

جامعة عمارة ثلجي الأوغا

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الاعلام والاتصال



الموضوع

## النشاط الدعوي للائمة المساجد عبر صفحات التواصل الاجتماعي واثاره على المستخدمين

دراسة على عينة مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى بولاية الأوغا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر فى علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف الاستاذ:

د/ مساعدي الحسين

اعداد الطالبة:

• لعطر الهاشمى عبد الصمد

• لعطر مريية أم السعد

السنة الجامعية 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر و عرفان

الحمد لله والشكر لله وحده لا شريك له  
نتقدم بجزيل الشكر والامتنان والاحترام والتقدير  
للأستاذ المشرف " مساعدي الحسين "  
الذي لم ييخل علينا بوقته وتوجيهاته وإشرافه علينا  
طيلة مراحل إنجاز هذا العمل  
كما نتقدم بالشكر الى كل من قدم لي يد العون والمساعدة  
في إنجاز هذه المذكرة سواء  
من قريب أو من بعيد، ونخص بالذكر:  
لجنة المناقشة التي ستشرف على مناقشة وتقييم عملنا هذا  
كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى كل الأساتذة  
الذين رافقوني طيلة المشوار الجامعي

# اهداء

## بسم الله الرحمن الرحيم

"وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

إلى قدوتنا في الحياة ورمز الاحترام والتقدير أبانا رحمه الله

إلى هدية الرحمان منال الحب والحنان إلى التي علمتنا

الأصول والاحترام إلى أمنا الغالية حفظها الله

إلى كل أفراد العائلة كبيرا وصغيرا وأسأل الله أن يحفظهم

إلى كل اخوتنا

إلى كل الزملاء والزميلات

إلى كل الذين تسعهم قلوبنا ولم تسعهم صفحاتنا

## عبد الصمد و مريّة

## ملخص الدراسة:

جاءت دراستنا بعنوان النشاط الدعوي للائمة المساجد عبر صفحات التواصل الاجتماعي واثاره على المستخدمين - دراسة على عينة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وانطلقت دراستنا من الإشكالية: ما أثر النشاط الدعوي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها بولاية الاغواط ؟

وتتفرع الإشكالية العامة للدراسة إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل في:

- ما عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بولاية الاغواط ؟
- ما مدى انشار الموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما مدى استخدام الامة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشاطهم الدعوي؟

نهذف من خلال دراستنا الى التعرف على النشاط الدعوي للائمة المساجد عبر صفحات التواصل الاجتماعي واثاره على المستخدمين ، وفي دراستنا اعتمدنا على المنهج الوصفي وأداة جمع البيانات تمثلت في الاستبيان لدراسة مجتمع الدراسة المتكون من 100 فرد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بولاية الأغواط حيث توصلنا الى النتائج التالية:

1. لكنة وطريقة المفضله لعرض المواضيع الدينية حسب افراد العينة هي طريقة فيها مشاعر واحاسيس وي تم معالجة مواضيعها بطريقة فيها الدعابة والمزاح لتجلب الناس اكثر لمتابعة والاستفادة من المواضيع الا ان بعض المواضيع لا تتحمل ذلك مثل القران الكريم والحديث النبوي الشريف.
2. التفاعل مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يختلف من مستخدم الى اخر حيث انه هناك من يعجب بالمنشور الديني ويعبق عليه ويشاركه وهناك من يكفي بواحدة منهم.
3. افراد العينة يشاركون المنشورات الدينية عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي من اجل عده نقاط اهمها نشر الفضيله والاخلاق الحميده للدين الاسلامي الحنيف.
4. استخدام الائمة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشاطهم الدعوي دائم ومستمر لما وجدوه من وسائل تكنولوجيه حديثه عبر هذه المواقع ساهمت في تكبير نشاطهم الدعوي وايصاله الى اكبر قدر ممكن من المستخدمين.
5. مجموعه من افراد العينة او اكثرهم يرون ان النشاط الدعوي للانتمه عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد كثيرا في التقليل مع من التفاعل مع المحتوى الهابط الذي يشرح سلبياته ويقدم نصائح التخلي عنه.

## Study summary

Our study came under the title of the advocacy activity of mosque imams through social networking pages and its effects on users - a study on a sample of social networking users

Our study started from the problem: What is the impact of advocacy activity through the pages of social networking sites on its users in the state of Laghouat? The general problem of the study is divided into a set of sub-questions, as follows:

- What are the habits and patterns of using social networking sites in the state of Laghouat?
- What is the extent of the spread of religious topics through social networking sites?
- To what extent does the nation use social networking sites in their advocacy activities?

Through our study, we aim to identify the advocacy activity of the imams of mosques through social networking pages and its effects on users. :

1. An accent and the preferred method for presenting religious topics according to the sample is a method that contains feelings and feelings, and its topics are dealt with in a way that includes humor and banter to bring people more to follow and benefit from the topics, but some topics do not tolerate that, such as the Noble Qur'an and the Noble Prophet's Hadith.
2. Interacting with religious publications on social media differs from one user to another, as there are those who like the religious publication, comment on it, and share it, and there are those who suffice with one of them.
3. Respondents share religious publications through their pages on social networking sites for several points, the most important of which is the dissemination of virtue and good morals of the true Islamic religion.
4. The imams' use of social networking sites in their advocacy activity is permanent and continuous, as they found modern technological means through these sites that contributed to enlarging their advocacy activity and reaching as many users as possible.
5. A group of respondents or most of them believe that the preaching activity of the imams through social networking sites helps a lot in reducing interaction with negative content that explains its disadvantages and offers advice to abandon it.

الفهرس

## فهرس المحتويات

.....	شكر وعرفان	.....
.....	ملخص الدراسة:	.....
.....	فهرس المحتويات	.....
.....	فهرس الجداول	.....
أ.....	مقدمة:	.....
.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	.....
16.....	1. إشكالية الدراسة	.....
17.....	2. فرضيات الدراسة:	.....
17.....	3. أهداف الدراسة:	.....
18.....	4. أهمية الدراسة:	.....
18.....	5. أسباب اختيار الموضوع:	.....
19.....	6. مصطلحات الدراسة:	.....
22.....	7. الدراسات السابقة :	.....
25.....	الفصل الأول: النشاط الدعوي للأئمة المساجد	.....
25.....	تمهيد	.....
26.....	الفصل الثاني: النشاط الدعوي للأئمة المساجد	.....
26.....	المبحث الأول: الدعوة في الإسلام	.....
26.....	المطلب الأول: ماهية الدعوة في الإسلام	.....
29.....	المطلب الثاني مراحل الدعوة الاسلامية	.....
36.....	المبحث الثاني: النشاط الدعوي للأئمة	.....
36.....	المطلب الاول: شروط الإمام ومسؤوليته	.....
38.....	المطلب الثاني: واجبات الإمام ودوره الدعوي	.....
58.....	الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي	.....

58	تمهيد
59	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
59	المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
61	المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي
63	المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
66	المبحث الثاني: موقع التواصل الاجتماعي
66	المطلب الأول : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي
69	المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
71	المطلب الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي
75	خلاصة الفصل:
77	الفصل الثالث: الجانب الميداني للدراسة
77	أولاً - الاجراءات المنهجية للدراسة
77	حدود الدراسة
77	منهج الدراسة:
78	مجتمع الدراسة وعينته
80	أدوات الدراسة
81	ثانياً- تحليل وتفسير بيانات الدراسة
100	ثالثاً- النتائج العامة للدراسة
103	خاتمة:
105	قائمة المصادر والمراجع
	<u>الملاحق:</u>

# فهرس الجداول

## فهرس الجداول

ص	عنوان الجدول
81	يمثل متغير الجنس
82	يمثل متغير السن
83	يمثل متغير المستوى الدراسي
84	يمثل الفترة الزمنية لاستخدام افراد العينة
85	يمثل مدة استخدام الفايسبوك
86	يوضح المواضيع الأكثر متابعة من افراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
87	يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدام من قبل افراد العينة
89	يوضح مدى متابعة المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل وطبيعتها
91	يمثل المواضيع الدينية التي يتابعها افراد العينة
92	يوضح أسباب انجذاب افراد العينة للمنشورات الدينية اكثر
93	يوضح العلاقة نشر افراد العينة للمنشورات الدينية والاشترك في صفحات الائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
95	يوضح الطريقة واللكنة التي يفضلون افراد العينة معالجة المواضيع الدينية من قبل الداعية
96	الطريقة التي يتفاعل بها افراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ( إجابات متكررة)
97	أسباب مشاركة المبحثن المنشورات الدينية عبر صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي
98	يوضح راي افراد العينة في كيفية حضور الائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
99	يوضح رؤية افراد العينة حول تاثير النشاط الدعوي للائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ياسهم في التقليل من التفاعل مع المحتوى الهابط

مقدمة

قال تعالى:

(وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ) فصلت 33

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التحولات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات ما جعل العالم قرية صغيرة كونية تنتقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية.

وقد ظهرت أنواع عديدة من هذه التكنولوجيا أدت إلى تغيير مضامين الإعلام الجديد المواقع الالكترونية، حيث أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي تلقى اهتمام كبير من قبل رواد الأنترنت في مختلف أنحاء العالم وذلك من خلال مناقشة بعض الأفكار والآراء وتكوين مختلف الصداقات بأنواعها إذ تسمح للأفراد بإنشاء موقع فيها وربطه مع أعضاء آخرين.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل التواصل الحديثة التي أحدثت ثورة في مجالات الاتصالات بين الأفراد حيث أصبحت أحد أهم تواصل التغيير الاجتماعي وذلك بنجاحها في فتح آفاق جديدة أمام الأفراد لنقل الأفكار والمعلومات والتفاعل فيما بينهم من خلال بناء علاقات اجتماعية افتراضية تقف عند حدود الشاشة.

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة اتصالية تساعد على تقليص المسافات كما تعتبر مواقع الكترونية متعددة الجهات التي تستخدمه ويختلف الغرض منه فقد يستخدم لأغراض تعليمية أو سياسية أو اجتماعية أو ترفيهية أو دينية بالإضافة إلى توفيره في السهولة والمرونة في نشر المعلومات والأفكار التي تصل إلى مختلف شرائح المجتمع وذلك في وقت قصير من خلال المعلومات والمنشورات التي توفرها في شتى المجالات.

وقد أصبح مواقع التواصل الاجتماعي اداة دعوية بنسبة لأئمة المساجد والدعاة يستخدمونها من اجل تقديم نشاطهم الدعوي لدى المستخدمين وهذا بغرض اىصال الدعوة

الاسلامية لمجموعة كبيرة من الناس لاجل توسيع مجتمع الاستفادة واستقطاب المستخدمين، من اجل تفاعلهم مع المنشورات الدينية بدل المنشورات الساقطة والماجنة والتافه.

وهذا ما عرضناه من خلال دراستنا بعنوان النشاط الدعوي للائمة المساجد عبر صفحات التواصل الاجتماعي واثاره على المستخدمين والتي جرت بمدينة الاغواط على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وجاءت دراستنا وفق الخطة التالية:

تم التطرق في الفصل المنهجي الى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها فرضياتها، أهميتها وأهدافها وأسباب دراستها مصطلحاتها ودراساتها السابقة .

اما في الاطار النظري تم عرض فصلين الأول بعنوان النشاط الدعوي للائمة والفصل الثاني بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي

وفي الاطار التطبيقي عرضنا الإجراءات المنهجية حدود الدراسة - منهجها - مجتمعها - ادواتها، وتم عرض وتحليل نتائج الاستبيان وصولا الى النتائج .

الفصل الأول  
الإطار المنهجي  
للدراسة

## 1. إشكالية الدراسة

ان التطور التكنولوجي في مجال التواصل وتكنولوجيا المعلومات أصبحت عملية التواصل الاجتماعي سهلة وسريعة من خلال وسائل الاتصال الرئيسية التي غيرت من مسار الاتصالات فأصبح من السهل الحصول على المعلومات بشكل منظم وسريع من خلال الحواسيب والهواتف الذكية على مدار الساعة وذلك بفعل الانترنت الذي من خلاله برزت مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي لتصبح في مقدمة إنجازات ثورة المعلومات دون منافس ، حيث ربطت شبكة المعلومات الأشخاص ببعضهم البعض في جميع أنحاء العالم لتجعل من العالم قرية صغيرة إذا تضمنت تلك التقنية كما هائلا من المعلومات في كافة مجالات الحياة منها الصحية - اجتماعية - اقتصادية - سياسية - دينية وهذا نظرا للعدد الهائل من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي .

تشيد استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفاسبوك والتويتر واليوتيوب والتيك توك ... اقبالا واسعا من قبل فاعلين في جميع مجالات الحياة ومنه فاعلين في الدين الإسلامي نظرا لدورها الهائل في نقل وتبادل المعلومات وانتشارها الواسع، حيث نجد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي علماء وأئمة مساجد يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بثتى أنواعها ووجدوا بها السبل لنشر الدعوة الإسلامية والتعريف بقيم الدين الإسلامي الحنيف من خلال النشر كل ما يتعلق بالدين الإسلامي والنهي عن بعض المعتقدات، وإظهار مبادئ الدين الإسلامي للعالم كافة عبر صفحاتها ومواقعها المختلفة بهدف نشر قيم الدين الإسلامي والاستفادة من تلك الصفحات في خدمة الدين الإسلامي الحنيف.

ومنه نرى ان دعاة الدين الإسلامي وجودو ضالتهم في مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من انتشار واسع وسط المجتمعات وسهولة في الاستخدام حيث مكنتهم من نشر محتوياتهم عن طريق الصوت والصورة وفيديوهات وامثلة من الواقع الحية عبد

صفحات موقع التواصل الاجتماعي تيك توك ، لدى وفي موضوعنا هذا سنحاول التعرف النشاط الدعوي لأئمة المساجد عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي واثره على المستخدمين من خلال دراسة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالأغواط، وللانطلاق الفعلي في دراسة الموضوع نطرح الإشكالية التالية:

ما أثر النشاط الدعوي عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها

بولاية الاغواط ؟

الأسئلة الفرعية:

- ما عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بولاية الاغواط ؟
- ما مدى انتشار الموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ما مدى استخدام الامة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشاطهم الدعوي؟

2. فرضيات الدراسة:

- هناك انتشار واسع للموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- يستخدم الائمة والدعاة مواقع التواصل الاجتماعي في نشاطاتهم الدعوية

3. أهداف الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا عامة الى التعرف على النشاط الدعوي عبر مواقع التواصل الاجتماعي واثره على المستخدمين من خلال دراسة النشاط الدعوي للشيخ عطاء الله راشد عبر صحفته على موقع التيك توك كما نهدف الى:

- التعرف على أنماط وعادات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في النشاط الدعوي.
- التعرف على أسباب انتشار الموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- التعرف على دوافع استخدام الأئمة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشاطهم الدعوي.

**4. أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية الموضوع من خلال الدور المهم الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في النشاط الدعوي لأئمة المساجد باعتبارهم الفئة الفاعلة في نشر القيم الإسلامية ومبادئ الدين الإسلامي وسيط المجتمع حيث وجدوا ضالتهم في مواقع التواصل الاجتماعي لاستخدامها الواسع وانتشارها في المجتمعات ولما لها من قدرات مختلفة تكمن في النشر وتوزيع المعلومات في نطاق واسع وبعده طرق منها الصوت والصورة والاستعانة بأمثلة من الواقع وهذا من أجل فهم المحتوى جيدا ووصوله لكافة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمختلف أطيافهم ومستوياتهم.

**5. أسباب اختيار الموضوع:**

- ❖ الرغبة الشخصية في البحث في هذا الموضوع لارتباطه بتخصصنا.
- ❖ حاجة المكتبات لمثل هذه الدراسات في مختلف التخصصات خاصة اتصال وعلاقات عامة.
- ❖ الإحساس بالمشكلة هو الدافع والحافز الذي يدفعنا للبحث والدراسة في هذا الموضوع.
- ❖ التطور الكبير في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتزايد استخدامها.
- ❖ الإقبال المتزايد لرجال الدين على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ❖ الانتشار الواسع لموقع التواصل الاجتماعي التيك توك واستخدامه الهائل.
- ❖ جودة الموضوع وحدائته كونه يتعلق بتدعيم القيم الدينية لدى مستخدمي التيك توك.
- ❖ النشاط الدعوي الفاعل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عامة وصفحة الشيخ عبد الله راشد عبر التيك توك خاصة.
- ❖ الفضول العلمي والرغبة في النزول إلى الميدان لمعرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم ونشر النشاط الدعوي.

**6. مصطلحات الدراسة:****1-النشاط الدعوي:****1- النشاط****1-1-النشاط في اللغة :**

نشط نشاطاً ، أي : طابت نفسه للعمل ، ونشط للعمل ، أي : تهيأ له النشاط في الاصطلاح : ألوان متعددة من الفعاليات التي يمارسها المتلقي (المشارك) داخل مقرات النشاط على أن تكون ممارسة تلقائية غير متكلفة ، تلبي حاجات المشاركين ورغباتهم ويمكن تعريفه بأنه مجموعة من الخبرات التربوية الهادفة التي يكتسبها المشاركون داخل مقر النشاط وتحت مشرفين مؤهلين تربوياً.<sup>1</sup>

**2- الدعوة****2-1- الدعوة في اللغة: هي النداء والطلب، ودعا: أي طلب من الآخر.<sup>2</sup>**

**الدعوة في اللغة كذلك:** جاء في كتب اللغة، أن الدعوة والنداء والدعو والدعوى والدعاية والداعية، بعضها مصادر وبعضها بمثابة المصادر لفعل دعا يدعو، بمعنى نادى ينادي وطلب يطلب، وشأن النداء لأمر النداء أو طلب أمر ما، أن يكون برفق ولين وتلطّف، وقد يصاحبه أحياناً استعطاف واستجداء واستغاثة واستئثار للعواطف الدافعة للاستجابة.<sup>3</sup>

**2-2- الدعوة اصطلاحاً**

عرفها ابن تيمية على أنها: ( الدعوة إلى الله، هي الدعوة إلى الإيمان به، وبما جاءت به رسله، بتصديقهم فيما أخبروا به وطاعتهم فيما أمروا )،<sup>4</sup> فهي العلم الذي به تعرف كافة

<sup>1</sup> فوزي بن عليوي الجعيد، كيف تحققين أهدافك الدعوية من خلال النشاط ، بدون سنة ولا بلد ، ص 10

2

<sup>3</sup> جمعة أمين عبد العزيز، الدعوة قواعد وأصول، دار الصديقية للنشر، حسين داي، ط2، 1989م ص13

<sup>4</sup> أبو العباس أحمد بن عبد الحلیم بن عبد السلام بن تيمية، مجموع الفتاوي، جمع وترتيب، عبد الرحمان بن محمد بن قاسم ط01، الرياض، السعودية، دار عالم الكتب، 1412هـ، ج15، ص157

المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق.

وتكون الدعوة بالمقال ملفوظة، وقد تكون بالكلام مكتوبا، وقد تكون الدعوة بالحال عن طريق عرض النموذج لتقليده والافتداء به، وقد تكون بوسائل إغرائية أو تحذيرية مثيرة لدوافع النفوس ورغباتهم في الإقبال أو النفور.<sup>1</sup>

ومنه النشاط الدعوي هو عمل أئمة المساجد والدعاة حيث يدعون الناس للتعرف على مبادئ الدين الإسلامي وتذكرهم به عبر مواقع التواصل الاجتماعي

### مواقع التواصل الاجتماعي:

• اصطلاحا: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مثيرة للجدل ، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته . عكس هذا مفهوم التطور التقني الذي طرا على استخدام التكنولوجيا، واطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الافراد و الجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.<sup>2</sup>

وردت في تعريف اخر : " يقصد بمواقع التواصل الاجتماعي Social Media مجموعة الانظمة الواسعة من الأنظمة التقنية عبر الانترنت تسهل التفاعل بين الأفراد ، وتسمح لهم بان يكونوا جزءا من مجتمع افتراضي ما .<sup>3</sup>

وردت في تعريف اخر : مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي : Social Media : "هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة و المساهمة في انشاء او اضافة صفحاتها و بسهولة .<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، فقه الدعوة إلى الله وفقه النصح والإرشاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، دار القلم، دمشق، ط1، 1996، ج1، ص69

<sup>2</sup> ماجد عبد الفتاح الهلباوي ، موسوعة الأسس والقواعد الدولية ، ط1 ، مكتبة الوفاء القانونية ، القاهرة ، 2015 ، ص56

<sup>3</sup> خالد جمال عبده ، الاعلام البديل على الأنترنت ، ط1 ، المكتب العربي للمعارف ، القاهرة ، 2016 ، ص134

<sup>4</sup> خالد غسان يوسف المقداري ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس ، 2013 ، ص24 .

- **اجرائيا:** نقصد بمواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من مواقع الكترونية تعتمد على الانترنت وتكنولوجيا المعلومات وكل من هذا الموقع لديه تطبيقات ومدونات تستعمل في التواصل بين الأشخاص في كل زمان ومكان مهما بعدة المسافات مثل الفاسبوك وماسنجر وغيرها ويمكن استخدامها في تقديم النشاطات الدعوية.

## 2- مفهوم المستخدمين:

**لغة:** "

استخدم استخداما: اتخذ الشخص خادما له، استخدم الآلة لمصلحته واستخدمه أي اتخذ خادما وسأله أن يخدمه، استوهبه خدما<sup>1</sup>.

**اصطلاحا:**

يعرف بأنه: "ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات، أي أنه الاستخدام العقلي للمعلومات التي يحتاجها بالفعل، إضافة إلى أن الاستخدام ربما يرضي احتياجات المستفيد، أو لا يرضيها وذلك عندما لا يجد المعلومات التي يحتاجها بالفعل". نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار، فحينما يصبح الاستعمال متكررا ويندمج في ممارسات وعادات الفرد، يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام، وعليه فالاستخدام وسيلة إعلامية مضمونة إلا أنه يقتضي أول إلى الوصول إلى تقنية الوسيلة<sup>2</sup>.

**اجرائيا:**

نعرف الاستخدام انه ما يطبقه أئمة المساجد والدعاة من أنشطة دعوية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

<sup>1</sup> - قبيعة أحمد راتب: قاموس المتقن المعجم العربي، دار الراتب الجامعية، لبنان، د ط، د س ن، ص 34.

<sup>2</sup> - خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص. 48

## 7. الدراسات السابقة :

## الدراسة الأولى :

"استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية" للباحثة "مريم ناريمان نومار". وهي رسالة مكملة لنيل شهادة ماجستير. شعبة علوم الإعلام والاتصال. جامعة الحاج لخضر. باتنة. الجزائر.

وانطلقت الدراسة من إشكالية: "ما اثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية"، والذي بدوره تضمن عدة تساؤلات فرعية كان أهمها:

- ما هي عادات وأنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفاسبوك لدى الجزائريين؟
- ما هي الدوافع والحاجات التي تكمن وراء استخدام الجزائريين لموقع الفاسبوك؟
- كيف يؤثر استخدام الفاسبوك على العلاقات الاجتماعية لدى الجزائريين؟

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه الوسائل التكنولوجية الحديثة للإعلام والاتصال في حياة الأشخاص وأهم الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية لتحقيق هذه الأهداف.

وقد اعتمدت هذه الباحثة على استخدام المنهج المسحي الوصفي ولقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة الجمع البيانات وهذا على عينة قصدية تتكون من 280 مفردة وكانت النتائج كالتالي:

- تقضي النسبة الأكبر من المبحوثين أكثر من 3 ساعات في استخدام " مواقع التواصل الاجتماعي".
- يستخدم أغلب أفراد العينة موقع " مواقع التواصل الاجتماعي " بدافع التواصل مع الأصدقاء والأهل والتثقيف، وقد بينت النتائج فروق ذات دلالة إحصائية بين استخدام الذكور والإناث مع الموقع.
- يؤثر استخدام هذا الموقع على الاتصال الشخصي وجها لوجه، وفي تفاعل المبحوثين مع أسرهم وغياب التفاعل الاجتماعي.

## الدراسة الثانية :

دراسة زهير عابد 2012 وعنوانها " دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي".

حيث حاول فيها الباحث التعرف على دور الشبكات الاجتماعية في تعبئة الرأي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي، حيث انطلق في ذلك من عدة تساؤلات أهمها التساؤل الرئيسي التالي: ما دور شبكات التواصل الاجتماعية في تشكيل الرأي العام لدى جمهور طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغيير الاجتماعي والسياسي؟ وقد اعتمدت هذه الدراسة على مدخل الاستخدامات والاشباع حيث تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، حيث قام الباحث باختيار، وعينة عشوائية طبقية من الطلبة بلغ قوامها 500 مبحوث.

وأوضحت نتائج الدراسة تفوق البريد الالكتروني عن باقي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام في المرتبة الأولى، وبنسبة 88.8 بالمائة ويليه في المرتبة الثانية مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 79.8 بالمائة أظهرت نتائج الدراسة أن طلبة الجامعات الفلسطينية يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى في منازلهم وبنسبة 89.6 وتتراوح مدة استخدامهم لها ما بين الساعة إلى أقل من ثلاث ساعات، وبنسبة 40.4 بالمائة وتوصلت الدراسة إلى أن أكثر لغات التواصل تداولاً لدى طلبة الجامعات الفلسطينية أثناء استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي هي اللغة العربية بنسبة 66 بالمائة وأنهم يتقنون بها الأدوار الذي تقوم به في تشكيل الرأي العام لديهم بدرجة متوسطة بلغت نسبتها 58.2 بالمائة وفي النهاية قد أوصت هذه الدراسة على ضرورة أن تعمل الشركات القائمة على شبكات التواصل الاجتماعي على الحفاظ على القيم والعادات والخصوصية لبعض الشعوب وعدم الإساءة إليها.

# الفصل الثاني

النشاط الدعوي للأئمة

## الفصل الأول: النشاط الدعوي للأئمة المساجد

## تمهيد

تشكل الثورة المعلوماتية والاتصالية الراهنة منبر هذا العصر الذي سمي بعصر الوسيلة الإعلامية، نظرا إلى مدى تأثير الوسيلة على الناس وطبيعة اجتماعهم، كل ذلك بفعل التطور المتنامي لوسائل الإعلام والاتصال الحديثة» وخاصة شبكة الانترنت وما أضحت تفرزه من تطبيقات بعد انطلاق ما يسمى بالجيل الرابع. هذا الأخير الذي أمدّ هذا العالم بشبكات التواصل الاجتماعي الذي تعد فضاء تتقاطع فيه الأعراف والأعمار والاهتمامات والأجناس والدعوات.

و من هذا وجب على الدعوة أن يوسعوا مجال نشاطهم الدعوي ويطوروا وسائلهم، ويجعلوا لأنفسهم مكانا وسط هذا التطور \_لتزيد نسبة تأثيرهم على الناس، ويسهلوا مهمتهم ويختصروا الكثير من الجهد والوقت والمسافات، ومن أكثر حاملي راية الدعوة الإسلامية تعاملًا مع الناس أئمة المساجد، الذين يقودون الناس إلى الطريق الصحيح، فهم بمثابة المرجع الأول لهم في مختلف شؤونهم الحياتية، بصفتهم حاملي رسالة الإسلام.

## الفصل الثاني: النشاط الدعوي للأئمة المساجد

## المبحث الأول: الدعوة في الإسلام

المساجد أحب البقاع إلى الله وهي المنطلق الأول للدعوة» فهي مدرسة يتربى فيها المجتمع كبارا وصغارا رجالا ونساء، فمتى عادت الأمة إلى المسجد وقامت بواجبه أفلحت وريحت، وتحقق لها ما تصبوا إليه من الخير. ولما كان المسجد بهذه المكانة العظيمة والمنزلة الرفيعة عند الله تعالى فلا بد من مسؤولية عنه، وهذه المهمة يتولاها الأئمة فهم أولى الناس بها.

إن إمام المسجد يقوم بمهمة عظيمة فهو يمثل المفتي، والواعظ» والمدرس، والمرجع الديني للناس في كل شأن من شؤون الحياة، وهو بمثابة الداعية، والخطيب الذي يرشد الناس إلى الخير ويبعدهم عن الشر.

## المطلب الأول: ماهية الدعوة في الإسلام

## أولاً: تعريف الدعوة

تُعرّف الدعوة في اللغة والاصطلاح كما يأتي:

## 1- الدعوة في اللغة:

من الدعاء، يُقال: تداعى الأفراد، أي اجتمعوا، ويُقال: دعا إلى أمرٍ ما، أي حثّ عليه، ورغب به، فالدعوة في اللغة تدور حول معاني السؤال، والطلب، والحثّ، والتحفيز والترغيب

وجاء في المصباح المنير: أصل المادة (دعاء يدعو دعاء)، ودعوت الله أدعوه دعاء، ابتهلت إليه بالسؤال ورغبت فيما عنده من الخير، ودعا المؤذن إلى الصلاة فهو داعي الله والنبي داعي الخلق إلى التوحيد، وقد يتضمن الادعاء معنى الإخبار.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - أحمد الفيومي؛ المصباح المنير «كتاب الدال» مادة (دعاء)، القاهرة مصر، 2016 ص 74

يتضح مما سبق أن معاني (دعا) ومشتقاتها في معاجم اللغة العربية تدور حول: الطلب والسؤال والحث على أمر ماء فالدعوة إذن هي: حث الناس على القيام بفعل ما.

**الدعوة في الاصطلاح الشرعي:** تَرِدُ الدعوة بأكثر من معنى كما فسّرها أكثر من عالمٍ، فقد عرّفها ابن تيمية بأنّها: الدعوة إلى الإيمان بالله -تعالى-، بالتصديق، واليقين بأركان الإيمان وأركان الإسلام، وصولاً إلى مرتبة الإحسان.

وعُرِّفت بأنّها: تقديم النصيحة والإرشاد ممّن هم أهلٌ لذلك في كلّ وقتٍ، وفي أيّ مكانٍ، وذلك لتحفيز الناس للإسلام، وتحذيرهم من غيره، وفق مناهج مُخصّصة<sup>1</sup> وعُرِّفت أيضاً بأنّها: بذل الجهد في نشر دين الله، وعرّفها محمد الغزالي بأنّها: منظومةٌ متكاملةٌ تضمّ جميع الثقافات التي تُرشد الناس إلى طريق الخير، ويمكن تلخيص التعريفات السابقة بالقول إنّ الدعوة هي: إيصال الإسلام إلى الناس بكلّ ما يشمله من العبادات والمعاملات، والاعتقادات، والأخلاق، والسلوكيات، وفق منهجٍ علميٍّ.<sup>2</sup>

والدعوة هي العلم الذي به تعرف كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق<sup>3</sup>.

**ثانياً: وسائل الدعوة الإسلامية:** بعث الله -تعالى- رسوله محمداً -صلى الله عليه وسلم-، وأمره بتبليغ رسالة الإسلام إلى كلّ من يمكن تبليغه، فلجأ النبيّ إلى العديد من الوسائل الممكنة، لتحقيق الغاية المنشودة، ومن تلك الوسائل:

**الحكمة والموعظة الحسنة:** وهي من الأساليب الضرورية في الدعوة، قال الله -تعالى-: (ادعُ إلى سبيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ)<sup>4</sup>، ويُراد بالحكمة: القول المبنّي على أسسٍ

<sup>1</sup> محمد البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة (الطبعة الثالثة)، بيروت: مؤسسة الرسالة، صفحة 89-94.

<sup>2</sup> علاء الدين الزاكي، "وسائل الدعوة بين الأصالة والمعاصرة"، دراسات دعوية، العدد 16، صفحة 3-5.

<sup>3</sup> أحمد أحمد غلوش؛ الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها. (ط:2؛ القاهرة- لبنان: دار الكتب الإسلامية» 1407هـ.

<sup>4</sup> سورة النحل، آية: 125.

علمية دقيقة مُتضمّنة للأدلة والبراهين، بالإضافة إلى الموعظة الحسنة، ترغيباً في المودّة، واللين، والتعامل الحسن، ثمّ المجادلة بالحسنى، وهي المناقشة باستخدام الأساليب الحسنة، وعلى الداعية أن يوظّف كلّاً منها في الموضع المناسب لها، فلا يبخل بها، ولا يفرط في استعمالها، كما ينبغي عليه أن يتّصف بالتواضع، والزهد، والكرم، وحُسن الخُلق، ودفع السوء بالإحسان.

**الدعوة الفردية:** فكان رسول الله يدعو من امتازوا بالذكاء والفطنة، وكانوا يستجيبون لدعوته، فحفظوا الإسلام، ودافعوا عنه، كأبي بكرٍ، وعلي بن أبي طالب، وخديجة بنت خويلد، وقد استمرّ هذا الأسلوب من الدعوة في المراحل جميعها، وعلى الرغم من أنّ مركزه كان في مكّة المكرمة، إلّا أنّه لم ينقطع بعد الهجرة.<sup>1</sup>

**الدعوة الجماعية:** وكانت أيضاً في مكّة، ولها العديد من النماذج، منها: دعوة الرسول لجماعاتٍ من قريش، ودعوته للأَنْصار في العقبة مرّتين، واجتماع الرسول مع الذين أسلموا في دار الأرقم، وقد استمرّت تلك الصورة في المدينة أيضاً، بإلقاء الخُطب، والمواعظ، وما إلى ذلك.

**الوعظ والتذكير:** فقد كان رسول الله يستغلّ المواقف، والأماكن التي يُوجد فيها الصحابة، فيعظّهم ويذكّرهم، ويقدم لهم ما هو نافع من أمور دينهم.

**القصص والأمثال:** وهي من أكثر وسائل الدعوة نفعاً، وأكثرها تأثيراً على سامعها، كما تتميز بسهولةها، ومرونتها، وقد وردت العديد من القصص في القرآن الكريم، والسنة النبوية الشريفة، كقول الله -تعالى-: (نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ وَإِنْ كُنْتَ مِنْ قَبْلِهِ لَمِنَ الْغَافِلِينَ)<sup>2</sup>.

**إرسال الرسل:** فقد حرص رسول الله على إرسال الصحابة الذين تميّزوا بالعلم إلى البلدان، ليدعوا الناس إلى الإسلام، ويُعلّموهم تعاليمه، كإرساله مُعصب بن عمير إلى المدينة

<sup>1</sup> سعيد القحطاني، كتاب فقه الدعوة في صحيح الإمام البخاري، جزء 2، ص 961.

<sup>2</sup> سورة يوسف، آية: 3

المُنوَّرة قبل الهجرة. كتابة الرسائل إلى الملوك: وذلك لدعوتهم، ودعوة أقوامهم إلى توحيد الله، ومنهم: هرقل عظيم الروم، والنجاشي ملك الحبشة، وغيرهما.

**إنفاق المال:** وذلك لتأليف القلوب للإسلام، حيث ورد أن رسول الله كان يبذل الكثير من الأموال في سبيل الدعوة إلى توحيد الله، وفي ذلك روى الإمام مسلم في صحيحه عن أنس بن مالك -رضي الله عنه-: (أَنَّ رَجُلًا سَأَلَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْمَا بَيْنَ جَبَلَيْنِ، فَأَعْطَاهُ إِيَّاهُ، فَأَتَى قَوْمَهُ فَقَالَ: أَيُّ قَوْمٍ أَسْلَمُوا، فَوَاللَّهِ إِنَّ مُحَمَّدًا لَيُعْطِي عَطَاءً مَا يَخَافُ الْفَقْرَ فَقَالَ أَنَسٌ: إِنْ كَانَ الرَّجُلُ لَيُسَلِّمُ مَا يُرِيدُ إِلَّا الدُّنْيَا، فَمَا يُسَلِّمُ حَتَّى يَكُونَ الْإِسْلَامَ أَحَبَّ إِلَيْهِ مِنَ الدُّنْيَا وَمَا عَلَيْهَا)

### المطلب الثاني مراحل الدعوة الإسلامية

#### أولاً- مرحلة الدعوة الأولى السرية بمكة المكرمة:

مرت الدعوة للإسلام في مكة المكرمة بمرحلتين.. مرحلة أولى سرية، وثانية جهرية.. وقد تخللت المرحلتين أحداث مرتبطة بظروف الدعوة ومسيرتها.. كما واجهت تلك المرحلتين من الدعوة معارضة قريش، التي تفننت في أساليبها وتنوعت فيها بل وتطورت في معاداتها للدعوة.. إلى أن هاجر الرسول صلى الله عليه وسلم إلى المدينة المنورة، فقد كانت طبيعة الدعوة في المرحلة المكية الأولى سرية.. وكان المعنيون بها أهل بيت النبي صلوات الله وسلامه عليهم وجميع من توسم الرسول فيه الخير.. وقد اعتنق الدين كل من خديجة بنت خويلد، وزيد بن حارثة، وعلي بن أبي طالب، وأبو بكر الصديق، وكان مكان تعليم القرآن للمسلمين من النبي صلى الله عليه وسلم دار الأرقم المخزومي.. وبدأت هذه الدعوة فور نزول آيات سورة المدثر " يا أيها المدثر قم فأندر وربك فكبر وثيابك فطهر والرجز فاهجر"<sup>1</sup> وقد كانت هذه الأوامر المتتابعة القاطعة إيذاناً له صلى الله عليه

<sup>1</sup> سورة المدثر الآيات: 1-5.

وسلم، بان الماضي قد انتهى بمنامه وهدوئه وسلامه وأنه أمام عمل جديد يستدعي اليقظة والتشمير والإنذار والأعدار، والاعتماد على الله<sup>1</sup>.

شرع صلى الله عليه وسلم، النبي محمد، يكلم الناس في الإسلام، ويعرض عليهم الأخذ بالدين الذي أرسله الله به.. وأن ينبذوا عبادة الأصنام.. غير أنه كان يدعو سرا حذرا من عصبية قريش لشركها. فأجابه نفر عرفوا في التاريخ بالسابقين.

ومن خلال إسلام هؤلاء أخذت الدعوة في الانتشار بمكة وخارجها.. وقد كان جبريل عليه السلام يأتيه ويعلمه صلى الله عليه وسلم ويعلم الناس مقاصد الشارع من أجل تنمية وترقية الفرد والمجتمع.. عندئذ أخذ خبر الدعوة ينتشر ويتسرب.. إلا أن أساطين قريش ظنوا أن هذا الأمر لن يتعدي أن يكون مثله كمثل أولئك المتدينين الذين يتكلمون في الألوهية وحقوقها، كما صنع امية بن أبي الصلت، وقس بن ساعده، وغيرهم. حيث كان النبي يؤدّي رسالته مستخفياً من قريش بمكة ويعرض الإسلام لمن يطمئن إليه، وقد ألجأته الظروف إلى اتّخاذ بيت لتبليغ تعاليمه، وإقامة المؤمنين فيها فرائضهم، وقد وقع الإختيار على دار الأرقم بمكة على الصفا مركزاً لهذه المهمة فدخل (صلى الله عليه وآله وسلم) وأصحابه مستخفين فيها بعد وقوع الصدام بين سعد ابن أبي وقاص وبعض المشركين، فكان (صلى الله عليه وآله وسلم) وأصحابه يقيمون الصلاة بها ويعبدون الله فيها إلى أن أمره الله تعالى بالإعلان عنها، فامتثل صادقاً بما أمر، وقد اختلفت كلمة أصحاب السيرة في مدّة هذه المرحلة بين ثلاث سنين إلى خمس سنين، كما اختلفوا في مدّة اقامتهم في دار زيد بن الأرقم بين كونه واستمرت هذه المرحلة حوالي الثلاثة أعوام ثم أمر صلى الله عليه وسلم بالجهر بالدعوة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> أمين محمد سعيد الطاهر، مراحل الدعوة ودورها في تحقيق مقاصد الشريعة، الجزائر، صفر 1434 يناير 2013م، ص 12.

<sup>2</sup> بن همام، أبو محمد عبد الملك بن مسلم، السيرة النبوية، مطبعة ليلبي السليبي، القاهرة، 1956م، ص 278

## 1-الحكمة من الدعوة السرية:

لا شك أن الرسول صلى الله عليه وسلم كان يريد أن يصل بدعوته لكل إنسان في مكة، بل لكل إنسان على ظهر الأرض، وربما تصور المرء أن أسهل وسيلة لهذا أن يقف وسط الكعبة من أول يوم أمر فيه بالبلاغ ويعلن للناس أمر الإسلام، لكن هذا لم يحدث، فماذا فعله صلى الله عليه وسلم؟ كان صلى الله عليه وسلم ينتقي رجلاً من رجال قريش، ثم يخبره سراً عن الإسلام، وكان يعلم أصحابه أن يفعلوا هذا، وقد ظلت الدعوة السرية فترة طويلة جداً بالقياس إلى عمر الدعوة الإسلامية، فالدعوة السرية امتدت حوالي ثلاث سنوات، والدعوة كلها (23) سنة. وقد يتصور البعض أن الرسول صلى الله عليه وسلم عندما وقف على جبل الصفا وقال للناس: (أرأيتم لو أخبرتكم أن خيلاً بالوادي تريد أن تغير عليكم أكنتم مصدّقي؟)، يظن أن هذه المقولة كانت في بادئ الدعوة، لا. بل كانت بعد ثلاث سنين كاملة من نزول الوحي.

وهي فترة كبيرة جداً أيضاً في حق مجتمع صغير كمكة، لكن لماذا هذا الوضع؟ ولماذا هذا التخفي؟ قد يتحمس المرء ويقول: دعوة الإسلام دعوة جميلة ومقنعة وعقلية، ولو وقف الرسول صلى الله عليه وسلم في وسط مكة وأعلن عنها لسوف يسلم أكبر عدد من الناس في أقل وقت ممكن، لكن هذا لم يحصل ولم يفعله الرسول صلى الله عليه وسلم، لأنه يعرف أن دعوة الإسلام وإن كانت جميلة ومقنعة، إلا أنها ستعرض إلى معارضة وحرب، ليس فقط من قريش بل من العالم كله.

ثم لو أتى سائل يسأل: هل الرسول صلى الله عليه وسلم كان خائفاً على نفسه من قريش؟ سأقول له: لا شك أن الرسول صلى الله عليه وسلم يعلم أن ما شاء الله كان وما لم يشأ لم يكن، لكن كانت هذه هي الحكمة، كل خطوة في حياته صلى الله عليه وسلم كانت محسوبة، تستطيع أن تقول: إن السرية في الدعوة في هذه المرحلة لم تكن اختياراً نبوياً، ولكنها كانت أمراً إلهياً، فالله سبحانه وتعالى يريد أن يعلم الرسول صلى الله عليه وسلم، ويريد أن يعلمنا منهج التغيير في مثل هذه الظروف، كيف يمكن للأجيال التي ستأتي

بعده أن تغير في غياب الرسول صلى الله عليه وسلم؟ إذا توافقت الظروف مع ظروف رسول الله صلى الله عليه وسلم في هذه المرحلة كيف يتصرف؟ والله سبحانه وتعالى قادر أن يحمي الرسول صلى الله عليه وسلم فلا يصل إليه أي أذى من قريش، ومع ذلك هو يريد أن يرسم الطريق الصحيح للمسلمين لإقامة هذا الدين، مهما اختلفت الظروف، ومهما كثرت المعوقات، ولهذا ربنا سبحانه وتعالى وضع الرسول صلى الله عليه وسلم في كل الظروف التي من الممكن أن تمر بها أمته بعد ذلك، وعلم الرسول صلى الله عليه وسلم كيف يتعامل مع كل حدث؟ كيف يصل بدعوته إلى الناس في وجود أي معوق؟<sup>1</sup>

### ثانياً - مرحلة الدعوة الثانية الجهرية بمكة المكرمة:

البدء بالدعوة سرا لم يكن خوفا على حياته صلى الله عليه وسلم، وإنما تدرج من اجل تمكين مقاصد الشارع في النفوس والأهواء.. وذلك عبر الانتقال من طور إلى آخر، وهو في المقام الثاني يشرع لمبدأ الأخذ بالحيلة والأسباب

الظاهرة.. وما يقرره التفكير والعقل السليم من الوسائل التي ينبغي أن يتخذها الداعية من أجل الوصول إلى الغايات بالدعوة إلى أهدافها السامية تثبيت مقاصد الشارع وتوطيد محيته صلى الله عليه وسلم.. فنجد حين يقول لعمر: "لا يا عمر حتى أكون أحب إليك من نفسك التي بين جنبيك".. فهو أمر يستوجب أهمية خاصة بان المحبة أصل في الشرع.. فمحبة الله ورسوله ضرورة لكي تتحقق العبادة دون أهواء أو ميولات شخصية

ثم تأتي المرحلة الجهرية وبعد أن استمر الرسول صلى الله عليه وسلم، يدعوا الناس سرا نزل أمر أن يدعو عشيرته الأقربين " وأندرك عشيرتك الأقربين " <sup>2</sup>

عندها دعا عشيرته واهله.. ولكنه صلى الله عليه وسلم، وجد معادة من غالبية زعماء قريش.. وهذا هو الرد على من يحاولون تصوير هذا الدين بشريعته ومنهاجه بأنه ثمرة من

<sup>1</sup> أحمد غلوش، كتاب السيرة النبوية والدعوة في العهد المدني، ص 210-222.

<sup>2</sup> سورة الشعراء الآية 214.

ثمار القومية.. ويدعون أن محمدا صلى الله عليه وسلم، إنما كان يمثل بدعوته آمال العرب وطموحاتهم في ذلك الزمان.

لكن الحقيقة تكمن في أن خصوصية الإنذار للعشيرة والأهل به تلميح الدرجات المسؤولية التي تتعلق بالمسلمين عامة، وبأصحاب الدعوة خاصة..

لأن ابني درجات المسؤولية خلف مسؤولية الإنسان الشخصية.. اي تجاه نفسه.. وتمثلها فترة العزلة ونزول الوحي عليه صلوات الله عليه وسلامه. وهي فترة إعداده عليه أفضل الصلاة وأتم التسليم لنفسه. أما الدرجة او المرتبة التي تليها فهي مسؤولية المسلم تجاه أهله، وذوي قرابته. وتصل إلى من يلونون به.

أيضا الحقيقة تكمن في أنه ليس هنالك خلاف بين دعوة الرسول صلى الله عليه وسلم، في قومه ودعوة المسلم في أسرته وبين أقاربه، سوي أن الرسول صلى الله عليه وسلم، يدعو لدين جديد والمسلم يتأسي به صلى الله عليه وسلم.. وأن بطء الدعوة حلال سنوات جعلها تمر بالأطوار تلك، الاصطدام بالعادات والتقاليد التي كان عليها أهل الشرك.. وهو أمر طبيعي.. خاصة في المجتمعات التي انقطع فيها صوت العدل وعميت فيها القلوب.

فكانت معارضة قريش للدعوة.. في هذه المرحلة أيضا.. وأخذت تمارس شتي انواع وأساليب الترغيب للصد عن هذا الدين، والوقوف في طريق ظهوره.. ويسعي عليه صلوات الله وسلامه.. إلى دعوتهم لإخراجهم من ظلماتهم إلى نور الحق والايمان.. وفي سبيل ذلك كان يؤسس لتوطيد اسس الشارع في الحياة وينحو تجاه إنقاذ البشرية جمعاء خلال مراحل الدعوة السرية والجهرية يأمر بالمعروف وينهي عن المنكر، ومن ضمن الوسائل والأساليب التي اتبعتها قريش لتنفير الناس من الدعوة الجديدة "التهديد.. والإرهاب.. والسخرية والتحقير والاستهزاء والضحك.. يقول تعالى: " وقالوا يا أيها الذي نزل عليه الذكر إنك لمجنون)1

<sup>1</sup> سورة الحجر الآية: 6.

ويصمونه بالسحر.. ثم وصل بهم الأمر أن طالبوه صلى الله عليه وسلم أن تكون له جنة أو معجزات. بل وسألوه أن يسير لهم جبال مكة ويقطع لهم الأرض..."

قد يتبادر لذهن البعض سؤال مشروع.. وهو: لماذا وجد الرسول صلى الله عليه وسلم كل هذا العذاب هو أصحابه؟ ولماذا لم يعصمهم الله منه؟

يقول الباحث: إن سنة الله في العباد تكليف الإنسان.. وهذا يعني أنه لا بد أن يستلزم أصل العبودية لله تعالى.. لأنه مكلف بالعبادة والطاعة.. وأمر الدعوة للإسلام والجهاد في سبيل ذلك.. وجميع ذلك أستلزم تحمل المشاق.. ومجاهدة النفس والأهواء.. وتحقيق مقاصد الشارع في هذه الدنيا وتحقيق التمسك بالعقيدة لإقامة مجتمع معافى.. وبذل الغالي والنفيس من أجل تحقيق هذا الأمر.

وقد حكى أصحاب السير خطبة النبي في بدء تلك المرحلة، قالوا: دعا النبي جميع قريش وهو قائم على الصفا وقال: إن أخبرتكم أنّ خيلاً تخرج من صفح هذا الجبل تريد أن تغير عليكم أكنتم تكذبوني؟ قالوا: والله ما جرّبنا عليك كذبا، فقال: " يا معشر قريش أنقذوا أنفسكم من النار فإنّي لا أغني عنكم من الله شيئا إنّّي لكم نذير مبين بين يدي عذاب شديد"

وفي رواية: «إنّ مثلي ومثلكم كمثل رجل رأى العدو فانطلق يريد أهله أن يسبقوه إلى أهله فجعل يهتف: يا صباحاه! يا صباحاه! أتيتم أنا النذير العريان الذي ظهر صدقه».

وفي رواية: دعا قريشاً فخصّ وعمّ وقال يا بني كعب بن لؤي أنقذوا أنفسكم من النار، يا بني مرة بن كعب أنقذوا أنفسكم من النار، يا بني هاشم أنقذوا أنفسكم من النار، يا بني عبد شمس أنقذوا أنفسكم من النار، يا بني عبد مناف أنقذوا أنفسكم من النار، يا بني زهرة أنقذوا أنفسكم من النار، يا بني عبد المطلب أنقذوا أنفسكم من النار، يا فاطمة أنقذي

نفسك من النار، يا صفية عمّة محمد أنقذي نفسك من النار، فإنّي لا أملك لكم من الله شيئاً.<sup>1</sup>

ولو كان المراد من فاطمة هي فاطمة بنت النبي فالرواية بأجمعها أو خصوص هذه الجملة موضوعة لأنها ولدت في السنة الخامسة من الهجرة، وقد جاء في تاريخ الخميس توصيفها بـ (بنت محمد) حيث قال: "يا صفية بنت عبد المطلب، يا فاطمة بنت محمد لا أغني عنكم من الله شيئاً، سلاني من مالي ما شئتم" ولذلك احتل زيني دحلان أنّ فاطمة من خلط الرواة وأنّما ذكرت في حديث آخر وقع بالمدينة جاء فيه الزوجات والبنات وقال لهن: «لا أغني عنكنّ من الله شيئاً» حتّى لهنّ على صالح الأعمال.

<sup>1</sup> الشيخ محمد الغزالي، فقه السيرة، الغزالي، دار القلم، دمشق، 1418هـ/1965م، ص 90

## المبحث الثاني: النشاط الدعوي للأئمة

## المطلب الأول: شروط الإمام ومسئوليته

## أولاً- إمام المسجد وشروطه

يعتبر الإمام عماد المسجد وقوته، إذ به يؤدي رسالته في نشر الدعوة، وتوعية المجتمع وتبصير الناس بأمر دينهم، فإذا كان الإمام عالماً قوياً الشخصية نافذ البصيرة، عارفاً بعادات الناس وأحوالهم كان تأثيره جيداً ومفيداً في جماعة المسجد وحتى في سكان الحي الذي فيه المسجد، يعلمهم ويرشدهم ويقودهم إلى كل خير وفضيلة، ففي صدر الإسلام كان النبي 45 هو الإمام والخطيب ثم خلفاؤه الراشدون ثم الأمراء والعلماء، وهذا يدل على أنه يجب على الإمام أن يكون متولياً هذه الوظيفة في المنزلة العالية من الدين والخلق، والعلم والسلوك، وهنا تظهر أهمية هذه الوظيفة في حياة الناس<sup>1</sup>.

وتتمثل شروط الإمام فيما يلي:

## 1-الإخلاص والصلاح: وهو شرط ضروري لكل مسلم، فإذا جمع الإمام بين

الإخلاص، والنية الصادقة والتقوى، والعمل الصالح فإن الله عز وجل لن يخذله فما إنتواجه مشكلة إلا ويجد لها حل.

## 2-الملكية: وهي موهبة تتعلق بالحكمة وحسن التصرف والرد توتى لبعض الناس

فضلاً من عند الله عز وجل، وقد تواجه الإمام أسئلة واستفسارات تهدف إلى إخراجها أو تعجيزه، وقد يكون ذلك بقصد أو غير قصد، فبعض الأئمة يتوفر فيهم هذا الشرط الجبلي يمكن أن يحسنوا الرد إذا ما تحقق فيهم شرطاً الإخلاص والصلاح.

## 3-التجربة والخبرة: الإمام الذكي هو الذي لا يستعجل الثمار ولا يحمل نفسه أكثر

مما تستطيع، فالزمن كفيل بأن يعلمه ويؤهله، على أن الإمام في هذه الفترة

<sup>1</sup> - سعود بن محمد البشير إمام المسجد ومقوماته العلمية والخلقية، ط 01، دار المحيس للنشر والتوزيع، القاهرة

مطالب بأن يخالط الناس مخالطة إفادة واستفادة لا مخالطة تمييع شخصيته، وأن يجالس الكبار والحكماء فتجربة أمثال هؤلاء تختزل له الطريق.

4- **التكوين الشرعي السليم والمستقيم:** إن مشكلة بعض الأئمة لا يكونون في ولقد أثبتت التجربة في المقابل أن بعض الأئمة ارتقوا إلى مدارج العلماء بفضل حرصهم على التعلم.

5- **التشبع بالثقافة العامة:** إن الإمام الناجح هو الذي يعيش ويعايش عصره وزمانه، ولكل زمان ثقافته وميزاته، وعلى هذا فإن الإمام لا بد أن يملك قدرا من الثقافة النفسية والطبية والإعلامية، وإلا فكيف يستطيع التأثير في مجتمع وهو لا يملك أدنى معارفه وتحدياته.<sup>1</sup>

### ثانيا - مسؤولية الإمام

الإمامة شأنها عظيم في الإسلام، « كما أنها تعني تقدم المصلين في الصلاة، فهي كذلك ودنياهم<sup>2</sup> .

وعلى عاتق الأئمة تقع مسؤولية المسجد من حيث اختيار الموضوعات المتوافقة مع المناسبات الزمانية والمكانية، والتعاون مع رواد المساجد والمصلين لإيجاد جو من الألفة الاجتماعية والتعاون الدائم.

قد يساعد على أداء وظيفة المسجد كل من يكون أهلا بالإمامة عارفا بحقوقها ومتطلباتها الشرعية والاجتماعية، طالبا للعلم» عارفا بمقاصد الشريعة ومصالحها وبواقع

<sup>1</sup> - رسالة المسجد، مجلة تصدر عن وزارة الشؤون الدينية والأوقاف. السنة التاسعة، العدد الخامس « جمادى الأولى، ماي 2011» ص 84- 86 .

<sup>2</sup> - ناصر بن عبد الكريم العقل. أثر العلماء في تحقيق رسالة المسجد ، وزارة الشؤون الدينية السعودية ، 2015، ص

المخاطبين وحالهم وواقع أمتهم، وإيجاد الحلول لهم ولأئمة على ضوء الشريعة الإسلامية.<sup>1</sup>

يجب أن يختار الإمام من ذوي العلم والأهلية» وممن يتقنون القراءة، ويحسنون التلاوة ويكون على معرفة بأحكام الدين والعبادة» ويجب عليه أن يتولى شؤون المسجد الذي هو أمانة في عنقه، وأن ينصح إخوانه المسلمين ويرشدهم ويوجههم إلى الطريق السليم والقويم.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: واجبات الإمام ودوره الدعوي

#### أولاً- واجبات الإمام

تعتبر واجبات الإمام من أعظم القربات عند الله لمن احتسب القيام بهاء وقصد التقرب إليه تعالى» والواجب الأول والأساسي الجامع لكثير من الواجبات الشرعية هو السعي إلى تحقيق مقاصد الإمامة، ويتمثل المقصد الأول في إقامة الدين وذلك من خلال<sup>3</sup>:

#### 1- حفظه وذلك بما يلي:

- نشره والدعوة إليه بالقلم واللسان.
- دفع الشبه والأباطيل ومحاربتها.
- حماية الإسلام وتحصين الثغور حتى يكون المسلمون في أمن على دينهم وأنفسهم.
- وأموالهم وأعراضهم.

#### 2- تنفيذه وذلك بما يلي:

- إقامة شرائعه وتنفيذ أحكامه والحدود التي شرعها الله تعالى لعباده.
- حمل الناس عليه بالترغيب والترهيب.

<sup>1</sup> - بومعالي نذير، "دور مؤسسة المسجد في محاربة الفساد الإداري والمالي في الجزائر"، شبكة الألوكة،

[www.alukah.net](http://www.alukah.net)

<sup>2</sup> - عبد الله بن جار الله الجار الله ، رسالة إلى أئمة المساجد وخطباء الجوامع ، د.ط ، ب.س.د.ب، ص 9.

<sup>3</sup> - عبد الله بن عمر بن سليمان الدميجي، الإمامة العظمى عند أهل السنة والجماعة. ط2، الرياض: دار طيبة، 8هـ.

أما المقصد الثاني يتمثل في سياسة الدنيا بهذا الدين، وينتج عن هذا المقصد مقاصد فرعية أخرى منها:

- العدل ورفع الظلم.
- جمع الكلمة وعدم الفرقة بين المسلمين.
- القيام بعمارة الأرض واستغلال خيراتها فيما هو صالح للإسلام والمسلمين<sup>1</sup>.

### ثانياً - الإمام ونشاطه الدعوي

يتولى الإمام العديد من الأنشطة الدعوية بالإضافة إلى إمامة الصلاة، فهو يقوم بدور مهم في جانب الدعوة فهو يدعو الناس إلى ما فيه الخير والصلاح، ومن بين ما يقوم به في هذا المجال ما يلي:

- ❖ إلقاء الإمام لبعض الكلمات أحياناً فيما يتعلق بأحداث الساعة الهامة، وما يراه من ملحوظات على المصلين، وتربية الناس على الإخلاص في القول والعمل.
- ❖ إقامة مكتبة خيرية في المسجد، أو مكتبة للقراءة والاطلاع.
- ❖ توجيه بعض البرامج المذكورة إلى النساء، مثل المحاضرات والكلمات وحلقات التحفيظ والمسابقات ونحوها.
- ❖ إقامة حلقة تحفيظ القرآن وما يتبعها من رحلات تربية هادفة، سواء في داخل البلد أو خارجه مثل رحلة عمرة أو حج.
- ❖ دعوة بعض الدعاة لإلقاء الكلمات من حين لآخر في المسجد والتأكيد على المواضيع التي تهم المسلم.
- ❖ إعداد مسابقة لأهل الحي لكل شهر أو شهرين وجوائزها وتوزيع الكتب والأشرطة.

<sup>1</sup> - المرجع السابق ، ص 336

- ❖ التعاون مع أئمة المساجد المجاورة والتنسيق معهم في صالح الدعوة، بحيث يكون للإمام اجتماع مع مجموعة من الأئمة في الأحياء المجاورة والتنسيق معهم في طريق إيصال الخير إلى الجميع وتحذيرهم من أسباب الفساد والعقوبة.
- ❖ الاهتمام بالملصقات الدعوية التي تعلق في المسجد وإعلانات المحاضرات.
- ❖ الاهتمام بالمواسم الدعوية مثل رمضان الحج، بل أيام المحن والنكبات لإخواننا المسلمين ودعمهم مادياً ومعنوياً.
- ❖ لإمام المسجد أهمية بالغة ومكانة عظيمة منحها الله إياها فلا بد له من القيام بدوره الدعوي من أجل إرشاد الناس إلى ما فيه الخير والصلاح، ونهيه عن الباطل<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - إبراهيم بن عبد المحسن الفليح، "إلى إمام المسجد"، منتدى صيد الفوائد، موقع المسلم، تاريخ التصفح:

# الفصل الثاني

شبكات التواصل الاجتماعي

## الفصل الثاني: شبكات التواصل الاجتماعي

## تمهيد

الانترنت وسيلة لها وزنها في تكوين المعارف ونشر الأفكار وتحقيق التواصل بين الأفراد والمجتمعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي حظيت بشهرة عالمية واسعة بين مختلف فئات المجتمع المستخدمة للإنترنت في السنوات الأخيرة الماضية، وهذا لما توفره من خدمات وتطبيقات مختلفة ومتميزة، لهذا أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي أكثر تأثيراً على الفرد من خلال المميزات التي تتيحها حيث أصبحت المؤسسات والمنظمات تستخدم هذه المواقع لعدة أغراض مختلفة.

وسنتناول في هذا الفصل كل ما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي من مفهومها، نشأتها وخصائصها، ودوافع استخدامها وأنواعها، وتأثيراتها الإيجابية والسلبية.

## المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي مفهوم غير ثابت في الأدبيات نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، ونظرا للتطورات المتسارعة في عالم تقنيات الاتصال والاعلام، فقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق عموما على كل ما يمكن استخدامه في التقاء وتواصل الأفراد والجماعات على الشبكة العملاقة، والمفهوم يتكون من مصطلحين، الاجتماعي والتواصل أو الشبكات، لأنه أحيانا ما يوصف بأنه شبكات التواصل الاجتماعي، مما يوحي بالاتساع والعمومية في هذا الحقل الإتصالي، ويستخدم مفهوم أو مصطلح "مواقع التواصل الاجتماعي" لأنه أكثر تحديدا ويشير إلى نوع معين ومحدد من منصات أو مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت.<sup>1</sup>

## المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

ظهر في الآونة الأخيرة ما يسمى بمواقع التواصل الاجتماعي جاء نتيجة احتياج الأشخاص والأفراد إلى وجود علاقات إنسانية فيما بينهم وفتح مجال للحوار التفاعلي بشكل متطور وواسع، حيث نشأت هذه المواقع لسد فراغ اجتماعي حاصل استخدام الإنسان للحاسب الآلي في جميع انشطته، مما جعلها أكثر المواقع التي يستفيد منها الإنسان في الآونة الأخيرة وذلك لما لها من مميزات وانتشار فعال وتستخدم للتعبير الحر عن ما يراه الإنسان ويشجعه على رصد أفكاره بصفة مستمرة وإشراكه مع الآخرين في نفس الأفكار أو تشجيع فكر معين أو رأي أو تقديم مجال اهتمام واحد.<sup>2</sup>

وتعرفها هبة محمد خليفة (2009) مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "صفحات الويب، التي يمكن أن تسهل التفاعل النشط بين الأعضاء المشتركين في هذه الشبكة الاجتماعية

<sup>1</sup> - مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ط1، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2019م، ص 58.

<sup>2</sup> - سعد صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص رابطة العالم الإسلامي، جدة، 2011م، ص 54.

الموجودة بالفعل، وتهدف إلى توفير مختلف وسائل الاهتمام ، والتي من شأنها أن تساعد على التفاعل بين الأعضاء بعضهم بعض، وهناك الآلاف من مواقع الشبكات الاجتماعية في العالم، و يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي أشبه بالديوانيات اليوم، حيث يجري لقاء الأصدقاء والمعارف الجدد وعقد المحادثات والاجتماعات، وذلك لتبادل الآراء والاتفاق بشأن الكثير من القضايا كالقضايا السياسية والانتخابية وغيرها.<sup>1</sup>

ويعرفها الباحث محمد عواد بأنها تركيبة اجتماعية إلكترونية من أفراد وجماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الاساسي مثل " الفرد الواحد" باسم العقدة Node بحيث يتم إيصال العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات لتشجيع فريق معين أو الانتماء، لشركة ما أو حمل جنسية بلد ما في هذا العالم، وقد فصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص.<sup>2</sup>

تعريف "مهدي الحوساني،2002": مواقع تصنف ضمن الجيل الثاني للويب"2.0" وسميت اجتماعية لأنها أتت من مفهوم "بناء مجتمعات" بهذه الطريقة يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة في تصفح الأنترنت والتعرف على المزيد من المواقع في المجالات التي تهتمه، وأخيرا مشاركة هذه المواقع مع أصدقائه وغيرهم.<sup>3</sup>

تعريف "وليد زكي، 2012": هي شبكات عالمية تتيح الفرصة وإلى التواصل بين الأفراد من خلال الفضاء المعلوماتي تضم في رحابها ملايين البشر، ويمكن من خلالها مشاركة

<sup>1</sup> - مشتاق طالب فاضل، المرجع السابق، ص60.

<sup>2</sup> - علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014م، ص 59.

<sup>3</sup> - خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية-الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم ، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013م، ص17.

الاهتمامات وتكوين الصداقات وإقامة الصفقات وغيرها من أوجه التفاعل التي تتم في محيطها.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

يرجع ظهور المواقع الاجتماعية إلى عالم الاجتماع "جون برنر" في عام 1954 الذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن. حيث تمثلت في نوادي العالمية التي تستخدم في ربط علاقات الأفراد في مختلف الدول باستخدام الرسائل المكتوبة إلا أن ظهور شبكة الانترنت ساعد على انتشار هذا المفهوم بشكل واسع، من خلال التطبيقات والمواقع الالكترونية التي تركز على بناء شبكات اجتماعية تربط ذوي الاهتمام والنشاط المشترك، بحيث يكون لكل مشترك حساب خاص يحتوي على ملف خاص يحتوي على ملف شخصي وسياسة حماية لحسابه تسمح للمستخدمين بتبادل وتشارك المعلومات والبيانات والأفكار والرؤى.<sup>2</sup>

وبدأت مجموعة من شبكات التواصل الاجتماعي بظهور بشكلها في أواخر التسعينات وكانت بداية ظهور أول موقع في الولايات المتحدة الأمريكية على مستوى التفاعل بين بعض الزملاء الدراسة والمعارف من الروضة حتى الجامعة. وأول مواقع التواصل الاجتماعي لطلاب المدارس الأمريكية ظهر عام 1995م وهو موقع، وهذا الموقع قسم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، وجميعها تشترك في هذا الموقع، ويمكن للفرد للبحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي يتسبب إليها ويجد زملائه ويتعرف على أصدقاء جدد، ويتفاعل معهم الشبكة وتبع ذلك محاولة ناجحة

<sup>1</sup> - جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، (د.ت)، ص22.

<sup>2</sup> - بوقنون نهاد واخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية، مذكرة ماستر، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة 8 ماي 1945، قالم، الجزائر ، 2016-2017 43.

لموقع تواصل اجتماعي آخر وهو موقع SixDregees.com وكذلك في خريف عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، بغض النظر عن انتماءاتهم الدينية والعلمية أو العرقية.<sup>1</sup>

وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس، وقد مرت مواقع التواصل الاجتماعي في تطورها بمرحلتين أساسيتين هما:

**المرحلة الأولى:** يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب ومن أبرز المواقع التي تكونت في هذه المرحلة موقع-دكيزز - degrees الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم، وقد أخفق هذا الموقع عام 2000م بسبب أمور مالية، ومن مواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع "كلاس مايت" الذي ظهر في منتصف التسعينات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة، شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى، مثل موقع "لايف جورنال" وموقع "كايوورد" الذي أنشئ في كوريا سنة 1999م، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.<sup>2</sup>

**المرحلة الثانية:** تشير إلى مجموعة من التطبيقات مدونا، مواقع مشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها... وقد استقادت هذه المرحلة من تقنيات الجيل الثاني للويب، حيث ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي منذ عام 2002م إلى 2012م، ومن أهم المواقع الاجتماعية ظهر موقع "friendste" عام 2002م، وفي النصف الثاني من العام نفسه ظهر في فرنسا مواقع Skyrock كمنصة للتدوين، ثم تحولت بشكل كامل إلى مواقع اجتماعية عام 2007م

<sup>1</sup> - مروى عصام، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015م، ص246.

<sup>2</sup> - مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ط1، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2019م، ص 61، 62.

ثم ظهر موقع "Myspace" عام 2003م في الولايات المتحدة الأمريكية، وتميزت بتطورها الهائل، وازدياد عدد المستخدمين، خاصة. فئة المراهقين، وبعد ذلك ظهر موقع الفيس بوك منافسا عام 2004م، الذي اقتصر في بدايته على طلبة جامعة هارفرد ، ثم المؤسسات التعليمية في الوم.أ وكانت الانطلاقة العالمية للفيس بوك عام 2006م حيث أصبح الموقع الأول في العالم من حيث عدد المستخدمين، وفي عام 2007م أتاح الفيس بوك لمستخدميه تكوين التطبيقات مما زاد مستخدميه خاصة كما ظهرت أنواع أخرى من المواقع الاجتماعية، فمنها ما يهتم بالفيديو مثل موقع YouTube، وقد بدأ كمقدم لخدمة مشاركة ملفات الفيديو الشخصية، وامتدا هذا الموقع اليوم ليصبح من أكبر مقدمي خدمة الفيديو في العالم، ومنها ما يهتم بخدمة التدوين المصغر مثل موقع تويتر.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز المواقع الاجتماعية بعدد من الخصائص التي تجعلها تتميز عن بقية التطبيقات والمواقع في شبكة الانترنت الأمر الذي ساهم في رفع أسهم هذه المواقع بالنسبة للمستخدمين ورغم تنوع الخصائص من موقع لآخر إلا أنها تشترك في عدد من الخصائص نوردتها فيما يلي:

**التعريف بالذات** الخطوة الأولى للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي هي إنشاء صفحة معلومات شخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها ويقوم من خلالها بالتعريف خلال النصوص، الصور ، الموسيقى الفيديوهات، وغيرها من الوظائف.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - نفس المرجع، ص62،63.

<sup>2</sup> - مريم نريمان ،نورمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي بوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011-2012م، ص52.

**المشاركة والتفاعلية:** وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الأفعال من الشخصااا المهممين، فالفرد مستقبل ،وقارئ مرسل، كاتب ومشارك، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور وتلغي السلبية المقيدة في الإعلام وتعطي خير المشاركة الفعالة من المشاهد للقارئ وكل هذا لضمان الاستمرارية والتطور.<sup>1</sup>

**الانفتاح والعالمية :** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو التعديل على الصفحات، حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أما الوصول والاستفادة من المحتوى فهي تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية فباستطاعة فرد في الشرق التواصل مع فرد اخر في الجهة الغربية ببساطة وسهولة.<sup>2</sup>

**سهولة الاستخدام:** فالمواقع الاجتماعية بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل وأي شخص يملك مهارات أساسية في الانترنت يمكنه خلق وتسيير موقع اجتماعي حيث أن هذا الأخير مجاني ومفتوح امام الجميع.

**طرق جديدة لتكوين المجتمع :** تسمح المواقع الاجتماعية للأشخاص بخلق صداقات وتبادل الاهتمام والمحتوى لتشكل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال وبالتالي فهي تساهم بشكل فعال في تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية تطبيقات الانترنت غير أن هذه المواقع دعمت طرقا جديدة للاتصال بين الأفراد، فهؤلاء الأفراد ترتبك في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي أو قضية سياسية، أو

<sup>1</sup> - عباس صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان، 2008م، ص23. 3

<sup>2</sup> - محمد سيد محمد، الاتصال الدولي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011م، ص117.

للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحتوي مجعما إلكترونيا متقاربا.<sup>1</sup>

**الترباط :** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة ببعضها وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر ما على مدونة يعجبك ترسله إلى معارفك على الفيس بوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

**المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة . من اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الغير أو المعلومة المعروضة.

ومما سبق يبدو جليا أن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت بشكل كبير وأدت إلى تشكيل طرق جديدة للاتصال الشخصي وكذا كيفية تسيير الاتصالات الاجتماعية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - بوعمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك، مذكرة ماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي قسم علوم اجتماعية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013-2014م، ص 67.

<sup>2</sup> - جبريل بن حسن العريشي، المرجح السابق، ص52،53.

## المبحث الثاني: موقع التواصل الاجتماعي

## المطلب الأول : استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الافتراضي الذي يتيح للمستخدم العديد من الممارسات والنشاطات المختلفة من خلال مجموعة من الخدمات والتي يمكن أن ندرج أهمها فيما يلي:

1. **الاتصال مع أفراد العائلة والأصدقاء:** ذلك لما يسهله من خلال الاستمرارية في الاتصال الدائم والفوري مع مختلف أفراد الأسرة والأصدقاء.

2. **الممارسة السياسية:** حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تشكل الفضاء الذي يقوم فيه المستخدم بالمشاركة السياسية عن طريق إبداء آرائه وتوجهاته ومختلف الممارسات كعملية الاستفتاء حول العديد من القضايا عبر تلك المواقع.

3. **تكوين العديد من الأصدقاء** أصبحت المواقع الاجتماعية البيئة الافتراضية التي يستطيع أن يكون من خلالها المستخدم أصدقاءه وفقا للمعايير التي يختارها هو.

4. **التسلية وممارسة الهوايات** فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل المتنفس الذي يقوم خلاله المستخدم بقضاء وقت من خلال مختلف مواقع الألعاب والتسلية، بالإضافة الى ذلك أصبحت هذه الأخيرة تتيح للفرد إمكانية اشتراكه في نفس اللعبة مع أفراد آخرين ومباشرة، ومن جهة اخرى أصبحت تشكل البيئة التي يقوم من خلالها المستخدم بممارسة مختلف هواياته واهتماماته.

5. **التسويق والإعلان** حيث أصبحت مختلف المؤسسات الاقتصادية تعتمد على مواقع التواصل أجل الترويج والدعاية لمختلف منتجاتها عن طريق الومضات الاشهارية المتنوعة، كما أصبحت توفر المحيط الذي تقوم من خلاله بمختلف العمليات التسويقية.

6. الخدمات الطبية: حيث تتيح مختلف الصفحات المتعلقة بالإرشادات والنصائح الطبية، الطب البديل، الطب عن بعد، ...الخ.<sup>1</sup>

7. مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الاستثمار والأعمال: تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تجمع بين الناس بتكلفة متواضعة مما يمكن أن يعود بالمنفعة على رجال الأعمال وأصحاب الأعمال الصغيرة الذين يتطلعون الى توسعة دائرة اتصالاتهم، فمن الممكن أن تتحول هاته المواقع منبرا فعالا لإدارة علاقات الزبائن وبالأخص للشركات التي تبيع المنتجات والخدمات، كما يمكن استعمالها كمنصة لعرض إعلاناتها وإشهارها الترويجية الخاصة.

8. مواقع التواصل الاجتماعي والعلاقات العامة مؤسسات العلاقات العامة، خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية رأّت في انتشار وسائل الاعلام الحديثة وخاصة الاجتماعية فرصة ذهبية لجملة علاقات عامة تفاعلية للترويج لعملاتها مع رصد استجابة الجماهير لحملائها. ولقد لقت حملات العلاقات العامة التفاعلية رواجاً كبيراً ونتائج غير مسبوقه على مواقع التواصل الاجتماعي.

9. مواقع التواصل الاجتماعي والتعليم : سجلت رابطة هيئات المدارس القومية بالولايات المتحدة الامريكية (Natoinal school bords association) ، في تقرير لها أن 60 بالمئة تقريبا من تلاميذ المدارس الامريكية الذين يستخدمون المواقع الاجتماعية يتحدثون في مواضيع تعليمية بل كانت المفاجئات أن أكثر من 50 بالمئة منهم يتخاطبون بالتحديد في مواضيع خاصة بالواجبات الدراسية، لذا كان على عديد المنشآت التعليمية التواجد عبر هاته المواقع منها وتوجيه المتمدرسين الى مزاياها، حيث أنشأت عدة مدارس والمنشآت التعليمية حسابات خاصة لها عبر هاته المواقع المنوعة كالفيس بوك مثلا وكذا انشاء منتديات...الخ.

<sup>1</sup> - مريم نريمان نورمان المرجع السابق، ص67،68.

يتم من خلالها الربط بين المدرسين والتلاميذ وتعزيز العلاقات بينهم، كذا للتطوير المهني للمعلمين والشراكة في المحتويات العلمية. بالإضافة الى ذلك فإن الهيئات المكلفة بهم حيث من خلالها أصبح على الأولياء أن يسألوا عن أبنائهم ويستفسروا عن أدائهم دون الحاجة الى التقرب الى المؤسسة والمقابلة وجها لوجه. كما هو الحال بالنسبة للجامعات التي بات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من الأمور البديهية والضرورية أحيانا.<sup>1</sup>

ويمكن تلخيص المجالات التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي فيما يلي:

- انشاء شبكات للجهات والمؤسسات المختلفة

- انشاء مجموعات اهتمام

- تبادل المعلومات والمعارف

- انشاء صفحات بالأفراد والجهات

- البرمجيات المتوفرة داخل الشبكة الاجتماعية

- وسائل الاتصال بين افراد المجتمع

- استخدامات ترفيهية

- الدعاية والاعلام.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - خالد بن سليمان معتوق، اتجاهات قسم علم المعلومات بجامعة ام القرى لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية، مجلة أعلم، العدد 12، 2013م، جامعة ام القرى السعودية، 2013 م، ص170

<sup>2</sup> - مشاركة نور الدين دور التسويق عبر الشبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون دراسة حالة متعاملي قطاع الهاتف النقال بالجزائر - اوريدو ، موبيليس، وجازي، مذكرة ماستر، تخصص تسويق الخدمات قسم العلوم التجارية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر 2014-2015م، ص5،6.

## المطلب الثاني: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

## التصنيف الأول:

نوع أساسي: وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل

Myspace.Hi5

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

**مميزات إضافية:** هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blog Ging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع براينكايت.<sup>1</sup>

## التصنيف الثاني:

**النوع الأول:** يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات، من الأمثلة على هذا النوع من التواصل الاجتماعي

**مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي:** لعلمنا أشهر هذه المواقع موقع "فيسبوك" و "لينكدان" وهي مواقع تمكن المستخدمين من التواصل المباشر ببعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة.

<sup>1</sup> محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعية على الجمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال الأكاديمية العربية، الدنمارك ، 2011-2012م، ص 27.

**مواقع الفعاليات Events** : هذه النوعية من المواقع التنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعوين، كما يمكن هذه المواقع استخدام خدمات تحديد المواقع الجغرافية LBS لتحديد موقع التجمع.<sup>1</sup>

**المدونات:** تعرف المدونة على أنها صفحة انترنت ديناميكية تتغير زمنيا حسب المواضيع المطروحة فيها، حيث تعرض المواضيع في بداية المدونة حسب تاريخ نشرها. ويمكن تصنيف المدونة حسب محتواها الى خمسة أنواع مدونات كتابية، مدونة تصويرية، مدونة فيديو، مدونات الصوت، مدونات باستخدام هاتف الجوال.<sup>2</sup>

**النوع الثاني:** من مواقع التواصل الاجتماعي التي تعرف بمواقع التعاون وبناء، فهمي مواقع تمكن العديد من الناس الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بالعمل. مثل موقع الويكيبيديا العلمية

**النوع الثالث:** من مواقع التواصل الاجتماعي مواقع الوسائط المتعددة مثل مواقع التصوير والفن. تقدم هذه المواقع العديد من الفوائد حيث تمنحك مكانا يمكنك فيه حفظ، تخزين، وعرض أعمالك الفنية سواء كانت صور او رسومات فنية حيث يتمكن الناس من رؤيتها وإبداء الاعجاب او النقد لها، كما تفيد إمكانية بيع أعمالك للغير وإيجاد دخل مالي منها.<sup>3</sup>

**النوع الرابع:** هي مواقع الرأي والاستعراض Opinions & Reviews، تخيل أنك 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

<sup>1</sup> - علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية الجامعة الإسلامية، (د.م.ن)، (د.ت)، ص 05.

<sup>2</sup> - هند . بنت سليمان الخليفة وسلطانة بنت مساعد الفهد، المدونات العربية الحاسوبية، دراسة تحليلية، الرياض، المملكة العربية، (د.ت)، ص ص 106.

<sup>3</sup> - علي محمد بن محمد المرجع السابق، ص 5

والاستخدام اليومي، أما أن اردت فيمكنك زيارة موقع استعراض مميزات ومواصفات السلع حيث ستحصل على رأي خبراء في المجال، كما إنك ستجد رأي المستهلكين في نهاية التقييم لإعطائك صورة واضحة عن المنتج وعن مميزاته.<sup>1</sup>

**النوع الخامس:** تتمثل في المواقع الترفيهية الاجتماعية لمواقع العوالم الافتراضية Virtual Worlds، لقد أطلق مصطلح الحقيقة الافتراضية Virtual Reality، لأول مرة في عام 1989م، وقد أطلقت مصطلحات أخرى عديدة تشير الى هذا المفهوم منها الحقيقة الاصطناعية Artificial Reality، في عام السبعينيات و Cyberspace عام 1984م، ومؤخرا العوالم الافتراضية Virtual Worlds والبيئات الافتراضية Environnements في التسعينيات.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: تأثير مواقع التواصل الاجتماعي

#### التأثيرات الايجابية :

بلا شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي أضفت بعدا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغيرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، أهمها هذه الآثار ما يلي:

**نافذة مطة على العالم** حيث وحد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.

<sup>1</sup> - صفاء زمان، الشبكات الاجتماعية، تعريفها وتأثيرها وأنواعها، متاح على الرابط <http://www.kse.org.kw> ، بتاريخ 10-02-2021 15:14.

<sup>2</sup> - عصام فريجات مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعليم والمكتبات المدرسية، متاح على الرابط <http://www.informatics.gov> بتاريخ : 17-02-2021، سا: 12:01.

أكثر انفتاحا على الآخر: إن التواصل مع الغير، سواء كان ذلك الغير مختلف عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الميال في قارة أخرى.

منبر للرأي والرأي الآخر: إن من أهم خصائص التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات تجاه قضايا الأمة المصيرية.<sup>1</sup>

التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز شبكات التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية ولكنها في الآن ذاته تعمل على حصر الهوية الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري، على صعيد فكري على صعيد الأشخاص في الجماعات والدول.

تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة: حيث بإمكانك خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت اخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة.<sup>2</sup>

التأثيرات السلبية: مثلما يوجد آثار إيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي فإنه لها آثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية ما يلي:

<sup>1</sup> - الشامل موسوعة البحوث المواضيع المدرسية، التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، متاح على الرابط <http://www.bohotti.blog3pot.com> بتاريخ : 15-02-2021م، سا: 12:11.

<sup>2</sup> - موسى جواد الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، (د.م،ن)، 2011م، ص 47.

يقلل من مهارات التواصل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر المواقع فإن ذلك سيققل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، في الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فوراً وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.<sup>1</sup>

إضاعة الوقت حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمستخدمين قد تكون جذابة جداً لدرجة تنسى معها الوقت.

إدمان على مواقع التواصل الاجتماعي: إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدتين، يجعلها بسبب الفراغ أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمراً عابثاً للغاية وإنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.

ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.

تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية أصبح استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على الشبكات التعارف والمحادثات فتحوّلت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء "7" والعين "3" وهذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي".

<sup>1</sup> - وائل خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011م، ص20.

انتحال الشخصيات تبقى مجهولة المصدر خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى مستخدميها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> - محمد معجم، الانترنت والتكنولوجيا تكشفان انعزال الشباب عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، قطر، العدد 11704 ديسمبر 2010م الموافق ل 8 محرم 1432هـ، ص12.

**خلاصة الفصل:**

إن الشبكات التواصل الاجتماعي مكانة مهمة لدى الانسان دخلت في العديد من المجالات في حياته فأصبحت تشكل جزءا كبيرا منها التعليم السياحة الصناعة، وتستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الاعمال لأهداف عدة منها توفير المعلومات لمستخدمي المواقع وتوفرها على ميزة المشاركة والتعليق جعل الجهة الناشرة تستفيد من الآراء لتحسين منتجاتها أو خدمتها.

# الفصل الثالث

الجانب الميداني للدراسة

## الفصل الثالث: الجانب الميداني للدراسة

## أولاً - الإجراءات المنهجية للدراسة

## 1. حدود الدراسة

1-1- الحدود الزمنية: يقصد بة المدة المستغرقة في اعداد هذه الدراسة منذ بدايتها الى نهايتها، وقد مرة بثلاث مراحل:

**المرحلة الأولى :** في اواخر شهر مارس 2023 تمت في هذه المرحلة قراءات حول موضوع الدراسة، وذلك بالتركيز على الجانب المنهجي للدراسة (الإشكالية، الفرضيات، الأهداف، الأهمية...)، بالإضافة إلى جمع المادة العلمية الأكاديمية من الفضاءات المكتبية، والاطلاع على مختلف الدراسات المشابهة بالموضوع الدراسة، وهذا ما ساعدنا في الإحاطة والإلمام نوعا ما لموضوع الدراسة.

**المرحلة الثانية:** في بداية شهر ماي 2023 تم الانطلاق في انجاز الدراسة بدايتا من الجانب المنهجي وصياغة استمارة استبيان الكترونية ونشرها على مستوى صفحات الفايسبوك الدينية

1-2- **المجال المكاني :** دراستنا بولاية الاغواط على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

1-3- **المجال البشري:** المجال البشري لدراستنا هم عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والبالغ عددهم 100 فرد

## 2. منهج الدراسة:

بما ان دراستنا تصف حاله النشاط الدعوي للأئمة المساجد عبر مواقع التواصل الاجتماعي فان المنهج المناسب لدراتنا هو المنهج الوصفي والذي يعرف بانه "جاء في لسان

العرب طريق نهج :بين واضح ..، ومنهج الطريق وضحه، والمنهاج كالمنهج . والمنهاج الطريق المستقيم.<sup>1</sup>

ويعرف ايضا بأنة " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته ،حتى يصل إلى نتيجة معلومة.<sup>2</sup>

ويعرف ايضا" الوسيله التي يمكننا عن طريقها الوصول إلى الحقيقة أو مجموعة من الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى وتعميمها لنصل إلى ما يطلق عليه اصطلاح نظرية وهي هدف كل بحث علمي.<sup>3</sup>

ويعرف ايضا المنهج الوصفي بأنة "وصف الخصائص المميزة لظاهرة معينة عن طريق جمع البيانات .<sup>4</sup>

### 3. مجتمع الدراسة وعينته

#### 1-4-مجتمع الدراسة:

يستعمل مجتمع البحث في الحياة عموما، لدلاله على تجمع سياسي، أو جغرافي أو طبيعي، من الأفراد والنباتات أو الحيوانات أو الأشياء، ويستخدم في البحث العلمي للدلاله على مجموعة من الفئات التي تشترك في خصائص محددة .<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - عبودة عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار النمير دمشق ، سوريا ، 2002 ، ص 11

<sup>2</sup> - رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي -اساسيات النظرية وممارساته، ط1، دار الفكر بدمشق ،سوريا، 2000 ، 129.

<sup>3</sup> - مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، ط1، عمان مؤسسة الورق ،الأردن ، 2000 ، ص 68.

<sup>4</sup> - بارة كززة : اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية،دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين بجامعة الحاج لخضر باتنة،رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس ، تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية ، 2013-2014 ، ص 101.

<sup>5</sup> - محمد بكر نوفل محمد ابو عواد، التفكير و البحث العلمي، ط 1، دار المسيرة، الأردن، 2010، ص 2.

كذلك المجتمع هو المجموعة الكلية أو المجموعة الكاملة من الناس أو الأحداث أو الأشياء مئة<sup>1</sup>، وعند تحديد أفراد المجتمع الأصلي للبحث، ينبغي على الباحث أن يحدد المجتمع الأصلي تحديدا دقيقا وان تقتصر دلالة نتائج البحث على المجتمع الذي مئة اختيرت عينة البحث وتعريف المجتمع الأصلي وتحديد مقتضى معرفة العناصر الداخلة فيه، ويتم ذلك عن طريق إعداد قائمة كاملة وصحيحة تشمل جميع وحدات المجتمع الأصلي فقد يستغرق هذا العمل وقتا طويلا، وقد لا يمكن تحقيقه إما إذا كان الاعتماد على السجلات والقوائم القديمة فان النتائج قد لا تكون دقيقة لان هذه القوائم و التسجيلات جزئية لا تحدد المجتمع الأصلي موضوع البحث لذا تأتي خطوة إعداد قائمة للمجتمع الأصلي بعد إن يحدد المجتمع الأصلي بدقة<sup>2</sup>، كما يقصد بة كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة.<sup>3</sup>

وهو أيضا: مجموع مفردات أو وحدات المعاينة التي ستجمع عنها البيانات، قد يكون من سكان محافظة معينة أو مدينة معينة.<sup>4</sup>

فمن خلال دراستنا التي تعتمد في البحث على النشاط الدعوي للأئمة المساجد عبر مواقع التواصل الاجتماعي ترتب علينا اختيار سكان مدينة الاغواط كمجتمع لدراستنا

### 1-5- عينة الدراسة

تعرف العينة عموما على أنها: هي المجموعة التي تجمع البيانات عنها في الدراسة والمجتمع هو المجموعة الأكبر الذي يفترض أن نطبق نتائج الدراسة عليه العينة قد تكون مجموعة من الأفراد أو الكتب أو المدارس أو المساكن تقوم من خلال جمع البيانات

<sup>1</sup> - فايز جمعة النجار وآخرون، اساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، ط 2، دار الحامد، الأردن، 2010، ص 104 .

<sup>2</sup> - إبراهيم الدجيلج، مناهج و طرق البحث العلمي، ط 1، دار صفاء للنشر، 2009، ص 92.

<sup>3</sup> - محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي -القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دائرة وائل للنشر، الاردن، 1999، ص 74.

<sup>4</sup> - محمد صلاح مصطفى واخرون: خطوات البحث العلمي ومناهجه، د ط، المشروع العربي لصحة الأسرة، دم، 2010، ص 82.

منهم الوصول إلى نتائج وتعميمات تتعلق بالمجموعة الأكبر وتعتمد هذه التعميمات والنتائج على مدى تمثيل العينة لذلك المجتمع.<sup>1</sup>

بما أن الموضوع المتناول هو الذي يفرض على الباحث اختيار العينة، وفي دراستنا هاته تشكل العينة المصدر الأساسي لتحليل البيانات كمياً وكيفياً ونظراً لكبر مجتمع الدراسة نوعاً ما فقد لجأنا إلى استخدام "العشوائية" وهذا يعين أنة في بعض الأحيان يسعى الباحث لتحقيق هدف أو غرض معني فيقوم باختيار أفراد العينة بما يخدم ويحقق هذا الغرض والهدف<sup>2</sup>، وفي دراستنا قمنا باختيار العينة التي تتكون من 100 فرد وهم عبارة من عن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بولاية الأغواط وتم جمع العينة عن طريق الاستمارة الالكترونية والتي تم نشرها في الصفحات الدينية عبر موقع الفاسبوك وتحصلنا على 100 عينة

#### 4. أدوات الدراسة

ان الشائع حول ادوات البحث العلمي هو "أنها تلك الوسائل المختلفة، التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث، ضمن استخدامة لمنهج معين أو أكثر، وأما الباحث موريس انجرس ، فحدد ادوات البحث العلمي كما يلي (الملاحظة والمقابلة الاستبيان والتجربة وتحليل المضمون، والتحليل الإحصائي).<sup>3</sup>

وانطلاقاً من طبيعة دراستنا الميدانية اعتمدنا فيها على صحيفة الاستبيان وهذا من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية. ويعرف الاستبيان أنة مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحثن حول ظاهرة ما أو موقف معين ويعرف ايضاً " هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن

<sup>1</sup> - فلاح عبد الله، غرابية عايش موسى، الإحصاء الرتبوي، ط1، دار المسرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006، ص18.

<sup>2</sup> - محجوب وجيه، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص30

<sup>3</sup> - احمد بن مرسلني : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، 2007، ص 202.

الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة " 1 ومن خلال دراستنا، قمنا ببناء استمارة استبيان الكترونية مكونة من ثلاث محاور محور البيانات الشخصية الذي جاء في 03 اسئلة ونسعى من خلاله التعرف على جنس افراد العينة سنهم ومستواهم الدراسي، اما المحور الثاني جاءت في 04 اسئلة للحصول عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، اما المحور الثالث انطوى على 14 سؤال للحصول على الموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

### ثانيا - تحليل وتفسير بيانات الدراسة

#### 1-1- تحليل الاستبيان

#### أولا - تحليل نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية

#### الجدول رقم 01 : يمثل متغير الجنس

النسبة %	التكرار	
46	46	ذكر
54	54	أنثى
100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الاناث أكثر من نسبة الذكور حيث تمثل عدد الافراد من الاناث 54 فردا من العينة ونسبة 54 % بينما عدد الذكور 46 ذكرا ونسبة 46% ونفسر ذلك كون ان الاناث هن الأكثر استخداما للمواقع التواصل الاجتماعي لما يملكنه من وقت وذلك لكثرة مكوثهم في البيت.

اذا عدد الاناث من افراد العينة اكثر من عدد الذكور كوهن اكثر امتلاكا للوقت لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> - احمد بن مرسللي، المرجع نفسه، ص 220

الجدول رقم 02 : يمثل متغير السن

النسبة %	التكرار	متغير السن
01	01	اقل من 18 سنة
57	57	من 18 سنة الى 28 سنة
31	31	من 29 سنة الى 39 سنة
09	09	من 40 سنة الى 50 سنة
02	02	أكثر من 50 سنة
100	300	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ ان أعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 57% تتراوح اعمارهم ما بين 18 سنة و 28 سنة سنة اما نسبة 31% من اجمالي افراد العينة تتراوح اعمارهم ما بين 29 سنة و 39 سنة وتليها نسبة 9% من اجمالي افراد العينة تتراوح اعمارهم ما بين الاربعون 40 سنة و 50 سنة وتليها نسبة 2% تفوق اعمارهم ال 50 سنة اما نسبة 1% تقل اعمارهم عن 18 سنه.

ويمكننا تفسير ذلك بان مواقع التواصل الاجتماعي يمتلكها الصغير والكبير ويمتلكها جميع اطياف المجتمع وهذا ما يبرر النتائج المتحصل عليها .

ومنه يمكننا القول ان معظم افراد العينة شباب تتراوح اعمارهم ما بين 18 و 39 سنه.

الجدول رقم 03 : يمثل متغير المستوى الدراسي

النسبة %	التكرار	متغير المستوى الدراسي
01	01	ابتدائي
05	05	متوسط
13	13	ثانوي
81	81	جامعي
100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 81% لهم مستوى دراسي جامعي في حين ان نسبة 13% من اجمالي افراد العينة لهم مستوى ثانوي اما نسبة 5% من اجمالي افراد العينة لهم مستوى دراسي متوسط اما فردا بنسبة 1% له مستوى دراسي ابتدائي ومنه يمكننا تفسير ذلك ان جميع افراد العينة يملكون مستويات دراسية ولكن اكثرهم ذو مستوى دراسي جامعي.

وهذا راجع الى ان اكثر فئة الاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي هي فئة الشباب وخاصة الشباب المتمدرس والجامعي الذي يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي في حياة اليومية .

ومنه نستنتج ان معظم افراد العينة لهم مستوى دراسي جامعي

## تحليل نتائج المحور الثاني: عادات وانماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 04: يمثل الفترة الزمنية لاستخدام افراد العينة

النسبة %	التكرار	
03	03	الصباحية
14	14	المسائية
19	19	الليلية
64	64	ليس هناك فترة محددة
100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ اننا اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 64% ليس لديهم فترة محددة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي اما افراد العينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الليلية بلغ عددهم 19 فردا بنسبة 19% اما افراد عينة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة المسائية بلغ عددهم 14 فردا بنسبة 14% في حين ان نسبة 3% من اجمالي افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في الفترة الصباحية.

ويمكننا تفسير ذلك بان مواقع التواصل الاجتماعي تعمل 24 ساعة على 24 ساعة لذا نجد ان افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في افراد في فترات مختلفة من اليوم لذا فالنسبة الغالبة هي ليس هناك فترة محددة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وانما يتم استخدامها وقت الفراغ ووقت الحاجة اليه.

ومن هنا نستنتج ان افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في كل وقت وذلك وقت فراغهم ووقت الحاجة الى ذلك

الجدول رقم 05 : يمثل مدة استخدام الفايسبوك

النسبة %	التكرار	
12	12	اقل من ساعة في اليوم
34	34	من ساعة الى 03 ساعات
54	54	اكثر من 03 ساعات
100	100	المجموع

## تحليل الجدول:

من خلال جدول اعلاها الذي يمدل مدة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك نلاحظ ان اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 54% يستخدمون الفيسبوك اكثر من ثلاث ساعات في اليوم اما افراد العينة الذين يستخدمون موقع الفيسبوك من ساعة الى ثلاث ساعات في اليوم بلغ عددهم 34 فردا بنسبة 34% وتليها نسبة 12% من اجمالي افراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك اقل من ساعة في اليوم. ويمكننا تفسير ذلك بان استخدام الفيسبوك يختلف من شخص الى اخر حسب اوقات الفراغ وحسب حاجة استخدام هذا الموقع الا ان اكثرهم يستخدمون الفيسبوك لوقت طويل في اليوم.

ومنه نستنتج ان اجمالي ان مجموعة من افراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك اكثر من ثلاث ساعات في اليوم

الجدول رقم 06: يوضح المواضيع الأكثر متابعة من افراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ت	%	
20	20	الرياضية
53	53	الاجتماعية والإنسانية
04	04	السياسية
10	10	الفنية
13	13	الدينية
100	100	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة 53% من اجمالي افراد العينة يا ميلون عن المواضيع الاجتماعية والانسانية بكثر عبر موقع التواصل الاجتماعي اما نسبة 20% من اجمالي افراد عينة يميلون ويتابعون المواضيع الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي اكثر من اي مواضيع اخرى في حين ان نسبة 13% يتابعونها المواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون الاخرى في حين ان 10% من اجمالي افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة المواضيع الفنية اما المواضيع السياسية فلها ايضا متابعين بلغت نسبتهم 4% .

ويمكننا تفسير ذلك بان مواقع التواصل الاجتماعي تطرح العديد من المواضيع في شتى مجالات الحياة وهذا ما يجعل مستخدميها ومتابعيها تختلف ارائهم حول المواضيع المتابعة نجد كلا يميل الى المواضيع التي يحبها واكثر المواضيع هي المواضيع الانسانية والاجتماعية وتليها المواضيع الرياضية نسبة لان المجلد افراد العينة او معظم افراد العينة شباب يميلون الى المواضيع الاجتماعية والانسانية والرياضية والفنية والدينية اكثر من السياسي والاقتصادي وغيرها من المواضيع المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن هنا نستنتج ان اكثر المواضيع متابعه من بين افراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي المواضيع الاجتماعية الانسانية وبدرجه اقل الرياضية والدينية والفنية واخيرا السياسي والاقتصادي وغير ذلك من المواضيع

## ثالثا- تحليل نتائج المحور الثالث: الموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

الجدول رقم 07 : يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخدام من قبل أفراد العينة

( إجابات متكررة )

ت	%	
89	23.2	الفايسبوك
77	20	استغرام
46	12	تيك توك
58	15.1	يوتيوب
21	5.5	تويتر
27	7	سناب شات
32	8.3	وتساب
34	09	تيلغرام
384	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان عدد الاجابات بلغ 384 اجابة وهذا راجع الى تكرار الخيارات من طرف افراد العينة حيث اننا قمنا باحتساب النسب المئوية من عدد الاجابات وليس من عدد افراد العين ومنه نلاحظ ان اعلى نسبة ب 23.2 بالمئة من عدد الاجابات يستخدمون موقع الفيسبوك بكثر في حين ان الاجابات التي اكدت استخدام الانستقرام كانت 77 اجابة بنسبة 20% في حين ان الاجابات التي يستخدم افرادها التيك توك كانت 46 اجابة بنسبة 12% اما افراد العينة الذين يستخدمون اليوتيوب كان عددهم 58 فردا من عدد الاجابات حيث بلغت نسبتهم 15.1%. في حين ان الاجابات التي اكدت ان افرادها يستخدمون تويتر كانت 21 اجابة بنسبة 5.5% في حين ان الاجابات التي اكدت ان افرادها يستخدمون سناب شات بلغت 27% في حين ان نسبة الاجابات التي اكدت ان مستخدميها يستخدمون الوتساب بلغت 32 فردا بنسبة 8.3% اما اجابات التي اكدت ان افرادها يستخدمون التليجرام بلغت 9%.

ويمكننا تفسير ذلك ان ان تعدد الاجابات اكد ان افراد العينة يستخدمون عدة مواقع لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا حسب حاجتهم الى ذلك الموقع وحسب استعمالهم له وحسب ميزات الموقع وما يوفرة من خدمات لهم واكثر المواقع استخداما هي موقع الفيسبوك وموقع الانستقرام وموقع التويتز والتيك توك وبنسبة اقل هناك من يستخدم سناب شات واتساب وغيرها من المواقع.

ومنه نستنتج ان افراد العينة يستخدمون اكثر من موقع لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا نظرا للتميز موقع اخر وتقديم الخدمات يحتاجها افراد العينة واكثر المواقع استخداما هي موقع الفاسبوك

الجدول رقم 08: يوضح مدى متابعة المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل وطبيعتها

المجموع	النصوص		الصور المكتوبة		الفيديوهات			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
49	49	37.5	03	62.5	05	47.5	40	كثيرا
48	48	62.5	05	25	02	50	42	أحيانا
03	03	00	00	12.5	01	02.5	02	نادرا
100	100	100	08	100	08	100	84	المجموع

من خلال جدول اعلان نلاحظ ان اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 49% يتابعون المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بكثرة وتليها نسبة 48% منهم 40 فردا بالنسبة 48% من العدد الافراد الذين يتابعون المنشورات الدينية عن طريق الفيديوهات ومنهم خمس افراد بالنسبة 62.5% من من يتابعون المنشورات الدينية عن طريق الصور المكتوبة والمنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم ثلاث افراد بنسبة 37.5 بالمئة ممن يتابعون المنشورات الدينية عن طريق النصوص عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتليها نسبة 48% من اجمالي افراد العينة احيانا ما يتابعون عن منشورات الدينية منهم 42 فردا بنسبة 50% ممن يتابع المنشورات الدينية عن طريق الفيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم خمس افراد بنسبة 62.5% ممن يتابعون المنشورات الدينية عبر الصور المكتوبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم فردان بنسبة 25% ممن يتابعون المنشورات الدينية عن طريق الصور المكتوبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حين ان نسبة 3% من اجمالي افراد العينة نادرا ما يتابعون المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي منهم فردان بنسبة 2.5% ممن يتابعون المنشورات الدينية عن طريق الفيديوهات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم فردا واحدا بنسبة 12.5% ممن يتابعون المنشورات الدينية عن طريق الصور المكتوبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومنه يمكننا تفسير ذلك على ان مواقع التواصل الاجتماعي تطرح المواضيع الدينية في عدة قوالب وعن طريق العديد من الوسائل منها عرض فيديوهات دينية وموعودية عرض

فيديوهات لائمة ودعاة من اجل الدعوة للدين الاسلامي وشرح الدين الاسلامي كما انها تنشر فيديوهات للقراء وفي بعض الاحيان يتم نشر صور مكتوبة عليها مواعد دينية ونصائح دينية ومقولات واحاديث وايات من القران الكريم كما انها تنشر نصوصا لنية متمثلة في الكتب الدينية والمجلات الدينية وغيرها وهذا ما جعل نسبة كبيرة من مستخدميها اي مواقع التواصل الاجتماعي يتابعون كثيرا الى احيانا المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لما لها من اثر في حياتهم الفكرية والدينية والمعرفية بقواعد الدين الاسلامي وغيرها من الإيجابيات.

ومنه نستنتج ان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا ما يتابعون المنشورات الدينية نظرا لكونهم مسلمون ومنهم ومنهم نسبة احيانا ما يشاهدون المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك حسب حاجتهم الى النصائح ومعرفة الدين حق المعرفة وهذا ما وجدوة في مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم المادة الدينية والفكرية عن طريق وسائل اتصالية حديثة تسهل على مستخدميها الاستفادة من المواضيع المطروحة ومن هذه الوسائل الفيديوهات والصور المكتوبة والنصوص

الجدول رقم 09: يمثل المواضيع الدينية التي يتابعها افراد العينة

النسبة %	التكرار	
25	25	تلاوات قرآنية
46	46	دروس فقهية
29	29	مواعظ ورقائق قرآنية
100	100	المجموع

من خلال جدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة ب 46% من اجمالي افراد العينة يتابعون الدروس الفقهية من المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتليها نسبة 29% من اجمالي افراد العينة يتابعون مواعظ ورقائق القران الكريم من المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حين ان نسبة 25% من اجمالي افراد العينات يتابعون تلاوات القران الكريم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ويمكننا تفسير ذلك ان مواقع التواصل الاجتماعي توفر العديد من المواضيع الدينية الاسلامية وهذا ما جعل مستخدميها يتابعون تلك المواضيع حسب حاجاتهم وحسب ميولهم ورغباتهم الذاتية فكثرهم يتابع الدروس الفقهية التي تعلم الدين الاسلامي ومنهم من يلجا الى متابعة قصص القران مواضيعة ورقائقة ومنهم من يستمتع ويحاول ان يتعرف على القران الكريم ويستمتع الية بصوت مجموعة من القراء التي توفرهم مواقع التواصل الاجتماعي. ومنه نستنتج ان المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي متعددة وتساعد على التعرف على الدين الاسلامي كما تساعد مستخدميها على اختيار حاجاتهم ومواضيعهم لاجل متابعتها في الدين الاسلامي واكثر المواضيع متابعه هي الدروس الفقهية وخصائص القران الكريم.

الجدول رقم 10: يوضح أسباب انجذاب افراد العينة للمنشورات الدينية اكثر

النسبة %	التكرار	
38	38	اهم الدعاة والائمة
44	44	طبيعة الموضوع المشارك
18	18	طريقة عرض المنشور
100	100	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 44% ينجذبون الى المنشورات الدينية حسب طبيعة الموضوع الديني المشارك وتليها نسبة 38% من اجمالي افراد العينة ينجذبون الى المنشورات الدينية التي ينشرها اهم الدعاة والائمة في حين ان نسبة 18% من اجمالي افراد العينة ينجذبون الى المنشورات حسب طريقة عرض المنشور.

ومنه يمكنني تفسير ذلك ان رغبات مستخدمي الفيسبوك وحاجاتهم تختلف في متابعتهم وانجذابهم للمواضيع الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الا ان اكثرهم ينجذبون الى الموضوع اكثر من شهرة الداعي او الامام او طريقة عرض المنشور. ومنه نستنتج ان المجتمع الاغواطي ينجذب الى المنشورات الدينية حسب طبيعة منشوراتها والمواضيع التي تعالجها وتطرحها هذه المواقع

الجدول رقم 11 : يوضح العلاقة نشر افراد العينة للمشورات الدينية والاشترك في صفحات الائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المجموع		لا		نعم		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
17	17	33.3	05	14	12	دائما
62	62	13.3	02	70.5	60	أحيانا
21	21	53.4	08	15.5	13	نادرا
100	100	100	15	100	85	المجموع

من خلال جدول الاعلى نلاحظ ان اعلى نسبة ب 62% من اجمالي افراد العينة احيانا ما ينشرون المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي منهم 60 فردا بنسبة 70.5% ممن يتابع صفحات الائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم فردان بنسبة 13.3% ممن لا يتابع صفحات الائمة والدعاة عبر مواقع التواصل الاجتماع وتليها نسبة 21% من اجمالي افراد العينة نادرا ما يقومون بنشر المواضيع الدينية والمنشورات الدينية عبر صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي منهم 13 فردا بنسبة 15.5% ممن يتابعون صفحات الائمة والدعاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم ثمان افراد بنسبة 53.4% ممن لا يتابعون صفحات الائمة والدعاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتليها نسبة 17% من اجمالي افراد العينة دائما ما ينشرون المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي او صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي منهم 12 فردا بنسبة 14% ممن يتابعون صفحات الائمة والدعاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنهم خمس افراد بنسبة 33.3 بالمئة ممن لا يتابعون صفحات الائمة والدعاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومنه يمكننا تفسير ذلك كون ان الائمة لهم صفحات عبر مواقع التواصل الاجتماعي ينشرون بها منشورات دينية تتمثل في تلاوات قرانية وقصص قرانية واسلامية وهذا ما يجعل نسبة كبيرة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتابعون تلك الصفحات الا انهم تختلف مشاركتهم ونشرهم للمنشورات الدينية فمنهم احيانا من ينشروا ومنهم من هم نادرا من

ينشرون ومنهم دائمو النشر وهذا يعود الى معتقدات وعقيدة متابع صفحات مواقع الاجتماعي الدينية للائمة والدعاة حيث ان المعظم يكتفي بالمتابعة والمشاهدة والاستفادة من هذه المنشورات.

ومن هنا نستنتج ان المجتمع الاغواطي احيانا ما يقوم بنشر المواضيع الدينية والمنشورات الدينية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الا ان نسبة كبيرة منة تتابع صفحات الائمة والدعاة ومنشوراتهم حول الدين الإسلام

الجدول رقم 12 : يوضح الطريقة واللكنة التي يفضلون افراد العينة معالجة المواضيع الدينية من قبل الداعية

المجموع		فيها الدعابة والمزاح		جادة وصارمة		
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
74	74	65.4	34	83.3	40	فيها مشاعر واحاسيس
26	26	34.61	18	16.7	08	فيها الدعابة والمزاح
100	100	100	52	100	48	المجموع

من خلال جدول الاعلان نلاحظ ان اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة 74% يفضلون طرح الائمة للمواضيع والمنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة ولكن بها المشاعر والاحاسيس منهم 40 فردا بنسبة 83.3% ممن يفضلون ان يعالج الدعابة والائمة المواضيع الدينية بطريقة جادة وصارمة ومنهم 34 فردا بنسبة 65.4% ممن يفضلون ان يعالج الامام او الداعية المواضيع الدينية بطريقة فيها الدعابة والمزاح اما نسبة 26% من اجمالي افراد العينة يرون او يفضلون متابعة المنشورات الدينية للائمة الذين يعرضون مواضيعهم بها الدعابة والمزاح منهم 18 فردا بنسبة 34.6% ممن يفضلون المواضيع التي يعالجونها الائمة بطريقة فيها الدعابة والمزاح ومنهم ثمان افراد بنسبة 16.7% ممن يفضلون المواضيع التي يعالجونها الائمة بطريقة فيها الجدية والصرام.

ويمكننا تفسير ذلك باختلاف افراد العينة في استيعاب وفهم الائمة والمواضيع الدينية وطريقة شرحها وتقديمها الا ان الائمة يراعون كل هذا ولهم في طرحهم لمواضيعهم ويكون لكنة وطريقة عرض الموضوع حسب الموضوع بحد ذاته فاذا كان الموضوع يستحق الجدية والصرامة فان معالجة تتم بجدية وصرامة وعرضة بمشاعر واحاسيس فمثلا القران الكريم لا يمكن تلاوته بمزاح ودعاب وانما يتم طرحه وعرضه بتلاوة عطرة فيها كل الخشوع والمشاعر والاحاسيس والتقرب من الله عز وجل وهناك بعض المواضيع التي تتحمل طرحها بروح دعابة والمزاح وهذا ما يجعل المواضيع تختلف وارااء افراد العينات تختلف.

ومنه نستنتج ان لكنة وطريقة المفضله لعرض المواضيع الدينية حسب افراد العينة هي طريقة فيها مشاعر واحاسيس وي تم معالجة مواضيعها بطريقة فيها الدعابة والمزاح لتجلب الناس اكثر لمتابعة والاستفادة من المواضيع الا ان بعض المواضيع لا تتحمل ذلك مثل القران الكريم والحديث النبوي الشريف.

الجدول رقم 13: الطريقة التي يتفاعل بها افراد العينة مع المنشورات الدينية عبر

مواقع التواصل الاجتماعي ( إجابات متكررة)

النسبة %	التكرار	
27.5	47	مشاركة المحتوى
25.2	43	التعليق على المحتوى
47.3	81	الاعجاب بالمحتوى
100	171	المجموع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة بـ 47.3% من الإجابات كانت ان تفاعل افراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالضغط على زر الاعجاب والاعجاب بالمحتوى الديني، اما نسبة 27.5% من الإجابات كانت ان تفاعل افراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمشاركة المحتوى، اما نسبة 25.2% من الإجابات كانت ان تفاعل افراد العينة مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالتعليق على المنشورالديني.

ويفسر ذلك بان التكرار في الإجابات راجع الى ان هناك مجموعة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتفاعلون مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالاعجاب بالمحتوى والتعليق عليه ومشاركته.

ومنه نستنتج ان التفاعل مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يختلف من مستخدم الى اخر حيث انه هناك من يعجب بالمنشور الديني ويعبق عليه ويشاركه وهناك من يكفي بواحدة منهم.

الجدول رقم 14: أسباب مشاركة الباحثين المنشورات المنشورات الدينية عبر

صفحاتهم في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة %	التكرار	
79	79	نشر الفضيلة والاخلاق الحميدة
06	06	ليتفاعل الأصدقاء مع منشوراتك
15	15	لمشاركة الاعجاب المنشورات مع الاصدقاء
100	100	المجموع

من خلال جدول الاعلان نلاحظ ان نسبة 79% من اجمالي افراد العينة يشاركون المنشورات الدينية عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي لنشر الفضيلة والاخلاق الحميدة، في حين ان نسبة 15% من اجمالي افراد العينة يشاركون المنشورات الدينية عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي لمشاركة الاعجاب المنشورات مع الأصدقاء، في حين ان نسبة 6% من اجمالي افراد العينة يشاركون المنشورات الدينية عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي ليتفاعل الاصدقاء معها.

ومنه يمكننا ان نفسر ذلك بان المبحوثين يشاركون المنشورات الدينية كل حسب رغباته ولكن اكثرهم يشاركون المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من اجل نشر الفضيله والاخلاق الحميده للدين الاسلامي والمشاركه في التعريف بالدين الاسلامي الحنيف كما ان البعض يشارك هذه المنشورات من اجل جذب المشاهدين جذب التفاعلات والمتابعات والاعجابات لتطوير صفحاتهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومنه نستنتج ان ان افراد العينة يشاركون المنشورات الدينية عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي من اجل عده نقاط اهمها نشر الفضيله والاخلاق الحميده للدين الاسلامي الحنيف.

الجدول رقم 15: يوضح رأي افراد العينة في كيفية حضور الائمة عبر مواقع

التواصل الاجتماعي.

النسبة %	التكرار	
92	92	دائم ومستمر
08	08	نادر وقليل
100	100	المجموع

من خلال جدول الاعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة من اجمالي افراد العينة بنسبة 92% يرون ان حضور الائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها في نشاطهم الدعوي دائم ومستمر وفي حين ان نسبة 8% من اجمالي افراد العينة يرون ان حضور الائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي نادر وقليل.

ومنه نفسر ذلك بان مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يرون ان حضور الائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي دائما مستمر من خلال منشوراتهم الدينيه عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي والتي ساهمت في نشر وتطوير وتكبير نشاطهم الدعوي ووصوله الى اكبر عدد من الجماهير.

ومنه نستنتج ان استخدام الائمة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشاطهم الدعوي دائم ومستمر لما وجدوه من وسائل تكنولوجيه حديثه عبر هذه المواقع ساهمت في تكبير نشاطهم الدعوي وايصاله الى اكبر قدر ممكن من المستخدمين.

الجدول رقم 16: يوضح رؤية افراد العينة حول تاثير النشاط الدعوي للائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ياسهم في التقليل من التفاعل مع المحتوى الهابط

النسبة %	التكرار	
78	78	يساعد كثيرا
21	21	يساعد نوعا ما
01	01	لا يساعد
100	100	المجموع

من خلال جدول اعلاه نلاحظ ان اعلى نسبة ب 78% من اجمالي افراد العينة يرون ان النشاط الدعوي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد كثيرا في التقليل من التفاعل مع المحتوى الهابط، اما نسبة 21% من اجمالي افراد العينة يرون ان النشاط الدعوي عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد نوعا ما في التقليل من التفاعل مع المحتوى الهابط، أما نسبة 1% من اجمالي افراد العينة يرون ان النشاط الدعوي عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا يساعد على التقليل من التفاعل مع المحتوى الهابط .

ويمكن ان نفسر ذلك كون ان النشاط الدعوي عبر المساجد يساعد كثيرا في التقليل من التفاعل مع المحتوى الهابط وذلك من خلال المحتوى الذي يعرضه والمبادئ التي يتعلمها منه المستخدم تساعده في فهم المحتويات وفهم المحتوى الهابط

ومن هنا نستنتج ان مجموعه من افراد العينة او اكثرهم يرون ان النشاط الدعوي للائمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد كثيرا في التقليل مع من التفاعل مع المحتوى الهابط الذي يشرح سلبياته ويقدم نصائح التخلي عنه

### ثالثا- النتائج العامة للدراسة

1. افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في كل وقت وذلك وقت فراقهم ووقت الحاجة الى ذلك

2. اجمالي ان مجموعة من افراد العينة يستخدمون موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك اكثر من ثلاث ساعات في اليوم

3. اكثر المواضيع متابعه من بين افراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي المواضيع الاجتماعية الانسانية وبدرجه اقل الرياضيه والدينيه والفنيه واخيرا السياسيه والاقتصاديه وغير ذلك من المواضيع
4. افراد العينة يستخدمون اكثر من موقع لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا نظرا للتميز موقع اخر وتقديم الخدمات يحتاجها افراد العينة واكثر المواقع استخداما هي موقع الفاسبوك
5. مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كثيرا ما يتابعون المنشورات الدينية نظرا لكونهم مسلمون ومنهم ومنه نسبة احيانا ما يشاهدون المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وذلك حسب حاجتهم الى النصائح ومعرفة الدين حق المعرفة وهذا ما وجدوة في مواقع التواصل الاجتماعي التي تقدم المادة الدينية والفكرية عن طريق وسائل اتصالية حديثة تسهل على مستخدميها الاستفادة من المواضيع المطروحة ومن هذه الوسائل الفيديوهات والصور المكتوبة والنصوص
6. المجتمع الاغواطي ينجذب الى المنشورات الدينية حسب طبيعة منشوراتها والمواضيع التي تعالجها وتطرحها هذه المواقع
7. المجتمع الاغواطي احيانا ما يقوم بنشر المواضيع الدينية والمنشورات الدينية عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي الا ان نسبة كبيرة منه تتابع صفحات الائمة والدعاة ومنشوراتهم حول الدين الإسلام
8. لكنة وطريقة المفضله لعرض المواضيع الدينية حسب افراد العينة هي طريقة فيها مشاعر واحاسيس وي تم معالجة مواضيعها بطريقة فيها الدعابة والمزاح لتجلب الناس اكثر لمتابعة والاستفادة من المواضيع الا ان بعض المواضيع لا تتحمل ذلك مثل القران الكريم والحديث النبوي الشريف.
9. التفاعل مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يختلف من مستخدم الى اخر حيث انه هناك من يعجب بالمنشور الديني ويعبق عليه ويشاركه وهناك من يكفي بواحدة منهم.

10. افراد العينة يشاركون المنشورات الدينية عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي من اجل عده نقاط اهمها نشر الفضيله والاخلاق الحميده للدين الاسلامي الحنيف.
11. استخدام الائمة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشاطهم الدعوي دائم ومستمر لما وجدوه من وسائل تكنولوجيه حديثه عبر هذه المواقع ساهمت في تكبير نشاطهم الدعوي وايصاله الى اكبر قدر ممكن من المستخدمين.
12. مجموعه من افراد العينة او اكثرهم يرون ان النشاط الدعوي لائمه عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد كثيرا في التقليل مع من التفاعل مع المحتوى الهابط الذي يشرح سلبياته ويقدم نصائح التخلي عنه.

الختامة

## خاتمة

### خاتمة:

من خلال دراستنا يمكننا القول ان الائمة والدعاة وجودو ظالتهم في مواقع التواصل الاجتماعي التي سهلت عليه الوصول الى اكبر عدد من الافراد في وقت واحد وعن طريق وسائل متعدد من الفيديوات والنصوص المكتوبة ، وهذا ماساعد مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعي الى التعرض للمنشورات الدينية ومن خلال دراستنا توصلنا الى النتائج التالية:

1. لكنة وطريقة المفضله لعرض المواضيع الدينية حسب افراد العينة هي طريقة فيها مشاعر واحاسيس وي تم معالجة مواضيعها بطريقة فيها الدعابة والمزاح لتجلب الناس اكثر لمتابعة والاستفادة من المواضيع الا ان بعض المواضيع لا تتحمل ذلك مثل القران الكريم والحديث النبوي الشريف.
2. التفاعل مع المنشورات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي يختلف من مستخدم الى اخر حيث انه هناك من يعجب بالمنشور الديني ويعبق عليه ويشاركه وهناك من يكفي بواحدة منهم.
3. افراد العينة يشاركون المنشورات الدينية عبر صفحاتهم بمواقع التواصل الاجتماعي من اجل عده نقاط اهمها نشر الفضيله والاخلاق الحميده للدين الاسلامي الحنيف.
4. استخدام الائمة لمواقع التواصل الاجتماعي في نشاطهم الدعوي دائم ومستمر لما وجدوه من وسائل تكنولوجيه حديثه عبر هذه المواقع ساهمت في تكبير نشاطهم الدعوي وايصاله الى اكبر قدر ممكن من المستخدمين.
5. مجموعه من افراد العينة او اكثرهم يرون ان النشاط الدعوي لائمه عبر مواقع التواصل الاجتماعي يساعد كثيرا في التقليل مع من التفاعل مع المحتوى الهابط الذي يشرح سلبياته ويقدم نصائح التخلي عنه.

قائمة المصادر

والمراجع

**قائمة المصادر والمراجع**

**أولاً- القرآن الكريم**

سورة الحجر الآية: 6.

سورة الشعراء الآية 214.

سورة المدثر الآيات: 1-5.

سورة النحل، آية: 125.

سورة يوسف، آية: 3

**ثانياً - المراجع باللغة العربية:**

1. إبراهيم الدعيلج، **مناهج و طرق البحث العلمي**، ط 1، دار صفاء للنشر، 2009.
2. إبراهيم بن عبد المحسن الفليج، "إلى إمام المسجد"، منتدى صيد الفوائد، موقع المسلم، تاريخ التصفح: 2023/05/12
3. أبو العباس أحمد بن عبد الحليم بن عبد السلام بن تيمية، **مجموع الفتاوى**، جمع وترتيب، عبد الرحمان بن محمد بن قاسم ط01، الرياض، السعودية، دار عالم الكتب، 1412هـ، ج15 .
4. أحمد أحمد غلوش؛ **الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها**. (ط:2؛ القاهرة- لبنان: دار الكتب الإسلامية» 1407هـ
5. أحمد الفيومي؛ **المصباح المنير» كتاب الدال» مادة (دعا)ء**، القاهرة مصر، 2016 .
6. احمد بن مرسلي : **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، 2007.
7. أحمد غلوش، **كتاب السيرة النبوية والدعوة في العهد المدني**.
8. أمين محمد سعيد الطاهر، **مراحل الدعوة ودورها في تحقيق مقاصد الشريعة**، الجزائر، صفر 1434 يناير 2013م.
9. بارة كنزة : **اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الكتابات الجدارية،دراسة ميدانية لعينة من الطلبة الجامعيين بجامعة الحاج لخضر باتنة،رسالة مكملة لنيل شهادة**

- الماجستير في علم النفس ، تخصص علم النفس الاجتماعي، جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية ، 2013-2014.
10. بن همام، أبو محمد عبد الملك بن مسلم، السيرة النبوية، مطبعة ليلبي السليبي، القاهرة، 1956م.
11. بو عمر سهيلة، الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكات التواصل الاجتماعي فيس بوك، مذكرة ماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس الاجتماعي قسم علوم اجتماعية كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2013-2014م.
12. بوقنون نهاد وآخرون، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمقومات السياحية الجزائرية، مذكرة ماستر، قسم علوم الاعلام والاتصال، تخصص علاقات عامة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر ، 2016-2017 43.
13. بومعالي نذير،"دور مؤسسة المسجد في محاربة الفساد الإداري والمالي في الجزائر"، شبكة الألوكة، [www.alukah.net](http://www.alukah.net)
14. جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمن محمد الدوسري الشبكات الاجتماعية والقيم رؤية تحليلية، دار المنهجية للنشر والتوزيع، عمان، (د.ت).
15. جمعة أمين عبد العزيز، الدعوة قواعد وأصول، دار الصديقية للنشر، حسين داي، ط2، 1989م .
16. خالد بن سليمان معتوق، اتجاهات قسم علم المعلومات بجامعة ام القرى لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية، مجلة أعلم، العدد 12، 2013م، جامعة ام القرى السعودية، 2013 م.
17. خالد جمال عبده ، الاعلام البديل على الأنترنت ، ط1 ، المكتب العربي للمعارف ، القاهرة ، 2016 .
18. خالد غسان يوسف المقدادي : ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية الاقتصادية-الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم ، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، 2013م.

19. خالد غسان يوسف المقداري ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1 ، دار النفائس ، 2013 .
20. خليل شقرة : الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 .
21. رجاء وحيد دويدري: البحث العلمي -اساسيات النظرية وممارساته، ط1، دار الفكر بدمشق ،سوريا، 2000 .
22. رسالة المسجد، مجلة تصدر عن وزارة الشؤون الدينية والأوقاف. السنة التاسعة، العدد الخامس « جمادى الأولىء ماي 2011».
23. سعد صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص رابطة العالم الإسلامي، جدة، 2011م.
24. سعود بن محمد البشيرء إمام المسجد ومقوماته العلمية والخلقية، ط 01 ، دار المحيس للنشر والتوزيع ، القاهرة مصر .
25. سعيد القحطاني، كتاب فقه الدعوة في صحيح الإمام البخاري، جزء 2.
26. الشامل موسوعة البحوث المواضيع المدرسية، التأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، متاح على الرابط <http://www.bohotti.blog3pot.com> بتاريخ : 15-02-2021م، سا: 12:11.
27. الشيخ محمد الغزالي، فقه السيرة، الغزلي، دار القلم، دمشق، 1418هـ/1965م .
28. صفاء زمان، الشبكات الاجتماعية، تعريفها وتأثيرها وأنواعها، متاح على الرابط <http://www.kse.org.kw> ، بتاريخ 10-02-2021 15:14.
29. عباس صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان، 2008م.
30. عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، فقه الدعوة إلى الله وفقه النصح والإرشاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، دار القلم، دمشق، ط1، 1996، ج1 .

31. عبد الله بن جار الله الجار الله ، رسالة إلى أئمة المساجد وخطباء الجوامع ، د.ط ، ب.س.د.ب.
32. عبد الله بن عمر بن سليمان الدميحيء الإمامة العظمى عند أهل السنة والجماعة. ط2، الرياض: دار طيبة، 8هـ .
33. عبودة عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار النمير دمشق ، سوريا ، 2002 .
34. عصام فريجات مقال الحقيقة الافتراضية، مراكز مصادر التعليم والمكتبات المدرسية، متاح على الرابط <http://www.informatics.gov> بتاريخ : 17-02-2021، سا: 12:01.
35. علاء الدين الزاكي، "وسائل الدعوة بين الأصالة والمعاصرة"، دراسات دعوية، العدد 16.
36. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014م.
37. علي محمد بن فتح محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الأخلاقية والقيمية الجامعة الإسلامية، (د.م.ن)، (د.ت).
38. فايز جمعة النجار وآخرون، اساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، ط 2، دار الحامد، الأردن، 2010.
39. فلاح عبد الله، غرابية عايش موسى، الإحصاء الرتبوي، ط1، دار المسرة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006 .
40. فوزي بن عليوي الجعيد، كيف تحققين أهدافك الدعوية من خلال النشاط ، بدون سنة ولا بلد
41. قبيلة أحمد راتب: قاموس المتقن المعجم العربي، دار الراتب الجامعية، لبنان، د.ط، د.س.ن.
42. ماجد عبد الفتاح الهلباوي ، موسوعة الأسس والقواعد الدولية ، ط1 ، مكتبة الوفاء القانونية ، القاهرة ، 2015 .

43. محجوب وجيه، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2005 .
44. محمد البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة (الطبعة الثالثة)، بيروت : مؤسسة الرسالة، .
45. محمد المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعية على الجمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الالكترونية، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال الأكاديمية العربية، الدنمارك ، 2011-2012م.
46. محمد بكر نوفل محمد ابو عواد، التفكير و البحث العلمي، ط 1، دار المسيرة، الأردن، 2010.
47. محمد سيد محمد، الاتصال الدولي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011م، ص117.
48. محمد صلاح مصطفى واخرون :خطوات البحث العلمي ومناهجه، د ط، المشروع العربي لصحة الأسرة، دم، 2010.
49. محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دائرة وائل للنشر، الاردن، 1999.
50. محمد معجم، الانترنت والتكنولوجيا تكشفان انعزال الشباب عالم افتراضي يتصل بالواقع وينفصل عنه، جريدة الشرق الأوسط، قطر، العدد 11704 ديسمبر 2010 الموافق ل 8 محرم 1432هـ.
51. مروان عبد المجيد ابراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ،ط1، عمان مؤسسة الورق ،الاردن ، 2000 .
52. مروى عصام، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
53. مريم نريمان ،نورمان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية، دراسة عينة من مستخدمي بوك في الجزائر، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011-2012م.

54. مشاركة نور الدين دور التسويق عبر الشبكات التواصل الاجتماعي في إدارة العلاقة مع الزبون دراسة حالة متعاملي قطاع الهاتف النقال بالجزائر - اوريدو ، موبيليس، وجازي، مذكرة ماستر، تخصص تسويق الخدمات قسم العلوم التجارية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر 2014-2015م.
55. مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ط1، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2019م.
56. مشتاق طلب فاضل، مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية، ط1، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، عمان، 2019م.
57. موسى جواد الموسوي وآخرون، الإعلام الجديد تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، ط1، مكتبة الإعلام المجتمع، (دم،ن)، 2011م.
58. ناصر بن عبد الكريم العقل. أثر العلماء في تحقيق رسالة المسجد ، وزارة الشؤون الدينية السعودية ، 2015 .
59. هند . بنت سليمان الخليفة وسلطانة بنت مساعد الفهد، المدونات العربية الحاسوبية، دراسة تحليلية، الرياض، المملكة العربية، (د.ت).
60. وائل خضر فضل الله، أثر الفيس بوك على المجتمع، ط1، المكتبة الوطنية للنشر، الخرطوم، 2011م.

الملاحق

جامعة عمارة ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الاعلام والاتصال



استبيان

## النشاط الدعوي للائمة المساجد عبر صفحات التواصل الاجتماعي واثاره على المستخدمين

دراسة على عينة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بولاية الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

تحت اشراف الاستاذ:

د/ مساعدي الحسين

إعداد الطالبة:

• لعطر الهاشمي عبد الصمد

• لعطر مربية أم السعد

السنة الجامعية 2023/2022

## محور البيانات الشخصية

- 1 الجنس ذكر  انثى ...
- 2 السن: اقل من 18 سنة . من 18 الى 28 . من 29 سنة الى 39 سنة .  
من 40 سنة الى 50 سنة  اكثر من 50 سنة
- 3 المستوى الدراسي:  
ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي

## محور عادات وانماط استخدامات مواقع التواصل

- 4 ما هو معدل الاستخدامات لمواقع التواصل الاجتماعي  
اقل من ساعة في اليوم  من 1 ساعة الى 03 ساعات  اكثر من 03 ساعات
- 5 ماهي الفترة التي تستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي (بشكل اكثر):  
الصباحية  الظهيرة  المسائية  الليلية   
ليس هناك فترة محددة
- 6 ماهي المواضيع التي ترغب في متابعتها اكثر بمواقع التواصل الاجتماعي:  
الرياضية  الاجتماعية ولإنسانية  السياسية  الفنية  الدينية
- 7 ماهي مواقع التواصل الاجتماعي التي بشكل اكثر (رتب هذه العبارات)  
فيس بوك  سناب شات  انستغرام  تيك نوك  يوتيوب  تويتر

## المحور الثالث: الموضوعات الدينية عبر مواقع التواصل الاجتماعي

- 8 هل تتابع المحتوى الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي  
كثيرا  احيانا  نادرا
- 9 هل تشارك المنشورات الدينية عبر صفحتك  
دائما  احيانا  نادرا
- 10 ماهي الموضوعات الدينية التي تتابعها بشكل اكثر

تلاوات قرآنية  دروس فقهي  مواعظ.

11 ما هو الشيء الذي يجذبك في المنشور الديني

الداعية او الامام  طبيعة موضوع الذي يتناوله المنشور

طريقة عرض المنشور  اخر تذكره.

12 هل لديكم اشتراك على صفحات الأئمة والرعاة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

نعم  لا

13 هل بإمكانك ان تذكر لنا بعض اسماء هؤلاء الدعاة ولأئمة:

.....

14 هل تشارك منشورات (دينية عبر صفحتك) هؤلاء الأئمة والدعاة عبر صفحتك

دائما  احيانا  نادرا ...

15 ما هو الشيء الذي يجذبك اكثر للدعاة اللذين تتابعهم عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

شخصية الداعية  الشهرة التي يحظى بها

طبيعة المواضيع التي يتناولها  طريقة عرضه للمواضيع

16 هل تفضل متابعة الدعاة الذين يقومون بمحتوى ديني

جادة وصارمة

فيما دعاية ومزاح

17 هل تفضل كتابة الدعاة الذين يقومون بمحتوى ديني

بطريقة فيها مشاعر واحاسيس

بطريقة فيها دعاية ومزاح

بطريقة جيدة وعلمية.

18 ماهي الطريقة التي تتفاعل بها مع منشورات الأئمة والدعاة الذي تتابعهم (رتب)

- مشاركة المحتوى

- الضغط على زر الاعجاب

- التعليق على المحتوى

19 لماذا تشارك المنشورات الدينية عبر صفحتك؟

لنشر الفضيلة والاخلاق الحميدة

ليتفاعل الاصدقاء مع منشورك

لمشاركة الاعجاب بالمنشور مع الأصدقاء

20 حسب رأيك هل ينبغي ان يكون حضور الأئمة والدعاة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي:

بشكل نادر وقليل

بشكل دائم ومستمر

21 هل ترى اي نشاط توعوي يساهم في التقليل من التفاعل مع المحتوى الهابط

سيساعد كثيرا  يساعد نوعا ما  لا يساعد