

اتجاهات الجمهور العربي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم وعلومه

دراسة في إطار نظرية المجال العام على عينة من مستخدمي الفيسبوك

د. وفاء عبد الخالق ثروت*

مقدمة: تعد شبكات التواصل الاجتماعي منصات متميزة للتعريف بالدين الإسلامي الصحيح وتعاليمه وعلومه، وataحت لكل انسان الفرصة كي يستزيد من الثقافة الدينية، وأن يعبر عن آرائه ومعتقداته واتجاهاته نحو القضايا الدينية المختلفة بإنشاء حساب خاص به وربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين، فهناك الكثير من المستخدمين الذين يوظفون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر وغيرهما في نشر المضمون الديني باستخدام الوسائط المتعددة، وفق منظومة إعلامية أكثر تفاعلية.

وأصبح الفيسبوك من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي تفضيلاً وانتشاراً على مستوى العالم، ومن خلاله يمكن التواصل مع أي إنسان في أي مكان، وهو إذا احسن استخدامه وفعلت آلياته يمكن توظيفه لخدمة الدين والتمسك بتعاليمه، فهو ظاهرة إعلامية بارزة تستقطب عدداً كبيراً من فئات المجتمع باعتبارهم بما يملكونه من طاقة وقابلية للتغيير الأكثر تأثيراً على المجتمعات، وبالرغم من إيجابيات الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، إلا ان هناك تأثيراً سلبياً من الممكن أن ينتج عن الاستخدام غير الراشد لتلك الشبكات، التي قد تؤثر سلباً على أخلاقيات المسلم وسلوكه وقيمه، فهي في كثير من الاحيان سلاح ذو حدين، إما يوظف في الاتجاه الصحيح عند نشر علوم القرآن والفضيلة والقيم والأخلاق للوصول إلى أهم فرص استفادة المادة الدينية من وسائل الإعلام الجديد، أو إنه قد يحمل جانباً خبيثاً ربما يفوق بخبثه حسناته.

ونظراً لأهمية توظيف الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تناول علوم الدين وشرح وتفسير آيات القرآن الكريم، والأثر الذي يمكن أن تحدثه هذه المواقع على الجمهور، ونظراً لمكانة الفيسبوك وانتشاره في البيئة العربية، ودوره في نقل الأفكار والمعارف، وتحقيق التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى حداثة الموضوع وقلة الدراسات التي تناولت شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القرآن وعلومه فقد تشكل لدى الباحثة دافعاً قوياً لإجراء هذه الدراسة.

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب-جامعة المنيا.

مشكلة الدراسة: تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على اتجاهات عينة من الجمهور العربي من مستخدمي موقع الفيسبوك نحو كيفية التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة، بهدف نشر علوم القرآن وتنمية الأخلاقيات الإيمانية داخل العالم العربي وخارجه، خاصة مع تزايد المواقع والصفحات التي تولد الفتن وتسبب الفرقة بين الناس، مستغلة في ذلك نقص الثقافة الدينية لدى الكثيرين، وذلك في إطار نظرية المجال العام حيث الفضاء المشترك، الذي يلتقي فيه أفراد المجتمع عبر جملة من الوسائط، لمناقشة موضوعات ذات اهتمام مشترك، والتوصل من خلال ذلك إلى تشكيل تفكير عام في هذه الموضوعات والقضايا.

أهمية الدراسة: تكمن أهمية هذه الدراسة في تقديمها رؤية بحثية موضوعية جديدة، مستمدة من واقع علمي معني بكيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم وعلومه، واتجاهات الجمهور العربي نحو ذلك، في ظل تنامي تطبيقات الإعلام الجديد، وازدياد أعداد المستخدمين، بما يحمله هذا الاستخدام من إيجابيات وأحياناً أخرى يحمل سلبيات.

أ- الأهمية المعرفية للدراسة:

- تعد هذه الدراسة محاولة لرصد حجم الاستخدام الديني لشبكات التواصل الاجتماعي، والجوانب الايجابية والسلبية لهذا الاستخدام واتجاهات الجمهور نحوها.

- لقاء الضوء على المضامين الدينية المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك الذي استحوذ على عقول الكثير من المستخدمين، ومدى توافق أو تعارض هذه المضامين مع القيم والثقافة الدينية الحقيقية.

- أهمية القضية التي تتناولها الدراسة في ضوء نمو الاستخدام الديني لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوظيفها لنشر وتوجيه الأفكار، وأيضاً أهمية توظيفها لخدمة القرآن وعلومه.

ب- الأهمية التطبيقية للدراسة:

- رصد اتجاهات الجمهور العربي نحو سبل التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي وتحديد موقع الفيسبوك لخدمة رسالة القرآن الكريم وعلومه، لغرس القيم وتشكيل الثقافة المعرفية الدينية.

- أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كمجال عام يتيح لأفراد المجتمع النقاش الجماعي الحر، غير المقيد، وتكوين آراء فيما يتعلق بالموضوعات المشتركة بينهم، ولعل القرآن الكريم وعلومه من الموضوعات البارزة على ساحات النقاش، حيث أصبح المتلقي هو القائم بالاتصال، فضلاً عن التزايد المطرد لحجم الاستخدام الديني لشبكات التواصل الاجتماعي.

أهداف الدراسة: تسعى الدراسة للتعرف على اتجاهات الجمهور العربي المستخدم للفيسبوك نحو كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم وعلومه، في هذا المجال العام الافتراضي الذي يمكن أي فرد أن يطرح ما يشاء، ويعبر عما يريد دون قيود، وتستهدف الدراسة تحقيق ما يلي:

- 1- رصد اتجاهات الجمهور العربي نحو توظيف موقع الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن وعلومه.
- 2- التعرف على كيفية توظيف التطبيقات الإعلامية لشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة والثقافة الدينية.
- 3- الوقوف على إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي في تناولها للموضوعات الدينية.
- 4- التوصل إلى تأثير كثافة استخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي (الفيسبوك تحديداً) على طبيعة الاتجاهات التي تم تكوينها عن كيفية توظيف هذه الشبكات في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة.

الدراسات السابقة: تعددت الدراسات السابقة حول شبكات التواصل الاجتماعي وعلوم الدين، وتتنوع ما بين دراسات تناولت إيجابيات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة علوم الدين، ودراسات ركزت على الاستخدام السلبي لشبكات التواصل الاجتماعي، وسيتم سرد نتائج هذه الدراسات في إطار محاور أفقية بأسلوب مقالي بدلاً من سرد كل دراسة على حدة:

- ارتفاع نسبة المستخدمين الذين يتفاعلون يومياً مع المحتويات الدينية على موقع الفيسبوك سواء من خلال ادراجات ونشر المواد الإعلامية الدينية أو عبر تتبعها، وكانت الإناث أكثر استخداماً له من الذكور⁽¹⁾، ويقوم الغالبية العظمى من مستخدمي الفيسبوك باستخدامه بشكل يومي بمعدل (30) دقيقة في الجلسة الواحدة، وذلك بهدف التواصل والمعرفة كأهم فوائد وسائل التواصل الاجتماعي⁽²⁾.

- الاستفادة من شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الفكر الإسلامي، يكون من خلال الابتعاد عن الخلافات المذهبية، فتح قنوات حوار مع الآخر، نشر البحث العلمي⁽³⁾ حيث وفرت شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدم العادي القدرة على التلاقي مع شريحة واسعة من رجال الدين في أي مكان في العالم، وسمحت له بانتقاء الفتوى التي يريد أو اختيار رجل الدين الذي يفضل الالتزام برأيه، كما فرضت على رجال الدين تغيير أسلوبهم حتى يستطيعوا أن يجذبوا عشرات الآلاف من المستخدمين⁽⁴⁾.

- تتعدد الموضوعات الدينية التي يهتم بها الجمهور أثناء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها العبادات ثم القرآن الكريم⁽⁵⁾، حيث تعد شبكات التواصل

الاجتماعي وسيلة فعالة في التعريف بالأديان، ونشر تعليمها(6)، كما أنه من أهم الآثار الايجابية لها أن تعلم أمور جديدة من خلال هذه الشبكات، وأن تعبر بحرية عن الرأي(7)، كما أنها تنشر الفضيلة(8).

- بفضل شبكات التواصل أصبحت النقاشات الدينية نقاشات مفتوحة في مساحة الحرية المتوافرة في المجال الافتراضي في موضوعات دينية عدة، وهو ما يكشف عن تشكيل وعي ديني جديد له جوانبه الإيجابية خاصة عندما يتم تداول مسائل التجديد والاصلاح الديني ونشر ثقافة الاعتدال والتسامح وتقبل الآخر والحد من ظاهرة التطرف الديني والعلو المذهبي(9)، فهي لها دور فعال في نشر الوعي بين المسلمين، الرد على الشبهات المثارة ضد الاسلام، والمسلمين تقوية الوازع الديني لدى الناس، تنبيه الأسر للقيام بدورها في توعية ابنائها دينياً.

- حظت المبادرات الخيرية والمجتمعية بوجود مكثف على تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي الأمر الذي يدل على انتقال الموروث الإسلامي وسمات المجتمع القائم على التكافل من خلالها، وتمثلت الموضوعات التي عالجتها المبادرات في العمل التطوعي والتعليمي التي استهدفت تغيير سلوك المسلمين للقيام بدور إيجابي تجاه مجتمعاتهم الإسلامية(10).

-تطورت استخدامات وسائل الاعلام الجديد تبعاً لتطور ثورة الاتصال والمعلومات، فكان استخدام الاعلام الجديد للردشة وتبادل الملفات الى استخدامات ذات فائدة يتبادل وجهات النظر حول الموضوعات المختلفة من اجل تحسين فرص الحياة الاجتماعية والاقتصادية(11).

- تمثلت دوافع الاستخدام الديني للفيسبوك في: الدعوة الدينية، التنقيف وزيادة الرصيد المعلوماتي في أمور الدين، التذكير الديني من خلال الآيات القرآنية والأحاديث النبوية، تعزيز الايمان بالله، انتظار الجزاء والمكافأة من الله(12)، وأيضاً تمثلت أهم دوافع استخدام شبكات التواصل في البحث عن المعلومات ثم التعليم والتنقيف(13).

- معظم الأفراد يتصلون بموقع الفيسبوك بدافع تبادل الافكار مع الاخرين، فهو فرصة مناسبة للتعبير عن الرأي والتوجهات الفكرية والتسلية والترفيه، ولم يكن الدافع الديني بارزاً لديهم(14).

- كانت أبرز المضامين الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي هي الاحكام الفقهية والفتاوى، الدعاة والعلماء، الفساد الأخلاقي، التفسير الديني للواقع(15).

- تمثلت الأساليب الإقناعية المستخدمة في الخطاب الديني على شبكات التواصل الاجتماعي في الأساليب المنطقية بأكبر نسبة ثم العاطفية ثم الاستمالات الدينية، ثم

الاساليب التخويفية، وتمثلت الاستمالات الدينية في الاستشهاد بالآيات القرآنية ثم الحديث النبوي ثم الإشارة للقواعد الشرعية⁽¹⁶⁾.

- يفضل المستخدمون متابعة الادراجات النصية والصور على الصفحات ذات المحتوى الديني عن متابعة وسائط ملفات الفيديو الدينية والروابط والصوت على موقعي فيسبوك وتويتر، وهو ما قد يعود لأسباب فنية كتقل خدمة مشاهدة والاستماع لهذه الملفات، ويؤخر عملية التفاعل معها⁽¹⁷⁾.

- شبكات التواصل الاجتماعي تستخدم في تبادل المعلومات مع الآخرين، ولكنها تسبب مشاكل اجتماعية واخلاقية وصحية بكثرة استخدامها⁽¹⁸⁾، كما أنها تؤدي الى العزلة وضعف العلاقات الاجتماعية⁽¹⁹⁾.

- معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفضة للغاية، فقد يستخدم الجمهور مصادر اتصالية لا يثق بها إلا أنها تقدم له مساحة أكبر من الخصوصية والحرية في التعبير⁽²⁰⁾.

- أشارت نتائج الدراسة السابقة إلى أن أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي هي الإهمال في الشعائر الدينية، والتأثير السلبي على المعتقدات الدينية، والتمكن من اجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر⁽²¹⁾، وأنها لها دور فعال في تنمية أنماط سلوكية جديدة، ولكن الانماط السلوكية المكتسبة تتنافى مع القيم الأخلاقية الإسلامية، فهي وسيلة فعالة لإضعاف القيم الإسلامية، وتعزيز الرذيلة⁽²²⁾، وبالتالي بجانب البرامج والمساحات الدينية التي يشغلها المحتوى الديني في شبكات التواصل الاجتماعي، هناك العديد من المواد التي تتنافى مع المبادئ التي تدعو اليها الاديان، فهي أيضاً لها دور في زعزعة العقائد واحداث الاضطرابات فيها، والاساءة الى الدين والترويج للأفكار الباطلة⁽²³⁾.

- أثرت شبكات التواصل الاجتماعي بشكل سلبي على العلاقات الأسرية والاجتماعية بشكل عام، فقد اشار المبحوثون الى انهم يقضون وقتاً أطول على شبكات التواصل الاجتماعي من ذلك الوقت الذي يقضونه مع أسرهم أو اصدقائهم⁽²⁴⁾، حيث يرتبط الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بالبعد عن الحياة الاجتماعية والواقعية⁽²⁵⁾، مما يؤكد الحاجة لضبط قيمي وسلوكي لما تفرزه تكنولوجيا الاتصال الحديثة من آثار⁽²⁶⁾.

- شبكات التواصل الاجتماعي قللت نوعاً ما من العلاقات الاجتماعية المباشرة، وفي نفس الوقت عملت على استمرار العلاقات الاجتماعية بين الافراد الذين يعيشون في مناطق بعيدة جغرافيا عن الاهل والاقارب⁽²⁷⁾، ولكنها ليست مصدراً بديلاً عن المساندة المجتمعية أو الدعم الاجتماعي⁽²⁸⁾.

- المحتوى الديني على شبكات التواصل الاجتماعي يعاني من عدم وجود خدمات مثل الاهتمام بأسئلة واستفسارات المستخدمين⁽²⁹⁾، عدم الثبات أو الاستمرارية، الافتقار الى التفاعلية الجيدة مع المستخدمين⁽³⁰⁾.

- أبرز ما يعوق المحتوى الديني على المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت هو ضعف التصميم، فردية العمل وتبعثر الجهود، الخليط الفكري المنوع، وعدم وجود وحدة فكرية، مخاطبة النفس، فالعقول التي تخاطبها هذه المحتويات من نفس البيئة ولها نفس طريقة التفكير⁽³¹⁾.

وهناك دراسات اهتمت بشبكات التواصل الاجتماعي ك مجال عام، وتوصلت إلى ما يلي:

- استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي أن تخلق مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي والأخلاقي للمستخدمين⁽³²⁾.
- سهولة التواصل الفعال في المجال العام لشبكات التواصل الاجتماعي سمحت للجمهور إعادة توجيه أنفسهم من مستخدمين سلبيين الى مشاركين ايجابيين يمكنهم التعبير عن توجهاتهم⁽³³⁾.
- الفيسبوك هو الأنسب لخلق ساحات جديدة للنقاش العام فهو الأسرع نمواً والأكثر شعبية بين جمهور مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن النظر إليه على أنه مجالاً عاماً يتكون من خلاله الرأي والمعرفة⁽³⁴⁾.
- توفر شبكات التواصل الاجتماعي مجالاً عاماً حراً للتعبير والنقاش حول الموضوعات والقضايا، ويلتقي الجمهور من خلالها، ويتبادلون وجهات النظر بمساحة واسعة من الحرية دون قيود⁽³⁵⁾.
- شكلت شبكات التواصل الاجتماعي مجالاً عاماً خالياً من أي تمييز حيث مكنت المهمشين من التعبير عن أنفسهم ومكنت المختلفين في الرأي من طرح ومناقشة أفكارهم وإنشاء مجموعات تعبر عن توجهاتهم ورؤاهم⁽³⁶⁾.
- أدى الانتشار السريع لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر الى تحول المجتمعات التي كان من الصعب فيها الوصول للمعلومات الى مجتمعات لديها ثروة هائلة من المعلومات في كافة المجالات⁽³⁷⁾.
- على الرغم من المزايا الكثيرة لشبكات التواصل الاجتماعي إلا أن العواقب على المجال العام قد لا تكون ايجابية، فقد يتعرض الجمهور لأفكار جديدة تتعارض مع القيم والأعراف المجتمعية⁽³⁸⁾، فوسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد منصات محايدة إنما توفر مجالاً عاماً للمداولات وطرح الموضوعات وتبادل الأفكار⁽³⁹⁾، حيث إنه في بعض الأحيان، تفشل المناقشات في هذا المجال العام الجديد في

الوصول لعدد مقبول من احترام الرأي الآخر، بالإضافة لصعوبة التحقق من صحة المعلومات، ومن هوية أصحابها، وهذا يحد من قدرة المجال العام على إنتاج رأي عام إيجابي⁽⁴⁰⁾.

التعليق على الدراسات السابقة: يتضح من عرض الدراسات السابقة وجود ثراء من المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، وهذا ما انعكسه النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات، وتشكل خلفية علمية للدراسة الحالية، وفي هذا الإطار لاحظت الباحثة:

من حيث الموضوع: -لم يحظ التوظيف الديني لشبكات التواصل الاجتماعي بالقدر الكافي من الاهتمام البحثي، فهذا المجال لا يوجد به تراكم بحثي كاف، لذا حرصت الباحثة على دراسة الموضوع سعياً للوصول لنتائج أكثر عمقاً، وذلك كإضافة علمية في هذا المجال، لاسيما مع اجماع الدراسات السابقة على تنامي تأثير هذه المواقع وتزايد أعداد مستخدميها.

-أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمجال عام، وأهمية دورها الاتصالي، مما يؤكد قيمتها في توصيل الرسالة الإعلامية وفهمها وتبادلها، حيث تزايد تأثير هذه الشبكات ودورها في مجالات وقضايا الشأن العام، وقامت بدور مهم في إثراء المجال الإعلامي، وتفعيل الممارسة الاتصالية بين الجمهور.

- أكدت نتائج بعض الدراسات على تأثير وفاعلية مواقع الشبكات الاجتماعية في التعريف بالأديان، حيث أتاحت مجالاً عاماً وفضاءً هاماً لنشر الأفكار وتنمية الوعي والوازع الديني، في حين رأت دراسات أخرى أن تلك الوسائل ما هي إلا مجرد أدوات لزعزعة العقائد والاساءة للدين وترويج الأفكار الباطلة، وهو ما يجعل من دراسة اتجاهات الجمهور العربي نحو توظيف هذه الشبكات في خدمة القرآن وعلومه أمراً ملحاً للمساهمة في تقديم دلائل ومؤشرات واضحة للكشف عن دورها الفعلي في خدمة علوم الدين، والرد على الشبهات المثارة ضد الاسلام والمسلمين، وبالتالي تباينت نتائج الدراسات السابقة في طبيعة استخدام وتوظيف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وحدود تأثيرها ما بين الايجابية والسلبية.

- كثافة استخدام موقع الفيسبوك، وتصدره لمواقع التواصل الاجتماعي من حيث الاستخدام، ومن حيث التوظيف الديني، حيث تصاعد الاهتمام بدراسة ايجابيات وسلبيات الاستخدام الديني لمواقع التواصل الاجتماعي دون محاولة وضع تصور لكيفية توظيف هذه الايجابيات لمواجهة السلبيات.

- غابت الدراسات العربية والاجنبية التي تقيس اتجاهات الجمهور نحو الاستخدام الديني لمواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية التوظيف الأمثل لها لخدمة القرآن وعلوم الدين.

- أوضحت الدراسات السابقة ميل الجمهور العربي لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي كنوع من الاعلام البديل، حيث تتيح مجالاً افتراضياً واسعاً للتعبير عن آراء والأفكار،

وتعد مصدراً مهماً للمعلومات، على الرغم من انخفاض معدل الثقة فيها، فقد يستخدم الجمهور مصادر اتصالية لا يثق بها ولكنها تقدم له مساحة أكبر من الحرية والخصوصية.

- معظم الدراسات السابقة ركزت على فئة الشباب، مما استلزم دراسة باقي الفئات العمرية لتنوع وتعدد جمهور شبكات التواصل الاجتماعي باختلاف أعمارهم.

من حيث نوع الدراسة والمنهج المستخدم: - تصدرت الدراسات الوصفية التحليلية الدراسات المعنية بالدور الديني لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث استهدفت وصف وتحليل هذه الظاهرة، والوقوف على ملامحها بشكل علمي دقيق.

- تصدر منهج المسح الإعلامي باعتباره الأقدم منهجياً على رصد العلاقات الثنائية بين الاعلام والجمهور من منظور يتسم بالاتساع والشمول، للحصول على معلومات وأوصاف عن الظاهرة موضوع البحث.

من حيث أدوات جمع البيانات: استخدمت معظم الدراسات أداة الاستبيان لجمع البيانات، ومنها من جمع بين الاستبيان ومجموعات النقاش، أو الاستبيان والمقابلات المتعمقة.

من حيث العينة: - اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على العينة العمدية المسحوبة بشكل قصدي، من أجل انتقاء العناصر الأنسب للإجابة على الاستبيان من مستخدمي الانترنت، أو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، كما استخدمت العينة العشوائية البسيطة، ومتعددة المراحل في بعض الدراسات الأخرى.

- اختلفت الدراسات في حجم العينة حيث لم تتعد (100) مفردة في بعضها، وفي الأخرى بلغت (1600) مفردة، وطبقت معظم الدراسات على فئة الشباب خاصة طلاب الجامعات في مختلف الدول العربية والأجنبية.

موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة: ساعدت الأدبيات السابقة في:

- وضع تصور عام للدراسة، وتحديد وصياغة المشكلة البحثية، ومتغيرات الدراسة، وأهدافها وعمل الإطار النظري.

- صياغة فروض وتساؤلات الدراسة، وتحديد المنهج والأدوات المناسبة.

- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة، والعمل على ربطها بالدراسة الحالية بما يثرها ويعزز من أهميتها.

الإطار النظري للدراسة: تستمد هذه الدراسة إطارها النظري من نظرية المجال العام Public Sphere Theory، حيث يعد مفهوم المجال العام من المفاهيم التي برزت منذ أواخر القرن العشرين، وانتشر مفهوم المجال العام في الأدبيات الغربية بعد ترجمة كتاب الفيلسوف الألماني يورجين هابرماس Habermas "التحولات الهيكلية في المجال العام" (41) إلى الإنجليزية، ويعتبر هذا الكتاب دراسة تاريخية اجتماعية لظهور

وتحول وتدهور المجال العام في الغرب، والمجال العام هو أي مساحة مادية أو افتراضية يمكن لأي فرد باختلاف مستواه الثقافي والاجتماعي والاقتصادي، وباختلاف انتمائه الفكري أن يعبر فيها عن رأيه بحرية دون قيود، ودون تأثير من أي طرف أو جهة رسمية أو غير رسمية (42).

وإن كان كتاب هابرماس وتناوله للمفهوم ذا أهمية ترجع لصياغته لمفهوم المجال العام باعتباره مجالاً مستقلاً، ولكنه لم يكن منشأً للمفهوم من فراغ، إنما ركز عليه مستخلصاً أسسه من كتابات مفكرين أمثال حنا أرنت التي تناولته ضمن كتابها *The human conditions* (43) كما تزامنت كتابات وأعمال أخرى تناولت المجال العام من ابعاد ومداخل مختلفة، ولكنها لم تلق من الشهرة والانتشار ما لقيه هابرماس حول المجال العام.

وتقوم نظرية المجال العام على افتراض بناء مجتمع حوارى يعتمد على مبدأ قبول الآخر، كمجال للعلاقات القائمة على النقاش والاختلاف والتسامح، فهو ساحة لديموقراطية التشاور والتواصل والتداول (44).

وهناك أربعة افتراضات قدمها هابرماس لتكوين المجال العام هي:

- إتاحة المساواة في النقاش وعدم التمييز، فهو مجال يقوم على تكوين علاقات وصلات اجتماعية بين الأفراد المختلفين، تتأسس على المشترك الإنساني والمساواة وتقوم الحجة، بعيداً عن تأثير القوة أو النفوذ الاجتماعي أو الاقتصادي للمشاركين في النقاش.
- إتاحة نقاش جميع القضايا المشتركة بين أفراد المجتمع، فالنقاش يجب أن يقتصر في المجال العام على القضايا والموضوعات التي تندرج تحت الشأن العام.
- إتاحة مجال واحد للجميع، فهو مجال مفتوح لكل أفراد المجتمع للمشاركة والفعل فيه (inclusive) وليس حكراً على مجموعة محددة exclusive
- المجال العام في المجتمع الديموقراطي يقوم على الانفصال بين الدولة والمجتمع المدني (45).

وتعد هذه النظرية ملائمة للدراسة الحالية في ظل الاعتبارات التالية:

- تشكل مواقع شبكات التواصل الاجتماعي مجالاً عاماً يتيح للمستخدم حرية النقاش في الموضوعات الدينية مع الآخرين، ونشر الآراء تجاه القضايا المختلفة، والاشتراك في مجموعات دينية، وتحميل تطبيقات ذات صلة، وقد يعبر عن اتجاهات مناوئة للمعتقدات والأفكار السائدة والراسخة في المجتمع.

- يمتلك الفيس بوك إمكانية لتشكيل المجال العام، يحدث يلتقي الجمهور للتداول حول الموضوعات المختلفة، سواء كانت دينية أو اجتماعية أو سياسية، بغض النظر عن

دورهم ومكانتهم الاجتماعية، وأيضاً دون شرط المعرفة المسبقة بينهم، فيمكن لأي شخص أن ينتشر معلومات أو آراء أو أي مساهمات على صفحته ويخبر الكثيرين بهذه المعلومة بنقرة واحدة، دون أن يحتاج لأن يتصل بكل على حدة.

-استحوذت مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك على عقول كثير من الناس كمجال عام يمكن استخدامه وبفاعلية في شرح المبادئ والقيم الدينية والدعوة للاسلامية، ويمكن استخدامه أيضاً فيما يتعارض مع هذه القيم والمبادئ الدينية، وهو ما يستدعي دراسة هذا المجال العام الحر من منظور دوره في خدمة القرآن وعلومه، وهو الأمر الذي تنصدي له الدراسة الحالية.

تساؤلات وفروض الدراسة (الكيفية والكمية): أولاً: تساؤلات الدراسة الكمية:

- ما كثافة استخدام الجمهور العربي لموقع فيسبوك؟
- ما اتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة؟
- ما مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة في نشر المعرفة وتعزيز مكانة الدين في نفوس المسلمين؟
- ما المصادر التي تستقى منها عينة الدراسة المعلومات الدينية؟
- كيف يتفاعل مستخدم الفيسبوك مع الموضوعات الدينية المطروحة على الموقع؟
- ما درجة ثقة الجمهور في الفيسبوك كمصدر للمحتوى الديني؟
- هل تشكل تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي آلية من آليات المعاونة على القراءة الصحيحة للقرآن الكريم أو المعاونة على حفظه؟
- ما تقييم الجمهور للفيسبوك كوسيط في تناول الموضوعات والقضايا الدينية؟

ثانياً: فروض الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية دالة بين كثافة استخدام موقع الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة.
- توجد علاقة ارتباطية دالة بين درجة ثقة الجمهور في الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية

- توجد فروق ذات دلالة احصائية بين الباحثين وفقاً لخصائصهم الديموجرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي) واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم وعلومه.

ثالثاً المحاور والأطروحات الأساسية التي اشتمل عليها دليل النقاش لمجموعات النقاش المركزة: -

- درجة الاستخدام الديني لشبكات التواصل الاجتماعي وللفيسبوك تحديداً، بين الاستخدامات الأخرى.
- الدور الديني التكويني الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي.
- الدور الديني الوقائي والعلاجي الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي.
- إيجابيات وسلبيات الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات والقضايا الدينية.
- درجة الثقة في الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل كمصادر للمحتوى الديني.
- كيفية تعديل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة.
- كيفية التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك تحديداً في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة.

رابعاً: الأطروحة الأساسية التي ركزت عليها المقابلات المتعمقة مع مجموعة من رجال الدين: ما كيفية التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك تحديداً في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة.

مقاييس الدراسة: 1) مقياس اتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة: لقياس اتجاهات الجمهور العربي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن وعلومه تم صياغة عشرين (20) عبارة، عشرة عبارات تحمل مضمون التوظيف الإيجابي، وعشرة عبارات تحمل مضمون التوظيف السلبي، وطلب من الباحثين تحديد درجة قبولهم أو رفضهم لكل عبارة من هذه العبارات، وذلك من خلال استخدام مقياس ليكرت خماسي النقاط، لقياس شدة اتجاههم نحو توظيف شبكات التواصل لخدمة علوم القرآن، وبلغ مجموع درجات المقياس مائة درجة، وتم تصنيف مفردات العينة من حيث شدة الاتجاه الى ثلاثة مستويات:

-مبحوثون ذوو اتجاه إيجابي، أي لديهم اتجاه إيجابي نحو توظيف شبكات التواصل لخدمة القرآن وعلومه، حصلوا على (74) درجة فأكثر.

-مبحوثون ذوو اتجاه محايد، حصلوا على درجات تتراوح بين (47-73) درجة.

-مبحوثون ذوو اتجاه سلبي، أي لديهم اتجاه سلبي نحو توظيف شبكات التواصل لخدمة القرآن وعلومه، حصلوا (46) درجة فأقل.

وقد اشتمل مقياس الاتجاهات على العبارات التالية:

- الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يمد الجمهور بالمعلومات والتوجهات لشرح تعاليم الدين الصحيحة والمساهمة في تشكيل الوعي الديني لديه.

- يمكن من خلالها عمل هاشتاج بأحاديث شريفة وعادات نبوية.

-الفيسبوك وغيره من منصات التواصل الاجتماعي مضيعة كبيرة للوقت ويؤدي إلى تضییع الكثير من الفرائض والسنن.

- اتاحت شبكات التواصل الاجتماعي المجال للدعوة إلى الله ونشر تعاليم الإسلام والتواصل مع الآخرين مسلمين وغير مسلمين باختلاف لغاتهم وأجناسهم وبلدانهم.

- أدت إلى فقدان العلاقات الاجتماعية بسبب الاستغراق الشديد في المتابعة والنشر والرد.

- غيرت شبكات التواصل الاجتماعي من سلوكي بشكل إيجابي وجعلتني أكثر التزاماً من الناحية الدينية والأخلاقية.

- توفر للمستخدمين فرص الحوار وتبادل المعلومات الدينية من خلال الملفات الشخصية وغرف الدردشة وغيرها.

-تجنح بعض مضامين مواقع شبكات التواصل الاجتماعي إلى الغلو والعنف والتحريض والتطرف الفكري

-تكون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أحياناً مجالاً خصباً للفتاوى الشاذة.

-لها دور في نشر القصص القرآنية وإبراز الإعجاز العلمي في القرآن، والاستماع للقراءات القرآنية لعدد كبير من القراء مع التفسير أحياناً وشرح أسباب النزول.

-الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي يمكنهم خدمة القرآن وعلومه بعمل مجموعات (groups) لحفظ وتلاوة القرآن الكريم.

-تستخدم أحياناً لزعزعة الإيمان والإساءة للدين.

-تروج للعقائد والأفكار الباطلة، وتنتشر القيم الفاسدة.

- تعدد أساليب العرض (فيديوهات – نصوص – صور –رسوم – صوت) يجعل المحتوى الديني أكثر جاذبية وتأثير.
- توفر هذه المواقع البيئة المناسبة لنشر المعلومات الدينية غير الصحيحة والأحاديث الضعيفة والموضوعة.
- تساهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح الصورة النمطية الخاطئة المنسوبة للدين الإسلامي.
- اتاحت امكانية تفاعل الجمهور مع الرسالة الدينية والمشاركة في صنعها بل أصبح هو ذاته مصدراً للمادة الإعلامية.
- تمثل مجالاً خصباً للاعتداء على الملكية الفكرية بنشر رسائل خاصة بالأخريين دون نسبتها إليهم.
- هذه الشبكات سبباً في انتشار الرزية والوقوع في المحظورات الشرعية وتخطى الحدود الدينية والأخلاقية.
- ساعدت على تنامي مختلف الجرائم الإلكترونية وسهلت سبل ارتكابها.

2-مقياس كثافة استخدام الفيسبوك: لتحديد كثافة الاستخدام تم سؤال المبحوثين عن معدل الاستخدام الأسبوعي للفيسبوك، وايضاً متوسط الوقت اليومي للاستخدام، وتم حساب اعلى درجة و اقل درجة، ثم حساب تكرار كل فئة ونسبتها، وقسم مقياس التعرض الى ثلاثة مستويات مرتفع، متوسط، منخفض.

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة، وهي اتجاهات الجمهور العربي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن وعلومه، بحيث تتجاوز وصف الظاهرة الى الكشف عن الأفكار الكامنة فيها، وتحليلها في محاولة لتفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً دقيقاً.

المنهج المستخدم: استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي للإجابة على تساؤلات وفروض الدراسة، لرصد وتحليل كافة العلاقات بين مفردات الظاهرة المدروسة، واستخدام في اطاره اسلوب المسح الميداني على عينة من الجمهور، وذلك لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع المفردات.

أدوات جمع البيانات والمدى الزمني للدراسة الميدانية: اعتمدت الدراسة على أسلوب كمي خاص بتصميم صحيفة استبيان الكتروني طبق على عينة من الجمهور العربي من مستخدمي الفيسبوك، والاستبيان الإلكتروني هو خدمة يتيحها موقع جوجل درايف Google Drive، ووضع رابط الاستبيان الإلكتروني على الصفحة الشخصية للباحثة على موقع الفيسبوك، وذلك لتحقيق الدقة والتحكم في عملية جمع البيانات في ضوء

أهداف الدراسة وفروضها وتساؤلاتها وإطارها النظري، وأجرى اختبار قبلي للصحيفة على عينة حجمها (10%) من حجم العينة الأصلية ، بواقع (40) مفردة ، للتأكد من قدرتها على قياس ما استهدفت قياسه، ثم طبقت بشكلها النهائي بعد إجراء بعض التعديلات الطفيفة عليها، خلال الفترة من 1 إلى 30 أبريل 2017. وتضمنت صحيفة الاستبيان المحاور الرئيسية التالية:

- كثافة استخدام موقع الفيسبوك.
- الفيسبوك والاستخدام الديني له.
- التفاعل مع المادة الدينية على الفيسبوك.
- آليات توظيف تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم.
- اتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة.

كما اعتمدت الدراسة على أسلوب كفي ممتثلاً في: **أ- مجموعات النقاش المركزة (البورية):** The focus group discussion: حيث طبقت على مجموعات من الجمهور العام من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

ب- المقابلات المتعمقة: كما أجرت الباحثة مقابلات متعمقة مع عدد من رجال الدين للتعرف على رؤيتهم تجاه كيفية التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن وعلوم الدين، في ظل تنامي دورها وازدياد أعداد مستخدميها، بما لها من دور إيجابي من الممكن تنميته والاستفادة منه في خدمة علوم الدين، وبما لها أيضاً من دور سلبي قد يكون شديد التعقيد والخطورة.

مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور العام العربي من سن (18 سنة فأكثر) لأنه بداية مرحلة الشباب، وعنده يمكن التعبير والفهم والادراك عما قبله، وطبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها (400) مفردة ممن يستخدمون الفيسبوك استخداماً دينياً، واعتمدت الباحثة على عينة كرة الثلج snow ball في اختيار المبحوثين، حيث اختارت الباحثة مفردة واحدة تنطبق عليها شروط العينة من حيث الاستخدام الديني للفيسبوك، والسن الذي لا يقل عن (18 سنة) ، ثم طلب منها أن تدل على مفردة أخرى تنطبق عليها نفس الشروط، وبعدها يطب من المفردة الأخرى أن تدل على مفردات أخرى مثلها وهكذا حتى تكتمل مفردات العينة⁽⁴⁶⁾ ، وجاء توصيف العينة على النحو التالي :

جدول (1)

توزيع العينة تبعاً للمتغيرات الديمغرافية

| النسبة | التكرار | المتغيرات | |
|--------|---------|-------------------------------|---------|
| 55.5% | 222 | ذكور | النوع |
| 44.5% | 178 | إناث | |
| 54.5% | 218 | تعليم جامعي | التعليم |
| 44.8% | 179 | دراسات عليا وماجستير ودكتوراه | |
| 0.8% | 3 | تعليم متوسط وفوق المتوسط | |
| 50.0% | 200 | من 18-أقل من 30 | السن |
| 32.5% | 130 | من 30 أقل من 45 | |
| 17.5% | 70 | 45 فأكثر | |
| 100% | 1400 | الإجمالي | |

اشتملت الدراسة الكيفية على ثلاث مجموعات نقاش، وتكونت كل مجموعة من ثمانية اشخاص من الجمهور العام من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وروعي في كل مجموعة التباين في السمات الديموجرافية من حيث المرحلة العمرية والنوع والمستوى التعليمي والجنسية بما يتيح الخروج بمؤشرات اشمل وأكثر دقة في كل محور وكل أطروحة تضمنها دليل النقاش، كما تم اجراء مقابلات متعمقة مع خمسة من رجال الدين^(*)، لرصد رؤيتهم تجاه كيفية التوظيف الامثل لشبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن وعلوم الدين، وذلك لإضافة المزيد من العمق لموضوع الدراسة وإتاحة المجال للمختصين في علوم الدين للتحدث بحرية، وهذا ساعد في الحصول على أفكار ومعلومات مهمة أثرت بموضوع الدراسة.

قياس الصدق والثبات: أولاً: الصدق: لتحديد درجة الصدق تم قياس الصدق الظاهري لصحيفة الاستبيان، من حيث قدرتها على الإجابة على فروض الدراسة وتساؤلاتها، كما تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الاعلام (***) لقياس صدق المحتوى، والتأكد من صلاحية الأداة للقياس، حيث أشاروا الى صلاحيتها للتطبيق بعد اجراء بعض التعديلات البسيطة عليها.

ثانياً: الثبات: تم اختبار الثبات عن طريق: -إعادة تطبيق (10%) من صحائف الاستبيان على (40) مفردة بعد أسبوعين من تطبيقها في المرة الأولى على نفس المبحوثين، وبلغت قيمة معامل الثبات (0.89)، وهي قيمة مرضية تدل على ثبات صحيفة الاستبيان وصلاحيتها للقياس.

¹ تنوعت جنسيات عينة الدراسة، وكانت النسبة الأكبر من مصر (27.5%)، ثم الإمارات العربية المتحدة (13.5)، العراق (9.5)، اليمن (8.8)، الجزائر (7.3)، الأردن (6.8)، الكويت (5.3)، تونس (4.8)، السعودية (4.5)، البحرين (3.8)، فلسطين (3.5)، المغرب (3)، ثم قطر (2).

- تم استخدام معادلة الفا كرونباخ (Alpha Cronbach): وتم التوصل الى الجدول التالي:

جدول (2)

نتائج تطبيق معادلة الفا كرونباخ للتأكد من مدى ثبات أداة الدراسة

| عدد المفردات | المتوسط | التباين | الانحراف المعياري | قيمة الفا |
|--------------|---------|---------|-------------------|-----------|
| 21 | 70.93 | 95.414 | 9.768 | 0.815 |

يتضح من بيانات الجدول السابق تمتع أداة الاستبيان بدرجة ثبات عالية حيث بلغت قيمة الفا كرونباخ (0.815) وهي قيمة تقترب من الواحد الصحيح مما يبين تمتع الاستبيان بدرجة ثبات عالية، كما تراوحت قيمة الفا الجزئية لعبارات المقياس ما بين (0.784-0.806) مما يؤكد ثبات المقياس.

المعالجة الإحصائية للبيانات: استعانت الباحثة في المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة ببرنامج spss بوصفه أكثر البرامج الإحصائية استخداماً في العلوم الاجتماعية، واستخدمت المعاملات الإحصائية التالية لاختبار فروض الدراسة: -معامل الارتباط سبيرمان.

T-Test (قيمة ت)

تحليل التباين أحادي الاتجاه أنوفاف) (one-way analysis of variance (ANOVA

نتائج الدراسة ومناقشتها: أولاً: نتائج الدراسة الميدانية: أ-النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1-معدل استخدام عينة الدراسة للفيديو:

جدول (3)

معدل استخدام الفيديو

| النسبة | التكرار | الوقت |
|--------|---------|----------------------------|
| 74.8% | 299 | يومياً |
| 13.8% | 55 | حسب الظروف |
| 8.3 | 33 | من أربعة أيام الى ستة أيام |
| 3.3% | 13 | ثلاثة أيام فأقل أسبوعياً |
| 100.0% | 400 | الإجمالي |

توضح بيانات الجدول رقم (3) ارتفاع معدلات استخدام الفيديو بين عينة الدراسة، حيث إن ثلاثة أرباع مفردات الدراسة يستخدمون الفيديو يومياً (74.8%)، مما يعطى مؤشراً واضحاً للمكانة التي يحظى بها من أجل التواصل والمعرفة كأهم مزايا شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكدته نتائج دراسة (المسبار 2015)⁽⁴⁷⁾،

وأيضاً تتفق نتائج دراستنا مع نتائج دراسة (فوزي شريطي 2012)⁽⁴⁸⁾ في ارتفاع نسبة المستخدمين الذين يتفاعلون يومياً على الفيسبوك مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

2-متوسط الوقت الذي تستخدم فيه عينة الدراسة الفيسبوك يومياً:

جدول (4)

متوسط الوقت الذي تستخدم فيه العينة الفيسبوك يومياً

| النسبة | التكرار | الوقت |
|--------|---------|-------------------------------|
| 33.3% | 133 | حسب الظروف |
| 30.3% | 121 | من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات |
| 29.5% | 118 | أكثر من 3 ساعات |
| 7.0% | 28 | أقل من ساعة |
| 100.0% | 400 | الإجمالي |

تشير بيانات الجدول السابق الى أن ثلث العينة يستخدمون الفيسبوك حسب الظروف، والثلثين الباقين من العينة تقريباً (33.3%) يستخدمونه من ساعة الى ثلاث ساعات، ويستخدمه أكثر من ثلاث ساعات (29.5%)، بينما يستخدمه أقل من ساعة (7%) فقط من العينة، وهذه النسب تعطي مؤشراً واضحاً لكثافة الاستخدام اليومي للفيسبوك، وحرص الجمهور على التواصل من خلاله، ومن خلال نتائج الجدولين رقمي (3)، (4) تم عمل مقياس لكثافة استخدام الفيسبوك، وقسم مقياس كثافة التعرض الى ثلاثة مستويات، كما توضح بيانات الجدول رقم (5):

جدول (5)

كثافة التعرض لموقع الفيسبوك

| النسبة | التكرار | التعرض |
|--------|---------|------------|
| 48.3% | 193 | تعرض مرتفع |
| 34.5% | 138 | تعرض متوسط |
| 17.3% | 69 | تعرض منخفض |
| 100.0% | 400 | الإجمالي |

من خلال بيانات هذا الجدول يتضح أن النسبة الأكبر من العينة كثافة تعرضهم مرتفعة (48.3%)، ثم جاء المعدل المتوسط (34.5%)، ثم المنخفض (17.3%)، وبالتالي يحظى الفيسبوك بكثافة تعرض مرتفعة تتفق مع كثرة الميول لتقنيات الاتصال الإلكتروني والتواصل مع افراد آخرين قد لا يعرف شخصياتهم، فالمجتمع الافتراضي جذب فئة ليست بالقليلة تتطلع للتواصل بعيداً عن الحياة الواقعية، ولأشك أن هذا الاندماج بين تكنولوجيا المعلومات والوسائط الاعلامية يهب المعرفة والمعلومات قدرات وإمكانات تجعلها تصب في حياتنا اليومية بما لها من إيجابيات كثيرة وأيضاً سلبيات هي أكثر تعقيداً.

3-مدى حرص عينة الدراسة على تلقي المعارف والعلوم الدينية من خلال موقع الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول (6)

مدى الحرص على تلقي المعارف والعلوم الدينية من خلال موقع الفيسبوك وغيره من المواقع

| النسبة | التكرار | تلقي المعارف |
|--------|---------|--------------|
| 25.3% | 101 | دائماً |
| 62.7% | 251 | أحياناً |
| 12.0% | 48 | لا |
| 100.0% | 400 | الإجمالي |

يتضح من بيانات الجدول رقم (6) أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة (62.7%) يحرصون أحياناً على تلقي المعارف والعلوم الدينية من الفيسبوك، مما يدل على أنه ليس في مقدمة المصادر الدينية لديهم، ولكنه يحظى بدرجة متوسطة بين المصادر، وهي نسبة لا بأس بها تشير للأهمية الدينية للفيسبوك، بينما حرص (25.3%) على تلقي المعارف والعلوم الدينية من خلاله دائماً، (12.0%) فقط لا يحرصون على ذلك.

4-المصادر التي تستقى منها عينة الدراسة معلوماتهم الدينية:

جدول (7)

المصادر التي تستقى منها عينة الدراسة المعلومات الدينية

| النسبة | التكرار | المصادر |
|--------|---------|---------------------|
| 38.5% | 154 | الكتب الدينية |
| 32.3% | 129 | الانترنت |
| 29.5% | 118 | شبكات التواصل |
| 22% | 88 | القنوات التلفزيونية |
| 15.3% | 61 | المسجد |
| 12.8% | 51 | الاهل والأصدقاء |
| 11.8% | 47 | الإذاعة |
| 10.5% | 42 | مجالس العلم |
| 2.5% | 10 | الصحافة |

تعددت وتنوعت المصادر التي تستقى منها مفردات الدراسة معلوماتهم الدينية، وتصدرت الكتب الدينية قائمة هذه المصادر (38.5%) ، وهذا يدل على أنه مازالت الكتب هي المصدر الأبرز للثقافة الدينية، والتي تحظى بدرجات الثقة الأعلى اعتماداً على أسماء مؤلفيها أو تميز موضوعاتها كوعاء أساسي للثقافة، ثم جاءت شبكة الانترنت في الترتيب الثاني (32.3%) ، ثم شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث (29.5%) ، وهذا يشير الى تفوق الاعلام الجديد على الاعلام التقليدي في إمداد

الجمهور بالمعلومات، حيث جاءت القنوات التلفزيونية في الترتيب الرابع (22%) ، رغم ما تتمتع به من خصائص فنية ومزايا تفوق غيرها من المصادر ، بينما تراجعت وتقاربت نسب المصادر الأخرى للمعلومات الدينية، وجاءت الصحافة في الترتيب الأخير بنسبة (2.5%) ، بتراجع واضح عن غيرها من المصادر، مؤكدة على تفوق الاعلام الجديد على التقليدي كوسيلة سريعة وسهلة للبحث والتواصل .

5-مدى مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر العينة في نشر المعرفة والثقافة الدينية:

جدول رقم (8)

مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في نشر المعرفة والثقافة الدينية

| النسبة | التكرار | مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي |
|--------|---------|--------------------------------|
| 30.8% | 123 | تساهم إلى حد كبير |
| 65.0% | 260 | تساهم إلى حد ما |
| 4.3% | 17 | ليس لها دور في ذلك |
| 100.0% | 400 | الإجمالي |

تتوافق نتائج هذا الجدول مع نتائج الجدول رقم (6) الخاص بالحرص على تلقي المعارف والعلوم الدينية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أشار (65%) من مفردات العينة الى أنها تساهم الى حد ما في نشر المعرفة والثقافة الدينية، وأشار (30.8%) الى أنها تساهم الى حد كبير، بينما يرى (4.3%) فقط أنها ليس لها دور، وذلك يوضح الدور المهم الذي من الممكن أن تقوم به مواقع هذه الشبكات في خدمة القرآن والعلوم الدينية، فمعظم مفردات العينة ترى أن لها دور في هذا.

6-أهمية موقع الفيسبوك تحديداً كمصدر للحصول على المعلومات الدينية:

جدول رقم (9)

مدى أهمية موقع الفيسبوك كمصدر للحصول على المعلومات الدينية

| النسبة | التكرار | الفيسبوك مصدر مهم للحصول |
|--------|---------|--------------------------|
| 21.5% | 86 | مهم |
| 35.3% | 141 | إلى حد ما |
| 43.2% | 173 | غير مهم |
| 100.0% | 400 | الإجمالي |

يرى (21.5%) فقط من العينة أن الفيسبوك مصدر مهم للحصول على المعلومات الدينية، وهي نسبة تشير الى أهمية إعادة توظيف هذا الموقع لخدمة القرآن وعلومه، حيث بالرغم من ارتفاع نسبة مستخدميه، إلا أن من يرون أهميته الدينية نسبة لا تتوافق مع كثافة استخدامه، وموقعه المتميز بين مواقع شبكات التواصل الأخرى.

7- طبيعة المواد الدينية التي تحصل عليها عينة الدراسة بشكل أكبر من الفيسبوك:

جدول (10)

طبيعة المواد الدينية التي تحصل عليها عينة الدراسة من الفيسبوك

| النسبة % | التكرار | طبيعة المواد الدينية |
|----------|---------|----------------------|
| 53.3 | 213 | نصوص |
| 19.5 | 78 | فيديوهات |
| 15 | 60 | صور |
| 9.5 | 38 | صوت |
| 8 | 32 | روابط |

تصدرت الإدراجات النصية قائمة المواد الدينية التي تحصل عليها العينة من الفيسبوك ، وبفارق نسبي واضح (53.3%) عن وسائط ملفات الفيديو والصور والصوت والروابط، وهو ما قد يعود لأسباب فنية كتقل خدمة لمشاهدة والاستماع لهذه الملفات، مما يؤخر عملية التفاعل معها، وهذا ما أكدته نتائج دراسة كل من Mark (2012) & Mary⁽⁴⁹⁾، (شريطي 2012)⁽⁵⁰⁾ ، بينما أكدت نتائج دراسة (سعد 2017)⁽⁵¹⁾ أن المبادرات كأحد التطبيقات على شبكات التواصل الاجتماعي وظفت مقاطع الفيديو باحترافية ودقة للاستفادة من تأثير دمج الصورة والصوت عن نفوس المتلقين، لكن بصفة عامة تحرص عينة الدراسة على تلقي المعلومات والمواد الدينية على صفحاتها، وإن اختلفت طبيعة المواد، مما يؤكد الحرص على التواصل والتفاعل دينياً مع الآخرين.

8- مصادر المواد الدينية التي تقوم عينة الدراسة بنشرها على صفحاتهم على الفيسبوك :

جدول رقم (11)

مصادر المواد الدينية التي تقوم مفردات العينة بنشرها على صفحة الفيسبوك

| النسبة % | التكرار | مصادر المواد الدينية |
|----------|---------|------------------------------------|
| 29.5 | 118 | من صفحات دينية |
| 26.0 | 104 | من صفحات دعاة أتق فيهم |
| 19.8 | 79 | من معلوماتي الشخصية |
| 16.8 | 67 | من صفحات الأصدقاء |
| 13.3 | 53 | من مجموعة (group) دينية منضم إليها |
| 12.3 | 49 | الكتب الموثوقة |

توضح بيانات الجدول السابق حرص مفردات العينة على الرجوع لمصادر ذات صفة دينية ليستمدون منها المادة الدينية التي ينشرونها على صفحاتهم، فكانت الصفحات الدينية في مقدمة المصادر (29.5%) ثم صفحات الدعاة التي يتقون فيهم (26%)، بينما جاءت المجموعات الدينية المنضمون إليها بنسبة (13.3%)، وهي أقل من المعلومات الشخصية، وصفحات الأصدقاء ، وتراجعت الكتب الموثوقة وجاءت

بنسبة محدودة جداً (12.3%) ، بالرغم من أنها تصدرت قائمة المصادر التي تستقى منها العينة معلوماتهم الدينية وفقاً لبيانات الجدول رقم (7)، وهذا يشير الى أن العينة تميل الى نشر المعلومات الدينية التي يسهل توصيلها للآخرين دون عناء كتابة المادة الدينية المستمدة من الكتب، إنما فقط تنسخ المادة وتعيد نشرها بسهولة ويسر.

9-كيفية التفاعل مع الموضوعات الدينية المطروحة على موقع الفيسبوك:

جدول رقم (12)

كيفية التفاعل مع الموضوعات الدينية المطروحة على موقع الفيسبوك

| النسبة % | التكرار | كيفية التفاعل |
|----------|---------|--|
| 67.3 | 269 | من خلال الإعجاب like |
| 52 | 208 | من خلال إعادة نشرها share |
| 42 | 168 | من خلال التعليق comment |
| 27.3 | 109 | انضمت لمجموعة تواصلية على الفيسبوك ذات اهتمام ديني للاستفادة من هذه المواد group |
| 6.5 | 26 | لا أتفاعل معها |

يتضح من بيانات هذا الجدول أن معظم مفردات العينة تتفاعل على الموضوعات الدينية على الفيسبوك، سواء من خلال الاعجاب Like (67.3%)، أو إعادة النشر share (52%)، أو التعليق comment (42%) أو الانضمام لمجموعة تواصلية على الفيسبوك ذات اهتمام ديني للاستفادة من هذه المواد (27.3%)، بينما لا يتفاعل (6.5%) فقط من العينة، وهذا يعطى مؤشراً دالاً على الاستخدام الديني النشط للفيسبوك، والحرص على التفاعل من خلاله.

10-درجة الثقة في الفيسبوك كمصدر للموضوعات والقضايا الدينية:

جدول رقم (13)

درجة الثقة في موقع الفيسبوك كمصدر للموضوعات والقضايا الدينية

| النسبة | التكرار | درجة الثقة |
|--------|---------|---------------------|
| 10.8% | 43 | أثق فيه بدرجة كبيرة |
| 78.0% | 312 | أثق فيه إلى حد ما |
| 11.3% | 45 | لا أثق فيه مطلقاً |
| 100.0% | 400 | الإجمالي |

يتضح من بيانات هذا الجدول أن الفيسبوك يحظى بدرجة ثقة متوسطة بين النسبة الأكبر من عينة الدراسة (78%)، وهذه النسبة لا بأس بها في ظل تراجع معدلات الثقة في وسائل الاعلام التقليدية والجديدة، بالرغم من ارتفاع نسب الاعتماد عليهم كمصادر للمعلومات (52)، ويمكن من خلال معدلات الثقة المتوسطة تطوير وتحسين الاستخدام الديني لهذه المواقع مما يؤدي الى ارتفاع معدلات الثقة للاستفادة منها في خدمة علوم الدين، حيث لن تأتي الاستفادة الحقيقية الا بتوفر درجة ثقة مرتفعة، وتختلف

هذه النتائج مع نتائج دراسة (الجمال 2013) (53) التي توصلت إلى أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية، غير أنها استطاعت أن تخلق مجالاً عاماً أحدث تأثيراً على النسق القيمي والأخلاقي للمستخدمين.

11- رأى عينة الدراسة في مدى تشكيل تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي آلية من آليات المعاونة على القراءة الصحيحة للقرآن أو المعاونة على حفظه:

جدول رقم (14)

مدى تشكيل تطبيقات شبكات التواصل آلية للمعاونة على قراءة القرآن أو حفظه

| مدى التشكيل | التكرار | النسبة |
|-------------|---------|--------|
| نعم | 136 | 34% |
| الى حد ما | 160 | 40% |
| لا | 104 | 26% |
| الإجمالي | 400 | 100.0% |

تشير بيانات هذا الجدول إلى أن النسبة الأكبر من عينة الدراسة (74%)، منهم (40%) إلى حد ما، (34%) نعم، يرون أن تطبيقات شبكات التواصل تشكل آلية للمعاونة على قراءة القرآن وحفظه، وهذه النسب يجب التوقف عندها لأنها تبرز أهمية دور شبكات التواصل في التعريف بالدين وتعليم النطق الصحيح لآيات القرآن الكريم وفق شروط وأحكام القراءة، وذلك بتحميل مقاطع صوتية لكبار القراء، وأيضاً البرامج التي تشرح وتعلم كيفية النطق الصحيح لكل حرف وكلمة وفق أحكام التجويد.

12- كيفية تشكيل تطبيقات شبكات التواصل آلية من آليات المعاونة على القراءة الصحيحة للقرآن أو المعاونة على حفظه:-

جدول رقم (15)

كيفية تشكيل تطبيقات شبكات التواصل آلية للقراءة الصحيحة للقرآن أو حفظه

| النسبة% | التكرار | كيفية تشكيل آلية للقراءة أو الحفظ |
|---------|---------|--|
| 44.3 | 177 | من خلال الانضمام لمجموعة (group) لتلاوة وتحفيظ القرآن الكريم وفقاً لأحكام القراءة الصحيحة. |
| 40.8 | 163 | اتاحة القرآن الكريم بالقراءات المختلفة لكبار المقرئين |
| 28.5 | 114 | الانضمام لمجموعة لختم القرآن بإرسال أجزاء محددة من القرآن يومياً. |
| 14.0 | 56 | توظيف الوسائط المتعددة (multimedia) لسهولة وجاذبية عرض النص القرآني بأحكام التجويد |

أوضحت عينة الدراسة من خلال بيانات الجدول رقم (15) كيفية تشكيل تطبيقات شبكات التواصل آلية للمساعدة على القراءة الصحيحة للقرآن أو المعاونة على حفظه، حيث ترى نسبة لا بأس بها (44.3%) أن ذلك يكون من خلال الانضمام لمجموعة (group) لتلاوة وتحفيظ القرآن وفق أحكام القراءة الصحيحة أو من خلال اتاحة آيات القرآن بالقراءات المختلفة لكبار المقرئين (40.8%) ، ويرى (28.5%)

أن ذلك يكون من خلال الانضمام لمجموعة لختتم القرآن في فترة زمنية محددة، بإرسال أجزاء من القرآن يومياً للأعضاء، وأخيراً بتوظيف الوسائط المتعددة Multimedia لسهولة وجاذبية عرض النص القرآني بأحكام التجويد (14%)، وهذه البدائل والنسب تشير لأهمية دور شبكات التواصل بتطبيقاتها المختلفة في المعاونة على القراءة الصحيحة لأيات القرآن أو حفظه، وهذا دور ديني مهم يتطلب التوظيف الأمثل له حتى تكون هذه المنصات معاونة على خدمة الدين وليس العكس.

13- اتجاهات الجمهور نحو توظيف الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة: لقياس اتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن وعلوم الدين طرح على المبحوثين عشرون عبارة، عشرة عبارات منها تحمل مضمون التوظيف الإيجابي، وعشرة عبارات أخرى تحمل مضمون التوظيف السلبي، وحدد المبحوثون درجة قبول أو رفض كل عبارة على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (16)

اتجاهات الجمهور العربي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم وعلومه

جدول (16) اتجاهات الجمهور نحو توظيف الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة

| الاستجابة | الانحراف المعياري | المتوسط المرجح | معرض بشدة | | متوازن | | محايد | | مواقف | | مواقف بشدة | | م |
|------------|-------------------|----------------|-----------|----|--------|-----|-------|-----|-------|-----|------------|-----|---|
| | | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| مواقف | 0.992 | 3.55 | 3.5 | 14 | 9 | 36 | 33.8 | 133 | 36.5 | 146 | 17.3 | 69 | كرد الجمهور بالمعلومات والتوجيهات التي تقدمها المواقع الاجتماعية في إتقان الوحي النبوي الشريف |
| مواقف | 0.683 | 4.09 | - | - | 0.8 | 3 | 17 | 68 | 55 | 220 | 27.3 | 109 | ويمكن من خلاله حمل هواتفنا بأحدث ترقية وحداثة تكنولوجية |
| محايد | 1.324 | 2.90 | 6.3 | 25 | 35 | 140 | 29.8 | 119 | - | - | 29 | 116 | مضبوطة كثيرة الوقت وتؤدي إلى تضييق الكثير من الوقت من القرآن والسنة |
| مواقف | 0.915 | 3.88 | 3.3 | 13 | 2.5 | 10 | 21.8 | 87 | 48.5 | 194 | 24 | 96 | أثارت المجال اللاهوتي إلى الله وتشرع تعليم الإسلام والتواصل مع الآخرين مسلمين وغير مسلمين باختلاف أديانهم وأجناسهم ولديهم |
| محايد | 1.381 | 2.75 | 2.3 | 9 | 42.8 | 171 | 18.8 | 75 | - | - | 36.3 | 145 | أثرت إلى فقدان العلاقات الاجتماعية بسبب الاستغراق الشديد في الشبكات والتفرغ والرؤى |
| محايد | 1.086 | 3.01 | 13 | 52 | 12 | 48 | 43.8 | 175 | 23.8 | 95 | 7.5 | 30 | غيرت شبكات التواصل الاجتماعي من سلوكي ويمكن العجفي وحفظي |
| مواقف | 0.825 | 3.88 | 0.5 | 2 | 5.5 | 22 | 21.5 | 86 | 51 | 204 | 21.5 | 86 | توفر للمستخدمين فرص الحوار وتبادل المعلومات الدينية من خلال المواقع الاجتماعية والأدوية |
| محايد | 1.114 | 3.29 | 2.8 | 11 | 56.3 | 225 | 24.8 | 99 | - | - | 16.3 | 65 | تتيح بعض منصات مواقع شبكات التواصل الاجتماعي إلى النظر والتعب والتخريف والتطويع والتطويع الفكري |
| محايد | 1.306 | 2.92 | 1.5 | 6 | 47.8 | 191 | 21.5 | 86 | - | - | 29.3 | 117 | تكون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي أحياناً مجالاً حقيقياً للتقارب والتعاون |
| مواقف | 0.734 | 4.11 | - | - | 3.3 | 13 | 12.3 | 49 | 54.8 | 219 | 29.8 | 119 | لها دور في نشر الفحص القرآني وإزالة الأجزاء الخاطئة في القرآن |
| مواقف | 0.905 | 4.05 | 1.5 | 6 | 4.5 | 18 | 16 | 64 | 43.5 | 174 | 34.5 | 138 | يمكنها خدمة القرآن وتعليمه جعل مجموعة (groups) لحفظ وتكثيف القرآن الكريم |
| محايد | 1.170 | 3.26 | 4.8 | 19 | 52.3 | 209 | 25 | 100 | - | - | 18 | 72 | تستفيد أحياناً من مزايا إيجابياتها وإرساءها للدين |
| محايد | 1.168 | 3.20 | 4 | 16 | 49 | 196 | 28.2 | 113 | - | - | 18.8 | 75 | كرواج المعتقد والأفكار الباطلة، وتكثير القيم القاسية |
| مواقف بشدة | 0.628 | 4.29 | - | - | - | - | 9.5 | 38 | 52.5 | 210 | 38 | 152 | تحمل المحتوى الذي أكثر جانبية وتكثير |
| محايد | 1.176 | 3.00 | - | -- | 46 | 184 | 31 | 124 | - | - | 23 | 92 | توفر هذه المواقع البيئة المناسبة لنشر المعلومات الدينية غير الصحيحة والأخبارات الضعيفة والمضطربة |
| مواقف | 0.960 | 3.58 | 3 | 12 | 6 | 24 | 40.3 | 161 | 32.0 | 128 | 18.8 | 75 | تساهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في تجميع السموراة المنطوية |
| مواقف | 0.757 | 3.91 | - | - | 1.8 | 7 | 28.5 | 114 | 47.3 | 189 | 22.5 | 90 | أثارت المكافحة تجاهل الجمهور مع الرسائل الدينية والمشاركة في صنعها |
| محايد | 1.256 | 2.99 | 2.3 | 9 | 45.5 | 182 | 26.5 | 106 | - | - | 25.8 | 103 | تتمثل مجالاً حقيقياً لأعضاء على المكافحة الفكرية بنشر رسائل حافسة |
| محايد | 1.128 | 3.24 | 2.5 | 10 | 53.8 | 215 | 26.5 | 106 | - | - | 17.3 | 69 | سبباً في التقليل الرويكية والفرح في المحطرات التي تعطي |
| مواقف | 1.219 | 3.08 | 3 | 12 | 46.8 | 187 | 27.8 | 111 | - | - | 22.5 | 90 | الحدود الدينية والأخلاقية |
| مواقف | 0.23 | 3.45 | 3 | 12 | 46.8 | 187 | 27.8 | 111 | - | - | 22.5 | 90 | سأصحت على تنامي موقف الشباب الإنكرونية وسببت سبل ارتكابها الاجتماعي |

وفقاً لمجموع الدرجات التي حصل عليها كل مبحوث على العبارات المذكورة في الجدول رقم (16) تم تصنيف شدة الاتجاه نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (17):

جدول رقم (17)

شدة الاتجاه نحو توظيف الفيسبوك وغيره من المواقع في خدمة القرآن والعلوم الدينية

| شدة الاتجاه | التكرار | النسبة |
|-------------|---------|--------|
| إيجابي | 263 | 65.7% |
| محايد | 89 | 22.3% |
| سلبي | 48 | 12% |
| الإجمالي | 400 | 100.0% |

توضح بيانات الجدول رقم (17) أن النسبة الأكبر من مفردات الدراسة (65.7%) لديهم اتجاه إيجابي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة، وهناك (22.3%) اتجاههم محايد، بينما (12%) فقط اتجاههم سلبي، وهذه النسب تعطي مؤشرات واضحة لجدوى التواصل من خلال الشبكات الاجتماعية لدى الجمهور، وللمكانة التي تحظى بها، وإيمانهم بدورها وتأثيرها الذي من المهم توظيفه فيما ينفع الناس ويخدم دينهم ودنياهم، بدلاً من استغلالها في نشر الغلو والتطرف والإساءة للدين.

14- الدافع لنشر أو تلقي المواد الدينية على الفيسبوك:

جدول (18)

الدافع لنشر أو تلقي المواد الدينية على الفيسبوك

| الدافع لنشر أو تلقي المواد الدينية على الفيسبوك | التكرار | النسبة % |
|---|---------|----------|
| التثقيف الديني | 203 | 50.8% |
| التقرب الى الله | 170 | 42.5% |
| تعزيز مكانة الدين في نفوس الآخرين | 110 | 27.5% |
| تصحيح المعلومات خاطئة | 77 | 19.3% |
| كل ما سبق | 40 | 10% |

يتضح من بيانات الجدول رقم (18) أن نصف العينة تقريباً (50.8%) تمثل دافعهم لنشر أو تلقي المواد الدينية على الفيسبوك في التثقيف الديني، وهذه النسبة تشير لأهمية الفيسبوك وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الثقافة الدينية، وهذا إذا أحسن استخدامهم، للتعريف بعلوم الفقه والعقيدة والدعوة ونشر الاخلاق، وبالتالي تتحقق المعرفة والوعي والفهم الصحيح للدين. ويرى (40.5%) ان الدافع هو التقرب إلى الله، بينما يرى (27.5%) أن الدافع هو تعزيز مكانة الدين في نفوس الآخرين، ثم تصحيح المعلومات الخاطئة (19.3%).

وتقاربت نتائج دراستنا إلى حد كبير مع نتائج دراسة (شريطي 2012) (54) في دوافع الاستخدام الديني للفيديو حيث اشارت نتائجها إلى أن الدوافع هي الدعوة الدينية، والتثقيف وزيادة الرصيد المعلوماتي في الدين، والتذكير من خلال الآيات القرآنية والاحاديث، وتعزيز الايمان بالله، وانتظار المكافأة من الله، وتقاربت نتائج هذه الدراسة أيضاً مع نتائج دراسة (ابو اليزيد 2008) (55) التي توصلت إلى أن أهم الدوافع هي البحث عن المعلومات ثم التعلم والتثقيف، بينما أشارت نتائج عدة دراسات (الشهري 2012) (56)، (زموري وبغدادى 2005) (57)، (Niemz and Others) (58) إلى أن الدافع الديني لم يكن بارزاً لدى مستخدمي الفيديو.

15-تقييم عينة الدراسة لموقع الفيسبوك كوسيط في تناول الموضوعات والقضايا الدينية:

جدول رقم (19)

تقييم موقع الفيسبوك في تناول الموضوعات والقضايا الدينية

| التقييم | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| مقبول | 190 | 47.5% |
| جيد | 105 | 26.3% |
| ممتاز | 75 | 18.8% |
| ضعيف | 30 | 7.5% |

جاء تقييم الجمهور لموقع الفيسبوك كوسيط في تناول الموضوعات والقضايا الدينية تقييماً إلى حد ما مرضياً، حيث يرى (47.5%) أنه مقبول، ويرى (26.3%) أنه جيد، ويرى (18.8%) أنه ممتاز، وهي نسب تدل على أهمية الدور الديني لهذا الموقع، هذا الدور الذي ينبغي حسن توظيفه لخدمة علوم الدين حتى لا يساء استخدامه من قبل من يشوهون ويحرفون الدين، مستغلين ضعف الثقافة الدينية لدى الكثيرين، من أجل تحقيق مصالحهم، والاضرار بالعقيدة الاسلامية، وتشويه صورة المسلمين.

16-الجوانب الإيجابية لموقع الفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل في تناول الموضوعات لدينية:

جدول رقم (20)

الجوانب الإيجابية لموقع الفيسبوك وغيره من المواقع في تناول الموضوعات الدينية

| النسبة % | التكرار | الجوانب الإيجابية |
|----------|---------|---|
| 35.5 | 142 | إمكانية وسهولة التواصل مع الدعاة المستنيرين |
| 35.3 | 141 | تعدد المشاركين باختلاف تخصصاتهم وانتمائهم |
| 32.8 | 131 | كثرة التطبيقات وتنوعها |
| 29.3 | 117 | اتساع الوقت المخصص للمناقشات |
| 27.5 | 110 | البساطة والوضوح في تناول ليناسب جميع الفئات |

وفقاً لبيانات الجدول السابق يتضح أن هناك العديد من الايجابيات للاستخدام الديني للفيسبوك كمجال عام، تمثلت في إمكانية وسهولة التواصل مع الدعاة المستنيرين (35.5%)، وبنسبة مقاربة جداً (35.3%) تعدد المشاركين باختلاف تخصصاتهم وانتمائهم، ثم كثرة التطبيقات وتنوعها (32.8%)، ثم اتساع الوقت المخصص للمناقشات، واخيراً البساطة والوضوح في التناول ليناسب جميع الفئات، وهذه الايجابيات التي اشارت إليها عينة الدراسة لا تنفصل عن اهتمامات واحتياجات المجتمع الذي يقوم على أسس دينية صحيحة، وهذا يستلزم أن يتسابق المستخدمون في توظيف أكبر قدر من مميزات وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي التي هي قنوات تواصل بين المجتمعات الالكترونية، ومنابر لعرض الافكار والرؤى وتكوين تجمعات الكترونية، لنشر مجالات الثقافة الدينية والدعوية والفكرية لصالح تحقيق التوظيف الامثل لهذه الشبكات لخدمة علوم الدين المختلفة ، ومواجهة كل من يسعى للنيل منه وتشويهه.

ونتفق في نتائج دراستنا مع نتائج دراسة (المسبار 2015) (59) في أنه بفضل شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت النقاشات الدينية نقاشات مفتوحة في ظل مساحة الحرية المتوافرة في المجال العام الافتراضي في موضوعات دينية عدة، و اشارت دراسة (الطيار 2014) (60) إلى أن من أهم الاثار الايجابية لشبكات التواصل أنها تعلم أموراً جديدة، وتتيح مساحة للتعبير بحرية عن الرأي، كما أنها تنشر الفضيلة (الشويقي 2003) (61).

17- سلبيات الاستخدام الديني لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (21)

الجوانب السلبية لموقع الفيسبوك وغيره من مواقع التواصل في تناول الموضوعات الدينية

| النسبة % | التكرار | الجوانب السلبية |
|----------|---------|---|
| 51.5% | 206 | يدس البعض أفكاراً لنشر التطرف |
| 50.7% | 203 | عدم توثيق المعلومات الدينية |
| 13% | 52 | غياب المشاركات الهادفة |
| 4.8% | 19 | استخدام لغة عالية، ولكنها شديدة التعقيد |

على الرغم من ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي إلا أن لها العديد من السلبيات والعواقب على المجال العام، فقد يتعرض الجمهور لأفكار تتعارض مع القيم والاعراف، وأيضاً قد تؤدي الى نشر التفاسير الخاطئة وتحريف الدين والغلو والتطرف، حيث توضح بيانات الجدول رقم (21) أن أبرز سلبيات شبكات التواصل من وجهة نظر عينة الدراسة هو أن يدس البعض أفكاراً لنشر التطرف (51.5%) ، وعدم توثيق المعلومات الدينية (50.7) ، وغياب المشاركات الهادفة (13%) ، واستخدام لغة عالية ولكنها شديدة التعقيد (4.8%)، بالإضافة لسلبيات اخرى جاءت

بنسب أقل مثل نشر القصص المكذوبة والاحاديث الموضوعية، ونشر الفتاوى التي تدعو للفتنة والشذوذ الفكري.

وتتفق نتائج دراستنا مع نتائج عدة دراسات سابقة فيما يتعلق بوجود سلبيات لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث اشارت نتائج هذه الدراسات الى أنه من أبرز السلبيات أنها تؤدي للإهمال في الشعائر الدينية، وتمكن من اجراء علاقات غير شرعية (الطيار 2014)⁽⁶²⁾، وأنها وسيلة لإضعاف القيم الاسلامية وتعزيز الرزيلة (الشويقي 2003)⁽⁶³⁾، وتؤدي أيضاً لزعة العقائد والاساءة للدين، وتروج لأفكار باطلة (الشيخ 2016)⁽⁶⁴⁾، والبعد عن الحياة الاجتماعية والواقعية (محفوظ 2016)⁽⁶⁵⁾، (Kraut and others 2000)⁽⁶⁶⁾، كما أنه من الصعوبة التحقق من صحة المعلومات وهوية اصحابها (Khan 2014)⁽⁶⁷⁾، هذا بالإضافة الى المشاكل الاجتماعية والاخلاقية التي تنتج عن استخدامها (بن عون 2016)⁽⁶⁸⁾، (ساري 2005)⁽⁶⁹⁾، (Kraut 2004)⁽⁷⁰⁾، (عبيدات 2003)⁽⁷¹⁾، (الخليفي 2002)⁽⁷²⁾، (Nie and Erbing 2000)⁽⁷³⁾.

ثانياً: نتائج اختبارات صحة الفروض:

الفرض الأول: والذي ينص على: توجد علاقة ارتباطية دالة بين كثافة استخدام موقع الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم وعلومه.

جدول رقم (22)

العلاقة بين كثافة استخدام الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل في خدمة القرآن الكريم علومه

| المتغيرات | ن | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | قيمة ر | القيمة المعنوية | مستوى الدلالة |
|-----------------|-----|-----------------|-------------------|--------|-----------------|---------------|
| كثافة الاستخدام | 400 | 4.4161 | 1.26767 | 0.211 | 0.007 | دال عند 0.01 |
| الاتجاهات | | 68.9350 | 9.52458 | | | |

يتضح من بيانات الجدول رقم (22) أنه توجد علاقة ارتباطية دالة بين كثافة استخدام موقع الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.211) عند قيمة معنوية بلغت (0.007)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى 0.01، وبالتالي يمكن القول بوجود علاقة ارتباطية طردية موجبة بدرجة ضعيفة بين كثافة استخدام موقع الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة، أي كلما زادت كثافة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي زاد معها الاتجاه الإيجابي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة والعكس صحيح، فالجمهور عادة عندما يكثف استخدامه لمواقع معينة فهذا يعني أنها تحظى بدرجة من الميل النفسي

والقبول والإيمان بدورها المهم نحو مستخدميها، سواء وظف هذا الدور في مجال علوم القرآن أو غيره، وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض الأول للدراسة.

الفرض الثاني: والذي ينص على "توجد علاقة ارتباطية دالة بين درجة ثقة الجمهور في الفيسبوك كمصدر للمحتوى الديني واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية."

جدول رقم (23)

العلاقة بين درجة الثقة في الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل في خدمة القرآن والعلوم الدينية

| المتغيرات | قيمة ر | القيمة المعنوية | الدلالة |
|---|--------|-----------------|--------------------|
| كثافة استخدام موقع الفيسبوك | 0.468 | 0.000 | دال عند مستوى 0.01 |
| اتجاهات الجمهور نحو توظيفه لخدمة القرآن والعلوم الدينية | | | |

يتضح من بيانات الجدول رقم (23) أنه توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة دالة احصائياً بدرجة متوسطة بين درجة ثقة الجمهور في الفيسبوك كمصدر للمحتوى الديني واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم وعلومه. حيث بلغت قيمة معامل ارتباط سبيرمان (0.468) عند قيمة معنوية (0.000)، وهي قيمة دالة احصائياً عند مستوى ثقة 0.001، وهذا يبين أنه كلما زادت الثقة في الفيسبوك زاد معها الاتجاه نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية بدرجة متوسطة والعكس صحيح، فالجمهور عادة لا يكون اتجاهات موجبة نحو وسائل أو وسائل إعلامية معينة إلا إذا كانت تحظى بدرجة ثقة لديه، وحال زيادة ثقته تزداد معها الاتجاهات الموجبة، وبالتالي يمكننا قبول صحة الفرض الثاني للدراسة.

الفرض الثالث: والذي ينص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور وفقاً لخصائصهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة.

جدول رقم (24)

الفروق بين عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم من حيث النوع واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة

| المتغيرات | ن | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الحرية | قيمة ت | القيمة المعنوية | الدلالة |
|-----------|-----|-----------------|-------------------|-------------|---------|-----------------|----------|
| ذكر | 222 | 69.3423 | 9.48349 | 398 | - 0.955 | 0.340 | غير دالة |
| أنثى | 178 | 68.4270 | 9.57797 | | | | |

يتضح من بيانات الجدول السابق أنه يمكن قبول الفرض الصفري الذي ينص

على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين حسب النوع واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة، حيث بلغت قيمة ت (-0.955) عند درجة حرية بلغت (398)، وقيمة معنوية (0.340)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (25)

الفروق بين عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم من حيث مستوى التعليم واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة

| التباين | مجموع المربعات | متوسط المربعات | درجة الحرية | قيمة ف | القيمة المعنوية | الدلالة |
|----------------|----------------|----------------|-------------|--------|-----------------|----------|
| بين المجموعات | 158.745 | 79.373 | 2 | 0.874 | 0.418 | غير دالة |
| داخل المجموعات | 36037.565 | 90.775 | 397 | | | |
| التباين الكلي | 36196.310 | | 399 | | | |

يتضح من بيانات الجدول رقم (25) أنه يمكن قبول الفرض الصفري الذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للمستوى التعليمي واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة، حيث بلغت قيمة ف (0.874) عند درجات حرية بلغت (2، 397، 399) وقيمة معنوية بلغت (0.418)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، وبالتالي يمكن قبول الفرض الصفري ورفض الفرض البديل.

جدول رقم (26)

الفروق بين عينة الدراسة وفقاً لخصائصهم من حيث السن واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة

| التباين | مجموع المربعات | متوسط المربعات | درجة الحرية | قيمة ف | القيمة المعنوية | الدلالة |
|----------------|----------------|----------------|-------------|--------|-----------------|----------|
| بين المجموعات | 351.467 | 175.733 | 2 | 1.946 | 0.144 | غير دالة |
| داخل المجموعات | 35844.843 | 90.289 | 397 | | | |
| التباين الكلي | 36196.310 | | 399 | | | |

تشير بيانات الجدول رقم (26) إلى أنه يمكن قبول الفرض الصفري الذي ينص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين وفقاً للسن واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة، حيث بلغت قيمة ف (1.946) عند درجات حرية بلغت (2، 397، 399) وقيمة معنوية بلغت (0.144) وهي قيمة غير دالة إحصائياً، لذا يمكن قبول الفرض الصفري ورفض الفرض البديل.

وبالتالي ومن نتائج الجداول الثلاثة السابقة يثبت عدم صحة الفرض الثالث للدراسة.

ثالثاً: نتائج الدراسة الكيفية: أ. نتائج دراسة مجموعات النقاش المركزة:

1-درجة الاستخدام الديني لشبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفيسبوك بصفة خاصة بين الاستخدامات الأخرى: كشف اعضاء مجموعات النقاش الثلاثة عن محدودية الاستخدام الديني لشبكات التواصل الاجتماعي، حيث عادة تستخدم للتواصل مع الآخرين وبناء الأفكار والمعرفة بالأحداث اليومية، وأيضاً للتسلية والترفيه، ولكن بجانب ذلك هم حريصون على التفاعل يومياً مع المحتويات الدينية، وإن لم يكن هي السبب الرئيسي للاستخدام.

ويمكن تفسير ذلك لوجود وتعدد مصادر المعرفة الدينية التقليدية التي قد تخطى بمعدلات ثقة اعلى لدى الجمهور، هذا برغم ما تتمتع به هذه الشبكات من سهولة وسرعة في المعرفة، وجاذبية جعلت الاستخدام اليومي لها أمراً ضرورياً لدى الكثيرين، وهذا يؤكد ضرورة التكامل بين مصادر المعرفة التقليدية والاعلام الإلكتروني للاستفادة من مكانة هذه الشبكات لدى مستخدميها في خدمة علوم الدين.

2-الدور الديني التكويني الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي كمجال عام: حرصت الباحثة على التعرف على وجهة نظر اعضاء مجموعات النقاش في الدور التكويني الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي كمجال عام، من منطلق أن التكوين والبناء من أهم مراحل تكوين المجتمع والمحافظة عليه، وإذا كان لشبكات التواصل دور قوى في عملية التكوين والبناء، فإن هذا يعنى إن كنا بحاجة للوقاية والعلاج من التأثيرات السلبية للمؤثرات الخارجية، فإنها ستكون بدرجة ليست بالكبيرة.

وأوضح أعضاء مجموعات النقاش أن لشبكات التواصل من خلال التطبيقات والروابط والفيديوهات وغيرها دوراً تكوينياً متمثلاً في الحث على اقامة الصلوات في اوقاتها، والتذكير بقراءة القرآن الكريم والاذكار الصباحية والمسائية والدعاء، والتأكيد على الالتزام بالفرائض والسنن، وغرس روح التعاون والتكافل الاجتماعي بين افراد المجتمع، وتعزيز مفهوم الصدق والأمانة، وتأسيس أدب الاختلاف والحوار، ومناقشة القضايا المعاصرة وفق رؤية اسلامية، والتأكيد على الانفتاح الواعي على خبرات الآخرين، وتنمية القدرة على التفكير لدى افراد المجتمع، وهي كلها أدوار ايجابية تؤكد أهمية حسن التوظيف الديني لهذه الشبكات.

3-الدور الديني الوقائي والعلاجي الذي يمكن أن تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي كمجال عام: أشار أعضاء مجموعات النقاش الى أن شبكات التواصل يمكن أن يكون لها دور وقائي وعلاجي، متمثلاً في أن تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على الثقافة الاسلامية، وأن تحذر من مخاطر الاستخدام السلبي لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة، وترسخ قيم تقبل الآخر، وتركز على دور الاخلاق في حماية المجتمع، وتنمي الدافعية للعمل الجماعي والتطوعي، وتصحح الافكار المتناقضة مع عقيدة الاسلام، وتقدم أنماطاً

سوية للسلوك والعادات، وهي أيضاً أدوار ايجابية تبرز أهمية هذه الشبكات، وأهمية توظيفها لخدمة الدين بعلومه المختلفة.

4- ايجابيات وسلبيات الفيسبوك وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات والقضايا الدينية: الايجابيات: بسؤال أعضاء مجموعات النقاش عن ايجابيات الفيسبوك وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي في تناول الموضوعات والقضايا الدينية، أشاروا إلى أنه له العديد من الإيجابيات هي:

- يمكن استخدامه في نشر الوعي والثقافة الدينية، على أن يتولى هذا الدور هيئات دينية متخصصة.

- سهولة التواصل مع رجال الدين الثقات من خلال الصفحات الخاصة بهم.

- سهولة امداد المستخدمين بالمعلومات الدينية في أي وقت وأي مكان، وبأي لغة.

- من خلال تطبيقاته المختلفة يمكن تقديم آلية بحث في النص القرآني لغير الناطقين بالعربية تم استخدامها بما ينشده من سور وآيات وكلمات، مع ترجمة لما يبحث عنه من كلمات ومعاني في السياقات القرآنية المختلفة.

- توظيف الوسائط المتعددة لجذب أكبر عدد من المستخدمين.

- التوسع في استخدام الموبايل جعل من السهولة استخدام تطبيقات وروابط الفيسبوك وشبكات التواصل الاجتماعي في قراءة القرآن والتنبيه بأذكار الصباح والمساء وغيرها من الاستخدامات الدينية.

- نشر النصوص والصور والمقاطع الصوتية للدعاة الوسطيين، الذين يحثون على القيم الدينية ومكارم الاخلاق.

كما أشاروا إلى أنه له العديد من السلبيات هي:

- سهولة استغلال البعض له لنشر الأفكار المتطرفة والدعوة للتعصب.

- عدم توثيق المعلومات الدينية، وعدم متابعة ما ينشر من قبل الهيئات الدينية الموثوق فيها كالأزهر الشريف وغيره.

- سهولة استغلاله في تحريف القصص القرآنية والأحاديث النبوية دون رقيب.

- امكانية نشر الفتاوى المغلوطة من خلاله.

- قد يستخدمه المغرضون دون رقيب لتشويه صورة الإسلام.

5-درجة الثقة في الفيسبوك وغيره من شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمحتوى الديني:

اتفقت مجموعات النقاش على أن هناك درجة ثقة مرتفعة في الحسابات والصفحات الدينية الرسمية الموثقة، كذلك الصفحات الخاصة بكبار رجال الدين من الدعاة وغيرهم، أما الرسائل والصفحات والروابط العابرة العشوائية غير محددة المصدر وغير موثقة فهي قد تحظى بدرجة ثقة متوسطة وأحياناً لا تحظى بأي درجة من الثقة.

6-كيفية تنظيم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة: أوضح أعضاء المجموعات النقاشية أنه يمكن تحقيق ذلك من خلال:

-أن تكون هناك رقابة الكترونية تتولى حذف الصفحات التي تؤثر سلباً على الصورة الحقيقية للدين.

-أن يكون هناك ترخيص لعمل صفحات دينية، لتنظيم هذا الأمر المهم.

-فرض عقوبات على المخالفين غير الملتزمين المستغلين لشبكات التواصل في نشر الفكر المتطرف والإساءة للدين.

7-كيفية التوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي والفيسبوك تحديداً في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة: طرح أعضاء مجموعات النقاش بعض المقترحات لإمكانية التوظيف الأمثل لهذه الشبكات وهي:

- إطلاق المزيد من الصفحات والمجموعات الدينية التي توظف العناصر التكنولوجية من أجل تقديم رسالة يسهل من خلالها التواصل والتأثير في المتلقي، على أن يتولى كبار علماء الدين الثقات الإشراف والمراجعة للتحقق من المعلومات والتفاسير بعيداً عن الغلو والتطرف ونشر الأباطيل أو القصص المكذوبة والأحاديث الموضوعية.

- أن تكون هناك صفحات لكبار رجال الدين الوسطيين أو تكون تابعة لجهات دينية موثوق بها تجيب على تساؤلات الجمهور، وترد على الفتاوى الشاذة، مع إتاحة التفاعل مع المختصين في العلوم الدينية، حتى لا تكون شبكات التواصل الاجتماعي مجالاً خصباً لترويج الفتاوى المضللة، الخارجة عن أصول الدين.

- عمل المزيد من الصفحات للتذكير بالأدعية والأذكار اليومية.

- عمل تطبيقات للتذكير بقراءة القرآن، بتحديد أجزاء معينة منه للقراءة اليومية، مع استخدام فيديوهات تعليمية توضح كيفية القراءة وفق احكام التجويد.

- إتاحة روابط لكبار القراء وبمختلف القراءات.

- تنظيم مسابقات دينية عبر هذه الشبكات الاجتماعية في حفظ وتلاوة القرآن، وأيضاً في المعارف والعلوم الدينية المختلفة.
- إتاحة روابط للندوات والملتقيات الدينية التي يشارك فيها كبار علماء الدين.
- إتاحة نسخ الكترونية من القرآن تعرض الآيات صوتاً وصورة، لتسهيل حفظ وتلاوة القرآن، ونشرها على صفحات متخصصة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- أهمية توثيق المعلومات الدينية.

ب. نتائج المقابلات المتعمقة: طرح رجال الدين من خلال المقابلات المتعمقة ثلاثة سبل رئيسية لتحقيق الاستفادة والتوظيف الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي لخدمة علوم الدين:

أولاً: قيام رجال الدين بدورهم وواجباتهم ومسئولياتهم نحو المجتمع، بالتوجه لهذه المنصات لنشر الثقافة الدينية السليمة المعتدلة من خلال:

- الاهتمام بتأهيل وتدريب علماء الأزهر الشريف وغيرهم من علماء الدين المعتدلين على كيفية استخدام التطورات التكنولوجية الحديثة خاصة في مجال التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم وعلومه، ومواجهة كل ما من شأنه زعزعة القيم وثوابت الدين.

- لن يكون هناك دور حقيقي لشبكات التواصل الاجتماعي في خدمة الدين إلا باهتمام المؤسسات الدينية بهذه المواقع، وجعلها من الأولويات التي يعتمدون عليها في التوعية والدعوة إلى صحيح الدين.

- توعية المستخدمين بأهمية معرفة المصدر في أي معلومة دينية، حتى لا يتاح المجال للشك في مدى مصداقيتها، والمعلومات المجهلة لا يلتفتون إليها.

- تواصل علماء الأزهر الشريف وغيره من المؤسسات الدينية المعتدلة مع الجمهور من خلال الصفحات الرسمية، باعتبارهم المرجعية الدينية، لنبذ الفتن والفتاوى الضالة التي من شأنها تدمير الأمة، وعليهم أن يقوموا بنشر الأحاديث النبوية، والثقافة الدينية بين مستخدمي شبكات التواصل، واستقبال أسئلتهم والرد عليها، وذلك يمنحها مصداقية أكثر لكونها مؤسسات دينية يثق بها المستخدمون.

- عمل صفحات للتوعية الدينية تحت إشراف كبار علماء الدين لنشر علوم القرآن الكريم والعبارات الدينية وبعض الآيات القرآنية، لغرس الدين لدى المتلقين بشكل جذاب باستخدام الوسائط المتعددة، بتوظيف الصور والفيديوهات التي تعرض ندوات ولقاءات دينية مثمرة يحاضر فيها كبار العلماء.

- تعليم الناس صحيح الدين من خلال مؤسسات التنشئة المختلفة، حتى يمكنهم مواجهة الفكر المتطرف، وتهميش أي معلومات مضللة، فتكون الثقافة الدينية الحقيقية هي أقوى سلاح لمواجهة أي محاولات لاستغلال الدين.
- الانضمام لمجموعات للتذكير بالأدعية والأذكار اليومية حتى لا يكون الفيسبوك وغيره من شبكات التواصل مضيعة للوقت.
- إقامة مسابقات دينية عبر الفيسبوك وغيره من شبكات التواصل تحفز على حفظ القرآن وتنمية الثقافة الدينية.
- انشاء المؤسسات الدينية الوسطية لصفحات دينية عديدة لمواجهة التطرف والعنف، عن طريق الامداد بالمعلومات الدينية الصحيحة من خلال علماء دين متخصصين.
- بمراقبة وتحت إشراف نخبة من القراء والشيوخ والائمة يتم عمل مجموعات groups لقراءة تحفيظ القرآن الكريم، وتقديم التفاسير لآياته وشرح بعض اسباب النزول من خلال مصادر موثوقة، مع ذكر مصدر التفسير.
- تنظيم لقاءات تفاعلية بين الأفراد لتجويد القرآن، ويتم تحديد عدد الآيات اليومية من قبل الاعضاء، والحرص على المتابعة من قبل مشرفين من علماء الدين المتخصصين المعتدلين.
- نشر الأحاديث النبوية والفتاوي الصحيحة بهاشتاج، وتكون بشكل يومي.
- عمل هاشتاج يومي لأية قرآنية وربطها بالحياة اليومية، لكي يتعظ ويستفيد الناس في حياتهم اليومية من ربط الدين بالدنيا.

ثانياً: وجود رقابة أو إشراف على هذه المنصات:

- رصد الصفحات والمجموعات التي تدعي أنها دينية من قبل الجهات الرقابية، ومعرفة القائمين عليها وتوجهاتهم الدينية ومدى ايجابية دورهم لخدمة القرآن الكريم وعلوم الدين من عدمه، حتى لا تستغل في الإساءة للدين.
- أن تكون هناك رقابة إلكترونية تحجب الصفحات المتطرفة، والتي تؤثر سلباً على صورة الإسلام.
- أن يكون هناك تراخيص للصفحات والمجموعات الدينية، حتى لا يتم نشر أي معلومات دينية إلا بادلله من القرآن وتحت رعاية وإشراف هيئات دينية ومؤسسات رسمية منوط بها رعاية وحماية الدين، والمراقبة والمتابعة حتى لا يتم بث أفكار خاطئة.

ثالثاً: رصد خصائص شبكات التواصل وتوظيفها توظيفاً ايجابياً من خلال:

- استخدام الوسائط المتعددة لقدرتها على جذب الجمهور أكثر من النص، والعمل على نشر الروابط والنصوص والفيديوهات الخاصة بالقرآن الكريم وعلومه من مصادر موثوقة وموثقة ومعترف بها.

- عمل صفحات متخصصة على الفيسبوك تنشر كل يوم صفحة من صفحات القرآن الكريم حتى اكتماله ثم إعادته من جديد، مع عمل تطبيق على الماسنجر يرسل صفحة أو إثنتين يومياً فهذا يساعد على مداومة قراءة القرآن الكريم وبشكل فيه سهولة للفرد، وتحديث هذا التطبيق بإرسال آيات القرآن بالصوت إذا رغب الفرد في الاستماع إليها وليس قراءتها فقط.

- الانضمام لمجموعات لختم القرآن وذلك بإرسال أجزاء محددة من القرآن يومياً، ومن الممكن أن يقوم الفيسبوك على سبيل المثال بمجرد تسجيل الدخول بإرسال رسالة تذكيرية بالجزء المراد توصيله للمستخدم لكي يقوم بحفظه أو تلاوته، مع وجود فيديوهات تعليمية تشرح طرق القراءة الصحيحة وفق أحكام التجويد.

- عمل المزيد من التطبيقات تنشر فيديوهات خاصة بالقراءات المختلفة للقرآن بصوت كبار المقرئين للمساعدة على حفظ القرآن الكريم، مع عرض برامج تعليم التلاوة من أساتذة متخصصين في علم القراءات.

- عرض القصص القرآنية من خلال فيديوهات ميسرة للاستفادة منها.

- عمل تطبيقات لتيسير ترجمة القرآن ومعانيه للأجانب.

- أن تقوم الاذاعات والقنوات التليفزيونية المتخصصة في علوم الدين بإنشاء روابط لها على شبكات التواصل الاجتماعي، وبهذا تتاح على مدار اليوم القراءة الصحيحة للقرآن، مع تقديم المعرفة الدينية والمعلومات الموثقة من كبار الأئمة.

الخلاصة: سعت الدراسة الحالية للتعرف على اتجاهات الجمهور العربي من مستخدمي موقع الفيسبوك نحو كيفية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة، بهدف نشر علوم القرآن وتنمية الأخلاقيات الإيمانية داخل العالم العربي وخارجه، وذلك في ظل المكانة التي تحظى بها هذه الشبكات وانتشارها بما لها من ايجابيات يمكن توظيفها في خدمة علوم الدين والقيم والأخلاق، وإيضاً سلبيات تنتج عن الاستخدام غير الراشد لتلك الشبكات، واستغلال البعض لها لترويج أفكارهم ونشر التطرف والغلو باسم الدين، وذلك في إطار نظرية المجال العام حيث الفضاء المشترك، الذي يلتقي فيه أفراد المجتمع، لمناقشة الموضوعات وتبادل الآراء، والتوصل من خلال ذلك إلى تشكيل تفكير عام في هذه الموضوعات والقضايا، وتم تطبيق دراستين كيفية وكمية، اشتملت الدراسة الكيفية على ثلاث مجموعات نقاش مركزة من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، ومقابلات متعمقة مع عدد من رجال

الدين، وطبقت الدراسة الكمية الميدانية على عينة عمدية قوامها (400) مفردة من مستخدمي الفيسبوك، وذلك للكشف عن اتجاهات هؤلاء المستخدمين نحو امكانية توظيف مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة علوم الدين، وكيفية توظيفها لتحقيق هذا الدور في ظل تنامي تأثيراتها على معارف وأفكار وخبرات الجمهور.

ويمكننا استعراض أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة على النحو التالي:

-كشفت النتائج عن محدودية الاستخدام الديني لشبكات التواصل الاجتماعي، برغم ما تتمتع به هذه الشبكات من سهولة وسرعة في المعرفة، وجاذبية جعلت الاستخدام اليومي لها أمراً ضرورياً لدى الكثيرين، فالنسبة الأكبر من العينة ترى أنها تساهم الى حد ما في نشر المعرفة والثقافة الدينية، وذلك قد يعود لوجود وتعدد مصادر المعرفة الدينية التقليدية التي قد تخطى بمعدلات ثقة اعلى لدى الجمهور، خاصة أن مواقع شبكات التواصل تحظى بدرجة ثقة متوسطة بين النسبة الأكبر من العينة، وبصفة عامة هذه النسبة لا بأس بها في ظل تراجع معدلات الثقة في وسائل الاعلام التقليدية والجديدة، ويمكن من خلال معدلات الثقة المتوسطة تطوير وتحسين الاستخدام الديني لهذه المواقع، مما يؤدي الى ارتفاع معدلات الثقة للاستفادة منها في خدمة علوم الدين، حيث لن تأتي الاستفادة الحقيقية الا بتوفر درجة ثقة مرتفعة.

-النسبة الأكبر من عينة الدراسة لديهم اتجاه إيجابي نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة، وهذا يعطى مؤشراً واضحاً لتأثير مواقع هذه الشبكات ودورها الذي من المهم توظيفه لخدمة علوم الدين ونشر الفكر الصحيح بدلاً من استغلالها في نشر الغلو والتطرف والإساءة للدين.

- تطرح النتائج جملة من الايجابيات للفيسبوك وغيره من مواقع شبكات التواصل في تناول الموضوعات الدينية، في مقدمتها إمكانية وسهولة التواصل مع الدعاة المستنيرين، كثرة التطبيقات وتنوعها، تعدد المشاركين باختلاف تخصصاتهم وانتمائهم، حيث يتيح هذا المجال العام حرية للفرد في التعبير عن آرائه مهما اختلفت مع الآخرين، مع تجاهل المستوى الاجتماعي الاقتصادي للمشاركين في النقاش، الى جانب إمكانية طرح خطاب مبرر بالحجج والأدلة الاقناعية، وإتاحة فرص متساوية لجميع المشاركين، وهو ما يتوافق مع تصور هابرماس للمجال العام، وهذا يؤكد أهمية توظيف أكبر قدر من مميزات وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي لنشر مجالات الثقافة الدينية والدعوية والفكرية لصالح تحقيق التوظيف الامثل لهذه الشبكات لخدمة علوم الدين المختلفة، ومواجهة كل من يستغلها للإساءة للدين ونشر الفرقة والتطرف، خاصة أنه وكما أشارت عينة الدراسة هناك أيضاً العديد من السلبيات للاستخدام أو الاستغلال الديني لمواقع التواصل، في مقدمتها إمكانية أن يدس البعض أفكاراً لنشر التطرف، عدم توثيق المعلومات الدينية، إمكانية نشر الفتاوى المضللة من خلالها.

- ترى عينة الدراسة أن لشبكات التواصل من خلال التطبيقات والروابط والفيديوهات وغيرها دوراً تكوينياً متمثلاً في الحث على إقامة الصلوات في أوقاتها، والتذكير بقراءة القرآن الكريم والاذكار الصباحية والمسائية والدعاء، والتأكيد على الالتزام بالفرائض والسنن، وغرس روح التعاون والتكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وتأسيس أدب الاختلاف والحوار، ومناقشة القضايا المعاصرة وفق رؤية اسلامية، كما أن لها دوراً وقائياً وعلاجياً، متمثلاً في أن تحذر من أنماط السلوك الدخيلة على الثقافة الاسلامية، وأن تحذر من مخاطر الاستخدام السلبي لوسائل الاعلام التقليدية والجديدة، وترسخ قيم تقبل الآخر، وتصحح الافكار المتناقضة مع عقيدة الاسلام، وهي كلها أدوار ايجابية تبرز أهمية هذه الشبكات، وأهمية حسن توظيفها لخدمة الدين بعلومه المختلفة.

- كشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة بين كثافة استخدام موقع الفيسبوك واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم والعلوم الدينية المختلفة، فالجمهور عادة عندما يكثر استخدامه لمواقع معينة فهذا يعنى أنها تحظى بدرجة من القبول والميل النفسي والإيمان بدورها المهم نحو مستخدميها، وكشفت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية طردية موجبة دالة احصائياً بين درجة ثقة الجمهور في الفيسبوك كمصدر للمحتوى الديني واتجاهات الجمهور نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن الكريم وعلومه، فكلما زادت الثقة في الفيسبوك زاد معها الاتجاه نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة العلوم الدينية، بينما لم تكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور وفقاً لخصائصهم الديموجرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي) واتجاهاتهم نحو توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة القرآن والعلوم الدينية المختلفة.

- تكاملت رؤى الجمهور (عينة الدراسة الكمية والكيفية) مع رؤى رجال الدين في طرح تصور لكيفية التوظيف الأمثل لشبكات التواصل في خدمة العلوم الدينية المختلفة، التي هي بمثابة مجال عام يجتمع فيه الأفراد لتبادل الآراء والأفكار حول شؤون الدين والدنيا، وذلك من خلال الاستفادة من العناصر التكنولوجية والوسائط المتعددة في تقديم رسالة دينية معتدلة جاذبة يسهل من خلالها التواصل والتأثير في المتلقي، على أن يتولى كبار علماء الدين الثقافات الإشراف والمراجعة للتحقق من المعلومات والتفاسير بعيداً عن الغلو والتطرف، مع ضرورة قيام رجال الدين بدورهم وواجباتهم ومسئولياتهم نحو المجتمع، لنشر الثقافة الدينية المعتدلة من خلال هذه المواقع وجعلها من الأولويات التي يعتمدون عليها في التوعية والدعوة، مع الاهتمام بإعداد الكوادر الدينية بتأهيلهم وتدريبهم على كيفية استخدام التطورات التكنولوجية في مجال التواصل الاجتماعي، بحيث تكون هناك صفحات لكبار رجال الدين أو تكون تابعة لجهات دينية موثوق بها تجيب على تساؤلات الجمهور، حتى لا يترك هذا المجال العام المهم والمؤثر لمن يستغلونه بشكل سلبي في التأثير في الآخرين، وترويج الفتاوي

الخارجة عن أصول الدين، مع أهمية وجود رقابة إلكترونية أو إشراف على هذه المنصات للتصدي للتجاوزات، وتتولى حذف الصفحات التي تؤثر سلباً على الصورة الحقيقية للدين، وأن يكون هناك ترخيص لعمل صفحات دينية، لتنظيم هذا الأمر المهم، وفرض عقوبات على المستغلين لشبكات التواصل في نشر الفكر المتطرف والإساءة للدين، هذا بالإضافة لأهمية التكامل بين وسائل الإعلام التقليدي سواء الاذاعات أو القنوات التلفزيونية المتخصصة في علوم الدين، وأيضاً الصحف من ناحية ووسائل الإعلام الإلكتروني من ناحية أخرى، وذلك بإنشاء روابط للوسائل التقليدية على شبكات التواصل الاجتماعي، حتى تتاح على مدار اليوم المعرفة الدينية والمعلومات الموثقة من كبار الأئمة، مستخدمة إمكانات الإعلام الإلكتروني من وسائط متعددة جاذبة وتطبيقات وتفاعلية، لخدمة الرسالة الإعلامية المقدمة.

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يتضح أن شبكات التواصل الاجتماعي بمختلف مواقعها وتطبيقاتها التي تدرج تحت مسمى "الإعلام الاجتماعي"، تشكل وسيلة نموذجية وبعداً جديداً للعلاقة التقليدية بين الإعلام والدين، وذلك بالنظر إلى الطبيعة الجماهيرية لمستخدمي هذه المواقع من منظوري الكم ومستوى التفاعلية مع المحتوى المعروف، فعلى الرغم من أن العلاقة بين الإعلام والدين كانت موجودة ومتجسدة من قبل، إلا أن هذه الشبكات أعطت دفعاً قوياً لتؤكد محورية الاستخدام الديني بين الاستخدامات الأخرى، وأهميتها في التعريف بالدين كعقيدة وكنصر مهم في تكريس التواصل الثقافي، وأن هذا الاستخدام قد يوظف لخدمة الدين، وقد يعطى فضاءات جديدة للممارسات السلبية التي تستغل الدين لتحقيق أهدافها، مما يتطلب ضرورة الاهتمام بالتوظيف الأمثل لمواقع هذه الشبكات لخدمة العلوم الدينية المختلفة.

المراجع:

- 1- فوزي شريطي، الدين والاعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الثالث (الجزائر: جامعة الوادي، ديسمبر 2012). ص 145.
- السعيد بو معيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب: دراسة استطلاعية بمنطقة البلدة، رسالة دكتوراه، غير منشورة (جامعة الجزائر: كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006). ص 133.
- 2- قفة رواد التواصل الاجتماعي العرب (TNS)، وسائل التواصل الاجتماعي في العالم العربي، دبي 2015، available at: <http://www.arabsmis.ae>. visited in: 12/11/2016 (Online)
- 3- أيمن محمد عبد القادر الشيخ، فاعلية الإنترنت في إثراء الفكر الإسلامي (السودان: جامعة القرآن الكريم، كلية الدعوة والإعلام، 2016) available at: http://ashorooq.net/index.php?option=com_content&id=18690:2011-09-26-18-00-55&Itemid=33. visited in: 18/11/2016
- عزى عبد الرحمن، الإنترنت والشباب: دراسة قيمة، مؤتمر صحافة الإنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات (الامارات العربية المتحدة: جامعة الشارقة، كلية الاتصال، 2005). ص 176.
- 4- مركز المسبار للدراسات والبحوث، الدين ومناير التواصل الاجتماعي، الإصدار الشهري الثامن والتسعون لمركز المسبار للدراسات والبحوث، شريك اليونسكو في دعم الشباب وحوار الثقافات، فبراير 2015. (Online) available at: <http://www.almesbar.net/98-e>. visited in: 5/12/2016
- 5- محمد يونس، استخدام طلبة جامعة الإمارات العربية للإنترنت كمصدر للثقافة الإسلامية: دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 21 (الامارات العربية المتحدة: جامعة الشارقة، ابريل 2005) ص 461.
- 6- حسام تمام، مسار حركة الأديان في العالم: تأثيرات الإنترنت على الدين، 2013 (online) available at: <http://www.altasamoh.net/Article.asp?Id=636>. Visited in 25/1/2017
- 7- فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 13، العدد (16) (الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2014) ص 122
- 8- أبو زيد الشويقي، بعض المشكلات السلوكية المرتبطة باستخدام الإنترنت لدى الشباب السعودي، بحث في المؤتمر الرابع للشباب الخليجي، الديوان الأميري، الكويت، ديسمبر، 2003، ص 154.
- 9- مركز المسبار للدراسات والبحوث، الدين ومناير التواصل الاجتماعي، مرجع سابق.
- 10- السر على سعد، استخدامات الشباب المسلم لتطبيقات الإعلام الجديد، مجلة الوسيلة للعلوم والتكنولوجيا، المجلد (1)، العدد (1) (الخرطوم: كلية الوسيلة للعلوم والتكنولوجيا، 2017) ص 97.
- 11- المرجع السابق، ص 98.
- 12- فوزي شريطي، الدين والاعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، مرجع سابق، 146.
- 13- هناء كمال أبو اليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت، 2008 (Online) available at: <http://socio.montadarabi.com/t3513-topic>. visited in: 22/11/2016
- 14- حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، "الفيسبوك وتويتر نموذجاً: دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة ماجستير (المملكة العربية السعودية: جامعة الملك عبد العزيز، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، قسم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، 2012)، ص 211.
- زينب زموري وخيرة بغدادي، العلاقات العاطفية باستخدام الوسائل الإلكترونية بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الحقيقي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص بالملتقى الدولي الأول حول المجالات الاجتماعية في ظل التحولات السيسيوثقافية في المجتمع الجزائري، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2005، ص 210.

- Niemz, Katie, Mark, Griffiths and Phil , Banyrad, Prevalence of Pathological Internet Use Among University Students and Correlations with Self-Esteem, The General Health Questionnaire, **Cyber Psychology of Behavior**, vol. 8, No.6. 2005. p.p,562-570.
- 15-محمود أحمد الرجبي، اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية، رسالة ماجستير (جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، 2012). (Online) available at: http://takhatub.blogspot.ac/2009/12/blogpost_22.html visited in 24/2/2017
- 16-المرجع السابق.
- 17-Mark, M.Gray, Mary, L.Gauter, Catholic Media Use in the United States -16 2012, (online) available at:http://www.usccb.org/about/communications/upload/Catholic_New_Media_Use_in_United_States_2012.pdf. visited in: 22/11/2016
- فوزي شريطي ، الدين والإعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك، مرجع سابق، ص 151.
- 18-محمد بن صالح الخليلي، تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية، عالم الكتب، المجلد 2، العدد 5، 2002، ص ص 469-502.
- 19- بوالدي بن عون، الشباب بين الإعلام الجديد والقيم الدينية (الجزائر: جامعة الاغواط، 2016)، قاعدة بيانات المنهل،
- Al Manhal Collections (www.almanhal.com) - 01/11/2016 User: ecuc01 @ Al-Quds Open University. All right reserved. May not be reproduced in any form without permission from the publisher, except fair uses permitted under applicable copyright law.
- <http://platform.almanhal.com/Details/Article/72332>
- حلمي ساري، ثقافة الإنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي (الأردن: عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005)، ص 87.
- Kraut, Robert, The Internet and Social Participation Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis, 2004, (online) available at: http://jcmc.Indiana.edu/vol10/issue_1/shklovshi-kraut.html. visited in: 6/1/2017
- ذوقان عبيدات، الفضائيات والإنترنت معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيزاً للإيجابيات (الرياض: مكتب التربية العربي لدول الخليج، 2003) ص 92.
- Nie, Norman and Erbing, Lutz, Internet and Society: A preliminary Report. Stand ford Institute for the Quantitative study of Society, 2000. (Online) available at: <https://revues.univ-ouargla.dz/index.php/numero-05-ssh/1161-2013-05-21-11-09-42> visited in: 25/11/2016
- 20- رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي: دراسة ميدانية (المملكة العربية السعودية: جامعة الملك عبد العزيز، كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية، 2013) available at: (online) <http://dalva6848.blogspot.ac/2014/04/3.html> .visited in 5/12/2016
- 21-فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة الأخلاقي للشباب السعودي، مرجع سابق، 127.
- ريم عبود، استخدام طالبات الجامعة في كل من مصر وسوريا لشبكة الانترنت: دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2004)، ص 289.
- 22-أبو زيد الشويقي، بعض المشكلات السلوكية المرتبطة باستخدام الإنترنت لدى الشباب السعودي، مرجع سابق، ص 165.

- 23-أيمن محمد عبد القادر الشيخ، فاعلية الإنترنت في إثراء الفكر الإسلامي، مرجع سابق.
- 24-جدو ولد محفوظ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على الشباب الجامعي في موريتانيا ، قاعدة (الفيس بوك وتويتر نموذجاً): دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة نواكشوط بموريتانيا 2016 ، بيانات المنهل،
- Al Manhal Collections (www.almanhal.com) - 01/01/2017 User: ecuc01 @ Copyright © Dar Alsalam for Printing , Publishing , Distribution and Translation. All right reserved. May not be reproduced in any form without permission from the publisher, except fair uses permitted under applicable copyright law.
<http://platform.almanhal.com/Details/Article/104990>
- Vansoon, Michale, Facebook and the invasion of technological communities, New York .2010, available at:
<https://www.scripps.ohiou.edu/wjmcr/vol48/48.html>. Visited in 6/1/2017
- 25-Kraut ,R. Vick, Lndmark, and Others ”Asocial Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well Being “Journal Article Published in The American Psychologist, available at: [2000.http www.apa.org](http://www.apa.org) . Visited in 5/12/2016
- 26-أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية، المؤتمر العلمي السنوي الثالث المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر "الإعلام والأسرة وتحديات العصر" (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2009) ص ص 475-567.
- 27-جيهان حداد، المقاهي الإلكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد: دراسة انثروبولوجية. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير، غير منشورة، 2002، 169.
- 28- Bryant, J.A., Sanders, Jackson, A., & Malhwood, A.M.R, Image Text Messaging and Adolescent Social Networks, **Journal of Computer**, Vol.4, No.2, 2006, p232.
- 29-أيمن محمد عبد القادر الشيخ، فاعلية الإنترنت في إثراء الفكر الإسلامي، مرجع سابق.
- 30-أمل فتحي عثمان، المواقع الإسلامية على الإنترنت ودورها في نشر الدعوة الإسلامية: دراسة تقييمية، رسالة دكتوراه، (السودان: كلية الدعوة والإعلام جامعة القرآن الكريم، 2008) ص 193.
- 31-أيمن محمد عبد القادر الشيخ، فاعلية الإنترنت في إثراء الفكر الإسلامي، مرجع سابق.
- 32-رباب رأفت محمد الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي، مرجع سابق.
- 33-Fuchs· Christian، Social Media and the Public Sphere· University of Westminster, London, UK, christian.fuchs@uti.at, available at: <http://fuchs.uti.at>, visited in 11/12/2016.
- 34-Smuts, Lize-Marie , Social Networking Sites as a New Public Sphere : Facebook and Its Potential to Facilitate Public Opinion as The Function of Public Discourse – A Case Study of The 2008 Obama Campaign , Thesis (MPhil (Political Science))--University of Stellenbosch, 2010. ، قاعدة بيانات المنهل، Al Manhal Collections (www.almanhal.com) - 09/11/2016 User: ecuc01 @ Copyright. All right reserved. May not be reproduced in any form without permission from the publisher, except fair uses permitted under applicable copyright law.
<http://platform.almanhal.com/Details/Article/32709>
- 35- Moreira, Ana Maria & Others, E-Society and E-Democracy, Paper presented at the E Government-Symposium 2009, Berne, Switzerland In Cooperation between Amazee and IDHEAP, available at:
https://serval.unil.ch/resource/serval:BIB_AE2661B52DBA.P001/REF, visited in 12/12/2016.

- 36- Khan, Muhammad Zubair ,Revitalization of The Public Sphere: A Comparison between Habermasian and The New Public Sphere,Acta Universities Danubius Communication,Vol.8,No1,2014,pp41-57.available at:
<https://scu.rl.talis.com/items/70899400-8AA8-EAF8-0265-E9DED4F18B7D.htm>, visited in 11/12/2016.
- 37-Tufekci, Z. & Wilson, C. “Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square”, **Journal of Communication**, 2012, pp.1-17
- 38- Castells, Manuel, **Why Networks Matter, Network Logic: Who Governs in an Interconnected World?** (London: Demos, 2004) p70.
- 39- Sen, A. Fulya, The Social Media As A Public Sphere: The Rise of Social Opposition, International Conference on Communication, Media, Technology and Design, Turkey 09-11 May 2012, available at:
<http://www.cmdconf.net/2012/makale/92.pdf>, visited in 9/12/2016.
- 40 - Khan, Muhammad Zubair, **Op. Cit**, p45.
- 41- Habermas, Jurgen, **Structural Transformation of The Public Sphere: An Inquiry in To A Category of Bourgeois Society**, Translated by: Thomas Burger, Massachusetts Institute of Technology, 1989. P,88.
- 42- Salvatore, Armando, **The Public Sphere: Liberal Modernity, Catholicism, Islam**, New York, Palgrave Macmillan, 2007. P129.
- 43- Arendt, Hannah, **The human Condition, Chicago & London**, The University of Chicago press, 2nd edition, 1998.P, 165.
- 44- McKee, Alan, **The public sphere: an introduction**, Cambridge university press, 2005. P,95.
- 45- Smuts, Lize-Marie , Social Networking Sites as a New Public Sphere, **Op.Cit**.
- 46- فرج الكامل، **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها** (القاهرة: دار النشر للجامعات، 2011) ص133.
- (*) تم إجراء مقابلات متعمقة مع كل من:
- د. أحمد طلب الشريف وكيل أول وزارة ورئيس الإدارة المركزية للمنطقة الأزهرية بمحافظة المنيا.
- الشيخ صلاح عبد العزيز موجه عام بالمنطقة الأزهرية والمشرف العام على مدارس تحفيظ القرآن الكريم بمحافظة المنيا.
- الشيخ مصطفى راشد مدير عام المعهد الأزهرى بمحافظة المنيا.
- الشيخ بكر قطب محمد رئيس الجمعية الشرعية بمحافظة المنيا.
- الشيخ عبد العزيز محمد مدير عام بالمنطقة الأزهرية بمحافظة المنيا.
(**) السادة الأساتذة المحكمون:
- أ.د. وليد فتح الله بركات أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ.د. محمد المرسي أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ.د. هالة نوفل أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام- جامعة جنوب الوادي.
- أ.د. طه نجم أستاذ الإعلام بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- د. عادل فهمي أستاذ الإذاعة والتلفزيون المساعد كلية الإعلام-جامعة القاهرة.
47-مركز المسبار للدراسات والبحوث، الدين ومنابر التواصل الاجتماعي، **مرجع سابق**.
48- فوزي شريطي، الدين والإعلام الجديد، **مرجع سابق**، ص 134.
- 49-Mark, M.Gray , Mary, L.Gauter ,Catholic Media Use in the United States,**Op.Cit**.
- 50- فوزي شريطي، الدين والإعلام الجديد، **مرجع سابق**، ص 135.
- 51- السر على سعد، استخدامات الشباب المسلم لتطبيقات الإعلام الجديد، **مرجع سابق**، ص 97.

- 52-وفاء عبد الخالق ثروت، اعتماد الجمهور على التلفزيون المصري أثناء الازمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد السادس والعشرون، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، يناير – مارس 2006) ص 245.
- 53-ريباب رأفت الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، *مرجع سابق*.
- 54-فوزي شريطي، الدين والإعلام الجديد، *مرجع سابق*، ص 134.
- 55-هناء كمال أبو اليزيد، الآثار النفسية والاجتماعية لتعرض الجمهور المصري لشبكة الإنترنت، *مرجع سابق*.
- 56-حنان بنت شعشوع الشهري، أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية، *مرجع سابق*، ص 218.
- 57-زينب زموري وخيرة بغدادي، العلاقات العاطفية باستخدام الوسائل الإلكترونية بين المجتمع الافتراضي والمجتمع الحقيقي، *مرجع سابق*، ص 232.
- 58- Niemz, Katie, Mark, Griffiths and Phil , Banyrad, Prevalence of Pathological Internet Use Among University Students and Correlations with Self-Esteem, *Op,Cit,p565*.
- 59-مركز المسابر للدراسات والبحوث، الدين ومنابر التواصل الاجتماعي، *مرجع سابق*.
- 60-فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة الأخلاقي للشباب السعودي، *مرجع سابق*، ص 166.
- 61-أبو زيد الشويقي، بعض المشكلات السلوكية المرتبطة باستخدام الإنترنت لدى الشباب السعودي، *مرجع سابق*، ص 134.
- 62-فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة الأخلاقي للشباب السعودي، *مرجع سابق*، ص 167.
- 63-أبو زيد الشويقي، بعض المشكلات السلوكية المرتبطة باستخدام الإنترنت لدى الشباب السعودي، *مرجع سابق*، ص 132.
- 64-أيمن محمد عبد القادر الشيخ، فاعلية الإنترنت في إثراء الفكر الإسلامي، *مرجع سابق*.
- 65-جدو ولد محفوظ، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية على الشباب الجامعي في موريتاني، *مرجع سابق*.
- 66- Kraut, R. Vick, Lndmark, and Others, Asocial Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well Being, *Op.Cit*.
- 67- Khan, Muhammad Zubair, Revitalization of The Public Sphere, *Op.Cit,p49*.
- 68-بودالي بن عون، الشباب بين الإعلام الجديد والقيم الدينية، *مرجع سابق*.
- 69-حلمي ساري، *ثقافة الإنترنت: دراسة في التواصل الاجتماعي* (الأردن: عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2005) ص 156.
- 70-Kraut, Robert, The Internet and Social Participation Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis, *Op.Cit*.
- 71-ذوقان عبيدات، الفضائيات والإنترنت معالجة السلبيات لدى الناشئة تعزيزاً للإيجابيات، *مرجع سابق*، ص 98.
- 72-محمد بن صالح الخليلي، تأثير الإنترنت في المجتمع، *مرجع سابق*، ص 469-502.
- 73-Nie, Norman and Erbing, Lutz, Internet and Society *Op.Cit*.