهي:

#### 8-1/ الآثار الايجابية على المجتمع العربي:

- ربط الناس ببعضهم وتقصير المسافات بينهم
- منصة فورية للحصول على الأخبار والمعلومات
- تساعد على تعلم أمور جديدة
- توفر ميزات ترفيهية

<sup>1</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي : مرجع سابق، ص18.

- تتيح الحصول على وسائل تواصل قليلة التكلفة

- توفر فرص للعمل والتطور الوظيفي

### 8-2/ الآثار السلبية على المجتمع العربي:

- تقلل التفاعل الشخصي بين الناس

- التفكك الأسري

- تسبب الإدمان عليها

- تزيد الكسل والخمول

- خطر التعرض لمواد غير لائقة

- تضعف مهارات التواصل

- معلومات غير دقيقة ومضللة في بعض الأحيان. (1)

- تتعارض مع الثقافة المحلية

### 8-3/ الآثار الإيجابية على الأعمال التجارية والاقتصادية :

- تعزيز النمو والتوسع في الأعمال التجارية بشكل أسرع.

- توليد مصدر دخل مباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- تحسين صورة المؤسسة.

- منصة للتسويق والإعلانات.

- البحث عن المواهب.

<sup>1</sup> - هنا سرور : تأثير وسائل التواصل الإلكتروني في التطور الاجتماعي، جلسة: وسائل التواصل الاجتماعي واثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، ص27.

- تشجيع الشفافية والتركيز على المتعاملين.

#### 8-4/ الآثار السلبية على الأعمال التجارية والاقتصاد:

1- خطر تسويق الاسم التجاري للشركات.

2- تشكل وسائل التواصل الاجتماعي تهديدا لوسائل الإعلام التقليدية من خلال استحوادها على حصص

من أسواقها.<sup>(1)</sup>

#### 9- مفهوم ونشأة الفيس بوك Facebook:

##### 9-1/ مفهوم الفيس بوك:

مصطلح فيسبوك (facebook) كما هو معروف في أوروبا وهو يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية بعضهم، حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية<sup>(2)</sup>.

مؤسس الموقع "مارك زوكربيرج" أطلق الموقع في الرابع من فبراير 2004 حين كان طالبا في جامعة هارفارد.

الفيسبوك هو موقع الكتروني يتيح التواصل مع الأفراد في مجتمع افتراضي حيث كان تطوره على عدة مراحل في كل مرة يتم تطويره من أجل خدمة مستخدميه وقد حقق الفيسبوك نجاحا وشهرة عالية بسبب تميزه واختلافه مع الشبكات الأخرى، وأهم ما يميزه توجهه لشريحة الشباب، حيث عرف إقبالا كبيرا عليه .

<sup>1</sup> - نفس المرجع. ص 28.

<sup>2</sup> - عبد الله سنمومي: عصر العولمة الدور التحديات الجديدة، الدار الجامعية، بيروت، 1999، ص 35 .

## 9-2/ فكرة نشأة الفيس بوك Facebook:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك إلى صاحبه "مارك جزكريج" حيث اخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة "جامعة هارفارد الأمريكية" ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر الأخبار ولكن هدفه الأساسي انه موقع يجمع شمل أصدقائه ويساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض .

وأطلق جوكر بيرج موقعه فيس بوك facebook في عام 2004، وكان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية واستمر موقع "الفيس بوك" مقتصرًا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر جوكر بيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007<sup>(1)</sup>، وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجاً هاماً لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن . ومن ناحية أخرى نجح موقع الفيس بوك في هذا المجال بشكل كبير، وكانت النتيجة أن تلقى جوكر بيرج عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام الماضي، إلا أن جوكر بيرج فاجأ الكثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع الكثيرون أن يندم على هذا الرفض خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة "ينوز كوربور ريشن" التي يمتلكها المليونير الاسترالي روبرت ميردوخ، بشراء موقع "ماي سبيس" وهو من أشهر مواقع العلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580

<sup>1</sup> - فيس بوك : وكالة أنباء دولية محورها .. أنت. الشرق الأوسط . ع 10512، سبتمبر 2007، متاح في

<http://www.aawsal.com/details.asp?section=37 issueno=10512 article=436304 search.>

(le23.2.2016)à12.30.

مليون دولار. أما سبب رفض جوكر بيرج لهذا العرض فيرجع إلى انه رأى أن قيمة الشبكة أعلى كثيرا من المبلغ المعروض، وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينا نشيال تايمز البريطانية "فانه ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق" وأضاف أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، وإذا استطعنا أن نحسنها قليلا لعدد كبير من الناس فان هذا سيكون له اثر اقتصادي هائل على العالم كله ". ويتم تمويل الموقع عن طريق الإعلانات حيث أن غالبية مستخدمي الفيس بوك يفتحون حسابهم الخاص بشكل يومي، وتصل القيمة السوقية للفيس بوك كشركة الآن إلى نحو 15 مليار دولار.

### 10- نظرة شاملة على الفيس بوك : "خدماته واستخداماته"

استطاع موقع الفيس بوك facebook، احد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، خلال ثلاث سنوات أن يستحوذ على أكثر من 52 مليون مستخدم حول العالم، واشترك أكثر من 150 الف مستخدم جديد في الموقع يوميا، يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم، ويبدوا أن أكثر مستخدمي الموقع من الشباب والطلبة الجامعيين والمراحل الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، أو جروبات خاصة بمجموعات منهم، أصدقاء حلقة دراسية، زملاء رحلة صيف، محبي مطرب، غير أن الأمر لا يقتصر على الطلبة والشباب فستجد داخل الفيس بوك أيضا عددا كبيرا من الإعلاميين الذين وجدوا في الفيس بوك عالما آخر لهم، ينشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم. موقع الفيس بوك لم يكن هو الأول فقد سبقه مواقع مشابهة مثل موقعي "myspace" و "H5" غير أن الفيس بوك يتيح مساحة أكبر من الخصوصية حيث يتحكم المستخدم في من يرى المعلومات الخاصة به، حين يرفض من البداية أو يقبل جعله صديقا له. على حائط الفيس بوك يمكن للأصدقاء أن يكتبوا ويعلقوا على ما يريدون، ويمكنهم أن يسموا أيضا لصاحب الصفحة، وان يستمعوا إلى موسيقاه المفضلة، فيلمه

المفضل، صوره الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، مذكراته، مواعيده، ماذا فعل بالأمس، صور تفاصيل حياته، يرو صور أفضل أصدقائه (1).

ويلعب الفيس بوك بشكل كبير على الحنين إلى الماضي، البحث عن أصدقاء قدامى ربما فقدوا منك، البحث عن ذكريات الطفولة، تكوين مجموعات لفترات مرحلة المراهقة، وربما يبدو هذا أكثر ما يلفت النظر في مجموعات الفيس بوك التجمعات فمعظمها ينتمي إلى فكرة البكاء على الأطلال والحنين، فمن أكثر التجمعات انتشاراً قروب "الطفولة المشردة"، أيضاً يستعيد ملامح فترة الطفولة في التسعينات والثمانينات، من خلال صور شهيرة، فيديو المسلسلات وأغاني وأفلام كارتون تلك الفترة، بالإضافة إلى التجمعات الخاصة بزملاء دراسة ابتدائية أو إعدادية وجدوا بعضهم البعض. ونرى أن من يتأمل شبكة الفيس بوك فسيفاجاً بهذا الكم الهائل من التواصل والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، وتجذب لدى كل شخص عشرات الأصدقاء، من شتى أنحاء العالم ويرى أن تأثير الفيس بوك على الشباب أكبر لأنه هو الأقرب إليهم الآن، وبالتالي فتنقلهم بين صفحاته وانضمامهم إلى مجموعات يتيح لهم احتكاكاً أكبر بأشخاص مختلفين ذوي اتجاهات إيديولوجية مختلفة غير انه يرى أن أسوأ ما في الفيس بوك هو عندما تغيب سمات الشخصية، ويعتمد صاحبها إخفائها مما يجعل السباب والشتائم تتولى والعري الفكري، أو وان يقوم بإيذاء الآخرين بفكرة شاذة لا يوافق عليها المستخدم ذاته إذا عرف الناس شخصيته. (2)

<sup>1</sup> - فيس بوك : وكالة أنباء دولية محورها .. أنت. الشرق الأوسط . ع 10512، سبتمبر 2007، متاح في [http://www.aawsal.com/details.asp?section=37&issueno=10512&article=436304&search.\(le23.2.2016\)à12.30](http://www.aawsal.com/details.asp?section=37&issueno=10512&article=436304&search.(le23.2.2016)à12.30).

<sup>2</sup> - سهير عثمان : فيس بوك، طريق الباحثين عن العلاقات القديمة، متاح على: <http://www.moheet.com/show.files.aspx?fid=4633&pg=10K> le23/02/2016à12.30h.

**11- أهم مميزات الفيس بوك:****11-1/ الملف الشخصي "Profile":**

فعندما تشترك في الموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفضلة وكلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعها بالتحديد.

**11-2/ إضافة صديق "add friend":**

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وان يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الالكتروني.

**11-3/ إنشاء مجموعة "groups":**

تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت أو اجتماعية ...، وتستطيع جعل الاشتراك بها حصريا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها

**11-4/ لوحة الحائط "wall":** وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث

تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم

**11-5/ النكرة "pokes":** منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزه افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي

عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

**11-6/ الصور "photos"**: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها. (1)

**11-7/ الحالة "statu"**: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

**11-8/ التغذية الإخبارية "New sfeed"**: 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 بأصدقاء المستخدم.

**11-9/ الهدايا "gifts"**: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

**11-10/ السوق "market place"**: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

**11-11/ إنشاء صفحة خاصة على موقع الفيس بوك facebook**: وتتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع facebook adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيس بوك.

**11-12/ التعليقات "facebook notes"**: وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين. (2)

<sup>1</sup> - مهاب نصر: الفيس بوك صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيس بوك. هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010، ص 10.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 10.

## خلاصة

وفي الأخير ومن خلال هذا الفصل يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت بكل أنواعها وخدماتها وسيلة مهمة وفعالة في التواصل الاجتماعي وتبادل المعارف الثقافية والعلمية والفكرية، كما أن لها دور كبير في التقريب بين الأفراد وتبادل وجهات النظر فيما بينهم رغم اختلاف توجهاتهم وأفكارهم، فأصبحت بذلك تحتل عقول البشر خاصة موقع الفيس بوك الذي أضحي اليوم يستحوذ على اهتمام الملايين من فئات المجتمع خاصة شريحة الشباب فخلق لهم عالمهم الخاص بهم واهم ما يميز مواقع الشبكات الاجتماعية هو كيفية توجيهها للشريحة التي تخاطبها وتهتم بها وكيفية إدارة وإعداد المحتوى الخاص بهذه الشريحة، لكن وعلى الرغم من ذلك تبقى للشبكات الاجتماعية إيجابياتها وسلبياتها التي تعود على مستخدميها فإن أحسن استخدامها عادت عليه بالفائدة وان أساء استخدامها عادت عليه بالضرر.

# الفصل الثالث

## الدعوة عن طريق الإنترنت

تمهيد

- 1- مفهوم النشر الإلكتروني
- 2- نشأة النشر الإلكتروني
- 3- مزايا وعيوب النشر الإلكتروني
- 4- مفهوم الدين
- 5- خصائص الدين الإسلامي
- 6- مفهوم الدعوة إلى الله
- 7- طرق ممارسة الدعوة إلى الله
- 8- أهمية الدعوة إلى الله من خلال الانترنت
- 9- عوامل الدعوة إلى الله
- 10- تحديات الدعوة إلى الله من خلال الانترنت
- 11- مزايا الدعوة إلى الله من خلال الانترنت

خلاصة

## تمهيد

إن الإسلام لم يجعل وسائل الدعوة أمرا محمدا لا يمكن تجاوزه، بل جاء بالإطار العام لمنهج الدعوة ووسائلها. فالمطلوب في الدعوة هو الحكمة في استخدام الوسيلة المناسبة، ومن المعلوم أن الزمن يتغير، والوسائل تنوع وتتجدد والمؤمن مطالب بالإبداع في وسائل الدعوة وعدم الجمود، فأصبح من الضروري على علماء الدين أن يستفيدوا من جميع أنواع الوسائل الحديثة التي ظهرت في عصر ثورة المعلومات والاتصالات لإيصال دعوة الله إلى كل الناس وبكل اللغات إن أمكن ذلك .

## 1- مفهوم النشر الالكتروني :

ورد في قاموس Webster الالكتروني المتاح على شبكة الانترنت أن النشر الالكتروني هو : "ذلك النوع من النشر الذي يتم فيه توزيع المعلومات عبر شبكة الحاسب الآلي أو تحميل المعلومات على احد الأشكال أو الوسائط التي يتم تشغيلها من خلال جهاز الحاسب الآلي".<sup>(1)</sup> وقد استخدم هذا المصطلح مرة سنة 1980 هو أيضا : "استحداث أساليب جديدة لنقل المعلومات من المصدر (المؤلف) إلى المستفيد (القارئ)".<sup>(2)</sup> هذا ويشمل النشر الالكتروني العديد من الوسائل مثل : التصوير الميكرو فيلمي، والنسخ التصويري، والإرسال والاستقبال عبر الأقمار الصناعية، والتخزين والاسترجاع بواسطة الحاسب الالكتروني وعن طريق استخدام المنافذ، والتخزين والاسترجاع على أقراص الليزر، وغيرها من الوسائل الالكترونية"<sup>(3)</sup>، وهو أيضا : "إصدار عمل مكتوب بالوسائل الالكترونية خاصة الحاسب أو من خلال شبكة اتصالات، أو هو مجموعة من العمليات بمساعدة الحاسب تتم عن طريق إيجاد وتجميع وتشكيل واختزان وتحديث المعلومات، من اجل بثها لجمهور معين من المستفيدين".<sup>(4)</sup>

كما نجد تعريفا آخر : "استخدام الأجهزة الالكترونية في مختلف مجالات الإنتاج أو الإدارة أو التوزيع للمعلومات على المستفيدين، وهو يماثل النشر بالأساليب التقليدية، فيما عدا أن المادة أو المعلومات المنشورة لا يتم طباعتها على الورق بغرض توزيعها، وإنما توزع على وسائط ممغنطة كالأقراص المرنة والمليزرة أو من خلال شبكة الانترنت".<sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> - Webster : Merriam , [www ebster dictionary. Availabe: http //www.m-w.com cgi\\_bin/dictionary.](http://www.m-w.com/cgi_bin/dictionary)

<sup>2</sup> - عماد عبد الوهاب الصباغ : النشر الالكتروني، تطوره، آفاقه ومشاكله في الوطن العربي تونس، الندوة العربية الثانية للمعلومات حول تقنيات المعلومات والاتصالات في الوطن العربي تحديات المستقبل، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، 1991، ص110.

<sup>3</sup> - محمد أمان : النشر الالكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، مج6، ع1، 1985، ص6.

<sup>4</sup> - Kist.joost , Electronic publishing ,looking for obluie print; london,groom Helm ,1987, p12.

<sup>5</sup> - عارف رشاد : تكنولوجيا النشر الالكتروني، عالم الكمبيوتر، 1997، ص58.

## 2- نشأة وتطور النشر الالكتروني :

تنطوي حماية النشر على حماية حق الناشر وحق المؤلف في أن ينشر له ما يكتب... وبهذا المفهوم، حماية حقوق الملكية الفكرية تشمل حماية النشر والتأليف.<sup>(1)</sup>

وإذا كانت الكتب والمنشورات تشكل أساس النشر الورقي تعد المعلومات والبيانات من القواعد الأساسية للنشر الالكتروني وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفعالية بعد تسجيلها وتحليلها للإمام باتساع المجال المعرفي والنمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري الذي يصل سنويا إلى أكثر من 14 مليون وثيقة.<sup>(2)</sup>

وقد ظهر النشر الالكتروني بداية باستخدام الكمبيوتر في إصدار منشورات ورقية ومن ثم ظهرت مطبوعات تصدر فقط في الشكل الالكتروني يتاح الوصول إليها على الخط مباشرة، على الرغم من حرص المؤلفين على السيطرة على هذه المنشورات الالكترونية فقد بقيت معرضة لسرقة حقوق الطبع وإعادة نسخها وبيعها بطرق غير شرعية.

ومن بين أشكال النشر الالكتروني نجد : برامج الكمبيوتر، الكتب الالكترونية، قواعد البيانات، الصحف والمجلات، ويتخذ أربعة أشكال:

- نشر الكتروني أولي: يأخذ الشكل الالكتروني للمؤلف دون نشره في شكل ورقي
- نشر الكتروني مسبق: يسبق النشر الورقي للمؤلف
- نشر الكتروني موازي: نشر المؤلف في شكل ورقي والالكتروني في نفس الوقت

<sup>1</sup> - شريف درويش اللبان : تكنولوجيا النشر الصحفي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص155.

<sup>2</sup> - محمد فتحي عبد الهادي : قضايا أخلاقيات التعامل مع المعلومات واستخدام الأقراص المدمجة وتأثيرها على نظم المكتبات والمعلومات

العربية، المكتبة الجامعية، القاهرة، 1991، ص153.

- إعادة نشر الكتروني: إعادة نشر مؤلفات في شكل ورقي الكترونيا ويتيح هذا الشكل الحصول على مختلف المؤلفات ثم القيام بنسخها وحفظها على الأقراص المدمجة.<sup>(1)</sup>

### 3- مزايا وعيوب النشر الالكتروني :

#### 3-1- مزايا النشر الالكتروني :

- يتوفر النشر الالكتروني على عدد كبير من المزايا والفوائد للمستعملين، سنخص بالذكر مايلي :
- إمكانية التعديل في المحتوى: سواء بالإضافة أو بالحذف لان النشر الالكتروني يمكن المؤلف من التعديل في محتوى نصه دون عناء أو جهد أو أية إشكاليات أخرى
- السعة الكبيرة في تخزين المعلومات: التي تتميز بها الوسائط الالكترونية، حيث أن قرص مدمج واحد بإمكانه تخزين محتوى مكتبة بكاملها، وقد نجد موسوعات علمية مخزنة مع كل ما تحتويه من وسائل الإيضاح كالجداول والرسومات البيانية والصور الثابتة والمتحركة صورة وصوت .
- يتيح النشر الالكتروني للباحثين إمكانية الاطلاع على محتويات المكتبات ومراكز المعلومات والأرشيف التي تقدم أرصدها على شكل الكتروني، حيث أصبح بإمكان القارئ استعمال حاسوبه الشخصي في مكتبه أو في بيته للوصول إلى المعلومات التي يريدونها
- التفاعلية بين المرسل والمستقبل : فقد ألغى النشر الالكتروني قضية المرسل والمستقبل، فأصبح مرسل الرسالة الأولى هو المرسل الثاني وهكذا
- اللامحدودية : أو التغلب على عنصر الزمن والمساحة ففي النشر الالكتروني مفتوحان

<sup>1</sup> - شريف درويش اللبان: مرجع سابق، ص 145.

- الاتصال اللاتزامني (اللاتزامنية): إذ ليس من الضروري أن يلتقي المرسل والمستقبل في نفس الوقت لحدوث العملية الاتصالية، إذ بإمكانهم الحصول على الرسالة متى شاء، كما هو واقع في البريد الإلكتروني.<sup>(1)</sup>
- وهناك أيضا خصائص ومزايا النشر الإلكتروني على شبكات التواصل ومنها الفيس بوك نذكر من بينها:
  - تتيح حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة في اهتمامهم
  - منحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات عدة.
  - تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع، ليصله جديد ما يكتب، ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه.
  - كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع.
  - إتاحة المجال للإفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة.
  - تتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات، والصور والفيديو، والدردشة والمحادثة الفورية، والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة.
  - تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة، والاختصاص والاهتمام.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - كريم مراد : النشر الإلكتروني ومكتبة المستقبل، مجلة المكتبات والمعلومات، مج2، ع2، قسنطينة، دار الهدى، 2005، ص ص 147، 148.

<sup>2</sup> - عمار توفيق أحمد بدوي : أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة (الفيس بوك) نموذجاً، دراسة نظرية إحصائية، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية .

- تمتاز مواقع التواصل الاجتماعي باليسر والسهولة، ولا تكلف المنخرط فيها شيئاً ولا يحتاج لرأس مال تشغيلي ولا عقار يتخذه مقراً، ولا سلطة لأحد عليه فهو وما يرى أو ما يمليه عليه ضميره، أو دينه، ولربما القوانين التي بمقتضاها تحظر صفحته.

### 3-2- عيوب النشر الإلكتروني :

صادف ظهور وتطور النشر الإلكتروني جملة من العوائق والمشكلات نذكر منها :

- ارتفاع تكلفة اقتناء الأجهزة اللازمة للاستفادة من خدمات النشر الإلكتروني كالحواسيب ومختلف الوسائط الإلكترونية الحديثة، إضافة إلى رسوم الاشتراك في الانترنت وسائر شبكات المعلومات الأخرى بالنسبة للفرد الواحد، إلا إذا تعلق الأمر بشركة أو مؤسسة فقد يصبح عبئ التكاليف اقل تأثيراً.

- خطر تخريب البيانات المتوفرة داخل مواقع الناشرين من طرف القرصنة المتسللين إلى برامج الكمبيوتر وهي اعتداءات أصبحت تشكل خطراً كبيراً على النشر الإلكتروني وحماية محتويات الأوعية الحاملة للمعلومات.<sup>(1)</sup>

- عدم احترام الخصوصية وفقدان سرية المعلومات : " القرصنة على الأجهزة الخاصة والمعلومات، فهناك لصوص بيانات يقومون بالقرصنة على الأجهزة الخاصة بتخريبها أو سرقة المعلومات منها

- الإدمان على الانترنت : تقول الأبحاث أن الجلوس أكثر من 5 ساعات يعتبر إدماناً، وهناك فرق بين الإدمان والعزلة الاجتماعية فالإدمان هو الاستخدام المكثف والرغبة في الزيادة، والإدمان مؤد إلى العزلة الاجتماعية حيث سوء علاقات المستخدم الاجتماعية

- صعوبة الوصول إلى المتلقي : نجد في الانترنت مواقع لا يستطيع المتلقي الوصول إليها بسهولة، لكثرة المواقع وكثرة المتلقين، وشهرة بعض المواقع على حساب مواقع أخرى.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - كريم مراد : مرجع سابق، ص ص 148، 149

<sup>2</sup> - براهيم يوسف : تأثير التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال على المكتبة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005، ص ص 67، 68 .

**4- مفهوم الدين :**

**4-1- تعريف الدين لغة :** إن الدين من الناحية اللغوية يطلق على عدة معان نذكر منها:

أ- **الطاعة:** يقال قد دنته وذننت له، أي أطعته. (1)

ب- **الحكم والقاضي:** ومنه، القاهر والقاضي والحاكم والحاسب والمجازي الذي لا يضيع عملا بل يجزي بالخير

والشر. (2)

ج- **العادة والشأن:** يقال " ما زال ذلك ديني وديدي، أي عادتي وشائي، ويقول ابن فراس : أما قولهم أن العادة

يقال لها ديني فان كان صحيحا فلان النفس إذا اعتادت شيئا مرت معه وانقادت له.

وبالرجوع إلى المعاجم اللغوية هناك معان كثيرة لكلمة الدين حتى انه يمكن إطلاقها على معان بعيدة

أو قد تكون متناقضة كالذل والقهر والعز... غير أن هذا التنوع في اشتقاق هذه الكلمة له صلة بالمعنى الجوهرية

لكلمة الدين حيث أنها لا تخرج عن احد هذه الاستعمالات:

- "دان للشيء" بمعنى الخضوع له والتذلل له وطاعته

- "دان الشيء" بمعنى اتخذه ديناً ومذهباً وهو بهذا المعنى العادة والشأن. (3)

**4-2- تعريف الدين اصطلاحاً :**

تعريف المومودي: "أما المومودي فقد عرف الدين بأنه : النظام الشامل للحياة يدعن فيه المرء لسلطة عليا

لكائن ما، ثم يقبل طاعته وإتباعه ويتقيد في حياته بمحدوده وقواعده وقوانينه ويرجو في طاعته العزة والترقي

في الدرجات وحسن الجزاء، ويخشى في عصيانه الذلة والخزي وسوء العقاب. (4)

<sup>1</sup> - ابن منظور: لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، لبنان، ج2، ص 409.

<sup>2</sup> - الفيروز آبادي: القاموس المحيط، دار إحياء التراث العربي، لبنان، ج3، ص575.

<sup>3</sup> - محمد عبد الله دراز: الدين، بحوث ممهدة لدراسة تاريخ الأديان، دار القلم، الكويت، (د.ت)، ص190.

<sup>4</sup> - أبو الأعلى المومودي: المصطلحات الأربعة، تعريف محمد كاظم سباق، دار القلم، الكويت، ط5، 1971، ص116.

تعريف احمد الخشاب : "مجموعة من الظواهر الاعتقادية والعملية التي تتصل بالعالم المقدس أو تنظيم سلوك الإنسان حيال هذا العالم".<sup>(1)</sup>

تعريف ريفل: "توجيه الإنسان سلوكه، وفقا لشعوره بصلته بين روحه وبين روح خفية، يعترف لها بالسلطان عليه وعلى سائر العالم ويطيب له أن يشعر بالاتصال بها".<sup>(2)</sup>

يعرفه سبينوزا: "يعني حب الله المتشكل من كماله وعظمته، ويقسم الدين إلى الدين العملي الذي يجب أن يعتقد به العامة من الناس والعقيدة الفلسفية التي تختص بما فئة قليلة من المجتمع وهذه الأخيرة تأتي من معرفة الله والتفكر العميق في خلقه.

وهو أي الدين في الفقه الإسلامي يعني مجموعة الأحكام والعقائد التي شرعها الله لعباده ليتعبدوا بها في الدنيا، ثم يحاسبهم عليها في الآخرة".<sup>3</sup>

تعريف دوركايم: "يعرفه بأنه مجموعة متساندة من الاعتقادات والأعمال المتعلقة بالأشياء المقدسة، اعتقادات وأعمال تظم أتباعها في وحدة معنوية تسمى الملة".<sup>(4)</sup>

تعريف ماكس مولر: "وعرف ماكس الدين بأنه: "محاولة تصور مالا يمكن تصوره، والتعبير عما لا يمكن التعبير عنه، هو التطلع إلى اللانهائي، هو حب الله".<sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> - أحمد الخشاب : الاجتماع الديني، مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية، مكتبة القاهرة، مصر، ط3، 1970، ص76.

<sup>2</sup> - نبيل محمد توفيق السمالوطي، الدين والبناء الاجتماعي، دار الشروق، السعودية، 1981، ص25.

<sup>3</sup> فوزي شريط : الدين والإعلام الجديد، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 3، ديسمبر 2013.

<sup>4</sup> - عبد الله دراز: مرجع سابق، ص36.

<sup>5</sup> - محمد الفاضل بن علي اللاني: مقدمة منهجية في تاريخ الأديان المقارنة، دار الكلمة، مصر، 2006، ص65.

## 5- خصائص الدين الإسلامي :

إن الخصائص التي يتميز بها الإسلام تستمد من خلال النصوص القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة، واجتهد العلماء المسلمون في تعيين تلك الخصائص فنذكر "سيد قطب" سبعة : الربانية، الثبات الشمول، التوازن، الايجابية، الواقعية، التوحيد، أما "يوسف القرضاوي" فيذكر الخصائص التي يتميز بها الدين الإسلامي متمثلة في : الربانية، الإنسانية، الشمول، الوسطية، الوضوح، ... نذكر منها:

### 5-1- الربانية :

إن أول الخصائص التي يتميز بها الإسلام الربانية، وهي تعني الاعتقاد المطلق في الله لقوله تعالى : " قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ " (الأنعام 162)، والمراد بالربانية أمران : ربانية الغاية والوجهة وربانية المصدر والمنهج

أ- ربانية الغاية والوجهة : وهي تعني أن الإسلام يجعل غايته الأخيرة وهدفه البعيد هو حسن الصلة بالله تعالى والحصول على مرضاته. قال تعالى " يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَاقِيهِ " (الانشقاق 6) وقال أيضا " وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنتَهَىٰ " (النجم 43) وفي الحقيقة أن الإسلام له غايات وأهداف متنوعة إلا أن جميعها يصب في غاية كبرى هي مرضاة الله تعالى .

ب- ربانية المصدر والمنهج : وأما ربانية المصدر فهي تعني أن المنهج الذي رسمه الإسلام للوصول إلى غايته وأهدافه منهج رباني خالص لأن مصدره وحي الله تعالى إلى خاتم رسله مُحَمَّدٌ ﷺ وهو يشمل العقيدة، العبادة الآداب، والتشريعات ... ومن آثار هذه الربانية : عدم وجود التناقض، العدل المطلق، التحرر من عبودية الإنسان لأخيه الإنسان، مساعدة الإنسان لأخيه الإنسان. (1)

<sup>1</sup> يوسف القرضاوي : خصائص الإسلام، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط3، 1958، ص9.

## 5-2- الإنسانية :

الإسلام جاء ليقر الحقيقة الثابتة وهي أن الإنسانية واحدة ترجع إلى أصل واحد وميزها الله تعالى بتكريمها. قال الله تعالى " وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً " (البقرة 30) وقال الله تعالى " وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ " (الإسراء 70) وقال الله تعالى " لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ " (التين 04) إن الإنسان في نظر الإسلام مخلوق متميز فهو خليفة الله في أرضه، وهي منزلة ناقت إليها الملائكة قال الله تعالى " وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ " (البقرة 30)، ومن ثمرات الإنسانية في الإسلام "الإخاء والمساواة والحرية، هذه النزعة الأصلية في الإسلام هي أساس هام لمبدأ الإخاء البشري الذي نادى به الإسلام، وهي أساس هام كذلك لمبدأ المساواة الإنسانية ومبدأ الحرية الذي قررها الإسلام .

## 5-3- الشمول :

ومن خصائص الإسلام انه يستوعب شؤون الحياة كلها، حيث أن هذا الشمول يتجلى في العقيدة باعتبار أنها تفسر كل القضايا الكبرى في الوجود وتجييب عن الأسئلة الكبرى التي شغلت وتشغل فكر الإنسان من قضية الألوهية، الكون، مصير الإنسان، ... ومن مظاهر الشمول التي تميز بها دين الإسلام :

1- انه شامل لكل الناس إلى قيام الساعة وانتهاء الحياة الدنيا، فهو رسالة للعالم كله، قال الله تعالى " قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَأَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ " (الأعراف 158).<sup>(1)</sup>

2- شمول شريعة الإسلام لجميع مراحل حياة الإنسان: فالإسلام وضع نظاما يشمل حياة الإنسان كلها، بل أعطاه الحق في الحياة قبل وصوله إليها ووضع له معالم الطريق في مختلف مراحل عمره، وان التكافل يشمل الناس

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 10.

جميعاً، كما تشمل أحكام الإسلام كل نواحي الحياة فالإسلام ينظم حياة الإنسان كلها فمنهج متكامل، يشمل علاقة الإنسان بالله وبنفسه، بغيره، وجعل الالتزام بهذا المنهج عبادة يثاب عليها فاعلمها، فهو كل لا يتجزأ ولا يسمح بأخذ بعض منه وترك البعض الآخر. قال تعالى " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ " (البقرة 208).

#### 5-4- الأيجابية :

إن من خصائص هذا الدين سمة الأيجابية، وما يكاد يستقر هذا المعنى في ضمير المسلم، حتى يسعى لتحقيقه في واقع الحياة، فالعمل الجاد والمتواصل مع الإتيان من خصوصيات المسلم. قال الله تعالى "إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ " (الحجرات 15)، وبين الله أن هؤلاء الذين قاموا بواجبهم وكانوا فعالين في حياتهم أنهم موعودون بنصره فقال تعالى: "وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَى لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ" (النور 55)، وبهذا يستشعر المسلم أن وجوده على الأرض ليس فلتة عابرة، إنما هو قدر مقدور، مرسوم له طريقه ووجهته وغاية وجوده... وان وجوده على الأرض يقتضيه حركة وعملا ايجابيا في ذات نفسه، وفي الآخرين من حوله، وفي هذه الأرض التي هو مستخلف فيها. وعندما يوقف الإنسان ماله أو جزاء منه فهو يكون قد امتثل لأوامر ربه من ناحية الإنفاق في سبيل الله لقوله تعالى: "وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلَأَنْفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ" (البقرة 272)، ومن ناحية أخرى يكون ايجابيا بتقديم ذلك الخير وعودة أثره على المجتمع والإنسانية جمعاء .

من خصائص هذا الدين أيضا انه يقوم على الوسطية أو ما يسمى بالتوازن وهي تعني استقامة المنهج والبعد عن الانحراف فلا إفراط ولا تفريط، وهو يحقق للفرد تنمية العقل وكمال النفس وتهذيب الروح وتقوية الجسد. أما الوسطية في الاعتقاد فهي تعني الدعوة إلى الإيمان بما قام عليه الدليل والبرهان فلا يدعو إلى الخرافة ولا إلا تجاهل الفطرة ، كما أن وسط بين الذين الهوا الأنبياء وجعلوا لهم العصمة وبين من اعلنو عليهم الحرب، فهو وسط حيث انه بين بان هؤلاء بشر لكن لهم ميزة قد خصوا بها من قبل الله تعالى .أما الوسطية في العبادة فهي حبل المؤمن الموصول دون ملل ولا ضجر فلا رهينة ولا انحلال .وصور الصحابة كما جاء في تاريخهم أنهم رهبان في الليل، فرسان في النهار مظهر من مظاهر الوسطية<sup>(1)</sup>.

## 6- مفهوم الدعوة:

### 6-1- تعريفها لغة :

يأتي الدعاء في اللغة بمعنى الاستغاثة، وقد يكون الدعاء بمعنى العبادة " إِنْ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ عِبَادًا أَمْثَلُكُمْ فَادْعُوهُمْ فَلْيَسْتَجِيبُوا لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ" (سورة الأعراف: 194) وقوله بعد ذلك : " ... أَمْثَلُكُمْ فَادْعُوهُمْ فَلْيَسْتَجِيبُوا لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ" (سورة الأعراف: 194) وفي كتابه عَلَيْهِ السَّلَام - إلى هرقل: ادعوك بدعاية الإسلام، أي بدعوته وهي كلمة الشهادة التي يدعا إليها أهل الملل الكافرة وفي رواية : بدعاية الإسلام، وهو مصدر بمعنى الدعوة، كالعافية، ودعا الرجل دعوا ودعاء : ناداه، والاسم الدعوة، ودعوت فلانا أي صحت به واستدعيتته، فأما قوله تعالى: "يَدْعُو لَمَنْ ضَرُّهُ أَقْرَبُ مِنْ نَفْعِهِ" (سورة الحج:13) وتداعى القوم "دعا بعضهم بعضا حتى يجتمعوا"<sup>2</sup>. ودعاه إلى الأمر ساقه .

<sup>1</sup> - سيد قطب : خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، دار الشروق، مصر، ط15، 2002، ص167.

<sup>2</sup> ابن منظور : لسان العرب، بيروت، دار الجيل، 1911، مج 2، ج2، ص986

وجاء في معجم مقاييس اللغة: "دعوا" الدال والعين والحرف المعتل أصل واحد، وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك، تقول: "دعوت ادعوا دعاء".<sup>(1)</sup>

ويحمل مصطلح الدعوة لغة كل المعاني الآتية: الاستغاثة، العبادة، الدعاية وهي كلمة الشهادة، الصياح والنداء، القول، الاجتماع، السوق، السؤال، الفعل. ونخلص من جملة هذه المعني أن الدعوة، نداء وصيحة، وطلب للاجتماع على شيء أو الاشتراك فيه.<sup>(2)</sup>

## 6-2- اصطلاحا : لها تعريفات كثيرة نذكر من بينها :

- تعريف شيخ الإسلام ابن تيمية بقوله: "الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به، وبما جاء به رسله بتصديقهم فيما اخبروا به، وطاعتهم فيما أمروا".<sup>(3)</sup>

- وعرفها الشيخ محمد الغزالي بأنها: "برنامج كامل يضم جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس ليصبروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين".<sup>(4)</sup>

- ويعرفها الطيب برغوث بأنها: ذلك الجهد المنهجي المنظم الهادف إلى :

\* تعريف الناس بحقيقة الإسلام

\* إحداث تغيير جذري متوازن في حياتهم على طريق الوفاء بواجبات الاستخلاف ابتغاء الله تعالى، والفوز

بما ادخره لعباده الصالحين في عالم الآخرة.<sup>(5)</sup>

1- أبو الحسين احمد بن فارس بن زكريا : معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، 1979، ج2، ص 279.

2- عبد النعيم محمد حسنين : الدعوة إلى الله على بصيرة، القاهرة، دار الكتب الإسلامية، 1984، ص17.

3- مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية : جمع وترتيب : عبد الرحمان بن محمد بن قاسم العاصي النجدي الحنبلي، م15، ص157.

4- محمد الغزالي : مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة، القاهرة، دار الكتب الحديثة، ص15.

5- الطيب برغوث : منهج النبي - ﷺ - في حماية الدعوة والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة المكية، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام،

جامعة الجزائر، 1992 ص ص 17، 18.

- وعرفها احد الباحثين بقوله : " المقصود بالدعوة إلى الله على بصيرة هو إبلاغ الناس دعوة الإسلام في كل عصر وحين بالأساليب والوسائل التي تناسب طبيعة العصر الذي يعيشون فيه، وهذا يعني ضرورة الاستفادة من المكتشفات العلمية الحديثة، ووسائل الإعلام الكثيرة المتطورة في الدعوة إلى الله في العصر الحاضر".<sup>(1)</sup>
- كما عرفت الدعوة الإسلامية بأنها : "تلك الحركة الإنسانية الشاملة التي تهدف إلى بناء مجتمع إسلامي ملتزم بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقا، وتبليغ رسالة الإسلام إلى الناس كافة باستخدام كافة الوسائل المشروعة".<sup>(2)</sup>

## 7-- طرق الدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

### 7-1- البريد الالكتروني :

يعتبر البريد الالكتروني أكثر التطبيقات استخداما على الانترنت، حيث أصبح بديلا للمراسلات البريدية العادية، لقد أصبحت عملية بث الرسائل متعة وتسلية بعيدا عن مكاتب البريد التقليدية، والانتظار واحتمال عدم وصولها إلى وجهتها أو ضياعها، فبالإضافة إلى قلة التكلفة يمكن لكل شخص لديه عنوان بريد الكتروني أن يستقبل البريد الالكتروني حيثما تواجد، وحالما يربط بالانترنت .ويستهدف البريد الالكتروني تسهيل وصول المعلومات على الفور، ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل : نصوص او صوت، او رسوم، يتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الالكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها إلى أماكن بعيدة، والبريد الالكتروني وسيلة جيدة للدعوة، مكمل للوسائل الأخرى فباستخدامه يمكن توجيه دعوة الإسلام إلى ملايين العناوين الالكترونية، ويمكن اختيار شريحة ذات مواصفات معينة لكي تصلها الدعوات، ويتم ذلك إما بالمراسلة الفردية، أو بالاتفاق مع شركات الانترنت التي تقدم الخدمات البريدية مقابل أجر معين، فهذه الشركات لها قوائم بريدية تتجاوز أحيانا الخمسين مليون عنوانا بريديا، وبالاتفاق مع هذه الشركات

<sup>1</sup> - عبد النعيم محمد حسنين : مرجع سابق، ص20.

<sup>2</sup> - البشير قلاني : دراسات في مسار واقع الدعوة الإسلامية في الجزائر، منشورات مكتبة اقرأ، 2007، ص87.

يمكن توصيل دعوة الإسلام إلى خمسين مليون مشترك بالانترنت<sup>(1)</sup>، كما يمكن لإحدى المؤسسات الدعوية أن تؤسس قائمة بريد يتم من خلالها استقبال الرسالة الالكترونية، والمحتوية على استفسار أو فكرة أو غير ذلك من أي عضو في هذه القائمة البريدية، بحيث يستطيع أعضاء القائمة التحاور فيما بينهم أو طرح الأسئلة المتنوعة التي تم المسلم، ليقوم من لديه الإجابة بإرسالها إلى مركز القائمة البريدية، والذي يقوم بدوره ببثها لجميع الأعضاء، أي خلق نوع من المشاركة بين أعضاء القائمة، والبريد الالكتروني في مجال الدعوة الإسلامية هو نوع من الدعوة بالمراسلة، التي كانت موجودة منذ فجر الدعوة الإسلامية، فالتواصل بين الداعية والأفراد محور مهم من محاور الدعوة الإسلامية<sup>(2)</sup>.

#### - شروط نجاح الدعوة باستخدام البريد الالكتروني :

- أن تكون الرسالة التي يبثها الداعية صادرة عن دراسة ووعي وتفكير، انطلاقاً من معرفة شاملة ومحيطية بأحوال المدعوين وظروفهم، حتى يكون وصولها إلى المدعو في الوقت المناسب، وبالأسلوب الملائم.
- أن تكون هناك جهات مسؤولة يمكن للمرسلين الاتصال بها والحصول على المعلومات
- توحيد الجهود حتى لا تتشتت وتتضارب في إطار الرؤى الشخصية والخلافات المنهجية، والتي نعكس على الآخرين في نفورهم من الدعوة الإسلامية

#### 2-7-2- جماعات النقاش:

بعد الاتصال الجمعي احد ملامح شبكة الانترنت، وذلك من خلال انتشار جماعات النقاش، أو منتديات الحوار، أو جماعات الأخبار، أو المؤتمرات الالكترونية، وهي تسمح للمشاركين بتبادل المعلومات حول مواضيع مختلفة وتبادل الرسائل المكتوبة والصوتية، ويتم تقديم هذه الخدمات بالاستعانة ببروتوكول

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب : تجديد الخطاب الديني في ضوء المواقع المعاصرة، القاهرة، دار الفجر، 2004، ص321.

<sup>2</sup> - سميرة رابح بوعيشة : الدعوة الإسلامية عبر الانترنت، مقارنة بين منهجي السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2003، ص67.

Internet Relay chat وهو بروتوكول للحوار المباشر، اخترع سنة 1992 ويسمح بالحوار الفردي أو الجماعي بطريقة تفاعلية عبر الصوت والصورة. وتتيح شبكة الانترنت آلاف من جماعات الأخبار التي تناقش أي موضوع أو قضية يمكن أن تخطر على البال، ويمكن للدعاة للدعاة من خلال جماعات النقاش أو منتديات الحوار المشاركة برسائل دعوية سواء بإنشاء قضية جديدة، أو بالإضافة إلى قضية موجودة بالفعل، في الحالة الأولى تكون المواضيع مطروحة من قبل الموقع والمطلوب هو تعليق الزوار وميزة هذا الأسلوب التحكم في العروض والثانية عندما يترك للزوار المجال لطرح موضوعات وفتح الباب لإبداع الزائر وشعوره بالمشاركة، واتساع المشاركة بحيث تشمل أفراداً من بلدان عديدة<sup>(1)</sup>، والمهم هنا أن يتسم الزائر في مناقشته بأداب الحوار في الإسلام، وبالحكمة والذكاء في العرض والتناول للقضايا الدينية، ومن أهم أخلاقيات الحوار والنقاش ألا يدخل الإنسان الحوار إذا كان لا يحمل العلم الذي يضيف للنقاش فائدة ومعرفة جديدة، لان مشاركته لا تعدو أن تكون تضييع لوقته ووقت الآخرين أو ربما تشوش عليه فكرته وعقيدته.

### 7-3- الدعوة من خلال محركات البحث:

تلعب هذه الخدمة في الانترنت دوراً هاماً في خدمة الإسلام إذ يمكن للدعاة نشر دعوة الإسلام من خلال محركات البحث، حيث يدخلون موضوعات إسلامية وتعريف بالدين الحنيف، وحتى كتب إسلامية في محركات البحث، ويمكن لكل باحث من خلال هذه المحركات أن يطلع على العناوين التي يضمها الدعاة المحتوى الرسالي الدعوي، فيدخلون إليها بسهولة ويطلعون على الإسلام، وحتى تكون هذه الطريقة فعالة في نشر الدعوة الإسلامية يجب اختيار محركات البحث المشهورة الغربية منها أو العربية لضمان جذب أكثر عدد ممكن من مستخدمي الانترنت.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 328-330.

وتعرف بالجرائد والمجلات الالكترونية، ورغم أن جمهور الصحف والمجلات الإسلامية لم يستطيعوا الاستغناء عن النسخ الورقية منها، إلا أن الانجذاب نحوها بدأ يقل لصالح النسخ الالكترونية لما تتميز به من خصائص: كسرعة التصفح، إمكانية الاطلاع على الأرشيف، الحصول على آخر الأخبار.... الخ لذلك فهي وسيلة فعالة للدعوة الإسلامية عبر الانترنت. (1)

#### 4-7- تصميم مواقع حجب المواقع الضارة :

وتقديم هذه البرامج لجهات الاختصاص، ومتابعة تلك المواقع والتعرف عليها لحجبها أو عمل شيء يؤدي إلى إبطال فاعليتها أو تخفيف ضررها، مع ضرورة الحذر الشديد من هذه المتابعة لما فيها خطورة على المتابع.

#### 5-7- تصميم برامج خدمات الانترنت :

وفي مقدمتها برامج الاتصال لتكون بديلا عن البرامج الأجنبية التي يصاحبها الفساد والانحلال الخلقي، مع ضرورة توزيع ذلك مجانا على أكبر عدد ممكن في العالم العربي والإسلامي.

#### 6-7- المواقع الالكترونية :

المواقع عبارة عن صفحة خاصة على شبكة الانترنت تصمم بحيث تستخدم كواجهة عرض تقدم للمستخدمين كافة المعلومات التي يريدون معرفتها، ويشمل الموقع إلى جانب النصوص على الصور والرسوم والخرائط، كما يزود بالصوت والموسيقى المصاحبة والألوان وكافة عوامل الجذب المختلفة، وعند إنشاء الموقع يتم الإعلان عنه على الانترنت ومن خلال الجرائد والمجلات، والبريد الالكتروني، والإعلانات، وكافة المطبوعات الأخرى. (2)

<sup>1</sup> - سميرة رابح بوعيشة : مرجع سابق، ص70.

<sup>2</sup> - مديحة جيطاني : استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص59.

## 7-7- الفيس بوك :

يمكن من خلال هذا الموقع التواصل والتفاعل بإتاحة الكتابة القصيرة على ما يعرف بالحائط وهي صفحة المستخدم وواجهته الرئيسية وكذلك رفع الصور والمشاركة بالروابط وملفات الفيديو وكتابة المقالات الطويلة عبر ما يعرف بالملاحظات كما يمكن الإشارة إلى المستخدمين المضافين للحساب بدعوتهم إلى المناسبات التفاعلية التي تقيمها الجهة الخيرية وتضمن بذلك وصول الدعوة إلى صفحاتهم على الفيس بوك وعناوينهم الالكترونية وكل هذه الخدمات من الممكن أن تفيد الجهات الدعوية والخيرية ويمكن توظيفه دعويا من خلال الآتي:

- عمل مجموعات تقوم بالبحث على الفضيلة ونشرها بين الناس

- مراسلة جميع أصحاب الصفحات الموجودة لدى الداعية بما تريد توصيله من قيم وأخلاق وغيرها من أعمال

فاضلة

- التواصل مع غير المسلمين لدعوتهم إلى الدين الإسلامي العظيم، وذلك بإتقان لغة المخاطب، وتوضيح صورة

الإسلام الصحيحة التي شوهدت في الغرب عبر إعلامهم

- محاربة المجموعات التي تقوم بتشويه صورة الإسلام والضغط على موقع الفيس بوك لإغلاقها<sup>(1)</sup>، وهناك أفكار

أخرى للدعوة في الانترنت نذكر من بينها مايلي:

■ عقد الملتقيات الدعوية والندوات، حول مواضيع واهتمامات الدعوة عبر شبكة الانترنت، وتبادل وجهات

النظر حول العمل الدعوي، وهو متاح الآن بالصوت والصورة.

■ الاستفادة في تقوية برامجنا الدعوية وأطروحاتنا من الأبحاث الإحصائية المتوفرة في الانترنت، مما يعطي

تصوراتنا ومواقفنا قوة وثقلا في الإقناع والتأثير.

<sup>1</sup> - عادل عبد الله هندي : وسائل التكنولوجيا الحديثة في خدمة الدعوة، متاح على:

- تلافي سلبية العمل في المواقع الإسلامية بالطابع الفردي والمنحى الاجتهادي، بدلا من الروح الجماعية المتكاتفه.
- نقل ما يمكن من الدروس العلمية والمحاضرات المباشرة، وتوفيرها في متناول اليد وربطها بالمواقع الأخرى.
- الإعلان للناس عن المناشط الدعوية (الدروس، المحاضرات، الكلمات، الدورات، الخطب).
- تكثير المواقع المتخصصة، حتى يمكن أن تصل بالتنافس إلى الإبداع ويسهل الرجوع إليها، مواقع متخصصة في الشباب، المشكلات الاجتماعية الاقتصادية، الموقع، شخصيات إسلامية، سماحة الإسلام، الحضارة الإسلامية... الخ.
- ينبغي على كل مسلم مستخدم للانترنت لديه هم دعوي، أن يكون له دور في نشر الخير، ولا يكون سلبيا يأخذ ولا يعطي لدينه شيئا، ولو بالدلالة على الأفكار الدعوية وإرسالها إلى المستخدمين.
- المساهمة بكتابة مقال شهري مركز في أي موضوع، وإرساله إلى المنتديات والمواقع التعميمية.
- احتساب الإخوة المتخصصين في مجال الانترنت، لتفعيل دور العلماء والدعاة وافتتاح مواقع لهم، لتسهيل مهمة الوصول إليهم، وإخراجهم لينتفع الناس من علمهم.<sup>(1)</sup>
- تقديم البدائل للمواقع الإسلامية، وإخبارهم بالجديد في مجال برامج الانترنت وعلومها، وتقديم الاستشارات والخبرات العلمية لهم في مجال الحاسب.
- التعرف عبر المواقع والدلالة على طلاب العلم المغمورين الذين يمكن الاستفادة منهم.
- إغراق الشبكة بالمواقع التي تعرض الإسلام عرضا صحيحا، عقيدة وفقها ومنهجها ودعوة، لتضييق المجال على المواقع المنحرفة خاصة باللغة الإنجليزية التي يستخدمها العديد من رواد الانترنت.

<sup>1</sup> - عبد الله بن احمد العلاف: كلنا دعاة، أكثر من 1000 فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله، دار الطرفين، مكة المكرمة، ص 29.

- إعطاء أهمية للملاحظات على المواقع والاستبيانات من قبل المتصفح والجديّة في تقديم النصح البناء، والاحتساب فيها، وبذل التضحية.
- ربط مواقع الجهات الرسمية الإسلامية مع الهيئات والجهات الخيرية، بغية تطوير الاتصال فيما بينها، ومحاصرة الفكر المشبوه.
- إغراق المواقع المشبوهة المعادية للإسلام برسائل الاحتجاج في وقت واحد، لأنه لن يتمكن من مجرد استقبالها وقراءتها في وقت واحد، فضلاً عن التعامل معها، مما يضطره إلى إعادة التفكير في المواد التي يعرضها ضد الإسلام والمسلمين.
- ضرورة نشر معلومات عن العقائد الباطلة المنحرفة، لتحذير الناس منها وإظهار البراءة منها، والتي هي من أعظم مقتضيات لا إله إلا الله، فالذي يبحث عن اليهودية لن تنفرد به المواقع اليهودية، بل سيفاجأ بوجود مواقع إسلامية تتحدث عن اليهودية من وجهة نظرها، وهكذا مع بقية الملل والمذاهب
- إيجاد مواقع متخصصة لمشاكل الشباب، الأسرة ... الخ.
- توجيه رسائل شكر وثناء ومدح للمواقع التي تقدم أفكاراً إسلامية وبرامج جادة.
- الاستفادة من الانترنت في تأصيل فكرة نشر وتعلم اللغة العربية بين المسلمين من غير العرب، وافتتاح مواقع لخدمة هذا الغرض الشرعي والمقصد الديني.
- إنشاء مواقع خاصة بمتابعة الجديد من الأفكار والمعلومات باللغات الأجنبية، وترجمتها إلى العربية خاصة الأفكار والوسائل التي تخدم الدعوة إلى الله عز وجل.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 29.

## 8- أهمية الدعوة من خلال الانترنت:

إن الدعوة إلى الله تعالى واجب ديني على كل مسلم قادر من أبناء الأمة المسلمة، ولما كان تبليغ الدعوة إلى الناس مما اخذ الله عز وجل عليه الميثاق من أهل العلم، فإن إيصال هذا الدين الحق إلى مشارق الأرض ومغاربها بواسطة الشبكة أمر مطلوب، وهو من أعمال البر والخير، والمنفق عليه مأجور بإذن الله.

إن هذه الوسيلة رغم حداثتها واسعة وسريعة الانتشار ويمكن من خلالها تبليغ الدعوة الصحيحة، ونشر تعاليم الدين الإسلامي الحنيف ومبادئه السمحة إلى الملايين من الناس في كل مكان على سطح الكرة الأرضية في زمن قصير نسبياً، لاسيما وان هذه الشبكة جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أن يتواصل من يعيش في أقصاها مع من يقطن في أديانها، فكان لا بد من الإفادة منها في مهمة الدعوة إلى الله تعالى وهو ما يشير إليه احد الباحثين بقوله: " أن على الدعاة إلى الله عز وجل ألا يستهينوا بما جد من الوسائل والأساليب التي يستخدمها الناس في مجال الحياة المختلفة، بل إن عليهم أن يكونوا في طليعة المنتفعين بها، ومادامت الدعوة فريضة واجبة فان كل ما يساعد على حسن تبليغها يكون واجبا، لان ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب".

إن الانترنت وسيلة دعوية حرة، يمكن للدعاة إلى الله تعالى من خلال التواصل الدعوي المفتوح والمستمر مع أعداد كبيرة وأجناس متنوعة من البشر في شتى بقاع الأرض ييثون الخير في نفوسهم، ويحثونهم على التمسك بالفضائل، ويهدونهم إلى طريق الله المستقيم دون الخضوع إلى أي سياسات، أو رغبات، أو أنظمة، أو تعليمات<sup>(1)</sup>، وهو ما يشير إليه احد الباحثين بقوله: " إن الانترنت هي جهة الاتصال الوحيدة التي لا تتحكم فيها جهة معينة تفرض عليها سياستها وتملي عليها رغباتها، بل إن المتحكم فيها هو من يستخدمها، فله أن ييث من خلالها ما يشاء دون رقيب أو حسيب، فكل مشارك في الانترنت ناشر ومستقبل دون أن يكون تحت أي تأثير إلا ما يملئ عليه فكره أو اتجاهه".

<sup>1</sup> - محمد درويش: الدعوة الإسلامية عبر شبكة الانترنت، متاح على:

إن الدعوة إلى الله تعالى من خلال شبكة الانترنت غير مكلفة ماديا، إذ أن الانترنت هو أرخص وسيلة للاتصال، والإعلان، والدعاية، والنشر، فلو قارنا بين إنشاء محطة إذاعية أو تلفزيونية أو حتى إصدار جريدة أو مجلة للدعوة إلى الله فكم ستكون التكلفة. وإذا كان الأمر كذلك فإن هذا مدعاة لاغتنام هذه الوسيلة الحديثة، وتكثيف الجهود الدعوية من خلالها، قدر المستطاع، لاسيما وأن كثيرا من الخدمات الانترنتية التي تقدمها بعض الشركات العالمية في هذا الشأن أصبحت مجانية.

أن الدعوة إلى الله تعالى من خلال الانترنت تصحيحا لكثير من المفاهيم الخاطئة والمعلومات غير الصحيحة التي تنتشر للأسف بين كثير من الناس الذين لا يعرفون من الإسلام إلا ما تتحدث به بعض الفرق الضالة والجماعات المنحرفة إذ أن هناك مواقع مشبوهة ومنحرفة كثيرة تدعوا إلى الإسلام، منحرفة بعيدة كل البعد عن الدين الحق الذي جاء به مُحَمَّد بن عبد الله ﷺ - من عند الله.

أن معظم مستخدمي شبكة الانترنت في الغالب من الطبقة المثقفة والفئة المتعلمة الواعية كإساتذة الجامعات، والطلاب، وكبار المسؤولين، والمهنيين، ورجال الأعمال، وغيرهم من الفئات الذين يكون أفرادها (في العبادة) أصحاب التأثير الفاعل في مجتمعاتهم، فكان لا بد من استثمار هذه الوسيلة في الدعوة إلى الله تعالى للوصول إليهم من خلالها ودعوتهم إلى دين الله الحق.

إن شبكة الانترنت وسيلة دعوية متاحة للجميع في أي وقت من الأوقات فهي غير محددة بوقت معين أو زمن محدد لأنها تعمل على مدى اليوم والليل وطول أيام السنة، ويمكن للراغبين في الإفادة الدخول في أي ساعة من الليل أو النهار.

إقبال الناس المتزايد على استخدام هذه الشبكة، فقد أصبح الانترنت اليوم مرجعا لكل باحث عن معلومة معينة، وملاذا لكل طالب علم ديني أو دنيوي، وإذا كان من الصعوبة، فيما مضى الحصول على المعلومة الصحيحة والشاملة عن الإسلام في كثير من بلدان العالم، فقد اختلف الوضع تماما في وقتنا الحاضر حيث أصبح

دين الإسلام يصل بكل سهولة ويسر إلى بيوت الناس، وأماكن عملهم ومعاهدهم، ومدارسهم، وفي كل مكان يمكن أن يكونوا فيه .

سهولة استخدام هذه الوسيلة في الأغراض الدعوية، حيث أن ممارسة مهمة الدعوة إلى الله تعالى وتعلم أساليبها عبر شبكة الانترنت سهلة جدا، ولا تحتاج لكثير جهد وطويل خبرة، ويمكن لمن يرغب في ذلك تعلم كيفية إنشاء الصفحات الخاصة بهذا الشأن، أو الدخول في حوارات دعوية مع الآخرين وهو أمر يمكن أن يتم في فترة وجيزة جدا .

## 9- العوامل التي يجب مراعاتها لنشر الدعوة الإسلامية عبر الانترنت:

الإبداع والتميز في عرض الدعوة، فهناك حاجة إلى الإبداع في العرض وجذب الناس إلى الدعوة الإسلامية وهذا الأمر يحتاج بالغالب إلى متخصصين لديهم درجة عالية من الإخلاص والإرادة لتحقيق نقلات نوعية فيها إبداع وتميز في العرض

الأخذ بعين الاعتبار أن الخطاب الدعوي عبر الشبكة يجب أن يكون على مستوى العصر فهناك تطورات مستمرة في الحياة وهذه التطورات يجب أن تأخذ في عين الاعتبار حيث يتحقق الجمع بين الأصالة والمعاصرة رفع مستوى الأداء والتقييم و من خلال هذا التقييم العملي والعلمي يكون التطوير المستمر وهذا ينعكس مباشرة على الأداء<sup>1</sup>

المرونة المناسبة التي تزيد من رقعة الانتشار العالمي

5- تعدد الوسائل واختلافها لتناسب مع أكبر شريحة ممكنة من البشر

6- وفي هذا السياق يمكن إنشاء رابطة للمواقع الإسلامية يكون الهدف منها التقييم المستمر والعناية بتكامل

الجهود وشمولها وتشجيع التنافس ضمن معايير عالية الجودة.

<sup>1</sup> محمد درويش: الدعوة الإسلامية عبر شبكة الانترنت، متاح على:

. <http://www.adabasham.net/show.php?sid=7395> le (26.2.2016) à 19.45

## 10- تحديات الدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

توجد عوائق كثيرة أمام الخطاب الإسلامي عبر شبكة الانترنت، هذه العوائق لها اثر بارز في الحد من فاعلية الدعوة الإسلامية وتحاوب الآخرين معها، سواء المسلمين أو غير المسلمين، ويمكن حصر هذه التحديات في قسمين : تحديات داخلية، وتحديات خارجية

### 10-1- التحديات الداخلية للدعوة الإسلامية أو القصور الذاتي للدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

وتتمثل هذه التحديات في القصور الذي تتسم به الدعوة الإسلامية والقائمين عليها، ويعتبر القصور الذاتي المصدر الأكثر أهمية بالنسبة إلى مصادر معاناة الخطاب الإسلامي في محدودية فاعلية، وعدم إحرازه التأثير المنشود، وهذا القصور يتمثل في النقاط التالية :

- الارتجال والعفوية بسبب غياب التخطيط، وعدم الأخذ بالأسلوب العلمي في إخضاع المواضيع والقضايا والمواقف المعروضة والحالات القائمة للدراسة المتخصصة والسطحية في تحديد الأهداف ووضع التصاميم وتقدير الأبعاد هي إحدى العلة التي ينبغي معالجتها،<sup>(1)</sup> والتنظيم من اقوي عوامل نجاح الحركات، فكم من حركات سياسية وحرزبية نجحت بفضل التخطيط الواعي والتنظيم الدقيق، وأخرى فشلت بسبب الفوضى والارتجال، وطبيعة الإسلام نفسها تأبى أي شكل من أشكال الفوضى وأي نوع من أنواع الارتجال...، وليس في الدنيا منهج عني بتنظيم دقائق الحياة الإنسانية حتى اليومية والخاصة عناية الإسلام . "فلا شك أن من يكلف بعمل محدد في وقت محدد وتوفر له الإمكانيات اللازمة يدفعه ذلك إلى الحرص على تنفيذه على الوجه الأكمل وفي الوقت المطلوب، بخلاف ما يكون التكليف دون تحديد لمقدار أو نوع العمل، ودون تحديد لوقت انجازه، ودون اهتمام بتوفير الإمكانيات اللازمة، لاشك أن ذلك يثبط الهمم ويعرض الوقت إلى الضياع، والطاقات إلى التعطيل ولا تنجز الأعمال كاملة أو على الوجه الصحيح."<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - فتحي يكن : مشكلات الدعوة والداعية، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط16، 1996، ص12.

<sup>2</sup> - مصطفى مشهور : من فقه الدعوة، دار التوزيع والنشر الإسلامية، 1995، ج1، ص205.

- الاعتماد على القدرات الذاتية وعلى المبادرات الفردية في غالب الأحيان، والناي على التعاون والتكامل وتنسيق الجهود وتضافرها، والعزوف عن المواجهة الجماعية المتراصة والمتضامنة والمترابطة لما يستجد من ظروف ويطرأ من متغيرات تقتضي التعامل معها أو التصدي لها أو الرد عليها
- ضيق الأفق ومحدودية الرؤية والتركيز على اللحظة الحالية وحصر الاهتمام بها، من دون التطلع إلى المستقبل والعمل على المدى المتوسط والبعيد، وهو ما يتجلى في تحرك الكثير من أحماط الخطاب الإسلامي داخل دائرة رد الفعل، وعدم اتخاذ المبادرة إلا في حالات نادرة .
- انعكاس الاختلافات المذهبية والفكرية والثقافية والصراعات السياسية المحلية والإقليمية، والدولية على الخطاب الإسلامي في مجمله، مما يجعله خطابا مشتتا، متعارض متعدد الرؤى مفتقد للترابط والانسجام. (1)

## 10-2- التحديات الخارجية للدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

نخص الحديث هنا عن الحرب الالكترونية ضد الإسلام، حيث قامت هذه الحرب لتشويه الإسلام وعزل أثره في النفوس والأفكار، وهي حرب يقوم بها ويوجهها سياسيون ومفكرون وإعلاميون من مختلف الجهات المعادية للإسلام وأهله، وقد استغلت كل وسيلة لتحقيق هذه الأهداف بما فيها الانترنت وتمثل هذه المكائد عبر الانترنت في الأتي :

وصف الإسلام وأهله والخطاب الإسلامي بأقبح الأوصاف والنعوت، بهدف إبعاد الناس عن الإسلام وتشكيك المسلمين في دينهم، إذ كثيرا ما تجدهم يحملون الخطاب الإسلامي مسؤولية الإرهاب والعنف، ويعتبرونه ناشر للرجعية، فقد حرص هذا النوع من الإعلاميين أن يرسموا صورة قائمة، مشوهة للإسلام في أذهان الغربيين والمشاركة

<sup>1</sup> - عبد العزيز بن عثمان التويجري: العالم الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، 2004، ص164.

امتدت الأيدي المسيئة للإسلام إلى تحريف القرآن الكريم والإساءة إلى النبي ﷺ - ومن أمثلة تحريفه: أن احد المواقع البريطانية عمل على تسويق كتاب "الفرقان الحق" ويحتوي على تحريف واضح لآيات القرآن الكريم، إلى جانب آيات من الإنجيل والتوراة باللغتين العربية والانجليزية، ليسبب خلطاً في الكثير من مجالات العقيدة بالنسبة للمسلمين.<sup>(1)</sup>

## 11- مزايا الدعوة الإسلامية من خلال استخدام شبكة الانترنت :

إن إثبات العقائد يتطلب استحضار عدد كبير من الأدلة والبراهين، وتختلف طبيعة المعلومات المسترجعة بحسب طبيعة المستخدم ومعلوماته السابقة عن الإسلام، وكذلك بحسب عمره الزمني وتخصصه العلمي ووضعه الاجتماعي، وغير ذلك من العناصر المؤثرة، وهنا يمكن لتقنيات الحاسوب حفظ كم كبير من الأدلة والبراهين والمناقشات والحوارات وتصنيف جميع هذه المعلومات وفق الموضوعات أو وفق مستوى مناسبتها لفئات معينة من المستخدمين. وستقوم هذه الحواسيب بتخزين كم معرفي كبير مما سبق إنتاجه في الماضي من قبل العلماء والمختصين في مجال الدعوة، وسينمو هذا الكم المعرفي من خلال الجهود المستمرة التي يبذلها العشرات والمئات من العلماء والمختصين في مختلف بقاع العالم وبمختلف اللغات.

يمكن لتقنيات الحاسوب وشبكة (الإنترنت) أن تصل إلى مجموعات كبيرة من البشر لم تصلهم رسالة الإسلام بسبب وجودهم في مجتمعات منغلقة فكرياً وإعلامياً، أو بسبب عدم وصول جهود الدعوة الإسلامية إلى بلادهم. ويمكن لهذه التقنيات أن تنقل المفاهيم والأفكار الصحيحة عن الإسلام إلى المجتمعات التي تعتمد تشويه صورة الإسلام وتنشر المفاهيم المغلوطة عنه.

<sup>1</sup> - محمد الحبيب الهيلة : جوانب من مشكلات الخطاب الإسلامي، من بحوث مؤتمر مكة المكرمة الثامن 1428، مجلة الرابطة، ع501، 2008، ص54.

إن توفر المادة العلمية التي تخدم الإسلام على شبكة (الإنترنت) يجعل الوصول إليها تحت تحكم المستخدم بحيث يمكنه الوصول إليها ساعة يشاء واختيار المواضيع التي يرغبها. وهذه ميزة كبيرة لا تتوفر في الوسائل التقليدية للدعوة التي تتطلب جهداً كبيراً وتكلفة عالية في إرسال الدعوة أو طباعة الكتب وإرسالها للناس أن الدعوة باستخدام الحاسوب وشبكة (الإنترنت) يمكنها أن تصل إلى الفئات المتعلمة في المجتمعات المختلفة حيث أن هذه الفئات هي الأكثر استخداماً لهذه التقنيات. وهذه الفئات هي في العادة ذات التأثير الفعال في المجتمع، لذا فإن الوصول إليهم واستمالتهم إلى دين الإسلام يعني التأثير بطريق غير مباشر على أعداد كبيرة أخرى من البشر تتأثر بهذه الفئات.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - صالح الرقب : الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، 2005، ص4.

**خلاصة:**

وفي الأخير ومن خلال هذا الفصل يمكن القول بان الانترنت بكل تطبيقاتها ومواقعها أصبحت وسيلة مهمة وفعالة في نشر الدعوة الإسلامية وتبادل المعارف الدينية حيث ساعدت علماء الدين وسهلت عليهم إيصال رسالة الإسلام إلى كل أنحاء العالم باستغلال هذه الوسائل المتطورة وتحسين صورته ومحاربة كل من يحاول تشويه صورة الإسلام أمام من يجهل حقيقته.

# الفصل الرابع

## الدراسة الميدانية

تمهيد

1/ التحليل الكمي و الكيفي لبيانات الدراسة

2/ نتائج الدراسة النهائية

خلاصة

## تمهيد:

بعد عرض الإطار النظري للدراسة والذي يهيئ الأرضية لمشكلة الدراسة وذلك عن طريق فصوله يأتي الجانب الميداني لدراسة واقع المشاركات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال الإجراءات التي سوف يتم إتباعها بدءاً من الدراسة الميدانية، والمنهج المتبع والأدوات المستعملة في البحث ثم مجالات البحث و العينة وكيفية اختيارها ثم الطرق الإحصائية لمعالجة الاستمارة وحدود البحث.

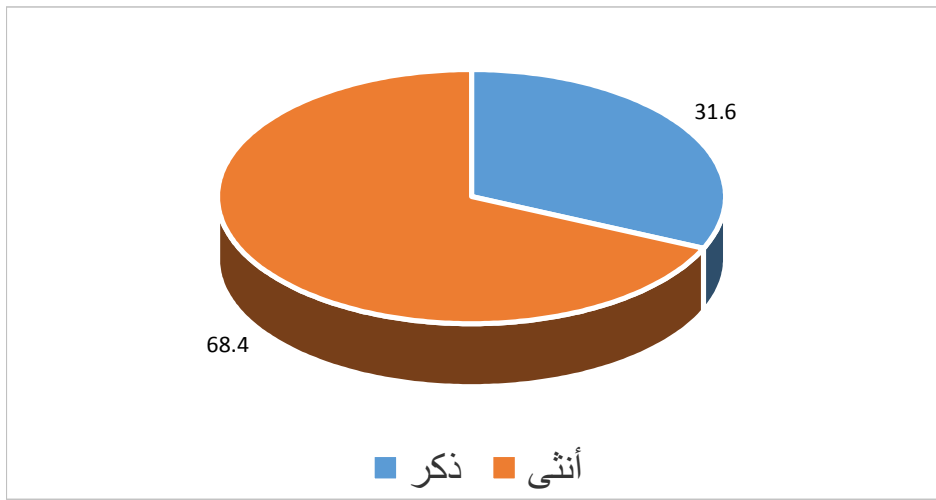
وعن طريق الاستبيان التي وزعت على أفراد العينة تم التوصل إلى جملة من المعلومات مباشرة من المصدر الأصلي عن طريق جملة من الأسئلة و التي تلخصت بدورها في ثلاث محاور تم تحليلها كميًا وكيفيًا للوصول إلى نتائج نهائية للدراسة و قد جاءت المحاور كالأتي:

- المحور الأول: عادات وأنماط المستخدمين على موقع الفيس بوك
- المحور الثاني: الاستخدام والتفاعل على الفيس بوك في النشر الديني
- المحور الثالث: تقييم الطلبة للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال التفاعل مع الفيس بوك

## 1- القراءة الكمية والكيفية لبيانات الدراسة :

جدول رقم 01: يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
31.6%	36	ذكر
68.4%	78	أنثى
100%	114	المجموع



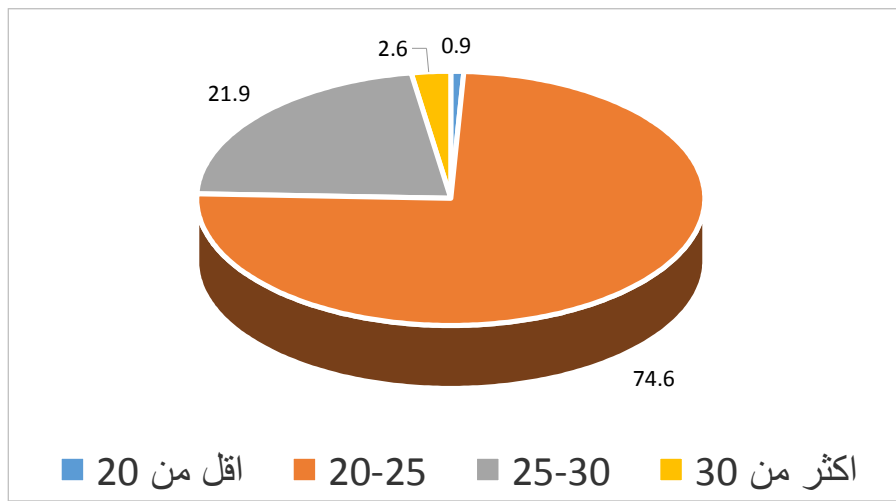
الشكل رقم 01: يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عدد الذكور بلغ 36 ذكر بنسبة 31.6% أما عدد الإناث فقد بلغ

78 أنثى بنسبة 68.4% والمجموع الكلي 114 بنسبة 100% وهو مجتمع بحث الدراسة.

جدول رقم 02: يمثل توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
%0.9	1	أقل من 20
%74.6	85	20-25
%21.9	25	25-30
%2.6	3	أكثر من 30
%100	114	المجموع

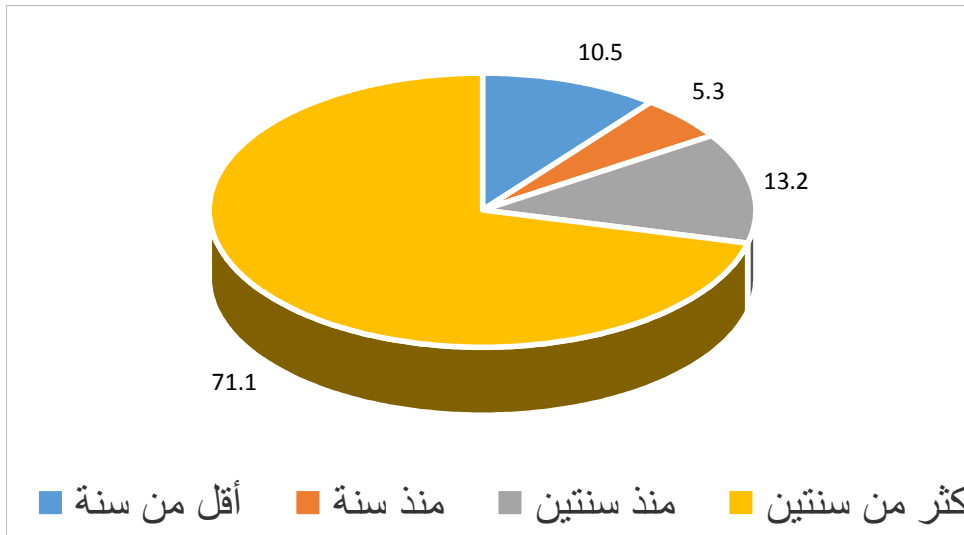


الشكل رقم 02: يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن عينة الدراسة إنقسمت على مراحل عمرية أربعة فأقل من 20 سنة كان تكرارهم 1 بنسبة 0.9% أما من 20-25 فكان التكرار 85 بنسبة 74.6% وكانت هي أكبر فئة عمرية من مجتمع البحث أما من 25-30 فكان تكرارهم 25 بنسبة 21.9% ثم تليها مرحلة أكثر من 30 سنة بـ 3 تكرارات ونسبة 2.6% ليكون المجموع 114 عينة بنسبة 100% ، وهذه نتيجة متوقعة إذ العينة المعتمدة في الدراسة تكون أعمارهم محصورة في هذه الفئة

الجدول رقم 03: يمثل مدة استخدام الفيس بوك

النسبة	التكرار	مدة استخدام الفيس بوك
10.5%	12	أقل من سنة
5.3%	6	منذ سنة
13.2%	15	منذ سنتين
71.1%	81	أكثر من سنتين
100%	114	المجموع

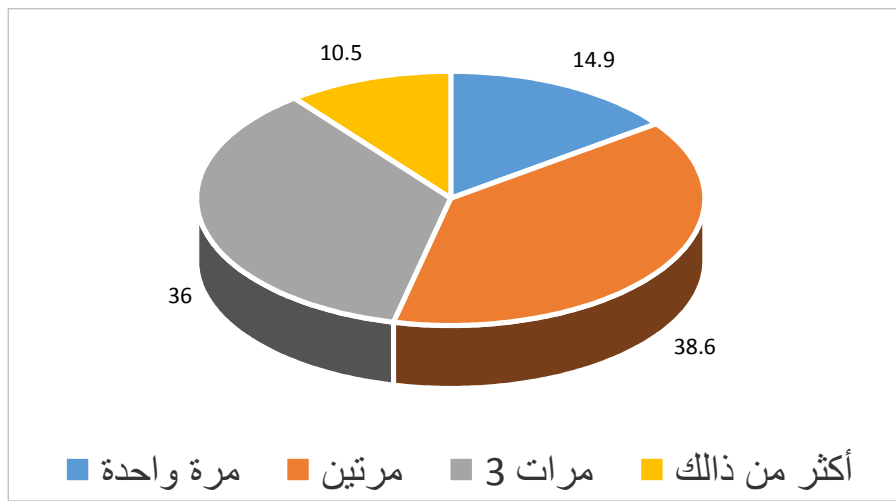


الشكل رقم 03: يوضح مدة استخدام الفيس بوك

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أفراد العينة يختلفون في مدة استخدام الفيس بوك فنجد 12 منهم يستخدمون الفيس بوك منذ أقل من سنة بنسبة 10.5% أما من يستخدمونه منذ سنة فكان تكرارهم 6 أفراد بنسبة 5.3% و15 فرد بنسبة 13.2% لمن يستخدمونه منذ سنتين وأخيراً أكثر من سنتين وهي أكبر مدة بتكرار 81 ونسبة 71.1%، وهذا راجع إلى التأثير الشديد بالفيس بوك كون هذه التكنولوجيا تفرض الميولات الفردية نحوها .

الجدول رقم 04: يمثل عدد مرات تصفح الحساب يوميا

عدد مرات تصفح الحساب يوميا	التكرار	النسبة
مرة واحدة	17	14.9%
مرتين	44	38.6%
3 مرات	41	36.0%
أكثر من ذلك	12	10.5%
المجموع	114	100%



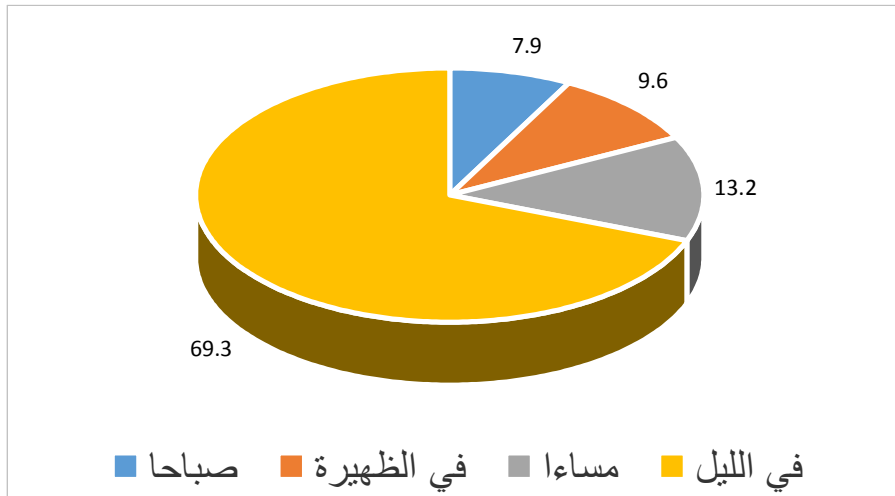
الشكل رقم 04: يوضح عدد مرات تصفح الحساب يوميا

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن 17 من أفراد العينة يتصفحون حسابهم مرة واحدة يوميا بنسبة 14.9% أما من يتصفحون حسابهم مرتين يوميا فقدروا بـ 44 فرد بنسبة 38.6% وقد كانت أعلى نسبة، أما 4 أفراد من العينة بنسبة 36.0% يتصفحون حسابهم 3 مرات يوميا، ومن يتصفحون حسابهم أكثر من ثلاث مرات فعددهم 12 فرد بنسبة 10.5%.

تأتي هذه النتائج لتبين أن العديد من مستخدمي الفيس بوك اليوم مدمنون على الموقع، فمن بين مؤشرات الإدمان عليه كلما استخدم الشخص الموقع أكثر كلما أحس بالرضا، المدمن يكون مهووسا بما يكتب على الجدار وبقراءة التعليقات ومتابعتها.

#### الجدول رقم 05: يمثل فترات تصفح حساب الفيس بوك

النسبة	التكرار	فترات تصفح حساب الفيس بوك
7.9%	9	صباحا
9.6%	11	في الظهيرة
13.2%	15	مساء
69.3%	79	في الليل
100%	114	المجموع



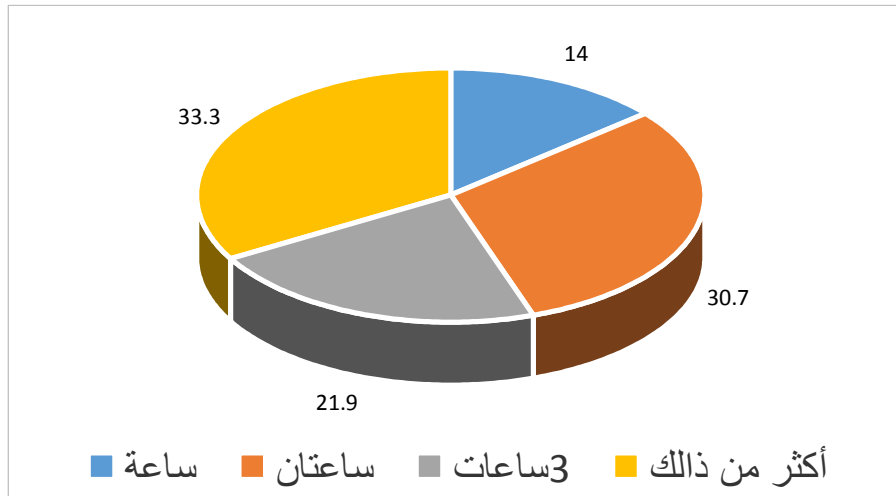
#### الشكل رقم 05: يوضح فترات تصفح حساب الفيس بوك

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الفترة الصباحية هي اقل فترات التصفح بـ 9 تكرارات ونسبة 7.9% أما فترة الظهيرة فكان عدد الأفراد 11 بنسبة 9.6% و15 فردا بنسبة 13.2 هم من يتصفحون حسابهم في الفترة المسائية أما الفترة التي حازت على أعلى النسب هي الفترة الليلية بـ 79 تكرار و 69.3%.

يبدو أن هذا الترتيب منطقي حيث أن الفترة الليلية والمسائية هي الأوقات التي يتفرغ فيها أغلبية الطلبة، ونجد بأن عدد قليل من المستخدمين يفضلون الإبحار في الموقع صباحاً وقد يكون ذلك الوقت المناسب بالنسبة لمن يدخلون للموقع من أماكن العمل مثلاً أو باعتبارها وقت الفراغ بالنسبة للبعض

#### الجدول رقم 06: يمثل الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في تصفح حسابهم على الفيس بوك

النسبة	التكرار	الوقت المقضي في التصفح
14.0%	16	ساعة
30.7%	35	ساعتان
21.9%	25	3 ساعات
33.3%	38	أكثر من ذلك
100%	114	المجموع



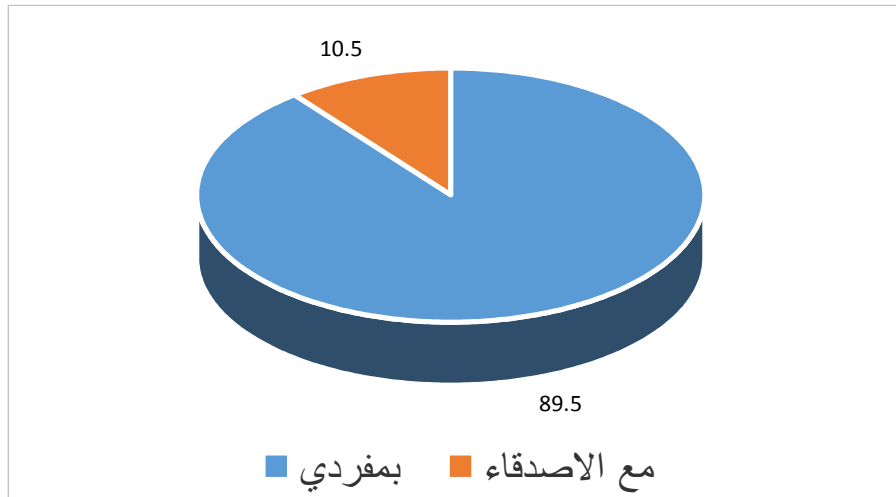
#### الشكل رقم 06: يوضح الوقت الذي يقضيه أفراد العينة في تصفح حسابهم على الفيس بوك

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن 16 من أفراد العينة يقضون ساعة واحدة في تصفح حسابهم بنسبة 14.0% أما 35 فرد بنسبة 30.7% يقضون ساعتين في تصفح حسابهم أما مدة ثلاث ساعات فكان تكرارها 25 فرد بنسبة 21.9% لتكون أكثر من ثلاث ساعات هي أطول وقت يقضيه الأفراد في التصفح بتكرار 38

ونسبة 33.3% ويمكن تفسير ذلك بأن المتعة التي يشعر بها مستخدمو الفيس بوك وقت استخدامهم للموقع ومشاركة أصدقائهم الآراء يجعلهم لا يعيرون أهمية للوقت الذي يستغرقونه في تصفح الموقع .

#### الجدول رقم 07/ يمثل برفقة من يتم تصفح حساب الفيس بوك

النسبة	التكرار	برفقة من يتم التصفح
89.5%	102	بمفرد
10.5%	12	مع الأصدقاء
100%	114	المجموع

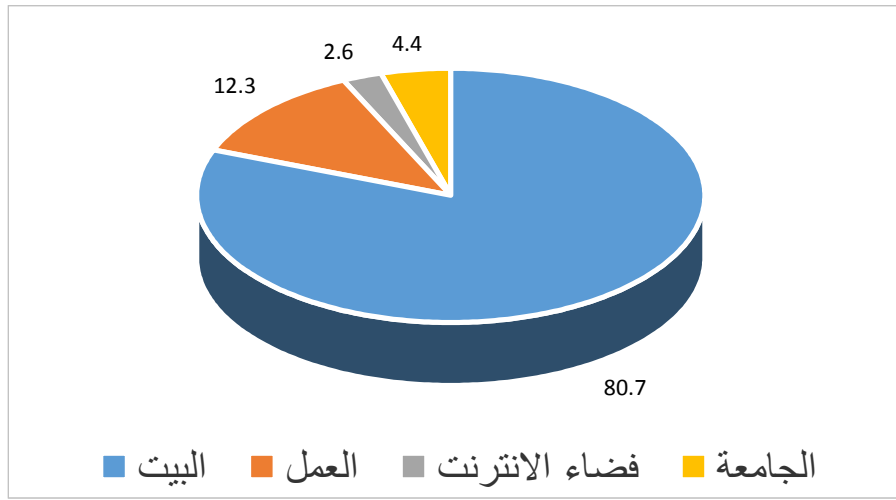


#### الشكل رقم 07: يمثل برفقة من يتم تصفح حساب الفيس بوك

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة اختاروا تصفح الحساب بمفردهم بتكرار 102 ونسبة 89.5% وقد كانت أعلى ممن يتصفحون حسابهم مع الأصدقاء الذي كان تكرارها 12 بنسبة 10.5%، إذ أن من يتصفحون حسابهم بمفردهم يميلون إلى الخصوصية أكثر أثناء التصفح عكس الذين يتصفحون مع أصدقائهم وهذا راجع الاهتمامات المشتركة بينهم

الجدول رقم 08: يمثل مكان تصفح حساب الفيس بوك

النسبة	التكرار	مكان التصفح
%80.7	92	البيت
%12.3	14	العمل
%2.6	3	فضاء الانترنت
%4.4	5	الجامعة
%100	114	المجموع

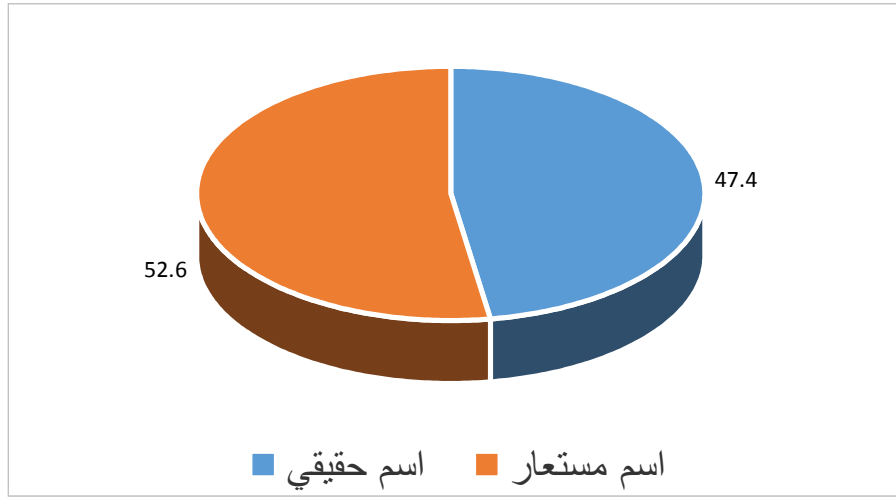


الشكل رقم 08: يمثل مكان تصفح حساب الفيس بوك

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن من يتصفحون حسابهم في البيت هم في المرتبة الأولى بتكرار 92 فرد ونسبة %80.7 ليلها مكان العمل بتكرار 14 ونسبة %12.3 أما فضاء الانترنت فكان في المرتبة الأخيرة بتكرار 3 أفراد ونسبة %2.6 أما من يتصفحون حسابهم في الجامعة فكانوا 5 أفراد بنسبة %4.4، إن تصفح الأفراد للفيس بوك في البيت راجع إلى أن هذا الأخير يوفر نوع من الهدوء والراحة والخصوصية للمتصفح .

الجدول رقم 09: يمثل الاسم المستخدم من طرف أفراد العينة على حسابهم

النسبة	التكرار	الاسم المستخدم على الحساب
47.4%	54	اسم حقيقي
52.6%	60	اسم مستعار
100%	114	المجموع

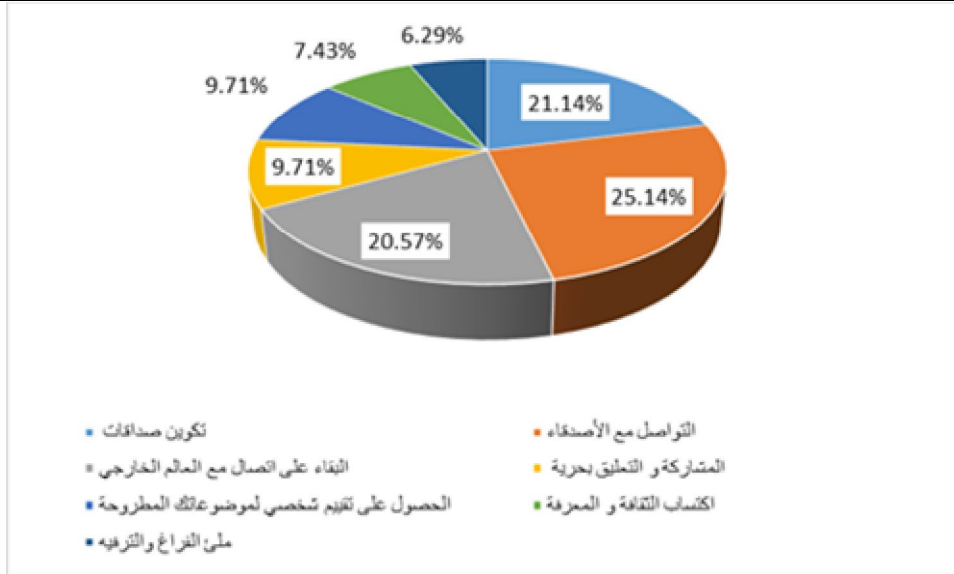


الشكل رقم 09: يمثل الاسم المستخدم من طرف أفراد العينة على حسابهم

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن من يستخدمون الاسم الحقيقي على الفيس بوك قدروا بـ 54 فرد بنسبة 47.4% أما 60 فرد بنسبة 52.6% هم من يستخدمون الاسم المستعار على حساب الفيس بوك وهي أعلى نسبة مقارنة بمن يستخدمون الاسم الحقيقي ، من يستخدمون الاسم الحقيقي هدفهم الأول هو التواصل مع الأصدقاء وأيضا حتى يجدهم معارفهم بسهولة ويحضوا بثقة المتفاعلين معهم أما من يستخدمون الاسم المستعار فذلك خوفا من يتعرف عليهم الآخرون ولتقمص شخصية غير شخصيتهم .

## الجدول رقم 10: يمثل الهدف من وراء استخدام الفيس بوك

النسبة	التكرار	الهدف من وراء استخدام الفيس بوك
21.14%	37	تكوين صداقات
25.14%	44	التواصل مع الأصدقاء
20.57%	36	البقاء على اتصال مع العالم الخارجي
9.71%	17	المشاركة و التعليق بحرية
9.71%	17	الحصول على تقييم شخصي لموضوعاتك المطروحة
7.43%	13	اكتساب الثقافة و المعرفة
6.29%	11	ملئ الفراغ والترفيه
100%	175	المجموع



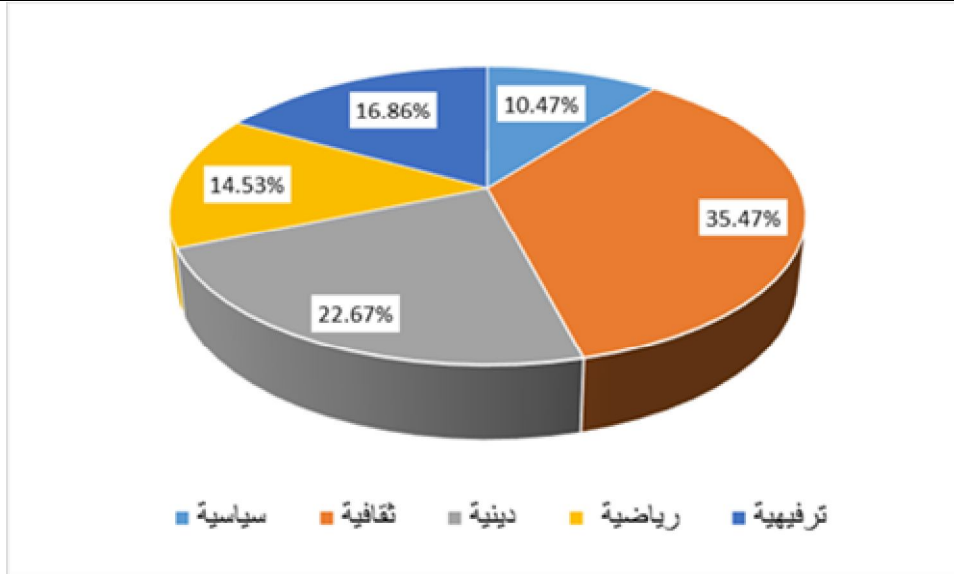
## الشكل رقم 10: يمثل الهدف من وراء استخدام الفيس بوك

يوضح الجدول أن نسبة 21.14% يهدفون إلى تكوين صداقات من وراء استخدامهم للفيس بوك في حين اختار 25.14% هدف التواصل مع الأصدقاء وهي تعد اعلي النسب وهذا يوضح أن أفراد العينة يفضلون البقاء على اتصال مع أصدقائهم القدامى على تكوين صداقات جديدة، في حين أن نسبة 20.57% صوتوا على هدف البقاء على اتصال بالعالم الخارجي وهي النسبة التي تحتل الترتيب الثالث

أما هدف المشاركة والتعليق بحرية والحصول على تقييم شخصي لموضوعاتك المطروحة حصلوا على نفس النسبة التي قدرت بـ 9.71% أما نسبة 7.43% فعادت إلى هدف اكتساب الثقافة والمعرفة أما ملئ الفراغ والترفيه فاحتل المرتبة الأخيرة بنسبة 6.26%. ومن خلال كل ماسبق نلاحظ أن أفراد العينة لديهم وعي كاف بالعلاقات الاجتماعية أكثر من أي أهداف أخرى على موقع الفيس بوك فهو يمثل بالنسبة لهم أداة فعالة في المحافظة على الصداقات القديمة وبناء أخرى جديدة

### الجدول رقم 11/ يمثل الانضمام للمجموعات على الفيس بوك

النسبة	التكرار	يمثل الانضمام للمجموعات على الفيس بوك	نعم
10.47%	18	سياسية	
35.47%	61	ثقافية	
22.67%	39	دينية	
14.53%	25	رياضية	
16.86%	29	ترفيهية	
100%	172	المجموع	

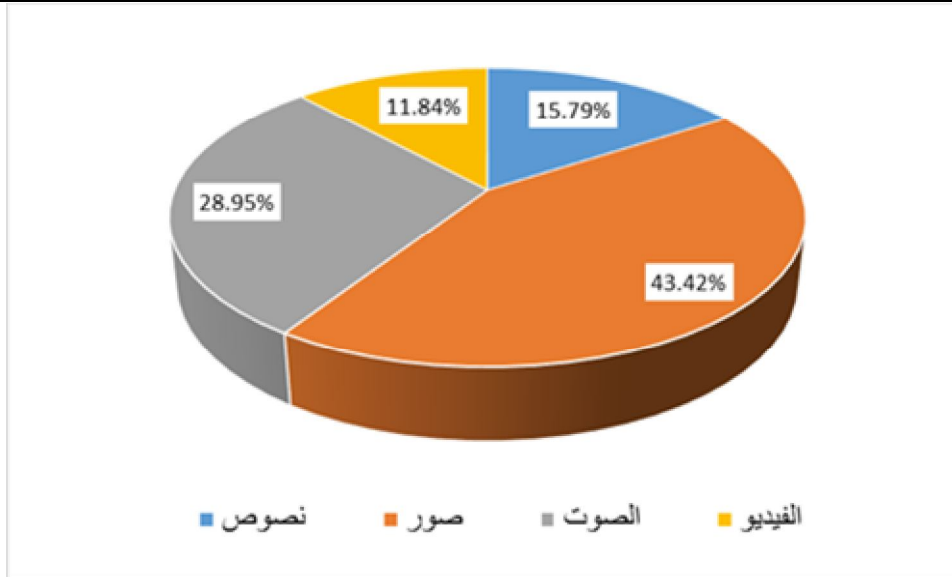


الشكل رقم 11/ يمثل الانضمام للمجموعات على الفيس بوك

اختار جميع أفراد العينة الإجابة بنعم على انضمامهم للمجموعات على الفيس بوك، وقد كانت نسبة المنظمين إلى المجموعات السياسية تقدر بـ 10.47% أما نسبة المنظمين للمجموعات الثقافية فقدرت بـ 35.47% وتعد أعلى نسبة أما المجموعات الدينية فقدرت نسبة المنظمين إليها من أفراد العينة بـ 22.67% وهي تحتل المرتبة الثانية، أما نسبة 14.53% فتعود للمجموعات الرياضية، أما المنظمين للمجموعات الترفيهية فقدرت نسبتهم بـ 16.86%. ومن الملاحظ أن أفراد العينة يفضلون الابتعاد عن السياسة فيتنهون إلى المجموعات الثقافية والدينية والرياضية بكثرة

جدول رقم 12: يمثل طبيعة المواد الدينية التي تنشر بشكل أكبر على موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	طبيعة المواد الدينية التي تنشر على موقع الفيس بوك
15.79%	24	نصوص
43.42%	66	صور
28.95%	44	الصوت
11.84%	18	الفيديو
100%	152	المجموع

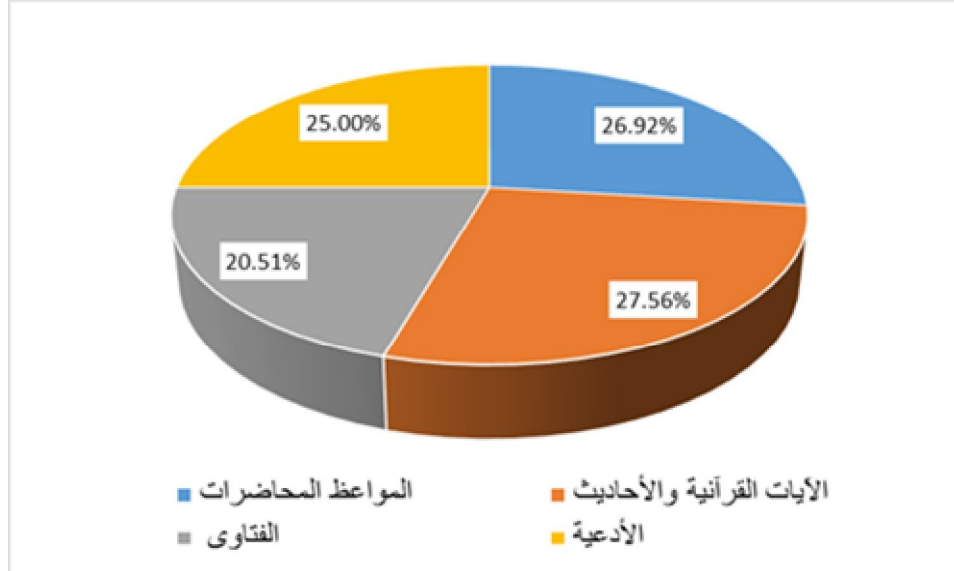


الشكل رقم 12: يمثل طبيعة المواد الدينية التي تنشر بشكل أكبر على موقع الفيس بوك

يوضح لنا هذا الجدول أن نسبة 15.79% من مجتمع البحث يفضلون نشر النصوص في صفحاتهم على موقع الفيس بوك أما من يفضلون نشر الصور فقدرت نسبتهم بـ 43.42% وتعد أعلى النسب كما هو موضح في الجدول أما نسبة 28.95% فضلوا الصوت على المواد الأخرى في حين احتل الفيديو المرتبة الأخيرة بنسبة 11.84%، وهنا أفراد العينة يفضلون نشر الصور بصفة كبيرة لأن الصور معبرة أكثر من غيرها كما أنها مفهومة وبسيطة وغير معقدة .

الجدول رقم 13: يمثل أكثر المواضيع التي تجذب الانتباه في الصفحات الدينية

النسبة	التكرار	أكثر المواضيع التي تجذب الانتباه في الصفحات الدينية
26.92%	42	المواعظ المحاضرات
27.56%	43	الآيات القرآنية والأحاديث
20.51%	32	الفتاوى
25%	39	الأدعية
100%	156	المجموع

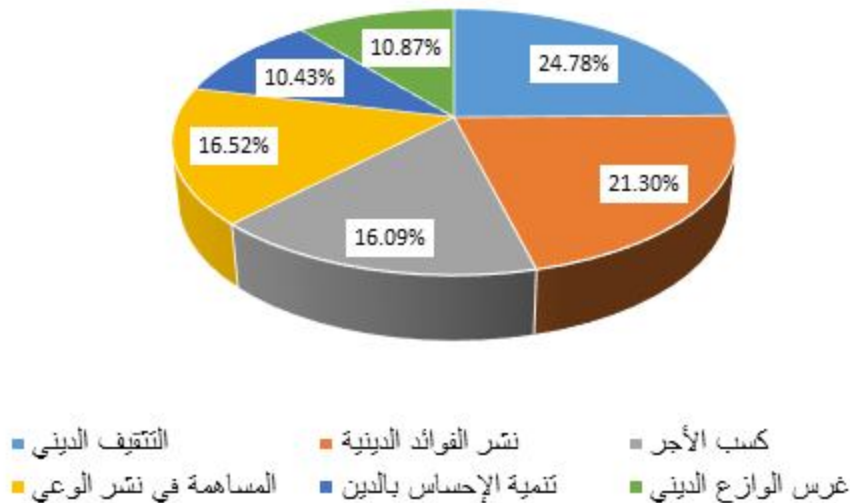


الشكل رقم 13: يمثل أكثر المواضيع التي تجذب الانتباه في الصفحات الدينية

يوضح لنا الجدول أن نسبة 26.92% من مجتمع البحث تجذبهم المواعظ والمحاضرات في حين اختار 27.56% الآيات القرآنية والأحاديث، أما الفتاوى فحازت على نسبة 20.51% ليتم اختيار الأدعية بنسبة 25.00% ويعود هذا الاختلاف لميولات الأفراد الدينية فمنهم من يفضل المواعظ ومنهم من يفضل الأدعية، وهكذا تعتبر الآيات القرآنية والأحاديث هي الدين في حد ذاته لذلك نجد أنها تجذب أفراد العينة بصفة كبيرة،

الجدول رقم 14: يمثل دوافع نشر أو تلقي مواد دينية على موقع الفيس بوك

النسبة	التكرار	دوافع نشر أو تلقي مواد دينية
24.78%	57	التثقيف الديني
21.30%	49	نشر الفوائد الدينية
16.09%	37	كسب الأجر
16.52%	38	المساهمة في نشر الوعي
10.43%	24	تنمية الإحساس بالدين
10.87%	25	غرس الوازع الديني
100%	230	المجموع

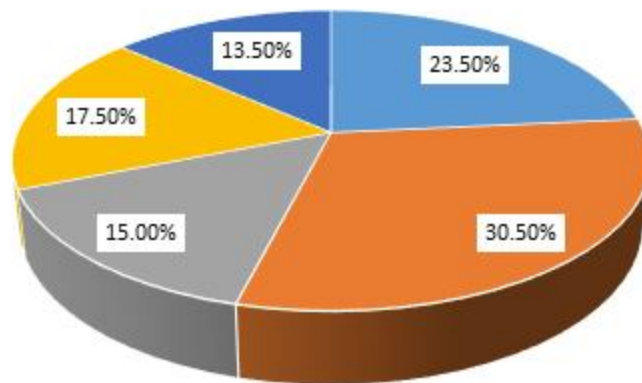


الشكل رقم 14: يمثل دوافع نشر أو تلقي مواد دينية على موقع الفيس بوك

توضح لنا نتائج الجدول أن نسبة 24.78% من مجتمع البحث فضلوا التثقيف الديني أما 21.30% فقد اختاروا نشر الفوائد الدينية في حين أن كسب الأجر حاز على نسبة 16.09% لتمثل نسبة 16.52% المساهمة في نشر الوعي أما دافع تنمية الإحساس بالدين فحاز على نسبة 10.43%، لتعود نسبة 10.87% إلى دافع غرس الوازع الديني ، يعد التثقيف الديني الدافع الأكبر الذي يؤدي بأفراد العينة إلى نشر أو تلقي مواد دينية وهذا عائد إلى حب الاطلاع ومعرفة المزيد في أمور الدين

الجدول رقم 15: يمثل طرق التفاعل مع المنشورات الدينية على صفحة المستخدم

النسبة	التكرار	طرق التفاعل مع المنشورات الدينية
23.50%	47	الإعجاب
30.50%	61	التعليق
15%	30	الاحتفاظ بالمنشور
17.50%	35	مشاركة المنشور
13.50%	27	الإشارة للأصدقاء
100%	200	المجموع



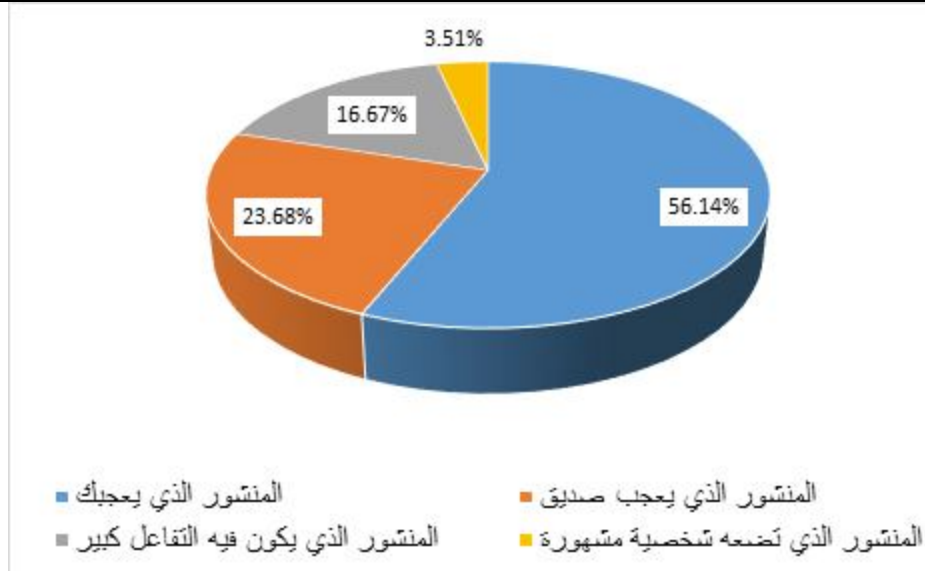
■ الإشارة للأصدقاء ■ مشاركة المنشور ■ الاحتفاظ بالمنشور ■ التعليق ■ الإعجاب

الشكل رقم 15: يمثل طرق التفاعل مع المنشورات الدينية على صفحة المستخدم

توضح نتائج الجدول أن نسبة 23.50% من مجتمع البحث يتفاعلون بالإعجاب على المنشورات الدينية وتعد أعلى النسب كما هو موضح في الجدول في حين أن 30.50% منهم يفضلون التعليق أما الاحتفاظ بالمنشور فقد حاز على نسبة 15.00% لتمثل نسبة 17.50% مشاركة المنشور، لتحتل الإشارة إلى الأصدقاء المرتبة الأخيرة بنسبة 13.50%، يعد التعليق من الطرق الأولية في التفاعل مع المنشورات الدينية وهذا يدل على أن أفراد العينة يحبون التعبير عن آرائهم والمناقشة في المواضيع الدينية بكل حرية .

الجدول رقم 16: يمثل محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية

النسبة	التكرار	محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية
56.14%	64	المنشور الذي يعجبك
23.68%	27	المنشور الذي يعجب صديق
16.67%	19	المنشور الذي يكون فيه التفاعل كبير
3.51%	4	المنشور الذي تضعه شخصية مشهورة
100%	114	المجموع

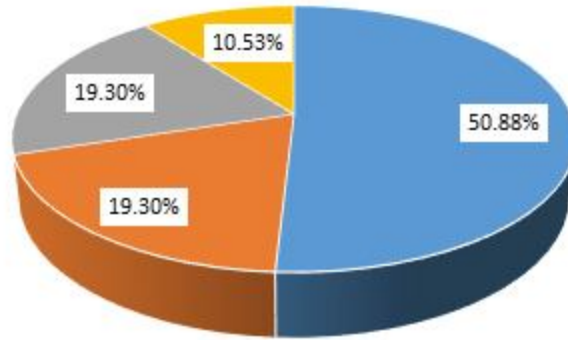


الشكل رقم 16: يمثل محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن 56.14% اختاروا المنشور الذي يعجبهم وهي أعلى النسب، أما 23.68% فتمثل المنشور الذي يعجب الصديق في حين أن 16.67% اختاروا المنشور الذي يكون فيه التفاعل كبير أما 3.51% فهي النسبة التي تمثل المنشور الذي تضعه شخصية مشهورة، إن أفراد العينة يتفاعلون مع المنشورات التي تعجبهم بالدرجة الأولى وهذا يدل على حرية الفرد واستقلالته في الاختيار وقوة شخصيته، دون التأثير بأي من المنشورات الأخرى .

الجدول رقم 17: يمثل المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة

النسبة	التكرار	المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة
50.88%	58	الذي يكون مختصرا
19.30%	22	الذي يحتوي صور وتعليق
19.30%	22	الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة
10.53%	12	الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية
100%	114	المجموع



- الذي يكون مختصرا
- الذي يحتوي صور وتعليق
- الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة
- الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية

الشكل رقم 17: يمثل المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة

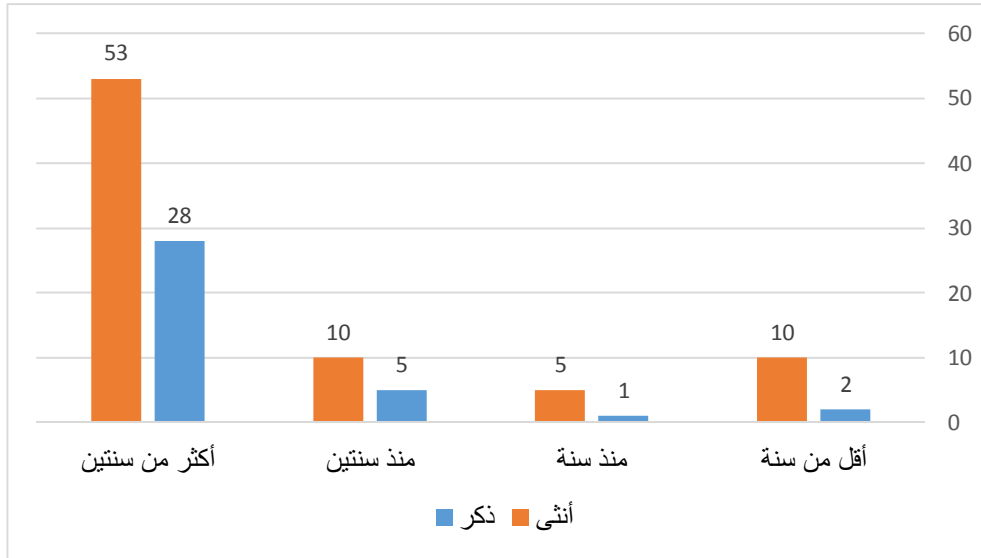
تشير نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة بنسبة 50.88% اختاروا المنشور الديني الذي يكون مختصراً في حين أن 19.30% تمثل نسبة المنشور الذي يحتوي صوراً وتعليق وهي نسبة تتوافق مع المنشور الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة أما 10.53% منهم اختاروا المنشور الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية، إن أفراد العينة يفضلون المنشور الذي يكون مختصراً لأنه أكثر دلالة ويسهل على أي كان فهمه .

### 1/ تفرغ البيانات حسب متغير الجنس :

- إجابات الباحثين بخصوص مدة استخدام موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

### جدول رقم 18: يبين مدة استخدام موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		منذ متى تستخدم الفيس بوك	
	أنثى	ذكر		
12	10	2	ت	أقل من سنة
10.53%	8.77%	1.75%	%	
6	5	1	ت	منذ سنة
5.26%	4.39%	0.88%	%	
15	10	5	ت	منذ سنتين
13.16%	8.77%	4.39%	%	
81	53	28	ت	أكثر من سنتين
71.05%	46.49%	24.56%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100.00%	68.42%	31.58%	%	



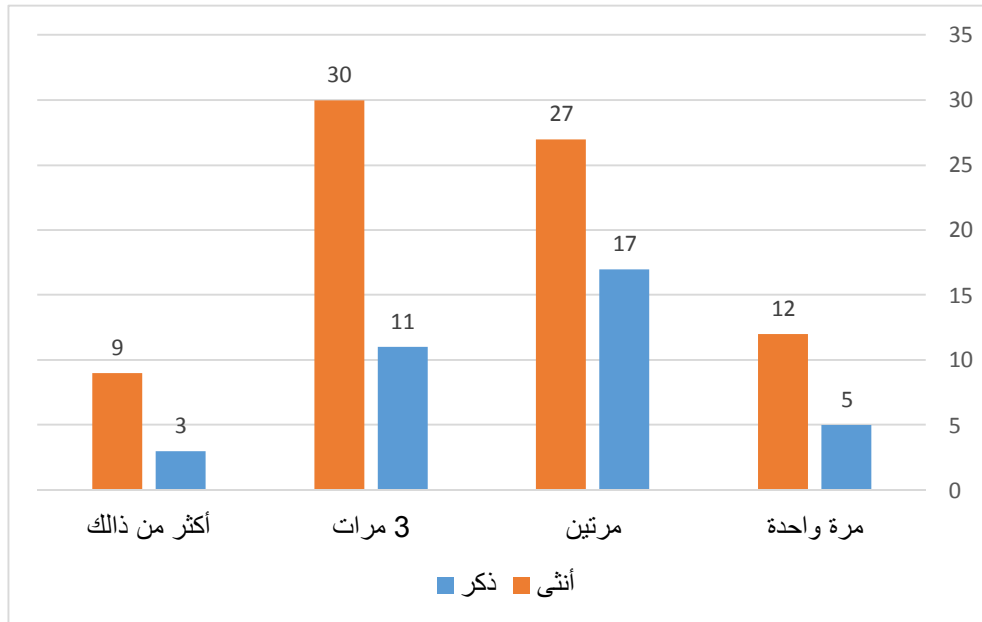
شكل رقم 18: يبين مدة استخدام موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

من خلال الجدول رقم 18 تبين النتائج أن 10.53% منهم 8.77% إناث أما الذكور فقد قدرت نسبتهم بـ 1.75% يستخدمون الفيس بوك لأقل من سنة، بينما كانت نسبة 5.26% من أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك منذ سنة وقد كانت أقل النسب الموضحة في الجدول مقارنة بالنسب الأخرى فكانت نسبة الإناث 4.39% أما نسبة الذكور فقد قدرت بـ 0.88%، لتأتي نسبة 13.16% وهي نسبة الأفراد الذين يستخدمون موقع الفيس بوك لمدة سنتين وكانت نسبة الإناث فيها 8.77% أما الذكور فكانت 4.39% بينما من يستخدمون موقع الفيس بوك لأكثر من سنتين فوصلت نسبتهم إلى 71.05% وقد كانت أكثر النسب كما هو موضح في النتائج على الجدول وقد قدرت نسبة الإناث هنا بـ 46.46% والذكور بـ 24.56% ومن الملاحظ هنا أن نسبة الإناث أكبر من الذكور وهذا راجع إلى أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور في عينة البحث وبينت النتائج أن معظم الباحثين يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من سنتين وهذا يدل على انفتاح الطلبة على التكنولوجيا والميل إلى استخدامها.

إجابات المبحوثين حول أوقات تصفح الحساب يوميا حسب متغير الجنس.

جدول رقم 19: يبين أوقات تصفح الحساب يوميا حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		تصفح حسابك يوميا	
	أنثى	ذكر		
17	12	5	ت	مرة واحدة
14.91%	10.53%	4.39%	%	
44	27	17	ت	مرتين
38.60%	23.68%	14.91%	%	
41	30	11	ت	3 مرات
35.96%	26.32%	9.65%	%	
12	9	3	ت	أكثر من ذلك
10.53%	7.89%	2.63%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



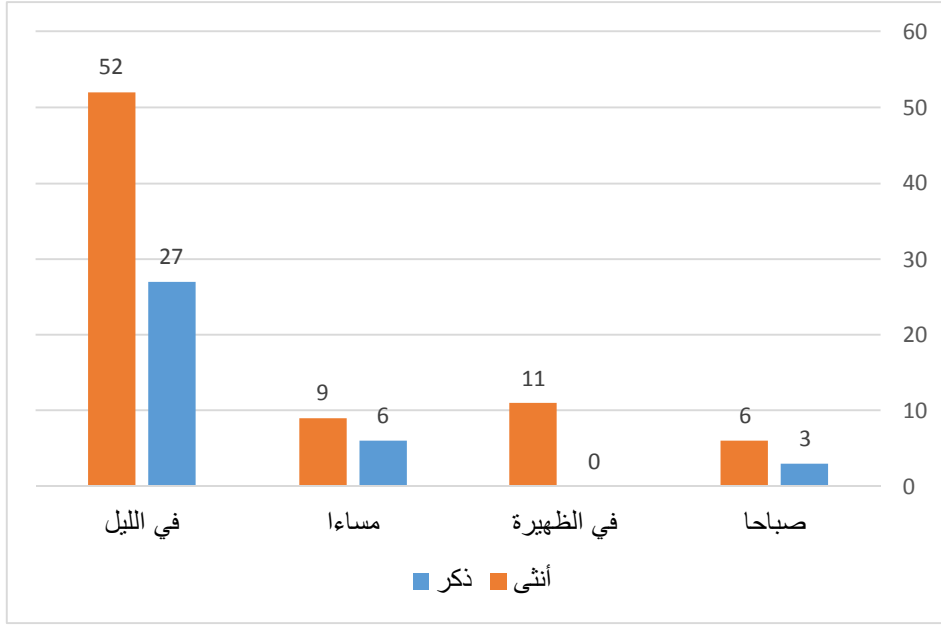
الشكل رقم 19: يبين أوقات تصفح الحساب يوميا حسب متغير الجنس

من خلال ما هو موضح في الجدول (19) يتبين أن نسبة 14.91% من أفراد العينة يتصفحون حسابهم مرة واحدة يوميا منهم 10.53% إناث و 4.39% ذكور، بينما 38.60% من أفراد العينة يقومون بذلك مرتين يوميا منهم 23.68% إناث و 14.91% ذكور وقد كانت أعلى النسب الموضحة في الجدول ومنهم من يقومون بذلك 3 مرات يوميا وتصل نسبتهم إلى 35.69% منهم 26.32% إناث و 9.65% ذكور، لتكون نسبة 10.53% هي اقل نسبة ممن يستخدمون الفيس بوك لأكثر من 3 مرات في اليوم منهم 7.89% إناث و 2.63% ذكور يتم تصفح حساب الفيس بوك من طرف الطلبة أكثر من ثلاث مرات يوميا وهذا يدل على استحواذ الفيس بوك على معظم أوقات الطلبة وهنا تمثل النسبة الأكبر الإناث وهذا راجع إلى أنها الفئة الأقل انشغالا من الذكور

إجابات المبحوثين حول فترات تصفح حساب الفيس بوك حسب متغير الجنس

جدول رقم 20: يبين فترات تصفح الحساب حول متغير الجنس

المجموع	الجنس		الفترات المفضلة لديك في تصفح الحساب	
	أنثى	ذكر		
9	6	3	ت	صباحا
7.89%	5.26%	2.63%	%	
11	11	0	ت	في الظهيرة
9.65%	9.65%	0%	%	
15	9	6	ت	مساء
13.16%	7.89%	5.26%	%	
79	52	27	ت	في الليل
69.30%	45.61%	23.68%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



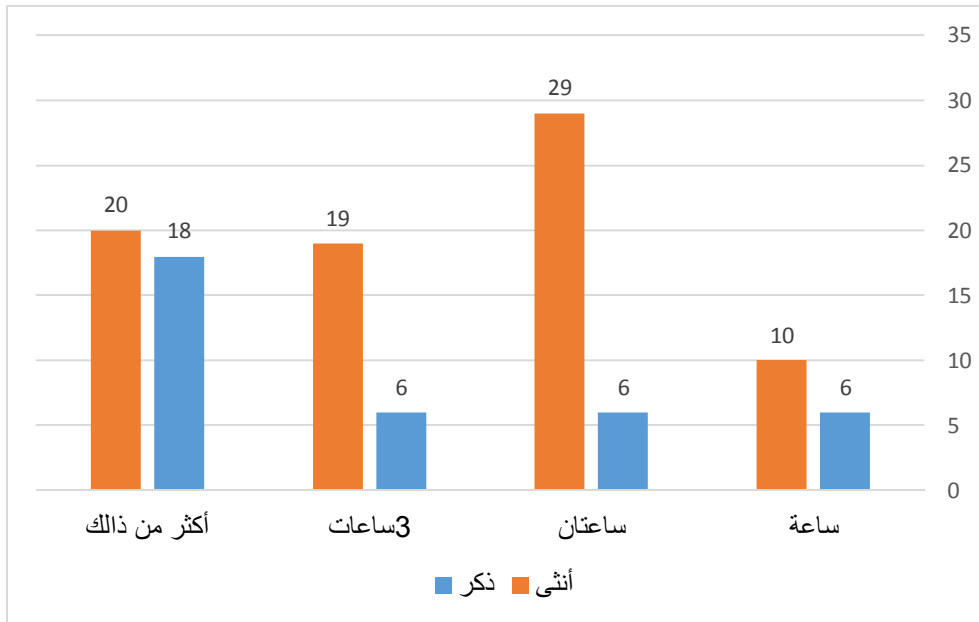
شكل رقم 20: يبين فترات تصفح الحساب حول متغير الجنس

يتضح من خلال الجدول أن 7.89% من أفراد العينة يتصفحون حسابهم في الفترة الصباحية منهم 5.26% إناث و 2.63% ذكور أما 9.65% منهم يتصفحون حسابهم في وقت الظهيرة من بينهم 9.65% إناث و 0.00% ذكور أما 13.16% من أفراد العينة فيتصفحون موقع الفيس بوك في الفترة المسائية منهم 7.89% إناث و 5.26% ذكور أما أعلى نسبة للتصفح فكانت في الليل بنسبة 69.30% منهم 45.61% إناث و 23.68% ذكور / تكون أعلى النسب في الليل وهذا راجع إلى عدم الالتزام بأي أعمال وأن هذه الفترة هي فترة الفراغ الوحيدة بالنسبة للطلاب مقارنة بالفترات الأخرى التي تعتبر فترات دراسية.

إجابات المبحوثين حول الوقت المقتضي في تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

جدول رقم 21: يبين الوقت الذي يقضيه المستخدم في التصفح حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		الوقت الذي تقضيه في التصفح	
	أنثى	ذكر		
16	10	6	ت	ساعة
14.04%	8.77%	5.26%	%	
35	29	6	ت	ساعتان
30.70%	25.44%	5.26%	%	
25	19	6	ت	3 ساعات
21.93%	16.67%	5.26%	%	
38	20	18	ت	أكثر من ذلك
33.33%	17.54%	15.79%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



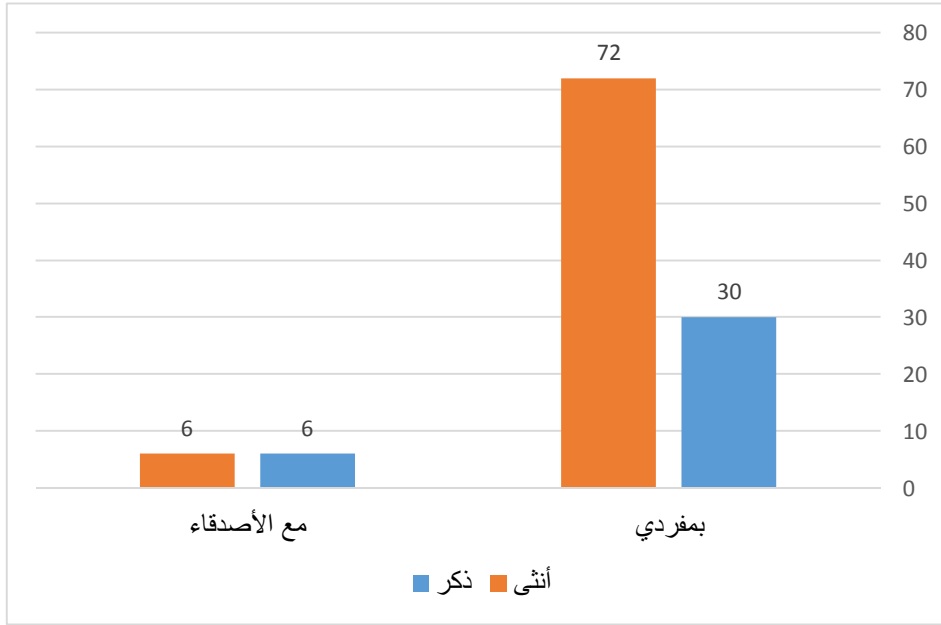
شكل رقم 21: يبين الوقت الذي يقضيه المستخدم في التصفح حسب متغير الجنس

أثبتت النتائج أن 14.04% يستخدمون الفيس بوك لمدة زمنية تقدر بساعة فكانت نسبة الإناث فيها تقدر بـ 8.77% و 5.26% ذكور بينما كانت نسبة 30.70% من أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك لمدة ساعتين يومياً فكانت نسبة الإناث فيها 25.44% و 5.26% ذكور لتأتي نسبة 21.93% يتصفحون موقع الفيس بوك لمدة 3 ساعات منهم 16.67% إناث و 5.26% ذكور، بينما وصلت نسبة أفراد العينة الذين يستخدمون أو يتصفحون موقع الفيس بوك لأكثر من 3 ساعات إلى 33.33% منهم 17.54% إناث و 15.79% ذكور وقد كانت أعلى النسب الموضحة في الجدول ويتضح من خلال نتائج هذا الجدول أن أعلى النسب كانت في اقتراح الأكثر من 3 ساعات وهذا يدل على أن الفيس بوك أصبح من المتطلبات المهمة للطلبة فيستحوز على جل أوقاتهم

إجابات المبحوثين حول برفقة من يتم تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

جدول رقم 22: يبين برفقة من يتم تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		مع من تتصفح الحساب	
	أنثى	ذكر	ت	%
102	72	30	ت	بمفردي
89.47%	63.16%	26.32%	%	
12	6	6	ت	مع الأصدقاء
10.53%	5.26%	5.26%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



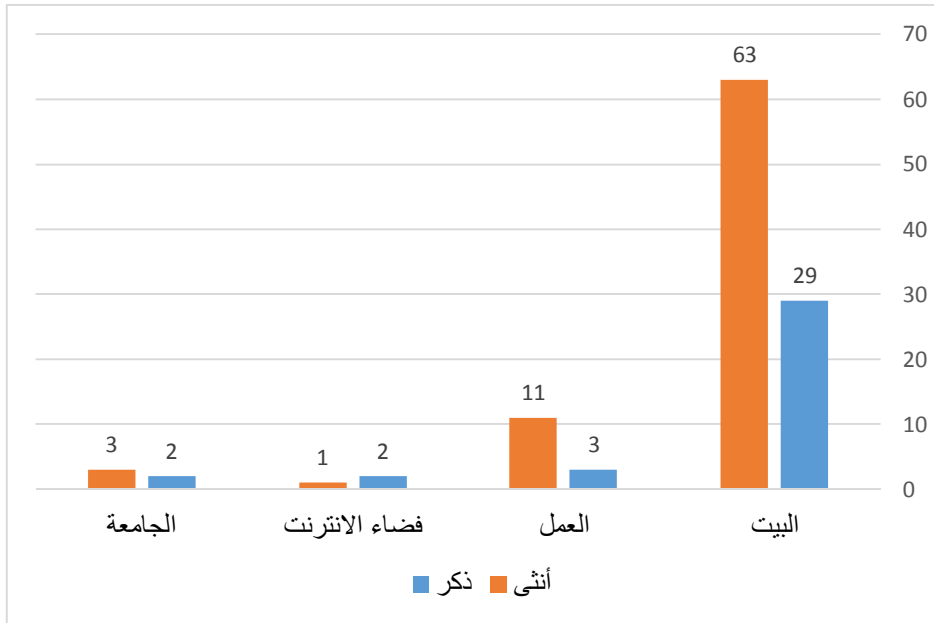
شكل رقم 22: يبين برفقة من يتم تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

أظهرت نتائج الجدول (5) أن 89.47% من أفراد العينة يتصفحون حسابهم بمفردهم في حين أجاب 10.53% منهم أنهم يتصفحون حسابهم مع الأصدقاء ومن خلال الجدول يتضح أن كلا الجنسين أجاب بنفس النسبة 5.26% أنهم يستخدمونها مع الأصدقاء في حين أجاب الذكور بنسبة 26.32% والإناث بنسبة 63.16% يستخدمونها بمفردهم بينت النتائج أن من يتصفحون حسابهم بمفردهم هم النسبة الأعلى من أفراد العينة وقد فاقت نسبة الإناث الذكور ويعود هذا إلى ميول الإناث للسرية أكثر من الذكور وهذا دليل أيضا على حب الحرية والخصوصية في حين أن نسبة قليلة منهم اختارت التصفح مع الأصدقاء وهذا يثبت حبهم للمشاركة في كل شيء.

إجابات المبحوثين حول أماكن تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

جدول رقم 23/ يبين أماكن تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		أين تصفح الحساب	
	أنثى	ذكر		
92	63	29	ت	البيت
80.70%	55.26%	25.44%	%	
14	11	3	ت	العمل
12.28%	9.65%	2.63%	%	
3	1	2	ت	فضاء الانترنت
2.63%	0.88%	1.75%	%	
5	3	2	ت	الجامعة
4.39%	2.63%	1.75%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100.00%	68.42%	31.58%	%	



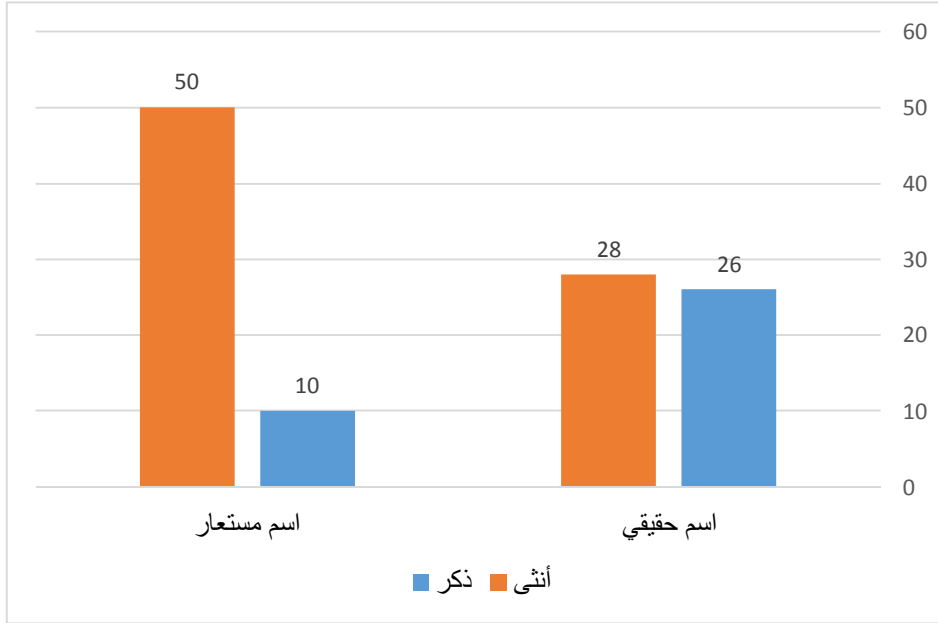
الشكل رقم 23/ يبين أماكن تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

من خلال الجدول (23) يتضح أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يستخدمون الانترنت في البيت وقد بلغت هذه النسبة 80.70% منهم 55.26% و25.44% ذكور لتأتي في المرتبة الثانية نسبة 12.28% منهم 9.65% ونسبة 2.63% ذكور من يستخدمون الفيس بوك في العمل، أما الذين أجابوا أنهم يستخدمون الفيس بوك في مقاهي الانترنت فقد كانت نسبتهم 2.63% أي النسبة الأقل حضوراً بين النسب الأربعة منهم 0.88% إناث و1.75% ذكور أما من يتصفحون حسابهم في الجامعة فقد وصلت نسبتهم إلى 4.39% منهم 2.63% إناث و1.75% ذكور ومن الملاحظ أن أعلى النسب كانت في اقتراح البيت وهذا يدل على أن الربط بالانترنت اليوم لم يعد بنفس الصعوبة في الماضي كما أن الطالب الجامعي يستخدم الفيس بوك في البيت لعدم ارتباطه بأي أمور أخرى فالببيت هو مكان للراحة أين يجد المتصفح وقتاً لتصفح حسابه

إجابات المبحوثين حول استعمال الاسم على موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

جدول رقم 24: يبين استعمال الاسم على الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		هل تدخل للفيس بوك باسمك الحقيقي أم اسم مستعار	
	أنثى	ذكر	ت	%
54	28	26	ت	اسم حقيقي
47.37%	24.56%	22.81%	%	
60	50	10	ت	اسم مستعار
52.63%	43.86%	8.77%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



شكل رقم 24: يبين استعمال الاسم على الفيس بوك حسب متغير الجنس

يتضح من خلال هذا الجدول أن نسبة مستخدمي الاسم الحقيقي على الفيس بوك تصل إلى 47.37% والنسبة متقاربة بين الذكور والإناث فتصل نسبة الذكور إلى 22.81% أما الإناث فتصل إلى 24.56% أما نسبة 52.63% فهي لأفراد العينة الذين يستخدمون الاسم المستعار على حسابهم على موقع الفيس بوك وهي أعلى نسبة ونلاحظ أن عدد الإناث أكبر من الذكور في استخدام الاسم المستعار

بنسبة 43.86% والذكور بنسبة 8.77% معظم أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك تحت اسم مستعار

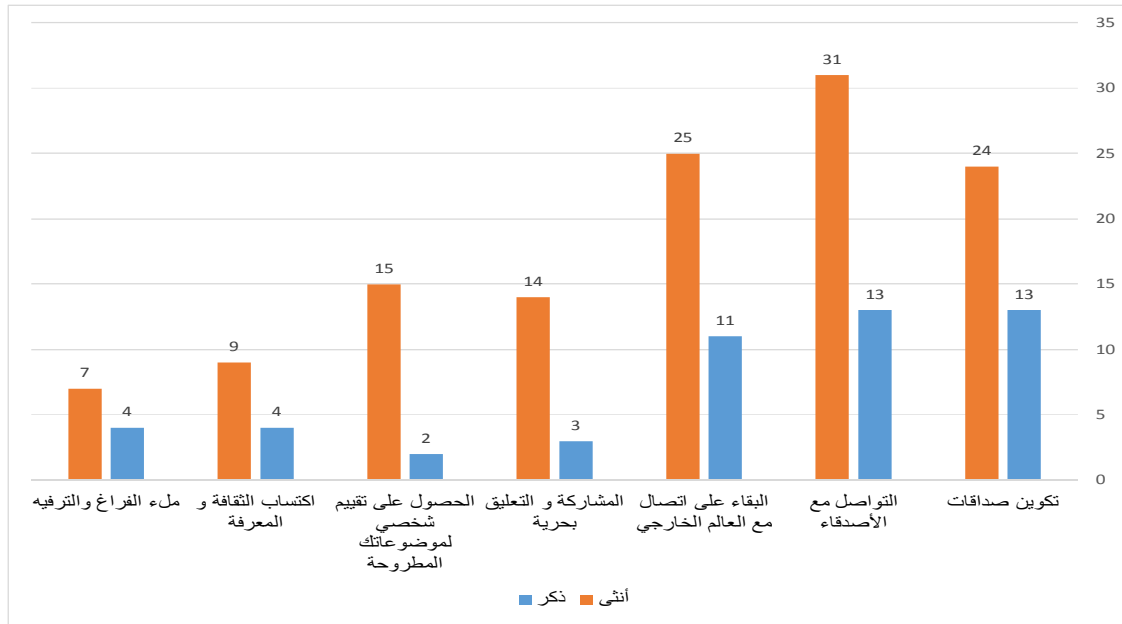
وهذا يدل على حب العزلة والتخفي كما أنها تدل على حب تقمص الشخصيات والخوف من مواجهة الآخرين

أما من يستخدمون الفيس بوك تحت اسمهم الحقيقي فهذا يدل على انفتاحهم الفكري وقوة شخصيتهم

إجابات المبحوثين حول الهدف من وراء استخدام الفيس بوك حسب متغير الجنس

جدول رقم 25: يبين الهدف من وراء استخدام الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		الهدف من وراء استخدام الفيس بوك	
	أنثى	ذكر	ت	%
37	24	13	ت	تكوين صداقات
32.46%	21.05%	11.40%	%	
44	31	13	ت	التواصل مع الأصدقاء
38.60%	27.19%	11.40%	%	
36	25	11	ت	البقاء على اتصال مع العالم الخارجي
31.58%	21.93%	9.65%	%	
17	14	3	ت	المشاركة و التعليق بجرية
14.91%	12.28%	2.63%	%	
17	15	2	ت	الحصول على تقييم شخصي لموضوعاتك المطروحة
14.91%	13.16%	1.75%	%	
13	9	4	ت	اكتساب الثقافة و المعرفة
11.40%	7.89%	3.51%	%	
11	7	4	ت	ملء الفراغ والترفيه
9.65%	6.14%	3.51%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



### الشكل رقم 25: يبين الهدف من وراء استخدام الفيس بوك حسب متغير الجنس

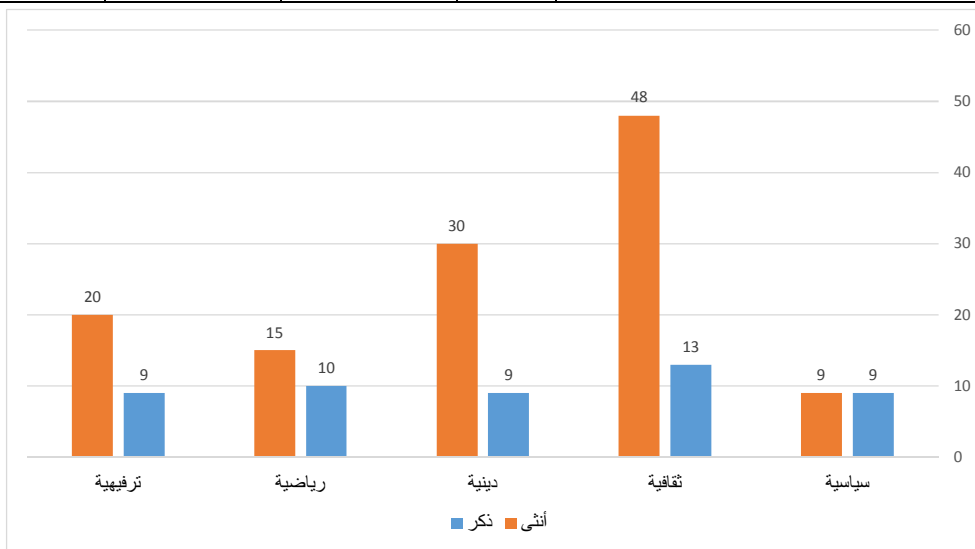
من خلال الجدول أعلاه يتضح أن أفراد العينة اختاروا هدف تكوين الصداقات بنسبة 32.46% الإناث بنسبة 21.05% أما الذكور بنسبة 11.40% أما هدف التواصل مع الأصدقاء فقد اختاره أفراد العينة بنسبة كبيرة تقدر بـ 38.60% الإناث بنسبة 27.19% والذكور بنسبة 11.40% أما نسبة 31.58% فتمثل هدف البقاء على اتصال مع العالم الخارجي الإناث بنسبة 21.93% والذكور بنسبة 9.65% وقد اختار أفراد العينة هدف المشاركة والتعليق بحرية بنسبة 14.91% الإناث بنسبة 12.28% والذكور بنسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 2.63%، أما بالنسبة للحصول على تقييم شخصي لموضوعاتك المطروحة فقد اختير بنسبة 14.91% الإناث بنسبة 13.16% والذكور بـ 1.75% أما هدف اكتساب الثقافة والمعرفة فقد قدرت النسبة بـ 11.40% الإناث بـ 7.89% والذكور بـ 3.51% وأخيرا هدف ملئ الفراغ والترفيه اختير بنسبة 9.65% الإناث بـ 6.14% والذكور بـ 3.51% لقد مثل التواصل مع الأصدقاء الهدف الأساسي لاستخدام الفيس بوك من طرف أفراد العينة وهذا يدل على حب المحافظة على العلاقات الاجتماعية في حين يليها تكوين الصداقات وهذا يدل على رغبة المتصفح في توسيع دائرة معارفه واكتشاف أصدقاء جدد والتعرف على شخصيات

جديدة ليلها البقاء على اتصال مع العالم الخارجي وهنا يتضح أن أفراد العينة لا يفضلون العزلة الاجتماعية بل هم منفتحون عن العالم

إجابات المبحوثين حول الانضمام الى المجموعات على الفيس بوك حسب متغير الجنس

جدول رقم 26: يبين الانضمام إلى مجموعات على موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		هل أنت عضوا في مجموعات معينة على الفيس بوك؟ ماهي طبيعتها	
	أنثى	ذكر	ت	%
18	9	9	ت	سياسية
15.79%	7.89%	7.89%	%	
61	48	13	ت	ثقافية
53.51%	42.11%	11.40%	%	
39	30	9	ت	دينية
34.21%	26.32%	7.89%	%	
25	15	10	ت	رياضية
21.93%	13.16%	8.77%	%	
29	20	9	ت	ترفيهية
25.44%	17.54%	7.89%	%	
114	78	36	ت	.
100.00%	68.42%	31.58%	%	المجموع

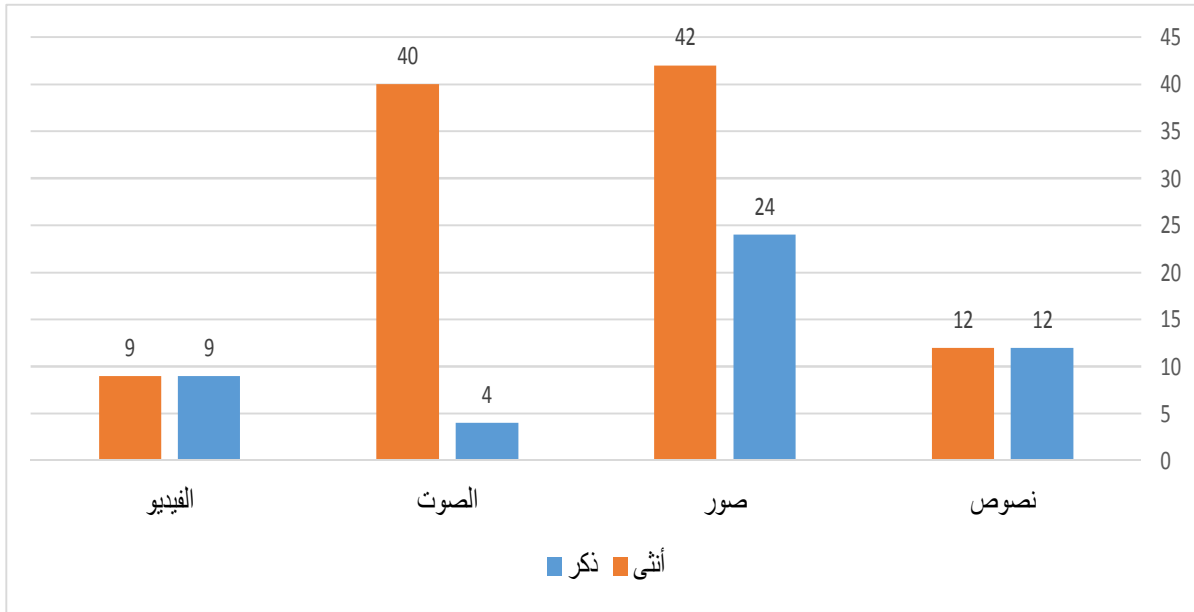


شكل رقم 26: يبين الانضمام إلى مجموعات على موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

يبين الجدول أن أفراد العينة اختاروا المجموعات السياسية بنسبة 15.79% وتعتبر اقل نسبة كما هو موضح في الجدول أعلاه تتوافق فيها نسبة الذكور مع الإناث، أما المجموعات الثقافية فقد اختيرت بنسبة 53.51% وهي أعلى النسب كما هو موضح في الجدول الإناث بنسبة 42.11% والذكور بنسبة 11.40%، أما نسبة 34.21% فقد اختارت المجموعات الدينية الإناث بنسبة 26.32% والذكور بنسبة 7.89%، أما بالنسبة للمجموعات الرياضية فقد اختارها أفراد العينة بنسبة 21.93% الإناث بنسبة 13.16% والذكور بنسبة 8.77%، أما المجموعات الترفيهية فقد قدرت نسبتها بـ 25.44% الإناث بـ 17.54% والذكور بنسبة 7.89% نلاحظ هنا أن أفراد مجتمع البحث يفضلون الانضمام إلى المجموعات الثقافية والدينية والرياضية للهروب من الضغوط الاجتماعية التي يواجهونها في المجتمع في حين أنهم يميلون إلى المجموعات السياسية بنسبة قليلة جدا وهذا يدل على أن الفيس بوك لديهم هو متنفس لهم من الضغوط اليومية في حياتهم

إجابات المبحوثين حول طبيعة المواد الدينية المنشورة بشكل أكبر على موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس  
جدول رقم 27: يبين طبيعة المواد الدينية المنشورة بشكل أكبر على موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		طبيعة المواد الدينية التي تنشرها بشكل أكبر على موقع الفيس بوك	
	أنثى	ذكر	ت	بوك
24	12	12	ت	نصوص
21.05%	10.53%	10.53%	%	
66	42	24	ت	صور
57.89%	36.84%	21.05%	%	
44	40	4	ت	الصوت
38.60%	35.09%	3.51%	%	
18	9	9	ت	الفيديو
15.79%	7.89%	7.89%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100.00%	68.42%	31.58%	%	



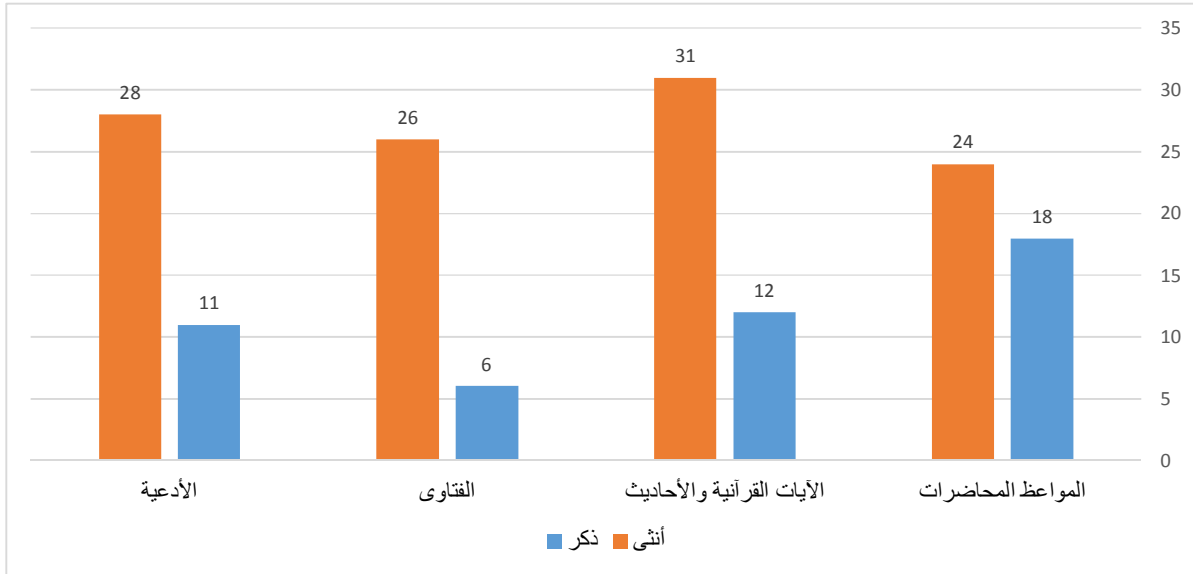
شكل رقم 27: يبين طبيعة المواد الدينية المنشورة بشكل أكبر على موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

من خلال الجدول نلاحظ أن أفراد العينة اختاروا نشر النصوص بنسبة 21.05% تتوافق فيها نسبة الإناث مع الذكور، أما النصوص فقدرت نسبتها بـ 57.89% وتعتبر أعلى نسبة بين المتغيرات الأربعة الإناث بنسبة 36.84% والذكور بنسبة 21.05% أما نسبة 38.60% فتعود إلى الصوت الإناث بنسبة 35.09% والذكور بنسبة 3.51%، أما الفيديو فقد اختير بنسبة 15.79% وتعتبر أقل نسبة تتوافق فيها نسبة الذكور مع الإناث

إجابات المبحوثين حول المواضيع الدينية التي تجذب انتباه المستخدم حسب متغير الجنس

جدول رقم 28: يبين المواضيع الدينية التي تجذب انتباه مستخدم موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		أكثر المواضيع التي تجذب انتباهك في الصفحات الدينية	
	أنثى	ذكر		
42	24	18	ت	المواعظ والمحاضرات
36.84%	21.05%	15.79%	%	
43	31	12	ت	الآيات القرآنية والأحاديث
37.72%	27.19%	10.53%	%	
32	26	6	ت	الفتاوى
28.07%	22.81%	5.26%	%	
39	28	11	ت	الأدعية
34.21%	24.56%	9.65%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



جدول رقم 28: يبين المواضيع الدينية التي تجذب انتباه مستخدم موقع الفيس بوك حسب متغير الجنس

يتضح من خلال الجدول أن المواعظ والمحاضرات اختيرت من طرف العينة بنسبة 36.84% الإناث

بنسبة 21.05% والذكور بنسبة 15.79%، أما الأحاديث والآيات القرآنية فقد اختيرت

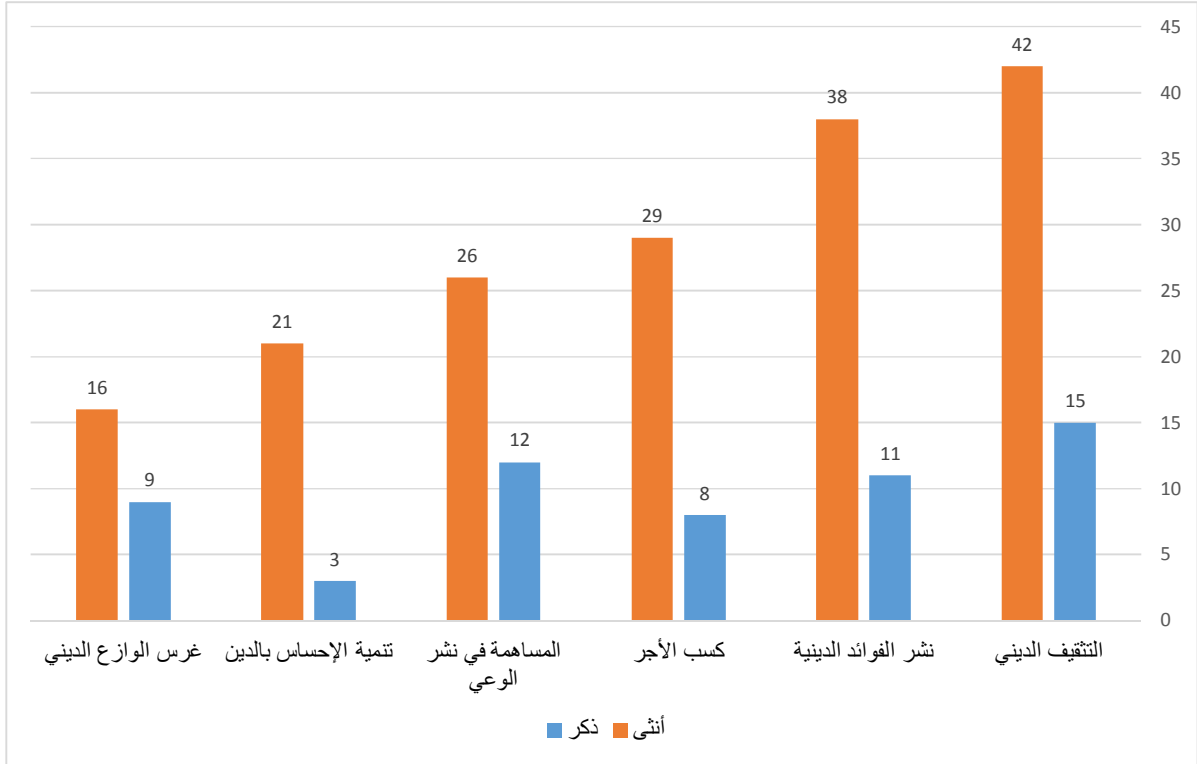
بنسبة 37.72% وتعتبر أعلى نسبة كما هو موضح في الجدول الإناث 27.19% والذكور بنسبة 10.53%

أما الفتاوى فقد قدرت نسبتها بـ 28.07% وتعتبر أدنى نسبة الذكور بنسبة 5.26% أما الإناث بنسبة 22.81%، أما الأدعية فاختارها أفراد العينة بنسبة 34.21% الإناث بنسبة 24.56% والذكور بنسبة 9.65% نلاحظ أن الآيات والأحاديث القرآنية هي الأكثر جذبا للانتباه في الصفحات الدينية تليها المواعظ والمحاضرات وهذا يدل على حب المعرفة والتثقف في الدين وهي المواضيع الأكثر تداولاً على الصفحات الدينية

### إجابات المبحوثين حول دوافع نشر أو تلقي مواد دينية حسب متغير الجنس

جدول رقم 29/ يبين دوافع نشر أو تلقي المواد الدينية على صفحة الفيس بوك حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		دافعك لنشر أو تلقي مواد دينية على صفحتك على الفيس بوك	
	أنثى	ذكر		
57	42	15	ت	التثقيف الديني
50.00%	36.84%	13.16%	%	
49	38	11	ت	نشر الفوائد الدينية
42.98%	33.33%	9.65%	%	
37	29	8	ت	كسب الأجر
32.46%	25.44%	7.02%	%	
38	26	12	ت	المساهمة في نشر الوعي
33.33%	22.81%	10.53%	%	
24	21	3	ت	تنمية الإحساس بالدين
21.05%	18.42%	2.63%	%	
25	16	9	ت	غرس الوازع الديني
21.93%	14.04%	7.89%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



### شكل رقم 29: يبين دوافع نشر أو تلقي المواد الدينية على صفحة الفيس بوك حسب متغير الجنس

يبين لنا الجدول أعلاه دوافع المستخدمين لنشر أو تلقي مواد دينية على صفحاتهم فقد اختاروا التثقيف الديني بنسبة 50.00% وتعتبر أعلى نسبة الإناث بنسبة 36.84% والذكور بنسبة 13.16%، أما نشر الفوائد الدينية فقدرت النسبة بـ 42.98% الإناث بـ 33.33% والذكور بـ 9.65%، أما كسب الأجر فتقدر نسبته بـ 32.46% الإناث بـ 25.44% والذكور بـ 7.02%، أما بالنسبة للمساهمة في نشر الوعي فقد اختير من طرف أفراد العينة بنسبة 33.33% الإناث بـ 22.81% والذكور بـ 10.53%، أما تنمية الإحساس بالدين فقدرت نسبته بـ 21.05% وتعتبر اقل نسبة الإناث بنسبة 18.42% والذكور بنسبة 2.63%، أما غرس الوازع الديني فقدرت نسبته بـ 21.93% الإناث بـ 14.04% والذكور بنسبة 7.89% نلاحظ أن أفراد العينة يسعون إلى التثقيف الديني من خلال نشر أو تلقي مواد دينية على صفحاتهم الفيسبوك ليلها نشر الفوائد الدينية وهذا يدل على حب معرفة الأمور الدينية والإلمام بها.

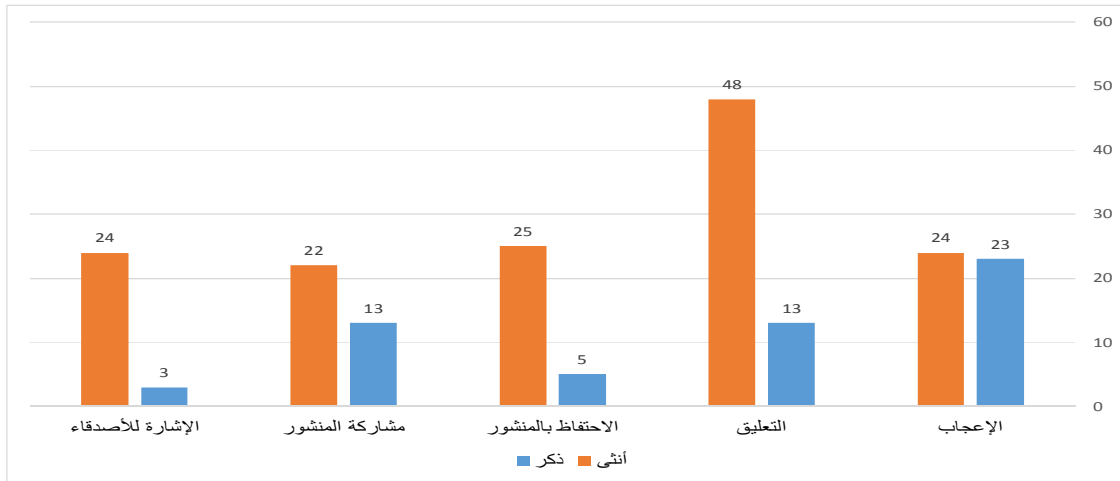
إجابات المبحوثين حول طرق التفاعل مع المواد الدينية المنشورة على صفحة الفيس بوك حسب متغير

الجنس

جدول رقم 30: يبين طرق التفاعل مع المواد الدينية المنشورة على صفحة مستخدم الفيس بوك حسب

متغير الجنس

المجموع	الجنس		التفاعل مع المواد الدينية على صفحتك على الفيس بوك يكون من خلال	
	أنثى	ذكر		
47	24	23	ت	الإعجاب
41.23%	21.05%	20.18%	%	
61	48	13	ت	التعليق
53.51%	42.11%	11.40%	%	
30	25	5	ت	الاحتفاظ بالمنشور
26.32%	21.93%	4.39%	%	
35	22	13	ت	مشاركة المنشور
30.70%	19.30%	11.40%	%	
27	24	3	ت	الإشارة للأصدقاء
23.68%	21.05%	2.63%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



شكل رقم 30: يبين طرق التفاعل مع المواد الدينية المنشورة على صفحة مستخدم الفيس بوك

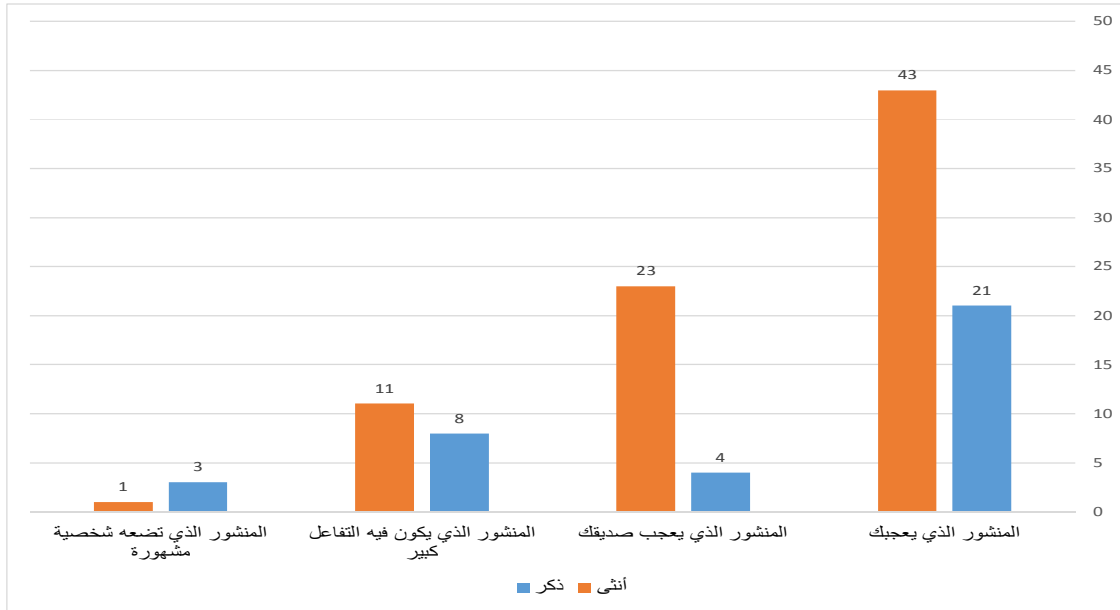
حسب متغير الجنس

يوضح الجدول أن 41.23% اختاروا الإعجاب بالمواد الدينية المنشورة على صفحاتهم منهم 21.5% إناث و 20.18% ذكور، أما التعليق فقد اخذ نسبة 53.51% وهي تعتبر أعلى نسبة كما هو موضح في الجدول منها 42.11% إناث و 11.40% ذكور وتوضح النتائج أيضا حصول الاحتفاظ بالمنشور على نسبة 26.32% منها 21.93% إناث و 4.39% ذكور، أما مشاركة المنشور فحصلت على نسبة 30.70% منها 19.30% إناث و 11.40% ذكور أما الإشارة للأصدقاء فقد قدرت النسبة ب 23.68% منها 21.05% إناث و 2.63% ذكور يتم التفاعل مع المواد الدينية من طرف الطلبة بالتعليق عليها وهذا يدل على إبداء الرأي بكل حرية يليها الإعجاب في المرتبة الثانية ومشاركة المنشور في المرتبة الثالثة وهذا يدل على إمام الطلبة بالأمر الدينية

إجابات المبحوثين حول محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية حسب متغير الجنس

جدول رقم 31: يبين محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		ماهو الشيء الذي يحفزك للتفاعل مع المنشورات الدينية	
	أنثى	ذكر		
64	43	21	ت	المنشور الذي يعجبك
56.14%	37.72%	18.42%	%	
27	23	4	ت	المنشور الذي يعجب صديقك
23.68%	20.18%	3.51%	%	
19	11	8	ت	المنشور الذي يكون فيه التفاعل كبير
16.67%	9.65%	7.02%	%	
4	1	3	ت	المنشور الذي تضعه شخصية مشهورة
3.51%	0.88%	2.63%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100.00%	68.42%	31.58%	%	



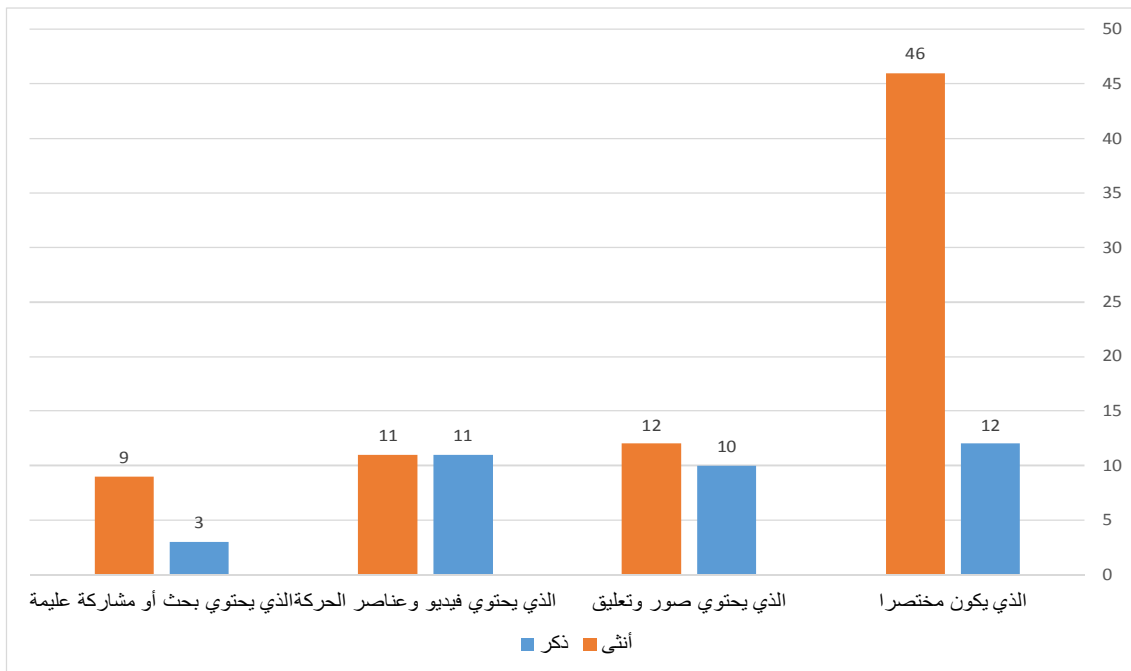
شكل رقم 31: يبين محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية حسب متغير الجنس

يوضح الجدول أعلاه أن 56.14% اختاروا المنشور الذي يعجبهم وهو في المرتبة الأولى منهم 73.72% إناث و 18.42% ذكور أما المنشور الذي يعجب صديقك فاحتل المرتبة الثانية بنسبة 23.68% منهم 20.18% إناث و 3.51% ذكور أما المنشور الذي يكون فيه التفاعل كبير فقد حصل على نسبة 16.67% منهم 9.65% إناث و 7.02% ذكور لتعود المرتبة الأخيرة للمنشور الذي تضعه شخصية مشهورة بنسبة 3.51% منهم 0.88% إناث و 2.63% ذكور المحفزات التي تجعل المستخدم يتفاعل مع المنشورات الدينية في مقدمتها المنشور الذي يعجب المستخدم في حد ذاته وهذا يدل على استقلالية وحرية في الاختيار يليها المنشور الذي يعجب الصديق وهذا يدل على التفاعل المتبادل بين الأصدقاء في الفيس بوك

## إجابات المبحوثين حول المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة حسب متغير الجنس

## جدول رقم 32: يبين المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة حسب متغير الجنس

المجموع	الجنس		المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة	
	أنثى	ذكر	ت	%
58	46	12	ت	الذي يكون مختصرا
50.88%	40.35%	10.53%	%	
22	12	10	ت	الذي يحتوي صور وتعليق
19.30%	10.53%	8.77%	%	
22	11	11	ت	الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة
19.30%	9.65%	9.65%	%	
12	9	3	ت	الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية
10.53%	7.89%	2.63%	%	
114	78	36	ت	المجموع
100%	68.42%	31.58%	%	



## شكل رقم 32: يبين المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة حسب متغير الجنس

أوضحت نتائج الجدول أن 50.88% من أفراد العينة اختاروا المنشور الديني الذي يكون مختصرا وهو

أعلى نسبة منهم 40.35% إناث و 10.53% ذكور وتوضح نتائج الجدول أيضا أن 19.30% من أفراد العينة

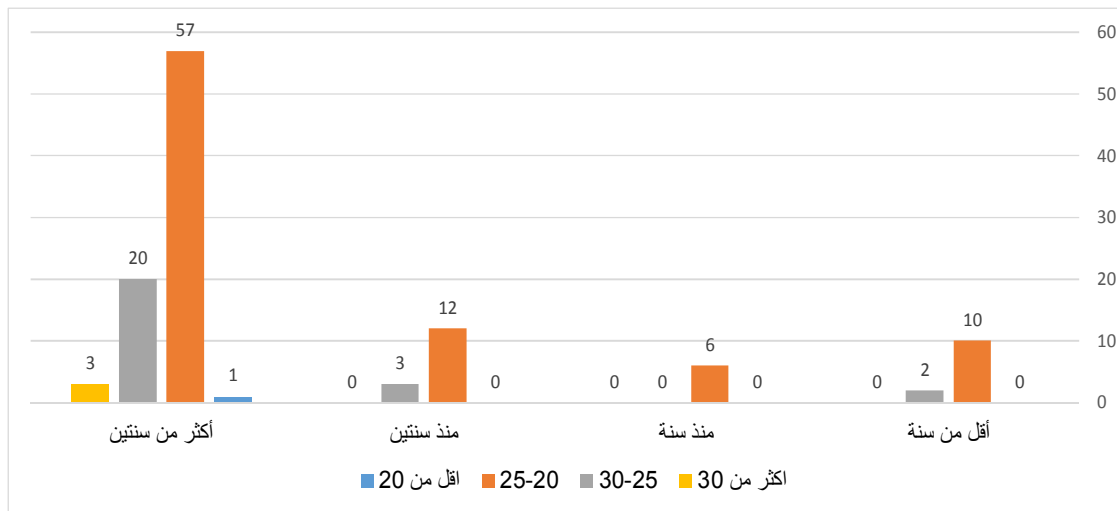
اختاروا المنشور الذي يحتوي صور وتعليق منهم 10.53% إناث و 8.77% ذكور وبنفس النسبة 19.30% المنشور الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة بتناسب بين الذكور والإناث 9.65%، أما المنشور الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية فاحتل المرتبة الأخيرة بنسبة 10.53% منهم 7.89% إناث و 2.63% ذكور تبين نتائج المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة أن أفراد العينة يعتمدون على المنشورات المختصرة في مقدمة الترتيب وهذا يدل على حب الاختصار للأمور المبسطة الخالية من التعقيدات خاصة فيما يتعلق بالأمور الدينية

## 2/ تفرغ بيانات الدراسة وفقا لمتغير السن

إجابات المبحوثين حول مدة استخدام الفيس بوك حسب متغير السن

الجدول رقم 33: يبين مدة استخدام موقع الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	%
	اكثر من 30	25-30	20-25	اقل من 20		
12	0	2	10	0	ت	أقل من سنة
10.53%	0.00%	1.75%	8.77%	0.00%	%	
6	0	0	6	0	ت	منذ سنة
5.26%	0.00%	0.00%	5.26%	0.00%	%	
15	0	3	12	0	ت	منذ سنتين
13.16%	0%	2.63%	10.53%	0.00%	%	
81	3	20	57	1	ت	أكثر من سنتين
71.05%	2.63%	17.54%	50.00%	0.88%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



شكل رقم 33: يبين مدة استخدام موقع الفيس بوك حسب متغير السن

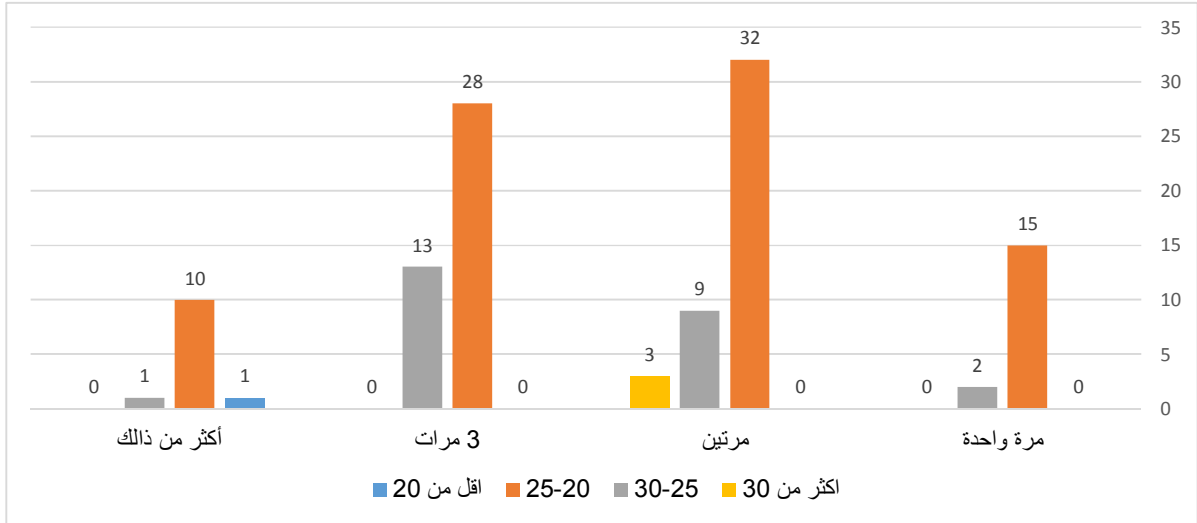
تبين النتائج الموضحة أمامنا أن نسبة 10.53% يستخدمون الفيس بوك منذ اقل من سنة فمن تتراوح أعمارهم من عمر 20-25 سنة كانت نسبتهم تقدر بـ 8.77% أما من تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة فقدرت نسبتهم بـ 1.75% لتتعدم النسبة في مرحلة اقل من 20 سنة والأكثر من 30 سنة أما لمن يستخدمون

الفييس بوك منذ سنة فوصلت نسبتهم إلى 5.26% وانحصرت في الفئة العمرية المتراوحة من 20-25 سنة، وبين الجدول أيضا أن مستخدمي الفييس بوك منذ سنتين قدروا بـ 13.16% مقسمة بن من تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة بـ 10.53% ومن 25-30 سنة بـ 2.63% لتتعدم في باقي الفئات وأخيرا يستخدم أفراد العينة الفييس بوك منذ أكثر من ثلاث سنوات ولجميع الفئات فكانت النسبة الإجمالية تقدر بـ 71.05% مقسمة إلى 0.88% لفئة الأقل من 20 سنة و 50.00% لفئة 20-25 سنة، و 17.54% لفئة 25-30 سنة أما لأكثر من 30 سنة فكانت النسبة تقدر بـ 2.63% ومن الملاحظ هنا أن أعلى النسب كانت في فترة الأكثر من ثلاث سنوات بـ 71.05% وهذا يدل على أن الفييس بوك أصبح يمثل جزء من يوميات أفراد العينة وانحصرت أكبر النسب في الفئة العمرية المتراوحة من 20-25 سنة وهي تمثل النسبة الأكبر من عينة البحث

#### إجابات المبحوثين حول أوقات تصفح الحساب يوميا حسب متغير السن

#### جدول رقم 34: يبين أوقات تصفح الحساب يوميا حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	%
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
17	0	2	15	0	ت	مرة واحدة
14.91%	0.00%	1.75%	13.16%	0%	%	
44	3	9	32	0	ت	مرتين
38.60%	2.63%	7.89%	28.07%	0%	%	
41	0	13	28	0	ت	3 مرات
35.96%	0%	11.40%	24.56%	0%	%	
12	0	1	10	1	ت	أكثر من ذلك
10.53%	0.00%	0.88%	8.77%	0.88%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100.00%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



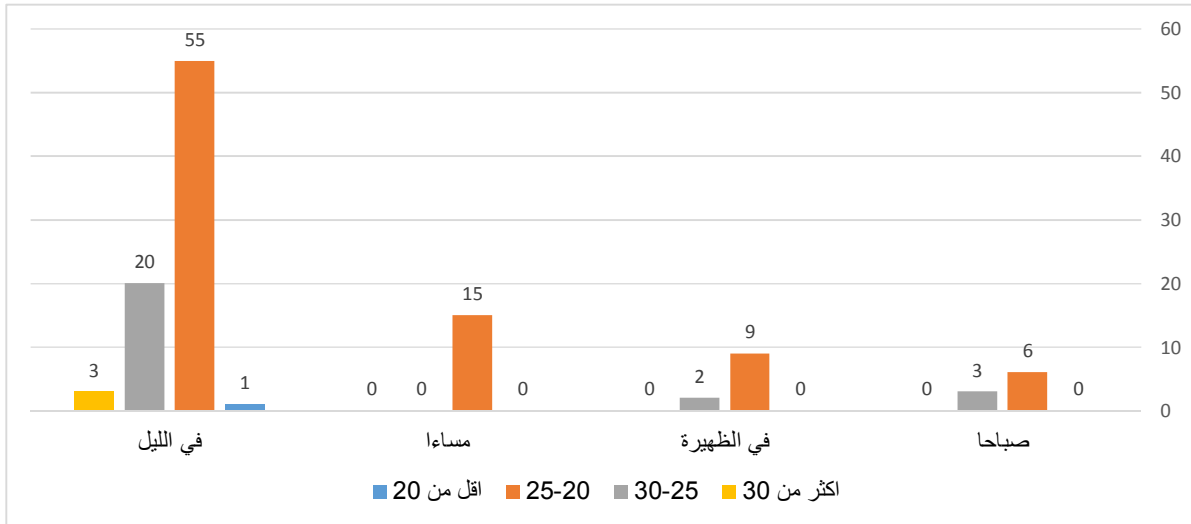
شكل رقم 34: يبين أوقات تصفح الحساب يوميا حسب متغير السن

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن من يستخدمون الفيس بوك مرة واحدة يوميا يمثلون 14.91% ففي المرحلة من 20-25 سنة كانت النسبة 13.16% ومن 25-30 سنة 1.75% لتتعدم في باقي المرحلتين العمريتين، أما من يستخدمون الفيس بوك مرتين يوميا فقدت النسبة الإجمالية بـ 38.60% موزعة كالأتي 0.00% لأقل من 20 سنة و 28.07% لـ 20-25 سنة و 7.89% من 25-30 سنة و 2.63% لأكثر من 30 سنة أما من يستخدمون الفيس بوك لأكثر من ثلاث مرات يوميا فكانت نسبتهم تقدر بـ 35.96% مقسمة على المراحل العمرية كالأتي من 20-25 سنة بـ 24.56% ومن 25-30 سنة بـ 11.40% وانعدمت في باقي المراحل، أما من يستخدمون الفيس بوك لأكثر من ذلك فكانت النسبة تقدر بـ 10.53% 0.88% لأقل من 20 سنة و 8.77% لمن 20-25 سنة و 0.88% لمن 25-30 سنة وتعدم في أعمار الأكثر من 30 سنة ومن خلال هذه النتائج يظهر لنا جليا أن من يتصفحون الفيس بوك مرتين يوميا هم أعلى نسبة تقدر بـ 38.60% أما المرحلة العمرية الأعلى نسبا في جميع مرات التصفح كانت مرحلة من 20-25 سنة وقد يرجع هذا إلى انحصار أعمار العينة في هذه المرحلة العمرية بكثرة وأيضا أنها تمثل مرحلة المراهقة وتعلق المراهقين بالفيس بوك بدرجة كبيرة.

إجابات المبحوثين حول فترات تصفح حساب الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 35: يبين فترات تصفح الحساب حول متغير السن

المجموع	السن				ت	
	اكثر من 30	25-30	20-25	اقل من 20		
9	0	3	6	0	ت	صباحا
7.89%	0.00%	2.63%	5.26%	0.00%	%	
11	0	2	9	0	ت	في الظهيرة
9.65%	0.00%	1.75%	7.89%	0.00%	%	
15	0	0	15	0	ت	مساء
13.16%	0.00%	0.00%	13.16%	0.00%	%	
79	3	20	55	1	ت	في الليل
69.30%	2.63%	17.54%	48.25%	0.88%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



شكل رقم 35: يبين فترات تصفح الحساب حول متغير السن

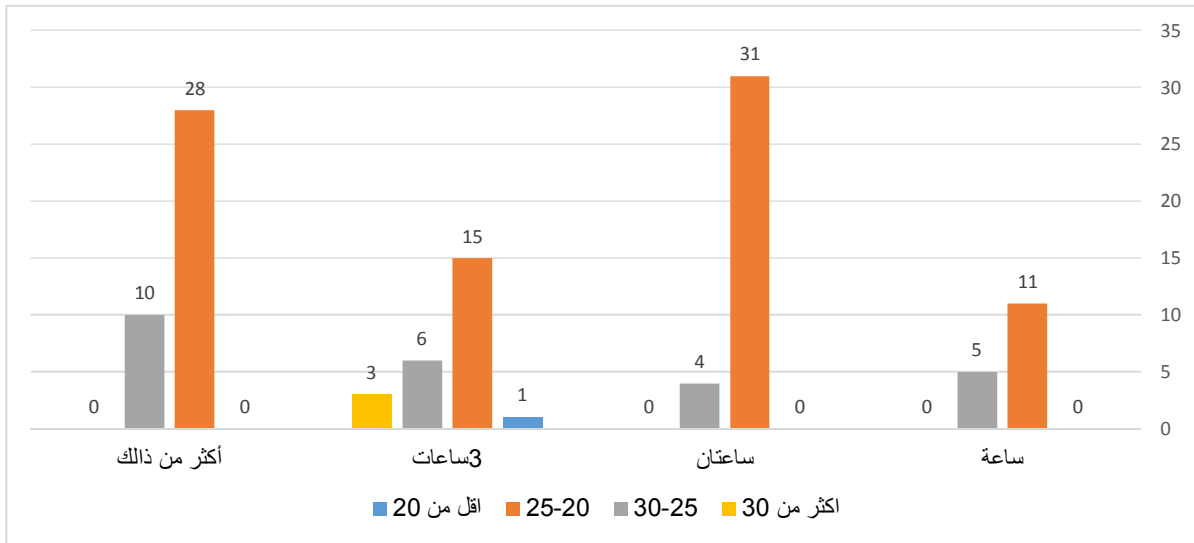
تبين نتائج هذا الجدول أن نسبة 7.89% يتصفحون حسابهم صباحا وانحصرت النسبة في مرحلتين من 20-25 سنة 5.26% ومن 25-30 سنة 2.63% وهي تعد اقل نسبة ممثلة في الجدول ويعود هذا إلى الفترة الصباحية فأفراد العينة يمثلون طلبة الجامعة وهذا يدل على انشغالهم بالتحصيل العلمي أما فترة الظهيرة فقدرت النسبة الإجمالية بـ 9.56% مقسمة كالأتي من 20-25 سنة 7.89% ومن 25-30 سنة

1.75% أما الفترة المسائية فارتفعت نسبتها إلى 13.16% انحصرت لفئة من 20-25 سنة في حين أن الفترة الليلية كانت نسبتها مقدره بـ 69.30% 0.88% لأقل من 20 سنة و 48.24% من 20-25 سنة و 17.54% من 25-30 سنة و 2.63% لأكثر من 30 سنة / ومن خلال هذه النتائج يمكن القول أن أفراد العينة يتصفحون الفيس بوك في الليل بنسبة أعلى ثم تليها الفترة المسائية وهذا يدل على أوقات الفراغ التي يستغلها الطلاب في تصفح حسابهم على الفيس بوك.

إجابات المبحوثين حول الوقت المفضي في تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 36: يبين الوقت الذي يقضيه المستخدم في التصفح حسب متغير السن

المجموع	السن					
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
16	0	5	11	0	ت	ساعة
14.04%	0.00%	4.39%	9.65%	0.00%	%	
35	0	4	31	0	ت	ساعتان
30.70%	0.00%	3.51%	27.19%	0.00%	%	
25	3	6	15	1	ت	3 ساعات
21.93%	2.63%	5.26%	13.16%	0.88%	%	
38	0	10	28	0	ت	أكثر من ذلك
33.33%	0.00%	8.77%	24.56%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



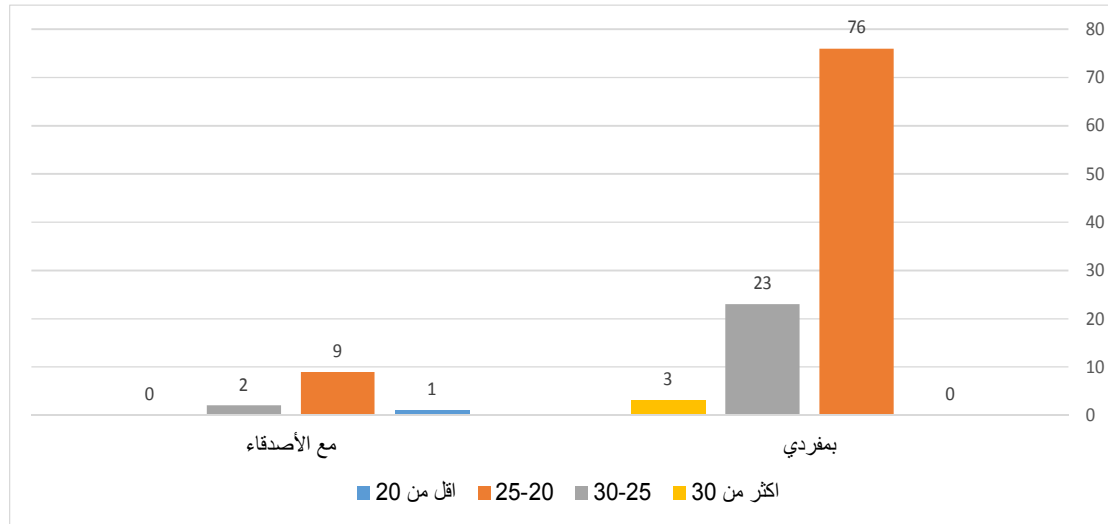
### شكل رقم 36: يبين الوقت الذي يقضيه المستخدم في التصفح حسب متغير السن

تبين لنا نتائج الجدول أن 14.04% يقضون ساعة واحدة في التصفح 9.65% تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة و 4.39% تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة امن من يقضون ساعتين في التصفح فقدروا ب 30.70% لمن أعمارهم تتراوح من 20-25 سنة و 3.51% لمن تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة أما من يقضون ثلاث ساعات في التصفح فقدروا ب 21.93% مقسمة كالاتي لأقل من 20 سنة 0.88% ومن 20-25 سنة 13.16% ومن 25-30 سنة 5.26% لتنخفض إلى 2.63% لمرحلة الأكثر من 3 سنة، أما من يستخدمون الفيس بوك لأكثر من ذلك فكانت أعلى النسب ب 33.33% انحصرت في مرحلتين من 20-25 سنة ب 24.56% ومن 25-30 سنة ب 8.77% أن أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك أكثر من 3 ساعات بكثرة والمرحلة العمرية الأكثر حضورا هي من 20-25 سنة ويمكن القول أن ارتفاع ساعات استخدام الفيس بوك يدل على أهميته لدى أفراد مجتمع البحث

إجابات المبحوثين حول برفقة من يتم تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 37: يبين برفقة من يتم تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
102	3	23	76	0	ت	بمفردى
89.47%	2.63%	20.18%	66.67%	0%	%	
12	0	2	9	1	ت	مع الأصدقاء
10.53%	0%	1.75%	7.89%	0.88%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100.0%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



شكل رقم 37: يبين برفقة من يتم تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير السن

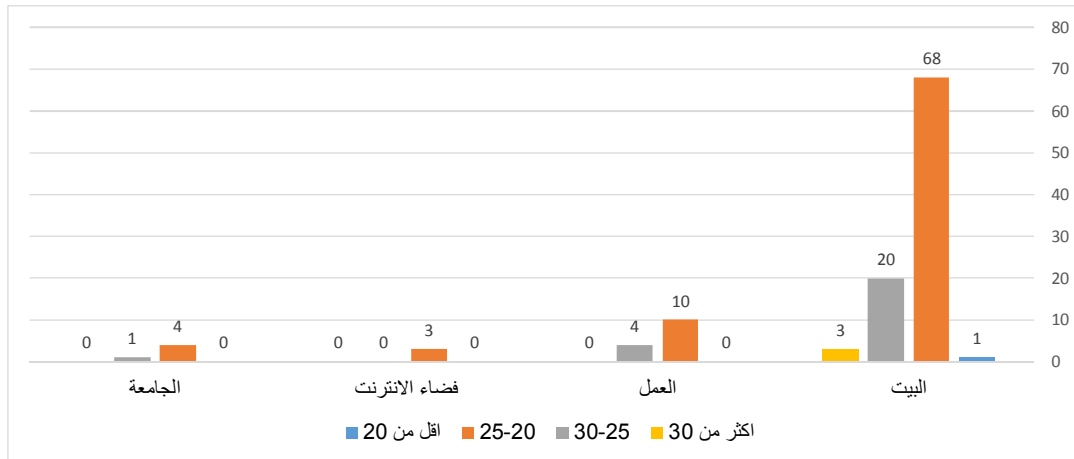
نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن من يتصفحون حسابهم بمفردهم قدرت ب 89.47% مقسمة على المراحل العمرية كالأتي من 20-25 ينة قدرت ب 66.67% ومن 25-30 سنة ب 20.18% أما الأكثر من 30 سنة فقد قدرت ب 2.63% أما من يتصفحون حسابهم مع الأصدقاء فقد كانت النسبة تقدر ب 10.53% 0.88% لأقل من 20 سنة و 7.89% من 20-25 سنة و 1.75% من 25-30 سنة ومن الملاحظ هنا أن النسبة الأكبر هي من يتصفحون حسابهم بمفردهم وهذا راجع إلى خصوصية الأفراد

وقد انحصرت أعلى نسبة في مرحلة من 20-25 سنة وهي مرحلة حساسة ويمكن إرجاع السبب إلى تفضيل هذه الفئة للسرية وعدم التدخل في الأمور الخاصة من طرف الآخرين.

إجابات المبحوثين حول أماكن تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 38: يبين أماكن تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
92	3	20	68	1	ت	البيت
80.70%	2.63%	17.54%	59.65%	0.88%	%	
14	0	4	10	0	ت	العمل
12.28%	0.00%	3.51%	8.77%	0.00%	%	
3	0	0	3	0	ت	فضاء الانترنت
2.63%	0.00%	0.00%	2.63%	0.00%	%	
5	0	1	4	0	ت	الجامعة
4.39%	0.00%	0.88%	3.51%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100.00%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



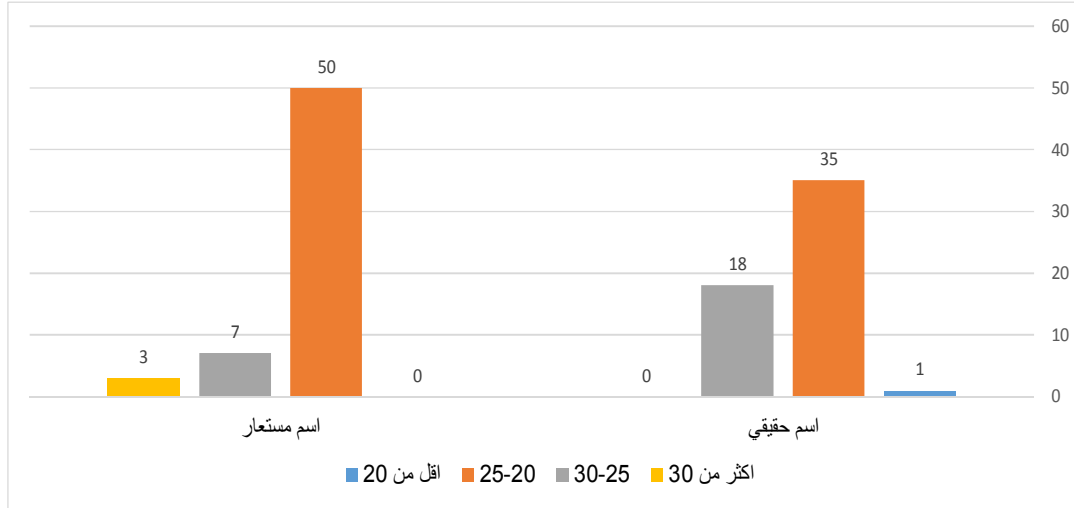
شكل رقم 38: يبين أماكن تصفح موقع الفيس بوك حسب متغير السن

تبين نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك في البيت بنسبة 80.70% وهي أعلى النسب مقسمة كالأتي لأقل من 20 سنة 0.88% من 25-20 سنة 59.65% ومن 30-25 سنة 17.54% أما أكثر من 30 سنة فكانت 2.63% في حين أن من يستخدمون الفيس بوك في العمل فقدرت نسبتهم ب12.28% مقسمة على مرحلتين من 25-20 سنة ب8.77% ومن 30-25 سنة ب3.51% أما فضاء الانترنت فكانت نسبته قليلة جدا بالنسبة للاقتراحات الأخرى قدرت ب2.63% انحصرت في فئة من 25-20 سنة وأخيرا اقتراح تصفح الحساب في الجامعة حاز على نسبة 4.39% مقسمة إلى 3.51% من 25-20 سنة و0.88% من 30-25 سنة والملاحظ من خلال هذه النتائج أن البيت هو المفضل لتصفح الحساب فالآن أصبح الربط بالانترنت أسهل من السابق لتليها العمل ثم الجامعة وأخيرا فضاء الانترنت الذي لم يعد المتصفح بحاجة إليها مع كثرة الطرق واختلافها فمثلا التصفح عن طريق الهاتف المحمول يعني المتصفح عن فضاء الانترنت

إجابات المبحوثين حول استعمال الاسم على موقع الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 39: يبين استعمال الاسم على الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	اسم حقيقي
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
54	0	18	35	1	ت	اسم حقيقي
47.37%	0.00%	15.79%	30.70%	0.88%	%	
60	3	7	50	0	ت	اسم مستعار
52.63%	2.63%	6.14%	43.86%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



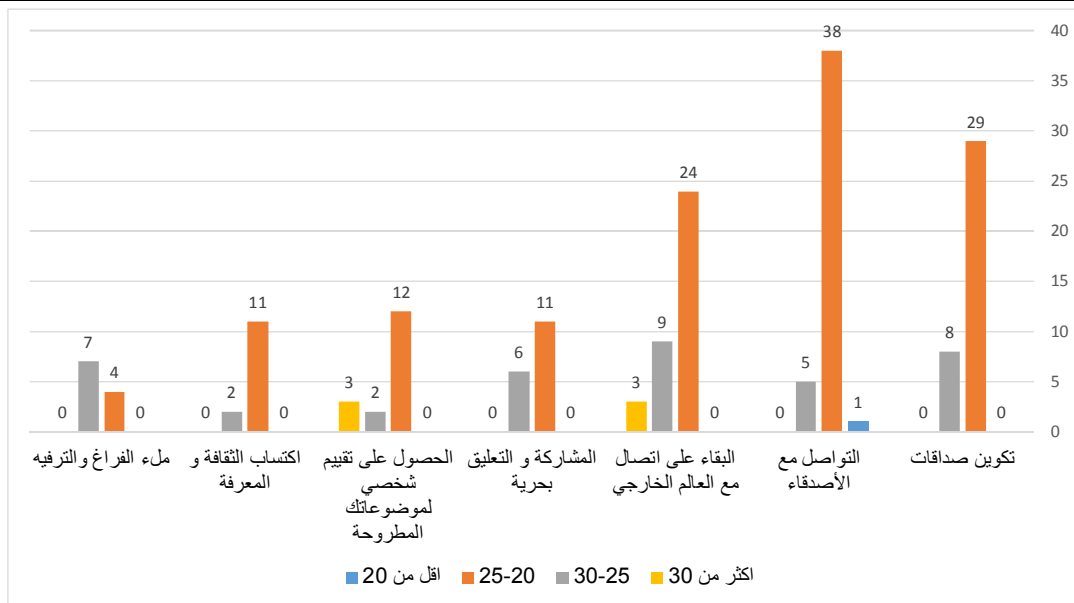
شكل رقم 39: يبين استعمال الاسم على الفيس بوك حسب متغير السن

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن من يستخدمون الاسم الحقيقي على صفحتهم على حساب الفيس بوك قدرت نسبتهم بـ 47.37% مقسمة على المراحل العمرية كالآتي 0.88% لأقل من 20 سنة و 30.70% من 20-25 سنة و 15.79% من 25-30 سنة لتتعدى في مرحلة الأكثر من 30 سنة أما من يستخدمون الاسم المستعار فقدرت نسبتهم بـ 52.63%، 43.86% لمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة و 6.14% لمن تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة و 2.63% لأكثر من 30 سنة وتبين لنا هذه النسب أن الاسم المستعار هو الأكثر استخداما على الفيس بوك ويعود هذا إلى خوف المستخدمين من سرقة الحساب أو ربما إخفاء الهوية الحقيقية عن الآخرين أما النسبة التي تستخدم الاسم الحقيقي على حسابها على الفيس بوك فهم يستغلون الحساب في أمور مفيدة تتعدى أمور التعرف على الأصدقاء والردشة معهم.

## إجابات المبحوثين حول الهدف من وراء استخدام الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 40: يبين الهدف من وراء استخدام الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	أكثر من 30	25-30	20-25	اقل من 20		
37	0	8	29	0	ت	تكوين صداقات
32.46%	0.00%	7.02%	25.44%	0.00%	%	
44	0	5	38	1	ت	التواصل مع الأصدقاء
38.60%	0.00%	4.39%	33.33%	0.88%	%	
36	3	9	24	0	ت	البقاء على اتصال مع العالم الخارجي
31.58%	2.63%	7.89%	21.05%	0.00%	%	
17	0	6	11	0	ت	المشاركة و التعليق بجرية
14.91%	0.00%	5.26%	9.65%	0.00%	%	
17	3	2	12	0	ت	الحصول على تقييم شخصي لموضوعاتك المطروحة
14.91%	2.63%	1.75%	10.53%	0.00%	%	
13	0	2	11	0	ت	اكتساب الثقافة و المعرفة
11.40%	0.00%	1.75%	9.65%	0.00%	%	
11	0	7	4	0	ت	ملء الفراغ والترفيه
9.65%	0.00%	6.14%	3.51%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



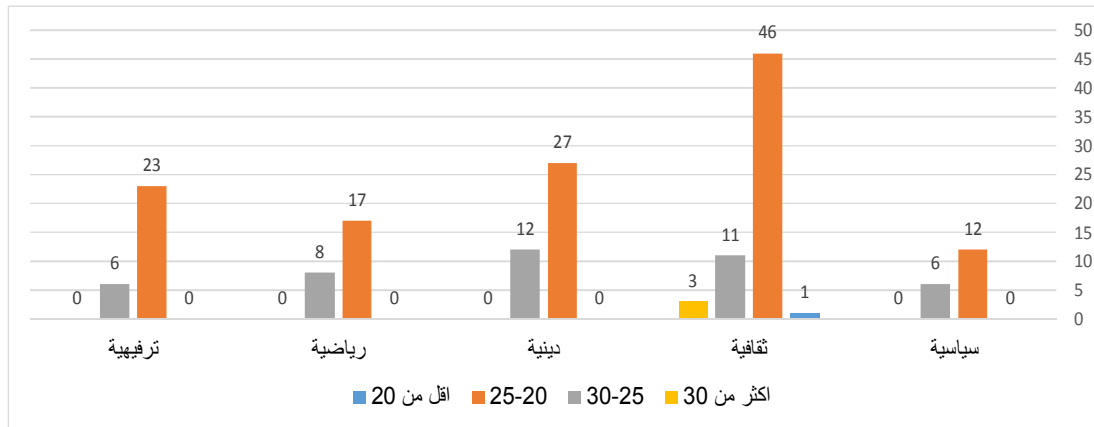
شكل رقم 40: يبين الهدف من وراء استخدام الفيس بوك حسب متغير السن

تشير نتائج هذا الجدول أن من أعمارهم اقل من 20 سنة كانت نسبتهم معدومة في اختيار هدف تكوين الصداقات في حين أن الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 25-20 سنة فقد اختاروا هذا الهدف بنسبة 25.44% وهي أعلى نسبة وهذا راجع إلى أن أفراد هذه المرحلة العمرية يحبون الانفتاح على العالم الخارجي على عكس الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة فقد كانت نسبة اختيارهم لهذا الهدف لا تفوق 7.02% أما أكثر من 30 سنة فقد انعدمت نسبة اختيارهم، في حين ان هدف التواصل مع الأصدقاء فحاز على 0.88% لمن أعمارهم اقل من 20 سنة في حين أن من أعمارهم تتراوح بين 25-20 سنة كانت نسبتهم مرتفعة 33.33% ويعود هذا الارتفاع لحب هاته الفئة البقاء على اتصال مع أصدقائهم في كل الأوقات في حين اختيار الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة هذا الهدف بنسبة 4.39% لتتعدم لدى الأفراد الأكثر من 30 سنة، أما هدف البقاء على اتصال مع العالم الخارجي فانعدمت نسبتته لدى اقل من 20 سنة لترتفع لدى من أعمارهم من 25-20 سنة ب 21.05% وهي أعلى النسب وهذا راجع لحب الاطلاع لديهم لتتخفف النسبة إلى 7.89% لمن أعمارهم 25-30 سنة وتتنخفض أكثر ل 2.63% وهذا يعود لعدم اكتراثهم بالعالم الخارجي، أما هدف المشاركة والتعليق بجرية فقد اختير بنسبة عالية ممن تتراوح أعمارهم من 25-20 سنة ب 9.65% أما هدف الحصول على تقييم شخصي للموضوعات المطروحة فكانت أعلى نسبة لدى من تتراوح أعمارهم من 25-20 سنة لتتقل النسب في باقي المراحل العمرية وهذا راجع لعدم اهتمامهم بآراء الآخرين وقد بينت نتائج الجدول أيضا نسب هدف اكتساب الثقافة والمعرفة فكانت النسبة العلى لدى من تتراوح أعمارهم من 25-20 سنة ب 9.65% وأخيرا هدف ملئ الفراغ والترفيه الذي حاز على اقل النسب ب 9.65% وهذا يدل على أن أفراد العينة لا يستخدمون الفيس بوك لمجرد الترفيه والتسلية.

إجابات المبحوثين حول الانضمام إلى المجموعات على الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 41: يبين الانضمام إلى مجموعات على موقع الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
18	0	6	12	0	ت	سياسية
15.79%	0.00%	5.26%	10.53%	0.00%	%	
61	3	11	46	1	ت	ثقافية
53.51%	2.63%	9.65%	40.35%	0.88%	%	
39	0	12	27	0	ت	دينية
34.21%	0.00%	10.53%	23.68%	0.00%	%	
25	0	8	17	0	ت	رياضية
21.93%	0.00%	7.02%	14.91%	0.00%	%	
29	0	6	23	0	ت	ترفيهية
25.44%	0.00%	5.26%	20.18%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



شكل رقم 41: يبين الانضمام إلى مجموعات على موقع الفيس بوك حسب متغير السن

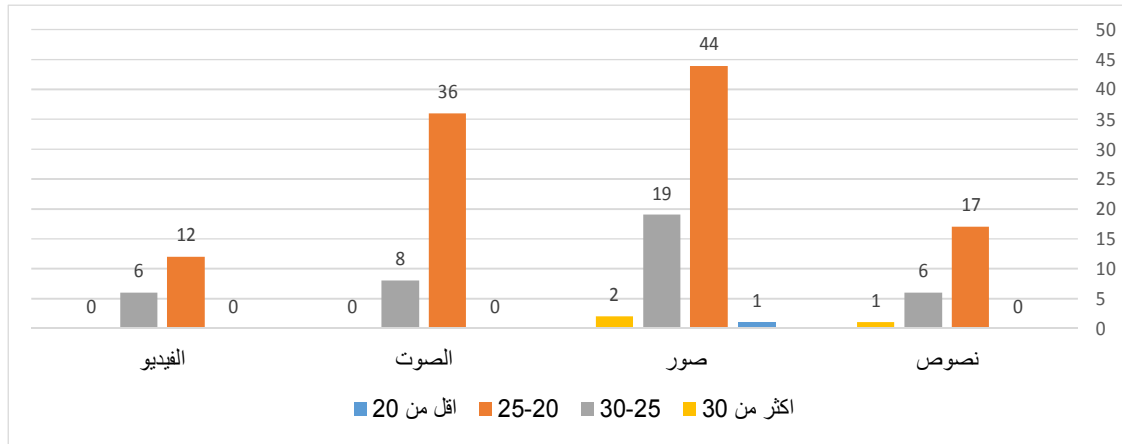
تبين نتائج هذا الجدول أن نسبة الأفراد الذين ينضمون إلى مجموعات سياسية قدرت بـ 15.79% فكانت نسبة من تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة 10.53%، و 5.26% لدى من أعمارهم من 25-30 سنة وتعتبر أقل النسب الموضحة في الجدول وهذا يدل على ابتعاد مجتمع البحث عن السياسة، أما المجموعات الثقافية فاحتلت المرتبة الأولى بنسبة 53.51% موزعة على الفئات العمرية كالآتي 0.88% لأقل من 20 سنة

و40.35% لمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة، و9.65% لمن تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة أما أكثر من 30 سنة فقدرت النسبة ب2.63%، في حين أن المجموعات الدينية قدرت نسبتها ب34.21% فمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة كانت نسبتهم 23.68% أما من 25-30 سنة فكانت النسبة 10.53% أما المجموعات الرياضية فحازت على نسبة 21.93% فاختارها من تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة 14.91% و7.02% لمن تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة، وأخيرا اختيرت المجموعات الترفيهية من طرف أفراد العينة بنسبة 25.44% فمن أعمارهم من 20-25 سنة بلغت 20.18% في حين اختارها من تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة بنسبة 5.26% وما نلاحظه من هذه النتائج أن المجموعات الثقافية هي الأعلى انضماما من طرف أفراد العينة تليها المجموعات الدينية بنسبة 34.21% والترفيهية ثم الرياضية لتكون السياسية في آخر الترتيب وهذا يدل على أن الفيس بوك وسيلة لتبادل المعلومات الثقافية والرياضية أكثر مما هو فضاء لمناقشة القضايا السياسية التي أصبح يتعد عنها الجميع فهي تسبب ضغوطا كثيرة للفرد

إجابات المبحوثين حول طبيعة المواد الدينية المنشورة بشكل أكبر على موقع الفيس بوك حسب متغير السن

جدول رقم 42: يبين طبيعة المواد الدينية المنشورة بشكل أكبر على موقع الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
24	1	6	17	0	ت	نصوص
21.05%	0.88%	5.26%	14.91%	0.00%	%	
66	2	19	44	1	ت	صور
57.89%	1.75%	16.67%	38.60%	0.88%	%	
44	0	8	36	0	ت	الصوت
38.60%	0.00%	7.02%	31.58%	0.00%	%	
18	0	6	12	0	ت	الفيديو
15.79%	0.00%	5.26%	10.53%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



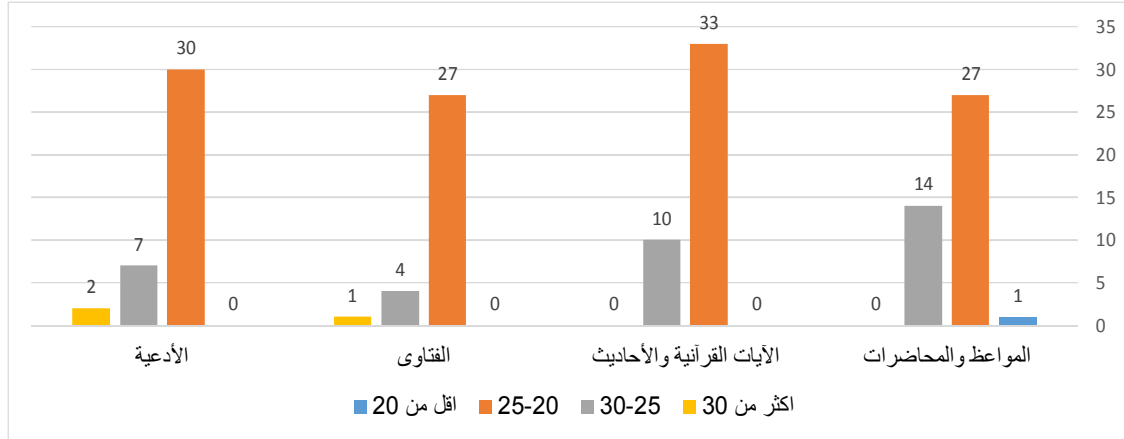
#### شكل رقم 42: يبين طبيعة المواد الدينية المنشورة بشكل أكبر على موقع الفيس بوك حسب متغير السن

يتضح لنا من خلال نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة يقومون بنشر النصوص على موقع الفيس بوك بنسبة 21.05% فمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة بلغت نسبتهم 14.91% أما من تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة فكانت النسبة تقدر بـ 5.26% لتتخفض إلى 0.88% لدى أكثر من 30 سنة، في حين حازت الصور على أعلى النسب قدرت بـ 57.89% فمن كانت أعمارهم أقل من 20 سنة بلغت نسبتهم 0.88%، ونسبة 38.60% لمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة، أما من 25-30 سنة فقد اختاروا الصور بنسبة 16.67%، لتتخفض النسبة لدى الأكثر من 30 سنة لـ 1.75%. وهنا نلاحظ أن أفراد العينة يفضلون نشر الصور بكثرة على صفحاتهم، وتبين النتائج أيضاً أن الصوت حاز على نسبة 38.60% حيث اختاره من تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة بنسبة 31.58% و 7.02% لمن تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة، ليحتل الفيديو المرتبة الأخيرة بنسبة 15.79% فقد اختاره من تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة بنسبة 10.53% ومن 25-30 سنة بنسبة 5.26%. من الملاحظ أن أفراد العينة يفضلون نشر الصور الدينية بكثرة لأنها الأكثر تعبيرا ووصولاً للآخرين يليها الصوت والنصوص ليحل الفيديو في آخر الترتيب

إجابات المبحوثين حول المواضيع الدينية التي تجذب انتباه المستخدم حسب متغير السن

جدول رقم 43: يبين المواضيع الدينية التي تجذب انتباه مستخدم موقع الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	اكثر من 30	25-30	20-25	اقل من 20		
42	0	14	27	1	ت	المواعظ والمحاضرات
36.84%	0.00%	12.28%	23.68%	0.88%	%	
43	0	10	33	0	ت	الآيات القرآنية والأحاديث
37.72%	0.00%	8.77%	28.95%	0.00%	%	
32	1	4	27	0	ت	الفتاوى
28.07%	0.88%	3.51%	23.68%	0.00%	%	
39	2	7	30	0	ت	الأدعية
34.21%	1.75%	6.14%	26.32%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



شكل رقم 43: يبين المواضيع الدينية التي تجذب انتباه مستخدم موقع الفيس بوك حسب متغير السن

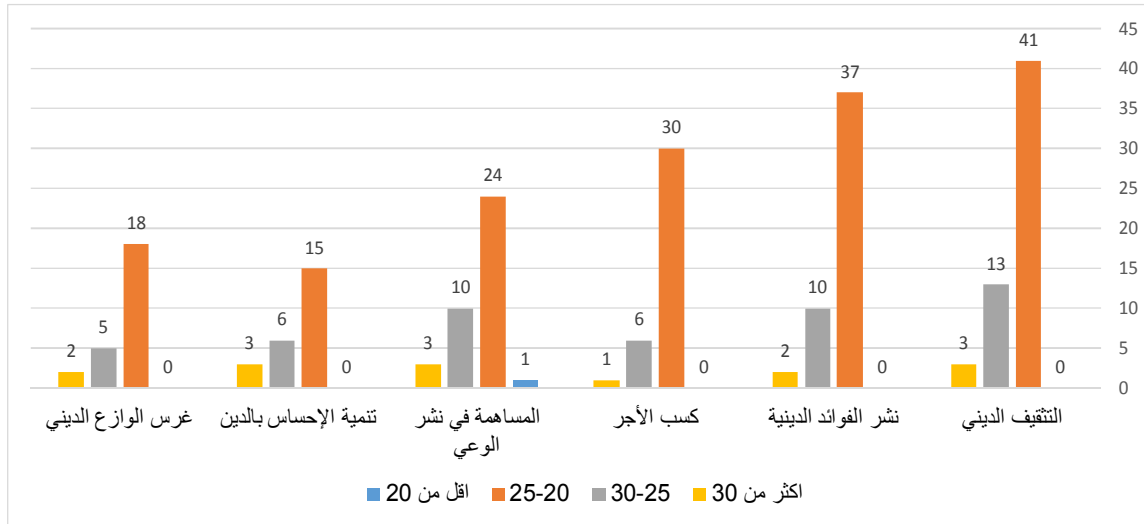
نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة اختاروا مواضيع المواعظ والمحاضرات بنسبة 36.84% فكانت نسبة 0.88% تمثل فئة الأقل من 20 سنة ونسبة 23.68% تمثل فئة من 20-25 سنة أما 12.28% فتمثل فئة 25-30 سنة، في حين اختيرت الآيات القرآنية والأحاديث بنسبة قدرت بـ 37.72% فاختارها من تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة بنسبة 28.95%، و 8.77% تعود لفئة 30-25 سنة لتحتل المرتبة الأخيرة بنسبة 28.07% فقد اختارها من تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة

بنسبة 23.68% أما من تتراوح أعمارهم من 25-30 سنة فقد اختاروها بنسبة قدرت ب 3.51% لتصل إلى 0.88% لدى الأكثر من 30 سنة، في حين أن الأدعية حازت على نسبة قدرت ب 34.21% مقسمة على المراحل العمرية كالآتي 26.32% لدى فئة 20-25 سنة و 6.14% لفئة 25-30 سنة و 0.88% لدى فئة الأكثر من 30 سنة ومن الملاحظ من كل ماسبق أن الآيات القرآنية والأحاديث حازت على المرتبة الأولى بأعلى النسب وانحصرت النسبة الأكبر من خلال السن في فئة من 20-25 سنة وقد كانت هذه الفئة هي الأعلى نسبا في جميع الاختيارات وربما يرجع هذا إلى أن هذه الفئة لديها وعي بالدين أكبر من الفئات الأخرى

#### إجابات الباحثين حول دوافع نشر أو تلقي مواد دينية حسب متغير السن

جدول رقم 44: يبين دوافع نشر أو تلقي المواد الدينية على صفحة الفيس بوك حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
57	3	13	41	0	ت	التثقيف الديني
50.00%	2.63%	11.40%	35.96%	0.00%	%	
49	2	10	37	0	ت	نشر الفوائد الدينية
42.98%	1.75%	8.77%	32.46%	0.00%	%	
37	1	6	30	0	ت	كسب الأجر
32.46%	0.88%	5.26%	26.32%	0.00%	%	
38	3	10	24	1	ت	المساهمة في نشر الوعي
33.33%	2.63%	8.77%	21.05%	0.88%	%	
24	3	6	15	0	ت	تنمية الإحساس بالدين
21.05%	2.63%	5.26%	13.16%	0.00%	%	
25	2	5	18	0	ت	غرس الوازع الديني
21.93%	1.75%	4.39%	15.79%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



شكل رقم 44: يبين دوافع نشر أو تلقي المواد الدينية على صفحة الفيس بوك حسب متغير السن

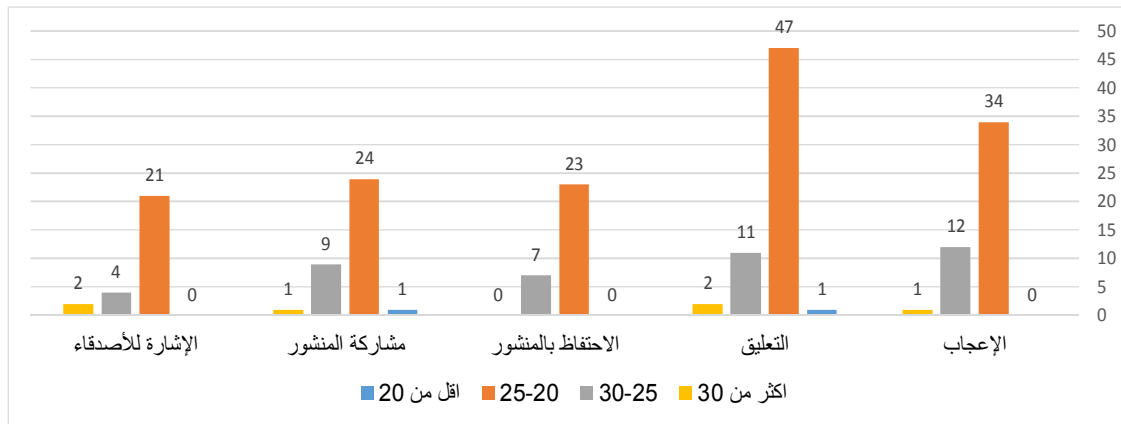
تبين نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة قاموا باختيار دافع التقديف الديني بنسبة 50.00% متفرع عن المراحل العمرية فمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة اختاروه بنسبة قدرت بـ 35.96% أما مرحلة من 30-25 سنة فكانت النسبة 11.40% و 2.63% لأكثر من 30 سنة ويعتبر هذا الدافع هو الأعلى نسبة في حين تم اختيار دافع نشر الفوائد الدينية من طرف أفراد العينة بنسبة 42.98% فاختر بنسبة 32.46% لمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة وبنسبة 8.77% لمن أعمارهم من 25-30 سنة أما 1.75% فعادت لفئة الأكثر من 30 سنة، أما كسب الأجر فحاز على نسبة 32.46% وكانت أعلى نسبة حسب الفئة العمرية 26.32% لمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة وتترفع النسبة لدى دافع المساهمة في نشر الوعي بـ 33.33% وتكون الفئة العمرية من 20-25 سنة هي أعلى النسب بـ 21.05% أما من 25-30 سنة فقدرت النسبة بـ 8.77%، و 2.63% لدى الأكثر من 30 سنة و 0.88% لأقل من 20 سنة، في حين أن دافع تنمية الإحساس بالدين اختير بنسبة 21.05% وكانت أكبر النسب للفئات العمرية لمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة بـ 13.16% أما دافع غرس الوازع الديني فقد قدرت نسبته بـ 21.93%، 15.79% لمن أعمارهم من 20-25 سنة و 4.39% لمن أعمارهم من 25-30 سنة و 1.75% لأكثر من 30 سنة

ومن الملاحظ أن التثقيف الديني حاز على أعلى النسب فكان في الصدارة وهذا يدل على حب الاطلاع ومعرفة المزيد عن الدين ليليه نشر الفوائد الدينية في المركز الثاني وهذا يدل على أن أفراد العينة لديهم الوعي الكافي وحب نشر ما لديهم من معلومات دينية ليستفيد منها الآخرون تليها الدوافع الأخرى ليكون غرس الوازع الديني في آخر الترتيب.

إجابات المبحوثين حول طرق التفاعل مع المواد الدينية المنشورة على صفحة الفيس بوك حسب متغير السن جدول رقم 45: يبين طرق التفاعل مع المواد الدينية المنشورة على صفحة مستخدم الفيس بوك

#### حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	اكثر من 30	25-30	20-25	اقل من 20		
47	1	12	34	0	ت	الإعجاب
41.23%	0.88%	10.53%	29.82%	0.00%	%	
61	2	11	47	1	ت	التعليق
53.51%	1.75%	9.65%	41.23%	0.88%	%	
30	0	7	23	0	ت	الاحتفاظ بالمنشور
26.32%	0.00%	6.14%	20.18%	0.00%	%	
35	1	9	24	1	ت	مشاركة المنشور
30.70%	0.88%	7.89%	21.05%	0.88%	%	
27	2	4	21	0	ت	الإشارة للأصدقاء
23.68%	1.75%	3.51%	18.42%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



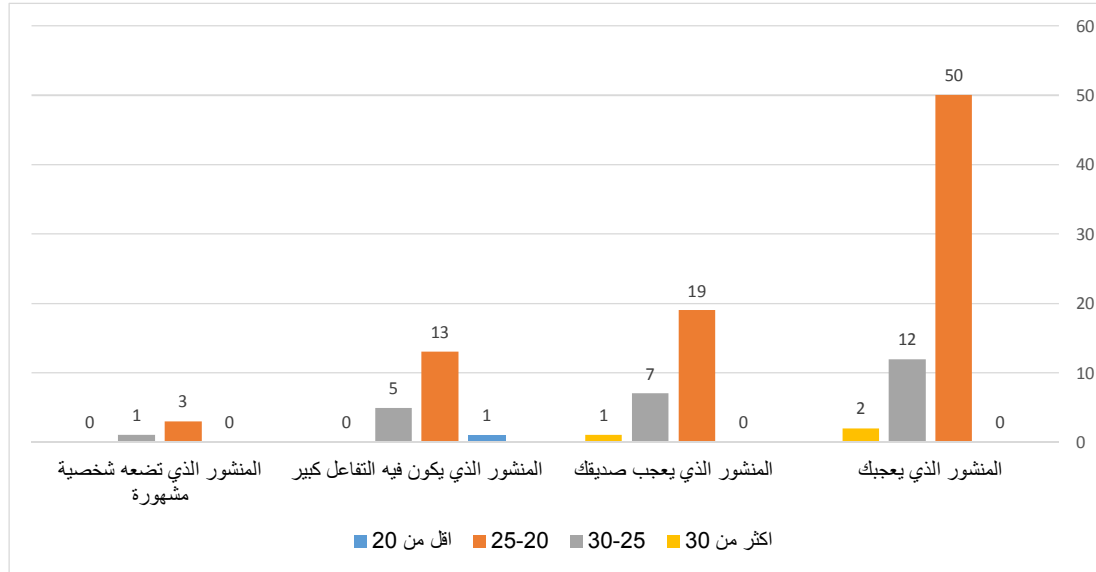
شكل رقم 45: يبين طرق التفاعل مع المواد الدينية المنشورة على صفحة مستخدم الفيس بوك حسب متغير السن

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن التعليق حاز على أعلى النسب بـ 53.51% مقسمة على المراحل العمرية كالآتي فمن أعمارهم بين 20-25 سنة قدرت النسبة بـ 41.23% و 9.65% لمن أعمارهم بين 30-25 سنة لتتخفص لدى من أعمارهم أكثر من 30 سنة إلى 1.75% و 0.88% لأقل من 20 سنة، في حين حاز الإعجاب على المرتبة الثانية بنسبة 41.23% وأعلى النسب بالنسبة للمراحل العمرية كانت لدى من أعمارهم بين 20-25 سنة بنسبة 29.82%، أما مشاركة المنشور فحاز على نسبة 30.70% ليكون في المرتبة الثالثة فمن أعمارهم اقل من 20 سنة قدرت النسبة بـ 0.88% ومن 20-25 سنة بـ 21.05% و 7.89% لمن أعمارهم بين 25-30 سنة لتتخفص إلى 0.88% لدى اقل من أعمارهم أكثر من 30 سنة ويليهما الاحتفاظ بالمنشور بنسبة 26.32% وأعلى النسب انحصرت لدى الفئة العمرية من 20-25 سنة قدرت بـ 20.18% وأخيرا الإشارة للأصدقاء حاز على نسبة 23.68% فمن تتراوح أعمارهم من 20-25 سنة اختاروا هذا الاقتراح بنسبة 18.42% أما من أعمارهم من 25-30 سنة فكانت النسبة تقدر بـ 3.51% و 1.75% لمن أعمارهم أكثر من 30 سنة احتل التعليق المرتبة الأولى بأعلى النسب وقد انحصرت النسبة الأكبر في الفئة العمرية من 25-20 سنة وهذا يدل على أن أفراد العينة ينشطون بشكل كبير على الفيس بوك ويعبرون عن آرائهم الدينية من خلال التعليق على المنشورات الدينية ليليهما الإعجاب في المرتبة الثانية وهذا يدل على أن المواد الدينية المنشورة تلقى رضي المستخدمين وقد انحصرت النسب لدى الفئات العمرية من 20-25 و 25-30 سنة لتدل على وعي وفقه هاته الفئة في أمور الدين

## إجابات المبحوثين حول محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية حسب متغير السن

جدول رقم 46: يبين محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية حسب متغير السن

المجموع	السن				ت	
	أكثر من 30	25-30	20-25	أقل من 20		
64	2	12	50	0	ت	المنشور الذي يعجبك
56.14%	1.75%	10.53%	43.86%	0.00%	%	
27	1	7	19	0	ت	المنشور الذي يعجب صديقك
23.68%	0.88%	6.14%	16.67%	0.00%	%	
19	0	5	13	1	ت	المنشور الذي يكون فيه التفاعل كبير
16.67%	0.00%	4.39%	11.40%	0.88%	%	
4	0	1	3	0	ت	المنشور الذي تضعه شخصية مشهورة
3.51%	0.00%	0.88%	2.63%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100.00%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	



شكل رقم 46: يبين محفزات التفاعل مع المنشورات الدينية حسب متغير السن

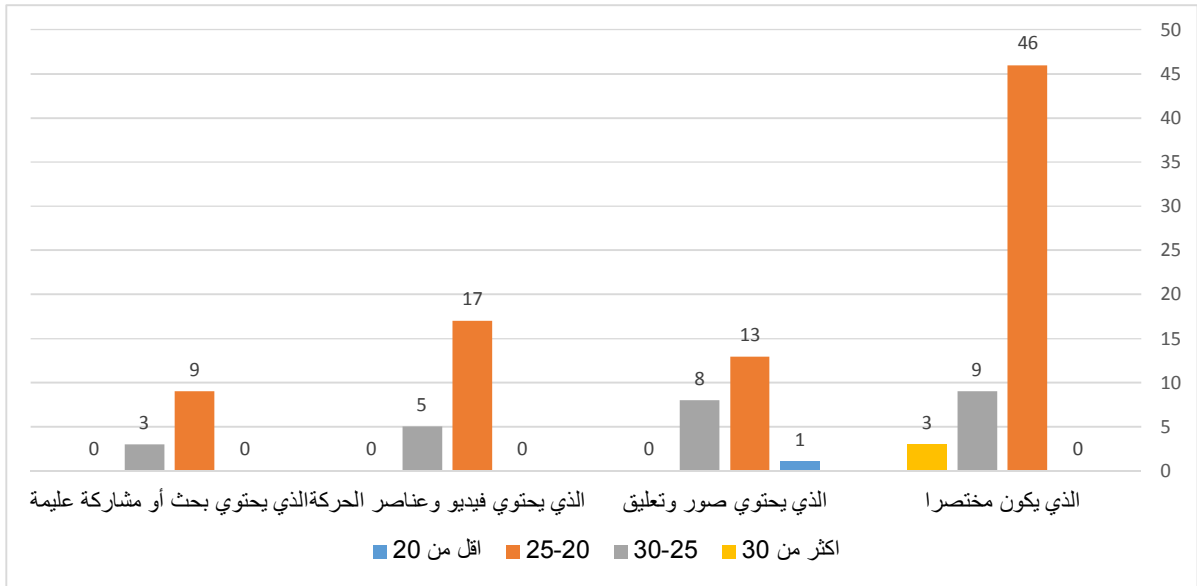
تبين لنا نتائج هذا الجدول أن أفراد العينة اختاروا اقتراح المنشور الذي يعجبهم بنسبة 56.14% مقسمة على المراحل العمرية كالاتي من 20-25 سنة قدرت ب 43.86% أما من 25-30 سنة فكانت النسبة 10.53% و 1.75% لدى الأكثر من 30 سنة، أما المنشور الذي يعجب الصديق فقد اختير

بنسبة 23.68%، 16.67% لمن أعمارهم من 20-25 سنة و 6.14% لمن أعمارهم بين 25-30 سنة و 0.88% لأكثر من 30 سنة في حين أن نسبة المنشور الذي يكون فيه التفاعل كبير قدرت ب 16.67%، فكانت نسبة 0.88% لمن أعمارهم اقل من 20 سنة و 11.40% للمرحلة 20-25 سنة و 4.39% لمن أعمارهم بين 25-30 سنة وأخيرا المنشور الذي تضعه شخصية مشهورة فكانت النسبة 3.51%، 2.63% لمن أعمارهم بين 20-25 سنة و 0.88% لمن أعمارهم بين 25-30 سنة من خلال هذه النتائج نلاحظ ان المنشور الذي يعجب أفراد العينة احتل المركز الأول وهذا يدل على وعي تام لأفراد العينة تليه المنشور الذي يعجب صديق في المرتبة الثانية وهذا يعد من أساسيات الفيس بوك التفاعل مع الأصدقاء في حين حاز حافز المنشور الذي تنشره شخصية منشورة على اقل النسب وهذا يدل على أن أفراد العينة لا يتأثرون بمنشورات الشخصيات المهمة لدرجة التفاعل معها فقط لان شخصية مشهورة وضعت المنشور وهذا يدل على قوة شخصية أفراد العينة

### إجابات المبحوثين حول المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة حسب متغير السن

جدول رقم 47/ يبين المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة حسب متغير السن

المجموع	السن					
	اكثر من 30	25-30	20-25	اقل من 20		
58	3	9	46	0	ت	الذي يكون مختصرا
50.88%	2.63%	7.89%	40.35%	0.00%	%	
22	0	8	13	1	ت	الذي يحتوي صور وتعليق
19.30%	0.00%	7.02%	11.40%	0.88%	%	
22	0	5	17	0	ت	الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة
19.30%	0.00%	4.39%	14.91%	0.00%	%	
12	0	3	9	0	ت	الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية
10.53%	0.00%	2.63%	7.89%	0.00%	%	
114	3	25	85	1	ت	المجموع
100%	2.63%	21.93%	74.56%	0.88%	%	

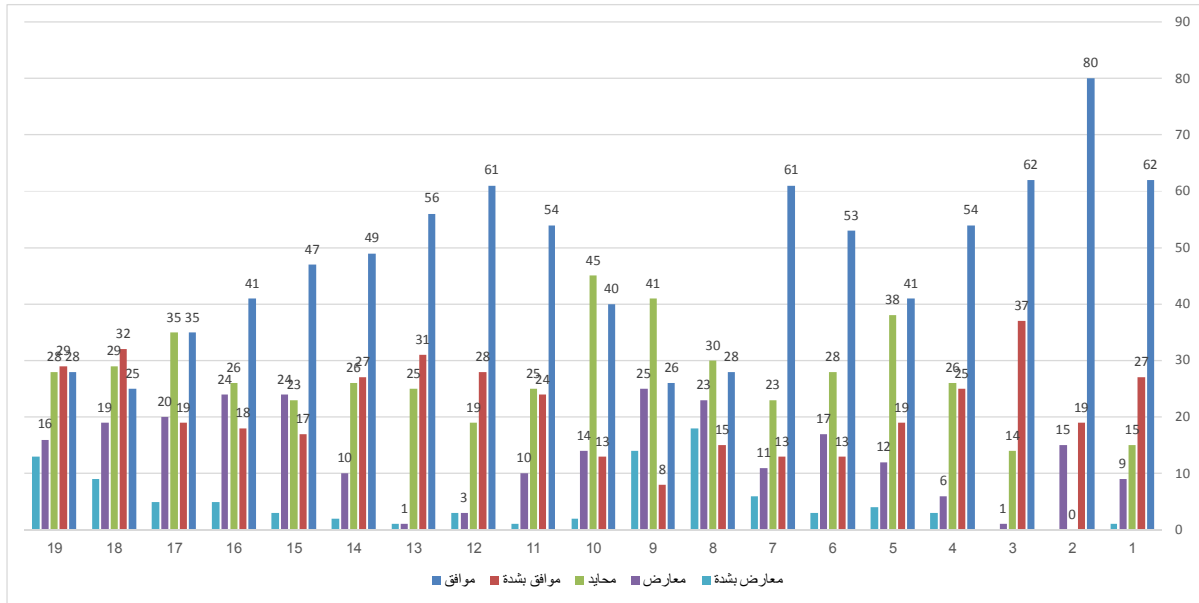


#### شكل رقم 47: يبين المنشور الديني الذي يستحق المشاهدة حسب متغير السن

نلاحظ من خلال نتائج هذا الجدول أن المنشور الذي يكون مختصرا حاز على أعلى النسب بـ 50.88% فكانت نسبة من أعمارهم من 20-25 سنة 40.35% و 7.89% من 25-30 سنة أما الأكثر من 30 سنة فكانت النسبة تقدر بـ 2.63% في حين حاز المنشور الذي يحتوي صوراً وتعليق على نسبة 19.30% مقسمة كالآتي من 20-25 سنة قدرت بـ 11.40% و 7.02% من 25-30 سنة أما المنشور الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة فحاز على نفس النسبة بـ 19.30% مقسمة كالآتي من 20-25 سنة قدرت بـ 14.91% ومن 25-30 سنة بـ 4.39% وأخيراً المنشور الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية بنسبة 10.53% بـ 7.89% لمن أعمارهم بين 20-25 سنة و 2.36% لمن أعمارهم بين 25-30 سنة من الملاحظ أن أفراد العينة يفضلون المنشور الذي يكون مختصراً ليتساوى المنشور الذي يحتوي صوراً وتعليق مع المنشور الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة ليحتل المنشور الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية المرتبة الأخيرة بأقل النسب وهذا يدل على أن أفراد العينة يستغلون الفيس بوك في أمور غير علمية وقد انحصرت النسب الكبرى في الفئة العمرية من 20-25 سنة

جدول رقم 48/ يمثل تقييم الطلبة للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال التفاعل مع الفيس بوك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق بشدة	موافق		
1.01349	1.7719	114	1	9	15	27	62	ت	a1
		100%	0.88%	7.89%	13.16%	23.68%	54.39%	%	
0.71605	1.4298	114	0	15	0	19	80	ت	a2
		100%	0.00%	13.16%	0.00%	16.67%	70.18%	%	
0.73736	1.5965	114	0	1	14	37	62	ت	a3
		100%	0.00%	0.88%	12.28%	32.46%	54.39%	%	
1.07494	1.9386	114	3	6	26	25	54	ت	a4
		100%	2.63%	5.26%	22.81%	21.93%	47.37%	%	
1.16531	2.2895	114	4	12	38	19	41	ت	a5
		100%	3.51%	10.53%	33.33%	16.67%	35.96%	%	
1.23789	2.1579	114	3	17	28	13	53	ت	a6
		100%	2.63%	14.91%	24.56%	11.40%	46.49%	%	
1.26898	2.0175	114	6	11	23	13	61	ت	a7
		100%	5.26%	9.65%	20.18%	11.40%	53.51%	%	
1.39765	2.8947	114	18	23	30	15	28	ت	a8
		100%	15.79%	20.18%	26.32%	13.16%	24.56%	%	
1.30544	2.9386	114	14	25	41	8	26	ت	a9
		100%	12.28%	21.93%	35.96%	7.02%	22.81%	%	
1.13534	2.3421	114	2	14	45	13	40	ت	a10
		100%	1.75%	12.28%	39.47%	11.40%	35.09%	%	
1.06299	1.9474	114	1	10	25	24	54	ت	a11
		100%	0.88%	8.77%	21.93%	21.05%	47.37%	%	
0.99825	1.7632	114	3	3	19	28	61	ت	a12
		100%	2.63%	2.63%	16.67%	24.56%	53.51%	%	
0.88283	1.7719	114	1	1	25	31	56	ت	a13
		100%	0.88%	0.88%	21.93%	27.19%	49.12%	%	
1.08457	2.0263	114	2	10	26	27	49	ت	a14
		100%	1.75%	8.77%	22.81%	23.68%	42.98%	%	
1.27414	2.2895	114	3	24	23	17	47	ت	a15
		100%	2.63%	21.05%	20.18%	14.91%	41.23%	%	
1.28913	2.4211	114	5	24	26	18	41	ت	a16
		100%	4.39%	21.05%	22.81%	15.79%	35.96%	%	
1.221	2.4825	114	5	20	35	19	35	ت	a17
		100%	4.39%	17.54%	30.70%	16.67%	30.70%	%	
1.22379	2.6053	114	9	19	29	32	25	ت	a18
		100%	7.89%	16.67%	25.44%	28.07%	21.93%	%	
1.30615	2.6228	114	13	16	28	29	28	ت	a19
		100%	11.40%	14.04%	24.56%	25.44%	24.56%	%	



**شكل رقم 48: يمثل تقييم الطلبة للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال التفاعل مع الفيس بوك**

العبارة رقم 01/ تمثل الفيس بوك وسيلة لنشر الوعي الإسلامي فكانت اتجاهات الطلبة نحو موافق بنسبة 54.39% على العبارة في حين أن اتجاههم نحو موافق بشدة قدر ب 23.68%، بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة ب 13.16% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 7.89% لتكون معارضته بشدة للعبارة تقدر ب 0.88% وقدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 1.7719

العبارة رقم 02/ تمثل الفيس بوك له دور بالتعريف بتعاليم الدين الإسلامي فكانت اتجاهات الطلبة نحو موافق بنسبة 70.18% على العبارة في حين أن اتجاههم نحو موافق بشدة قدر ب 16.67% بينما انعدمت النسبة في اتجاه الطلبة نحو محايد، لتصل إلى 13.16% نحو معارض لتعود وتنعدم النسبة في اتجاه الطلبة نحو معارض بشدة وقدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 1.4298

العبارة رقم 03/ تمثل القصص والمحاضرات الدينية تساعد على نشر الوعي الإسلامي فكانت اتجاهات الطلبة نحو موافق ب 54.39% على العبارة في حين قدرت ب 32.46% في اتجاه موافق بشدة من طرف الطلبة بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة بنسبة 12.28% وكان اتجاه الطلبة نحو عبارة معارض بنسبة 0.88% لتنعدم النسبة في عبارة معارض بشدة وقدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 1.5965

العبارة رقم 04/ تمثل المسابقات الدينية على الفيس بوك تساهم في التوعية الدينية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق 47.37% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب 21.93% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة بنسبة 22.81% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 5.26%، وعارضوها بشدة بنسبة 2.63% وقد قدر المتوسط الحسابي في هذه العبارة ب 1.9386

العبارة رقم 05/ تمثل الفيس بوك وسيلة تتيح للمستخدم الفتوى الدينية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 35.96% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب 16.67% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 33.33% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 10.53% وعارضوها بشدة بنسبة 3.51% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 2.2895

العبارة رقم 06/ تمثل أفادك استخدام المواد الدينية على موقع الفيس بوك في حياتك الروحية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 46.49% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب 11.40% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 24.56% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 14.91% وعارضوها بشدة بنسبة 2.63% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 2.1579

العبارة رقم 07/ تمثل يؤثر النشر الديني على موقع الفيس بوك ايجابيا في ممارستك الدينية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 53.51% في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب 11.40% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 20.18% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 9.65% وعارضوها بشدة بنسبة 5.26% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب 2.0175

العبارة رقم 08/ تمثل يؤثر النشر الديني على موقع الفيس بوك سلبيا في ممارستك الدينية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 24.56% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب 13.16%

بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة نحوى هذه العبارة بنسبة 26.32% لتكون معارضتهم بنسبة 20.18% وعارضوها بشدة بنسبة 15.79% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.8947

العبارة رقم 09/ تمثل المنشورات الدينية على الفيس بوك غير موثوق منها فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 22.81% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر بـ 7.02% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة بنسبة 35.96% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 21.93% وعارضوها بشدة بنسبة 12.28% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.9386

العبارة رقم 10/ تمثل تساهم المشاركات الدينية في تعزيز علاقة المسلم بالله تعالى فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 35.09% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر بـ 11.40% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 39.47% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 12.28% وعارضوها بشدة بنسبة 1.75% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 2.3421

العبارة رقم 11/ تمثل تساهم المنشورات الدينية في تحقيق الراحة النفسية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 47.37% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر بـ 21.05% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة على هذه العبارة بنسبة 21.93% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 8.77% وعارضوها بشدة بنسبة 0.88% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 1.9474

العبارة رقم 12/ تمثل تساهم المنشورات الدينية في تنمية معارف المستخدمين فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 53.51% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر بـ 24.56% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 16.67% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 0.88% ونفس النسبة لمن عارضوها بشدة وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة بـ 1.7632

العبارة رقم 13/ تمثل النشر الديني على الفيس بوك يساهم في مقاومة العادات المنافية للإسلام فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 49.12% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب27.19% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة بنسبة 21.93% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 0.88% لتتوافق مع من عارضوها بشدة وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب1.7719

العبارة رقم 14/ تمثل ساعدك النشر الديني على موقع الفيس بوك في تعزيز قيمك الدينية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 42.98% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب23.68% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 22.81% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 8.77% وعارضوها بشدة بنسبة 1.75% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب2.0263

العبارة رقم 15/ تمثل الأوضاع الخارجية هي من فرضت عليك النشر الديني على موقع الفيس بوك فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 41.23% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب14.91% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 20.18% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 21.05% لتقدر معارضتهم بشدة بنسبة 2.63% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب2.2895

العبارة رقم 16/ تمثل منحك الفيس بوك مساحة كبيرة للتفاعل مع المنشورات الدينية فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 35.96% على العبارة في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب15.79% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة بنسبة 22.81% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 21.05% وعارضوها بشدة بنسبة 4.39% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب2.4211

العبارة رقم 17/ تمثل كثرة المواضيع الدينية على الفيس بوك واختلافها جعلك في حيرة وتناقض فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 30.70% على العبارة في حين ان اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر

ب16.67% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة 30.70% وعارضوا هذه العبارة

بنسبة 17.54% وعارضوها بشدة بنسبة 4.39% وقد قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب2.4825

العبارة رقم 18/ تمثل مشاركة المنشورات الدينية واستخدامها في الدعاية للصفحات لكسب المنتسبين لها

قلل من قدسية الدين ومصداقية الفيس بوك فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 21.93% على العبارة

في حين أن اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب28.07% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة نحوى هذه العبارة وكانت

النسبة 25.44% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 16.67% وعارضوها بشدة بنسبة 7.89% وقد قدر المتوسط

الحسابي لهذه العبارة ب2.6053

العبارة رقم 19/ تمثل ارتباط بعض المواضيع الدينية وتداولها عبر الفيس بوك بالمناسبات الدينية يساهم في

التقليل من أهمية الدين الإسلامي فكانت اتجاهات الطلبة نحوى موافق بنسبة 24.56% على العبارة في حين أن

اتجاههم نحوى موافق بشدة قدر ب25.44% بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة

24.56% وعارضوا هذه العبارة بنسبة 7.89% وعارضوها بشدة بنسبة 11.40% وقد قدر المتوسط

الحسابي لهذه العبارة ب2.6228.

## 2- النتائج النهائية للدراسة الميدانية

كما سبق تناوله في الجانب التطبيقي من معطيات وتحليلها نستخلص النتائج التالية

عادات وأنماط المستخدمين على موقع الفيس بوك:

1/ أن جميع أفراد العينة يستخدمون موقع الفيس بوك

2/ أثبتت الدراسة أن معظم الطلبة يستخدمون الفيس بوك منذ أكثر من سنتين وكانت النسبة الغالبة

بـ 71.07%

3/ كذلك في إطار استخدام الفيس بوك من قبل الطلبة أثبتت الدراسة الميدانية أن المبحوثين يتصفحون حسابهم

مرتين يوميا بنسبة تقدر بـ 38.60%

4/ يقوم الطلبة بتصفح حسابهم ليلا بنسبة 69.30% وفي الفترة المسائية بنسبة 13.16% وهي أوقات الفراغ

بالنسبة لهذه الفئة، كما أنهم يقضون أكثر من ثلاث ساعات في التصفح وقدرت النسبة الغالبة بـ 33.33%

5/ كما أن هذه الدراسة أثبتت أن معظم الطلبة يستخدمون الفيس بوك تحت اسم مستعار وقدرت نسبتهم

بـ 52.63% كما أن الدراسة أثبتت أن معظم أفراد العينة يستخدمون الفيس بوك بمفردهم بنسبة 89.47%، أما

هدفهم من وراء استخدام الفيس بوك فكان التواصل مع الأصدقاء بنسبة كبيرة قدرت بـ 38.60% تليها تكوين

الصدقات 32.46%

6/ بينت الدراسة أن جميع أفراد العينة منظمون إلى مجموعات عبر الفيس بوك في مقدمتها المجموعات الثقافية

بنسبة 53.51% تليها الدينية بنسبة 34.21% لتأتي المجموعات الأخرى بالترتيب الترفيهية ثم السياسية

الاستخدام والتفاعل على الفيس بوك في النشر الديني .

7/ بينت النتائج أن المواد الدينية المنشورة بشكل أكبر على موقع الفيس بوك تتمثل في الصور وقدرت النسبة

بـ 57.89% يليها الصوت بنسبة 38.60%.

8/ أن المواضيع الدينية التي تجذب انتباه مستخدم الفيس بوك بصفة كبيرة هي الآيات القرآنية والأحاديث بنسبة 37.72% تليها المواعظ والمحاضرات بنسبة 36.84% .

9/ من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت على عينة من الطلبة الجامعيين تبين لنا أن غالبية المبحوثين يدفعهم التثقيف الديني لنشر أو تلقي مواد دينية على صفحاتهم وقدرت نسبتهم ب50.00% تليها نشر الفوائد الدينية بنسبة 42.98% .

10/ قد تبين من الدراسة الميدانية أن أفراد العينة يتفاعلون بالتعليق مع المواد الدينية المنشورة على صفحاتهم الفيسبوكية بنسبة قدرت ب53.51% ليلها الإعجاب في المرتبة الثانية بنسبة 41.23% .

11/ بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يتفاعلون مع المنشورات التي تعجبهم بالدرجة الأولى بنسبة قدرت ب56.14% تليها المنشورات التي تعجب أصدقائهم بنسبة 23.68%، أما المنشور الذي يستحق المشاهدة حسب النتائج فهو المنشور الذي يكون مختصراً بنسبة 50.88% ليأتي بعده المنشور الذي يحتوي صوراً وتعليق في نفس المرتبة مع الذي يحتوي فيديو وعناصر الحركة بنسبة قدرت ب19.30% .

#### تقييم الطلبة للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال التفاعل مع الفيس بوك

12/ توصلنا من خلال الدراسة أن الطلبة الجامعيين يستخدمون الفيس بوك لنشر الوعي الإسلامي كما له دور كبير في التعريف بتعاليم الدين الإسلامي حيث أفادت عينة البحث مدى صحة ذلك بنسبة 70.18% .

13/ يبين الدراسة أن القصص والمحاضرات الدينية على الفيس بوك لها دور في نشر الوعي الإسلامي ، كما أن المسابقات الدينية هي الأخرى تساهم في التوعية الدينية بنسبة 54.39% .

14/ أثبتت الدراسة أن مستخدمي الفيس بوك يشعرون انشغالهم الدينية من خلال الفتوى الدينية التي يتيحها هذا الموقع ، كما أن تداول هذه المواد الدينية على موقع الفيس بوك ساعدهم في حياتهم الروحية بنسبة 46.49% .

15/ أكدت الدراسة أن النشر الديني على الفيس بوك يؤثر في الممارسات الدينية للمستخدمين تأثيرا إيجابيا بنسبة 53.51 % أحيانا وسلبيا بنسبة 24.56% أحيانا أخرى وهذا يؤكد أن التأثير يكون بشكل إيجابي أكثر منه سلبي .

16/ المنشورات الدينية على موقع الفيس بوك قد تكون غير موثوق منها وذلك لعدم التأكد من مصداقيتها كونها من مصادر مجهولة في أغلب الأحيان .

17/ تساهم المشاركات الدينية في تعزيز علاقة المسلم بالله تعالى ، كما أنها تساعد على تحقيق الراحة النفسية وتنمية معارف المستخدمين الدينية ، كما تساهم في مقاومة العادات المنافية للإسلام ، ولها دور كبير في تعزيز القيم الدينية لدى الطالب وذلك بنسبة 42.98%.

18/ توصلت الدراسة إلى أن الأوضاع الخارجية مثل الإساءة للدين الإسلامي من طرف الدول الأجنبية يفرض على المستخدم النشر الديني على موقع الفيس بوك وذلك بنسبة 41.23% كما يمنح فرصة للتفاعل مع هذه المنشورات .

19/ أكدت الدراسة أن المستخدم يكون في حيرة وتناقض جراء كثرة المواضيع الدينية المنشورة على موقع الفيس بوك ، كما أن هذه المشاركات الدينية التي تستغل في الدعاية للصفحات قلل من قدسية الدين ومصداقيته ، كما أن ارتباط هذه المواضيع بالمناسبات الدينية يقلل من أهمية الدين الإسلامي وذلك بنسبة 25.44%.

**خلاصة:**

حاولنا في هذا الفصل باعتباره الإطار التطبيقي للبحث الوصول إلى النتائج النهائية للدراسة من خلال استعراض القراءات الكمية و الكيفية للوصول إلى نتائج منطقية تخدم بحثنا العلمي ذلك أن الفصل التطبيقي يعتبر من أهم الفصول في البحث العلمي لإعطاء نظرة شاملة عن المنهج المستخدم في البحث و إحاطته بظروف اختيار العينة إضافة إلى إبرازه الثقل العلمي لأدوات القياس، كما أوضح البحث الأدوات الإحصائية التي استعملت في كل ذلك بغية الوصول إلى نتائج هذا البحث ومناقشتها وتحليلها.

تبدو العلاقة للوهلة الأولى بين الإعلام والدين علاقة ضرورية تخضع لعامل الحاجة والغاية التي نزلت من أجلها تعاليم الدين، فهي تقتضي نشرها وإعلامها لأكبر قدر ممكن بين بني البشر، وفي هذا السبيل كان لابد أن تسخر مختلف الوسائل الإعلامية لبلوغ تلك الأهداف والمقاصد التي يسعى الدين لتحقيقها، وفي ظل هذا المناخ الديني الإعلامي ظهرت أبعاد أخرى للعلاقة بين الدين والإعلام حيث أصبحت أكثر تكاملية من الماضي، وتجلت بشكل واضح الإحداثيات التي يتبادلان فيها التأثير والتأثر، لم يعد بعدها يخفى على أحد أن الدين يعتمد على وسائل الإعلام من أجل نشر تعاليمه وتعزيز صفوف المنسبين إليه وهي الغاية نفسها التي تشاطره إياها وسائل الإعلام التي تعتمد أيضا على المضامين والبرامج الدينية طلبا لتحقيق نسبة كبيرة من المشاهدة وبالتالي الحصول على أرباح وسيطرة إعلامية أكبر، وتعد الانترنت كأهم وسائل الإعلام فاعلية وتفاعلية في الوقت الحاضر واتساع نطاق توغلها في حياة الناس العامة والخاصة، زيادة على تنوع تطبيقاتها وتجدها في كل مرة، أصبحت الحاجة أكثر إلحاحا من أي وقت سابق لاستغلال تلك الفرص والإمكانات التي تتفوق فيها التطبيقات الإعلامية الجديدة تختلف عن سابقتها كونها أعطت فرصا واسعة للفرد -المتلقي- وأصبح هو القائم بالاتصال -المرسل- وبالتالي كان لهذا التغير في النموذج الإعلامي أثره على طبيعة المادة الإعلامية الدينية وجمهورها والكيفية التي تذاق بها، ما يعني تغيرا آخر في العلاقة بين الدين والإعلام.

لقد انسابت العديد من المواد الإعلامية عبر هذه الحوامل الإعلامية الجديدة مؤكدة على أن العلاقة بين الدين ووسائل الإعلام تبقى ممكنة حتى مع كل ذلك التغير الذي مس مختلف مراحل العملية الاتصالية ووسائلها، وكذا التحول الكبير في نظرة الفرد والمجتمع للدين والمكانة التي يجوزها هذا الأخير ضمن اهتماماتهم، حيث تعددت الممارسات الدينية من ثقافة إلى أخرى، فضلا عن وجود تلك التمايزات بين معتقدي الدين الواحد، لكن ومع ذلك فحجم الاستخدام الديني لوسائل الإعلام وتطبيقاته في تزايد مستمر، حيث تعج مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، بالعديد من المستخدمين الجدد الذين يوظفون تلك التطبيقات

الإعلامية في نشر المواد الدينية من معلومات وصور وفيديوهات وغيرها، ساهمت في تشكيل مساحات جديدة لتقاسم وتبادل المضمون الديني وفق منظومة إعلامية أكثر تفاعلية

فلقد حضر الدين دوماً على الشبكة العنكبوتية منذ بداياتها. وقد أسهمت الأديان كافة في إنشاء مواقع وصفحات لها لإبراز رسالتها، والدعوة إلى عقيدتها، والرد على مخالفيها. أفادت غالبية الحركات الإسلامية المتطرفة من الإنترنت؛ ومرّد ذلك حاجتها إلى التعبير عن نشاطها الديني، بعيداً عن الرقابة الحكومية المباشرة، ما أتاح لها هامشاً من التحرك تمكنت من خلاله من نقل الأفكار والأيديولوجيات الراديكالية. في حين تراخت المؤسسات الإسلامية المعتدلة، بسبب توافر قنوات بديلة لها، عن إيصال رسالتها. وربما -أيضاً- بسبب عدم استيعاب بعض قياداتها للقوة الكامنة في الوجود على الإنترنت. مع ذلك، كان هناك الكثير من الحضور الإيجابي والبناء لممثلي الإسلام المعتدل والتقليدي على الشبكة العالمية

من هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة إلى كشف واقع تداول هذه المضامين الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة وقد خصصنا بالدراسة هذه الفئة تحديداً لأنها أكثر فئات المجتمع تلقياً واستخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيس بوك على اعتبار أنها توفر لهم إمكانيات وخدمات اتصالية تشبع حاجاتهم النفسية والاجتماعية وتمكنهم من إثبات ذواتهم وتمنحهم الإحساس بالمتعة والإثارة.

من اجل فهم هذه العلاقة قمنا بتقسيم الدراسة إلى أربع فصول كالآتي:

**الفصل الأول :** يتناول الإطار المفاهيمي للدراسة، الذي يتضمن تحديد الإشكالية التي بينت أسباب اختيار الموضوع وتوضيح أهمية الدراسة وأهدافها، وصياغة تساؤلاتها، وشمل الفصل عرض لبعض الدراسات السابقة، إضافة إلى المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، وأسلوب اختيار العينة.

**الفصل الثاني:** خصص لتوضيح مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي وقد تناول جوانب عدة منها المفهوم الناشئة والتطور، خصائص وأنواع ودوافع واستخدامات وآثار مواقع التواصل الاجتماعي ونشأة الفيس بوك واستخداماته وأهم مميزاته.

**الفصل الثالث:** خصص لتوضيح الدعوة إلى الله تعالى من خلال الانترنت وقد تناولنا مفهوم النشر الإلكتروني ونشأته ومزاياه وعيوبه ثم مررنا إلى الدين مفهومه وخصائصه وصولاً إلى مفهوم الدعوة طرق ممارستها وأهميتها وعواملها وتحدياتها ومزاياها.

**الفصل الرابع:** تضمن تحليل وتفسير البيانات الميدانية وعرض النتائج العامة للدراسة وقد تم تقديم بعض التوصيات والاقتراحات على ضوء هذه النتائج وأخيراً الخاتمة.

# الفصل الأول

## الجانب المنهجي

1. الإشكالية
2. مفاهيم الدراسة
3. تساؤلات الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. أهداف الدراسة
6. أهمية الدراسة
7. منهج الدراسة
8. أدوات الدراسة
9. عينة الدراسة
10. الدراسات السابقة
11. صعوبات الدراسة

**1- الإشكالية:**

شهدت الشبكات الالكترونية "الانترنت" مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين انتشارا واسعا، إلى أن أصبحت من أهم وسائل الاتصال شيوعا وإقبالا من قبل الشعوب، حيث أدت التطورات المتزايدة في تكنولوجيا المعلومات والانترنت إلى زيادة أعداد المشتركين في مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن حولت العالم بأكمله إلى قرية صغيرة، وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات. حيث باتت هذه المواقع تسيطر على أفكار الشباب وأوقاتهم فأدخلتهم في قوقعة افتراضية أصبحت تمثل عالمهم الواقعي، يتبادلون من خلاله أفكارهم وآرائهم وتوجهاتهم حول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والدينية، حيث تعتبر هذه الأخيرة أساسا موضوعيا لاتخاذ أنماط سلوكية معينة فالمواضيع الدينية اليوم باتت تحتل حيزا مهما على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إنشاء صفحات خاصة بها أو مشاركة هذه المضامين على الصفحات الخاصة للمستخدمين بغية نشر الثقافة الدينية وترسيخها لدى الشباب اليوم ومن هنا تبدو إشكالية بحثنا جلية نطرحها كالآتي :

**مادور الفيس بوك face book في تعزيز المشاركات الدينية من وجهة نظر طلبة ماستر إعلام**

**واتصال؟****2- التساؤلات :**

- 1/ ما هي عادات وأنماط استخدام الفيس بوك من طرف الطلبة؟
- 2/ كيف يتفاعل مستخدمو الفيس بوك مع المشاركات الدينية؟
- 3/ ما هو تقييمك للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال تفاعلك مع الفيس بوك؟

**3- تحديد المفاهيم :**

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات ركنا أساسيا ضمن الإجراءات المنهجية للدراسة، لكونها توضح الأهداف التي نرمي إلى تحقيقها، وهنا حاولنا تحديد المفاهيم الأساسية بموضوع الدراسة، والتي يتبعها عدد من المفاهيم الأخرى.

يتم توضيحها في مواضعها بالدراسة، وقد تركزت المفاهيم الأساسية بالدراسة في : المشاركة، الدين شبكات التواصل الاجتماعي، الفيس بوك face book وهي كما يلي:

**3-1- تعريف شبكات التواصل الاجتماعي :**

1/ اصطلاحيا: مواقع الشبكات الاجتماعية هي صفحات الويب التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الموجودة بالفعل على الانترنت، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم ببعض ويمكن أن تشمل "المميزات المراسلة الفورية، الفيديو، الدردشة". وتعف بأنها "منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها."<sup>(1)</sup>

ب/ إجرائيا: هي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية لكن الفرق يكمن في أنها عبر الانترنت وتضم مواضيع خاصة وعمامة من كتابات وصور وأفلام وغيرها .

<sup>1</sup> - مواقع التواصل الاجتماعي ماهي ومتى بدأت؟ ومتى ستنتهي؟

**3-2- تعريف الفيس بوك :**

أ/اصطلاحيا: هو شبكة اجتماعية الكترونية تتيح للعديد من المشتركين عرض ملفاتهم الشخصية ومشاركة الآخرين فيما يختارونه من نشاطات .<sup>(1)</sup>

ب/إجرائيا: هو شبكة تواصل اجتماعي يهدف إلى تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها، وكذا إمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية في الأنشطة المشتركة المحددة اجتماعيًا

**3-3- تعريف المشاركة :**

لغة : من الفعل شارك، مشاركة فهو مشارك، والمفعول مشارك

[ ش ر ك ] . ( فعل : رباعي لازم متعد بحرف ) . شَارَكْتُ، أُشَارِكُ، شَارِكٌ، مصدر مُشَارَكَةٌ، شاركه : كان

شريكة، فلان يشارك في علم كذا : له نصيب منه

شَارَكَهُ أَحْرَانُهُ، أَوْ أَفْرَاحُهُ، أَوْ شُعُورُهُ :- : قَاسَمَهُ ذَلِكَ، أَي يَشْعُرُ بِمَا يَشْعُرُ بِهِ، يُشَارِكُنِي فِي سُرُورِي وَأَحْزَانِي كَمَا أُشَارِكُهُ .

اصطلاحا: وهي تستخدم لوصف مشاركة رسالة شخص آخر عبر نفس الشبكة مما يعني على سبيل المثال

مشاركة رسالة أضافها احد أصدقاتك على الفيس بوك<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - مدونة محمد أحمد مطهر آل المطهر: مقرر استخدام الإنترنت في مراكز مصادر التعلم، عمادة خدمة المجتمع بجامعة جازان للعام الدراسي 1433-1434 الفصل الأول، تم نشره يوم الخميس 4 أكتوبر 2012 <http://ju5emac.blogspot.com/2012/10/blog-bost7858.html>

<sup>2</sup> -معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط <http://www.almaany.com/ar/dict/ar/ar/le1/04/2016à10.00h>

**3-4- تعريف الدين:**

**لغة:** مشتق من الفعل الثلاثي (دان)، وهو تارة يتعدى بنفسه، وتارة باللام، وتارة بالباء، ويختلف المعنى باختلاف ما يتعدى به، فإذا تعدى بنفسه يكون (دانه) بمعنى ملكه، وساسه، وقهره وحاسبه، وجازاه وإذا تعدى باللام يكون (دان له) بمعنى خضع له وأطاعه وإذا تعدى بالباء يكون (دان به) بمعنى اتخذ دينا ومذهبا واعتاده، وتخلق به، واعتقده

**اصطلاحا:** اختلف في تعريف الدين اصطلاحا اختلافا واسعا فمنهم من عرفه بأنه (الشرع الإلهي المتلقى عن طريق الوحي) وهذا تعريف أكثر المسلمين، والدين هو المشتغل على الاعتراف بواجباتنا كأوامر الأهمية وبعضهم يخصصه بناحية التفكير والتأمل كقول (رودلف ايوكن): (الدين هو التجربة الصوفية التي يجاوز الإنسان فيها متناقضات الحياة)<sup>1</sup>

**التعريف الإجرائي للدين:** هو اعتقاد قداسة ذات ومجموعة السلوك الذي يدل على الخضوع لتلك الذات ذلا وحباً، رغبة ورهبة

**3-5- تعريف المشاركات الدينية**

**إجرائيا:** هي أن يشارك شخص مضمون ديني أو رسالة أو صورة دينية، قد سبق وأضافها احد أصدقائه على صفحته الشخصية على نفس الشبكة.

**4- أسباب اختيار الموضوع**

- ميول ذاتي لموضوع الدراسة بحيث أننا نصطدم يوميا بذكر مصطلح الفيس بوك
- الفضول في بحث حقيقة استخدام الطالب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup>- ناصر العقل، ناصر القفاري: الموجز في الأديان والمذاهب المعاصرة، دار العصيمي، الرياض، ط3، ص10.

- مشكل المضامين المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطالب الجامعي المسييلي.
- نقص المراجع الخاصة بحقيقة شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر
- إثراء المكتبة العلمية ببحث أكاديمي جديد
- قلة الدراسات والأبحاث العلمية في هذا المجال حيث موضوع البحث يرتبط ارتباطا وثيقا مع تخصصنا العلمي، وهذا ما أدى إلى زيادة الرغبة في معرفة ما الذي يؤثر في وعي وسلوكيات الشباب الجزائري ونحن نعيش عصر التكنولوجيا
- كون ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة اجتماعية ونمط اتصالي متطور

## 5- أهداف الدراسة :

- 1- معرفة حدود الدراسة وكيفية معالجتها
- 2- توسيع المدارك الثقافية والعلمية لتكون نقطة بدئ وتحول إلى مواضيع بحثية أخرى تساهم في إثراء الحقل المعرفي
- 3- كيفية استغلال هذه المواقع من الجانب الايجابي لزيادة الرصيد المعرفي والثقافي دون تناقضات وعراقيل ومشاكل تخدش بكرامة الإنسان .
- 4 - توعية الطلبة الجامعيين بضرورة الميل إلى المواضيع البناءة وبناء ثقافة دينية ونشرها ومشاركتها ليستفيد الجميع
- 5- الكشف عن هذا المشكل وكيفية اتخاذ الإجراءات الملائمة من اجل تحقيق المنفعة الفردية والمجتمعية معا .

## 6- أهمية الدراسة

- اعتبار الطلبة الفئة التي تخدم هذا المجتمع لا بد من تسليط الضوء عليها وتوعيتها وتكريس الوقت للاهتمام بها وتوجيهها، في إطار تكوين نخبة تحمل أصالة المجتمع وتواكب التطور بما يخدم هذا المجتمع .
- تعتبر الدراسة التي نحن بصدد معالجتها تخص بشكل كبير مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء جديد وكمرحة انتقالية للانترنت، وتعد مشكلة مشاركة المضامين الدينية وجه جديد في الدراسات العلمية الحالية .
- معرفة مدى قوة الشبكات الاجتماعية في التواصل مع المستخدمين حول العالم وفي الجزائر بالتحديد .  
ناهيك عن محاولة دراسة تفاعل المستخدمين مع بعضهم البعض عن طريق مشاركة مضامينهم التي تندرج ضمن اهتماماتهم المشتركة .
- البحث عن مدى الاستخدامات السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي ليتسنى لنا معرفة موقع الخطر الحقيقي ومحاولة معالجته بشكل أعمق وأدق .

## 7- الإجراءات المنهجية

## 7-1- منهج البحث :

- لكي يتمكن الباحث من الإحاطة بكل جوانب الموضوع الذي يريد دراسته عليه أن يختار المنهج الذي يتماشى وطبيعة بحثه قصد الوصول إلى نتائج موضوعية.
- والمنهج في معناه العام: "هو الأساليب التي يمكن بها تحقيق أو انجاز الهدف."<sup>(1)</sup>، وهو "وسيلة لغاية

<sup>1</sup>- عبد المعطي الباسط: البحث الاجتماعي محاولة نحوي رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1985، ص35.

من حيث استعمالنا له من اجل الوصول إلى الحقيقة العلمية سواء كانت مجهولة أو معلومة.<sup>(1)</sup>، ويعد تحديد المنهج من المراحل الأساسية في البحث العلمي والوسيلة المثلى في الوصول إلى الحقيقة بهدف الإجابة على التساؤلات المطروحة في بداية البحث ولهذا نجد أن مصير أي موضوع يتوقف على كيفية التطرق إليه ونوعية الأسلوب المستعمل في معالجته والتعرف على حقيقته. وانطلاقا من هذا فقد لجانا إلى المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات، ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج مقبولة، كذلك يهدف إلى دراسة الارتباطات بين متغيراتها وأخيرا يرمي لاختبار العلاقات السببية بين المتغيرات.

## 7-2- أدوات جمع البيانات :

حتى يمكن الوصول إلى نتائج موضوعية بالنسبة للإشكالية البحث يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق في جمع المعلومات وهذه الأدوات هي التي نستخدمها في عملية جمع البيانات المستهدفة في البحث ضمن منهج معين، ومن بين أدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا الاستبيان. حيث يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في مجال المبحوث. لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها.

## 8- أدوات الدراسة:

- الاستبيان: يعرف الاستبيان بأنه: "هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم إلى المبحوث من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة".<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - عمار مجوش: مناهج البحث وطرائق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر 1995، ص29.

<sup>2</sup> - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص220.

إعداد الاستمارة في شكلها الأولي بعد ضبط الأسئلة المطلوبة والضرورية ثم إعداد الاستمارة في شكلها

الأولي القابل للتعديل

- اختبار الصدق: وقد تم اختبار صدق أسئلة الاستمارة بطريقتين :

توزيع عينة اختيارية وقد تم توزيع عشرة استمارات للوقوف على جوانب القصور والغموض فيها

- تحكيم الاستمارة: وقد تم توزيع ثلاث استمارات على كل من الأستاذة تيميزار فطيمة والأستاذ بوقره

رضوان، والأستاذ صاوي عبد المالك من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة قصد إعطاء ملاحظات

حول نوعية الأسئلة وكيفية صياغتها وترتيبها المنطقي ومدى ملائمتها للإطار النظري.

- الإعداد النهائي للاستمارة: بعد جمع مختلف الملاحظات تم إعادة صياغة بعض الأسئلة وتم حذف البعض

منها وتم إخراج الاستمارة في شكلها النهائي القابل للتوزيع، وقمنا بتوزيع الاستمارة في الفترة ما بين 08 أبريل

إلى 09 أبريل وتم توزيع 115 استمارة على المبحوثين، استرددنا منها 114، وتم إلغاء واحدة مفقودة.

- ترميز الاستمارة: بعد استرجاع الاستمارات من المبحوثين لابد من ترميز الأسئلة وإعطاء كل سؤال رمزا خاصا

به لتسهيل عملية تفرغها فيما بعد

- تفرغ البيانات: بعد الانتهاء من عملية الترميز يأتي دور تفرغ البيانات

وقد تضمنت الاستمارة ثلاث محاور نراها أساسية وهي كالتالي :

المحور الأول : عادات وأتماط المستخدمين على موقع الفيس بوك.

المحور الثاني : الاستخدام والتفاعل على الفيس بوك في النشر الديني.

المحور الثالث : تقييم الطلبة للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال التفاعل مع الفيس بوك.

**- مجتمع البحث وعينته :**

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء البحث وتصميمه وكفاءة نتائجه، ويواجه الباحث عند شروعه في القيام ببحثه مشكلة تحديد نظام العمل أي اختيار مجتمع البحث أو العينة التي سيجري عليها دراسته وتحديدتها<sup>(1)</sup>، ومجتمع البحث في دراستنا هذه يتعلق بمستخدمي موقع الفيس بوك من طرف طلبة جامعة المسيلة.

**9- عينة الدراسة:**

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات البحث قمنا باختيار أسلوب العينة، ونظرا لاقتراب عينتنا على مستخدمي موقع الفيس بوك في جامعة محمد بوضياف دون غيرهم فقد تم اختيار العينة القصدية أو العمدية وهي التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة محكمة لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.<sup>(2)</sup> وعليه فقد اخترنا عينة لطلبة علوم الإعلام والاتصال السنة ثانية اتصال وعلاقات عامة.

**10- الدراسات السابقة:**

**الدراسة الأولى:** دراسة موقع "بيت كوم" (2011) "غالبية العرب يستخدمون الانترنت للردشة"، أظهرت دراسة حديثة أن غالبية مستخدمي الانترنت في الدول العربية يلجئون إلى الشبكة الالكترونية للردشة مع أصدقائهم، أو العثور على أصدقاء جدد، مقارنة بمستخدمي الانترنت لأغراض أخرى. مثل التعلم عبر الانترنت أو التسوق الالكتروني أو البحث عن الوظيفة، وذكرت الدراسة أن السبب الرئيسي لاستخدام

<sup>1</sup> - محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، دون سنة، ص 112.

<sup>2</sup> - احمد بن مرسل: مرجع سابق، ص 197، 198.

الانترنت في المنطقة العربية يعود إلى المشاركة في النشاطات الاجتماعية على الشبكة الالكترونية بمعدل يصل إلى ثلاث ساعات أو أكثر بصفة يومية، وكشفت النتائج أن 67% ممن شملتهم الدراسة يستخدمون الانترنت في التواصل الاجتماعي. بينما ذكر 36% منهم أنهم يتواصلون يوميا مع أصدقائهم عبر البريد الالكتروني فيها يتواصل 31% مع الأصدقاء عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وغيرها.

**نقد الدراسة:** تتناول هذه الدراسة الدردشة على الانترنت بشكل عام في الدول العربية إذ يهتمون بمشاركة النشاطات الاجتماعية على الشبكة الالكترونية، في حين الدراسة الحالية تتناول مواضيع دينية ودرجة مشاركتها على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الدراسة الثانية: دراسة الأستاذة "ليزا شاهناز" بعنوان الدوافع الدينية لاستخدام الفيس بوك

بين الطلبة الجامعيين المسلمين (2011). اعتمدت الباحثة مدخل الاستخدامات والشباعات كخلفية نظرية لدراستها وكانت تهدف لمعرفة أهم الدوافع الكامنة لدى الطلبة الجامعيين المسلمين وراء استخدام موقع الفيس بوك ومن خلال الاستمارة التي وزعتها على أفراد عينتها المكونة من 299 طالب وطالبة في قسم التدرج بجامعة Kirkhs. المايزية بمعدل 59.9% إناث و 40.1% ذكور استطاعت الوصول إلى مجموعة من النتائج أهمها أن نشر الآيات القرآنية والأحاديث الدينية كان أهم دوافع ذلك الاستخدام الديني، فيما رأى العديد من المبحوثين أن الفيس بوك يمثل مساحة مهمة لنشر تعاليم الإسلام والقيام بالدعوة إلى الله وان أهم فوائد استخدام الموقع بالنسبة إليهم كان تحقيق التواصل وكسب صداقات جديدة، في حين لم يخفي البعض الآخر سلبيات الموقع كونه يضيع الوقت ويشكل خطرا على خصوصيتهم .

#### نقد الدراسة:

تتضمن هذه الدراسة الدوافع الدينية لاستخدام الفيس بوك لدى الطلبة، وبذلك هي تتضمن فقط جانب من جوانب الدراسة الحالية، إذ تتناول الدراسة الحالية المشاركات الدينية من كل الجوانب: الأسباب، الدوافع ...

**11- صعوبات الدراسة:**

- نقص المراجع والدراسات التي تناولت موضوع المشاركة الدينية على الفيس بوك.
- التناقض النسبي في إجابات المبحوثين.
- صعوبة التعامل مع الأساليب الإحصائية وصعوبة التفريغ.

# الفصل الثاني

## مدخل إلى شبكات

## التواصل الاجتماعي

تمهيد

- 1/ مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي
- 2/ نشأة وتطور شبكات التواصل الاجتماعي
- 3/ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي
- 4/ أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- 5/ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- 6/ استخدامات الايجابية للشبكات الاجتماعية
- 7/ الاستخدامات السلبية للشبكات الاجتماعية
- 8/ الآثار الإيجابية والسلبية للشبكات الاجتماعية
- 9/ مفهوم ونشأة الفيس بوك
- 10/ استخدامات الفيس بوك
- 11/ أهم مميزات الفيس بوك

خلاصة

## تمهيد

لقد شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء الكتروني افتراضي قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس "شبكات التواصل الاجتماعي" وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات. وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات بشكل واسع وسريع.

## 1- مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

### 1-1- مفهوم الشبكة:

كلمة الشبكة في اللغة الفرنسية تعني réseaux في قاموس لاروس le petit rousse تعرف على أنها: "مجموعة من العناصر الكبيرة أو الصغيرة أو الدقيقة، كهربائية أو هاتفية أو شبكات المدن أو شبكات رقمية، أو كومبيوترات، أو بين الأفراد." (1)

جاء في معجم محمد منير حجاب أن الشبكة: "هي مجموعة من العناصر الكهربائية أو الأفراد أو المؤسسات أو الحواسيب والكل تعمل من اجل تحقيق غاية معينة". (2)

وورد أيضا في معجم شرح المصطلحات للدكتور محمد الهادي في كتابه تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات أن الشبكة تعني "ربط حاسوب أو أكثر مع الأدوات المرتبطة معا بواسطة تسهيلات الاتصالات". (3)

### 1-2/ التعريف العام للتواصل :

يعرف التواصل باعتباره "فعلا لإيصال شيء ما: رأي، رسالة، معلومة" ويضيف على أن المصطلح في علم النفس يشير "إلى نقل الخبر داخل مجموعة ما والنظر إليه في علاقاته مع بنية هذه المجموعة".

### 1-3/ التعريف الخاص للتواصل الاجتماعي :

باللغة الانجليزية يطلق عليها social Media. لكن هذا هو المصطلح المتعارف عليه، كما نجد مصطلح آخر social Networking. أي الترابط الشبكي الاجتماعي وهو أدق، ومن حسن الحظ أن المصطلح العربي "مواقع التواصل الاجتماعي" أدق من ناحية الوصف، بشكل مبسط مواقع التواصل الاجتماعي هي عملية التواصل مع عدد من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء، أو كل ما سبق) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر

<sup>1</sup> - Le petit rousse: édition anniversaire de la semeuse ,2010 ,p881.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص301.

<sup>3</sup> - محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001، ص316.

سرعة توصيل المعلومات على نطاق واسع، فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب تبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت. (1)

#### 1-4/ تعريف شبكات التواصل الاجتماعي :

يعرفها إباد الديلمي بالقول: "أن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة ب(الفيس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قربا ليس من الحدث فحسب وإنما من الناس أيضا وهذا هو جوهر الموضوع". (2)

يعرفها محمد عواد: "بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الرجل الواحد) (العقدة) بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء إلى شركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجة أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص". (3)

تعرفها هبة محمد خليفة بالقول: "الشبكات الاجتماعية هي شبكة مواقع فعالة جدا في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها". (4)

1- علي محمد بن فتح محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، ص2.

2- محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012، ص ص 26،27.

3- عواد محمد : شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني، موقع تأملات أكتوبر، 2010.

4- خليفة هبة محمد : مواقع الشبكات الاجتماعية، منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، 19 جانفي 2009.

## 2- نشأة شبكات التواصل الاجتماعي :

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين زملاء الدراسة، وأول موقع للتواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995 وهو موقع [classmates.com](http://classmates.com) وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع ويمكن للفرد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتسب إليها ويجد زملائه. وتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل اجتماعي آخر، وهو موقع [sixdegrees.com](http://sixdegrees.com)، وكان ذلك في خريف عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، وكان ذلك بداية للانفتاح على عالم التواصل الاجتماعي بدون حدود، وقد أتاح ذلك الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من ذلك فقد تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلاله، وتبع ذلك ظهور مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة 1997-1999، وكان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع من خلال مواقع تواصل اجتماعية مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين [Asianavenue.com](http://Asianavenue.com)، وموقع البشر ذوي البشرة السمراء [Blackplanet.com](http://Blackplanet.com) وبعد ذلك ظهرت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي والتي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999..2001<sup>(1)</sup>، وقد اعتمدت هذه المواقع في نشأتها خلال الفترة الأولى على تقنيات الويب في مراحله الأولى:

**المرحلة الأولى:** يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات. شهدت هذه المرحلة

<sup>1</sup> - عادل فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011، ص 187.

مواقع متعددة من أشهرها أيضا موقع [live. journal](#) وموقع [cyworld](#). 1999 الذي أنشئ في كوريا وموقع RYZE الذي تبلور الهدف منه في تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية، وتجدر الإشارة إلى أن ابرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أنها لم تستطع أن تدر ربح على مؤسسيها ولم يكتب لكثير منها البقاء.<sup>(1)</sup>

**المرحلة الثانية:** يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التاريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي [Friendster.com](#)، وقد تم تصميمه ليكون وسيلة للتعارف والصدقات المتعددة بين مختلف فئات المجتمع العالمي وقد نال هذا الموقع شهرة كبيرة في تلك الفترة، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع [skyrock.com](#).<sup>(2)</sup>

وفي بداية عام 2003 ظهر موقع التواصل الاجتماعي الشهير [myspace.com](#) وهو من أوائل مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة وأكثرها شهرة على مستوى العالم، كما ظهرت بالتوازي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي مثل [linkedin.com](#) والتي انطلقت رسميا في الخامس من مايو عام 2003 والذي وصل عدد مستخدميه إلى 250 مليون مشتركا بنهاية شهر ديسمبر 2012، ثم كانت النقلة الكبيرة في عالم شبكات التواصل الاجتماعي بانطلاق موقع التواصل الاجتماعي الشهير الفيس بوك [Facebook.com](#) حيث انطلق رسميا في الرابع من فبراير عام 2004 وقد بدا هذا الموقع أيضا في الانتشار الموازي مع شبكات التواصل الأخرى على الساحة حتى تطور الفيس بوك [Facebook](#) من المحلية إلى الدولية عام 2006، وكذلك قيام الفيس بوك

<sup>1</sup> - غزال مريم، شعوبي نور الهدى : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2013، ص 17.

<sup>2</sup> - عبد الله ممدوح : دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص 32.

Facebook في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين، وهو ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيس بوك بشكل كبير، حتى تربع الفيس بوك على عرش مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي بل ومواقع الانترنت عامة على مستوى العالم. (1)

### 3- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تشارك مواقع الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تمتاز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها الشبكة ومستخدميها، فهناك شبكات تهتم بتحميل ملفات الفيديو فقط وأخرى تتخصص في تحميل الصور، وشبكات نجد المجموعات لديها مميزة وشبكات نجد التطبيقات لديها عديدة وغيرها، فجميعهم مشتركين في بعض العناصر والخصائص الهامة وبرز تليك الخصائص ما يلي :

#### 3-1/ الملفات أو الصفحات الشخصية: (profile page)

هذه الخاصية تمكن المستخدمين لمواقع الشبكات الاجتماعية من عمل صفحات شخصية تحتوي على جميع البيانات الشخصية التي قاموا بإدخالها عند تسجيلهم الدخول على هذه المواقع، والمتمثلة في (الاسم السن، النوع، الوظيفة، تاريخ الميلاد، الحالة الاجتماعية، مكان الإقامة... الخ)، بالإضافة إلى تفضيلاتهم المختلفة وصورهم وتعليقاتهم وكل ما يدور بأذهانهم، كما تحتوي هذه الملفات على مساحة للالتقاء والتواصل مع المستخدمين وقائمة عامة من الأصدقاء. (2)

وهذه الملفات يمكن لأي أشخاص متواصلون مع بعضهم الاطلاع بسهولة عليها من جانب بعضهم البعض فهو منشور من خلال مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا يعد بمثابة بطاقة شخصية للمشارك.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص32.

<sup>2</sup> عمرو محمد اسعد : العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي اليوتيوب

و Youtube والفيس بوك facebook، ص102.

كما تمكن المستخدمين من الظهور بالأسلوب الذي يريدونه أمام الآخرين حيث انه بعد التسجيل بأحد مواقع الشبكات الاجتماعية يطلب من المستخدمين الإجابة على عدد من التساؤلات الشخصية الخاصة، كما تشجعهم على وضع صورهم الشخصية في مقدمة صفحاتهم، والتعامل مع التطبيقات المختلفة المتوفرة في تلك المواقع . كما تمكن هذه المواقع المستخدمين من إمكانية تحميل الفيديوهات الخاصة بهم ومشاركتها بالإضافة إلى إمكانية تسجيل لقطات الفيديو مباشرة وإرسالها كرسالة مرئية صوت وصورة.<sup>(1)</sup>

### 2-3/ العلاقات /الأصدقاء : (Friends/connexion)

وهي بمثابة الأشخاص الذين نتعرف عليهم لغرض معين، حيث يستطيع المستخدمون في مواقع الشبكات الاجتماعية التواصل مع الآخرين عند الموافقة على قبول طلبات صداقتهم، وهي عملية فنية في الموقع تعني موافقة الطرفين على قبول الصداقة، فاحد المستخدمين يستقبل طلب من آخر لتأكيد وقبول هذه الصداقة، فأكثر ما يميز هذه المواقع سعيها إلى الحفاظ على العلاقات الاجتماعية لمستخدميها، حيث يستطيع المستخدمون البحث عن دائرة معارفهم وأصدقائهم باستخدام خاصية التصفح المتاحة في كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية والتواصل معهم بشكل أو بآخر، فهي تقوي الروابط الاجتماعية الضعيفة للمستخدمين، ومن ثم يستطيع المستخدم الوصول إلى صفحات أصدقائه والاطلاع عليها والتعليق فيها ومشاهدة صورهم، ويرى بعض المستخدمين أن خاصية الصداقة في مواقع الشبكات الاجتماعية هي فرصة مناسبة لهم للبحث عن صداقات جديدة، وللوصول إلى مستخدمين يشاركونهم نفس اهتماماتهم.<sup>(2)</sup>

### 3-3/ البومات الصور :

تتيح الشبكة الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء والاطلاع عليها.

<sup>1</sup> - أماني جمال مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، ماي 2010.

<sup>2</sup> - عمرو محمد اسعد : مرجع السابق، ص 103.

**3-4 / المجموعات: (Groups)**

وتتمثل في مجموعات الاهتمام تحت اسم معين وأهداف محددة حيث توفر هذه الشبكة مساحة تسمى بالمنتدى الحواري المصغر، وكذلك خاصية التثقيف أو ما يعرف بـ EVENTS أو الأحداث ودعوة الأعضاء والتعرف عليهم<sup>(1)</sup>.

**3-5 / الصفحات :**

كونت هذه الفكرة من طرف المشرفين على الفيس بوك واستعملتها كغرض تجاري بطريقة مميزة حيث تعمل على فتح الحملات الإعلانية الموجهة لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات الاقتصادية التي تحدد من طرف المستخدمين، تقوم هذه الفكرة على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث حيث يقومون بتصفحها.

**3-6 / خاصية الفيديو: (Video)**

حيث بإمكان المشترك تحميل الفيديو والصور الخاصة على هذا الموقع بالإضافة إلى إمكانية تسجيل الفيديو وإرساله كرسالة مرئية<sup>(2)</sup>.

**4- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:****4-1 / التصنيف الأول:**

**نوع أساسي:** وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثلاً: المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل والنطاق الجغرافي.

<sup>1</sup> - أمينة عادل سليمان السيد، وهيبة محمد خليفة عبد العالي: الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها على الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتوافد واستخدام موقع الفيس بوك facebook، مكتبة شوقي سالم، جامعة حلوان، السعودية، 2009، ص 12.

<sup>2</sup> - رجب عبد الحميد: تقنيات الويب الدلالي للمكتبات الرقمية، متاح في:

**مرتبط بالعمل :** وهو نوع من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين . تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم ومن قاموا بالعمل معهم

مميزات إضافية : هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع التويتتر.<sup>(1)</sup>

#### 4-2/ التصنيف الثاني:

**4-2-1/ النوع الأول:** يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي:

**أ- مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:** وأشهر هذه المواقع موقع الفيس بوك وهو موقع يمكن المستخدمين التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات

**ب- مواقع الفعاليات:** هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما تمكن هذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية "LBS" لتحديد موقع التجمع. ما يميز هذه المواقع الالكترونية إمكانية التحديث التلقائي.

**ج- المدونات:** تعرف المدونة على أنها صفحة انترنت ديناميكية تتغير زمنيا حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حسب تاريخ نشرها (حديثا النشر أولا ثم التي تليها وهكذا) والموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدونات تتراوح ما بين اليومية، والخواطر، والتعبير المسترسل عن الأفكار، والإنتاج الأدبي، والموضوعات المتخصصة في هذا المجال التقني.

<sup>1</sup> - هند بنت سليمان الخليفة، وسلطانة بنت مساعد الفهد : المدونات العربية الحاسوبية، دراسة تحليلية، الرياض، المملكة العربية السعودية، ص104.

يمكن تصنيف المدونات حسب محتواها إلى خمسة أنواع : مدونات كتابية، مدونات تصويرية، مدونات فيديو، مدونات صوت، مدونات استخدام الهاتف الجوال. (1)

**4-2-2/ النوع الثاني :** من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل الويكي WIKI هي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط الكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات .

**4-2-3/ النوع الثالث :** وهي مواقع الوسائط المتعددة، مواقع التصوير والفن، يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع تخزين وبث الفيديو، باستخدام هذه النوعية من المواقع ويمكنك مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما يمكن الموسيقيين من نشر إبداعاتهم الموسيقية والتعرف على رأي الجمهور فيها، كما تمنحهم فرصة استكشافها من قبل شركات الإنتاج الفني.

**4-2-4/ النوع الرابع :** هي مواقع الرأي والاستعراض، استعراضات السلع "Reviews Product".

**استعراضات السلع :** تخيل انك تود شراء سيارة جديدة، أو جهاز كمبيوتر حديث يمكنك زيارة مواقع الآراء لمعرفة رأي من اشتروا هذه السلع قبلك وتقييمهم لها، كما يمكنك معرفة جودة المنتج ومدى تحمله لعوامل الزمن والاستخدام اليومي، أما إن أردت فيمكنك زيارة مواقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، كما انك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته، من بين هذه المواقع : "mouthshut ،opinions". (2)

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص106.

<sup>2</sup> - صفاء زمان : الشبكات الاجتماعية، تعريفها، تأثيرها، أنواعها، متاح على :

#### 4-2-5- / النوع الخامس : المواقع الترفيهية الاجتماعية، مواقع العوالم الافتراضية "Virtual worlds"

لقد طرح مصطلح الحقيقة الافتراضية لأول مرة عام 1989 وقد أطلقت مصطلحات أخرى عديدة تشير إلى هذا المفهوم منها الحقيقة الاصطناعية Artificial reality في السبعينيات و cyberspace عام 1984 ومؤخرا العوالم الافتراضية، والبيئات الافتراضية. (1)

#### 4-3 / وهناك تصنيف آخر لمستخدمي الشبكة الاجتماعية فيس بوك : يمكن تقسيمهم إلى المجموعات التالية:

من هم مستخدمي الفيس بوك؟ من هم مرتادي هذه الشبكة؟ وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟ وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت بالكاتبة الألمانية "ألينا زنغر" والكاتب "خالد الكوطيط"، أن يتوقفا أمام نموذج من زوار الفيس بوك والمشاركين فيه، وان يعتبروا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج التالية:

#### 4-3-1 / النموذج الأول : "المتخفي" ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم

لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، ويقول الكاتبان "هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالاطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين، ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما، أو يعيشون طفولتهم من جديد حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة، ويكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم أو حتى مكالمتهم. لكن التجربة أظهرت أن خيار التخفي ليس بالأمر السيئ على الإطلاق . إذا ما أخذت بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها البعض بعين الاعتبار".

<sup>1</sup> - عصام فريجات :مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعلم والمكتبات المدرسية، متاح على:

**4-3-2/ النموذج الثاني :** "رفيق المدرسة" بهذا يتحدث الباحثان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان

هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالبا ما يكونوا زملاء من أيام المدرسة.<sup>(1)</sup>

**4-3-3/ النموذج الثالث :** "الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة" هم أصدقاء غير مريحين، ويتوقف الكاتبان

عند هذا النوع من الأصدقاء، الذين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك، وقد يثيرون بعض

المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل

في علاقاته مع أصدقائه الجدد.

**4-3-4/ النموذج الرابع :** "الأبوين" لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك

ما يكفي، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم

في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتماماتهم بهذا التواصل الاجتماعي، والدخول إلى صفحاتهم وطلب

صداقة أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه

المجموعات التي يشكلوها (دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك).

**4-3-5/ النموذج الخامس :** "المدير" يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي نرجسي، فالمدير

يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته

الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية ومن ناحية

أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

**4-3-6/ النموذج السادس :** "القريب" يرى الكاتبان في هذا النموذج انه "لا داعي لمكالمة القريب

البعيد، لمعرفة كيف حاله، فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء

لا أهمية لها، فالفيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم .

<sup>1</sup> - محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور التلقين، رسالة ماجستير، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في

**4-3-7/ النموذج السابع: "الأصدقاء الحقيقيون"** يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أو لا، ويقولان: (الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل في هذه الحالة لا يحتاج المرء للفيس بوك للحفاظ على الصداقة. لكن ضم هؤلاء الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي، على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء).<sup>(1)</sup>

## 5- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصا الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

### 5-1/ المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو احدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري

### 5-2/ الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفيس بوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 90.

الصوتية يجعل الفيس بوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة احد وسائل ملئ الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم

### 3-5/ البطالة:

تعبّر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وان كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وإيديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من اجل الاحتيال والنصب.

### 4-5/ الفضول:

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجربتها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر .

### 5-5/ التعارف وتكوين الصداقات:

سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد. (1)

<sup>1</sup> - مشري مرسي: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012، ص 157.

**5-6/ التسويق أو البحث عن وظائف:**

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.<sup>(1)</sup>

**6- الاستخدامات الايجابية والسلبية للشبكات الاجتماعية:**

يمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في الايجابيات التالية:

**6-1/ الخدمات الاتصالية الشخصية:**

وهو الاستخدام الأكثر شيوعاً، ولعل الشراكة الأولى للشبكات الاجتماعية اليوم كانت بهدف التواصل الشخصي بين الأصدقاء في منطقة معينة أو مجتمع معين، وهذا الهدف موجود حتى الآن برغم تطور الشبكات الاجتماعية على مستوى الخدمات وعلى مستوى التقنيات والبرمجيات، وبرغم خروجها من حدود الدولة إلى فسيح جو العالم. ويمكن من خلال الشبكات الاجتماعية الخاصة تبادل المعلومات والملفات الخاصة والصور ومقاطع الفيديو، كما أنها مجال رحب للتعارف والصدقة، وخلق جو مجتمع يتميز بوحدة الأفكار والرغبات غالباً، وإن اختلفت أعمارهم وأماكنهم ومستوياتهم العلمية

**6-2/ الاستخدامات التعليمية :**

إن الدور الذي تلعبه الشبكات الاجتماعية في تطوير التعليم الإلكتروني وتعمل على إضافة الجانب الاجتماعي له، والمشاركة من كل الأطراف في منظومة التعليم بداية من مدير المدرسة والمعلم وأولياء الأمور وعدم

<sup>1</sup> - الوافي طيب وبهلول لطيفة: البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، متاح على:

<http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc,le25/02/2016,à14.02h>

الاقتصار على التركيز على تقديم المقرر للطلاب . فاستخدام الشبكات الاجتماعية مما يزيد فرص التواصل والاتصال في خارج نطاق المدارس، ويكسر حاجز الوقت فيمكن التواصل خارج وقت الدراسة، ويقضي على كثير من الرسميات داخل المدارس، ويمكن التواصل الفردي أو الجمعي مع المعلم، مما يوفر جو من مراعاة الفروق الفردية كما أن التواصل يكسب الطالب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، وهي مساحة ضيقة جدا داخل أسوار المدارس، في ظل تكديس الطلاب في الفصول وكثرة المواد، مع وجود الأنظمة والمساحات الضيقة للمناقشات والتداولات.

### 3-6/ الاستخدامات الحكومية:

اتجهت كثير من الدوائر الحكومية للتواصل مع الجمهور من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف قياس وتطوير الخدمات الحكومية لديها، ومسايرة للتقنية الحديثة، بل أصبح التواصل التقني مع الجمهور من نقاط تقييم الدوائر الحكومية وخدماتها المقدمة، وتتميز هذه الخدمة بقلّة التكلفة، والوصول المباشر للمستفيد الأول، مما يساعد في تفادي الأخطاء والوصول بالخدمة المقدمة للإتقان والتميز، ويمكن الاستفادة من الشبكات الاجتماعية في حجز المواعيد وتأكيداتها، ونشر التعليمات والإجراءات، والتواصل مع الرئيس مباشرة، وإبداء الملاحظات والمقترحات (1)

<sup>1</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطرام فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة، المملكة العربية السعودية، 1432هـ، ص 15.

**6-4 / الاستخدامات الإخبارية :**

أصبحت الشبكات الاجتماعية مصدر أصيل من مصادر الأخبار لكثير من روادها، وهي أخبار تتميز بأنها من مصدرها الأول وبصياغة فردية حرة غالباً، لا احترافية لاستخدامات مختلفة سياسية أو دعائية . وقد تتميز المدونات الخاصة باستقطاب الباحثين عن الأخبار، ومواقع الأخبار المتخصصة، وقنوات إخبارية كبيرة، في أحداث مختلفة سابقة، وكان لأصحابها التأثير الكبير في نقل الأخبار الصحيحة للرأي العام .

**6-5 / الاستخدامات الدعوية :**

فتحت الشبكات الاجتماعية الباب للتواصل والدعوة مع الآخرين مسلمين أو غير مسلمين باختلاف لغاتهم واختلاف أجناسهم وبلدانهم، وأصبح لكثير من الدعاة صفحتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل العالمي في ظل الانغلاق الإعلامي الرسمي لكثير من الدول، وفي ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر وتقولب الداعية والعالم على قوالب جامدة . وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالعالمية والفورية والتحديث المستمر، مع كسر حاجز الوقت والزمان، والسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف. (1)

**7- الاستخدامات السلبية للشبكات الاجتماعية :**

جرائم الانترنت اخطر ما يواجه المستخدم البسيط وحتى المحترف، وان كان العلم والحذر قد يخفف من وطأة الجرائم، ومن تلك الاستخدامات السلبية مايلي :

<sup>1</sup> - نفس المرجع ، ص 15.

## 7-1/ بث الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة والمفسدة :

وهذا البث مما يحدث خللا أمنيا وفكريا، وخاصة أن أكثر رواد الشبكات الاجتماعية من الشباب مما يسهل إغرائهم وإغوائهم بدعوات لا تحمل من الإصلاح شيئا بل هي للهدم والتدمير، وقد يكون وراء ذلك منظمات وتجمعات، بل ودول لها أهداف تخريبية .

## 7-2/ عرض المواد الإباحية والفاضحة والحادشة للحياء :

إن مسألة الإباحية الخلقية والدعارة من المخاطر العظيمة على المجتمعات القديمة والمعاصرة، ولقد ذكرت وزارة العدل الأمريكية في دراسة لها أن تجارة الدعارة والإباحية تجارة رائجة جدا يبلغ رأس مالها ثمانية مليار دولارا ولها أواصر وثيقة تربطها بالجريمة المنظمة، وتجارة الدعارة هذه تشمل وسائل عديدة كالكتب والمجلات وأشرطة الفيديو والقنوات الفضائية الإباحية والانترنت . وتفيد الإحصاءات الاستخبارات الأمريكية FBA، إن تجارة الدعارة هي ثالث أكبر مصدر دخل للجريمة بعد المخدرات والقمار. (1)

وهي أخلاقية تظهر على الشبكة العنكبوتية بشكل عام لسهولة التدوين والتخفي على الشبكة وهي أخلاقيات لا تحتاج بالضرورة إلى معرفة تامة بالبرمجة والبرمجيات ولا تستند في الغالب إلى مستند شرعي حقيقي، فلا يحتاج صاحبها للتدليل أو التعليل أو الإثبات، كل هذا تقابله أنظمة وقوانين لا تملك الرد والردع لمثل هذه التصرفات . والابتزاز قد يكون أخلاقي بصور أو مقاطع فيديو خاصة وهي من أكثر صور الابتزاز على الشبكات الاجتماعية، وقد يكون مالي من قبل أشخاص أو من قبل عاملين في مؤسسة أو شركة خاصة عند ترك العمل أو الفصل، فقد تكون معه معلومات فيسأوم صاحب المؤسسة أو الشركة على تلك المعلومات، والتزوير من أكثر جرائم نظم المعلومات انتشارا على الإطلاق، ويتم التزوير في صور شتى

<sup>1</sup> - فايز الشهري : استخدامات شبكة الانترنت في العالم الأمني العربي، مجلة البحوث الأمنية، كلية الملك فهد، العدد التاسع عشر، شعبان 1422هـ، ص51.

منها على سبيل المثال : إدخال بيانات خاطئة أو تعديل البيانات الموجودة ومن صورها على الشبكات الاجتماعية تزوير البيانات الخاصة للشخص مثل الجنس أو العمر أو وضع صورة مخالفة للواقع.

#### 7-4/ انتهاك الحقوق العامة والخاصة :

الخصوصية الشخصية الخاصة أو الخصوصية الاعتبارية للمواقع من الحقوق المحفوظة والتي يعتبر الاعتداء عليها جرماً يستحق صاحبها العقاب والتجريم، وقد أدى انتشار الشبكة وخاصة الاجتماعية- بما تحمله من خصوصية اجتماعية للشخص والمواقع - إلى سهولة هتك ستار الحقوق والتلاعب بها إما بالتعطيل أو التغيير أو بالاستغلال السلبي لها ولمعلوماتها، وانتهاك الخصوصية يتم من عدة طرق، منها انتحال الشخصية للأفراد أو الاعتبارية للمواقع والشركات، فلكل شخصية فردية واعتبارية حقوقها المحفوظة، وخاصة للشخصيات المهمة والمتميزة وأصحاب الرئاسات الكبرى، وكذلك الحال من المواقع الشهيرة والمتميزة، استغلالاً للنفوذ والشهرة والثقة الاعتبارية لكثير من الشخصيات والواقع.<sup>(1)</sup>

#### 8- الآثار الايجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

وهناك آثار ايجابية وسلبية للشبكات الاجتماعية على المجتمع العربي من جهة وعلى الأعمال التجارية والاقتصاد من جهة أخرى وهي:

#### 8-1/ الآثار الايجابية على المجتمع العربي:

- ربط الناس ببعضهم وتقصير المسافات بينهم
- منصة فورية للحصول على الأخبار والمعلومات
- تساعد على تعلم أمور جديدة
- توفر ميزات ترفيهية

<sup>1</sup> - سلطان مسفر مبارك الصاعدي : مرجع سابق، ص18.

- تتيح الحصول على وسائل تواصل قليلة التكلفة

- توفر فرص للعمل والتطور الوظيفي

### 8-2/ الآثار السلبية على المجتمع العربي:

- تقلل التفاعل الشخصي بين الناس

- التفكك الأسري

- تسبب الإدمان عليها

- تزيد الكسل والخمول

- خطر التعرض لمواد غير لائقة

- تضعف مهارات التواصل

- معلومات غير دقيقة ومضللة في بعض الأحيان. (1)

- تتعارض مع الثقافة المحلية

### 8-3/ الآثار الإيجابية على الأعمال التجارية والاقتصادية :

- تعزيز النمو والتوسع في الأعمال التجارية بشكل أسرع.

- توليد مصدر دخل مباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

- تحسين صورة المؤسسة.

- منصة للتسويق والإعلانات.

- البحث عن المواهب.

<sup>1</sup> - هنا سرور : تأثير وسائل التواصل الإلكتروني في التطور الاجتماعي، جلسة: وسائل التواصل الاجتماعي واثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة، ص27.

- تشجيع الشفافية والتركيز على المتعاملين.

#### 8-4/ الآثار السلبية على الأعمال التجارية والاقتصاد:

1- خطر تسويق الاسم التجاري للشركات.

2- تشكل وسائل التواصل الاجتماعي تهديدا لوسائل الإعلام التقليدية من خلال استحوادها على حصص

من أسواقها.<sup>(1)</sup>

#### 9- مفهوم ونشأة الفيس بوك Facebook:

##### 9-1/ مفهوم الفيس بوك:

مصطلح فيسبوك (facebook) كما هو معروف في أوروبا وهو يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص خصوصا في الجامعات الأجنبية بعضهم، حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية<sup>(2)</sup>.

مؤسس الموقع "مارك زوكربيرج" أطلق الموقع في الرابع من فبراير 2004 حين كان طالبا في جامعة هارفارد.

الفيسبوك هو موقع الكتروني يتيح التواصل مع الأفراد في مجتمع افتراضي حيث كان تطوره على عدة مراحل في كل مرة يتم تطويره من أجل خدمة مستخدميه وقد حقق الفيسبوك نجاحا وشهرة عالية بسبب تميزه واختلافه مع الشبكات الأخرى، وأهم ما يميزه توجهه لشريحة الشباب، حيث عرف إقبالا كبيرا عليه .

<sup>1</sup> - نفس المرجع. ص 28.

<sup>2</sup> - عبد الله سنمومي: عصر العولمة الدور التحديات الجديدة، الدار الجامعية، بيروت، 1999، ص 35 .

## 9-2/ فكرة نشأة الفيس بوك Facebook:

ترجع فكرة نشأة موقع الفيس بوك إلى صاحبه "مارك جزكريبج" حيث اخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الانترنت ليجمع زملائه في الجامعة "جامعة هارفارد الأمريكية" ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وأرائهم، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع ينشر الأخبار ولكن هدفه الأساسي انه موقع يجمع شمل أصدقائه ويساعد على التواصل بين الطلبة بعضهم ببعض .

وأطلق جوكر بيرج موقعه فيس بوك facebook في عام 2004، وكان له ما أراد، فسرعان ما لقي الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية واستمر موقع "الفيس بوك" مقتصرًا على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، ثم قرر جوكر بيرج أن يخطو خطوة أخرى للأمام، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة في عدد مستخدمي الموقع، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007<sup>(1)</sup>، وكان من الطبيعي أن يلفت النجاح السريع الذي حققه الموقع أنظار العاملين في صناعة المعلومات، فمن ناحية بات واضحاً أن سوق شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت ينمو بشكل هائل، ويسد احتياجاً هاماً لدى مستخدمي الانترنت خاصة من صغار السن . ومن ناحية أخرى نجح موقع الفيس بوك في هذا المجال بشكل كبير، وكانت النتيجة أن تلقى جوكر بيرج عرضاً لشراء موقعه بمبلغ مليار دولار العام الماضي، إلا أن جوكر بيرج فاجأ الكثيرين من حوله برفض العرض، وتوقع الكثيرون أن يندم على هذا الرفض خاصة وأنه جاء بعد عام واحد فقط من قيام شركة "ينوز كوربور ريشن" التي يمتلكها المليونير الاسترالي روبرت ميردوخ، بشراء موقع "ماي سبيس" وهو من أشهر مواقع العلاقات الاجتماعية، بمبلغ 580

<sup>1</sup> - فيس بوك : وكالة أنباء دولية محورها .. أنت. الشرق الأوسط . ع 10512، سبتمبر 2007، متاح في

<http://www.aawsal.com/details.asp?section=37 issueno=10512 article=436304 search.>

(le23.2.2016)à12.30.

مليون دولار. أما سبب رفض جوكر بيرج لهذا العرض فيرجع إلى انه رأى أن قيمة الشبكة أعلى كثيرا من المبلغ المعروض، وحسبما قال في مقابلة مع صحيفة فاينا نشيال تايمز البريطانية "فانه ربما لم يقدر كثيرون قيمة الشبكة التي بنيناها بما تستحق" وأضاف أن عملية الاتصال بين الناس ذات أهمية بالغة، وإذا استطعنا أن نحسنها قليلا لعدد كبير من الناس فان هذا سيكون له اثر اقتصادي هائل على العالم كله ". ويتم تمويل الموقع عن طريق الإعلانات حيث أن غالبية مستخدمي الفيس بوك يفتحون حسابهم الخاص بشكل يومي، وتصل القيمة السوقية للفيس بوك كشركة الآن إلى نحو 15 مليار دولار.

### 10- نظرة شاملة على الفيس بوك : "خدماته واستخداماته"

استطاع موقع الفيس بوك facebook، احد أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت، خلال ثلاث سنوات أن يستحوذ على أكثر من 52 مليون مستخدم حول العالم، واشترك أكثر من 150 الف مستخدم جديد في الموقع يوميا، يتواصلون معا عبر صفحة شخصية خاصة بكل منهم، ويبدوا أن أكثر مستخدمي الموقع من الشباب والطلبة الجامعيين والمراحل الدراسية المختلفة، الذين يسعون إلى التعارف وتكوين المجموعات والتجمعات التي تعبر عن آرائهم في الحياة، أو جروب خاصة بمجموعات منهم، أصدقاء حلقة دراسية، زملاء رحلة صيف، محبي مطرب، غير أن الأمر لا يقتصر على الطلبة والشباب فستجد داخل الفيس بوك أيضا عددا كبيرا من الإعلاميين الذين وجدوا في الفيس بوك عالما آخر لهم، ينشرون من خلاله أعمالهم، ويبحثون عن قرائهم ومشاهديهم. موقع الفيس بوك لم يكن هو الأول فقد سبقه مواقع مشابهة مثل موقعي "myspace" و "H5" غير أن الفيس بوك يتيح مساحة أكبر من الخصوصية حيث يتحكم المستخدم في من يرى المعلومات الخاصة به، حين يرفض من البداية أو يقبل جعله صديقا له. على حائط الفيس بوك يمكن للأصدقاء أن يكتبوا ويعلقوا على ما يريدون، ويمكنهم أن يسموا أيضا لصاحب الصفحة، وان يستمعوا إلى موسيقاه المفضلة، فيلمه

المفضل، صوره الخاصة التي تحكي تفاصيل حياته، مذكراته، مواعيده، ماذا فعل بالأمس، صور تفاصيل حياته، يرو صور أفضل أصدقائه (1).

ويلعب الفيس بوك بشكل كبير على الحنين إلى الماضي، البحث عن أصدقاء قدامى ربما فقدوا منك، البحث عن ذكريات الطفولة، تكوين مجموعات لفترات مرحلة المراهقة، وربما يبدو هذا أكثر ما يلفت النظر في مجموعات الفيس بوك التجمعات فمعظمها ينتمي إلى فكرة البكاء على الأطلال والحنين، فمن أكثر التجمعات انتشاراً قروب "الطفولة المشردة"، أيضاً يستعيد ملامح فترة الطفولة في التسعينات والثمانينات، من خلال صور شهيرة، فيديو المسلسلات وأغاني وأفلام كارتون تلك الفترة، بالإضافة إلى التجمعات الخاصة بزملاء دراسة ابتدائية أو إعدادية وجدوا بعضهم البعض. ونرى أن من يتأمل شبكة الفيس بوك فسيفاجاً بهذا الكم الهائل من التواصل والتشبيكات بين البشر في العالم كله من شرقه وغربه، وتجدر لدى كل شخص عشرات الأصدقاء، من شتى أنحاء العالم ويرى أن تأثير الفيس بوك على الشباب أكبر لأنه هو الأقرب إليهم الآن، وبالتالي فتتقلهم بين صفحاتهم وانضمامهم إلى مجموعاتهم يتيح لهم احتكاكاً أكبر بأشخاص مختلفين ذوي اتجاهات إيديولوجية مختلفة غير انه يرى أن أسوأ ما في الفيس بوك هو عندما تغيب سمات الشخصية، ويعتمد صاحبها إخفائها مما يجعل السباب والشتائم تتولى والعري الفكري، أو وان يقوم بإيذاء الآخرين بفكرة شاذة لا يوافق عليها المستخدم ذاته إذا عرف الناس شخصيته. (2)

<sup>1</sup> - فيس بوك : وكالة أنباء دولية محورها .. أنت. الشرق الأوسط . ع 10512، سبتمبر 2007، متاح في [http://www.aawsal.com/details.asp?section=37&issueno=10512&article=436304&search.\(le23.2.2016\)à12.30](http://www.aawsal.com/details.asp?section=37&issueno=10512&article=436304&search.(le23.2.2016)à12.30).

<sup>2</sup> - سهير عثمان : فيس بوك، طريق الباحثين عن العلاقات القديمة، متاح على: <http://www.moheet.com/show.files.aspx?fid=4633&pg=10K> le23/02/2016à12.30h.

**11- أهم مميزات الفيس بوك:****11-1/ الملف الشخصي "Profile":**

فعندما تشترك في الموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، أمور مفضلة وكلها معلومات مفيدة من اجل التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعها بالتحديد.

**11-2/ إضافة صديق "add friend":**

وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق وان يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الالكتروني.

**11-3/ إنشاء مجموعة "groups":**

تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت أو اجتماعية ...، وتستطيع جعل الاشتراك بها حصريا بالعائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها

**11-4/ لوحة الحائط "wall":** وهي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث

تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم

**11-5/ النكرة "pokes":** منها يتاح للمستخدمين إرسال نكزه افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي

عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بان احد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

**11-6/ الصور "photos"**: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها. (1)

**11-7/ الحالة "statu"**: التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

**11-8/ التغذية الإخبارية "New sfeed"**: 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 بأصدقاء المستخدم.

**11-9/ الهدايا "gifts"**: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

**11-10/ السوق "market place"**: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

**11-11/ إنشاء صفحة خاصة على موقع الفيس بوك facebook**: وتتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع facebook adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل على صفحتك في الفيس بوك.

**11-12/ التعليقات "facebook notes"**: وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين. (2)

<sup>1</sup> - مهاب نصر: الفيس بوك صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفيس بوك. هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446، 3 نوفمبر 2010، ص 10.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 10.

## خلاصة

وفي الأخير ومن خلال هذا الفصل يمكن القول أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت بكل أنواعها وخدماتها وسيلة مهمة وفعالة في التواصل الاجتماعي وتبادل المعارف الثقافية والعلمية والفكرية، كما أن لها دور كبير في التقريب بين الأفراد وتبادل وجهات النظر فيما بينهم رغم اختلاف توجهاتهم وأفكارهم، فأصبحت بذلك تحتل عقول البشر خاصة موقع الفيس بوك الذي أضحي اليوم يستحوذ على اهتمام الملايين من فئات المجتمع خاصة شريحة الشباب فخلق لهم عالمهم الخاص بهم واهم ما يميز مواقع الشبكات الاجتماعية هو كيفية توجهها للشريحة التي تخاطبها وتهتم بها وكيفية إدارة وإعداد المحتوى الخاص بهذه الشريحة، لكن وعلى الرغم من ذلك تبقى للشبكات الاجتماعية إيجابياتها وسلبياتها التي تعود على مستخدميها فإن أحسن استخدامها عادت عليه بالفائدة وان أساء استخدامها عادت عليه بالضرر.

# الفصل الثالث

## الدعوة عن طريق الإنترنت

تمهيد

- 1- مفهوم النشر الإلكتروني
- 2- نشأة النشر الإلكتروني
- 3- مزايا وعيوب النشر الإلكتروني
- 4- مفهوم الدين
- 5- خصائص الدين الإسلامي
- 6- مفهوم الدعوة إلى الله
- 7- طرق ممارسة الدعوة إلى الله
- 8- أهمية الدعوة إلى الله من خلال الانترنت
- 9- عوامل الدعوة إلى الله
- 10- تحديات الدعوة إلى الله من خلال الانترنت
- 11- مزايا الدعوة إلى الله من خلال الانترنت

خلاصة

## تمهيد

إن الإسلام لم يجعل وسائل الدعوة أمراً محمداً لا يمكن تجاوزه، بل جاء بالإطار العام لمنهج الدعوة ووسائلها. فالمطلوب في الدعوة هو الحكمة في استخدام الوسيلة المناسبة، ومن المعلوم أن الزمن يتغير، والوسائل تنوع وتتجدد والمؤمن مطالب بالإبداع في وسائل الدعوة وعدم الجمود، فأصبح من الضروري على علماء الدين أن يستفيدوا من جميع أنواع الوسائل الحديثة التي ظهرت في عصر ثورة المعلومات والاتصالات لإيصال دعوة الله إلى كل الناس وبكل اللغات إن أمكن ذلك .

## 1- مفهوم النشر الالكتروني :

ورد في قاموس Webster الالكتروني المتاح على شبكة الانترنت أن النشر الالكتروني هو : "ذلك النوع من النشر الذي يتم فيه توزيع المعلومات عبر شبكة الحاسب الآلي أو تحميل المعلومات على احد الأشكال أو الوسائط التي يتم تشغيلها من خلال جهاز الحاسب الآلي".<sup>(1)</sup> وقد استخدم هذا المصطلح مرة سنة 1980 هو أيضا : "استحداث أساليب جديدة لنقل المعلومات من المصدر (المؤلف) إلى المستفيد (القارئ)".<sup>(2)</sup> هذا ويشمل النشر الالكتروني العديد من الوسائل مثل : التصوير الميكرو فيلمي، والنسخ التصويري، والإرسال والاستقبال عبر الأقمار الصناعية، والتخزين والاسترجاع بواسطة الحاسب الالكتروني وعن طريق استخدام المنافذ، والتخزين والاسترجاع على أقراص الليزر، وغيرها من الوسائل الالكترونية"<sup>(3)</sup>، وهو أيضا : "إصدار عمل مكتوب بالوسائل الالكترونية خاصة الحاسب أو من خلال شبكة اتصالات، أو هو مجموعة من العمليات بمساعدة الحاسب تتم عن طريق إيجاد وتجميع وتشكيل واختزان وتحديث المعلومات، من اجل بثها لجمهور معين من المستفيدين".<sup>(4)</sup>

كما نجد تعريفا آخر : "استخدام الأجهزة الالكترونية في مختلف مجالات الإنتاج أو الإدارة أو التوزيع للمعلومات على المستفيدين، وهو يماثل النشر بالأساليب التقليدية، فيما عدا أن المادة أو المعلومات المنشورة لا يتم طباعتها على الورق بغرض توزيعها، وإنما توزع على وسائط ممغنطة كالأقراص المرنة والمليزرة أو من خلال شبكة الانترنت".<sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> - Webster : Merriam , [www ebster dictionary. Availabe:http //www.m-w.com cgi\\_bin/dictionary.](http://www.m-w.com/cgi_bin/dictionary)

<sup>2</sup> - عماد عبد الوهاب الصباغ : النشر الالكتروني، تطوره، آفاقه ومشاكله في الوطن العربي تونس، الندوة العربية الثانية للمعلومات حول تقنيات المعلومات والاتصالات في الوطن العربي تحديات المستقبل، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، 1991، ص110.

<sup>3</sup> - محمد أمان : النشر الالكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، مج6، ع1، 1985، ص6.

<sup>4</sup> - Kist.joost , Electronic publishing ,looking for obluie print; london,groom Helm ,1987, p12.

<sup>5</sup> - عارف رشاد : تكنولوجيا النشر الالكتروني، عالم الكمبيوتر، 1997، ص58.

## 2- نشأة وتطور النشر الالكتروني :

تنطوي حماية النشر على حماية حق الناشر وحق المؤلف في أن ينشر له ما يكتب... وبهذا المفهوم، حماية حقوق الملكية الفكرية تشمل حماية النشر والتأليف.<sup>(1)</sup>

وإذا كانت الكتب والمنشورات تشكل أساس النشر الورقي تعد المعلومات والبيانات من القواعد الأساسية للنشر الالكتروني وجعلها متاحة لطالبيها بسرعة وفعالية بعد تسجيلها وتحليلها للإمام باتساع المجال المعرفي والنمو الهائل في حجم الإنتاج الفكري الذي يصل سنويا إلى أكثر من 14 مليون وثيقة.<sup>(2)</sup>

وقد ظهر النشر الالكتروني بداية باستخدام الكمبيوتر في إصدار منشورات ورقية ومن ثم ظهرت مطبوعات تصدر فقط في الشكل الالكتروني يتاح الوصول إليها على الخط مباشرة، على الرغم من حرص المؤلفين على السيطرة على هذه المنشورات الالكترونية فقد بقيت معرضة لسرقة حقوق الطبع وإعادة نسخها وبيعها بطرق غير شرعية.

ومن بين أشكال النشر الالكتروني نجد : برامج الكمبيوتر، الكتب الالكترونية، قواعد البيانات، الصحف والمجلات، ويتخذ أربعة أشكال:

- نشر الكتروني أولي: يأخذ الشكل الالكتروني للمؤلف دون نشره في شكل ورقي
- نشر الكتروني مسبق: يسبق النشر الورقي للمؤلف
- نشر الكتروني موازي: نشر المؤلف في شكل ورقي والالكتروني في نفس الوقت

<sup>1</sup> - شريف درويش اللبان : تكنولوجيا النشر الصحفي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص155.

<sup>2</sup> - محمد فتحي عبد الهادي : قضايا أخلاقيات التعامل مع المعلومات واستخدام الأقراص المدمجة وتأثيرها على نظم المكتبات والمعلومات

العربية، المكتبة الجامعية، القاهرة، 1991، ص153.

- إعادة نشر الكتروني: إعادة نشر مؤلفات في شكل ورقي الكترونيا ويتيح هذا الشكل الحصول على مختلف المؤلفات ثم القيام بنسخها وحفظها على الأقراص المدمجة.<sup>(1)</sup>

### 3- مزايا وعيوب النشر الالكتروني :

#### 3-1- مزايا النشر الالكتروني :

- يتوفر النشر الالكتروني على عدد كبير من المزايا والفوائد للمستعملين، سنخص بالذكر مايلي :
- إمكانية التعديل في المحتوى: سواء بالإضافة أو بالحذف لان النشر الالكتروني يمكن المؤلف من التعديل في محتوى نصه دون عناء أو جهد أو أية إشكاليات أخرى
- السعة الكبيرة في تخزين المعلومات: التي تتميز بها الوسائط الالكترونية، حيث أن قرص مدمج واحد بإمكانه تخزين محتوى مكتبة بكاملها، وقد نجد موسوعات علمية مخزنة مع كل ما تحويه من وسائل الإيضاح كالجداول والرسومات البيانية والصور الثابتة والمتحركة صورة وصوت .
- يتيح النشر الالكتروني للباحثين إمكانية الاطلاع على محتويات المكتبات ومراكز المعلومات والأرشيف التي تقدم أرصدها على شكل الكتروني، حيث أصبح بإمكان القارئ استعمال حاسوبه الشخصي في مكتبه أو في بيته للوصول إلى المعلومات التي يريدونها
- التفاعلية بين المرسل والمستقبل : فقد ألغى النشر الالكتروني قضية المرسل والمستقبل، فأصبح مرسل الرسالة الأولى هو المرسل الثاني وهكذا
- اللامحدودية : أو التغلب على عنصر الزمن والمساحة ففي النشر الالكتروني مفتوحان

<sup>1</sup> - شريف درويش اللبان: مرجع سابق، ص 145.

- الاتصال اللاتزامني (اللاتزامنية): إذ ليس من الضروري أن يلتقي المرسل والمستقبل في نفس الوقت لحدوث العملية الاتصالية، إذ بإمكانهم الحصول على الرسالة متى شاء، كما هو واقع في البريد الإلكتروني.<sup>(1)</sup>
- وهناك أيضا خصائص ومزايا النشر الإلكتروني على شبكات التواصل ومنها الفيس بوك نذكر من بينها:
  - تتيح حرية الاختيار لمن يريدون المشاركة في اهتمامهم
  - منحت متصفحها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات عدة.
  - تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع، ليصله جديد ما يكتب، ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه.
  - كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع.
  - إتاحة المجال للإفراد في الدخول إلى المواقع الاجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة.
  - تتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات، والصور والفيديو، والدردشة والمحادثة الفورية، والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة.
  - تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة، والاختصاص والاهتمام.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - كريم مراد : النشر الإلكتروني ومكتبة المستقبل، مجلة المكتبات والمعلومات، مج2، ع2، قسنطينة، دار الهدى، 2005، ص ص 147، 148.

<sup>2</sup> - عمار توفيق أحمد بدوي : أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة (الفيس بوك) نموذجاً، دراسة نظرية إحصائية، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية .

- تمتاز مواقع التواصل الاجتماعي باليسر والسهولة، ولا تكلف المنخرط فيها شيئاً ولا يحتاج لرأس مال تشغيلي ولا عقار يتخذه مقراً، ولا سلطة لأحد عليه فهو وما يرى أو ما يمليه عليه ضميره، أو دينه، ولربما القوانين التي بمقتضاها تحظر صفحته.

### 3-2- عيوب النشر الإلكتروني :

صادف ظهور وتطور النشر الإلكتروني جملة من العوائق والمشكلات نذكر منها :

- ارتفاع تكلفة اقتناء الأجهزة اللازمة للاستفادة من خدمات النشر الإلكتروني كالحواسيب ومختلف الوسائط الإلكترونية الحديثة، إضافة إلى رسوم الاشتراك في الانترنت وسائر شبكات المعلومات الأخرى بالنسبة للفرد الواحد، إلا إذا تعلق الأمر بشركة أو مؤسسة فقد يصبح عبئ التكاليف اقل تأثيراً.

- خطر تخريب البيانات المتوفرة داخل مواقع الناشرين من طرف القرصنة المتسللين إلى برامج الكمبيوتر وهي اعتداءات أصبحت تشكل خطراً كبيراً على النشر الإلكتروني وحماية محتويات الأوعية الحاملة للمعلومات.<sup>(1)</sup>

- عدم احترام الخصوصية وفقدان سرية المعلومات : " القرصنة على الأجهزة الخاصة والمعلومات، فهناك لصوص بيانات يقومون بالقرصنة على الأجهزة الخاصة بتخريبها أو سرقة المعلومات منها

- الإدمان على الانترنت : تقول الأبحاث أن الجلوس أكثر من 5 ساعات يعتبر إدماناً، وهناك فرق بين الإدمان والعزلة الاجتماعية فالإدمان هو الاستخدام المكثف والرغبة في الزيادة، والإدمان مؤد إلى العزلة الاجتماعية حيث سوء علاقات المستخدم الاجتماعية

- صعوبة الوصول إلى المتلقي : نجد في الانترنت مواقع لا يستطيع المتلقي الوصول إليها بسهولة، لكثرة المواقع وكثرة المتلقين، وشهرة بعض المواقع على حساب مواقع أخرى.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - كريم مراد : مرجع سابق، ص ص 148، 149

<sup>2</sup> - براهيم يوسف : تأثير التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال على المكتبة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005، ص ص 67، 68 .

**4- مفهوم الدين :**

**4-1- تعريف الدين لغة :** إن الدين من الناحية اللغوية يطلق على عدة معان نذكر منها:

أ- **الطاعة:** يقال قد دنته وذننت له، أي أطعته. (1)

ب- **الحكم والقاضي:** ومنه، القاهر والقاضي والحاكم والحاسب والمجازي الذي لا يضيع عملا بل يجزي بالخير

والشر. (2)

ج- **العادة والشأن:** يقال " ما زال ذلك ديني وديدي، أي عادتي وشائي، ويقول ابن فراس : أما قولهم أن العادة

يقال لها ديني فان كان صحيحا فلان النفس إذا اعتادت شيئا مرت معه وانقادت له.

وبالرجوع إلى المعاجم اللغوية هناك معان كثيرة لكلمة الدين حتى انه يمكن إطلاقها على معان بعيدة

أو قد تكون متناقضة كالذل والقهر والعز... غير أن هذا التنوع في اشتقاق هذه الكلمة له صلة بالمعنى الجوهرية

لكلمة الدين حيث أنها لا تخرج عن احد هذه الاستعمالات:

- "دان للشيء" بمعنى الخضوع له والتذلل له وطاعته

- "دان الشيء" بمعنى اتخذه ديناً ومذهباً وهو بهذا المعنى العادة والشأن. (3)

**4-2- تعريف الدين اصطلاحاً :**

تعريف المومودي: "أما المومودي فقد عرف الدين بأنه : النظام الشامل للحياة يدعن فيه المرء لسلطة عليا

لكائن ما، ثم يقبل طاعته وإتباعه ويتقيد في حياته بمحدوده وقواعده وقوانينه ويرجو في طاعته العزة والترقي

في الدرجات وحسن الجزاء، ويخشى في عصيانه الذلة والخزي وسوء العقاب. (4)

<sup>1</sup> - ابن منظور: لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، لبنان، ج2، ص 409.

<sup>2</sup> - الفيروز آبادي: القاموس المحيط، دار إحياء التراث العربي، لبنان، ج3، ص575.

<sup>3</sup> - محمد عبد الله دراز: الدين، بحوث ممهدة لدراسة تاريخ الأديان، دار القلم، الكويت، (د.ت)، ص190.

<sup>4</sup> - أبو الأعلى المومودي: المصطلحات الأربعة، تعريف محمد كاظم سباق، دار القلم، الكويت، ط5، 1971، ص116.

تعريف احمد الخشاب : "مجموعة من الظواهر الاعتقادية والعملية التي تتصل بالعالم المقدس أو تنظيم سلوك الإنسان حيال هذا العالم".<sup>(1)</sup>

تعريف ريفل: "توجيه الإنسان سلوكه، وفقا لشعوره بصلته بين روحه وبين روح خفية، يعترف لها بالسلطان عليه وعلى سائر العالم ويطيب له أن يشعر بالاتصال بها".<sup>(2)</sup>

يعرفه سبينوزا: "يعني حب الله المتشكل من كماله وعظمته، ويقسم الدين إلى الدين العملي الذي يجب أن يعتقد به العامة من الناس والعقيدة الفلسفية التي تختص بما فئة قليلة من المجتمع وهذه الأخيرة تأتي من معرفة الله والتفكر العميق في خلقه.

وهو أي الدين في الفقه الإسلامي يعني مجموعة الأحكام والعقائد التي شرعها الله لعباده ليتعبدوا بها في الدنيا، ثم يحاسبهم عليها في الآخرة".<sup>3</sup>

تعريف دوركايم: "يعرفه بأنه مجموعة متساندة من الاعتقادات والأعمال المتعلقة بالأشياء المقدسة، اعتقادات وأعمال تظم أتباعها في وحدة معنوية تسمى الملة".<sup>(4)</sup>

تعريف ماكس مولر: "وعرف ماكس الدين بأنه: "محاولة تصور مالا يمكن تصوره، والتعبير عما لا يمكن التعبير عنه، هو التطلع إلى اللانهائي، هو حب الله".<sup>(5)</sup>

<sup>1</sup> - أحمد الخشاب : الاجتماع الديني، مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية، مكتبة القاهرة، مصر، ط3، 1970، ص76.

<sup>2</sup> - نبيل محمد توفيق السمالوطي، الدين والبناء الاجتماعي، دار الشروق، السعودية، 1981، ص25.

<sup>3</sup> فوزي شريط : الدين والإعلام الجديد، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيس بوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 3، ديسمبر 2013.

<sup>4</sup> - عبد الله دراز: مرجع سابق، ص36.

<sup>5</sup> - محمد الفاضل بن علي اللاني: مقدمة منهجية في تاريخ الأديان المقارنة، دار الكلمة، مصر، 2006، ص65.

## 5- خصائص الدين الإسلامي :

إن الخصائص التي يتميز بها الإسلام تستمد من خلال النصوص القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة، واجتهد العلماء المسلمون في تعيين تلك الخصائص فنذكر "سيد قطب" سبعة : الربانية، الثبات الشمول، التوازن، الايجابية، الواقعية، التوحيد، أما "يوسف القرضاوي" فيذكر الخصائص التي يتميز بها الدين الإسلامي متمثلة في : الربانية، الإنسانية، الشمول، الوسطية، الوضوح، ... نذكر منها:

### 5-1- الربانية :

إن أول الخصائص التي يتميز بها الإسلام الربانية، وهي تعني الاعتقاد المطلق في الله لقوله تعالى : " قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ " (الأنعام 162)، والمراد بالربانية أمران : ربانية الغاية والوجهة وربانية المصدر والمنهج

أ- ربانية الغاية والوجهة : وهي تعني أن الإسلام يجعل غايته الأخيرة وهدفه البعيد هو حسن الصلة بالله تعالى والحصول على مرضاته. قال تعالى " يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ إِنَّكَ كَادِحٌ إِلَىٰ رَبِّكَ كَدْحًا فَمُلَاقِيهِ " (الانشقاق 6) وقال أيضا " وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ " (النجم 43) وفي الحقيقة أن الإسلام له غايات وأهداف متنوعة إلا أن جميعها يصب في غاية كبرى هي مرضاة الله تعالى .

ب- ربانية المصدر والمنهج : وأما ربانية المصدر فهي تعني أن المنهج الذي رسمه الإسلام للوصول إلى غايته وأهدافه منهج رباني خالص لأن مصدره وحي الله تعالى إلى خاتم رسله محمد ﷺ وهو يشمل العقيدة، العبادة الآداب، والتشريعات ... ومن آثار هذه الربانية : عدم وجود التناقض، العدل المطلق، التحرر من عبودية الإنسان لأخيه الإنسان، مساعدة الإنسان لأخيه الإنسان. (1)

<sup>1</sup> يوسف القرضاوي : خصائص الإسلام، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط3، 1958، ص9.

## 5-2- الإنسانية :

الإسلام جاء ليقر الحقيقة الثابتة وهي أن الإنسانية واحدة ترجع إلى أصل واحد وميزها الله تعالى بتكريمها. قال الله تعالى " وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً " (البقرة 30) وقال الله تعالى " وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ " (الإسراء 70) وقال الله تعالى " لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ " (التين 04) إن الإنسان في نظر الإسلام مخلوق متميز فهو خليفة الله في أرضه، وهي منزلة ناقت إليها الملائكة قال الله تعالى " وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ " (البقرة 30)، ومن ثمرات الإنسانية في الإسلام "الإخاء والمساواة والحرية، هذه النزعة الأصلية في الإسلام هي أساس هام لمبدأ الإخاء البشري الذي نادى به الإسلام، وهي أساس هام كذلك لمبدأ المساواة الإنسانية ومبدأ الحرية الذي قررها الإسلام .

## 5-3- الشمول :

ومن خصائص الإسلام انه يستوعب شؤون الحياة كلها، حيث أن هذا الشمول يتجلى في العقيدة باعتبار أنها تفسر كل القضايا الكبرى في الوجود وتجييب عن الأسئلة الكبرى التي شغلت وتشغل فكر الإنسان من قضية الألوهية، الكون، مصير الإنسان، ... ومن مظاهر الشمول التي تميز بها دين الإسلام :

1- انه شامل لكل الناس إلى قيام الساعة وانتهاء الحياة الدنيا، فهو رسالة للعالم كله، قال الله تعالى " قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَأَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ " (الأعراف 158).<sup>(1)</sup>

2- شمول شريعة الإسلام لجميع مراحل حياة الإنسان: فالإسلام وضع نظاما يشمل حياة الإنسان كلها، بل أعطاه الحق في الحياة قبل وصوله إليها ووضع له معالم الطريق في مختلف مراحل عمره، وان التكافل يشمل الناس

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 10.

جميعاً، كما تشمل أحكام الإسلام كل نواحي الحياة فالإسلام ينظم حياة الإنسان كلها فمنهجه متكامل، يشمل علاقة الإنسان بالله وبنفسه، بغيره، وجعل الالتزام بهذا المنهج عبادة يثاب عليها فاعلها، فهو كل لا يتجزأ ولا يسمح بأخذ بعض منه وترك البعض الآخر. قال تعالى " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ " (البقرة 208).

#### 5-4- الأيجابية :

إن من خصائص هذا الدين سمة الأيجابية، وما يكاد يستقر هذا المعنى في ضمير المسلم، حتى يسعى لتحقيقه في واقع الحياة، فالعمل الجاد والمتواصل مع الإتيان من خصوصيات المسلم. قال الله تعالى "إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ " (الحجرات 15)، وبين الله أن هؤلاء الذين قاموا بواجبهم وكانوا فعالين في حياتهم أنهم موعودون بنصره فقال تعالى: "وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَى لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُمْ مِنْ بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ" (النور 55)، وبهذا يستشعر المسلم أن وجوده على الأرض ليس فلتة عابرة، إنما هو قدر مقدور، مرسوم له طريقه ووجهته وغاية وجوده... وان وجوده على الأرض يقتضيه حركة وعملا ايجابيا في ذات نفسه، وفي الآخرين من حوله، وفي هذه الأرض التي هو مستخلف فيها. وعندما يوقف الإنسان ماله أو جزاء منه فهو يكون قد امتثل لأوامر ربه من ناحية الإنفاق في سبيل الله لقوله تعالى: "وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلَأَنْفُسِكُمْ وَمَا تُنْفِقُونَ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ اللَّهِ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ" (البقرة 272)، ومن ناحية أخرى يكون ايجابيا بتقديم ذلك الخير وعودة أثره على المجتمع والإنسانية جمعاء .

من خصائص هذا الدين أيضا انه يقوم على الوسطية أو ما يسمى بالتوازن وهي تعني استقامة المنهج والبعد عن الانحراف فلا إفراط ولا تفريط، وهو يحقق للفرد تنمية العقل وكمال النفس وتهذيب الروح وتقوية الجسد. أما الوسطية في الاعتقاد فهي تعني الدعوة إلى الإيمان بما قام عليه الدليل والبرهان فلا يدعو إلى الخرافة ولا إلا تجاهل الفطرة ، كما أن وسط بين الذين الهوا الأنبياء وجعلوا لهم العصمة وبين من اعلنو عليهم الحرب، فهو وسط حيث انه بين بان هؤلاء بشر لكن لهم ميزة قد خصوا بها من قبل الله تعالى .أما الوسطية في العبادة فهي حبل المؤمن الموصول دون ملل ولا ضجر فلا رهينة ولا انحلال .وصور الصحابة كما جاء في تاريخهم أنهم رهبان في الليل، فرسان في النهار مظهر من مظاهر الوسطية<sup>(1)</sup>.

## 6- مفهوم الدعوة:

### 6-1- تعريفها لغة :

يأتي الدعاء في اللغة بمعنى الاستغاثة، وقد يكون الدعاء بمعنى العبادة " إِنْ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ عِبَادًا أَمْثَلُكُمْ فَأَدْعُوهُمْ فَلْيَسْتَجِيبُوا لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ" (سورة الأعراف: 194) وقوله بعد ذلك : " ... أَمْثَلُكُمْ فَأَدْعُوهُمْ فَلْيَسْتَجِيبُوا لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ" (سورة الأعراف: 194) وفي كتابه عَلَيْهِ السَّلَام - إلى هرقل: ادعوك بدعاية الإسلام، أي بدعوته وهي كلمة الشهادة التي يدعا إليها أهل الملل الكافرة وفي رواية : بدعاية الإسلام، وهو مصدر بمعنى الدعوة، كالعافية، ودعا الرجل دعوا ودعاء : ناداه، والاسم الدعوة، ودعوت فلانا أي صحت به واستدعيتته، فأما قوله تعالى: "يَدْعُو لَمَنْ ضَرُّهُ أَقْرَبُ مِنْ نَفْعِهِ" (سورة الحج:13) وتداعى القوم "دعا بعضهم بعضا حتى يجتمعوا"<sup>2</sup>. ودعاه إلى الأمر ساقه .

<sup>1</sup> - سيد قطب : خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، دار الشروق، مصر، ط15، 2002، ص167.

<sup>2</sup> ابن منظور : لسان العرب، بيروت، دار الجيل، 1911، مج 2، ج 2، ص986

وجاء في معجم مقاييس اللغة: "دعوا" الدال والعين والحرف المعتل أصل واحد، وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك، تقول: "دعوت ادعوا دعاء".<sup>(1)</sup>

ويحمل مصطلح الدعوة لغة كل المعاني الآتية: الاستغاثة، العبادة، الدعاية وهي كلمة الشهادة، الصياح والنداء، القول، الاجتماع، السوق، السؤال، الفعل. ونخلص من جملة هذه المعني أن الدعوة، نداء وصيحة، وطلب للاجتماع على شيء أو الاشتراك فيه.<sup>(2)</sup>

## 6-2- اصطلاحا : لها تعريفات كثيرة نذكر من بينها :

- تعريف شيخ الإسلام ابن تيمية بقوله: "الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به، وبما جاء به رسله بتصديقهم فيما اخبروا به، وطاعتهم فيما أمروا".<sup>(3)</sup>

- وعرفها الشيخ محمد الغزالي بأنها: "برنامج كامل يضم جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس ليصبروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين".<sup>(4)</sup>

- ويعرفها الطيب برغوث بأنها: ذلك الجهد المنهجي المنظم الهادف إلى :

\* تعريف الناس بحقيقة الإسلام

\* إحداث تغيير جذري متوازن في حياتهم على طريق الوفاء بواجبات الاستخلاف ابتغاء الله تعالى، والفوز

بما ادخره لعباده الصالحين في عالم الآخرة.<sup>(5)</sup>

1- أبو الحسين احمد بن فارس بن زكريا : معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، 1979، ج2، ص 279.

2- عبد النعيم محمد حسنين : الدعوة إلى الله على بصيرة، القاهرة، دار الكتب الإسلامية، 1984، ص17.

3- مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية : جمع وترتيب : عبد الرحمان بن محمد بن قاسم العاصي النجدي الحنبلي، م15، ص157.

4- محمد الغزالي : مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة، القاهرة، دار الكتب الحديثة، ص15.

5- الطيب برغوث : منهج النبي - ﷺ - في حماية الدعوة والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة المكية، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام،

جامعة الجزائر، 1992 ص ص 17، 18.

- وعرفها احد الباحثين بقوله : " المقصود بالدعوة إلى الله على بصيرة هو إبلاغ الناس دعوة الإسلام في كل عصر وحين بالأساليب والوسائل التي تناسب طبيعة العصر الذي يعيشون فيه، وهذا يعني ضرورة الاستفادة من المكتشفات العلمية الحديثة، ووسائل الإعلام الكثيرة المتطورة في الدعوة إلى الله في العصر الحاضر".<sup>(1)</sup>
- كما عرفت الدعوة الإسلامية بأنها : "تلك الحركة الإنسانية الشاملة التي تهدف إلى بناء مجتمع إسلامي ملتزم بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقا، وتبليغ رسالة الإسلام إلى الناس كافة باستخدام كافة الوسائل المشروعة".<sup>(2)</sup>

## 7-- طرق الدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

### 7-1- البريد الالكتروني :

يعتبر البريد الالكتروني أكثر التطبيقات استخداما على الانترنت، حيث أصبح بديلا للمراسلات البريدية العادية، لقد أصبحت عملية بث الرسائل متعة وتسلية بعيدا عن مكاتب البريد التقليدية، والانتظار واحتمال عدم وصولها إلى وجهتها أو ضياعها، فبالإضافة إلى قلة التكلفة يمكن لكل شخص لديه عنوان بريد الكتروني أن يستقبل البريد الالكتروني حيثما تواجد، وحالما يربط بالانترنت .ويستهدف البريد الالكتروني تسهيل وصول المعلومات على الفور، ويمكن أن تكون هذه البيانات في شكل : نصوص او صوت، او رسوم، يتم ذلك باستخدام نظم البريد التي تعتمد على الحاسب الالكتروني في استقبال الرسائل وتخزينها ونقلها إلى أماكن بعيدة، والبريد الالكتروني وسيلة جيدة للدعوة، مكمل للوسائل الأخرى فباستخدامه يمكن توجيه دعوة الإسلام إلى ملايين العناوين الالكترونية، ويمكن اختيار شريحة ذات مواصفات معينة لكي تصلها الدعوات، ويتم ذلك إما بالمراسلة الفردية، أو بالاتفاق مع شركات الانترنت التي تقدم الخدمات البريدية مقابل أجر معين، فهذه الشركات لها قوائم بريدية تتجاوز أحيانا الخمسين مليون عنوانا بريديا، وبالاتفاق مع هذه الشركات

<sup>1</sup> - عبد النعيم محمد حسنين : مرجع سابق، ص20.

<sup>2</sup> - البشير قلاني : دراسات في مسار واقع الدعوة الإسلامية في الجزائر، منشورات مكتبة اقرأ، 2007، ص87.

يمكن توصيل دعوة الإسلام إلى خمسين مليون مشترك بالانترنت<sup>(1)</sup>، كما يمكن لإحدى المؤسسات الدعوية أن تؤسس قائمة بريد يتم من خلالها استقبال الرسالة الالكترونية، والمحتوية على استفسار أو فكرة أو غير ذلك من أي عضو في هذه القائمة البريدية، بحيث يستطيع أعضاء القائمة التحاور فيما بينهم أو طرح الأسئلة المتنوعة التي تم المسلم، ليقوم من لديه الإجابة بإرسالها إلى مركز القائمة البريدية، والذي يقوم بدوره ببثها لجميع الأعضاء، أي خلق نوع من المشاركة بين أعضاء القائمة، والبريد الالكتروني في مجال الدعوة الإسلامية هو نوع من الدعوة بالمراسلة، التي كانت موجودة منذ فجر الدعوة الإسلامية، فالتواصل بين الداعية والأفراد محور مهم من محاور الدعوة الإسلامية<sup>(2)</sup>.

#### - شروط نجاح الدعوة باستخدام البريد الالكتروني :

- أن تكون الرسالة التي يبثها الداعية صادرة عن دراسة ووعي وتفكير، انطلاقاً من معرفة شاملة ومحيطية بأحوال المدعوين وظروفهم، حتى يكون وصولها إلى المدعو في الوقت المناسب، وبالأسلوب الملائم.
- أن تكون هناك جهات مسؤولة يمكن للمرسلين الاتصال بها والحصول على المعلومات
- توحيد الجهود حتى لا تتشتت وتتضارب في إطار الرؤى الشخصية والخلافات المنهجية، والتي نعكس على الآخرين في نفورهم من الدعوة الإسلامية

#### 2-7-2- جماعات النقاش:

بعد الاتصال الجمعي احد ملامح شبكة الانترنت، وذلك من خلال انتشار جماعات النقاش، أو منتديات الحوار، أو جماعات الأخبار، أو المؤتمرات الالكترونية، وهي تسمح للمشاركين بتبادل المعلومات حول مواضيع مختلفة وتبادل الرسائل المكتوبة والصوتية، ويتم تقديم هذه الخدمات بالاستعانة ببروتوكول

<sup>1</sup> - محمد منير حجاب : تجديد الخطاب الديني في ضوء المواقع المعاصرة، القاهرة، دار الفجر، 2004، ص321.

<sup>2</sup> - سميرة رابح بوعيشة : الدعوة الإسلامية عبر الانترنت، مقارنة بين منهجي السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2003، ص67.

Internet Relay chat وهو بروتوكول للحوار المباشر، اخترع سنة 1992 ويسمح بالحوار الفردي أو الجماعي بطريقة تفاعلية عبر الصوت والصورة. وتتيح شبكة الانترنت آلاف من جماعات الأخبار التي تناقش أي موضوع أو قضية يمكن أن تخطر على البال، ويمكن للدعاة للدعاة من خلال جماعات النقاش أو منتديات الحوار المشاركة برسائل دعوية سواء بإنشاء قضية جديدة، أو بالإضافة إلى قضية موجودة بالفعل، في الحالة الأولى تكون المواضيع مطروحة من قبل الموقع والمطلوب هو تعليق الزوار وميزة هذا الأسلوب التحكم في العروض والثانية عندما يترك للزوار المجال لطرح موضوعات وفتح الباب لإبداع الزائر وشعوره بالمشاركة، واتساع المشاركة بحيث تشمل أفراداً من بلدان عديدة<sup>(1)</sup>، والمهم هنا أن يتسم الزائر في مناقشته بأداب الحوار في الإسلام، وبالحكمة والذكاء في العرض والتناول للقضايا الدينية، ومن أهم أخلاقيات الحوار والنقاش ألا يدخل الإنسان الحوار إذا كان لا يحمل العلم الذي يضيف للنقاش فائدة ومعرفة جديدة، لان مشاركته لا تعدو أن تكون تضييع لوقته ووقت الآخرين أو ربما تشوش عليه فكرته وعقيدته.

### 7-3- الدعوة من خلال محركات البحث:

تلعب هذه الخدمة في الانترنت دوراً هاماً في خدمة الإسلام إذ يمكن للدعاة نشر دعوة الإسلام من خلال محركات البحث، حيث يدخلون موضوعات إسلامية وتعريف بالدين الحنيف، وحتى كتب إسلامية في محركات البحث، ويمكن لكل باحث من خلال هذه المحركات أن يطلع على العناوين التي يضمها الدعاة المحتوى الرسالي الدعوي، فيدخلون إليها بسهولة ويطلعون على الإسلام، وحتى تكون هذه الطريقة فعالة في نشر الدعوة الإسلامية يجب اختيار محركات البحث المشهورة الغربية منها أو العربية لضمان جذب أكثر عدد ممكن من مستخدمي الانترنت.

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص 328-330.

وتعرف بالجرائد والمجلات الالكترونية، ورغم أن جمهور الصحف والمجلات الإسلامية لم يستطيعوا الاستغناء عن النسخ الورقية منها، إلا أن الانجذاب نحوها بدأ يقل لصالح النسخ الالكترونية لما تتميز به من خصائص: كسرعة التصفح، إمكانية الاطلاع على الأرشيف، الحصول على آخر الأخبار.... الخ لذلك فهي وسيلة فعالة للدعوة الإسلامية عبر الانترنت. (1)

#### 4-7- تصميم مواقع حجب المواقع الضارة :

وتقديم هذه البرامج لجهات الاختصاص، ومتابعة تلك المواقع والتعرف عليها لحجبها أو عمل شيء يؤدي إلى إبطال فاعليتها أو تخفيف ضررها، مع ضرورة الحذر الشديد من هذه المتابعة لما فيها خطورة على المتابع.

#### 5-7- تصميم برامج خدمات الانترنت :

وفي مقدمتها برامج الاتصال لتكون بديلا عن البرامج الأجنبية التي يصاحبها الفساد والانحلال الخلقي، مع ضرورة توزيع ذلك مجانا على أكبر عدد ممكن في العالم العربي والإسلامي.

#### 6-7- المواقع الالكترونية :

المواقع عبارة عن صفحة خاصة على شبكة الانترنت تصمم بحيث تستخدم كواجهة عرض تقدم للمستخدمين كافة المعلومات التي يريدون معرفتها، ويشمل الموقع إلى جانب النصوص على الصور والرسوم والخرائط، كما يزود بالصوت والموسيقى المصاحبة والألوان وكافة عوامل الجذب المختلفة، وعند إنشاء الموقع يتم الإعلان عنه على الانترنت ومن خلال الجرائد والمجلات، والبريد الالكتروني، والإعلانات، وكافة المطبوعات الأخرى. (2)

<sup>1</sup> - سميرة رابح بوعيشة : مرجع سابق، ص70.

<sup>2</sup> - مديحة جيطاني : استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص59.

## 7-7- الفيس بوك :

يمكن من خلال هذا الموقع التواصل والتفاعل بإتاحة الكتابة القصيرة على ما يعرف بالحائط وهي صفحة المستخدم وواجهته الرئيسية وكذلك رفع الصور والمشاركة بالروابط وملفات الفيديو وكتابة المقالات الطويلة عبر ما يعرف بالملاحظات كما يمكن الإشارة إلى المستخدمين المضافين للحساب بدعوتهم إلى المناسبات التفاعلية التي تقيمها الجهة الخيرية وتضمن بذلك وصول الدعوة إلى صفحاتهم على الفيس بوك وعناوينهم الالكترونية وكل هذه الخدمات من الممكن أن تفيد الجهات الدعوية والخيرية ويمكن توظيفه دعويا من خلال الآتي:

- عمل مجموعات تقوم بالبحث على الفضيلة ونشرها بين الناس

- مراسلة جميع أصحاب الصفحات الموجودة لدى الداعية بما تريد توصيله من قيم وأخلاق وغيرها من أعمال

فاضلة

- التواصل مع غير المسلمين لدعوتهم إلى الدين الإسلامي العظيم، وذلك بإتقان لغة المخاطب، وتوضيح صورة

الإسلام الصحيحة التي شوهدت في الغرب عبر إعلامهم

- محاربة المجموعات التي تقوم بتشويه صورة الإسلام والضغط على موقع الفيس بوك لإغلاقها<sup>(1)</sup>، وهناك أفكار

أخرى للدعوة في الانترنت نذكر من بينها مايلي:

■ عقد الملتقيات الدعوية والندوات، حول مواضيع واهتمامات الدعوة عبر شبكة الانترنت، وتبادل وجهات

النظر حول العمل الدعوي، وهو متاح الآن بالصوت والصورة.

■ الاستفادة في تقوية برامجنا الدعوية وأطروحاتنا من الأبحاث الإحصائية المتوفرة في الانترنت، مما يعطي

تصوراتنا ومواقفنا قوة وثقلا في الإقناع والتأثير.

<sup>1</sup> - عادل عبد الله هندي : وسائل التكنولوجيا الحديثة في خدمة الدعوة، متاح على:

- تلافي سلبية العمل في المواقع الإسلامية بالطابع الفردي والمنحى الاجتهادي، بدلا من الروح الجماعية المتكاتفه.
- نقل ما يمكن من الدروس العلمية والمحاضرات المباشرة، وتوفيرها في متناول اليد وربطها بالمواقع الأخرى.
- الإعلان للناس عن المناشط الدعوية (الدروس، المحاضرات، الكلمات، الدورات، الخطب).
- تكثير المواقع المتخصصة، حتى يمكن أن تصل بالتنافس إلى الإبداع ويسهل الرجوع إليها، مواقع متخصصة في الشباب، المشكلات الاجتماعية الاقتصادية، الموقع، شخصيات إسلامية، سماحة الإسلام، الحضارة الإسلامية... الخ.
- ينبغي على كل مسلم مستخدم للانترنت لديه هم دعوي، أن يكون له دور في نشر الخير، ولا يكون سلبيا يأخذ ولا يعطي لدينه شيئا، ولو بالدلالة على الأفكار الدعوية وإرسالها إلى المستخدمين.
- المساهمة بكتابة مقال شهري مركز في أي موضوع، وإرساله إلى المنتديات والمواقع التعميمية.
- احتساب الإخوة المتخصصين في مجال الانترنت، لتفعيل دور العلماء والدعاة وافتتاح مواقع لهم، لتسهيل مهمة الوصول إليهم، وإخراجهم لينتفع الناس من علمهم.<sup>(1)</sup>
- تقديم البدائل للمواقع الإسلامية، وإخبارهم بالجديد في مجال برامج الانترنت وعلومها، وتقديم الاستشارات والخبرات العلمية لهم في مجال الحاسب.
- التعرف عبر المواقع والدلالة على طلاب العلم المغمورين الذين يمكن الاستفادة منهم.
- إغراق الشبكة بالمواقع التي تعرض الإسلام عرضا صحيحا، عقيدة وفقها ومنهجها ودعوة، لتضييق المجال على المواقع المنحرفة خاصة باللغة الإنجليزية التي يستخدمها العديد من رواد الانترنت.

<sup>1</sup> - عبد الله بن احمد العلاف: كلنا دعاة، أكثر من 1000 فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله، دار الطرفين، مكة المكرمة، ص 29.

- إعطاء أهمية للملاحظات على المواقع والاستبيانات من قبل المتصفح والجديّة في تقديم النصح البناء، والاحتساب فيها، وبذل التضحية.
- ربط مواقع الجهات الرسمية الإسلامية مع الهيئات والجهات الخيرية، بغية تطوير الاتصال فيما بينها، ومحاصرة الفكر المشبوه.
- إغراق المواقع المشبوهة المعادية للإسلام برسائل الاحتجاج في وقت واحد، لأنه لن يتمكن من مجرد استقبالها وقراءتها في وقت واحد، فضلاً عن التعامل معها، مما يضطره إلى إعادة التفكير في المواد التي يعرضها ضد الإسلام والمسلمين.
- ضرورة نشر معلومات عن العقائد الباطلة المنحرفة، لتحذير الناس منها وإظهار البراءة منها، والتي هي من أعظم مقتضيات لا إله إلا الله، فالذي يبحث عن اليهودية لن تنفرد به المواقع اليهودية، بل سيفاجأ بوجود مواقع إسلامية تتحدث عن اليهودية من وجهة نظرها، وهكذا مع بقية الملل والمذاهب
- إيجاد مواقع متخصصة لمشاكل الشباب، الأسرة ... الخ.
- توجيه رسائل شكر وثناء ومدح للمواقع التي تقدم أفكاراً إسلامية وبرامج جادة.
- الاستفادة من الانترنت في تأصيل فكرة نشر وتعلم اللغة العربية بين المسلمين من غير العرب، وافتتاح مواقع لخدمة هذا الغرض الشرعي والمقصد الديني.
- إنشاء مواقع خاصة بمتابعة الجديد من الأفكار والمعلومات باللغات الأجنبية، وترجمتها إلى العربية خاصة الأفكار والوسائل التي تخدم الدعوة إلى الله عز وجل.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص 29.

## 8- أهمية الدعوة من خلال الانترنت:

إن الدعوة إلى الله تعالى واجب ديني على كل مسلم قادر من أبناء الأمة المسلمة، ولما كان تبليغ الدعوة إلى الناس مما اخذ الله عز وجل عليه الميثاق من أهل العلم، فإن إيصال هذا الدين الحق إلى مشارق الأرض ومغاربها بواسطة الشبكة أمر مطلوب، وهو من أعمال البر والخير، والمنفق عليه مأجور بإذن الله.

إن هذه الوسيلة رغم حداثةها واسعة وسريعة الانتشار ويمكن من خلالها تبليغ الدعوة الصحيحة، ونشر تعاليم الدين الإسلامي الحنيف ومبادئه السمحة إلى الملايين من الناس في كل مكان على سطح الكرة الأرضية في زمن قصير نسبياً، لاسيما وان هذه الشبكة جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أن يتواصل من يعيش في أقصاها مع من يقطن في أركانها، فكان لا بد من الاستفادة منها في مهمة الدعوة إلى الله تعالى وهو ما يشير إليه احد الباحثين بقوله: " أن على الدعاة إلى الله عز وجل ألا يستهينوا بما جد من الوسائل والأساليب التي يستخدمها الناس في مجال الحياة المختلفة، بل إن عليهم أن يكونوا في طليعة المنتفعين بها، ومادامت الدعوة فريضة واجبة فان كل ما يساعد على حسن تبليغها يكون واجبا، لان ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب".

إن الانترنت وسيلة دعوية حرة، يمكن للدعاة إلى الله تعالى من خلال التواصل الدعوي المفتوح والمستمر مع أعداد كبيرة وأجناس متنوعة من البشر في شتى بقاع الأرض ييثون الخير في نفوسهم، ويحثونهم على التمسك بالفضائل، ويهدونهم إلى طريق الله المستقيم دون الخضوع إلى أي سياسات، أو رغبات، أو أنظمة، أو تعليمات<sup>(1)</sup>، وهو ما يشير إليه احد الباحثين بقوله: " إن الانترنت هي جهة الاتصال الوحيدة التي لا تتحكم فيها جهة معينة تفرض عليها سياستها وتملي عليها رغباتها، بل إن المتحكم فيها هو من يستخدمها، فله أن ييث من خلالها ما يشاء دون رقيب أو حسيب، فكل مشارك في الانترنت ناشر ومستقبل دون أن يكون تحت أي تأثير إلا ما يملي عليه فكره أو اتجاهه".

<sup>1</sup> - محمد درويش: الدعوة الإسلامية عبر شبكة الانترنت، متاح على:

إن الدعوة إلى الله تعالى من خلال شبكة الانترنت غير مكلفة ماديا، إذ أن الانترنت هو أرخص وسيلة للاتصال، والإعلان، والدعاية، والنشر، فلو قارنا بين إنشاء محطة إذاعية أو تلفزيونية أو حتى إصدار جريدة أو مجلة للدعوة إلى الله فكم ستكون التكلفة. وإذا كان الأمر كذلك فإن هذا مدعاة لاغتنام هذه الوسيلة الحديثة، وتكثيف الجهود الدعوية من خلالها، قدر المستطاع، لاسيما وأن كثيرا من الخدمات الانترنتية التي تقدمها بعض الشركات العالمية في هذا الشأن أصبحت مجانية.

أن الدعوة إلى الله تعالى من خلال الانترنت تصحيحا لكثير من المفاهيم الخاطئة والمعلومات غير الصحيحة التي تنتشر للأسف بين كثير من الناس الذين لا يعرفون من الإسلام إلا ما تتحدث به بعض الفرق الضالة والجماعات المنحرفة إذ أن هناك مواقع مشبوهة ومنحرفة كثيرة تدعوا إلى الإسلام، منحرفة بعيدة كل البعد عن الدين الحق الذي جاء به مُحَمَّد بن عبد الله ﷺ - من عند الله.

أن معظم مستخدمي شبكة الانترنت في الغالب من الطبقة المثقفة والفئة المتعلمة الواعية كإساتذة الجامعات، والطلاب، وكبار المسؤولين، والمهنيين، ورجال الأعمال، وغيرهم من الفئات الذين يكون أفرادها (في العبادة) أصحاب التأثير الفاعل في مجتمعاتهم، فكان لا بد من استثمار هذه الوسيلة في الدعوة إلى الله تعالى للوصول إليهم من خلالها ودعوتهم إلى دين الله الحق.

إن شبكة الانترنت وسيلة دعوية متاحة للجميع في أي وقت من الأوقات فهي غير محددة بوقت معين أو زمن محدد لأنها تعمل على مدى اليوم والليل وطول أيام السنة، ويمكن للراغبين في الاستفادة الدخول في أي ساعة من الليل أو النهار.

إقبال الناس المتزايد على استخدام هذه الشبكة، فقد أصبح الانترنت اليوم مرجعا لكل باحث عن معلومة معينة، وملاذا لكل طالب علم ديني أو دنيوي، وإذا كان من الصعوبة، فيما مضى الحصول على المعلومة الصحيحة والشاملة عن الإسلام في كثير من بلدان العالم، فقد اختلف الوضع تماما في وقتنا الحاضر حيث أصبح

دين الإسلام يصل بكل سهولة ويسر إلى بيوت الناس، وأماكن عملهم ومعاهدهم، ومدارسهم، وفي كل مكان يمكن أن يكونوا فيه .

سهولة استخدام هذه الوسيلة في الأغراض الدعوية، حيث أن ممارسة مهمة الدعوة إلى الله تعالى وتعلم أساليبها عبر شبكة الانترنت سهلة جدا، ولا تحتاج لكثير جهد وطويل خبرة، ويمكن لمن يرغب في ذلك تعلم كيفية إنشاء الصفحات الخاصة بهذا الشأن، أو الدخول في حوارات دعوية مع الآخرين وهو أمر يمكن أن يتم في فترة وجيزة جدا .

## 9- العوامل التي يجب مراعاتها لنشر الدعوة الإسلامية عبر الانترنت:

الإبداع والتميز في عرض الدعوة، فهناك حاجة إلى الإبداع في العرض وجذب الناس إلى الدعوة الإسلامية وهذا الأمر يحتاج بالغالب إلى متخصصين لديهم درجة عالية من الإخلاص والإرادة لتحقيق نقلات نوعية فيها إبداع وتميز في العرض

الأخذ بعين الاعتبار أن الخطاب الدعوي عبر الشبكة يجب أن يكون على مستوى العصر فهناك تطورات مستمرة في الحياة وهذه التطورات يجب أن تأخذ في عين الاعتبار حيث يتحقق الجمع بين الأصالة والمعاصرة رفع مستوى الأداء والتقييم و من خلال هذا التقييم العملي والعلمي يكون التطوير المستمر وهذا ينعكس مباشرة على الأداء<sup>1</sup>

المرونة المناسبة التي تزيد من رقعة الانتشار العالمي

5- تعدد الوسائل واختلافها لتناسب مع أكبر شريحة ممكنة من البشر

6- وفي هذا السياق يمكن إنشاء رابطة للمواقع الإسلامية يكون الهدف منها التقييم المستمر والعناية بتكامل

الجهود وشمولها وتشجيع التنافس ضمن معايير عالية الجودة.

<sup>1</sup> محمد درويش: الدعوة الإسلامية عبر شبكة الانترنت، متاح على:

. <http://www.adabasham.net/show.php?sid=7395> le (26.2.2016) à 19.45

## 10- تحديات الدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

توجد عوائق كثيرة أمام الخطاب الإسلامي عبر شبكة الانترنت، هذه العوائق لها اثر بارز في الحد من فاعلية الدعوة الإسلامية وتحاوب الآخرين معها، سواء المسلمين أو غير المسلمين، ويمكن حصر هذه التحديات في قسمين : تحديات داخلية، وتحديات خارجية

### 10-1- التحديات الداخلية للدعوة الإسلامية أو القصور الذاتي للدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

وتتمثل هذه التحديات في القصور الذي تتسم به الدعوة الإسلامية والقائمين عليها، ويعتبر القصور الذاتي المصدر الأكثر أهمية بالنسبة إلى مصادر معاناة الخطاب الإسلامي في محدودية فاعلية، وعدم إحرازه التأثير المنشود، وهذا القصور يتمثل في النقاط التالية :

- الارتجال والعفوية بسبب غياب التخطيط، وعدم الأخذ بالأسلوب العلمي في إخضاع المواضيع والقضايا والمواقف المعروضة والحالات القائمة للدراسة المتخصصة والسطحية في تحديد الأهداف ووضع التصاميم وتقدير الأبعاد هي إحدى العلل التي ينبغي معالجتها،<sup>(1)</sup> والتنظيم من اقوي عوامل نجاح الحركات، فكم من حركات سياسية وحرزبية نجحت بفضل التخطيط الواعي والتنظيم الدقيق، وأخرى فشلت بسبب الفوضى والارتجال، وطبيعة الإسلام نفسها تأبى أي شكل من أشكال الفوضى وأي نوع من أنواع الارتجال...، وليس في الدنيا منهج عني بتنظيم دقائق الحياة الإنسانية حتى اليومية والخاصة عناية الإسلام . "فلا شك أن من يكلف بعمل محدد في وقت محدد وتوفر له الإمكانيات اللازمة يدفعه ذلك إلى الحرص على تنفيذه على الوجه الأكمل وفي الوقت المطلوب، بخلاف ما يكون التكليف دون تحديد لمقدار أو نوع العمل، ودون تحديد لوقت انجازه، ودون اهتمام بتوفير الإمكانيات اللازمة، لاشك أن ذلك يثبط الهمم ويعرض الوقت إلى الضياع، والطاقات إلى التعطيل ولا تنجز الأعمال كاملة أو على الوجه الصحيح."<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - فتحي يكن : مشكلات الدعوة والداعية، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط16، 1996، ص12.

<sup>2</sup> - مصطفى مشهور : من فقه الدعوة، دار التوزيع والنشر الإسلامية، 1995، ج1، ص205.

- الاعتماد على القدرات الذاتية وعلى المبادرات الفردية في غالب الأحيان، والناي على التعاون والتكامل وتنسيق الجهود وتضافرها، والعزوف عن المواجهة الجماعية المتراصة والمتضامنة والمترابطة لما يستجد من ظروف ويطرأ من متغيرات تقتضي التعامل معها أو التصدي لها أو الرد عليها
- ضيق الأفق ومحدودية الرؤية والتركيز على اللحظة الحالية وحصر الاهتمام بها، من دون التطلع إلى المستقبل والعمل على المدى المتوسط والبعيد، وهو ما يتجلى في تحرك الكثير من أحماط الخطاب الإسلامي داخل دائرة رد الفعل، وعدم اتخاذ المبادرة إلا في حالات نادرة .
- انعكاس الاختلافات المذهبية والفكرية والثقافية والصراعات السياسية المحلية والإقليمية، والدولية على الخطاب الإسلامي في مجمله، مما يجعله خطابا مشتتا، متعارض متعدد الرؤى مفتقد للترابط والانسجام. (1)

## 10-2- التحديات الخارجية للدعوة الإسلامية عبر الانترنت :

نخص الحديث هنا عن الحرب الالكترونية ضد الإسلام، حيث قامت هذه الحرب لتشويه الإسلام وعزل أثره في النفوس والأفكار، وهي حرب يقوم بها ويوجهها سياسيون ومفكرون وإعلاميون من مختلف الجهات المعادية للإسلام وأهله، وقد استغلت كل وسيلة لتحقيق هذه الأهداف بما فيها الانترنت وتمثل هذه المكائد عبر الانترنت في الأتي :

وصف الإسلام وأهله والخطاب الإسلامي بأقبح الأوصاف والنعوت، بهدف إبعاد الناس عن الإسلام وتشكيك المسلمين في دينهم، إذ كثيرا ما تجدهم يحملون الخطاب الإسلامي مسؤولية الإرهاب والعنف، ويعتبرونه ناشر للرجعية، فقد حرص هذا النوع من الإعلاميين أن يرسموا صورة قائمة، مشوهة للإسلام في أذهان الغربيين والمشاركة

<sup>1</sup> - عبد العزيز بن عثمان التويجري: العالم الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، 2004، ص164.

امتدت الأيدي المسيئة للإسلام إلى تحريف القرآن الكريم والإساءة إلى النبي ﷺ - ومن أمثلة تحريفه: أن احد المواقع البريطانية عمل على تسويق كتاب "الفرقان الحق" ويحتوي على تحريف واضح لآيات القرآن الكريم، إلى جانب آيات من الإنجيل والتوراة باللغتين العربية والانجليزية، ليسبب خلطاً في الكثير من مجالات العقيدة بالنسبة للمسلمين.<sup>(1)</sup>

## 11- مزايا الدعوة الإسلامية من خلال استخدام شبكة الانترنت :

إن إثبات العقائد يتطلب استحضار عدد كبير من الأدلة والبراهين، وتختلف طبيعة المعلومات المسترجعة بحسب طبيعة المستخدم ومعلوماته السابقة عن الإسلام، وكذلك بحسب عمره الزمني وتخصصه العلمي ووضعه الاجتماعي، وغير ذلك من العناصر المؤثرة، وهنا يمكن لتقنيات الحاسوب حفظ كم كبير من الأدلة والبراهين والمناقشات والحوارات وتصنيف جميع هذه المعلومات وفق الموضوعات أو وفق مستوى مناسبتها لفئات معينة من المستخدمين. وستقوم هذه الحواسيب بتخزين كم معرفي كبير مما سبق إنتاجه في الماضي من قبل العلماء والمختصين في مجال الدعوة، وسينمو هذا الكم المعرفي من خلال الجهود المستمرة التي يبذلها العشرات والمئات من العلماء والمختصين في مختلف بقاع العالم وبمختلف اللغات.

يمكن لتقنيات الحاسوب وشبكة (الإنترنت) أن تصل إلى مجموعات كبيرة من البشر لم تصلهم رسالة الإسلام بسبب وجودهم في مجتمعات منغلقة فكرياً وإعلامياً، أو بسبب عدم وصول جهود الدعوة الإسلامية إلى بلادهم. ويمكن لهذه التقنيات أن تنقل المفاهيم والأفكار الصحيحة عن الإسلام إلى المجتمعات التي تعتمد تشويه صورة الإسلام وتنشر المفاهيم المغلوطة عنه.

<sup>1</sup> - محمد الحبيب الهيلة : جوانب من مشكلات الخطاب الإسلامي، من بحوث مؤتمر مكة المكرمة الثامن 1428، مجلة الرابطة، ع501، 2008،

إن توفر المادة العلمية التي تخدم الإسلام على شبكة (الإنترنت) يجعل الوصول إليها تحت تحكم المستخدم بحيث يمكنه الوصول إليها ساعة يشاء واختيار المواضيع التي يرغبها. وهذه ميزة كبيرة لا تتوفر في الوسائل التقليدية للدعوة التي تتطلب جهداً كبيراً وتكلفة عالية في إرسال الدعوة أو طباعة الكتب وإرسالها للناس أن الدعوة باستخدام الحاسوب وشبكة (الإنترنت) يمكنها أن تصل إلى الفئات المتعلمة في المجتمعات المختلفة حيث أن هذه الفئات هي الأكثر استخداماً لهذه التقنيات. وهذه الفئات هي في العادة ذات التأثير الفعال في المجتمع، لذا فإن الوصول إليهم واستمالتهم إلى دين الإسلام يعني التأثير بطريق غير مباشر على أعداد كبيرة أخرى من البشر تتأثر بهذه الفئات.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> - صالح الرقب : الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، 2005، ص4.

**خلاصة:**

وفي الأخير ومن خلال هذا الفصل يمكن القول بان الانترنت بكل تطبيقاتها ومواقعها أصبحت وسيلة مهمة وفعالة في نشر الدعوة الإسلامية وتبادل المعارف الدينية حيث ساعدت علماء الدين وسهلت عليهم إيصال رسالة الإسلام إلى كل أنحاء العالم باستغلال هذه الوسائل المتطورة وتحسين صورته ومحاربة كل من يحاول تشويه صورة الإسلام أمام من يجهل حقيقته.

# خاتمة


حقا إن العالم اليوم يمر بحقبة جديدة في تطور سبل إيصال المعلومات. فتقنيات الاتصالات تتفجر يوما بعد يوم والمجتمع العالمي يشهد تغيرات كبيرة مع دخول عصر المعلومات والرقمية، وتمكنت الانترنت من الوصول إلى ابعد ما يمكن الوصول إليه بالوسائل الكلاسيكية، فاعتبرت البديل الافتراضي للواقع، من خلال التطورات الحاصلة فيها من مواقع الكترونية اجتماعية وغيرها وما أضفته من بعد اتصالي جديد يحاكي التواصل الإنساني بمختلف لغاته ولهجاته وتعدد ثقافته، ومن بين هذه المواقع موقع الفيس بوك الذي استحوذ على عقول الكثير من الناس، وبخاصة الشباب منهم فقد أصبح اليوم منبرا للمستخدمين لطرح انشغالاتهم والتعبير عن آرائهم والمواضيع التي يرونها تحتاج للتداول بكل حرية، ومن بينها الدين الذي يعد من المفاهيم المرنة التي تستخدم بشكل مكثف في جميع مناحي الحياة، وبمحكم انه البنية الأساسية التي يقوم عليها المجتمع الإسلامي وذلك باستخدام الموقع في نشر وتبادل المواد الدينية وتوظيفها في الدعوة والتعريف بتعاليم الدين. مما يجعلنا نؤكد على ضرورة التوجه صوب هذه الوسيلة لاغتنامها في الدعوة الإسلامية .

إن استخدام المؤسسات الدينية المسلمة المعتدلة، الرسمية وغير الرسمية، في العالم لوسائل التواصل الاجتماعي له أهمية كبرى لا يمكن التغافل عنها؛ إذ إن جيل الشباب ينشط في هذه الفضاءات بشكل متزايد، ويستقي ثقافته الدينية والأخلاقية منها.

من الأهمية تفعيل دور المؤسسات المسلمة المعتدلة على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي كخطوة تمهيدية لتطويرها، وتنشيط دورها في نشر ثقافة الاعتدال والتسامح وتقبل الآخر، والحد من ظاهرة التطرف الديني والغلو المذهبي.

وقد توصلنا إلى جملة من التوصيات أهمها :

- 1/ حث المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك) للإعجاب بالصفحات الخاصة بالقضايا الدينية والتفاعل معها ، وإعداد وتصميم منشورات تدعوهم للاطلاع على أمور الدين أكثر عبر هذه الشبكات.
- 2/ التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفييس بوك وما تملكه من إمكانيات وقدرات فاعلة وحيوية وتأثيرا من اجل العمل على خدمة الدين وقضاياها.
- 3/ إنشاء صفحات ومجموعات مغلقة ومفتوحة تقدم معلومات متنوعة عن القضايا الدينية للعمل على رفع مستوى الفهم الديني لدى الشباب باعتبار أن شبكات التواصل الاجتماعي خاصة الفييس بوك من أكثر المواقع قبولا واستخداما من قبل الشباب.
- 4/ زيادة الاهتمام والرقابة لما يطرح من منشورات دينية على الفييس بوك والابتعاد عن المنشورات ذات الصيغة التهكمية أو الاستغلالية لمصلحة بعض الصفحات التي لا علاقة لها بالدين وطرح المنشورات ذات النوعية التي تجذب المستخدمين نحو المتابعة والمشاركة الفاعلة.
- 5/ ضرورة مراعاة ما تتجه إليه أنصار الشباب وتلبية توجهاتهم بالتركيز على المواضيع القصيرة ، وعدم الإطالة، فالمواضيع الطويلة لا تلفت الانتباه.
- 6/ ضرورة اتخاذ موقع الفييس بوك وسيلة لنشر الدعوة الإسلامية نظرا لفاعليته وانتشاره في العصر الحاضر.
- 7/ حث الدعاة والباحثين الشرعيين على المشاركة في الدعوة عبر الانترنت بما يقدرون عليه تركية لعملهم ودعوتهم.



قائمة المطاوع

والمراجع

\* القرآن الكريم

أولا- الكتب:

1. ابن منظور : لسان العرب، بيروت، دار الجيل، 1911، مج 2، ج 2.
2. ابن منظور: لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، لبنان، ج 2.
3. أبو الأعلى المومودي: المصطلحات الأربعة، تعريب محمد كاظم سباق، دار القلم، الكويت، ط5، 1971.
4. أبو الحسين احمد بن فارس بن زكريا : معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، 1979، ج 2.
5. أحمد الخشاب : الاجتماع الديني، مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية، مكتبة القاهرة، مصر، ط3، 1970.
6. أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
7. أمينة عادل سليمان السيد: وهيبة محمد خليفة عبد العالي : الشبكات الاجتماعية وتأثيراتها على الأخصائي والمكتبة، دراسة شاملة للتوافد واستخدام موقع الفيس بوك facebook، مكتبة شوقي سالم، جامعة حلوان، السعودية، 2009.
8. البشير قلاطي: دراسات في مسار وواقع الدعوة الإسلامية في الجزائر، منشورات مكتبة اقرأ، 2007.
9. خليفة هبة محمد : مواقع الشبكات الاجتماعية، منتديات اليسار للمكتبات وتقنية المعلومات، 19 جانفي 2009.
10. سلطان مسفر مبارك الصاعدي: الشبكات الاجتماعية خطرام فرصة، بحث مقدم لشبكة الالوكة، المملكة العربية السعودية، 1432هـ.
11. سميرة رابح بوعيشة : الدعوة الإسلامية عبر الانترنت، مقارنة بين منهجي السلفية وشبكة إسلام على الخط في الدعوة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2003.
12. سيد قطب : خصائص التصور الإسلامي ومقوماته، دار الشروق، مصر، ط15، 2002.
13. شريف درويش اللبان : تكنولوجيا النشر الصحفي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
14. صالح الرقب : الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، 2005.
15. عادل فتحي حسين: وسائل الاتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيس بوك، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2011.

16. عارف رشاد: تكنولوجيا النشر الالكتروني، عالم الكمبيوتر، 1997.
17. عبد العزيز بن عثمان التويجري: العالم الإسلامي في عصر العولمة، دار الشروق، 2004.
18. عبد الله بن احمد العلاف: كلنا دعاة، أكثر من 1000 فكرة ووسيلة وأسلوب في الدعوة إلى الله، دار الطرفين، مكة المكرمة، ص29.
19. عبد الله سنوموي: عصر العولمة الدور التحديات الجديدة،الدار الجامعية، بيروت، 1999.
20. عبد الله ممدوح: دور شبكات التواصل في التغيير السياسي، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
21. عبد المعطي الباسط: البحث الاجتماعي محاولة نحوى رؤية نقدية لمنهجه وأبعاده، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1985.
22. عبد النعيم محمد حسنين: الدعوة إلى الله على بصيرة، القاهرة، دار الكتب الإسلامية، 1984.
23. عماد عبد الوهاب الصباغ: النشر الالكتروني، تطوره، آفاقه ومشاكله في الوطن العربي تونس، الندوة العربية الثانية للمعلومات حول تقنيات المعلومات والاتصالات في الوطن العربي تحديات المستقبل، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، 1991.
24. عمار بحوش: مناهج البحث وطرائق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر 1995.
25. عمار توفيق أحمد بدوي: أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة (الفييس بوك) نموذجا، دراسة نظرية إحصائية، بحث مقدم لمؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع، كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية .
26. عمرو محمد اسعد: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية، دراسة على موقعي اليوتيوب Youtube والفييس بوك facebook.
27. عواد محمد: شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني، موقع تأملات أكتوبر، 2010.
28. فتحي يكن: مشكلات الدعوة والداعية، بيروت، مؤسسة الرسالة، ط16، 1996.
29. الفيروز آبادي: القاموس المحيط، دار إحياء التراث العربي، لبنان، ج3.
30. مجموع فتاوي شيخ الإسلام ابن تيمية: جمع وترتيب: عبد الرحمان بن محمد بن قاسم العاصي النجدي الحنبلي، م15.
31. محمد الغزالي: مع الله، دراسات في الدعوة والدعاة، القاهرة، دار الكتب الحديثة.
32. محمد الفاضل بن علي اللافي: مقدمة منهجية في تاريخ الأديان المقارنة، دار الكلمة، مصر، 2006.
33. محمد شفيق: الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، دون سنة.

34. محمد عبد الله دراز: الدين، بحوث ممهدة لدراسة تاريخ الأديان، دار القلم، الكويت، (د.ت).
35. محمد فتحي عبد الهادي : قضايا أخلاقيات التعامل مع المعلومات واستخدام الأقراص المدججة وتأثيرها على نظم المكتبات والمعلومات العربية، المكتبة الجامعية، القاهرة، 1991.
36. محمد محمد الهادي: تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2001.
37. محمد منير حجاب : تجديد الخطاب الديني في ضوء المواقع المعاصرة، القاهرة، دار الفجر، 2004.
38. محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004.
39. مصطفى مشهور : من فقه الدعوة، دار التوزيع والنشر الإسلامية، 1995، ج1.
40. مهتاب نصر : الفييس بوك صورة المثقف وسيرته العصرية، وجوه المثقف على الفييس بوك. هل تعيد إنتاج صورته أم تصنع أفقا مقابرا؟ جريدة القيس الكويتية اليومية، العدد 13446 ، 3 نوفمبر 2010.
41. ناصر العقل، ناصر القفاري : الموجز في الأديان والمذاهب المعاصرة، دار العصيمي، الرياض، ط3.
42. نبيل محمد توفيق السمالوطي، الدين والبناء الاجتماعي، دار الشروق، السعودية، 1981.
43. هناء سرور : تأثير وسائل التواصل الالكتروني في التطور الاجتماعي، جلسة: وسائل التواصل الاجتماعي واثراء المحتوى القومي للتنمية الاقتصادية العربية الشاملة.
44. هند بنت سليمان الخليفة، وسلطانة بنت مساعد الفهد : المدونات العربية الحاسوبية، دراسة تحليلية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
45. يوسف القرزاوي : خصائص الإسلام، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط3، 1958.
- ثانيا- المجلات:
46. فايز الشهري : استخدامات شبكة الانترنت في العالم الأمني العربي، مجلة البحوث الأمنية، كلية الملك فهد، العدد التاسع عشر، شعبان 1422هـ.
47. أماني جمال مجاهد : استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات مكتبية متطورة، مجلة دراسات المعلومات، العدد الثامن، ماي 2010.
48. فوزي شريط : الدين والإعلام الجديد، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفييس بوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 3، ديسمبر 2013.
49. كريم مراد : النشر الالكتروني ومكتبة المستقبل، مجلة المكتبات والمعلومات، مج2، ع2، قسنطينة، دار الهدى، 2005.

50. محمد أمان : النشر الالكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات، المجلة العربية للمعلومات، مج6، ع 1، 1985.
51. مشري مرسى : شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف، مجلة المستقبل العربي، لبنان، العدد 395، يناير 2012.
52. محمد الحبيب الهيلة : جوانب من مشكلات الخطاب الإسلامي، من بحوث مؤتمر مكة المكرمة الثامن 1428، مجلة الرابطة، ع501، 2008.

ثالثا- مذكرات:

53. غزال مريم، شعوبي نور الهدى : تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال، جامعة ورقلة، 2013.
54. مديحة جيطاني : استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والأنماط والاتجاهات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام، جامعة الحاج لخضر، باتنة.
55. براهيمى يوسف : تأثير التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال على المكتبة، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005.
56. الطيب برغوث : منهج النبي - ﷺ - في حماية الدعوة والمحافظة على منجزاتها خلال الفترة الملكية، رسالة ماجستير، قسم الدعوة والإعلام، جامعة الجزائر، 1992 .
57. علي محمد بن فتح محمد : مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، المملكة العربية السعودية، 2012.
58. محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور التلقين، رسالة ماجستير، مجلس كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، الدنمارك، 2012.
59. محمد المنصور : تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، رسالة ماجستير مجلس كلية الآداب والتربية ، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012.

رابعا- مراجع بالفرنسية:

60. Kist.joost , Electronic publishing ,looking for obblue print; london,groom Helm ,1987
61. Le petit rousse: édition anniverture dela semeuse ,2010 .

خامسا- مواقع الويب:

62. Webster : Merriam ,www ebster dictionary. Availabe:http //www.m-w.com cgi\_bin/dictionary.

63. رجب عبد الحميد : تقنيات الويب الدلالي للمكتبات الرقمية، متاح في:  
<http://www.cybraims.info/journal/n14/semantic>
64. سهير عثمان : فيس بوك، طريق الباحثين عن العلاقات القديمة، متاح على:  
<http://www.moheet.com/show.files.aspx?fid=4633&pg=10K>
65. صفاء زمان : الشبكات الاجتماعية، تعريفها، تأثيرها، أنواعها، متاح على :  
<http://www.kse.org.kw>
66. عادل عبد الله هندي : وسائل التكنولوجيا الحديثة في خدمة الدعوة، متاح على :  
<http://islamselect.net/mat/87638>
67. عصام فريجات : مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعلم والمكتبات المدرسية، متاح على:  
<http://www.infrmatcs.gov.sa/lrc/readarticle.php?article.id=14>
68. فيس بوك : وكالة أنباء دولية محورها .. أنت .الشرق الأوسط . ع 10512، سبتمبر 2007،  
 متاح في <http://www.aawsal.com/details.asp?section=37> \_  
 issueno=10512 article=436304 search.
69. فيس بوك : وكالة أنباء دولية محورها .. أنت .الشرق الأوسط . ع 10512، سبتمبر 2007،  
 متاح في <http://www.aawsal.com/details.asp?section=37> issueno=10512  
 .article=436304 search
70. محمد درويش : الدعوة الإسلامية عبر شبكة الانترنت، متاح على:  
[Http://www.adabasham.net/show.php?sid=7395.](Http://www.adabasham.net/show.php?sid=7395)
71. مدونة محمد أحمد مطهر آل المطهر : مقرر استخدام الإنترنت في مراكز مصادر التعلم، عمادة  
 خدمة المجتمع بجامعة جازان للعام الدراسي 1433-1434 الفصل الأول، تم نشره يوم الخميس 4  
 أكتوبر 2012 <http://ju5emac.blogspot.com/2012/10/blog-bost7858.html>
72. معجم المعاني الجامع، المعجم الوسيط <http://www.almaany.com/ar/dict/ar/ar>
73. مواقع التواصل الاجتماعي ماهي ومتى بدأت؟ ومتى ستنتهي؟  
<http://www.lahaonline.com/articles/view/43682.htm>.2013
74. الوافي طيب وبهلول لطيفة : البطالة في الوطن العربي أسباب وتحديات، متاح على:  
[http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc.](http://www.kankji.com/figh/fhles//c.d/7830/doc)

جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

استمارة استبيان بعنوان

## واقع المشاركات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة المسيلة

استمارة استبيان في إطار التحضير لمذكرة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال  
وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:

\*سلامي سعيداني

إعداد الطالبة:

❖ غربي حسبية

ملاحظة: بيانات هذه الاستمارة سرية والغرض منها علمي بحت.

السنة الجامعية:

## البيانات الشخصية:

1-الجنس:

- ذكر  أنثى

2-السن:

- أقل من 20  20-25  
 أكثر من 30  من 25-30

## المحور الأول : عادات و أنماط المستخدمين على موقع الفيس بوك

1-منذ متى تستخدم الفيس بوك:

- أقل من سنة  منذ سنة  
 منذ سنتين  أكثر من سنتين

2- تتصفح حسابك يوميا :

- مرة واحدة  مرتين  
 ثلاث مرات  أكثر من ذلك

3/ الفترات المفضلة لديك في تصفح الفيس بوك ؟

- صباحا  في الظهر  
 مساءا  في الليل

4 / الوقت الذي تقضيه في التصفح:

- ساعة  ساعتان  
 3ساعات  أكثر من ذلك

5/ مع من تتصفح الحساب:

- بمفردي  مع الأصدقاء  مع العائلة

أخرى أنكرها.....

6/ أين تتصفح الحساب:

- البيت  العمل  
 فضاء انترنت  الجامعة

..... أخرى تذكر .....

7/ هل تدخل للفييس بوك باسمك الحقيقي أم اسم مستعار؟

- اسم حقيقي  اسم مستعار

8/الهدف من وراء استخدام الفييس بوك:

- تكوين صداقات  التواصل من الأصدقاء  
 البقاء على اتصال بالعالم الخارجي  المشاركة والتعليق

بحرية

الحصول على تقييم شخص لموضوعاتك المطروحة  اكتساب الثقافة و

المعرفة  ملئ الفراغ و الترفيه

..... أخرى تذكر .....

9/ هل أنت عضو في مجموعات معينة على الفييس بوك ؟

- نعم  لا

- إذا كانت الإجابة بنعم ، ما هي طبيعة هذه المجموعات ؟

سياسية  ثقافية  دينية

رياضية  ترفيهية

..... أخرى .....

المحور الثاني: الاستخدام و التفاعل على الفييس بوك في النشر الديني

1/ طبيعة المواد الدينية التي تنشرها بشكل أكبر على موقع الفييس بوك

نصوص  صور

الصوت  فيديو

..... أخرى تذكر .....

2/ ماهي أكثر المواضيع التي تجذب انتباهك في الصفحات الدينية ؟

المواعظ و المحاضرات  الآيات القرآنية و الأحاديث

الفتاوى  الأدعية

..... أخرى انكرها .....

3/ ما هو دافعك لنشر أو تلقي مواد دينية على صفحتك على الفيس بوك؟

- التنقيف الديني  نشر فوائد دينية  
 كسب الأجر  المساهمة في نشر الوعي  
 تنمية الإحساس بالدين  غرس الوازع الديني

أخرى تذكر.....

4/ التفاعل مع المواد الدينية المنشورة على صفحتك على الفيس بوك يكون من خلال؟

- الإعجاب  التعليق  
 الاحتفاظ بالمنشور  مشاركة المنشور  
 عدم التفاعل معها  الإشارة للأصدقاء

أخرى تذكر.....

5/ ما هو الشيء الذي يحفزك للتفاعل مع المنشورات الدينية ؟

- المنشور الذي يعجبك  المنشور الذي يعجب صديقك  
 المنشور الذي يكون فيه التفاعل كبير  المنشور الذي تضعه  
شخصية مشهورة

أخرى تذكر

.....

6/ ما هو المنشور الديني الذي تراه يستحق المشاهدة ؟

- الذي يكون مختصرا  الذي يحتوي صورا وتعليق  
 الذي يحتوي فيديو و عناصر الحركة  الذي يحتوي بحث أو مشاركة علمية.

أخرى تذكر.....

## المحور الثالث: تقييم الطلبة للأداء الديني ونشر الوعي الإسلامي من خلال التفاعل

### مع الفيس بوك

الفقرة	موافق	موافق بشدة	محايد	معارض	معارض بشدة
1/ الفيس بوك وسيلة لنشر الوعي الاسلامي					
2/ الفيس بوك له دور بالتعريف بتعاليم الدين الاسلامي					
3/ القصص و المحاضرات الدينية تساعد على نشر الوعي الإسلامي					
4/ المسابقات الدينية على الفيس بوك تساهم في التوعية الدينية					
5/ الفيس بوك يتيح للمستخدم الفتوى الدينية					
6/ أفادك استخدام المواد الدينية على موقع الفيس بوك في حياتك الروحية؟					
7/ يؤثر النشر الديني على موقع الفيس بوك ايجابيا في ممارستك الدينية					
8/ يؤثر النشر الديني على موقع الفيس بوك سلبيًا في ممارستك الدينية					
9/- المنشورات الدينية على الفيس بوك غير موثوق منها					
10/ تساهم المشاركات الدينية في تعزيز علاقة المسلم بالله تعالى					
11/ تساهم المنشورات الدينية في تحقيق الراحة النفسية					
12/ تساهم المشاركات الدينية في تنمية معارف المستخدمين					
13/ النشر الديني على الفيس بوك يساهم في مقاومة العادات المنافية للإسلام					
14/ ساعدك النشر الديني على موقع الفيس بوك في تعزيز قيمك الدينية					
15/ الأوضاع الخارجية هي من فرضت عليك النشر الديني على موقع الفيس بوك					
16/ منحك الفيس بوك مساحة كبيرة للتفاعل مع المنشورات الدينية					
17/ كثرة المواضيع الدينية المنشورة على الفيس بوك واختلافها جعلك في حيرة وتناقض					
18/ مشاركة المنشورات الدينية واستخدامها في الدعاية للصفحات لكسب المنتسبين لها قلل من قدسية الدين ومصداقية الفيس بوك					
19/ ارتباط بعض المواضيع الدينية وتداولها عبر الفيس بوك بالمناسبات الدينية يساهم في التقليل من أهمية الدين الإسلامي					