

استخدامات الدعاة للفايس بوك

-دراسة على عينة من أئمة ومرشحات مدينة قسنطينة-

الأستاذة وردة بوجلال

أستاذ محاضر-ب- بقسم الدعوة والإعلام والاتصال - كلية أصول الدين-

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

wardaboudjellal@yahoo.fr

تاريخ الوصول: 2018/03/15 القبول: / النشر على الخط:.....

Received :.....l Accepted :.....l Published online :.....

ملخص:

تشهد الجزائر في الآونة الأخيرة ظهور أنماط اتصالية فرضها التطور التكنولوجي الهائل لم تكن مطروحة من قبل مثلها مثل الدول العربية الأخرى، والتي أشهرها اليوتيوب والفايس بوك والتويتتر، ومما لا شك فيه أن عالمية الدعوة الإسلامية وضرورة البلاغ أوجب على الدعاة استغلال جميع الوسائط المتاحة للوصول إلى جمهور واسع ومن هنا جاءت هذه الدراسة للكشف عن استخدامات الدعاة لموقع الفيسبوك، خاصة وأنه أصبح يحتل الصدارة في الممارسة الدعوية، وكثير من الدعاة قاموا بإنشاء حسابات يثون فيها آراءهم ويعبرون فيها عن مواقفهم تجاه الأحداث والقضايا المختلفة، وتصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث استعملت الباحثة منهج المسح بالعينة، على مجموعة من الأئمة والمرشحات في مدينة قسنطينة، من خلال استمارة استبيان. وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (41.6%) فقط من عينة الدراسة يوجد لهم حساب شخصي على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، وأن دوافع زيادة المعرفة والاطلاع على الأحداث والتطورات المحلية والدولية والبحث عن الكتب العلمية، ونشر الأفكار والمواقف، تعدد من الدوافع الرئيسية التي دفعت الباحثين لاستخدام الفيسبوك. كما أن الباحثين يرون أن للفايس بوك سلبيات كثيرة أهمها : التقليل من العلاقات داخل الأسرة، الانشغال عن الصلاة والالتزامات الدينية والاجتماعية المختلفة.

Abstract:

Algeria has witnessed in the last times the emergence of a new communication patterns that were not treated before as well as in the other Arab countries, the latter were imposed by the huge technological progress, the famous ones were: the YouTube, the Face Book, and the Twitter and without doubt the universality of the Islamic Call and the necessity of publication have forced the callers to explore all provided means to arrive to the wide public. Starting from this study came to run and measure at what extent the callers in Constantine of the Face Book network ;

especially because this site became settling the prominence in the calling practice, and a lot of callers have created accounts in which they published their opinions and in which they expressed their attitudes towards the facts and about different issues, and the study is classified into descriptive studies, and the researcher has used the method of samples survey, on a group of preachers and the women -advisers in the city of Constantine through unidentified questionnaire.

And the study has arrived to that a percentage of only (%41.6) of the study's sample who have a personal account on the social networking site (Face Book), the impulses of increasing knowledge and the access to events and the local & international developments and the seeking for scientific books, and the publication of ideas and approaches; were the principle impulses that pushed the researchers to the usage of Face Book. Also the researchers saw that Face Book has many inconveniences the most important are: reducing relations inside the family, caring about prayers 'times, besides different religious and social

مقدمة:

لقد وفرت وسائل الاتصال الحديثة لجيل الشباب، وغيرهم من أصناف المجتمع متنفسا اتصاليا تمثل في شبكات التواصل الاجتماعي: الفاييس بوك، اليوتيوب، تويتر وامستغرام... يثون فيه أمالهم وآلامهم ويعبرون فيه عن آرائهم واتجاهاتهم، وانتقلت ممارساتهم الاتصالية من الدردشة والتسلية إلى المعرفة والاطلاع كما تظهره الدراسات السابقة⁽¹⁾، وحيث أن الدعوة هم كذلك معنيون بهذا الاتصال التفاعلي الجديد لما تطرحه عالمية الدعوة وضرورة وصولها إلى جميع شرائح المجتمع، ظهرت الحاجة إلى ترشيد هذه الظاهرة ومعرفة صيرورتها، وحيث أن الجزائريين من أكثر شعوب العالم اهتماما بهذا المجال، فقد تجاوز عدد المسجلين على موقع التواصل الاجتماعي فايسبوك شهر ديسمبر 2014 أربع ملايين مستخدم بزيادة فاقت المليون مشترك مقارنة بنفس الفترة من العام 2011.

وكشفت معلومات على موقع " سوشياال باكرز "socialbakers المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم أن عدد مستخدمي الفايسبوك في الجزائر بلغ أربعة ملايين و23 ألف و940 مشترك ما يمثل 11.63 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان المقدر: بحوالي 37 مليون نسمة،

⁽¹⁾د. بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري صدر عن الإعلام المركزي_ مفوضية الشؤون الفكرية والسياسية والإعلامية - تيار المقاومة والتحرير - قوات العاصفة _حركة التحرير الوطني الفلسطيني "فتح

و90 بالمائة من الجزائريين المربوطين بالانترنت.

ووفق نفس الموقع فإن الجزائر احتلت حسب التصنيف المرتبة الرابعة عربيا بعد كل من مصر، السعودية والمغرب والمرتبة 42 عالميا مع نهاية 2014 حيث تقدمت بأربعة مراتب مقارنة بالعام 2011 أين احتلت المرتبة 46 عالميا، ويشير التصنيف العمري لمستخدمي الفايبروك بالجزائر أن الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و34 يمثلون نسبة 68 بالمائة أي ثلثي مستعملي هذه الشبكة بالجزائر، وتشير الإحصائيات أن نسبة القصر الذين تقل أعمارهم عن 18 سنة بلغت 19 بالمائة، وبالنسبة للتمثيل من حيث الجنس يمثل الرجال ثلثي المستخدمين ب 68 بالمائة مقابل 32 بالمائة للنساء⁽²⁾.

الإطار النظري لموضوع الدراسة:

تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية الاستخدامات والأشباع التي تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة، حيث تؤيد هذه النظرية المفهوم القائل أن الجمهور سلبي في عملية التلقي إلى كونه نشطا إيجابيا، ينتقي من الإعلام ما يريده ويفضله. تنقل هذه النظرية حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي إلى المفهوم الإيجابي القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون يصطفون من الإعلام المضامين والرسائل التي يفضلونها⁽³⁾.

وبوجه عام تقسم معظم دراسات الاتصال دوافع التعرض إلى فئتين هما: "الدوافع المنفعية التي تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام، والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية، والدوافع الطقوسية التي تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصدقة والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج

⁽²⁾ موقع الشروق أون لاين الاثنين 22 جوان 2015 ميلادي الموافق ل 05 رمضان 1436 هجري، وهذا الإحصاء وقت إجراء الدراسة أما الإحصاءات الحديثة 2017 فقد أظهرت أن 15 و20 مليون مستخدم نشط شهريا 65% رجال و 35 % نساء، وأكثرهم من فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 سنة، كما أكدت أن أغلب مرتادي هذه الشبكات هم عزاب غير متزوجين، كما أن أكبر نسبة من العاصمة ثم وهران فقسطنطينة. www.android-dz.com.

⁽³⁾ فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، المطبعة العلمية، ط1، دمشق، 2002، ص154

الخيالية مثل: المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترقية المختلفة⁽⁴⁾

كما أن نظرية الاستخدامات والاشباع تحقق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

- السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.
- شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

-التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري⁽⁵⁾.

و بالاستناد إلى جملة الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالوظائف السيكولوجية والاجتماعية للإعلام الجماهيري، صنف بعض الباحثين الإعلاميين خمس طبقات من الحاجات يمكن للإعلام أن يشبعها، وهي:

حاجات معرفية(اكتساب وتقوية معارف وفهمها)

حاجات مشاعرية-مظهرية(تقوية التجربة المظهرية والتفاعلية)

حاجات تكميلية على مستوى الشخصية(اطمئنان، استقرار، عاطفي، نمو المصادقية والوضع الاجتماعي).

حاجات تكميلية على الصعيد الاجتماعي(تقوية العلاقات مع الشخصية، ومع العائلة ومع الأصدقاء، ومع الزملاء...)،⁽⁶⁾ من هنا فإن الباحثة رأت أن نظرية الاستخدامات والاشباع تعد من أنسب النظريات لدراسة عملية الاتصال من خلال تعرض الدعاة لموقع الفيسبوك واستخداماتهم ودوافعهم لهذا الاستخدام، دون الخوض في مجال الاشباع فليس مجاله هذا البحث.

الدراسات السابقة:

دراسة علي عقله نجادات: استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك

⁽⁴⁾حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، جمهورية مصر العربية، القاهرة، 2009، ص 163.

⁽⁵⁾حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998 ص241. و المرجع السابق، ص 158.

⁽⁶⁾فريال مهنا:علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ص155

والإشباع المتحققة منه"دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك"⁽⁷⁾

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام المتزوجات العاملات في الأردن موقع الفيسبوك والإشباع التي تتحقق لهن من هذا الاستخدام، والدوافع من وراء هذا الاستخدام، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي (Social Survey)

حيث تكوّن مجتمع الدراسة من جميع المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية الرسمية (هيئة تدريسية وإداريين وفنيين)، وقد تمّ اختيار جامعة اليرموك كمثثلة لهذه الجامعات. وقد بلغ العدد الإجمالي للنساء العاملات في الجامعة (437) مفردة، توزعت على (125) مفردة من الهيئة التدريسية، و(312) مفردة من الإداريين والفنيين،

أما عينة الدراسة فقد اشتملت على (218) مفردة، منها (62) مفردة من الهيئة التدريسية، وبما نسبته (50%)، و(156) مفردة من الإداريين والفنيين، وبما نسبته (50%)

و توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تمثل أهمها في:

أن الأصدقاء من جهة والانترنت من جهة أخرى، كانتا أهم الوسائل التي ساهمت في معرفة المبحوثات بموقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، وأن المنزل ومكان العمل هما من أكثر الأماكن التي تستخدم منه المبحوثات هذا الموقع.

- كما كانت المقاطع الإخبارية الهامة والنادرة والمقاطع الدينية هي الأكثر تفضيلاً وأن الأفكار والصور والمعلومات الشخصية، هي الأكثر تبادلاً بين المبحوثة والآخريين، وأن الكتابة على الحائط والدردشة والرسائل العادية تعدّ أفضل الطرق في تواصل المبحوثات مع الآخريين على موقع الفيسبوك.

- أن دوافع البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى، والاستمتاع والتسلية، وشغل أوقات الفراغ، وزيادة المعرفة، والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية، تعدّ من الدوافع الرئيسية التي دفعت المبحوثات لاستخدام الفيسبوك.

دراسة عمرو محمد أسعد: حول العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية

2011⁽⁸⁾

⁽⁷⁾دراسة منشورة على شكل PDF، 2012.

تسعى الدراسة إلى البحث في محاولة استبيان طبيعة العلاقة بين استخدامات الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بقيمهم المجتمعية إيجابا وسلبا.

أجريت الدراسة على مرحلتين دراسة تحليله لمقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة من الشباب المصري في موقع اليوتيوب (You tube) في الفترة من 1 يناير إلى 31 مارس 2010 ودراسة ميدانية على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من مستخدمي اليوتيوب والفيس بوك (face book) من طلاب جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وجامعة القاهرة وجامعة الأزهر والجامعة الأمريكية .

توصلت الدراسة إلى النتائج أولها نتائج الدراسة التحليلية :

- بينت الدراسة أن مقاطع الفيديو الترفيهية المشتملة على مقاطع الغناء والرياضة والموسيقى في مقدمة الفيديو الأكثر مشاهدة ويليهما المقاطع الوثائقية التي تتناول أحداث سياسية وقضايا اجتماعية.

- جاءت اللغة الانجليزية في مقدمة اللغات التي كتب بها المستخدمين تعليقاتهم حول مقاطع الفيديو في موقع اليوتيوب .

- احتلت مجموعات النقاش الترفيهية مقدمة مجموعات النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة في موقع الفيس بوك وفيها تم تناول الأفكار والموضوعات البسيطة ويليهما مجموعات النقاش الدينية فمجموعات النقاش الاجتماعية التي تناولت المشكلات والقضايا الاجتماعية ومثلت مجموعات النقاش السياسية متنفسا للطلاب للتعبير عن وجهات نظرهم تجاه القضايا المختلفة .

ثانيا أهم نتائج الدراسة الميدانية :-

- أوضحت الدراسة أن وسائل الاتصال الشخصي ممثلة في الأصدقاء والمعارف ساهمت في تعريف طلاب الجامعة بموقع اليوتيوب والفيس بوك ويليه مواقع الانترنت الأخرى ثم وسائل الإعلام التقليدية اقل المصادر التي استمد منها الطلاب معرفتهم بالموقع .

- أظهرت الدراسة أن طلاب الجامعة يستخدمون موقع اليوتيوب أقل من ساعة في المرة الواحدة .

- جاءت الفترة المسائية (مساء وبعد منتصف الليل) أكثر الفترات استخداما لموقع وجاءت الفترة الصباحية اقل استخداما حيث تبين مشاهدة الإناث صباحا والذكور مساء هروبا من رقابة الأسرة عليهم أثناء التفاعل مع الموقع.

(8)دراسة على موقعي ال يوتيوب فايسبوك،رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، 2011.

- تبين أن أكثر الأنشطة التي يقوم بها طلاب الجامعة في موقع اليوتيوب مشاهدة مقاطع الفيديو ويليها بفارق كبير إرسال تعليقات حول المقاطع المشاهدة تشير اتجاه الغالبية العظمى نحو المشاركة السلبية في الموقع.
- أوضحت النتائج أن طلاب الجامعة يقضون فترات طويلة في موقع الفيس بوك ويرجع ذلك لطبيعة الأنشطة الاتصالية والتطبيقات المتنوعة التي تسمح بقضاء وقت طويل لتفاعل ويميل الطلاب لاستخدام الفيس بوك في الفترات المتأخرة يرجع ذلك لظروف الدراسة .
- أظهرت النتائج محافظة الطلاب على شبكاتهم الاجتماعية في موقع الفيس بوك ممثلة في الأصدقاء وزملاء الدراسة في الجامعة والمدرسة والأهل والمعارف .
- تبين من نتائج الدراسة أن الطلاب يرون أن موقع الفيس بوك يحتوي على العديد من السلبيات من أهمها أنه يضع الكثير من الوقت ويشتمل على محتويات إباحية بالعكس موقع اليوتيوب يرون أنه يتضمن الكثير من المحتويات الإباحية ويليها بفارق كبير مضيعة الوقت.

دراسة أمال كمال⁽⁹⁾: استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس

المال الاجتماعي

- تسعى الدراسة للتعرف على العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة المصريين لموقع الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي لدى هؤلاء الطلاب وعلاقة كثافة استخدام الفيس بوك بطبيعة العلاقات الاجتماعية التي يكونها الشباب (علاقات عابر /علاقات وثيقة / الحفاظ على العلاقات القائم وضمان استمرارها) والكشف عن العوامل المؤثرة في العلاقة بين كثافة استخدام الفيس بوك ورأس المال الاجتماعي لدى الطلاب .
- أجريت الدراسة على عينة احتمالية من طلاب الجامعات المصرية قوامها 300 مفردة من مستخدمي الفيس بوك.
- أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:-

- تشير نتائج الدراسة أن ما يقرب من نصف العينة قد اشتركت في موقع التواصل الفيس بوك من أكثر من سنة من تاريخ البحث ويليها في المرتبة الثانية الاشتراك من أكثر من ستة أشهر وأحتل المدى الزمني الذي

⁽⁹⁾الجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو -ديسمبر 2011

يتراوح من شهر إلى أقل من ستة أشهر المرتبة الثالثة وفي المرتبة الأخيرة الاشتراك أقل من شهر .

- بينت نتائج البحث عن كون الأصدقاء يعدون المصدر الأول لمعرفة الطلاب عينة البحث بموقع الفيس بوك و يليه التلفزيون و يليها الأسرة ثم الصحف وأخيرا الأساتذة في الجامعة .

- تشير نتائج البحث إلى أن دافع الاتصال بالأصدقاء كان في مقدمة دوافع عينة البحث و يليه دافع الاشتراك في مجموعات وأخيرا دافع مشاهدة الصور في برو فيل الأصدقاء.

- بينت نتائج الدراسة إلى أن عدد الأصدقاء يتراوح ما بين 50 -100 صديق كان في مقدمة عدد الأصدقاء الذين يتصل بهم مفردات العينة عبر موقع الفيس بوك و يليها عدد الأصدقاء ما بين 100-150 صديق وأخيرا عدد الأصدقاء ما بين 10 -50 صديق .

- تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة من يستخدم الفيس بوك لمدة ساعتين فأكثر و يليه نسبة من يستخدم الفيس بوك من ساعة إلى أقل من ساعتين يوميا .

بينت نتائج الدراسة إلى ارتفاع نسبة المبحوثين الذي سبق لهم الالتحاق بعضوية جماعات معينة عبر موقع الفيس بوك في حين لم تتعد نسبة من لم يسبق لهم الاشتراك في أية مجموعات.

دراسة أسامة غازي المدني: استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية والشبكات المتحركة -دراسة ميدانية-(10)

تمحورت الدراسة حول استخدامات أفراد الجمهور لوسائل الاتصال والتي تتغير وتتطور باستمرار مع تطور تكنولوجيا الاتصال كالانترنت، والتي تدفع أفراد الجمهور لاستخدامات أكثر وعيا لوسائل الاتصال.

وقد درس الباحث عينة تبلغ (٢٥٠) مفردة من الشباب الجامعي السعودي حيث من المتوقع أن يكونوا الأكثر تفاعلية وتأثرا بهذه المواقع. وقد تم سحب العينة عن طريق توزيع دعوة للمشاركة في دراسة عن شبكة الانترنت بالكليات الجامعية بمدينتي جدة ومكة المتقاربتين جغرافيا تيسيرا على الباحث أثناء التطبيق الميداني.

نتائج الدراسة:

ارتفاع نسبة التفضيل للمدونات السعودية تلتها المدونات التابعة للدول العربية الأخرى ثم المدونات

الأمريكية مما يتسق مع درجة الاهتمام بما يتعلق بمن يشترك في وحدة المصير أو من يؤثر عليه بقوة. أن استخدام المدونات كمضمون اتصالي أو إعلامي أقرت النسبة الأكبر من المفردات من العينة بعدم صلاحيته وبإضافة ارتفاع نسبة الذكور والإناث في هذا المحك يتبين أن الفروق الفردية باختلاف الأفراد مسألة صحيحة.

فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد، أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة وهو ما أثبتته النتائج وأكدت صحة الفرض حيث أن النسبة الأكبر 3,77% ممن علم بوجود المضمون السياسي أقبلا على استخدامه. أن أفراد الجمهور يستطيعون دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والاجتماعية) وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع الحاجات، وهو ما أثبتته النتائج التي أكدت أن على رأس الموضوعات التي يفضلها النسبة الأكبر من المفردات تلك المتعلقة بالأنظمة السياسية كصناعة للقرار والمناخ السياسي تلاها جماعات الضغط وما يحيط بها دائما من إثارة في الأنشطة السياسية.

و جاء على رأس الإشباعات معرفة المعلومات ثم تلاها سلوك النصح للآخرين وتحقيق المكانة، ثم يتوازن اشباعي معرفة المستقبل، أولادي والتسلية وجميعها يكمن وراءها دوافع نفسية واجتماعية كما يتضح.

كما أبرزت نسبة ليست هينة من المفردات عدم رغبتهم في استخدام المضمون السياسي في المدونات على الرغم من استخدامهم المدونات في إطار مضامين أخرى

1-مشكلة الدراسة:

اعتاد الإنسان على أنماط اتصالية معينة منذ تواجهه على الأرض، ولكن ومنذ العقد الأخير من القرن الماضي وبداية القرن الحالي، تطورت هذه الوسائل وبشكل ملحوظ وتمثل ذلك باستحداث وسائل جديدة كالفضائيات والانترنت والذي بدوره استحدث وسائل جديدة للاتصال والمتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، مما انعكس بشكل أو بآخر على الفرد في المجتمع، وطريقة تفاعله مع هذه الوسائل وفضاءاتها المختلفة.

ولما كان موقع التواصل الاجتماعي والمعروف ب"الفيسبوك" قد استشرى استخدامه في المجتمعات كافة، وبين مختلف الطبقات والفئات التي تكون هذه المجتمعات، فإن مشكلة الدراسة تتحدد في الكشف عن استخدامات الدعاة لموقع الفيسبوك، مستهدفا عينة بذاتها تمثلت في أئمة ومرشحات مدينة

قسنطينة، وخاصة وأن هذا الموقع أصبح يحتل الصدارة في الممارسة الدعوية، وكثير من الدعاة أنشئوا حسابات يثون فيها آراءهم ويعبرون فيها عن مواقفهم تجاه الأحداث والقضايا المختلفة، وقد أكدت إحدى التقارير أن الشيخ العريفي أكثر الشخصيات تداولاً على الفايسبوك لسنة 2011.

2- أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة في محاولة إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، التي تعد قليلة إلى حد ما- لاسيما في المجتمعات العربية- نظرا لحدثة هذه الشبكات وتنوعها، كما تنبع أهمية هذه الدراسة أيضا في تناولها بالدراسة والبحث لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي شريحة "الدعاة" والمتمثلين في الأئمة والمرشدين وعينتها مدينة قسنطينة منار العلم ومنبت العلماء، وهي شريحة لا يمكن التغاضي عن دورها في المجتمع القسنطيني، وقد لاحظت الباحثة من خلال التواجد في لجنة الفتوى التابعة لمديرية الشؤون الدينية والكائن مقرها بالكتانية التواجد الكثيف للجمهور الذين تتعدى تساؤلاتهم الفتوى إلى المشاكل الاجتماعية فالنفسية وحتى الاقتصادية.

من هنا تأتي هذه الدراسة لتتناول بالبحث استخدامات هؤلاء الدعاة لموقع الفيسبوك وخاصة وأنه يحوي الشريحة الأهم من المدعوين ألا وهي فئة الشباب وما هي الدوافع من وراء هذا الاستخدام، حيث كشفت وزيرة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال السابقة زهرة دردوري أن نسبة مستخدمي الانترنت تضاعفت بشكل واضح خلال الـ 3 سنوات الأخيرة، فمن 6 بالمائة سنة 2010، صعدت إلى 24 بالمائة في 2013، ليصل عددهم الإجمالي إلى مليون و 700 ألف مستخدم، و 8 ملايين مستعمل لـ "3 جي"، وهو ما يتطلب اتخاذ كافة الإجراءات الاحترازية لحماية المعطيات الشخصية لمستخدمي الانترنت ومسح كامل المواقع غير اللائقة من صفحاته على اعتبار أن فئة الأطفال، المراهقين والشباب أكثر استخداما للشبكة العنكبوتية التي أضحت أمرا محتوما على مختلف الشرائح لاستخداماتها الملحة واليومية في مختلف المجالات. وأن أكثر من 7 ملايين جزائري يجوز على حساب شخصي في موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، أغلبهم من فئة الأطفال والشباب.⁽¹⁾، وهذا الإحصاء خاص

⁽¹⁾الندوة العلمية حول "تأثيرات الشبكة العنكبوتية على الشباب والمتدربين"، المنظمة من طرف لجنة التربية، التكوين والتعليم العالي للمجلس الشعبي الولائي، المنعقدة 3 مارس 2015، بالحظيرة التكنولوجية لسدي عبد الله بالمعالملة، عن: راضية مرياح: ردوري: الفايسبوك.. "يوظف" 7 ملايين جزائري أغلبهم شباب وأطفال 2015/03/03

خاص بوقت إجراء الدراسة أما إحصاء 2017 فقد كشف عن زيادة مهولة في نسبة المستخدمين وصلت لـ 15 و 20 مليون مستخدم نشط شهريا أغلبهم من الشباب⁽¹⁾.

3-أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الدعاة لموقع الفيسبوك ودوافع هذا الاستخدام،، سواء كانت دوافع منفعية أو طقوسية، كما تهدف الدراسة أيضا إلى التعرف على أفضل الأماكن والأوقات وعدد الساعات التي يتعامل فيها الباحثين للفيسبوك.

4-تساؤلات الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة الأسئلة التالية:
- ما الأسباب التي تحول دون استخدام الباحثين من عينة الدراسة لموقع الفيسبوك؟
- ما المكان الذي يستخدم فيه الباحثين الفيسبوك؟
- ما أفضل الأوقات التي يتعامل فيها الباحثين مع الفيسبوك؟
- ما عدد الساعات التي يقضيها الباحثين مع موقع الفيسبوك؟
- ما نوعية الموضوعات التي يفضلها الباحثين على الفيسبوك؟
- ماذا يتبادل الباحثين مع الآخرين على الفيسبوك؟
- ما الطرق التي يستخدمها الباحثين في التواصل مع الآخرين على الفيسبوك؟
- ما دوافع استخدام الباحثين لموقع الفيسبوك؟

5-مفاهيم الدراسة:

أ-الاستخدام:

ويعني أن الأفراد يميلون لاستخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم وقد طور ألكيس ثان "Alex tan" قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الإنسان بالنسبة للرسائل الإعلامية⁽²⁾ وهي:

(1)أنظر الصفحات السابقة.

(2)محمد الموسوي، النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، كلية التربية، 2004، ص3. نقلا عن د. /أسامة غازي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية والاشباعات المتحققة منها، مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، ع 26، يونيو 2009، ص614 www.pdfactory.com

- حاجات معرفية: مرتبطة بتدعيم المعرفة والمعلومات وفهم البيئة.
- حاجات وجدانية وتمثل الحاجة إلى الحب والصداقة والسعي وراء البهجة.
- حاجات شخصية: وتهدف إلى تدعيم ثقة واستقرار، ومكانة الفرد.
- حاجات اجتماعية: وهي التوحد الاجتماعي من أجل تقوية الروابط مع الأسرة والأصدقاء.
- الهروب من الواقع : وهي مرتبطة بالهروب وإطلاق التوتر والرغبة في التسلية.
- ب-الدعاة: الدعاة قوم يدعون الناس إلى بيعة هدى أو ضلالة، واحدهم داع، ورجل داعية، وإن كان يدعو الناس إلى بدعة أو دين. . . .» (1)
- و هو «شخص يستهدف التأثير في الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويصدر عنها في سلوكه، وتصرفاته وتستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل الإعلام المتاحة ومختلف الأساليب الإقناعية، من أجل تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية، ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته، وذلك وفق منهج علمي مدروس ومخطط ومستمر. (2)
- ودعاة الإسلام هم العلماء والأئمة والوعاظ فكل أولئك يطلق عليهم اسم داعية، لأنه يدعو الناس إلى الالتزام بالإسلام شريعة وعبادة، وفي هذا البحث نقصد بهم الأئمة والمرشدين.

6-نوعية الدراسة ومنهجها:

يمكن لنا تصنيف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية كونها تزود الباحثين بمعلومات حقيقية وواقعية عن الظواهر المدروسة، والمؤثرة في موضوع البحث، وتكمن قيمة هذه البحوث في أنها قد تتوصل إلى نتيجة تؤيد ما هو قائم، أو أنها ترشد إلى سبيل تغييرها نحو الوضع الذي يجب أن تكون عليه⁽³⁾ كما تهدف الدراسات الوصفية إلى توضيح خصائص أي ظاهرة، أي حدث، أية وضعية أو جماعة⁽⁴⁾.

و قد لجأت الدراسة إلى اعتماد منهج المسح الاجتماعي على اعتباره محاولة لتقرير الوضع الراهن

(1) (لسان العرب:2/1386).

(2) محمد منير حجاب:تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، دار الفجر، القاهرة،2004.

(3)عمر محمد عبد الله الخرايشة، أساليب البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، المملكة الأردنية،2012، ص76-77.

(4)أ.لارامي،ب.فالي،ترجمة مجموعة من الأساتذة،البحث في الاتصال،عناصر منهجية،مخبر علم اجتماع الاتصال،جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر،2004، ص 241.

لموضوع ما، ووصفه وتحليله، بهدف الوصول إلى معلومات وافية ودقيقة⁽¹⁾ وهو مناسب لموضوع بحثنا فهو يستهدف وصف وتحليل وتفسير ظاهرة الفاييس بوك، وأداته استمارة الاستبيان، وما دام منهج المسح قائما على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، وهدفه ميدانيا التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والقيم والمفاهيم والدوافع والمعتقدات والتأثيرات المختلفة الخاصة بجمهور معين⁽²⁾.

أولاً: الجانب النظري للدراسة:

1 الفاييس بوك:

عبر الزمن كانت هنالك ابتكارات وإبداعات ساهمت في تغيير الحضارة البشرية وتطوير مسيرتها نحو الأفضل، فمن اكتشاف النار فالعربة، مروراً باكتشاف المحرك البخاري، ومن ثم الكهرباء، حتى عصر الاتصال اللاسلكي واكتشاف الحاسوب، كلها إسهامات غيرت من طريقة صناعة الحضارة، والإنترنت بلا شك هو تاج الابتكارات التكنولوجية التي غيرت العالم، فهو قدم أرخص وأسرع طريقة اتصال ونقل للمعلومات في التاريخ الحديث، مما غير من طريقة التراسل بين الأفراد وحتى المؤسسات عبر البريد الإلكتروني، وغير من الإعلام والثقافة والتعليم وغيرها من نواحي الحياة، وسنستعرض أهم المراحل التي مر بها هذا الابتكار حتى ومن ضمنها عصر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر أحد الاستخدامات المتميزة لهذا الاكتشاف العظيم.

أ- تعريف الشبكات الإلكترونية:

الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه

(1) عمر حمد عبد الله الخرابشة، ص77

(2) أنظر بتصرف: أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان مطبوعات الجامعة، ط2، الجزائر،

الشبكات في فضاء الانترنت، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية في العالم فيس بوك وتويتر وماي سبيس وغيرها⁽¹⁾.

وعند الحديث عن الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت، لا يمكننا إغفال موقعين من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها انتشارا وتوسعا، موقع "ماي سبيس" و"الفيس بوك".

د- مميزات الفيس بوك :

يعتبر موقع فيس بوك للتواصل الاجتماعي ذرة تلك المواقع، فهو أكثر من ساهم في نشر التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، وذلك بسبب خصائصه التي يسرت وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبره.

والفيس بوك أو كتاب الوجوه باللغة العربية، هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع الآخرين.

وقد أسس هذا الموقع مارك زوكربيرغ هذا الموقع عام 2004 لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفارد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ولتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية، إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيس بوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاشتراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم⁽²⁾.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، ومنبر لعرض الأفكار السياسية، وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك الصحف والتي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في عام 2013 قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض⁽³⁾.

(1) حسنين شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط2010، ص181-182.

(2) خالد غسان يوسف المقدادمي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ص36

(3) المرجع نفسه، ص36

-مميزات الفيس بوك من ناحية تقنية:

-الملف الشخصي: فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد.

إضافة صديق: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

إنشاء مجموعة: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الانترنت أن تنشئ مجتمعا حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية. . الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

لوحة الحائط: وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

النكرة: منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكرة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يحظر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور: وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

الحالة: التي تتيح للمستخدمين إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية: 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.

الهدايا: ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

السوق: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية. إنشاء صفحة خاصة على الموقع: تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم Domain الخاص بها منتهيا بفيس بوك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست

أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع face book ads والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيسبوك، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته⁽¹⁾.

2-حاجة الدعاة لوسائل الاتصال الحديثة:

أثناء تدريسي لمادة مناهج الدعوة لعدة سنوات وقفت على حقيقة مفادها أن حاجة الدعاة لامتلاك والتدرب على مهارات وأدوات الاتصال المختلفة، هي أكثر من ضرورة، خاصة في هذا الزمان الذي اتسعت دائرة التواصل لتشتمل العالم بأسره وهذه هي رسالة الإسلام الذي بعث للناس كافة ولذلك جاء اللفظ القرآني: { لتعارفوا }، فهذا التعارف هو جسر للتواصل بين البشر ولا يحتاج الإسلام لأكثر من ذلك لينتشر، وخاصة إذا قاده ناس متخصصون فستكون النتيجة مرضية بإذن الله.

ويعد الدعاة الذين يحملون أمانة توصيل رسالة الإسلام إلى جمهور متعطش لمعرفة رأي الدين في كل صغيرة وكبيرة هم الحلقة الأقوى في العملية الاتصالية في مجال الدعوة الإسلامية، حيث بدأت المؤسسات الدينية تولي اهتماما كبيرا بهؤلاء القائمين على الاتصال في الدعوة لعدة أسباب أهمها:

1- لوحظ أن هناك نوع من القصور في التأهيل العلمي للدعاة في مراحل التعليم المختلفة مما يستلزم إقامة برامج تدريبية لصقل خبرات هؤلاء الدعاة وتأهيلهم.

2- تتطلب الظروف الراهنة نوعا من التجديد في الخطاب الديني بحيث يستطيع الداعية التعامل مع قطاعات جماهيرية تختلف مصادر الثقافة لديها عما سبقها من أجيال لم تعايش التطورات التكنولوجية الحديثة.

3- ظهور العديد من مستحدثات العلم لم يسبق للدعاة معرفة بها مثل الاستنساخ وتأجير الأرحام والحقن الجهرية وتنظيم الأسرة والهندسة الوراثية مما يستوجب تعرض هؤلاء الدعاة لخبراء ومتخصصين في هذه المجالات جنبا إلى جنب مع المتخصصين في أصول الدين والشريعة.

4- صعوبة الاعتماد الكلي على الطريقة التقليدية في مخاطبة الجمهور الذي يحتاج إلى دراسة متعمقة من الداعية للتعرف على طبقاته ومشاربه وخصوصياته، وألوان وأنواع الثقافة التي يتلقاها حتى

(1) خالد غسان يوسف المقدامي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ص36.

ينجح في النهاية في إقناعه بمضمون الرسالة الدعوية.

5- أهمية معرفة وإلمام بعلم العصر بشقيها: الإنساني من (علم نفس واجتماع واقتصاد وتاريخ وغيرها) والطبيعي من (طب وهندسة وإعلام وصيدلة وزراعة وغيرها)، حتى يمزج بينها وبين رؤية الإسلام للقضايا التي تثيرها⁽²⁾.

3- أدوات ووسائل الدعوة:

الوسائل في اللغة هي جمع وسيلة، والوسيلة هي الوصلة، فهي ما يُتوصل به إلى الشيء ويُتقرب بها إليه⁽³⁾، وهي بهذا المعنى لا تختلف عن الوصلة، لكن يرى بعضهم أن الوسيلة أخص من الوصلة من ناحية أن الوسيلة تكون برغبة بخلاف الوصلة⁽⁴⁾، وهو معنى جيد ومهم لاسيما في وسائل الدعوة إلى الله، فالوسيلة النافعة -غالبًا- هي الوسيلة التي يستخدمها الداعي وعنده الرغبة الصادقة في هداية المدعو، وتأتي الوسيلة بمعنى السرقة⁽⁵⁾، والسرقة في مدلولها العام؛ أخذ بخفاء⁽⁶⁾، والوسائل الدعوية متى استخدمت بشكل أمثل كانت الاستجابة -غالبًا- حتمية من المدعو وإن كان معاندًا، حيث يأخذ الداعي بلب المدعو، والشواهد على ذلك في السيرة النبوية، وغيرها أكثر من أن تحصر.

ومن خلال ما سبق يمكننا أن نُعرّف وسائل الدعوة بأنها: ما يستخدمه الداعي إلى الله -مما أحله الله- لتقريب الحق وإيصاله للمدعو رغبة في هدايته وصلاحه⁽⁷⁾

ووسائل الدعوة المعاصرة عديدة ولا يتوقف حصرها في الصحيفة، والمجلة المتخصصة والكتاب المتداول والإذاعة المسموعة والشاشة المشاهدة في البيوت أو دور العرض العامة أو الرسائل الكتابية

(2) د شعبان أبو اليزيد شمس، الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 16/ أكتوبر 2001م، ص 53.

(3) محمد الأمين الجكني الشنقيطي، أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن: 2/86. مجمع الفقه الإسلامي بمكة، كتاب الكتروني

(4) الراغب الأصفهاني، معجم مفردات ألفاظ القرآن: 560-561. دار القلم، الدار الشامية كتاب إلكتروني المكتبة الوقفية المصورة

(5) محمد الفيروزآبادي، القاموس المحيط، تحقيق محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة، 2005، الطبعة 8، ص 1379

(6) أبي الفضل جمال الدين بن محمد بن منظور الإفريقي، لسان العرب: 10/155-156، كتاب الكتروني

(7) صالح عبد المحسن الفريح: واقع الدعوة إلى الله في الدولة السعودية الثانية 1240-1309هـ، دراسة تحليلية

والمحادثات والمسرح والمهرجان،،،بل تعدتها لتشمل الإعلام التفاعلي أو ما يعرف بالاتصال التفاعلي وهو:

الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية . وهو يعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي انه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى .

ويعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حجرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني الحالية Online Email Sites⁽⁸⁾

ثانيا: الإطار التطبيقي للدراسة

1-أسلوب جمع البيانات:

قامت الباحثة بتصميم استمارة استقصاء (Questionnaire)، تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس، وتكونت الاستمارة من جزئين: الأول يتعلق بأسئلة الحالة عن المبحوثين والتي تتضمن الحالة الاجتماعية والوظيفية والفئة العمرية والمستوى التعليمي، أما الجزء الثاني، فقد تكون من (10) أسئلة تدور حول استخدامات المبحوثين للفييس بوك، ودوافع هذه الاستخدامات والأماكن المفضلة للاستخدام وأوقاتها وعدد ساعاتها، ونوعية الموضوعات المفضلة لدى أفراد العينة على الفيس بوك.

2-مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة هو مجموع الأئمة والمرشادات على مستوى مدينة قسنطينة والبالغ عددهم⁽⁹⁾: بالنسبة للأئمة الموظفين 144 إمام برتبة إمام أستاذ، المتطوعين: برتبة إمام مدرس 61 إمام، المتعاقدين: 37 إمام . إمام الصلوات الخمس 18 إمام، أما المرشادات: 19 موظفة، 9 مرشدة رئيسية، و10 عادية، أما المتطوعات: 21 والمتعاقبات 190، وهذه الأعداد تزيد وتنقص كما ذكرنا سابقا. و على هذا فالمجموع الإجمالي للأئمة 242 إمام، والمرشادات 230 مرشدة. أما عينة هذه الدراسة فكانت حوالي 30% من مجتمع البحث أي 150 استمارة وزعت

⁽⁸⁾د. حسين أبو شنب الإعلام التفاعلي Interactive Media . emag.mans.edu.eg/media/uploads

⁽⁹⁾ _ وهذه الأرقام قابلة للزيادة والنقصان حسب رئيس المستخدمين لمديرية الشؤون الدينية، وذلك على إثر مقابلة أجريت معها في شهر ديسمبر 2014.

بالتساوي على المرشحات والأئمة بالعينة العشوائية البسيطة، وذلك بحضور الباحثة لندوة الأئمة ليوم: 3 ديسمبر 2014، وندوة المرشحات ليوم: 4 ديسمبر 2014 والتوزيع على الحاضرين للندوة، وقد لاقت الباحثة عقبات كبيرة في توزيعها وذلك بعد طلب رخصة من دائرة المستخدمين لمديرية الشؤون الدينية وعدم تعاون الكثير من الأئمة فيما يخص ملاءمة الاستمارة وعادت معظمها فارغة، ولكن استطاعت الباحثة بمعاونة بعض الأساتذة بملاءمة مجموعة الاستمارات، وبلغ إجمالي الاستمارات المسترجعة 84 استمارة موزعة بين المرشحات والأئمة.

جدول (1): عينة الدراسة

المتغيرات		البدائل	التكرارات والنسب	
			ك	%
الجنس	ذكر	41	48,8	
	أنثى	43	51,2	
	المجموع	84	100	
التكوين العلمي	جامعي شرعي	58	69	
	علمي	11	13.1	
	شرعي غير جامعي	4	4.8	
	تكوين آخر	11	13.1	
	المجموع	84	100	
الفئة العمرية	من 23 إلى 35 سنة	38	45.2	
	35-45 سنة	28	33.3	
	45 سنة فما فوق	18	21.4	
	المجموع	84	100	

3-صدق الأداة:

لقد تم عرض الاستمارة على اثنين من أساتذة قسم الدعوة والإعلام والاتصال بجامعة الأمير عبد

القادر للعلوم الإسلامية⁽¹⁰⁾، وبعد إجراءات التحكيم استقرت الاستمارة على 10 أسئلة بالإضافة للأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية

4- ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، فقد تم التحقق بطريقة الاختبار وإعادة الاختبار (test -pr- test)، وذلك بتطبيق الاختبار وإعادة تطبيقه مرة أخرى على مجموعة ثانية وتم حذف بعض الأسئلة وتوضيح أخرى

5- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

قامت الباحثة بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة باستخدام برنامج (spss).

6- تحليل النتائج ومناقشتها:

تشير بيانات الجدول رقم (2) إلى أن ما نسبته (41,6%) من أفراد العينة المبحوثة لديهم حساب على موقع الفيسبوك، والنسبة الأكبر من المبحوثين (3.58%) ليس لديهم حساب. جدول (2): يوضح وجود حساب للمبحوثين على موقع الفيسبوك؟

التكرارات والنسب		البدائل
%	ك	
41,6	35	نعم
3.58	49	لا
100	84	المجموع

يوضح الجدول رقم 2 أن النسبة الأكبر من المبحوثين 58,3% ليس لديهم حساب على الفيس بوك والنسبة الأقل فقط لديها حساب، وهذا يدل على أن الأئمة والمرشدين مازالوا بعيدين عن التطورات التقنية الحاصلة .

جدول (3): يوضح العلاقة بين استخدام الفيسبوك و السمات الديموغرافية للمبحوثين

الاستخدام والمعامل الإحصائي	يستخدم	لا يستخدم	قيمة كا ²
-----------------------------	--------	-----------	----------------------

(10) هما الدكتور عيسى بوعافية، والدكتورة صليحة العابد

		%	ك	%	ك	السمات الديموغرافية
048		28.6	14	77.1	27	ذكر
		71.4	35	22.9	8	أنثى
		58.3	49	41.6	35	المجموع
7.14		46.9	23	42.9	15	35-23
		34.7	17	31.4	11	45-35
		18.4	9	25.7	9	45 فما فوق
-		58,3 .	49	6.41 .	35	المجموع
118.26		69.4	34	65.7	23	جامعي شرعي
		10.2	5	17.1	6	علمي
		6.1	3	2.9	1	شرعي غير جامعي
		14.3	7	14.3	5	تكوين آخر
-		3.58	49	6.41	35	المجموع

ويتضح من الجدول رقم (3) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (بين الجنس والسن)، وبين استخدام الفيسبوك، حيث لم تكن قيمة (ك) 0.048 دالة إحصائية عند مستوى معنوي $a=0.05$ ، بينما كان هناك دلالة إحصائية في المستوى التعليمي بين استخدام الفيسبوك حيث كانت قيمة (ك) 118.26، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوي $a=0.00$. من هنا فقد ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين والاستخدام إلا فيما يخص التكوين التعليمي.

جدول (4): الأسباب التي تحول دون استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		الأسباب
%	ك	
-	0	لم أسمع بهذا الموقع من قبل

1.7	6	لاعتقادي أن هذا الموقع يحتوي على أمور لا أخلاقية
1.7	6	استخدام الفيسبوك مضيعة للوقت
32,1	27	ليس لدي الوقت الكافي
2.20	17	لأسباب تقنية(لا أعرف كيفية الدخول إليه)
5.9	8	توافر وسائل أخرى بديلة
100	64	المجموع

*يمكن اختيار أكثر من إجابة.

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن ليس لدى الوقت الكافي جاء في المرتبة الأولى، وبما نسبته (32.1%) من إجابات الباحثين وجاء السبب لأسباب تقنية في المرتبة الثانية، وبما نسبته (20.2%). أما السبب القائل بتوافر وسائل بديلة فقد جاء في المرتبة الثالثة وبما نسبته (9.5%)، وسبب أنه يحتوي على أمور لا أخلاقية، وأنه مضيعة للوقت فقد جاء في المرتبة الرابعة بنسبة قدرت (7.1%)، ولم يوجد من الباحثين من لم يسمع بهذا الموقع.

من النتائج يتبين أن "عدم توافر الوقت الكافي" و"لأسباب تقنية" هما السببان الرئيسيان لعدم استخدام الباحثين للفيسبوك، وهو ما يطرح التساؤل لماذا وكيف لدعاة ممارسة الاتصال الدائم مع الجمهور لا يستطيعون التعامل مع التقنيات الجديدة بكفاءة.

جدول (5)

يوضح المكان الذي يستخدم فيه الباحثين موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
%	ك	
35.7	30	المنزل
7.1	6	قاعات الانترنت
6	5	مكان العمل
14.3	12	من خلال التلفون المحمول
3.6	3	أخرى

100	56	المجموع
-----	----	---------

تحتمل الإجابة عدة تكرارات

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن "المنزل جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (35,7%) وجاء "التلفون المحمول" في المرتبة الثانية، وبما نسبته (14,3%)، أما قاعات الانترنت في المرتبة الثالثة وبما نسبته (1.7%) أما المرتبة الرابعة فكانت "مكان العمل" وبما نسبته (6%) من الإجابات.

يتضح لنا أن المنزل والهاتف المحمول، هما المكانان اللذان يستخدمهما المبحوثون في الاتصال بموقع الفيسبوك، وبما نسبته (49.8%) من مجموع الإجابات، وسبب ذلك يرجع إلى كون الدعاة (الأئمة والمرشادات) عملهم غالبا هو التواصل مع الناس سواء الاتصال الشخصي بالعمل في لجنة الفتوى أو الجماهيري عن طريق الخطب والمحاضرات، وكذلك عدم توفر انترنت في مكان العمل وهذا وقفت عليه شخصا مع أنه من الضروري أن يكون للجنة الفتوى مثلا صفحة على الفاييس بوك، وتوفير الانترنت في المساجد لنقل الصلاة .

جدول (6): أفضل الأوقات التي تتعامل فيها المبحوثات مع موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
%	ك	
9,5	8	الفترة الصباحية
8.4	4	فترة الظهر
32,1	27	الفترة المسائية
6	5	لا يوجد وقت محدد
100	44	المجموع

أما عن أفضل الأوقات التي يتعامل فيها أفراد العينة مع موقع الفاييسبوك، تشير بيانات الجدول رقم (6) أن الفترة المسائية جاءت في المرتبة الأولى وبما نسبته (32%، 1)، تلتها الفترة الصباحية في المرتبة الثانية وبما نسبته (9.5%)، وجاء خيار لا يوجد وقت محدد وفترة الظهر في المرتبة الثالثة بنسب متقاربة" وبما نسبته (6%) لا يوجد وقت محدد (4,8%) لفترة الظهر

وبالنظر إلى هذه النتائج نلاحظ أن معظم المبحوثين يستعملون موقع الفاييس بوك في الفترة

المسائية بنسبة (32,1%)، وهذا دل على أن المبحوثين يستغلون فرصة الانتهاء من العمل للدخول للفيديو، وخاصة وأن إجاباتهم عن مكان استعمال الفايس كانت في المنزل ووقت تواجد الدعاة غالبا في المنزل يكون في المساء وهي أفضل فرصة للتواصل مع المدعويين.

جدول (7): يوضح معدل الساعات التي يقضيها المبحوثين مع موقع الفيديو يوميا

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
18	21,4	أقل من ساعة ونصف (معدل منخفض)
12	14,3	من ساعة ونصف-أقل من ثلاث ساعات (معدل متوسط)
5	6	أكثر من ثلاث ساعات (معدل مرتفع)
35	100	المجموع

و أما عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين مع الفايس بوك، تشير بيانات الجدول (7) أن خيار أقل من ساعة ونصف جاء في المرتبة الأولى بنسبة (21,4%)، أي بمعدل منخفض، وتلاه خيار من ساعة ونصف -أقل من ثلاث ساعات أي معدل متوسط بنسبة (14,3%) وفي المرتبة الأخيرة وبما نسبته (6%) جاء خيار أكثر من ثلاث ساعات أي معدل مرتفع.

إذا نظرنا إلى النتائج السابقة يتضح أن جل المبحوثين يستعملون موقع الفيديو بمعدل منخفض وهو يدل على عدم الاقتناع التام بجدوى الفايس بوك للدعوة، كذلك الالتزامات التي تقع على عاتق أفراد العينة خاصة الأئمة في العمل المسجدي والتطوعي وما إلى ذلك.

جدول (8): نوعية المقاطع التي يفضلها المبحوثين على موقع الفيديو

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
27	32,1	مقاطع إخبارية
8	8,5	مقاطع الفيديوهات الشخصية
3	3,1	مقاطع رياضية
14	16,7	مقاطع سياسية

35,7	30	مقاطع دينية
9,5	8	مقاطع فكاهية وترفيهية
100	90	المجموع

وبالنسبة لنوعية المقاطع التي يفضلها أفراد العينة على موقع الفيسبوك، يشير الجدول (8) إلى أن المقاطع الدينية، والإخبارية احتلت الصدارة بنسب متقاربة جاءت في المرتبة الأولى الدينية بنسبة (35,7%) وفي المرتبة الثانية الإخبارية بنسبة (32.1%). من مجموع الإجابات، ثم جاءت في المرتبة الثالثة المقاطع السياسية، وبما نسبته (16.7%)، وجاءت مقاطع الفيديوها الشخصية، والفكاهية في المرتبة الرابعة وبما نسبته (9,5%)، أما المقاطع الرياضية، فاحتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (3.1%).

تبين النتائج أن المقاطع الدينية والمقاطع الإخبارية الهامة والنادرة جاءت مفضلة عند الباحثين بدرجة كبيرة، وبما مجموعه (67.8%) من مجموع إجابات الباحثين، وبالنسبة لتفضيل الباحثين للمقاطع الدينية نجد أن التخصص يفرض نفسه والأخبار نجدها العامل المشترك بين إجابات الباحثين على اختلافهم فقد بينت الدراسات السابقة ذلك.

جدول (10): يوضح الكيفية التي يتفاعل بها الباحثين مع الآخرين على موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
%	ك	
8,5	8	عن طريق تبادل الصور
36,9	31	الكتابة
15,5	13	مناقشات جماعية
6	5	محادثات بالصوت والصور
11,9	10	التعليق على مشاركات الآخرين
100	67	المجموع

تشير بيانات الجدول رقم (9) والمتعلقة بالكيفية التي يتفاعل بها الباحثين في الفيس بوك إلى أن "الكتابة" (writing in a friend's Wall) جاءت في المرتبة الأولى، وبما نسبته (36,9%)، في حين جاءت "المناقشات الجماعية" (online chatting) في المرتبة الثانية، وبما نسبته (15,5%) وجاء التعليق

على مشاركات الآخرين في المرتبة الثالثة وبما نسبته (11.9%) وجاءت تبادل الصور في المرتبة الرابعة، وبما نسبته (8.5%) وجاءت المحادثات بالصوت والصورة في المرتبة الخامسة، وبما نسبته (6%)، من إجابات المبحوثين

يتضح مما سبق أن (الكتابة والمناقشات الجماعية) هيمن أكثر الأمور التي يتبادلها المبحوثين مع الآخرين، وبما نسبته (52,4%) من إجاباتهم. ولعل ذلك يرجع السبب إلى كون هذه الفئة من الفئات المؤثرة في المجتمع ولها قدرة على الكتابة ومخاطبة الآخرين بكل سهولة ويسر لأنها طبيعة عملها.

جدول (10): يوضح نوع المشاركة التي يتواصل بها المبحوثين مع الآخرين على موقع

الفيس بوك

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
16	19	مواعظ
3	3,6	حكم وأمثال
17	20,2	مقاطع لمحاضرات
6	7,1	اعلان عن محاضراتك
15	17,9	مناقشة المدعوين في مسائل الدعوة المختلفة
20	23,8	الكتب العلمية
13	15,5	مواقفك وأرائك الفقهية
10	11,9	التذكير بالصلاة والصيام
100	100	المجموع

*يمكن اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن الكتب العلمية جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (23.8%) من إجابات المبحوثين، ثم جاءت مقاطع لمحاضرات بنسبة (20,2%)، مواعظ (19%)، مناقشة المدعوين بنسبة (17.9%)، المواقف والآراء الفقهية بنسبة (15,5%)، والتذكير ببعض الأمور الشرعية بنسبة (11,9%)، أما الإعلان عن المحاضرات فاحتل المرتبة السابعة بنسبة (7,1%) وبعدها الحكم والأمثال بنسبة (3,6%).

يتضح من النتائج أن ما نسبته تقريبا (80%) من إجابات المبحوثين تدور حول الأمور العلمية من كتب ومحاضرات وغيرها.

جدول (11): يوضح دوافع استخدام المبحوثين لموقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
%	ك	
35,7	30	زيادة المعرفة والاطلاع على الأحداث والتطورات
6	5	الفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد
11,9	10	الوصول للمواد غير المتاحة ومشاهدتها
16,7	14	البحث عن قواعد للمناقشة
17,9	15	الإعلان عن فعاليات ومحاضرات
15,5	13	للبحث ومعرفة مواقع الأصدقاء القدامى
1,2	1	تحقيق مكانة ما في المجتمع
15,5	13	لأبقى على اتصال مع الأصدقاء القدامى
13,1	11	لعمل صداقات بغرض الدعوة
2,4	2	الاستمتاع والتسلية
15,5	13	تقوية العلاقات مع الأصدقاء
9,5	8	التواصل مع الجمهور الدعوي والإجابة على تساؤلاتهم
4,8	4	الهروب من الضغوط اليومية
20,2	17	لأنشر أفكار ومواقفي تجاه الأحداث والمواضيع المختلفة
100	155	المجموع

*يمكن اختيار أكثر من بديل.

وحول دوافع استخدام موقع الفيسبوك لدى المبحوثات، تشير بيانات الجدول (11) أن دافع "زيادة المعرفة والاطلاع على الأحداث والتطورات المحلية والدولية" جاء في المرتبة الأولى، وبما نسبته (35,7%) من إجابات المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفيسبوك، في حين جاء دافع "لأنشر

أفكارى ومواقفى تجاه الأحداث والقضايا المختلفة" فى المرتبة الثانية، وبما نسبته (2,20%)، وجاء دافع الإعلان عن فعاليات ومحاضرات فى المرتبة الثالثة وبما نسبته (9,17%)، وجاء دافع "البحث عن قواعد للمناقشة" فى المرتبة الرابعة وبما نسبته (7,16%) وجاء دافع "تقوية العلاقة مع الأصدقاء والرغبة فى البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى" فى المرتبة الخامسة، وبما نسبته (5,15%) وجاء دافع "البحث عن صداقات لغرض الدعوة" فى المرتبة السادسة، وبما نسبته (1,13%) وجاء دافع "الوصول للمواد غير المتاحة" فى المرتبة السابعة، وبما نسبته (9,11%).

أما دوافع الاستمتاع والتسلية وشغل أوقات الفراغ، وتحقيق مكانة ما فى المجتمع، والهروب للشعور بالأمان والفضول)، فقد احتلت المراتب الأخيرة بنسب ضئيلة تراوحت (2.4% - 2.1% من إجابات الباحثين.

إذا نظرنا إلى النتائج يتبين أن دوافع "زيادة المعرفة والاطلاع، لنشر أفكارى ومواقفى، والإعلان عن الفعاليات والمحاضرات والبحث عن قواعد للحوار والمناقشة" شكلت الدوافع الملحة لدى الباحثين، وبما مجموعه (72.8%) من الإجابات. وهى دوافع منفعية بالدرجة الأولى، أما الدوافع الطقوسية فجاءت فى المرتبة الثانية وبما نسبته (40.5%) وهو ما يدل أن هذه الفئة تقدم الدوافع المنفعية على غيرها وهذه النتيجة تخالف ما توصلت إليه دراسة مريم ناريمارنومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها فى العلاقات الاجتماعية-دراسة عينة من مستخدمى موقع الفاييس بوك فى الجزائر-والتي أفادت بأن الدوافع تمثلت فى الحفاظ على روابط الصداقة، ثم التثقيف، كذلك الدراسات العربية السالفة الذكر التى دلت على أن معظم الشباب يستخدمون الفاييس بوك بدافع البحث عن الأصدقاء والتسلية وما إلى ذلك، وهذا إن دل على شىء فإنما يدل على أنه هناك فئات تستخدم الفاييس بوك لأغراض علمية ومعرفية وهو ما يدفعنا للقول أن أفراد العينة من النوعية الجادة وذلك كونهم من قادة الراى فى المجتمع.

جدول رقم (12) يوضح سلبيات موقع التواصل الاجتماعى الفاييس بوك

البدائل	ك	%
يشغل عن الصلاة وأداء الفرائض	15	17,9
التحدث عن الآخرين دون علمهم	13	15,5
تبادل صور ومواقع غير لائقة	20	23,8

23,8	20	عدم التأكد من صحة المعلومة
22,6	19	التقليل من العلاقات داخل الأسرة
15,5	13	تدني المستوى الدراسي
19	16	عدم استثمار وقت الفراغ
100	116	المجموع

تظهر بيانات الجدول رقم (12) أن تبادل صور ومواقع غير لائقة وعدم التأكد من صحة المعلومة جاء على رأس تفضيل الباحثين لسلبيات الفاييس بوك بنسبة (23,8%)، وباقي التفضيلات جاءت على التوالي: التقليل من العلاقات داخل الأسرة (22,6%)، عدم استثمار وقت الفراغ (19%)، يشغلن الصلاة (17,9%)، تدني المستوى الدراسي والحديث عن الآخرين دون علمهم (15,5%). من النتائج السابقة يظهر أن الباحثين يعتبرون أن الفاييس بوك فيه سلبيات كثيرة وهذا ما يفسر عزوف الكثير من الأئمة والمرشيدات أفراد العينة عن استخدامه والذين يستعملونه لا يستثمرونه بالشكل الكافي. ضرورة توعية هذه الفئة بأهمية الفاييس بوك

7- أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:

- أن ما نسبته (41.6%) فقط من عينة الدراسة يوجد لهم حساب شخصي على موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)، أما الذين ليس لديهم موقع على الفيسبوك، فمرده إلى عدم توافر الوقت الكافي، بالإضافة للأسباب التقنية.
- أن المنزل والهاتف المحمول هما من أكثر الأماكن التي يستخدم فيها الباحثون هذا الموقع، كما أن نصف الذين يستخدمون الفاييس بوك وبما نسبته (32.1%) يفضلون الفترة المسائية بالدرجة الأولى، والفترة الصباحية بالدرجة الثانية، أما بخصوص عدد الساعات التي يقضيها الباحثون مع موقع الفيسبوك، فتبين أنه أقل من ساعة ونصف يومياً، وهو معدل استخدام منخفض.
- كانت المقاطع الدينية والمقاطع الإخبارية الهامة والنادرة هي الأكثر تفضيلاً وبما مجموعه (8.67%) من مجموع الإجابات، وأن الكتابة على الحائط والمناقشات الجماعية تعدّ أفضل الطرق في تواصل الباحثين مع الآخرين على موقع الفيسبوك.
- أن دوافع زيادة المعرفة، والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية والبحث عن الكتب العلمية،

ونشر الأفكار والمواقف، تعدّ من الدوافع الرئيسية التي دفعت المبحوثين لاستخدام الفيسبوك. -أن المبحوثين يرون أن للفيس بوك سلبيات كثيرة أهمها : التقليل من العلاقات داخل الأسرة، الشغل عن الصلاة والالتزامات الدينية والاجتماعية المختلفة وغيرها وهذا ما يفسر عزوف الكثير من الأئمة والمرشدين أفراد العينة عن استخدامه والذين يستعملونه لا يستثمرونه بالشكل الكافي

التوصيات

لقد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات والتي تراها الباحثة مهمة:

- 1- أنه من الضروري أن يكون للجنة الفتوى مثلاً صفحة على الفيس بوك، وتوفير الانترنت في المساجد⁽¹¹⁾ لنقل الصلاة، وتبادل الخبرات حيث لاحظنا أن المبحوثين يستخدمون الفيس في المنزل وفي الفترة المسائية فقط وهو ما أشار إليه الجدول (5) والجدول (6) .
- 2- وضحت من النتائج في الجدول رقم (12)، إلى أن المبحوثين يرون للفيس بوك سلبيات كثيرة وهو ما أثر سلباً على تعاملهم معه ومنه:
- 3- ضرورة التوعية بأهمية الفيسبوك ومواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وذلك من خلال عقد الدورات للأئمة والمرشدين، وتعريفهم بطرق الاستخدام الأمثل لمثل هذه المواقع والفوائد المترتبة على هذا الاستخدام، وبما ينعكس إيجاباً على المؤسسات الدعوية المختلفة خاصة وأن أكثر من نصف أفراد العينة لا يستخدمون موقع الفيس بوك لأسباب تقنية وهو ما دلت عليه بيانات الجدول (4) .
- 4- إجراء دراسات مستقبلية حول مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، واستخداماتها المختلفة، ودوافع هذه الاستخدامات والاشباع المتحققة منها.
- 5- ضرورة القيام بإجراء دراسات مشابهة لهذه الدراسة، على شرائح المجتمع المختلفة، وبيان الآثار السلبية والإيجابية المترتبة على استخدامات هذه الشرائح لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.
- 6- تعميم نتائج هذه الدراسة على القائمين على مؤسسات الدولة المختلفة، للتعرف على سلبيات وإيجابيات استخدام الفيسبوك، وذلك بهدف تلافي السلبيات وتعظيم الإيجابيات.

⁽¹¹⁾ من الجدير بالذكر أن بعض المساجد لديها الانترنت مثل المساجد الرئيسية على غرار مسجد الأمير عبد القادر، وما تناقلته وسائل التواصل الاجتماعي مؤخراً بشكل استهزائي عن تحول المساجد إلى مقاهي إنترنت، لا أراه إلا عقلية ضيقة الأفق لا ترى في المساجد سوى أماكن للعبادة مع أن المساجد في العهد الإسلامي الأول كانت مؤسسات قائمة بذاتها تثقيفية وتعليمية ...

7- التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة كحقيقية واقعة، والحرص على ترشيد استخدام أي من هذه المواقع، وهو ما أكدت عليه معظم توصيات الدراسات السابقة.

مراجع الدراسة

1. أبي الفضل جمال الدين بن محمد بن منظور الافريقي، لسان العرب، كتاب الكتروني
2. أ. لارامي، ب. فالي، ترجمة مجموعة من الأساتذة، البحث في الاتصال، عناصر منهجية، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2004
3. أحمد بن مرسللي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان لمطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
4. حسنين شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط12، 2010.
5. حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، جمهورية مصر العربية، القاهرة، 2009.
6. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998
7. خالد غسان يوسف المقدادمي، ثورة الشبكات الاجتماعية/ دار النفائس، ط1، عمان، الأردن، 2013
8. الراغب الأصفهاني، معجم مفردات ألفاظ القرآن: 560-561. دار القلم، الدار الشامية كتاب إلكتروني المكتبة الوقفية المصورة
9. عمر محمد عبد الله الخرابشة، أساليب البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، المملكة الأردنية، 2012، ص76-77.
- 10- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، المطبعة العلمية، ط1، دمشق، 2002.
- 11 محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، دار الفجر، القاهرة، 2004.
- 12- محمد الأمين الجكني الشنقيطي، أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن: 86/2. مجمع الفقه

الإسلامي بجدة، كتاب الكتروني

13 محمد الفيروزآبادي، القاموس المحيط، تحقيق محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة، 2005، الطبعة 8، ص 1379

الرسائل الجامعية:

14- الدكتور جمال بن زروق مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة 2011-2012

15- عمرو محمد أسعد : حول العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية :دراسة على موقعي ال يوتيوب فايسبوك (رسالة دكتوراه غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة (2011)

المقالات العلمية:

16- أمال كمال: استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو-ديسمبر، 2011

17- د. أسامة غازي المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية والاشباعات المتحركة منها، مجلة كلية الآداب بجامعة حلوان، ع 26، يونيو 2009.

18- بشرى جميل الراوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير مدخل نظري صدر عن الإعلام المركزي مفوضية الشؤون الفكرية والسياسية والإعلامية - تيار المقاومة والتحرير - قوّات العاصفة حركة التحرير الوطني الفلسطيني "فتح [://alma3raka.net](http://alma3raka.net): حد 9 شباط (فبراير) 2014

19- د شعبان أبو اليزيد شمس، الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته مجلة البحوث الإعلامية، العدد 16/أكتوبر 2001م.

20- د. حسين أبو شنب الإعلام التفاعلي،

Interactive Media

21- علي عقله نجادات: استخدام المتزوجات العاملات في الجامعات الأردنية للفيسبوك والإشباع المتحققة منه "دراسة مسحية على عينة من جامعة اليرموك

الملاحق:

وزارة البحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

كلية: أصول الدين قسم: الدعوة والإعلام

استمارة بحث ميداني

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني عن استخدامات الدعاة في قسنطينة لوسائل التواصل الاجتماع ييرجى منكم الإجابة عن أسئلتها دون ذكر الاسم، مع العلم أن بياناتها تستغل في المجال العلمي لا غير.

ملاحظة:

توضع علامة (x) في مكان الإجابة المناسبة.

*البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى
المدينة:

قسنطينة مدنية أخرى
الحالة الوظيفية:

موظف (ة) متطوع (ة)
السن:

23 ← 35
3545 ←
45 فما فوق

المستوى العلمي (شرعي، علمي)

خريج (ة) الجامعة الإسلامية

مدرسة تخريج الأئمة

تخصص آخر

-التكوين العلمي:

تكوين شرعي جامعي:

شرعي غير جامعي:

تكوين علمي أخرى:

-الاستخدامات:

1-هل لديك حساب على الفايسبوك؟

نعم لا

2-إذا كانت الإجابة ب لا:

-ماهي الأسباب التي تحول دون الاستخدام:

لم أسمع به من قبل

أعتقد أنه يحوي أموراً لا أخلاقية

استخدام الفايسبوك مضيعة للوقت

ليس لدي الوقت الكافي

لأسباب تقنية (لا أعرف كيفية الدخول إليه)

توفر وسائل أخرى بديلة مثل:

.....

2-إذا كانت إجابتك بنعم:

*ماهو المكان الذي يستخدم فيه الفايسبوك

المنزل

قاعات الانترنت

مكان العمل

من خلال التلفون النقال

أخرى

3- ماهي أوقات تعاملك مع الفايسبوك:

الفترة الصباحية

فترة الظهر

الفترة المسائية

4- ماهي نوع مشاركاتك على الفايسبوك:

-مواعظ

-حكم وأمثال

-مقاطع لمحاضرات

-إعلان عن محاضراتك

-مناقشة المدعوين في مسائل الدعوة المختلفة

-البحث عن كتب علمية

-مواقفك وآرائك الفقهية والدعوية

*التذكير بالصلاة وصيام رمضان والاثنين والخميس وغيرها

لا يوجد وقت محدد

5- ماهي ساعات قضائك أمام الفايسبوك؟

أقل من ساعة ونصف

من ساعة ونصف أقل من ثلاثة ساعات ←

أكثر من ثلاث ساعات

6- * ماهي نوعية المقاطع التي تهتمك على الفايسبوك:

إخبارية

مقاطع الفيديوهات الشخصية

مقاطع رياضية

-أنشر أفكارى ومواقفى تجاه الأحداث والمواضيع المختلفة

9- *فى رأىك ماهى سلبيات الفيسبوك؟

-يشغل عن الصلاة وأداء الفرائض

-التحدث عن الآخرين دون علمهم

-تبادل صور ومواقع غير لائقة

-عدم التأكد من صحة المعلومة

-التقليل من العلاقات داخل الأسرة

-تدنى المستوى الدراسى

-عدم استثمار وقت الفراغ

10- ماهى اقتراحاتك لاستخدام الفيسبوك فى مجال الدعوة والحاجة لتدريب الدعاة على حسن

استغلاله؟