

استخدامات الدعاة للفايس بوك

-دراسة على عينة من أئمة ومرشحات مدينة قسنطينة-

د. وردة بوجلال

جامعة الأمير عبد القادر للوم الإسلامية

wardaboudjellal@yahoo.fr

مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية

تاريخ الوصول: 2018/03/15 القبول: 2019/01/02/ النشر على الخط: 2019/01/05

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

ملخص:

تشهد الجزائر في الآونة الأخيرة ظهور أنماط اتصالية فرضها التطور التكنولوجي الهائل لم تكن مطروحة من قبل مثلها مثل الدول العربية الأخرى، والتي أشهرها اليوتيوب والفايس بوك والتويتتر، ومما لا شك فيه أن عملية الدعوة الإسلامية وضرورة البلاغ أوجب على الدعاة استغلال جميع الوسائط المتاحة للوصول إلى جمهور واسع، ومن هنا جاءت هذه الدراسة للكشف عن استخدامات الدعاة لموقع الفيسبوك.

تصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، حيث استعملت الباحثة منهج المسح بالعينة، على مجموعة من الأئمة والمرشحات في مدينة قسنطينة، من خلال استمارة استبيان. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج الهامة عن استخدامات وإشباعات عينة الدراسة للفايسبوك.

الكلمات المفتاحية: استخدام-الدعاة- الفاييسوك- الأئمة- المرشحات الدينيات.

Uses of preachers for Facebook

Study on a sample of imams and religious guides of the city of Constantine

Abstract:

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

The researcher has used the method of samples survey, on a group of preachers and the women -advisers in the city of Constantine through unidentified questionnaire.

The study found a number of important results on the uses and expectations of the study sample for Facebook.

Keywords: use - preachers - Facebook - imams - religious guides.

مقدمة:

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

وكشفت معلومات على موقع " سوشيال باكرز " socialbakers المتخصص في متابعة شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم أن عدد مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر بلغ أربعة ملايين و23 ألف و940 مشترك ما يمثل 11.63 بالمائة من العدد الإجمالي للسكان المقدر: بحوالي 37 مليون نسمة، و90 بالمائة من الجزائريين المربوطين بالانترنت.

ووفق نفس الموقع فإن الجزائر احتلت حسب التصنيف المرتبة الرابعة عربيا بعد كل من مصر، السعودية والمغرب، والمرتبة 42 عالميا مع نهاية 2014 حيث تقدمت بأربعة مراتب مقارنة بالعام 2011 أين احتلت المرتبة 46 عالميا، ويشير التصنيف العمري لمستخدمي الفاييسبوك بالجزائر أن الشباب الذين

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

http://alma3raka.net حد 9 شباط (فبراير) 2014

تتراوح أعمارهم بين 18 و34 يمثلون نسبة 68 بالمائة أي ثلثي مستعملي هذه الشبكة بالجزائر، وتشير الإحصائيات أن نسبة القصر الذين تقل أعمارهم عن 18 سنة بلغت 19 بالمائة، وبالنسبة للتمثيل من حيث الجنس يمثل الرجال ثلثي المستخدمين ب. 68 بالمائة مقابل 32 بالمائة للنساء⁽¹⁾.

1-مشكلة الدراسة:

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

ولما كان موقع التواصل الاجتماعي والمعروف ب"الفيسبوك" قد استشرى استخدامه في المجتمعات كافة، وبين مختلف الطبقات والفئات التي تكون هذه المجتمعات، فإن مشكلة الدراسة تتحدد في الكشف عن استخدامات الدعاة لموقع الفيسبوك، مستهدفا عينة بذاتها تمثلت في أئمة ومرشحات مدينة قسنطينة، وخاصة وأن هذا الموقع أصبح يحتل الصدارة في الممارسة الدعوية، وكثير من الدعاة أنشؤوا حسابات يثون فيها آراءهم، ويعبرون فيها عن مواقفهم تجاه الأحداث والقضايا المختلفة، وقد أكد أحد التقارير أن الشيخ العريفي أكثر الشخصيات تداولاً على الفيسبوك لسنة 2011.

2-أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة في محاولة إثراء الدراسات والبحوث التي أجريت في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، التي تعد قليلة إلى حد ما- لاسيما في المجتمعات العربية- نظرا لحداثة هذه الشبكات

⁽¹⁾ موقع الشروق أون لاين الاثنين 22 جوان 2015 ميلادي الموافق لـ 05 رمضان 1436 هجري، وهذا الإحصاء وقت إجراء الدراسة أما الإحصاءات الحديثة 2017 فقد أظهرت أن 15 و20 مليون مستخدم نشط شهريا 65% رجال و 35 نساء، وأكثرهم من فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم بين 18 و 24 سنة، كما أكدت أن أغلب مرتادي هذه الشبكات هم عزاب غير متزوجين، كما أن أكبر نسبة من العاصمة ثم وهران فقسطنطينة. www.android-dz.com

وتنوعها، كما تنبع أهمية هذه الدراسة أيضا في تناولها بالدراسة والبحث لشريحة مهمة من شرائح المجتمع، وهي شريحة "الدعاة" والمتمثلين في الأئمة والمرشدين، وعينتها مدينة قسنطينة منار العلم ومنبت العلماء، وهي شريحة لا يمكن التغاضي عن دورها في المجتمع القسنطيني، وقد لاحظت الباحثة من خلال التواجد في لجنة الفتوى التابعة لمديرية الشؤون الدينية والكائن مقرها بالكتانية التواجد الكثيف للجمهور الذين تتعدى تساؤلهم الفتوى إلى المشاكل الاجتماعية فالنفسية وحتى الاقتصادية.

من هنا تأتي هذه الدراسة لتتناول بالبحث استخدامات هؤلاء الدعاة لموقع الفيسبوك وخاصة وأنه يحوي الشريحة الأهم من المدعوين ألا وهي فئة الشباب وما هي الدوافع من وراء هذا الاستخدام، حيث كشفت وزيرة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال السابقة زهرة دردوري أن نسبة مستخدمي الانترنت تضاعفت بشكل واضح خلال الـ 3 سنوات الأخيرة، فمن 6 بالمائة سنة 2010، صعدت إلى 24 بالمائة في 2013، ليصل عددهم الإجمالي إلى مليون و 700 ألف مستخدم، و 8 ملايين مستعمل لـ "3 جي"، وهو ما يتطلب اتخاذ كافة الإجراءات الاحترازية لحماية المعطيات الشخصية لمستخدمي الانترنت ومسح كامل المواقع غير اللائقة من صفحاته على اعتبار أن فئة الأطفال، المراهقين والشباب أكثر استخداما للشبكة العنكبوتية التي أضحت أمرا محتوما على مختلف الشرائح لاستخداماتها الملحة واليومية في مختلف المجالات. وأن أكثر من 7 ملايين جزائري يجوز على حساب شخصي في موقع التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، أغلبهم من فئة الأطفال والشباب.⁽¹⁾ وهذا الإحصاء خاص بوقت إجراء الدراسة أما إحصاء 2017 فقد كشف عن زيادة مهولة في نسبة المستخدمين وصلت لـ 15 و 20 مليون مستخدم نشط شهريا أغلبهم من الشباب.⁽²⁾

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

<http://www.echoroukonline.com>

⁽²⁾ أنظر الصفحات السابقة.

3- أهداف الدراسة:

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

4- تساؤلات الدراسة:

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

5- مفاهيم الدراسة:

أ- الاستخدام:

ويعني أن الأفراد يميلون لاستخدام وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم وتحقيق أهدافهم وقد طور ألكيس ثان "Alex tan" قائمة أكثر عمومية وشمولية لحاجات الإنسان بالنسبة للرسائل الإعلامية⁽¹⁾ وهي:

(1) محمد الموسوي، النظرية الإعلامية، جامعة البحرين، كلية التربية، 2004، ص3. نقلا عن د. /أسامة غازي

المدني، استخدامات الشباب السعودي الجامعي للمضمون السياسي للمدونات الالكترونية والاشباعات المتحققة منها، مجلة كلية

الآداب بجامعة حلوان، ع 26، يونيو 2009، ص614 www.pdfactory.com

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

6-نوعية الدراسة ومنهجها:

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

(1) (لسان العرب:2/1386).

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

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

تهدف الدراسات الوصفية إلى توضيح خصائص أي ظاهرة، أي حدث، أية وضعية أو جماعة⁽¹⁾. و قد لجأت الدراسة إلى اعتماد منهج المسح الاجتماعي على اعتباره محاولة لتقرير الوضع الراهن لموضوع ما، ووصفه وتحليله، بهدف الوصول إلى معلومات وافية ودقيقة⁽²⁾ وهو مناسب لموضوع بحثنا فهو يستهدف وصف وتحليل وتفسير ظاهرة الفاييس بوك، وأداته استمارة الاستبيان، وما دام منهج المسح قائما على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن وضمن ظروفها الطبيعية، فهو يعتبر أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية، وهدفه ميدانيا التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات والقيم والمفاهيم والدوافع والمعتقدات والتأثيرات المختلفة الخاصة بمجموع معين⁽³⁾.

أولا: الجانب النظري للدراسة:

1- الفاييس بوك:

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

⁽¹⁾أ. لارامي، ب. فالي، ترجمة مجموعة من الأساتذة، البحث في الاتصال، عناصر منهجية، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2004، ص 241.

⁽²⁾عمر حمد عبد الله الخرابشة، ص 77

⁽³⁾أنظر بتصرف: أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان مطبوعات الجامعة، ط2، الجزائر، 2005، ص 289-290.

أ-تعريف الشبكات الالكترونية:

الشبكات الاجتماعية هي عبارة عن مواقع الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل، وإجراء المحادثات الفورية، وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية، أنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوي الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية في العالم فيس بوك وتويتر وماي سبيس وغيرها⁽¹⁾. وعند الحديث عن الشبكات الاجتماعية على شبكة الانترنت، لا يمكننا إغفال موقعين من أكبر مواقع الشبكات الاجتماعية وأكثرها انتشارا وتوسعا، موقع "ماي سبيس" و"الفيس بوك".

د-مميزات الفيس بوك :

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

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

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

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

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

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، ومنبر لعرض الأفكار السياسية، وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك الصحف والتي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام، ليتعدى الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في عام 2013 قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلا أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض⁽¹⁾.

-مميزات الفيس بوك من ناحية تقنية:

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

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

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

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

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

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

⁽¹⁾المرجع نفسه،ص 36

الموقع وعرضها.

الحالة: التي تتيح للمستخدمين إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي. **التغذية الإخبارية:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

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

السوق: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية. إنشاء صفحة خاصة على الموقع: تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم Domain الخاص بها منتها بفييس بوك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع face book ads والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيسبوك، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته⁽¹⁾.

2-حاجة الدعاة لوسائل الاتصال الحديثة:

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

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

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

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

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

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

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

5- أهمية معرفة وإلمام بعلم العصر بشقيها: الإنساني من (علم نفس واجتماع واقتصاد وتاريخ وغيرها) والطبيعي من (طب وهندسة وإعلام وصيدلة وزراعة وغيرها)، حتى يمزج بينها وبين رؤية الإسلام للقضايا التي تثيرها⁽¹⁾.

3- أدوات ووسائل الدعوة:

الوسائل في اللغة هي جمع وسيلة، والوسيلة هي الوصلة، فهي ما يُتوصل به إلى الشيء ويُتقرب بها إليه

(1) د شعبان أبو اليزيد شمس، الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 16/ أكتوبر 2001م، ص53.

(1)، وهي بهذا المعنى لا تختلف عن الوصيلة، لكن يرى بعضهم أن الوصيلة أخص من الوصيلة من ناحية أن الوصيلة تكون برغبة بخلاف الوصيلة (2)، وهو معنى جيد ومهم لاسيما في وسائل الدعوة إلى الله، فالوصيلة النافعة -غالبًا- هي الوصيلة التي يستخدمها الداعي وعنده الرغبة الصادقة في هداية المدعو، وتأتي الوصيلة بمعنى السرقة (3)، والسرقة في مدلولها العام؛ أخذ بخفاء (4)، والوسائل الدعوية متى استخدمت بشكل أمثل كانت الاستجابة -غالبًا- حتمية من المدعو وإن كان معاندًا، حيث يأخذ الداعي بلب المدعو، والشواهد على ذلك في السيرة النبوية، وغيرها أكثر من أن تحصر. ومن خلال ما سبق يمكننا أن نعرف وسائل الدعوة بأنها: ما يستخدمه الداعي إلى الله -مما أحله الله- لتقريب الحق وإيصاله للمدعو لرغبة في هدايته وصلاحه (5)

ووسائل الدعوة المعاصرة عديدة ولا يتوقف حصرها في الصحيفة، والمجلة المتخصصة والكتاب المتداول والإذاعة المسموعة والشاشة المشاهدة في البيوت أو دور العرض العامة أو الرسائل الكتابية والمحادثات والمسرح والمهرجان،،، بل تعدتها لتشمل الإعلام التفاعلي أو ما يعرف بالاتصال التفاعلي وهو: الذي يتم فيه تبادل الأدوار الاتصالية . وهو يعني حالة المساواة بين المشاركين في الاتصال والتماثل في القوى الاتصالية أي انه يؤدي إلى الاتصال والاتفاق الجماعي من خلال التبادل الحر للآراء دون تدخل أو تأثير من مصادر وقوى خارجية أخرى . ويعني المشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش الحالية (Online) المباشرة والحية في حجرات

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

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

المصورة

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

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

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

المحادثة(Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الالكترونية الحالية online Email Sites (1)

ثانيا: الإطار التطبيقي للدراسة

1-أسلوب جمع البيانات:

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

2-مجتمع الدراسة وعينتها:

مجتمع الدراسة هو مجموع الأئمة والمرشادات على مستوى مدينة قسنطينة والبالغ عددهم (2): بالنسبة للأئمة الموظفين 144 إمام برتبة إمام أستاذ، المتطوعين: برتبة إمام مدرس 61 إمام، المتعاقدين: 37 إمام . إمام الصلوات الخمس 18 إمام، أما المرشادات: 19 موظفة، 9 مرشدة رئيسية، و10 عادية، أما المتطوعات: 21 والمتعاقبات 190، وهذه الأعداد تزيد وتنقص كما ذكرنا سابقا. و على هذا فالجموع الإجمالي للأئمة 242 إمام، والمرشادات 230 مرشدة.

أما عينة هذه الدراسة فكانت حوالي 30% من مجتمع البحث أي 150 استمارة وزعت بالتساوي على المرشادات والأئمة بالعينة العشوائية البسيطة، وذلك بحضور الباحثة لندوة الأئمة ليوم: 3 ديسمبر 2014، وندوة المرشادات ليوم: 4 ديسمبر 2014 والتوزيع على الحاضرين للندوة، وقد لاقت الباحثة عقبات كبيرة في توزيعها وذلك بعد طلب رخصة من دائرة المستخدمين لمديرية الشؤون الدينية وعدم

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

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

تعاون الكثير من الأئمة فيما يخص ملاءمة الاستمارة وعادت معظمها فارغة، ولكن استطاعت الباحثة بمعاونة بعض الأساتذة بملاءمة مجموعة الاستمارات، وبلغ إجمالي الاستمارات المسترجعة 84 استمارة موزعة بين المرشحات والأئمة.

جدول (1): عينة الدراسة

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

3-صدق الأداة:

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

للعلوم الإسلامية⁽¹⁾، وبعد إجراءات التحكيم استقرت الاستمارة على 10 أسئلة بالإضافة للأسئلة الخاصة بالبيانات الشخصية

4-ثبات أداة الدراسة:

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

5-الأساليب الإحصائية المستخدمة:

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

6-تحليل النتائج ومناقشتها:

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

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

يوضح الجدول رقم 2 أن النسبة الأكبر من المبحوثين 58,3% ليس لديهم حساب على الفيس بوك

⁽¹⁾هما الدكتور عيسى بوعافية، والدكتورة صليحة العابد

والنسبة الأقل فقط لديها حساب، وهذا يدل على أن الأئمة والمرشيدات مازالوا بعيدين عن التطورات التقنية الحاصلة .

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

قيمة كا ²	لا يستخدم		يستخدم		الاستخدام والمعامل الإحصائي السمات الديموغرافية	
	%	ك	%	ك		
048	28.6	14	77.1	27	ذكر	الجنس
	71.4	35	22.9	8	أنثى	
	58.3	49	41.6	35	المجموع	
7.14	46.9	23	42.9	15	35-23	
	34.7	17	31.4	11	45-35	
	18.4	9	25.7	9	45 فما فوق	
-	58,3 .	49	6.41 .	35	المجموع	التكوين العلمي
118.26	69.4	34	65.7	23	جامعي شرعي	
	10.2	5	17.1	6	علمي	
	6.1	3	2.9	1	شرعي غير جامعي	
	14.3	7	14.3	5	تكوين آخر	
-	3.58	49	6.41	35	المجموع	

ويتضح من الجدول رقم (3) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (بين الجنس والسن)، وبين استخدام الفيسبوك، حيث لم تكن قيمة (ك) 0.048 دالة إحصائية عند مستوى معنوي $a=0.027$ ،

بينما كان هناك دلالة إحصائية في المستوى التعليمي بين استخدام الفيسبوك حيث كانت قيمة (ك) 118.26، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية $a=0.00$. من هنا فقد ثبت عدم صحة الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموغرافية للمبحوثين والاستخدام إلا فيما يخص التكوين التعليمي.

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

التكرارات والنسب		الأسباب
ك	%	
0	-	لم أسمع بهذا الموقع من قبل
6	1.7	لاعتقادي أن هذا الموقع يحتوي على أمور لا أخلاقية
6	1.7	استخدام الفيسبوك مضيعة للوقت
27	32,1	ليس لدي الوقت الكافي
17	2.20	لأسباب تقنية (لا أعرف كيفية الدخول إليه)
8	5.9	توافر وسائل أخرى بديلة
64	100	المجموع

*يمكن اختيار أكثر من إجابة.

تشير بيانات الجدول رقم (4) إلى أن ليس لدى الوقت الكافي جاء في المرتبة الأولى، وبما نسبته (32.1%) من إجابات المبحوثين وجاء السبب لأسباب تقنية في المرتبة الثانية، وبما نسبته (2.20%) أما السبب القائل بتوافر وسائل بديلة فقد جاء في المرتبة الثالثة وبما نسبته (5.9%)، وسبب أنه يحتوي على أمور لا أخلاقية، وأنه مضيعة للوقت فقد جاء في المرتبة الرابعة بنسبة قدرت (7,1%)، ولم يوجد من المبحوثين من لم يسمع بهذا الموقع.

من النتائج يتبين أن "عدم توافر الوقت الكافي" و "لأسباب تقنية" هما السببان الرئيسيان لعدم استخدام

المبحوثين للفايسبوك، وهو ما يطرح التساؤل لماذا وكيف لدعاة يمارسون الاتصال الدائم مع الجمهور لا يستطيعون التعامل مع التقنيات الجديدة بكفاءة.

جدول (5) يوضح المكان الذي يستخدم فيه المبحوثون موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
ك	%	
30	35.7	المنزل
6	7.1	قاعات الانترنت
5	6	مكان العمل
12	14.3	من خلال التلفون المحمول
3	3.6	أخرى
56	100	المجموع

تحتمل الإجابة عدة تكرارات

تشير بيانات الجدول رقم (5) إلى أن "المنزل جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (35,7%) وجاء "التلفون المحمول" في المرتبة الثانية، وبما نسبته (14,3%)، أما قاعات الانترنت في المرتبة الثالثة وبما نسبته (7.1%). أما المرتبة الرابعة فكانت "مكان العمل" وبما نسبته (6%) من الإجابات.

يتضح لنا أن المنزل والهاتف المحمول، هما المكانان اللذان يستخدمهما المبحوثون في الاتصال بموقع الفيسبوك، وبما نسبته (8.49%) من مجموع الإجابات، وسبب ذلك يرجع إلى كون الدعاة (الأئمة والمرشادات) عملهم غالبا هو التواصل مع الناس سواء الاتصال الشخصي بالعمل في لجنة الفتوى أو

الجماهيري عن طريق الخطب والمحاضرات، وكذلك عدم توفر انترنت في مكان العمل وهذا وقفت عليه شخصيا مع أنه من الضروري أن يكون للجنة الفتوى مثلا صفحة على الفايس بوك، وتوفير الانترنت في المساجد لنقل الصلاة .

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

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

أما عن أفضل الأوقات التي تتعامل فيها أفراد العينة مع موقع الفيسبوك، تشير بيانات الجدول رقم (6) أن الفترة المسائية جاءت في المرتبة الأول وبما نسبته (32،1%)، تلتها الفترة الصباحية في المرتبة الثانية وبما نسبته (9.5%)، وجاء خيار لا يوجد وقت محدد وفترة الظهرية في المرتبة الثالثة بنسب متقاربة" وبما نسبته (6%) لا يوجد وقت محدد (4,8%) لفترة الظهرية وبالنظر إلى هذه النتائج نلاحظ أن معظم المبحوثين يستعملون موقع الفايس بوك في الفترة المسائية بنسبة (32,1%)، وهذا دل على أن المبحوثين يستغلون فرصة الانتهاء من العمل للدخول للفيسبوك، وخاصة وأن إجاباتهم عن مكان استعمال الفايس كانت في المنزل ووقت تواجد الدعاء غالبا في المنزل يكون في المساء وهي أفضل فرصة للتواصل مع المدعوين.

جدول (7): يوضح معدل الساعات التي يقضيها المبحوثون مع موقع الفيسبوك يوميا

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

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

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

جدول (8): نوعية المقاطع التي يفضلها المبحوثون على موقع الفيسبوك

التكرارات والنسب		البدائل
%	ك	
32,1	27	مقاطع إخبارية
8,5	8	مقاطع الفيديوهاات الشخصية
3,1	3	مقاطع رياضية
16,7	14	مقاطع سياسية
35,7	30	مقاطع دينية
9,5	8	مقاطع فكاهية وترفيهية

المجموع	90	100
---------	----	-----

وبالنسبة لنوعية المقاطع التي يفضلها أفراد العينة على موقع الفيسبوك، يشير الجدول (8) إلى أن المقاطع الدينية، والإخبارية احتلت الصدارة بنسب متقاربة جاءت في المرتبة الأولى الدينية بنسبة (35,7%) وفي المرتبة الثانية الإخبارية بنسبة (32.1%) من مجموع الإجابات، ثم جاءت في المرتبة الثالثة المقاطع السياسية، وبما نسبته (16.7%)، وجاءت مقاطع الفيديوها الشخصية، والفكاهية في المرتبة الرابعة وبما نسبته (9,5%)، أما المقاطع الرياضية، فاحتلت المرتبة الأخيرة بنسبة (1.3%).

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

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

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

تشير بيانات الجدول رقم (9) والمتعلقة بالكيفية التي يتفاعل بها المبحوثين في الفيس بوك إلى أن "الكتابة" (writing in a friend's Wall) جاءت في المرتبة الأولى، وبما نسبته (36,9%)، في حين

جاءت "المناقشات الجماعية" (online chatting) في المرتبة الثانية، وبما نسبته (15,5%) وجاء التعليق على مشاركات الآخرين في المرتبة الثالثة وبما نسبته (9.11%) وجاء تبادل الصور في المرتبة الرابعة، وبما نسبته (5.8%) وجاءت المحادثات بالصوت والصورة في المرتبة الخامسة، وبما نسبته (6%)، من إجابات المبحوثين

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

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

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

*يمكن اختيار أكثر من بديل.

تشير بيانات الجدول رقم (10) إلى أن الكتب العلمية جاء في المرتبة الأولى وبما نسبته (23.8%) من إجابات المبحوثين، ثم جاءت مقاطع لمحاضرات بنسبة (20,2%)، مواعظ (19%)، مناقشة المدعويين

بنسبة (17.9%)، المواقف والآراء الفقهية بنسبة (15.5%)، والتذكير ببعض الأمور الشرعية بنسبة (11.9%)، أما الإعلان عن المحاضرات فاحتل المرتبة السابعة بنسبة (7.1%) وبعدها الحكم والأمثال بنسبة (3.6%).

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

جدول (11): يوضح دوافع استخدام الباحثين لموقع الفيسبوك

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

20,2	17	لأنشر أفكاره ومواقفه تجاه الأحداث والمواضيع المختلفة
100	155	المجموع

*يمكن اختيار أكثر من بديل.

وحول دوافع استخدام موقع الفيسبوك لدى المبحوثات، تشير بيانات الجدول (11) أن دافع "زيادة المعرفة والاطلاع على الأحداث والتطورات المحلية والدولية" جاء في المرتبة الأولى، وبما نسبته (35,7%) من إجابات المبحوثين الذين يستخدمون موقع الفيسبوك، في حين جاء دافع "لأنشر أفكاره ومواقفه تجاه الأحداث والقضايا المختلفة" في المرتبة الثانية، وبما نسبته (20,2%)، وجاء دافع الإعلان عن فعاليات ومحاضرات في المرتبة الثالثة وبما نسبته (17,9%)، وجاء دافع "البحث عن قواعد للمناقشة" في المرتبة الرابعة وبما نسبته (16,7%) وجاء دافع "تقوية العلاقة مع الأصدقاء والرغبة في البقاء على اتصال مع الأصدقاء القدامى" في المرتبة الخامسة، وبما نسبته (15,5%) وجاء دافع "البحث عن صداقات لغرض الدعوة" في المرتبة السادسة، وبما نسبته (13,1%) وجاء دافع "الوصول للمواد غير المتاحة" في المرتبة السابعة، وبما نسبته (11,9%).

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

إذا نظرنا إلى النتائج يتبين أن دوافع "زيادة المعرفة والاطلاع، لنشر أفكاره ومواقفه، والإعلان عن الفعاليات والمحاضرات والبحث عن قواعد للحوار والمناقشة" شكلت الدوافع الملحة لدى المبحوثين، وبما مجموعه (8.72%) من الإجابات. وهي دوافع منفعية بالدرجة الأولى، أما الدوافع الطقوسية فجاءت في المرتبة الثانية وبما نسبته (5.40%) وهو ما يدل أن هذه الفئة تقدم الدوافع المنفعية على غيرها وهذه النتيجة تخالف ما توصلت إليه دراسة مريم ناريمارنومار: استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية-دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر-والتي أفادت بأن الدوافع تمثلت في الحفاظ على روابط الصداقة، ثم التثقيف، كذلك الدراسات العربية السالفة

الذكر التي دلت على أن معظم الشباب يستخدمون الفايس بوك بدافع البحث عن الأصدقاء والتسلية وما إلى ذلك، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أنه هناك فئات تستخدم الفايس بوك لأغراض علمية ومعرفية وهو ما يدفعنا للقول أن أفراد العينة من النوعية الجادة وذلك كونهم من قادة الرأي في المجتمع.

جدول رقم (12) يوضح سلبيات موقع التواصل الاجتماعي الفايس بوك

البدائل	ك	%
يشغل عن الصلاة وأداء الفرائض	15	17,9
التحدث عن الآخرين دون علمهم	13	15,5
تبادل صور ومواقع غير لائقة	20	23,8
عدم التأكد من صحة المعلومة	20	23,8
التقليل من العلاقات داخل الأسرة	19	22,6
تدني المستوى الدراسي	13	15,5
عدم استثمار وقت الفراغ	16	19
المجموع	116	100

تظهر بيانات الجدول رقم (12) أن تبادل صور ومواقع غير لائقة وعدم التأكد من صحة المعلومة جاء على رأس تفضيل الباحثين لسلبيات الفايس بوك بنسبة (23,8%)، وباقي التفضيلات جاءت على التوالي: التقليل من العلاقات داخل الأسرة (22,6%)، عدم استثمار وقت الفراغ (19%)، يشغلن الصلاة (17,9%)، تدني المستوى الدراسي والحديث عن الآخرين دون علمهم (15,5%).

من النتائج السابقة يظهر أن الباحثين يعتبرون أن الفايس بوك فيه سلبيات كثيرة وهذا ما يفسر عزوف الكثير من الأئمة والمرشحات أفراد العينة عن استخدامه والذين يستعملونه لا يستثمرونه بالشكل الكافي.

ضرورة توعية هذه الفئة بأهمية الفايس بوك

7- أهم النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها:

- أن ما نسبته (41.6%) فقط من عينة الدراسة يوجد لهم حساب شخصي على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، أما الذين ليس لديهم موقع على الفيسبوك، فمرده إلى عدم توافر الوقت الكافي، بالإضافة للأسباب التقنية.

- أن المنزل والهاتف المحمول هما من أكثر الأماكن التي يستخدم فيها الباحثون هذا الموقع، كما أن نصف الذين يستخدمون الفيس بوك وبما نسبته (32.1%) يفضلون الفترة المسائية بالدرجة الأولى، والفترة الصباحية بالدرجة الثانية، أما بخصوص عدد الساعات التي يقضيها الباحثون مع موقع الفيسبوك، فتبين أنه أقل من ساعة ونصف يومياً، وهو معدل استخدام منخفض.

- كانت المقاطع الدينية والمقاطع الإخبارية الهامة والنادرة هي الأكثر تفضيلاً وبما مجموعه (8.67%) من مجموع الإجابات، وأن الكتابة على الحائط والمناقشات الجماعية تعدّ أفضل الطرق في تواصل الباحثين مع الآخرين على موقع الفيسبوك.

- أن دوافع زيادة المعرفة، والاطلاع على أحدث التطورات المحلية والدولية والبحث عن الكتب العلمية، ونشر الأفكار والمواقف، تعدّ من الدوافع الرئيسية التي دفعت الباحثين لاستخدام الفيسبوك.

- أن الباحثين يرون أن للفيس بوك سلبيات كثيرة أهمها : التقليل من العلاقات داخل الأسرة، الشغل عن الصلاة والالتزامات الدينية والاجتماعية المختلفة وغيرها وهذا ما يفسر عزوف الكثير من الأئمة والمرشيدات أفراد العينة عن استخدامه والذين يستعملونه لا يستثمرونه بالشكل الكافي

التوصيات

لقد خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات والتي تراها الباحثة مهمة:

1 أنه من الضروري أن يكون للجنة الفتوى مثلاً صفحة على الفيس بوك، وتوفير الانترنت في

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

مراجع الدراسة:

1. أبي الفضل جمال الدين بن محمد بن منظور الافريقي، لسان العرب، كتاب الكتروني

⁽¹⁾ من الجدير بالذكر أن بعض المساجد لديها الانترنت مثل المساجد الرئيسية على غرار مسجد الأمير عبد القادر، وما تناقلته وسائل التواصل الاجتماعي مؤخرا بشكل استهزائي عن تحول المساجد إلى مقاهي إنترنت، لا أراه إلا عقلية ضيقة الأفق لا ترى في المساجد سوى أماكن للعبادة مع أن المساجد في العهد الإسلامي الأول كانت مؤسسات قائمة بذاتها ثقافية وتعليمية ...

2. أ. لارامي، ب. فالي، ترجمة مجموعة من الأساتذة، البحث في الاتصال، عناصر منهجية، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2004
3. أحمد بن مرسللي، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ديوان لمطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005.
4. حسنين شفيق، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، ط12، 2010.
5. حسن عماد مكاوي: نظريات الإعلام، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، جمهورية مصر العربية، القاهرة، 2009.
6. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد:الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998
7. خالد غسان يوسف المقدامي، ثورة الشبكات الاجتماعية/ دار النفائس، ط1، عمان، الأردن، 2013
8. الراغب الأصفهاني، معجم مفردات ألفاظ القرآن: 560-561. دار القلم، الدار الشامية كتاب إلكتروني المكتبة الوقفية المصورة
9. عمر محمد عبد الله الخرابشة، أساليب البحث العلمي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، المملكة الأردنية، 2012، ص76-77.
- 10- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، المطبعة العلمية، ط1، دمشق، 2002.
- 11 محمد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، دار الفجر، القاهرة، 2004.
- 12- محمد الأمين الجكني الشنقيطي، أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن: 86/2. مجمع الفقه الإسلامي بجددة، كتاب الكتروني
- 13 محمد الفيروزآبادي، القاموس المحيط، تحقيق محمد نعيم العرقسوسي، مؤسسة الرسالة، 2005، الطبعة 8، ص 1379

الرسائل الجامعية:

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

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

المقالات العلمية:

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

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

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

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

20- د. حسين أبو شنب الإعلام التفاعلي، **Interactive Media**

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

الملاحق:

استمارة بحث ميداني

هذه الاستمارة خاصة ببحث علمي ميداني عن استخدامات الدعاة في قسنطينة لوسائل التواصل الاجتماعي يرجى منكم الإجابة عن أسئلتها دون ذكر الاسم، مع العلم أن بياناتها تستغل في المجال العلمي لا غير.
ملاحظة: وضع علامة (x) في مكان الإجابة المناسبة.

<p>6- ماهي ساعات قضائك أمام الفايسبوك؟</p> <p>أقل من ساعة ونصف من ساعة ونصف أقل من ثلاثة ساعات أكثر من ثلاث ساعات</p> <p>7- ماهي نوعية المقاطع التي تهتمك على الفايسبوك:</p> <p>إخبارية مقاطع الفيديوهات الشخصية مقاطع رياضية مقاطع سياسية مقاطع دينية مقاطع فكاهية</p> <p>8- كيف تتواصل مع الآخرين على الفايسبوك؟</p> <p>عن طريق تبادل الصور الكتابة الدرشة مناقشات جماعية محادثات بالصور والصوت روابط دوافع الاستخدام:</p> <p>8- ماهي دوافع استخدامك للفيسبوك؟</p> <p>-زيادة المعرفة والاطلاع على الأحداث والتطورات</p>	<p>*البيانات الشخصية:</p> <p>-الجنس: ذكر أنثى -المدينة: قسنطينة مدنية أخرى -الحالة الوظيفية: موظف(ة) متطوع(ة) -السن: 23- 35 35- 45 45 فما فوق المستوى العلمي (شرعي، علمي) خريج (ة)الجامعة الإسلامية مدرسة تخريج الأئمة تخصص آخر -التكوين العلمي: تكوين شرعي جامعي: شرعي غير جامعي: تكوين علمي آخر: -الاستخدامات: 1-هل لديك حساب على الفايسبوك؟ نعم لا 2-إذا كانت الإجابة ب لا:</p>
---	---

<p>-الفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد -الوصول للمواد غير المتاحة ومشاهدتها -البحث عن قواعد للحوار والمناقشة -الإعلان عن فعاليات ومحاضرات -لغايات علمية وإعلانية -للبحث ومعرفة الأصدقاء القدامى -تحقيق مكانة في المجتمع -لعمل صداقات بغرض الدعوى والتواصل معهم -الاستمتاع والتسليّة -تقوية العلاقات مع الأصدقاء -التواصل مع جمهوري والإجابة على تساؤلاتهم -الهروب من الضغوط اليومية -أنشر أفكارى ومواقفي تجاه الأحداث والمواضيع المختلفة</p>	<p>-ماهي الأسباب التي تحول دون الاستخدام: لم أسمع به من قبل أعتقد أنه يجوي أموراً لا أخلاقية استخدام القاييبوك مضبعة للوقت ليس لدي الوقت الكافي لأسباب تقنية (لا أعرف كيفية الدخول إليه) توفر وسائل أخرى بديلة مثل:..... 2-إذا كانت إجابتك بنعم: *ماهو المكان الذي يستخدم فيه الفاييبوك المنزل قاعات الانترنت مكان العمل من خلال التلفون النقال أخرى</p>
<p>9-* في رأيك ماهي سلبيات الفيبيبوك؟ -يشغل عن الصلاة وآداء الفرائض -التحدث عن الآخرين دون علمهم -تبادل صور ومواقع غير لائقة -عدم التأكد من صحة المعلومة -التقليل من العلاقات داخل الأسرة -تدني المستوى الدراسي -عدم استثمار وقت الفراغ</p>	<p>3-ماهي أوقات تعاملك مع الفاييبوك: الفترة الصباحية فترة الظهرية الفترة المسائية 4-ما هو نوع مشاركاتك على الفاييبوك: -مواعظ -حكم وأمثال -مقاطع لمحاضرات</p>
<p>10-ما هي اقتراحاتك لاستخدام الفاييبوك في مجال الدعوة والحاجة لتدريب الدعاة على حسن استغلاله؟</p>	<p>-إعلان عن محاضراتك -مناقشة المدعويين في مسائل الدعوة المختلفة -البحث عن كتب علمية</p>

	<p>-مواقفك وآرائك الفقهية والدعوية *التذكير بالصلاة وصيام رمضان والاثنين والخميس وغيرها لا يوجد وقت محدد</p>
--	--