

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

كلية أصول الدين

أئمة مساجد ولاية قسنطينة والمواقع الإسلامية

- دراسة في الاستخدامات والإشباع -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام الإسلامي

إشراف الدكتور:

أحمد عبدلي

إعداد الطالب:

عادل المانع

لجنة المناقشة

رئيساً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ. د عبد الله بوجلال
مُقرراً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ محاضر قسم أ-	د. أحمد عبدلي
عضواً مناقشاً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ.د بو بكر عواطي
عضواً مناقشاً	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة	أستاذ محاضر قسم أ-	د. نور الدين سكال

جامعة الأميرة الأميرة
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
العلوم الإسلامية

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى تيجان الرأس.. أبي وأمي..
وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا
وإلى الروح الزكية لشقيقيّ الحبيبين.. محمد الشريف وابراهيم..
عليهما من الله الرحمة والرضوان
وإلى قرة العين... زوجتي
وأبنائي الأعتزاء... ريجان وابراهيم ومصعب وضياء
وإلى عائلة المانع المحترمة.. وخاصة إخوتي وأخواتي وأسرههم الأعتزاء
وإلى أهلنا في غزة الصمود...
وإلى كل من دافع عن هذا الدين ونافع عنه...
إلى كل هؤلاء... لكم مني كل التقدير والاحترام.

عادل

شكر وعرفان

الحمد لله رب العالمين

روى أحمد في مسنده والترمذي في سننه من حديث أبي سعيد الخدري،
أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «مَنْ لَمْ يَشْكُرِ النَّاسَ لَمْ يَشْكُرِ
اللَّهُ».

فأتقدم بالشكر الجزيل لكل من له عليّ فضل؛ من علم منحني إياه
-أساتذتي الكرام- أو دعاء خصني به أو نصيحة أسداها لي، ولكل من
ساهم في إثراء هذا البحث؛ برأي أو توجيه أو فكرة أو بيان.
وأخص بالذكر أستاذي القدير الدكتور: أحمد عبدلي، الذي كان نعم
الناصح الأمين.

ثم الشكر موصول لشقيقتي الأستاذة: المانع حبيبة، ولصديقي الوفي:
منصف فلاح، الذين رافقاني في البحث من بدايته إلى منتهاه.

دون أن أنسى السيدين: كمال بلكاملة ومحمد بولقرون، مسؤولي
مكتب الجمعيات الدينية لدى مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية
قسنطينة على التسهيلات التي قدماها للبحث.

فَاللَّهُمَّ جاز الجميع عني خير الجزاء.

عادل

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

مقدمة

مستثمرين في ذلك شبكة الإنترنت عن طريق المواقع الإسلامية التي عرفت انتعاشا وتكاثرا، وسجلت لنفسها حضورا بدا محتشما، لكنه سرعان ما تحسن شكلا ومضمونا وأصبحت متميزة بخدماتها التي توفرها لزوارها وبغزارة المادة العلمية مع زيادة الضبط وجودة الإخراج، في صفحات باتت تعرض رسالة الإسلام في شكلها الواضح البسيط.

وهي المهمة ذاتها المنوطة بإمام المسجد الناجح، فهو واحد من أولئك الدعاة القائمين على أمر الله تعالى في أرضه، الداعين لرسالة الإسلام بين خلقه، وبما أن الدعوة الإسلامية ليست مقصورة على كلمة تقال في اجتماع أو من على منبر فحسب، ولكنها تربية وتعليم وتخطيط لتقوية الدين وتنظيم وأمر ونهي وبيان ومجادلة بالحسنى وطرق لكل باب وتسخير لكل وسيلة مشروعة ومخاطبة لكل الناس، فكان جديرا به أن لا يترك وسيلة لعرض دعوته وكسب الأنصار لها إلا استعملها، والمواقع الإلكترونية الإسلامية خير ما يستعان به في هذا العصر، فقد أتاحت للدعاة مجالات خصبة للدعوة الإسلامية في كل قوايلها وبأساليب سهلة وشيقة وتفاعلية.

وفي هذا السياق جاء البحث ليسلط الضوء على الإمام وعلاقته بالمواقع الإلكترونية الإسلامية، في محاولة لرصد نظرية الاستخدامات وإشباع الرغبات على أئمة مساجد ولاية قسنطينة - كعينة للدراسة- اتجاه مختلف المواقع الإسلامية، محولا الإجابة عليه خلال البحث في مقدمة وثلاثة فصول وخاتمة.

عالج الفصل الأول موضوع الدراسة وخلفيتها النظرية في مبحثين: المبحث الأول: موضوع الدراسة في ستة مطالب؛ إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهداف الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة ومفاهيم الدراسة والدراسات السابقة. المبحث الثاني: الخلفية النظرية للدراسة في ثلاثة مطالب؛ مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع وعناصرها ثم الانتقادات الموجهة للنظرية والردود عليها ثم استخدام الإنترنت مقارنة نظرية.

الفصل الثاني عالج العمل الدعوي المسجدي والمتغير الإعلامي الاتصالي في مبحثين: المبحث الأول: الإنترنت والمواقع الإلكترونية الإسلامية في أربعة مطالب؛ الإنترنت: تعريفها ومراحل تطورها والإنترنت والويب والمواقع الإلكترونية الإسلامية: تعريفها وخصائصها ووسائل الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت. المبحث الثاني: الاستخدامات الدعوية للإمام عبر المواقع الإلكترونية الإسلامية في سبعة مطالب؛ الثابت والمتغير في الخطاب المسجدي والدعوة والتعليم عن بعد والبت الحي للجمعات والدروس والمحاضرات والمحاذثة عن طريق السكايب والباتوك والوسائط التواصلية ومواجهة الشبهات والافتراءات على الإسلام والمسلمين والتوجيه والنصح والإفتاء ونشر الإسهامات الدعوية.

الفصل الأول

موضوع الدراسة وخلفيته النظرية

1-1 موضوع الدراسة:

1-1-1 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

يعد الإنترنت ظاهرة عالمية وحضارية ومن الوسائل التقنية التي سجلت حضورا وشغلت حيزا في عالم اليوم، سيما وأنها قربت المسافات بين الدول والشعوب حتى أضحت العالم غرفة واحدة، فمن

خلالها تُبثُّ الأفكار والمعلومات والثقافات والمعارف الإنسانية المختلفة وتوجه للملايين الذين يستخدمونها على مدار اليوم والساعة، ومما يزيد من أهميتها أنها صارت ساحة للفكر والحوار ونشر الخبرات والتجارب المتشابهة منها والمتباينة.

كما فتحت هذه الشبكة العنكبوتية آفاقاً جديدة للدعوة الإسلامية ومجالات متعددة للعمل الإسلامي عن طريق المواقع الإسلامية وغيرها، واستغلالها في الدعوة أصبح ضرورة ملحة على المسلمين كافة وعلى الدعوة إلى الله خاصة وفي مقدمتهم أئمة المساجد، فالمسجد مؤسسة اجتماعية دينية ذات أهمية بالغة، ودور ريادي في ترسيخ مبادئ الدين الحنيف، ورسالة المسجد عظيمة ودورها فاعل في إصلاح الحي الذي يكون فيه وإصلاح أبناء المجتمع بشكل عام، والذي يتسنى هذا الدور العظيم هو إمام المسجد.

فالإمامة رتبة عالية ندب الشارع أن يختار لها أكفأ الموجودين قراءة لكتاب الله وفقهاً في الدين، كما يعد الإمام رجل إعلام ودعوة ومن قادة الرأي العام في المجتمع سواء عن طريق منبر الجمعة ودروس الفقه والعقيدة والحديث وعلوم القرآن وغيرها من شرائع وشعائر، أو عن طريق منبر الإنترنت وما أتاحه لرجل الدعوة من فضاءات افتراضية ومواقع إسلامية تتيح له نشر جهوده الدعوية وتبليغ الرسالة الإسلامية صحيحة ناصعة نقية من شوائب الجهل والتحريف والغلو، ومعالجة مختلف قضايا المسلمين في ضوء تعاليم الدين الحنيف مراعيًا في ذلك حال الجمهور ومستواه الثقافي والعمرى والاجتماعي.

فأصبح من الأهمية بمكان معرفة إن كانت هناك علاقة تربط رجل الدعوة ممثلاً في الإمام بالمنتج الحضاري (الإنترنت) من خلال المواقع الإسلامية كفضاءات افتراضية وتفاعلية تخدم الدعوة الإسلامية، ومعرفة طبيعة هذه العلاقة أن وجدت؛ بتحديد عادات وأنماط هذا الاستخدام والإشباع المحققة منه، ففي هذا السياق جاءت دراستنا لتسلط الضوء على علاقة أئمة مساجد قسنطينة بالمواقع الإلكترونية الإسلامية من خلال التساؤل الرئيس التالي:

- ما هي استخدامات أئمة مساجد قسنطينة للمواقع الإلكترونية الإسلامية وما هي

الإشباع المحققة من خلالها؟

ويتفرع التساؤل الرئيس إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي عادات استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما هي أنماط استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما هي الإشباع التي يحققها الأئمة من خلال تصفحهم للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟

• هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيرات: السن، المستوى العلمي، والوضعية الوظيفية في ظاهرة استخدامات الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية وإشباعاتهم المحققة منها.

1-1-2 أهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن إنجازها فيما يلي:
- التعرف على عادات استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية من حيث توزيعاته الزمنية (ساعات، فترات، أيام...).
- التعرف على أنماط استخدام الأئمة للخدمات المتاحة في المواقع الإسلامية (محادثة، تنزيل الملفات، أسئلة، تعليق...).
- التعرف على الإشباعات التي تحققها المواقع الإسلامية للإمام من حيث: تدعيم ثقافته ومعلوماته والتواصل مع العلماء ومحدثتهم في قضايا النوازل والاطلاع بأحوال المسلمين في العالم ومواكبة آخر الإصدارات العلمية والشرعية والتمكن من مختلف تقنياتها كالوسائط الاتصالية ومظاهر تفاعله في الفضاء الافتراضي بينه وبين العلماء وطلبة العلم.
- التعرف على الإشباعات التي تحققها المواقع الإسلامية للعمل الدعوي من خلال تدعيم الإمام بالمادة الدعوية كالخطب والفتاوى والدروس والملتقيات والندوات التي تعينه في عمله الدعوي في المسجد وربط واقع افتراضي بينه وبين جمهور الناس ورواد المساجد في عملية تفاعلية تمكنه من مراعات حال الجمهور في مخاطبته ومعالجة مشاكله وترتيب أولوياته الخطائية.
- بالإضافة إلى تمكين الطالب من إجراء بحوث علمية ميدانية قصد التحكم في خطوات البحث العلمي.

1-1-3 أسباب اختيار الموضوع:

يُعد اختيار موضوع قابل للدراسة العلمية من أصعب ما يواجه الطالب، فقد يكون الاختيار لأسباب ذاتية كالرغبة في تجسيد فكرة ما، كما قد يكون لأسباب يفرضها الواقع الاجتماعي فتكون بمثابة دوافع محفزة لذلك، وفي هذا البحث توجد عدة أسباب دفعت الطالب لاختيار هذا الموضوع قصد دراسته يمكن تلخيصها في النقاط الآتية:

1-1-3-1 أسباب موضوعية:

• إن موضوع وسائل الاتصال بصورة عامة وموضوع الإنترنت بصفة خاصة من المواضيع الهامة التي تستحق الدراسة والبحث، فبالإضافة لكونها مسابرة لروح العصر فهي دائما متجددة خاصة في هذه الحقبة التي تشهد تطورات عديدة في تكنولوجيا الاتصال، وعرفت شبكة الإنترنت استعمالا واسعا على مستوى الأفراد والمؤسسات، وبالتالي فإنه من الأهمية بمكان أن نعرف هذه التقنية ونحاول فهمها ومن ثمّ توظيفها، خدمة للدعوة الإسلامية.

• الرغبة في رصد أنماط تفاعل الأئمة مع المواقع الإلكترونية الإسلامية التي تعرف مزيجا من التلون المذهبي ومحاولة كل موقع استقطاب أكبر عدد من الزوار.

• كون الإمام رجل دعوة يحتاج في تبليغ رسالته إلى مراعاة حال الجمهور الذي يتوجه إليه بالخطاب وتسخير ماتوصل إليه العلم الحديث في عالم المعلوماتية وخاصة المواقع الإلكترونية الإسلامية لخدمة الإسلام والمسلمين.

• كما يمكن ان يسهم البحث في الرقي بدور الإمام في تبليغ رسالة المسجد على ضوء المنتج الحضاري الخاص بالمعلوماتية والاتصال وتسخيرهم خدمة لدين الله تعالى وتنوير الراي العام الوطني والدولي برسالة الإسلام.

1-1-3 أسباب ذاتية:

• كون الطالب في تخصص الإعلام الإسلامي والذي يعني بدراسة الإمام كرجل إعلام يقوم بالاتصال الجماهيري من خلال خطب الجمعة ودروس الوعظ والإرشاد وضرورة توفر خطابه على كل العناصر الاقناعية حتى تصل رسالته الدعوية في صورتها الواضحة والبسيطة إلى رواد المساجد والى الناس كافة مستعينا في ذلك بالتطور التكنولوجي الإعلامي والاتصالي.

1-1-4 أهمية الدراسة:

تواجه مجتمعاتنا الإسلامية تحديات داخلية وخارجية تحتاج فيها للتوجيه والترشيد أكثر من حاجتها للغذاء والدواء وهو الدور المنوط بمختلف المؤسسات التوجيهية في المجتمع وعلى رأسها المسجد، فأول عمل قام به رسول الله صلى الله عليه وسلم حين وطعت قدماه المدينة المنورة هو بناء المسجد ايدانا منه بالمكانة الرفيعة للمسجد في الإسلام، ولاتقتصر أهمية المسجد على إقامة الشعائر التعبديّة فحسب بل في المسجد تأسست الدولة الإسلامية وتكون المجتمع الإسلامي الذي حمل أعباء الرسالة وانطلق بها إلى مشارق الأرض ومغاربها ففتح الله به البلاد وقلوب العباد، وكان رسول الله صلى الله عليه وسلم يقضي فيه جل وقته إماما

ومعلما وداعيا إلى الله وقاضيا وقائدا لمسيرة العمل الإسلامي، ووالداعية الناجح لا يترك وسيلة لعرض دعوته وكسب الأنصار لها إلا استعملها، وهو يستفيد من كل ما أتيح له من وسائل حديثة، ومن مستجدات العصر في الدعوة إلى الله؛ فهو يدعو عبر القنوات الفضائية، وعن طريق شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وكل ما يُستجد من وسائل وتقنيات حديثة، ولا يحصر نفسه في دائرة ضيقة من الوسائل، مع الحفاظ على ثوابت الدعوة وأصولها.

فموضوع البحث يكتسي أهمية كبيرة ذلك أنه يهتم بـ:

المسجد: إن الرسالة المنوطة بالمسجد عظيمة جدا وحتى يؤديها تامة غير منقوصة لا بد أن تتوفر الظروف المناسبة وتبعد كل المعوقات التي ما انفكت تعترض طريق المسجد منذ زمن طويل ولا يتسنى ذلك إلا إذا رجعت للمسجد مكانته ومصداقيته وسلطانه مستعينا بتكنولوجيا الاتصال الحديثة متمثلة في الإنترنت عن طريق المواقع الإسلامية، ومما يعطي موضوع البحث أهمية كذلك انه يعني بـ:

الإمام: ذلك أنه في نظر عموم الناس عالما، وأن علمه هو الذي أهله لأن يكون إماما، والإمامة شرفا عظيما للإمام لكنها في الوقت ذاته مسؤولية كبيرة في الدنيا والآخرة، وعليه ان يستنفذ جهده لإبلاغ رسالة الخالق للخلق فهو من ورثة الانبياء وهو المبلغ عن ربه وكل افعاله وأقواله محل اقتداء من طرف جمهوره، ورسالته تشمل جمهور المسجد كما تشمل كل من يمكنه دعوته من غير رواد المساجد سواء كان مسلما أو غير مسلم، وعليه فالإمام في حاجة إلى مواصفات نفسية وسلوكية راقية إلى جانب علم غزير وثقافة واسعة وفهم دقيق لواقع الناس محيطا بجميع المعارف والعلوم التي تؤهله للقيام بوظيفة الإمامة ومن تلك العلوم التي لا غنى للإمام عنها في هذا العصر هو عالم الإنترنت من خلال المواقع الإلكترونية الإسلامية بما تحويه من مادة علمية ودينية متنوعة وغزيرة.

المواقع الإلكترونية الإسلامية: التي تعتبر رافدا جديدا من روافد المعرفة العصرية والتواصل الاجتماعي، والتي اختصرت الأزمنة وتجاوزت الحدود والعقبات كي توصل المعلومة المرغوب فيها في أزمنة قياسية وبدقة متناهية، كما وفرت إلى جانب المعلومة المقروءة والمسموعة والسمعية بصرية خدمات أخرى تفاعلية أثرت الحقل الدعوي ديناميكيا ونقلته من حالة الجمود إلى الحركية والانتعاش وهو الدور الذي ينبغي على الإمام الاضطلاع به وتجيده في حقل الدعوة الإسلامية.

1-1-5 مفاهيم الدراسة:

يعد تحديد المفاهيم والمصطلحات في أي دراسة، مطلباً أساسياً من خلاله يتوضح بيان المعنى المراد من اللفظ المدروس، بما ينفي عنه التباين والتأويل والتفسير الذي قد يتعدى المراد الحقيقي لصاحبه،

فالتحديد يتوخى تبين مجموعة الصفات والخصائص المحددة للموضوعات التي ينطبق عليها اللفظ تحديداً يكفي لتميزها عن الموضوعات الأخرى¹.

تعالج الدراسة المفاهيم التالية: الإمام، المسجد، المواقع الإلكترونية الإسلامية.

1-1-5-1 الإمام:

- تعريف الإمام لغة:

يقول الفيروزآبادي: (هو ما أئتمَّ به من رئيس أو غيره)⁽²⁾

ويقول ابن منظور: (الإمام كل من أئتم به قوم كانوا على الصراط المستقيم أو كانوا ضالين.. والجمع: أئمة، وإمام كل شيء قيّمه والمصلح له، والقرآن إمام المسلمين، وسيدنا محمد رسول الله - صلى الله عليه وسلم - إمام الأئمة، والخليفة إمام الرعية، وأمت القوم في الصلاة إمامة، وأئمتهم به: اقتدي به. والإمام: (المثال، وإمام الغلام في المكتب ما يتعلمه كل يوم، وإمام المثال ما امتثل عليه، والإمام: الخيط الذي يُمدُّ على البناء فيبنى عليه ويسوى عليه ساف البناء..)⁽³⁾. وقال الجوهري في (الصحاح): (الأئمة بالفتح القصد، يقال: أمّه وأمه وتأممه إذا قصده)⁽⁴⁾. إلى غير ذلك من المعاني المقاربة.

وللمذكر والمؤنث جمعه أئمة وأئمة: من يؤتم به أي يقتدى به، ما يمثل عليه المثال⁽⁵⁾

ومن جميع ما سبق نلاحظ تقارب مدلول هذه الألفاظ عند أصحاب اللغة.

الإمام في الإصطلاح:

أما من حيث الاصطلاح: فقد عرفها العلماء بعدة تعريفات، وهي وإن اختلفت في الألفاظ

فهي متقاربة في المعاني، ومن هذه التعريفات ما يلي:

¹ صلاح إسماعيل، «دراسة المفاهيم من زاوية فلسفية». إسلامية المعرفة، العدد 8، أفريل 1997م، ص 10.

² مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزآبادي، القاموس المحيط، ط5، 1996م، مؤسسة الرسالة، بيروت، تحقيق مكتب تحقيق التراث في مؤسسة الرسالة، ص 1392.

³ جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، ج7، ط1، 2005، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ص 23، 24.

⁴ إسماعيل بن حماد الجوهري، تاج اللغة وصحاح العربية، تحقيق: أحمد عبد الغفور عطار، دار العلم للملايين، بيروت لبنان، ط3، 1404هـ=1984م، 1865/5.

⁵ المنجد في اللغة العربية والاعلام، ط40، دار المشرق، بيروت، 2003م، ص 17.

ما ذكره الماوردي حيث قال: (الإمامة موضوعة لخلافة النبوة في حراسة الدين وسياسة الدنيا)(1). ويقول إمام الحرمين الجويني: (الإمامة رياسة تامة، وزعامة عامة، تتعلق بالخاصة والعامة في مهمات الدين والدنيا)(2).

أما العلامة ابن خلدون فيعرفها بقوله: (هي حمل الكافة على مقتضى النظر الشرعي في مصالحهم الأخروية والدينيوية الراجعة إليها، إذ أحوال الدنيا ترجع كلها عند الشارع إلى اعتبارها بمصالح الآخرة، فهي في الحقيقة خلافة عن صاحب الشرع في حراسة الدين وسياسة الدنيا به)(3).

والإمامة نوعان⁴: كبرى وصغرى.

فالكبرى: هي إستحقاق تصرف عام على الأنام أي على الخلق، أو هي رياسة عامة في الدين والدنيا خلافة عن النبي صلى الله عليه وسلم قال الإمام الماوردي في الأحكام السلطانية: الإمامة موضوعة لخلافة النبوة في حراسة الدين وسياسة الدنيا، وتعيين الإمام واجب شرعي من أهم الواجبات باتفاق العلماء⁵.

وأما الإمامة الصغرى: فهي إمامة الصلاة وهي ارتباط صلاة المؤتمر بالإمام. وقد زاد بعضهم⁶ نوعاً ثالثاً، فقال تطلق كلمة الإمام في الإصطلاح على أحد ثلاثة: الخليفة أو رئيس الدولة، ومن يتقدم الناس في الصلاة، والإمام الذي يقتدى به.

ويضم سلك الأئمة في القانون الجزائري أربع (04) رتب⁷:

رتبة الإمام المعلم (رتبة آيلة إلى الزوال)، ورتبة إمام مدرس، ورتبة إمام أستاذ، ورتبة إمام أستاذ رئيسي.

¹ أبي الحسن علي بن محمد بن حبيب البصري البغدادي الماوردي، الأحكام السلطانية، دار الكتب العلمية، بيروت لبنان، ص5.

² أبو المعالي عبد الملك بن عبد الله الجويني، غياث الأمم في التياث الظلم، تحقيق: عبد العظيم الديب، ط2، 1401هـ، ص22.

³ عبد الرحمن بن محمد بن خلدون، مقدّمة ابن خلدون، دار الجيل، بيروت، ص211.

⁴ وهبة الزحيلي، الفقه الإسلامي وأدلته، ط2، دار الفكر، دمشق، 1985م، ص173.

⁵ وهبة الزحيلي، المرجع نفسه، ص173.

⁶ عبد العزيز بن محمد العيلاني، إمامة المسجد فضلها وأثرها في الدّعوة، دارالراية للنشر والتوزيع، الرياض، 1414هـ، ص23.

⁷ الجريدة الرسمية، العدد 73، رئاسة الحكومة، «مرسوم تنفيذي 08-411 مؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1429 هـ الموافق لـ 24 ديسمبر سنة 2008م، يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف»، صص، 26-37.

ويكلف الأئمة على اختلاف رتبهم بجملة من المهام نذكر أهمها:

- إمامة الصلوات وإلقاء دروس الوعظ والإرشاد.
- إصلاح ذات البين بين الأفراد عندما يطلب منهم ذلك.
- الحفاظ على النظام داخل المسجد وإبعاده عن كل نشاط خارج الإطار الديني.
- محاربة الآفات الاجتماعية.
- تعليم القرآن الكريم للكبار والصغار.
- إعداد الخطب المنبرية وترقيتها.

- تعريف الإمام إجرائياً: يقصد بالإمام في موضوع البحث هو ذلك الشخص المعين رسمياً من وزارة الشؤون الدينية والأوقاف بالمسجد لإمامة الناس في صلاة الجماعة وإلقاء خطبة الجمعة ودروس الوعظ والإرشاد، سواء كان موظفاً بصفة رسمية أو متطوعاً، بغض النظر عن المؤهل العلمي المتحصل عليه.

1-1-5-2 المسجد:

المسجد لغة: الموضع الذي يسجد فيه، ثم اتسع المعنى إلى البيت المتخذ لاجتماع المسلمين لأداء الصلاة فيه، قال الزركشي: (ولما كان السجود أشرف أفعال الصلاة لقرب العبد من ربه اشتق اسم المكان منه ف قيل مسجد، ولم يقولوا مركع، ثم إنَّ العرف خصص المسجد بالمكان المهيأ للصلوات الخمس حتى يخرج المصلى المجتمع فيه للأعياد ونحوها فلا يعطى حكمه)⁽¹⁾.
والمسجد : جمع مساجد: جبهة الرجل لأنها تصيب الأرض عند السجود، والمسجد: جمع مساجد: الموضع الذي يسجد فيه، كل موضع يتعبد فيه⁽²⁾

قَالَ سَيِّوَيْهِ: وَأَمَّا الْمَسْجِدُ فإِذَا جَعَلُوهُ اسْمًا لِلْبَيْتِ. وَقَالَ ابْنُ الْأَعْرَابِيِّ: مَسْجِدٌ، يَفْتَحُ الْجَيْمُ، مَجْرَابُ الْبُيُوتِ؛ وَمُصَلَّى الْجُمَاعَاتِ مَسْجِدٌ، بِكَسْرِ الْجَيْمِ، وَالْمَسَاجِدُ جَمْعُهَا، وَالْمَسَاجِدُ أَيْضاً: الْأَرَابُ الَّتِي يُسْجَدُ عَلَيْهَا وَالْأَرَابُ السَّبْعَةُ مَسَاجِدُ. وَيُقَالُ: سَجَدَ سَجْدَةً وَمَا أَحْسَنَ سَجْدَتَهُ أَي هَيْئَةَ سُجُودِهِ. قَالَ الْجَوْهَرِيُّ: قَالَ الْفَرَّاءُ كُلُّ مَا كَانَ عَلَى فَعَلٍ يَفْعُلُ مِثْلَ دَخَلَ مَدْخَلًا وَهَذَا مَدْخَلُهُ، إِلَّا أَحْرَفًا مِنَ الْأَسْمَاءِ أَلْزَمُوهَا

¹ محمد بن عبد الله الزركشي، إعلام الساجد بأحكام المساجد، ط2، دار الكتاب المصري ودار الكتاب اللبناني، القاهرة، 1410هـ=1989م، ص28.

² المنجد في اللغة العربية والأعلام، ط40، 2003م، دار المشرق، بيروت، لبنان، ص321.

كَسَرَ الْعَيْنَ، مِنْ ذَلِكَ الْمَسْجِدِ وَالْمَطْلِعِ وَالْمَغْرِبِ وَالْمَشْرِقِ وَالْمَسْتَقِطِ وَالْمَفْرِقِ وَالْمَجْزِرِ وَالْمَسْكِنِ وَالْمَرْفِقِ مِنْ رَفَقَ يَرْفُقُ وَالْمُنْبِتِ وَالْمُنْسِكِ مِنْ نَسَكَ يَنْسِكُ، فَجَعَلُوا الْكَسَرَ عَلَامَةً لِإِسْمِ، وَرُبَّمَا فَتَحَهُ بَعْضُ الْعَرَبِ فِي الْإِسْمِ.

قال أبو إسحاق: السُّجُودُ عِبَادَةٌ لِلَّهِ لَا عِبَادَةٌ لِأَدَمَ لِأَنَّ اللَّهَ، عَزَّ وَجَلَّ، إِنَّمَا خَلَقَ مَا يَعْقِلُ لِعِبَادَتِهِ. وَالْمَسْجِدَ وَالْمَسْجِدَ: الَّذِي يُسْجَدُ فِيهِ، وَفِي الصَّحَاحِ: وَاحِدُ الْمَسَاجِدِ. وَقَالَ الزَّجَّاجُ: كُلُّ مَوْضِعٍ يُتَعَبَّدُ فِيهِ فَهُوَ مَسْجِدٌ [مَسْجِدٌ]، أَلَا تَرَى أَنَّ النَّبِيَّ، صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: «جُعِلَتْ لِي الْأَرْضُ مَسْجِدًا وَطَهْرًا»¹. وَقَوْلُهُ عَزَّ وَجَلَّ: ﴿وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ مَنَعَ مَسَاجِدَ اللَّهِ﴾².

والمسجد والمسجد: الذي يسجد فيه، وفي الصحاح: واحد المساجد، قال ابن الأعرابي: مسجد: محراب البيوت، ومصلى الجماعات مسجد، والمساجد جمعها³.

وَقِيلَ فِي قَوْلِهِ تَعَالَى: ﴿وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ﴾⁴، أَرَادَ أَنَّ السُّجُودَ لِلَّهِ، وَهُوَ جَمْعُ مَسْجِدٍ كَقَوْلِكَ ضَرَبْتُ فِي الْأَرْضِ. أَبُو بَكْرٍ: سَجَدَ إِذَا انْحَى وَتَطَامَنَ إِلَى الْأَرْضِ. وَأَسْجَدَ الرَّجُلُ: طَأْطَأَ رَأْسَهُ وَانْحَى، وَعَيْنٌ سَاجِدَةٌ إِذَا كَانَتْ فَاتِرَةً. وَالْإِسْجَادُ: إِدَامَةُ النَّظَرِ مَعَ سُكُونٍ؛ وَفِي الصَّحَاحِ: إِدَامَةُ النَّظَرِ وَإِمْرَاضُ الْأَجْفَانِ⁵.

ويُعدُّ المسجد المكان الذي يجتمع فيه المسلمون بغض النظر عن اختلاف ألوانهم وأجناسهم، فهم جميعاً يقفون صفواً واحداً للصلاة أمام الله سبحانه وتعالى⁶.

¹ رواه البخاري، كتاب التيمم، ح ((335)) 126/1، وكتاب الصلاة، باب ((قول النبي صلى الله عليه وسلم: جعلت لي الأرض مسجداً وطهوراً)) ح ((438)) 158/1، ومسلم في كتاب المساجد ح ((523)) 371/1.

² سورة البقرة، الآية: 114.

³ ابن منظور، المرجع السابق، ج2، ص 598.

⁴ سورة الجن، الآية: 18.

⁵ ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، ج3، ط 3، بيروت، دار صادر، 1414هـ، ص 204-205.

⁶ نبيل محمد توفيق السمالوطي، الدين والبناء الاجتماعي، ج 2، ط 1، دار الشروق للطباعة، جدة، المملكة العربية السعودية، 1981م، ص43.

وهناك مقاييس ترتيب المساجد لعمارتهما الوظيفية¹.

مساجد أثرية، مساجد وطنية، مساجد محلية.

وينظم المسجد المحلي كما يأتي²:

أ - مسجد محلي جامع تقام فيه صلاة الجمعة.

ب - مسجد محلي لا تقام فيه صلاة الجمعة.

لا تدرج المصليات في هذا التنظيم.

فالمصليات «هي الأماكن التي تقام فيها الصلاة بمبادرة فردية أو جماعية، أو بعبارة الإدارة ضمن

المباني العامة أو الخاصة أو أماكن العمل تحت مسؤولية الإدارة المعنية بالتنسيق مع نظارة الشؤون

الدينية، وتعمل وفق النظام الداخلي للمسجد ولمؤسسته»³.

ويصنف المسجد أثريا أو وطنيا أو محليا باعتبار مساحة قاعة الصلاة وقدرة الاستيعاب وقيام

صلاة الجمعة فيه واحتوائه على قاعة صلاة للنساء وأخرى للنشاطات الثقافية ومدرسة قرآنية⁴.

أما تعريفنا الإجرائي للمسجد:

هو المكان أو المبنى الذي يقيم فيه المسلمون صلاتهم، سواء تمت أشغاله أو لم تتم، على أن لا

يكون مصلى وأن تقام فيه صلاة الجمعة.

1-1-3-5-1 المواقع الإلكترونية الإسلامية:

تعريف الموقع لغة:

¹ الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 33، الصادرة بتاريخ: 19 محرم 1420هـ الموافق ل 5 ماي 1999م، قرار وزاري مشترك مؤرخ في 24 ذي الحجة عام 1419 الموافق 10 أبريل سنة 1999، يتضمن الخريطة المسجدية.

² المادة 9 من القرار الوزاري نفسه.

³ الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 20، الصادر بتاريخ، 16 شوال 1411هـ الموافق ل 1 ماي 1991م، قرار رئاسة الحكومة، «مرسوم تنفيذي رقم 91-81 مؤرخ في رمضان عام 1411هـ الموافق ل 23 مارس 1991م يتعلق ببناء المسجد وتنظيمه وتسييره وتحديد وظيفته».

⁴ المادة 11، 12، 13، 14 من القرار الوزاري السابق.

الموقع والموقعة: موضع الوقوع، حكي الأخيرة اللحياني، وقال الليث، الموقع موضع لكل واقع، تقول: إن هذا الشيء ليقع من قلبي موقعا، يكون ذلك من المسرة والمساءة¹

هي عبارة عن مجموعة من الموضوعات والملفات الموجودة على خادم الويب. - وهو أيضا عبارة عن مساحات الكترونيه يتم شرائها من قبل الشركات المتخصصة في ذلك المجال

- وهو يعد وسيلة مملوكة للجهة التي تتولى الإنفاق عليه وبذلك يصبح وسيلة لخدمة مصالح هذه الجهة التي تتولى الإشراف عليه².

مجموعة من الصفحات المرتبطة والتي يمكن الوصول إليها من خلال عنوان خاص. وتتنوع المواقع بتنوع الجهات الراعية لها، خاصة وقد أصبح بإمكان أي شخص أو شركة أو غيرهما إنشاء ونشر مواقع تمثلهم على شبكة الإنترنت وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف المواقع إلى ثلاثة أنواع وهي:

مواقع شخصية: تكتسي حلة الشخص الذي تتحدث عنه، وتخدم توجهاته وأهدافه وتقدم لزائري الموقع تغطية لنشاطاته وأعماله، وتزودهم بالكثير من الروابط والعناوين المفيدة على صعيد الإهتمامات الشخصية

مواقع مؤسسية: وتندرج تحت هذا الصنف كل المواقع التجارية والترويجية التي تمثل جهة مؤسسة ما والأمثلة على هذه المواقع كثيرة (المواقع التعليمية، المواقع الإعلامية، المواقع التكنولوجية، ...).

المواقع البوابية: مواقع ضخمة لتضمين محركات بحث وفهارس للمواضيع والشركات إضافة إلى بعض التوجهات المؤسسية، كما تقدم الكثير من الخدمات الإعلامية³.

¹ جمال الدين إبي الفضل محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، ج5، ط1، 2005م، دار الكتب، بيروت، لبنان، صص، 368، 369.

² مدونة الكاتبة هبة حسين على الرابط:

<https://hebahusseinn.wordpress.com>

بتاريخ 2014/04/19م، على الساعة: 14: 06.

³ الرابط: <http://www.abahe.co.uk/information-technology-enc/67042-types-of-web-sites.html%D8%8C>

بتاريخ: 2014/04/21م، الساعة: 06: 35.

تعتبر المواقع الإسلامية من أنجع الوسائل وأكثرها فائدة في الدّعوة إلى الله تعالى عبر الإنترنت، فالمواقع الإسلامية هي عبارة عن مكتبة كبيرة غنية بالمعلومات سواء كانت المكتوبة أو الصوتية أو السمعية البصرية. وهي تعرض محتواها بالجمان لملايين الناس على اختلاف أجناسهم وعقائدهم ولغاتهم، بالإضافة إلى أن الموقع يحتوي على مجموعة من الوسائل كالبريد الإلكتروني، ساحات الحوار والمناقشة وصفحات المواقع الاجتماعية المختلفة كالفيس بوك، تويتر، اليوتوب.

ويمكننا تعريف المواقع الإلكترونية مما تبنى به هذه المواقع، فتعريف أجزائها يعطينا صورة متكاملة عنها، فالمواقع الإلكترونية تتكون من مجموعة الملفات متعددة الانواع، فبعضها وثائق ونصوص فائقة (HTML)، والبعض الآخر ملفات صور، والبعض ملفات الوسائط المتعددة، مثل أفلام فلاش. ولإنشاء وتحرير تلك الملفات وتنظيمها في شكل متماسك ومستمر-يكون فيما بعد موقعا إلكترونيا- يجب استخدام العديد من البرامج، ولا يوجد برنامج يوفر بمفرده أدوات من شأنها عمل كل شيء من تصميم الصفحات، والتعامل مع الصور، والوسائط المتعددة لمراجعة الموقع وتبسيط خدمة المستخدم على صفحاته، وإنما يجب استخدام حزمة من البرامج المتكاملة¹.

- تعريف المواقع الإلكترونية الإسلامية إجرائيا: مجموعة من الصفحات الإلكترونية تحتوي على عدد من المواد الدينية المتنوعة سواء مكتوبة أو صوتية أو سمعية بصرية وعلى معلومات مختلفة في مجالات متعددة، وسواء كانت مواقع حكومية أو مؤسساتية أو لأشخاص بعينهم، كما تحتوي المواقع الإلكترونية على روابط متعددة يمكن التواصل من خلالها مع من نريد وفي أي مكان من العالم، وهي توفر جملة من الخدمات لروادها كتحميل المواد المقروءة أو السمعية أو السمعية بصرية أو الدردشة أو التواصل عن طريق وسائط التواصل الاجتماعي أو غيرها من الخدمات المتاحة التي سنعرض لها خلال بحثنا.

1-1-6 الدراسات السابقة:

لم تعالج هذه الدراسات السابقة موضوع دراسة هذا البحث بنفس الطريقة ولا من نفس الزاوية، وإنما هي بمثابة دراسات استقرائية لحال الدعوة الإسلامية في الإنترنت فهي مشابهة لموضوع الدراسة محل البحث شكلا لا مضموناً. فيما عالج هذا البحث الإمام كرجل قائم بالاتصال مستخدما للمواقع الإسلامية كوسيلة تواصلية لتبليغ الدعوة الإسلامية في عملية تفاعلية حديثة.

¹ محمد منار فتحي، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، ط1، دار العالم العربي، القاهرة، 2011، ص 69.

أ - عنوان الدراسة: الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت.

ب - إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تناولت هذه الدراسة بالبحث موقع «الدعوة الإسلامية» كرسالة حضارية ومن الإنترنت كوسيلة لنشر هذه الرسالة، والوقوف على ماتم إنجازها في هذا المجال، لمعرفة الطرق التي تم بها تطويع «الإنترنت» لفائدة الدعوة الإسلامية، والكشف عن حقيقة حضور هؤلاء الدعاة على هذه الشبكة، هل هو على سبيل رفع العتب فعلا أم أنه حضور واع مدروس.

وقد سعت الدراسة للإجابة على مجموعة من التساؤلات:

• تساؤلات متعلقة بالشكل:

- ما مستوى تصميم المواقع الإسلامية؟
- ما هي الاشكال الفنية المفضلة المستخدمة في عرض المعلومات عبر المواقع الإسلامية؟

• تساؤلات متعلقة بالمضمون:

- ما هي أهم الموضوعات التي يركز عليها كل موقع؟
- ما هي مصادر المعلومات التي يركز عليها في هذه المواقع؟
- ما هي الأساليب الإقناعية التي يفضلها القائمون على كل موقع؟

ج - المنهج والأدوات:

اعتمدت هذه الدراسة منهج المسح الوصفي. واستخدمت أداة تحليل المضمون الدعوي لعينة الدراسة المواقع الإسلامية.

د - أهم النتائج: 1/ النتائج المتعلقة بالشكل:

تصميم المواقع: مواقع عينة الدراسة سهلة الدخول تمكن المستخدم من الإطلاع على المعلومات التي تعرضها مباشرة على مرحلة واحدة، كما ان هذه المواقع تستخدم الألوان المتعددة في خطوطها وخلفياتها وتستخدم الصور بنوعها الثابتة والمتحركة، كما أنها تقدم خدمات معلوماتية أخرى ومن ذلك توفيرها للخدمات الإخبارية وتحويل العملات والقياسات والتاريخ الميلادي والهجري.... والملاحظ أن مواقع عينة الدراسة تعرض محتواها بلغات متعددة.

¹ بوغافية عيسى، «الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت»، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 1424هـ=2003م.

- شكل عرض المعلومات:

قدمت المادة الدعوية في عدة أشكال هي: النصوص وذلك بنسبة 53,97% ثم الصوتيات بنسبة 44,01% وبعدها الكتب الإلكترونية بنسبة 2% أما المواد السمعية البصرية فقد إنعدمت تماما.

2/ النتائج المتعلقة بالمضمون:

أ - الموضوعات:

ب - المصادر: إعتمدت مواقع عينة الدّراسة على عدة مصادر في إستيقاء المادة الدعوية المنشورة عبرها.

ج - الأساليب الإقناعية: إتضح من خلال التحليل أن القائمين على مواقع عينة الدّراسة يستعملون بكثرة الإستدلال النقلي، وكذلك بالنسبة للأساليب العاطفية بشقيها: الترغيب والترهيب ، في حين أخذ الإستدلال العقلي نسبة 30% بالنسبة لمجموع المواقع.

1-1-6-2 دراسة مديحة جيطاني¹

أ- عنوان الدّراسة: استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية.

ب - إشكالية الدّراسة وتساؤلاتها:

تبحث الدّراسة في عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية؟ وما هي اتجاهاته نحوها؟

وللإجابة بوضوح على هذه الإشكالية أورد الطالب التساؤلات الآتية:

- ما هي خصائص أفراد عينة الدّراسة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت؟

- ما هي عادات وأنماط تصفحهم للمواقع الإسلامية؟

- ما هي اتجاهات المبحوثين نحو محتويات المواقع الإسلامية ؟ وما هي الدوافع والحاجات

المتحكمة في هذه الاتجاهات؟

- ما هي آراء الشباب الجامعي حول المواقع الإسلامية: سواء من حيث المضمون أو من حيث

عرض هذا المضمون؟

ج - منهج الدّراسة وأدواتها:

اعتمدت هذه الدّراسة منهج المسح الوصفي. استخدمت أداة الاستبيان في جمع المعلومات.

¹ جيطاني مديحة، «استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية»، دراسة في العادات والانماط والاتجاهات، رسالة ماجستير في الدّعوة والإعلام، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ=2010م.

د - نتائج الدراسة:

1 - نسبة الذين يستخدمون الإنترنت 67,91% والنسبة المتبقية والمقدرة بـ 32,08% لا يستخدمونه، مع ملاحظة تفوق نسبة الإناث اللواتي لا يستخدمن الإنترنت والمقدرة بـ 11,5% على نسبة الذكور والمقدرة بـ 2%، وان نسبة الذين لا يستخدمونه من كلية العلوم أكبر من الذين لا يستخدمونها من كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية.

2 - أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت من 1 ساعة إلى 3 ساعات في اليوم بنسبة 27,87%، تليها نسبة الافراد الذين يستخدمونها من 4 ساعات إلى 6 ساعات بنسبة 9,90%، ثم تليها نسبة الذين يستخدمونها حسب الظروف بنسبة 18,2%، وأخيرا نسبة الذين يستخدمونها 6 ساعات فأكثر بنسبة 46,1%.

3 - نسبة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية هي 46,77% من أفراد عينة الدراسة، ونسبة الذين لا يتصفحون هي 54,22% من أفراد عينة الدراسة.

4 - تترتب أسباب عدم تصفح بعض أفراد عينة الدراسة للمواقع الإسلامية كالآتي:
لضيق الوقت بنسبة 67,66%، ولعدم الاهتمام بنسبة 15,15%، ولعدم الثقة بها بنسبة 12,12%، ولأسباب أخرى بنسبة 6,60%.

5 - أغلب أفراد عينة الدراسة يتصفحون المواقع الإسلامية أقل من ساعة في الأسبوع بنسبة 56,60%، تليها نسبة الذين يتصفحونها من ساعة إلى أقل من ساعتين 17,28%، ثم نسبة الذين يتصفحونها من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات 57,6%، ثم نسبة الذين يتصفحونها من ثلاث ساعات فأكثر 23,4% وأخيرا نسبة الذين يتصفحونها حسب ظروفهم 47,0% - كل تلك النسب في الأسبوع-.

في حين أن مدة تصفح الإناث للمواقع الإسلامية في الأسبوع أطول من مدة تصفح الذكور
6 - أغلب أفراد عينة الدراسة بدأوا تصفح المواقع الإسلامية حديثا بنسبة 87,55%، تلتها الذين لا يدرون متى بدأوا بنسبة 9,37%، أما الذين بدأوا تصفحها منذ نشأتها 4,7%

7 - تترتب المواقع الإسلامية في استقطاب عينة الدراسة كالتالي:
المرتبة الأولى مواقع اسلامية عامة تليها مواقع الدعاة وأخيرا مواقع القنوات الفضائية الإسلامية
8 - تترتب أسباب تفضيل الباحثين لمواقع اسلامية دون أخرى كالآتي:

أولا تلبية الاحتياجات المعرفية بنسبة 21,50% ثانيا لا يوجد سبب لتفضيلها بنسبة 99,21%.

أ - عنوان الدراسة: الخطاب الدّعوي المعاصر وموانع الاستجابة السلوكية عند الفرد المسلم - دراسة نظرية وميدانية-.

ب - إشكالية الدراسة:

يعالج البحث إشكالية تبليغ الخطاب الدّعوي وتنوع الأساليب والوسائل الناقلة له واستماع الفرد المسلم له وتأثره به لم يجعل للممارسة الشرعية تحققا كافيا على ارض الواقع يكفل للمرء تقوية مداركه والاطمئنان له كحل جذري لأزماته.

تجسدت الإشكالية في سؤال رئيس وهو:

ما هي موانع الاستجابة السلوكية للخطاب الدّعوي المعاصر؟، وأسئلة فرعية:

- ما هو الخطاب الدّعوي المعاصر؟ وما خصائصه؟ وما هي الخصائص المميزة لكل نوع؟
- ما هي الاستجابة السلوكية؟ مراتبها وشروطها؟ وهل استيفاء شروطها يحقق معانيها؟ أم استيفاء شروطها وانتفاء الموانع ضروري لتحقيقها؟
- إذا اشترط انتفاء الموانع ففيما تتمثل هذه الموانع؟

- إذا تنوعت الموانع فايها أكثر فعالية ولغياب الاستجابة للخطاب الدّعوي المعاصر؟

ج - المنهج والأدوات:

اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي التحليلي، قصد وصف الظاهرة ومظاهرها ومن ثم تحليلها وتفسير الاسباب الكامنة خلف الاستجابة السلوكية والحائلة بينها وبين الخطاب الدّعوي المعاصر. معتمدا الطالب على أداتي الملاحظة والاستبيان في بحثه.

د - أهم النتائج:

خلص البحث إلى عرض موانع أكثر فعالية وتأثيرا وبطريقة مباشرة حالت دون تحقيق الاستجابة السلوكية لدى المدعو اتجاه الخطاب الدّعوي المعاصر نوجزها في الآتي:

موانع متعلقة بالداعية:

¹ صوالحي فيروز، «الخطاب الدّعوي المعاصر وموانع الاستجابة السلوكية عند الفرد المسلم -دراسة نظرية وميدانية-»، رسالة ماجستير في الدّعوة الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ=2010م.

- أعلى نسبة متعلقة بالداعية وبالضبط إلى مانع كون الدعاة يجدون صعوبة في معرفة أحوال الجمهور ومستوياتهم بسبب اعتمادهم على الأساليب التقليدية والبسيطة في معرفة أحوال الجمهور ومستوياتهم.

- انعدام الخبرة في استعمال آليات قياس الجمهور بدليل عينة المدعويين بأن موضوعات الخطاب الدّعوي بعيد عن علاج مشاكلهم.

- الثقة بين جمهور المدعويين والداعية تكاد تنعدم، لغياب مقومات الاقناع الدعوية ومنها تناقض خطاب الداعية بسلوكاته.

موانع متعلقة بالمدعويين:

- إقرار المدعويين بأن ما يعيق إرادتهم عن الالتزام بالخطاب الدّعوي راجع إلى أنه قد تعرف على كل المعلومات التي يتضمنها هذا الخطاب.

- وهو ما يشعره بأنه غير معني بالخطاب ذلك أن كل سلوكاته توافق وعظ الخطاب.

- وهو ما يسبب في نفسيته عقدة الكبر والعجب، فيرفض كل ما يوجه له من نصح وإرشاد.

- ميل نفسية المدعو إلى صفة الغفلة منها إلى صفة اليقظة، فينشغل ذهنه عن الخطاب نتيجة

تفكيره المتواصل باهتمامات الدنيا الكثيرة فيعمد إلى تأجيل الالتزام بالخطاب الدّعوي إلى أجل التفرغ،

وهي موانع ذهنية قد تسوقه إلى هواجس توهمه بأن حريته في الاختيار لأفكاره ومعتقداته قد سلبت

منه، وأن جل سلوكاته تخضع لما يملئ عليه من أفكار ومعتقدات.

موانع متعلقة بالوسط بين الداعية والمدعو:

- يرجع عينة المدعويين عدم استجابتهم للخطاب الدّعوي إلى وسوسة الشيطان وتسويلاته.

- ومنهم من يقف مواقف منافية لتعاليم الدين الحنيف كمشاهدة لقطات افلام منافية للاخلاق

والقيم بحجة أنهم لا يتأثرون.

1-1-6-4 دراسة محمد الطيب زاوي¹

أ - عنوان الدراسة: الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر.

ب - إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

¹ زاوي محمد الطيب، «الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر»، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية

والإعلام، جامعة الجزائر، 1425هـ=2004 م.

هذه الدراسة تسعى لبحث المواقع الإلكترونية باللغة العربية والفرنسية قصد معرفة الوظيفة الإعلامية التي تؤديها هذه المواقع، في ظل المتغيرات الدولية الراهنة.

وقد حاول الطالب معالجة الموضوع بطرح تساؤلين محوريين يلمان بالموضوع وأبعاده وهما:

- ما هي المضامين الإعلامية التي تقدمها المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت؟
- ما هي أوجه التشابه والاختلاف بين مضامين المواقع الإسلامية العربية والمواقع الإسلامية الفرنسية على شبكة الإنترنت؟

ج - المنهج والأدوات: هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المعتمدة على المنهج المسحي، ذلك أنها ترتبط بظاهرة معاصرة قصد وصفها وتفسيرها. معتمدة على أداة تحليل المضمون ضمن فئة ماذا قيل؟

د - أهم النتائج:

1 - أن مختلف المواقع الإسلامية سواء الناطقة بالعربية أو بالفرنسية تبدي وعيا بالتحديات التي تواجه الإسلام والمسلمين، وتحاول إبراز وجهة نظر الإسلام في مختلف القضايا المطروحة معتمدة على الأدلة النقلية والعقلية في ذلك.

2 - أن المواقع الإسلامية منها ما هو متخصص في جانب من المضامين دون غيره، ومنها ما هو متنوع في مضامينه، وأن الكم المعروض من المادة يختلف من موقع لآخر.

3 - الاهتمام في المواقع الإسلامية باللغة العربية يتجه بالدرجة الأولى إلى البحث العلمي، أما المواقع الإسلامية باللغة الفرنسية فتتجه إلى الاتصال والخدمات العامة، وأن التقارب في نسب الاهتمام بين هاتين الوظيفتين وتمثيلهما لـ 80,68% من مجموع الوظائف في المواقع باللغة العربية والمواقع باللغة الفرنسية معاً، وهو ما يبرز بأنهما الوظيفتان الأهم بالنسبة لكل المواقع الإسلامية.

4 - يأتي في المركز الثالث وظيفة الأخبار.

5 - أن وظائف التثقيف، التسلية، الإعلان، التنشئة الاجتماعية، التجارة والتسوق، تمثل نسبة تتراوح بين 37,0% و 53,4% في المواقع الإسلامية العربية، وبين 00% و 69,6% في المواقع الفرنسية. أي أن مجموع نسب تمثيل هذه الوظائف في كل المواقع الإسلامية هو 49,16%، وهي نسبة تمثيل ضعيفة.

أ - عنوان الدراسة: وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وكيفية استخدامها الدعوية.

ب - إشكالية الدراسة: استخدام الشبكة الدولية في الدعوة إلى الله تعالى يندرج تحت ذلك الأصل المهم وهو تطور وسائل الدعوة إلى الله تعالى، وعدم معارضة هذه الوسائل لشرع الله تعالى يستوجب من الدعاة استثمار هذا المنتج الحضاري وتطويره خدمة للدعوة الإسلامية ونشرا لرسالة الإسلام، وهي الإشكالية التي عالجها الطالب من خلال هته الرسالة.

ج - المنهج والأدوات:

يبدو ان الطالب قد اعتمد على منهج المسح الوصفي مستعينا باستمارة الاستبيان في دراسته الميدانية لعينة من الدعاة ومستخدمي الشبكة العنكبوتية في المملكة العربية السعودية وذلك لمعرفة انماط استخدامهم ودوافعهم ومدى الإشباع الذي تحققه لهم الشبكة.

د - أهم النتائج:

1 - كل مسلم يمكنه أن يساهم في الدعوة إلى الله تعالى بحسب استطاعته، وأقل ما يقدمه المسلم في هذا الباب الدعاء لإخوانه الدعاة، ووسائل الدعوة إلى الله تعالى متنوعة ومتطورة.

2 - امتدت خدمات الشبكة الدولية لتشمل مجالات متعددة في حياة مستخدميها، وكان أشرف هذه الاستعمالات، الدعوة إلى الله تعالى. ويمكن إجمال وسائل الدعوة الشبكية في ست وسائل هي: البريد الإلكتروني، والقوائم البريدية، ونقل وتبادل الملفات، والنسيج العنكبوتي العالمي، والمنتديات، والاتصالات الآنية.

3 - تتعرض الحواسيب الشخصية المتصلة بالشبكة الدولية لمخاطر أمن المعلومات، وهي المتعلقة بالفيروسات والاختراق. كما يتعرض مستخدمو الشبكة لجملة مخاطر أخرى سوى مخاطر أمن المعلومات وأهمها: التعرض للمواد الإباحية، والدعوة للأفكار الدينية الغالية المتطرفة، وإدمان استخدام الشبكة وهناك مخاطر خاصة بالأطفال.

¹ عابد ابراهيم بن عبد الرحيم، «وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وكيفية استخدامها الدعوية»، رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1427هـ=2007م.

4 - يمكن استخدام البريد الإلكتروني في الدّعوة إلى الله تعالى بصور متعدده أهمها: فتح حسابات بريدية في المواقع الإسلامية، ومراسلة غير المسلمين ودعوتهم إلى الإسلام واستخدام البريد للفتوى، واستقبال أسئلة المستفتين في البرامج الإعلامية.

5 - المصاحف الرقمية الإلكترونية المخصصة للحواسب الكفية والجوالات الذكية والمتاحة على الشبكة حالياً، أنتجها بعض المتطوعين..

6 - معظم الكتب الإلكترونية العربية المجانية محفوظة ببيئة الملفات النصية في الشبكة الدولية، وهي هيئة غير عملية للقراءة الإلكترونية؛ لأنها أعدت باستخدام برنامج وورد، وهو في الأساس محرر نصوص ولا تتوفر فيه بقية الخصائص الموجودة في برامج القراءة الإلكترونية.

7 - يمكن استخدام نقل وتبادل الملفات في الدّعوة إلى الله تعالى على النحو التالي: إنتاج نسخ رقمية مجانية من المصحف الشريف وترجماته، وإنشاء خوادم إسلامية لنقل الملفات، والاستفادة من خوادم نقل الملفات العالمية، وضغط الملفات المخزنة والدقة في تسميتها ونشر الإنتاج الفكري للدعاة إلى الله تعالى، وتخزين الدعوات للمفاتيح في الشبكة الدولية، والاستفادة من برامج الند للند، وتنزيل ما يمكن من المواد الإعلامية الدعوية المجانية، ومراجعة المحتويات المتعلقة بالإسلام في خوادم الملفات العالمية.

8 - يمكن استخدام النسيج العنكبوتي العالمي في الدّعوة إلى الله تعالى على النحو الآتي: إنشاء المواقع الدعوية الجديدة بأنواعها المختلفة، وتعاون المستخدمين مع أصحاب المواقع الإسلامية ومناصحتهم، وتقديم خدمة رسائل الجوال المجانية، والتعاون بين أصحاب المواقع الإسلامية، والإعلان عن مسابقات التصميم الرقمية عبر المواقع النسيجية الإسلامية، والاستفادة من سجلات الزوار في المواقع النسيجية، وإنتاج أشرطة أدوات للمواقع الإسلامية، والاحتساب على أصحاب المواقع العربية المخالفة للشريعة الإسلامية، والعمل على إنشاء بوابة إسلامية للشبكة.

9 - منتديات الحوار من أكثر المواقع النسيجية جذاباً لمستخدمي الشبكة.

10 - يمكن استخدام الاتصالات الآنية في الدّعوة إلى الله تعالى على النحو التالي: إنشاء خوادم متخصصة لبث القرآن الكريم عبر الشبكة، وإنشاء خوادم متخصصة في البث المباشر وبث الدروس العلمية والمحاضرات والفعاليات الدعوية المتنوعة، وفتح قنوات عامة دائمة للمحاوراة الكتابية مع المشايخ والدعاة، وفتح القنوات الهادفة في برامج الاتصال الصوتي والمرئي، والمشاركة في القنوات والغرف الدعوية المفتوحة، وفتح قنوات خاصة للدّعوة إلى الإسلام لغير الناطقين بالعربية، والدّعوة إلى الإسلام من خلال قنوات الحوار، ومناصحة المسلمين المشاركين فيها والاستجابة للدعوات الخاصة التي يستقبلها الداعية، واستغلال الدعوات المغرضة من قبل بعض أعضاء القنوات.

11 - استثمرت جميع الأديان والمذاهب الفكرية الشبكة الدولية لنشر أفكارها.

1-1-6-6 دراسة تركي بن عوض الأزوري¹

أ - عنوان الدراسة: استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية، دراسة مسحية على عينة من طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بمدينة الرياض.

ب - إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تتلخص مشكلة الدراسة في التعرف على حجم استخدام الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية، ودوافع استخدامهم لها، وأبرز المضامين التي يستخدمونها، والإشباع المتحققة من الاستخدام، ومعرفة ثقتهم في مضامين المواقع الإلكترونية الإسلامية.

والتي حاول معالجتها من خلال التساؤلات التالية:

1. ما حجم استخدام الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
2. ما المواقع الإسلامية الإلكترونية التي يستخدمها الشباب عينة الدراسة؟
3. ما دوافع استخدام الشباب عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
4. ما المضامين التي يستخدمها الشباب عينة الدراسة في المواقع الإلكترونية الإسلامية
5. ما مدى ثقة الشباب عينة الدراسة في مضامين المواقع الإلكترونية الإسلامية؟
6. ما الإشباع التي تحققها المواقع الإلكترونية الإسلامية للشباب عينة الدراسة؟
7. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام المواقع الإلكترونية الإسلامية، والتخصص، والموضوعات، والمستوى الدراسي؟
8. ما مقترحات الشباب عينة الدراسة لتحسين وتطوير المواقع الإلكترونية الإسلامية التي يتعرضون لها؟

ج - منهج الدراسة وأدواتها:

استخدم الطالب المنهج الوصفي المسحي للإجابة على تساؤلات الدراسة.

معتمدا على استمارة الاستبيان كأداة للحصول على جمع المعلومات.

د - نتائج الدراسة:

¹ تركي بن عوض الأزوري، «استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية»، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 1432هـ=2012م.

- 1) بلغت نسبة الذين يتصفحون المواقع الإلكترونية الإسلامية (73,5%) من عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة الذين لا يتصفحونها (26,5%).
- 2) جاء تصفح المواقع الإلكترونية الإسلامية عند الحاجة في المرتبة الأولى بنسبة (27%)، ثم تصفحها من يومين إلى ثلاث أيام، ومن أربع إلى خمس أيام في المرتبة الثانية بنسبة (20%).
- 3) بلغت نسبة الذين يثقون في المواقع الإلكترونية الإسلامية إلى حد ما (55,6%) في المرتبة الأولى، بينما بلغت نسبة الذين يثقون بها كثيرا (22,6%) في المرتبة الثانية.
- 4) جاء سبب الثقة في المواقع الإلكترونية الإسلامية في كونها تهدف إلى الدعوة إلى الله عز وجل في المرتبة الأولى بتقدير رقمي بلغ (348).
- 5) كشفت الدراسة أن أهم دافع لتصفح المواقع الإلكترونية الإسلامية هو لزيادة الثقافة والمعلومات الدينية في المرتبة الأولى بتقدير رقمي بلغ (458)، ثم جاء دافع التصفح لشغل وقت الفراغ بما هو مفيد في المرتبة الثانية بتقدير رقمي بلغ (393)، بينما جاء في المرتبة الثالثة دافع التصفح للاستفادة من المضامين الدينية التي تتعلق بالدراسة بتقدير رقمي بلغ (385).
- 6) توصلت الدراسة إلى أن أكثر الموضوعات المستخدمة في المواقع الإلكترونية الإسلامية هي سماع القرآن الكريم في المرتبة الأولى بتقدير رقمي بلغ (476)، ثم موضوعات الفتاوى والفقهاء الإسلامي في المرتبة الثانية بتقدير رقمي بلغ (445)، وجاء في المرتبة الثالثة موضوعات السيرة النبوية بتقدير رقمي بلغ (401)، ثم موضوعات الأخبار المتعلقة بالعالم الإسلامي في المرتبة الرابعة بتقدير رقمي بلغ (394)، ثم موضوعات الأناشيد الإسلامية في المرتبة الخامسة بتقدير رقمي بلغ (392).
- 7) أظهرت الدراسة أن أهم إشباع وفائدة حققته المواقع الإلكترونية الإسلامية هو في زيادة الثقافة والمعلومات الدينية في المرتبة الأولى بتقدير رقمي بلغ (471)، ثم جاء الإشباع في شغل وقت الفراغ بما هو مفيد في المرتبة الثانية بتقدير رقمي بلغ (451)، وجاء في المرتبة الثالثة الإشباع الاستفادة من الموضوعات الدينية المتعلقة بدراستي بتقدير رقمي بلغ (371).
- 8) بلغ عدد المواقع الإلكترونية الإسلامية التي يتصفحها الشباب (92) موقعا، وجاءت أكثر المواقع تكرارا موقع الإسلام اليوم في المرتبة الأولى، يليه موقع الشيخ ابن عثيمين -رحمه الله- في المرتبة الثانية، ثم موقع الشيخ ابن باز -رحمه الله- في المرتبة الثالثة.
- 9) ملتقى أهل الحديث في المرتبة الرابعة، يليه موقع صيد الفوائد في المرتبة الخامسة، ثم موقع المسلم في المرتبة السادسة.

علاقة دراستنا بالدراسات السابقة:

من خلال استعراض هذه الدراسات، نحاول أن نبين مدى الاستفادة منها، وبعض وجوه التقاطع مع دراستنا، وماهي الإضافات التي يمكن لهذه الدراسة أن تضيفها، وذلك في النقاط: - تعد الدراسات السابقة مصدر هام من الناحية النظرية فهي توفر الخلفية العلمية التي يمكن أن ينطلق منها الطالب في تحديد مشكلة بحثه وطريقة معالجته، وساعدتنا في التعرف على بعض المصادر والمراجع.

- اشتركت دراستنا مع بقية الدراسات في المنهج الذي كان ملائما لها وهو المسح بالعينة لكل من دراسة تركي بن عواض ومديحة جيطاني، فيما اعتمدت كل من دراسة عيسى بوعافية ومحمد الطيب زاوي على المنهج المسحي التحليلي لمضمون بعض المواقع الإلكترونية الإسلامية، وجمعت بين الميداني والتحليلي كل من دراسة فيروز صوالحي وابراهيم بن عبد الرحيم عابد، هذا وقد اتخذت كل الدراسات الميدانية من نظرية الاستخدامات والإشباعات خلفية نظرية لها.

- تناولت هذه الدراسات موضوع المواقع الإسلامية من زوايا متعددة ومع فئات مختلفة، فدراسة تركي بن عواض الأزوري تناولت استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية ودوافع تصفحها والمواضيع الإسلامية الأكثر إستخداما وفي نفس السياق عاجلت دراسة مديحة جيطاني نفس الموضوع ونفس العينة المتمثلة في الشباب الجامعي اما دراسة عيسى بوعافية ومحمد الطيب زاوي فتناولت بعض المواقع الإسلامية بالتحليل والوصف والنقد في عملية تحليل هذه المضامين، اما دراسة فيروز صوالحي فقد عنت في دراستها التحليلية الميدانية بموانع الاستجابة السلوكية لدى جمهور المدعوين اتجاه الخطاب الدعوي المعاصر، وان كانت هذه الدراسة اجتماعية نفسية أكثر منها اعلامية إلا ان معالجتها لموضوع العملية الاتصالية الرابطة بين الدعاة والمدعوين أفادنا كثيرا في دراستنا لمعرفة الخلفية النفسية للمدعوين قصد تحديد وفهم مختلف الإشباعات المتحققة لديهم امام خطاب الإمام وامام المحتوى الإعلامي والدعوي للمواقع الإسلامية، والدراسة التي جاءت قريبة إلى حد ما من موضوع دراستنا فهي لإبراهيم بن عبد الرحيم عابد والتي عاجلت وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية وكيفية استخدامها الدعوية من طرف دعاة المملكة العربية السعودية، غير انها حصرت المواقع الإسلامية في الخليجية دون غيرها من المواقع كما انها عاجلت استخدامات الدعاة لهذه المواقع خلاف دراستنا التي عنت بكل المواقع الإسلامية على اختلاف مجالاتها الجغرافية، كما انها عنت بصنف الأئمة من الدعاة ومدى الأهمية التي يستفيدها الإمام من الإنترنت عموما والمواقع الإسلامية خصوصا من التواصل مع جمهور المصلين رواد المساجد ومواكبة مستجدات الأحداث سواء على المستوى المحلي أو الدولي.

- ومن المهم أن نشير إلى أن موضوع البحث جديد لم تتناوله أي دراسة من هذه الدراسات السابقة وهو ما يجعله حلقة في حقل البحث العلمي على أمل أن يضيف شيئا جديدا للمعرفة.

1-2 الخلفية النظرية للدراسة:

منذ بداية عصر الاتصال الجماهيري حاول الباحثون والعلماء فهم ماهية التأثيرات التي يمارسها الإعلام الجماهيري على الجمهور، وقد أنتجت تلك الأبحاث والدراسات جملة من الصيغ تعمل على وصف وتفسير واستشراف ما يجري عندما تتعرض فئة من هذا الجمهور لرسائل إعلامية تبث من خلال وسائل الاتصال الجماهيري، إذ حظي موضوع العلاقة بين وسائل الإعلام والتأثير باهتمام الكثير من الباحثين، وهو ما أدى إلى التوصل إلى عدة نظريات اختلفت في تفسيراتها لهذه العلاقة بسبب اختلاف الاتجاهات والمنطلقات التي اتخذت كإطلاقة في تحليل تأثيرات الاتصال الجماهيري سواء كانت تلك الاتجاهات مجرد تحليلات نظرية فقط أم قائمة على أساس دراسات ميدانية.

كل هذه العوامل مجتمعة دفعت بالباحثين إلى الوقوف على هذه الظواهر الجديدة من اتصال وسائل الإعلام وتأثيرها، وكذلك الجمهور الذي يتعرض للمضامين الإعلامية، محاولة منهم لفهم واعطاء تفسيرات علمية لهذه الأوضاع الجديدة، وصياغتها في نظريات، تسمى بالنظريات الإعلامية.

إن أولى النظريات الإعلامية نظريات التأثير المباشر لوسائل الإعلام على الجمهور، وأشهر تلك النظريات نظرية القذيفة السحرية، التي بنيت على آلية المثير والاستجابة، وكان الاعتقاد السائد حينها بأن وسائل الإعلام تبث رسائل قوية وأن الأشخاص لهم طبيعة متشابهة، يبدون نفس الاستجابة لنفس الرسائل، مما يؤدي إلى تغيير آراء الجماهير والتأثير عليهم بواسطة الاغراءات العاطفية¹.

وعلى العكس من تلك النظريات، جاءت نظرية الاستخدامات والإشباع بفرضيات تخالف فرضيات النظريات الإعلامية السابقة، وهذا ما سنعرض له خلال هذا الفصل.

1-2-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع وعناصرها:

1-1-2-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والإشباع:

تعتبر بحوث الاستخدام والإشباع من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الإعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي، وتركز على دراسة أسباب استخدام وسائل الإعلام والاتصال والتعرض إليها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب والاستخدام والعائد من هذا الاستخدام الذي يحققه الفرد.

¹ ملفين ل- ديفلير، سانداربول - روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط 5، الدار الدولية للاستثمارات،

فالدّراسات الخاصة بالمتلقي من خلال الإستخدامات والإشباعات بدأت بطرح السؤال التالي: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام¹؟ على خلاف السؤال الذي كان يطرح سابقا وهو ماذا تفعل وسائل الإعلام بالأفراد، وعليه فإن هذا التيار يركز على الأفراد وما يفعلونه بوسائل الإعلام². وعليه تعرف نظرية الاستخدامات والإشباعات على أنها: «دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لاشباع حاجات فردية معينة»³.

أي أن الجمهور ينطلق من دوافعه الداخلية قصد تحقيق إشباع معين، فتكون -الدوافع- هي المحفز لاختيار نوع ومضمون الوسيلة التي تحقق له حاجاته وإشباعاته.

كما عرفت هذه النظرية كذلك بأنها «اتجاها اتصاليا سيكولوجيا يبحث ويستقصي استخدامات الافراد لوسائل الإعلام ويحدد أسباب استعمال نوع محدد دون آخر، وكذلك الإشباعات التي يحققها الفرد من وراء تعرضه أو استهلاكه لوسيلة اعلامية معينة»⁴.

يركز هذا التعريف على السلوك الاتصالي المرتبط بالوسيلة الإعلامية من خلال البعد النفسي السيكولوجي، فالتعريف بهذا الشكل يركز على دوافع معينة محصورة في شكلها النفسي والسيكولوجي دون غيرها من الدوافع، لاختيار وسيلة معينة ذات محتوى اعلامي معين يخدم ذلك البعد النفسي.

وحسب هذا التعريف فإن نظرية الاستخدامات والإشباعات ترى بأن الجماهير لم تعد مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري، وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال الجماهيري التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية⁵.

¹ Armand et Michèle Matlart: **Histoire des théories de la communication** édition la découverte ،Pari 2002 ،P87.

² Eric Maigret: **Sociologie de la communication et la communication et des media** 2eme édition ،Armand Colin ،Paris 2008 ،P71.

³ مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والإشباعات، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004م، ص109.

⁴ محمد قيراط ومحمد عايش، استخدامات وإشباعات الإنترنت، ط1، ندوة ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب، جامعة الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 2006م، ص56.

⁵ حسن عماد مكاوي ولبلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3، الدار المصرية اللبنانية مصر، القاهرة، 2003م، ص240.

وهناك من التعريفات من يرى ان نظرية الاستخدامات والإشباعات تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة¹.

أي أنّ النظرية تركز على الوظائف التي تؤديها الوسائل الإعلامية داخل المجتمع، وفي نفس الوقت فإن هذه الوظائف تستجيب لحاجات ومتطلبات الافراد داخل المجتمع.

ومن معاني نظرية الاستخدامات والإشباعات كذلك، أن الفرد يولي اهتماما للرسائل التي تجلب له السرور، أو تلك التي تساعد على تحقيق احتياجاته ورغباته، فالرسائل التي من هذا النوع يهتم بها الفرد ويستقبلها ويتذكرها حتى ولو لم تكن توافق أفكاره وانما يتعرض لها إذا توقع أنه مفيدة وقد تحقق له إشباعا ما، وبموجب هذا التعريف فإن الناس قد لا يتعرضون للرسائل التي يتوقعون أنها غير شيقة أو غير سارة، وحتى إذا تعرضوا لها فانهم سوف يتجاهلوها أو ينسونها².

هذا التعريف يركز على المحتوى الإعلامي أو المضمون دون ذكر الوسيلة الإعلامية، وهذا يعني ان الجمهور لا يكثرث لنوع الوسيلة الإعلامية، سواء كانت جرائد أو اذاعات أو تلفزيون أو أي وسيلة أخرى بقدر اهتمامهم بالرسائل الإعلامية وما تحقق من رغبات مهما كان نوعها، كذلك لا يمكن ان نجزم بأن الافراد يبحثون دائما عن الاخبار السارة أو الشيقة، فهناك من الجمهور من يحب وينجذب لما هو ليس سار، كتعرض بعض الجماهير لمحتويات اعلامية عنيفة ومرعبة، ولكن يبقى السياق العام في الاستخدام هو تحقيق الحاجات واشباع الرغبات باستخدام مختلف المضامين في مختلف الوسائل الإعلامية، وهو القاسم المشترك الذي يجمع كل هذه التعاريف لنظرية الاستخدامات والإشباعات.

1-2-1-2 عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

غالبا ما تتأسس النظرية العلمية على مجموعة من الفروض والتي تعتبر أجوبة احتمالية لجملة من التساؤلات حيث يخلص البحث أو الدراسة وفق منهج علمي محكم ومضبوط للإجابة عنها، وعليه فقد تضمنت نظرية الاستخدامات والإشباعات مجموعة من الفروض سنقف عندها بشيء من التفصيل وهي³:

(1) افتراض الجمهور النشط.

(2) الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام.

¹ المرجع نفسه، ص 293.

² حسين ابراهيم مكي، بركات عبد العزيز محمد، المدخل إلى علم الاتصال، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1995م، ص 103.

³ مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006م، ص 266.

(3) دوافع استخدامات وسائل الإعلام.

(4) الإشباعات الناتجة عن التعرض.

(5) توقعات الجمهور من وسائل الإعلام.

1-2-1-2-1 افتراض الجمهور النشط:

يتعارض هذا المفهوم مع النظريات القديمة التي كانت تنظر للجمهور على أنه متلقيا سلبيًا بفعل التأثير الفعال للرسالة الإعلامية، يرى بالمغرين (Palmagreen) أنّ الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاثة أبعاد رئيسية وهي¹:

أ - الانتقائية «Selectivity»: حيث أن أفراد الجمهور يختارون نوع الوسيلة قبل تعرضهم لها والتي قد تكون انترنيت، المحادثة والدرشة بواسطة البريد الإلكتروني، البحث عن معلومات محددة عن طريق استخدام القرص المضغوط أو وسيلة أخرى.

ب - الاستغراق «Involvement»: أو الاندماج فتعرض أفراد الجمهور لا يكون بصفة اعتباطية لأن التكنولوجيات الحديثة أتاحت للمستخدمين إمكانية الحصول على ملايين المعلومات في ظرف زمني قياسي وهو ما يتطلب الاندماج مع الوسيلة.

ج - الإيجابية «Positivity»: تتحدد الإيجابية بعد تعرض الفرد لوسائل الاتصال والإحساسات التي تلي هذا التعرض وتشمل كذلك استجابة أفراد الجمهور للرسالة الإعلامية.

فيما عرف «جونتر - Jounter» أبعاد الجمهور النشط² في خمس نقاط، إضافة للانتقائية والاستغراق كلا من:

د - العمدية «Intentionality»: يتعرض جمهور وسائل الإعلام عن قصد إلى المضمون الذي يقدم له خدمة.

هـ - المنفعة «Utility»: استخدام جمهور وسائل الإعلام مرهون بما يدعو إليه من اشباع لحاجاته المختلفة.

و - عدم السماح بفرضية التأثير «influence Impreviousness to»: جمهور وسائل الإعلام لا يتأثر بالمضامين الإعلامية بشكل مطلق، وإنما يكون بشيء من النسبية.

¹ مرزوق عبد الحكيم العادلي، الإعلانات الصحفية - دراسة في الاستخدامات والإشباعات-، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004، ص ص115-116.

² المرجع نفسه، ص ص 114-115.

هذا وقد مكنت مصادر المعلومات الإلكترونية، من انترنت وريد إلكتروني وصحافة إلكترونية، الملايين من الناس من الحصول على كثير من المعلومات ومن مصادر مختلفة، وبهذا المعنى يمثل مفهوم الجمهور النشط جوهر هذا المدخل والذي يستطيع بواسطة الإيجابية التي أصبح يتمتع بها في هذا العصر أن يشارك في تطوير التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، وتشكل إيجابية الجمهور في استخدامه لهذه الوسائل من ثلاثة مستويات¹.

1-2-1-2-2-1 الأصول النفسية والاجتماعية لمستخدمي وسائل الإعلام:

قدمت العديد من الدراسات الدليل الإمبريقي على دور العوامل الديمغرافية والاجتماعية في التعرض لوسائل الإعلام، مثل ارتباط هذا التعرض بالنوع والعمر، والمهنة، والمستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي².

وإن مدخل الاستخدام والاشباع يفترض أن إشباع الحاجات يتم ليس فقط من خلال التعرض لأي وسيلة من الوسائل الإعلامية، ولكن يتم أيضا من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة بالإضافة إلى السياق الاجتماعي الذي تستخدم فيه هذه الوسيلة، فنحن قد نحب ان نسمع إلى الراديو ونحن وحيدون، ونحب ان نشاهد التلفزيون مع أفراد العائلة، وفي ظروف معينة نفضل قراءة الجريدة، وفي ظروف أخرى نفضل قراءة قصة³.

وأن الفرد يندفع بسلوك إيجابي مع وسائل الإعلام الذي يتمثل في استخدامها والتعرض إليها لاكتساب المعرفة والمعلومات التي تساهم في إشباع الحاجات وتلبية الدوافع⁴ وصنف كل من كاتز وجيروفيش وهاس (Gurevitch and Haas، Katz) احتياجات الفرد من وسائل الاتصال كالتالي⁵:

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007م، ص 38-39.

² حسن عماد مكاوي ويليلى حسين السيد، المرجع السابق، ص 244.

³ صالح خليل ابو اصبع، قضايا إعلامية، ط2، دار مجدلاوي، عمان، 2005م، ص 34.

⁴ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3، عالم الكتب، مصر، 2004م، ص 280.

⁵ عبد الرحمان عزي: دراسات في نظريات الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز)، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2003م، ص115.

- الحاجات المعرفية: وهي حاجات الفرد إلى الأخبار والمعارف بمختلف أنواعها باعتبار الخبر هو أهم سلعة «حياة» تنفرد بتقديمها وسائل الاتصال، كما أن للفرد احتياجات تتعلق بفهم محيطه وما يدور فيه.

- الحاجات العاطفية: وهي حاجيات الفرد إلى الاستمتاع التي تتجلى في المشاعر كالإحساس بالأخوة والمحبة والفرح والسعادة، ويظهر ذلك في الرسائل الإعلامية مثل المسلسلات. - حاجات التكامل الشخصي: وهي الحاجات المتعلقة بدعم المصادقية، والثقة والاستقرار وهي ناتجة عن تحقيق الذات.

- حاجات التكامل الاجتماعي: وتخص تقوية الروابط الأسرية، ودعم العلاقات مع الأصدقاء والمحيط الاجتماعي، وترتبط هذه الحاجة مع رغبات الفرد في الاندماج ضمن بيئته. - حاجات تخفيف التوتر والاسترخاء: وهي حاجات تنشأ من رغبة الفرد في الهروب والتحرر من كل أشكال التوتر بواسطة استخدام وسائل الاتصال من أجل التسلية والترفيه.

1-2-1-2-3 دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام:

ترتبط دوافع تعرض الأفراد لوسائل الإعلام بمجموعة من الحاجات تتلخص أساساً في: حاجات معرفية أي الحاجة إلى الخبر والمعرفة بشكل عام، حاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والمحبة والفرح، حاجات إجتماعية، وحاجات تحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه¹. يضاف إليها الحاجة الهروبية كالحاجة إلى إزالة التوتر²، معظم الدراسات تتفق على أن هناك نوعين من الدوافع هما³:

أ - **دوافع منفعية:** يهدف أفراد الجمهور إلى التعرف على ذواتهم واكتساب المعارف والمعلومات من خلال تعرضهم لوسائل الاتصال، وتستهدف هذه النوعية من الدوافع إلى:

- التعرف على الذات.
- التعلم والتثقيف.
- مراقبة البيئة.
- ربط الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية.

¹ عبد الرحمان عزي: المرجع نفسه، ص 115.

² صالح خليل أبو أصعب، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، دار الآرام، الأردن، 2004م، ص 140.

³ حسن عماد مكايي ويلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 246-247.

- اكتساب معلومات ومعارف جديدة.
- زيادة خبرات الجمهور في كل مناحي الحياة.
- وتعتبر نشرات الاخبار والبرامج التعليمية والثقافية والوثائقية هي التي تشبع هذه النوعية من الدوافع.

ب - دوافع طقوسية: وترتبط هذه الدوافع برغبة الفرد في الاسترخاء، والصدقة والهروب من مختلف أنواع المشاكل سواء كانت اجتماعية أو نفسية، وهذه النوعية من الدوافع تتعلق بـ:

- التسلية والامتناع.
 - قضاء وقت الفراغ.
 - الهروب من مشكلات الحياة.
 - تخفيف الاحساس بالتوتر والقلق والملل.
- وتعتبر الافلام والمسلسلات الدرامية والمسرحيات الكوميدية والمباريات الرياضية، من أكثر الرسائل والمضامين الإعلامية التي تشبع هذه النوعية من الدوافع.

أما «كاتر» وزملاؤه وهم الذين طوروا بشكل كبير نظرية الاستخدام والاشباع في السبعينات من القرن الماضي، حيث يرى هؤلاء ان الافراد يستخدمون وسائل الاتصال الجماهير وفق حاجاتهم المختلفة، ومن خلال البحث قاموا بتجميع خمسة وثلاثون حاجة وضعوها تحت خمس فئات أو عناوين كبرى وهي¹:

- الحاجات المعرفية: اكتساب المعلومات، المعرفة، الفهم.
- الحاجات العاطفية: العواطف، الاستمتاع، الخبرة، الجماليات.
- الحاجة للتكامل الشخصي: تدعيم المصداقية، الثقة، الاستمرار.
- الحاجة للتكامل الاجتماعي: تقوية الروابط مع الاسرة والاصدقاء.
- الحاجة لتخفيف التوتر: الهروب للترفيه.

1-2-1-2-4 توقعات الجمهور من وسائل الإعلام:

إن جمهور وسائل الإعلام يتوقع دائما من هذه الاخيرة ان تسائر رغباته وحاجاته، أملا في ان تطابق هذه التوقعات الإشباع التي يرغب الجمهور الحصول عليها، فعندما يختار الجمهور برنامجا معيناً وليكن مسابقة بين متنافسين فان المتلقي يتوقع ان يحصل على شيء من التسلية والترفيه، وهذا من اجل

¹ رضا عبد الواحد أمين، المرجع السابق، ص 39-40.

اشباع الحاجة إلى الاسترخاء والراحة، فإن لم يتحقق هذا الغرض فيكون هذا عكس توقعاته، فيشعر بالاستياء وعدم الرضا، ولذلك فإن التوقع يعرف على انه ادراك الفرد لاحتمال ان شيئاً ما له خاصية محددة أو أن سلوكاً ما سوف يؤدي إلى نتيجة محددة، وان تقويماً يعني درجة التأثير العاطفي ايجاباً أو سلباً على صفة معينة أو نتيجة سلوكية.

وأشارت الدراسات التي حاولت كشف العلاقة بين المعتقدات والتوقعات والإشباع المطلوبة والإشباع المحققة إلى ان التوقعات بشأن خصائص وسمات وسائل الإعلام هي عوامل تؤثر على الحوافز التي تدفع إلى البحث عن الإشباع المرتبطة بهذه الخصائص، والتي بدورها تؤثر على استخدام وسائل الاتصال أو التعرض لها¹.

ويرى (كاتز) أن التوقعات هي «الإشباع التي يبحث عنها»² وتختلف توقعات الأفراد من وسائل الإعلام وفقاً للفروق الفردية، وكذلك وفقاً لاختلاف الثقافات وتشير دراسة إدلستاين Edelman وزملاؤه سنة 1989 التي تناولت توقعات طلبة الجامعة من وسائل الإعلام في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، وألمانيا واليابان، وهونج كونج، إلى زيادة توقع الإشباع من استخدام الصحافة والتلفزيون مقابل قلة الإشباع من الأفلام الروائية والتقارير الرسمية³.

1-2-1-5 إشباع الجمهور من وسائل الإعلام:

لقد انصبت جهود الباحثين في المجال الإعلامي لمعرفة أسباب ودوافع السلوك الاتصالي، أي ما الذي يحرك السلوك اتجاه وسائل الإعلام؟ وما هو الدافع للتحرك اتجاه المضامين الإعلامية؟، في محاولة منها لربط بين هذه الأسباب والاستخدام، وقد صيغت هذه الأسباب في أطر عدة من أهمها:

- إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لإشباع حاجات معينة في وقت معين، فأصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة من التعرض لوسائل الإعلام هو الإطار العام للعلاقة بين تعرض الفرد لوسائل الإعلام ومحتواها⁴.

¹ مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد، المرجع السابق، ص280.

² حمدى حسن، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، د. ط، دار الفكر العربي، مصر، 1991م، ص21.

³ حسين عماد مكاي، ليلي حسين السيد: المرجع السابق، ص247.

⁴ عبد الملك بن عبد العزيز الشلهوب، استخدامات رجال الأعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية، الرياض، مجلة جامعة الملك سعود، 2009م، تاريخ الزيارة: 25-05-2014.

- وضع كل من ماكويل وبلومر وبراون في السبعينات من القرن الماضي أصنافا للإشباعات واسمها تشبها، حيث تضمن وسائل الإعلام الهروب من الروتين والمشكلات والملل، كنوع من الانفراج العاطفي، ثم العلاقات الشخصية الذاتية، وأخيرا المراقبة وهي الرغبة في الاحساس بالأمان واشباع الفضول، أو الدافع للاكتشاف، ثم تدعيم قيم اتجاهات الفرد والتأكد من انه على صواب، وبعد ذلك بسنة قدم كل من كاتز وجرفينش وهاس فكرتهم الرئيسية القائلة ان الافراد يستخدمون وسائل الاتصال ليربطوا أو يفصلوا انفسهم عن طريق علاقات مع الآخرين سواء كانوا من أفراد الاسرة أو أصدقاء أو غيرهم¹.

أمّا بلورينس وينر فيقول أن هناك نوعين من الإشباعات هما²:

أ - **إشباعات المحتوى:** وتتعلق هذه الإشباعات بمضامين وسائل الإعلام، وتنقسم إلى إشباعات توجيهية مثل الحصول على المعلومات والأخبار والبرامج الإخبارية وإشباعات اجتماعية والتي ترتبط فيها هذه المعلومات بحياة الفرد وعلاقاته الاجتماعية.

ب - **إشباعات عملية:** تتعلق بنتائج عملية التعرض لوسائل الإعلام نفسها، أكثر من المحتوى، ولا ترتبط بخصائص الرسائل وفيها تساهم قيم الفرد في عملية استخدام وسائل الاتصال أكثر من عملية التلقي، وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية وتخص التخفيف من التوتر والدفاع عن الذات، وإشباعات شبه اجتماعية وترتبط بضعف علاقات الفرد الاجتماعية وعزله رغم وجود بعض التباينات في تصنيف اشباعات وسائل الإعلام، وهذا بسبب المتغيرات التي يمكن ان تدخل في تحديد الإشباعات، إلا ان هناك تقارب واضح بين هذه التصنيفات.

1-2-2-1 الانتقادات الموجهة للنظرية والردود عليها:

1-2-2-1 الانتقادات الموجهة للنظرية:

مثلما كانت لهذه النظرية مزايا تجعلها ملائمة لكثير من الدراسات كذلك لها عيوب ومآخذ أشار إليها الكتاب والباحثين، منها:

1 - يرى العديد من الباحثين أنها لا تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات، وهذا تسطيح.

¹ أماني عمر الحسيني، الإعلام والمجتمع «أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة»، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2005م، ص86.

² حسن عماد مكاوي والشريف سامي: مرجع سابق، ص249.

2 - يرى دينيس ماكويل¹، إن نتائج البحوث وربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، وخصوصاً عندما يرى البعض إنه يلي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب، مما يؤدي إلى إغراق (سوق المعلومات) بالهابط والسفيه على حساب الجاد والبناء.

3 - المآخذ الثالث في تطبيق هذه النظرية، هو عدم التحديد الواضح لمفهوم الجمهور النشط، إذ أن هذا المفهوم قد يأخذ أشكالاً أخرى من المفاهيم أو المعاني، مثل المنفعة أو العمد أي الاستخدام من خلال الدوافع وكذلك معنى الانتقاء، أو مقاومة التأثير من خلال مفهوم الجمهور العنيد إضافة إلى تركيزها على الاختيار الكلي للوسائل والمحتوى ولم تحدد ماذا يفعل الجمهور بالمحتوى.

4 - رفض مبدأ إمبريالية الجمهور، فالتأكيد على نشاط الجمهور، لا يجب أن يقودنا إلى الثقة الزائدة باستقلالية الجمهور في اختيار الوسيلة ومضمونها، لان هناك شئ أسمه المتاح وغير المتاح.

5 - هناك خلاف حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل «الحاجة» و«الاستخدام» و«الإشباع» مما أدى إلى خلق الغموض في الدراسات التي اعتمدت على هذا المدخل ولذلك فإن تطور هذا المدخل وتطبيقاته يحتاج بداية إلى الاتفاق على المصطلحات والمفاهيم وتوظيفها والربط بين النماذج المختلفة للإشباع في علاقتها بالمعاني المستقاة من المحتوى الذي يتعرض له الفرد بجانب الانتقال من الاهتمام والتركيز على الفرد إلى علاقة الاستخدام والإشباع بالنظم الاجتماعية الأكبر.

6 - إن تطبيق هذا المدخل يطرح تساؤلاً حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض لوسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام. وفيما يتعلق بالانتقادات التي وجهت إلى هذا المقترح في ظل تكنولوجيات الاتصال المتجددة، يمكن ان نشير إلى ثلاثة مظاهر أساسية كما يلي²:

7 - فرداني بصفة مفردة، ولا يأخذ بعين الاعتبار إلاّ الإشباع السيكولوجي الفردي المنجر عن الاستعمال الفردي لوسائل الإعلام ويتم إهمال السياق الاجتماعي لاستعمال وسائل الإعلام، وهذا يتجاهل فكرة أن بعض استعمال وسائل الإعلام يمكن أن لا يكون له أية علاقة بالبحث عن الإشباع.

8 - الباحثون يهتمون بمسألة لماذا يستعمل الناس وسائل الإعلام، ولكن اهتمامهم قليل فيما يخص المعنى التي يستخلصها الناس من استعمال وسائل الإعلام.

¹ مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص 127.

² عزي عبد الرحمان، السعيد بومعيزة: الإعلام والمجتمع «رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية الإسلامية»، دط، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010م، ص ص 88-89.

9 - يبدأ المقترَب من فكرة مفادها أن وسائل الإعلام هي دائما وظيفية بالنسبة للناس ويمكن بالتالي وضمنا منحهم التبرير لكيفية تنظيم وسائل الإعلام حاليا. هذه الانتقادات وأخرى غيرها، ساهمت بشكل أو بآخر بتطوير نظرية الاستخدامات والإشباعات وأدت إلى ظهور اتجاهات جديدة في محاولة لاستدراك النقائص المسجلة.

1-2-2-2 الردود على الانتقادات الموجهة للنظرية:

دافع باحثو الاستخدامات والإشباعات عن المدخل بأنه ليس مدخلاً وظيفياً بطبيعته، وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الإعلام أو في تنظيم محتوى هذه الوسائل. فالتناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور وبين ما يحصل عليه بالفعل؛ يمكن أن يؤدي إلى تغيير في محتوى وتنظيم وسائل الإعلام في أي نظام إعلامي حريص على الاستجابة للواقع الذي يعمل فيه.

أما بالنسبة لقضية غموض افتراض الجمهور النشط، فقد تم التغلب عليها من خلال تقسيم إيجابية الجمهور إلى ثلاث مراحل تتمثل في الانتقاء قبل التعرض، والاحترام أثناء التعرض، وزيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض. وأخيرا وبالنسبة لغموض مفهومى الاستخدامات والإشباعات، فقد أشار منظرو هذا المدخل إلى أنه لا يمكن تناول عناصر هذين المفهومين بطريقة منفصلة وإنما بطريقة متكاملة تختلف باختلاف العوامل الديموجرافية.

بالإضافة إلى ذلك فقد تطورت نظرية الاستخدامات والإشباعات في العقود الأربعة الماضية

وهذا ما أدى إلى ظهور اتجاهات جديدة في هذا النوع من البحوث ومنها¹:

- 1 - اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسيلة واتجاهاتها.
- 2 - اتجاه يهتم بدراسة العلاقة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسيلة
- 3 - اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم لها، مثل المتغيرات الشخصية، والسياق الذي يتم فيه التعرض، والنشاط الاجتماعي.

1-2-3 استخدام الإنترنت مقارنة نظرية:

ينزاح استخدام الإنترنت - كسلوك اتصالي جديد- من مستوى فعل التلقي إلى سلوك قوامه، الإدارة، التحكم، التوجيه، التوظيف، وهي المفاهيم الجديدة التي تستند إليها منهجيات تحليل استخدام هذه التكنولوجيا، مما يجعل جوهر وأهمية العلاقة القائمة بين المستخدم والشبكة - حسب كاترين

¹ مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص131.

ديستلر-، ليست في المظهر التقني للآلة إنما هي في قواعد استعمالها وفي إرادة الفاعلين على إدارة مشروع مشترك، أي أن مهمتنا - كما تقول- هي البحث فيما إذا كان هنالك إلى جانب هذه المنشآت التكنولوجية التي نملك، ثقافة تدرك قواعد استعمالها وإرادة قادرة على التحكم في إدارة هذه التكنولوجيا¹، أولى معاني الاستخدام هي تلك التي تستقى من الوضعية الفيزيائية (Position) للاستخدام، من حيث تركيبته والعناصر الداخلة فيه؛ حيث يتألف هذا الموقف من ثلاث فضاءات² :
أ- فضاء الفاعلين: نسمي فاعل (Acteur) أولئك الذين ينشئون فضاءات (مواقع ويب، قوائم بريدية، خدمات انترنت مختلفة) قابلة للاستخدام، قد يكون هؤلاء الفاعلون أفرادا (جمهور عام) وقد يكونوا مؤسسات اقتصادية، اجتماعية....

ب - فضاء الوسيلة: وهي عبارة عن وسط داخلي التبادل (برمجيات، عملاء البحث الاذكياء. .)، تنتج مواقف اتصال، مواجهة (Interface بين الوسيلة والمستخدم)، تسمح باستظهار وامتلاك المحتوى من طرف الفاعلين.

ج - فضاء المحتوى: نسمي محتوى كل المادة الرمزية المعروضة على فضاء الوسيلة.

والسؤال الذي يطرح في هذا الصدد هو، كيف يتم الاستخدام؟

في هذا الصدد ترد عدة مقاربات تحاول تفسير هذه العلاقة وخالصة هذه المقاربات أن العلاقة بين الإنسان والإنترنت، تفترض سلوكا اتصاليا مقننا تقنيا واجتماعيا؛ إذ الآلة حسب دانيال بال، تجعل الحياة رياضية ودقيقة ويزدوب الفرد في الوظائف التقنية ويتخذ الوجود - في نظره - طابع القناع، أما العلاقات الانفتاحية الممتدة المرتكزة على الوسيط الاتصالي التقني فإنها تحتكم إلى ما سماه هابر ماس المنطق الاستعمالي من خلال هذا المنطق يتكيف لفرد مع الجماعة ويزدوب في الجماعة، وفي هذا الشكل من الرضوخ يستوعب كل شيء في الإنسان بما في ذلك حرية التفكير³»⁴.

¹ محمد سليم قلاله، «المعلوماتية والمجتمع جدلية التأثير والتأثر»، مجلة علوم وتكنولوجيا، العدد (38)، ديسمبر 1996م، ص 47.

² VINCENT، Mabilot؛ **interactivite stagings; users representations in interactive mediation**. URL;www.vincent.mabilot.free.fr/interactivite/these/parte01.html

³ عبد الرحمن عزوي، «وسائل الاتصال والعالم الدرامي»، الثقافة، السنة (20)، العددان (110-111) سبتمبر، ديسمبر 1995م، ص 67.

⁴ أحمد عبدلي، استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري، أطروحة دكتوراه في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 2010-2011م.

الفصل الثاني

الانترنت واستخدامها الدعوية

لغة: هي ترابط بين الشبكات، وبعبارة أخرى: شبكة الشبكات، حيث تتكون الإنترنت من عدد كبير من شبكات الحاسب المترابطة والمتناثرة في أنحاء كثيرة من العالم. ويحكم ترابط تلك الأجهزة وتحادثها بروتوكول موحد يسمى بروتوكول ترانسل الإنترنت (TCP/IP)¹.

[والإنترنت internet الكلمة الإنجليزية مشتقة من international network أو الشبكة العالمية]⁽²⁾

اصطلاحاً: يتوقف تعريف الإنترنت على طبيعة تخصص الشخص الذي يعرفها، فتعريف المكتبي يختلف على تعريف العاملين في مجال الحواسيب و هو بدوره يختلف على تعريف الباحثين في مجالات أخرى ، ونذكر هنا أهم تلك التعاريف.

فقد جاء تعريفها على موسوعة الوكيبيديا كالتالي : [الإنترنت هي شبكة عالمية من الروابط بين الحواسيب تسمح للناس بالاتصال والتواصل بعضهم مع بعض واكتساب المعلومات من الشبكة الممتدة الي جميع أرجاء الأرض بوسائل بصرية وصوتية ونصية مكتوبة، وبصورة تتجاوز حدود الزمان والمكان والكلفة وقيود المسافات - وتتحدى في الوقت نفسه سيطرة الرقابة الحكومية. ويعرف آخرون الإنترنت كذلك بأنه شبكة دولية للمعلومات تتفاهم باستخدام بروتوكولات تتعاون فيما بينها لصالح جميع مستخدميها]³.

كما عُرِّفت الإنترنت بأنها: تلك الغابة الكثيفة من مراكز تبادل المعلومات التي تحتزن وتستقبل وتبث جميع أنواع المعلومات في شتى فروع المعرفة وفي جوانب الحياة كافة من قضايا الفلسفة وأمور العقيدة إلى أحداث الرياضة ومعاملات التجارة، ومن مؤسسات غزو الفضاء وصناعة السلاح إلى معارض الفن ونوادي تذوق الموسيقى، ومن الهندسة الوراثية إلى الحرف اليدوية... إن الإنترنت هي التي طوت في جوفها مئات الآلاف من شبكات تبادل المعلومات، سواء أكانت عالمية أو إقليمية أو محلية -وعلى الرغم من هذه الكثافة إلا أنها - كيان طفيلي؛ فهي تطفو فوق موارد مادية وغير مادية

¹ عبد القادر بن عبد الله الفتوح، الإنترنت للمستخدم العربي، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998م، ص11.

² محمد علي العناسوه، التكشيف والاستخلاص والانترنت في المكتبات ومراكز المعلومات، ط1، 2009م، دار عالم الكتب الحديث، إربد، الأردن، جدار الكتاب العالمي، عمان، الأردن، ص366.

³ وكيبيديا، الرابط: <http://ar.wikipedia.org/wiki>

تاريخ الدخول: 26-05-2014م، الساعة: 15:23.

ليست ملكا لها بل لغيرها، فقد أقامت شبكة الإنترنت مجدها على نجاحها في وضع بروتوكول بسيط وموحد التزمت به جميع الشبكات التي تريد الانضمام إلى عضوية الشبكة الأم¹ فهي عبارة عن:

- أجهزة: مجموعة من الشبكات المعلوماتية المحلية والعالمية المربوطة ببعضها البعض .
- أشخاص: وتمثل الإنترنت ملايين الناس المرتبطين ببعضهم من خلال شبكة حاسبات آلية.
- معلومات: عدة أشكال من المعلومات يتم تناقلها بين الأشخاص باستخدام الشبكة (نصوص، رسوم، فيديو، صوت).

2-1-1-2 مراحل تطور الإنترنت:

لم تنشأ فكرة الإنترنت للترف الفكري أو للتسلية، ولكن بسبب التراكم العلمي والمعرفي وفي ظل الأوضاع الاقليمية والعالمية تهيأت ظروف نشأتها، فقد بدأت الفكرة عندما رغبت السلطات الأمريكية في ضمان استمرارية الاتصالات بينها في حالة نشوب حرب نووية أثناء الحرب الباردة وسباق التسلح النووي، ففي سنة 1957م قام الإتحاد السوفياتي بإرسال أول قمر إصطناعي سبوتنيك Sputniks Satellite إلى الفضاء²، أسست على إثره وزارة الدفاع الأمريكية سنة 1969م وكالة الأبحاث المتقدمة أربانيت (Arpanet) «Advanced Research Project Agency»³. للاضطلاع بالدراسات العلمية في مجالات علوم الكمبيوتر والشبكات والتي اعتمدت على مبدأ الشبكات اللامركزية لإستعمالها في الحرب لضمان إستمرار الإتصال حتى في حالة تدمير أو تعطل أحد عناصر شبكة الإتصال، وقد بدأ المشروع بحاسوبين ثم بأربعة مع نهاية نفس السنة⁴، حيث تم ربط جامعات أمريكية عبر أربع عقد (أجهزة كمبيوتر عملاقة Supercomputer).

¹ نبيل علي، «الثقافة العربية وعصر المعلومات .. رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي»، عالم المعرفة، العدد (265)، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت: يناير 2001م، ص 93.

² ماجد سالم تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية .. رؤية مستقبلية، د. ط، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م، ص 60.

³ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الشروق، عمان، الأردن، 2008م، ص 61.

⁴ فضيل دليو، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003م، ص 120-121.

وتنقل المعلومات بسرعة هائلة العلماء والباحثون يستفيدون من موارد أنظمة الكمبيوتر رغم تباعد المسافات.

ثم ظهرت خدمة البريد الإلكتروني Email في عام 1972 والتي تعتمد على إرسال الرسائل الإلكترونية بين الناس عبر شبكة لا مركزية، وأصبح فيما بعد أهم وسيلة الاتصال عبر الإنترنت. وانضمت بريطانيا والنرويج إلى الشبكة سنة 1973 فأصبحت «Arpanet» شبكة دولية. ثم انقسمت أربا إلى شبكتين: الأربانيت «ArpaNet» للإستخدامات المدنية، والميلنت «MilNet» للإستخدامات العسكرية¹، وفي سنة 1979م برزت خدمة المجموعات الإخبارية «Usenet»²، ثم توالى البحوث والتطورات في هذا المجال حتى سنة 1990 أين اتخذت الأربانيت اسم إنترنت³، وبحلول سنة 1991م اتخذت الشبكة وجهها الجماهيري بظهور الواب⁴، والحق أن ثورة عالم الإنترنت بدأت بظهور شبكة «www» «World Wide Web» الويب العالمية وتعتمد على عرض المعلومات من النصوص والصور والصوت والفيديو، وهو ما يدفعنا للحديث عنه.

2-1-2 الإنترنت والويب:

كثيرا ما يطلق المتعاملون مع العالم الافتراضي على الإنترنت مصطلح الويب إما تجاوزا أو عمدا، والحقيقة أن مصطلحي الويب والإنترنت تقنيا غير مترادفين.

2-1-2-1 الفرق بين الإنترنت والويب:

إن الإنترنت هي شبكة اتصالات عالمية تربط الآلاف من شبكات الكمبيوتر بعضها ببعض إما عن طريق خطوط التليفونات أو خطوط الشبكة الرقمية أو الألياف البصرية أو عن طريق الأقمار الصناعية⁵، و تتيح شبكة الإنترنت عددا كبيرا من الخدمات دائمة النمو على البعدين الأفقي والرأسي، فعلى البعد الأفقي نجد تزايدا ملحوظا في عدد الخدمات، وعلى البعد الراسي تزداد هذه الخدمات كفاءة وفاعلية فجهود التطوير لا تتوقف، حيث يوجد نطاق عريض من الخدمات المتوفرة على شبكة الإنترنت والتي تعرض فرصا وامكانات كبيرة جدا تتاح دون حدود للمستخدمين للوصول إلى مصادر

¹ فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 121.

² عبد المالك ردمان الدناني: الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، ط1، دار الراتب الجامعية، بيروت، 2001م، ص 52.

³ فضيل دليو، المرجع نفسه، ص 122.

⁴ عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص 62.

⁵ محمود علم الدين ومحمد تيمور، أساسيات المعلومات والحاسبات والإنترنت للإعلاميين، د ط، مطابع الأهرام الصحفية، القاهرة، 2005م، ص 293.

المعلومات والتعليم والتجارة والترويج المتاحة على الإنترنت مثل: البريد الإلكتروني، شبكة النسيج العنكبوتي، الدردشة المجموعات الاخبارية، القوائم البريدية، لوحات النشرات الإلكترونية، خدمة نقل الملفات، خدمة الاتصال من بعد، خدمة البحث، الألعاب، التحوار بالفيديو¹.

وتعد الشبكة العنكبوتية (الويب) التطبيق الرئيسي للإنترنت، وإن أبرز ملمح للشبكة العنكبوتية (الويب) هو سهولة تعامل ملايين الناس على اختلاف أعمارهم معها، وكثيرا ما يعتقد الناس أن الويب هو نفسه الإنترنت، وهذا الشيء غير صحيح، فالويب هو مجرد برنامج تطبيقي يستخدم الإنترنت، وهو في الحقيقة الوافد الجديد على الإنترنت، وهو التطبيق الذي يدمج مصادر من تطبيقات أخرى للإنترنت، وهو ما يسهم في بعض الارتباك في تحديد: أين تنتهي شبكة الويب؟ وأين يبدأ تطبيق آخر؟²، ويعد الويب الآن أكثر مكونات الإنترنت أهمية وشهرة، وتقل الأشياء التي تقوم بها الإنترنت ولا تقوم بها الويب شيئا فشيئا مثل البريد الإلكتروني والدردشة والنشرات، فكلها أشياء موجودة داخل الويب³. ويوضح الشكل (1) علاقة الويب بالإنترنت، موضحا مدى تطور شبكة الويب إذ كانت جزءا صغيرا من الإنترنت في بداية ظهورها ثم اتسعت لتقدم خدمات مختلفة تجعلها متشابهة مع شبكة الإنترنت، فتقل دائرة خدمات الإنترنت التي تنفرد بها عن الويب.

الشكل رقم (أ): تطور علاقة الويب بالإنترنت

¹ عبد الباسط أحمد هاشم، التفاعلية في المجالات الإلكترونية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية لمجلتي آخر ساعة المصرية وتايم الأمريكية، مع دراسة ميدانية للقاتمين بالخدمات الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة جنوب الوادي، بسوهاج، مصر، 2005م، ص ص 47-48.

² Lehnert، Wendy، Web 101 : making the net work for you ، boston addition wesely longman ، inc ، 2001 ، pp 23-25.

³ Thurlow ،Crispin ،computer mediated communication ،op. cit ،p 29.



المصدر: Crispin ،Thurlow ،computer mediated communication ،op. cit ،p 29

هذا وتتصل الويب بنوعين من الحاسبات الآلية: الخادم server الذي يوفر الملفات التي يطلبها العميل من على الويب، والعميل Client الذي يسترجع ويعرض الملفات للمستخدم¹. وعندما يتصل المستخدم بموقع ويب ما يرسل المتصفح طلب Request لبرنامج خادم الويب للموقع الذي يرغب في رؤيته، يحتوي الطلب على معلومات من موضع المستخدم على الإنترنت، نوع المتصفح المستخدم، يقوم خادم الويب في الطرف الثاني بتفسير الطلب وإرسال نسخة من صفحة الويب المناسبة، ويفسر المتصفح بدوره صفحة الويب التي استقبلها بقراءة أوامر لغة HTML ثم يعرض الناتج على الشاشة، ويتم تبادل الطلبات والاستجابات عبر بروتوكول HTTP. ولرؤية صفحات الويب يجب أن يتوفر عنصران أساسيان: متصفح الويب ولغة تشكيل تسمح بتوزيع كافة أنواع المعلومات على الإنترنت تسمى HTML².

¹ Musciano ،chuck ،and kennedy ،bill ،html et xhtml: **The definitive guide USA** ،oreilly ،2006 ،p 5.

² Rudin ،Richard ،**an introduction to journalism: essential techniques and backdround knowledge** ،UK: focal press: 2002 (p96 .

إن متصفح الويب عبارة عن تطبيق للمستخدم بسيط جدا صمم لعرض صفحات الويب، فيمكنه عرض الوثائق التي تحتوي على روابط، صور، أو صوت، أو لقطات فيديو¹، ولقد صممت المتصفحات ببساطة لقراءة وعرض المعلومات أكثر من إنشاء المعلومات أو الروابط².

2-2-1-2 الجيل الثاني من الويب (Web 2.0)

كثيراً ما نسمع بعض المصطلحات التي تتحدث عن الجيل الثاني أو الثالث أو الرابع من بعض التقنيات، ونحن بشكل عام لا زلنا لم نستخدم كل إمكانات الجيل الأول منه، ومن ذلك الويب، حيث يصعب بدقة تحديد الظهور الأول لمواقع الجيل الثاني من الويب، يعتبر مصطلح Web 2.0 من أحدث المصطلحات التي يطرحها قطاع المعلوماتية في الآونة الأخيرة، ظهر هذا المصطلح بالتحديد في مؤتمر تطوير الويب في عام 2003 في مدينة سان فرانسيسكو، وأقيم بين شركتي OREILLY وشركة MEDIA LIVE INTERNATIONAL وذكر هذا المصطلح على لسان نائب رئيس شركة «REILLY» وهو السيد DALE DOUGHERTY³.

وذلك لأول مرة في مجال تقنيات الويب وكان الهدف من هذا المؤتمر هو وضع تصور جديد للشبكة وتقسيم مواقع الإنترنت إلى مواقع ويب 1.0 ومواقع ويب 2.0 على أساس الخدمات والتطبيقات والتكنولوجيات التي تقدمها مواقع الإنترنت، عقد بعده مؤتمر حول الجيل الثاني للويب في أكتوبر 2004م. ومصطلح الجيل الثاني من الويب يركز على التوجهات الحديثة في أسلوب استخدام الويب، الذي يعتمد على تقديم خدمات التواصل والتفاعل والمشاركة بين المستخدمين للويب، والتي أدت إلى ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، ومواقع المشاركة بالفيديو، والموسوعات الحرة، والمدونات. وقد ذكر تيم أوريلي أننا في المرحلة القادمة لسنا بحاجة إلى الحاسبات الآلية بمفهومها الحالي، وإنما بحاجة إلى تقنيات توصلنا فقط إلى شبكة الإنترنت، وهناك سنجد كل شيء من نظام التشغيل إلى تطبيقات سطح المكتب في الجهاز.

¹ Szuprowicz، bohand، **building a multimedia presence on the world wide web (south california، computer technology research group 1996 (p 13 .**

² محمد منار فتحي، مرجع سابق، ص73.

³ موسوعة ويكيبيديا، الرابط: http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D8%A8_2.0. تاريخ الدخول (2014/05/26).

ولعلنا نحاول أن نجمع أكثر المفاهيم التي تم طرحها حول ماهية المواقع التي يمكن أن نطلق عليها أنها تقع ضمن مكونات الجيل الثاني من الويب، ومنها:

- المواقع التي تعتمد في تكوينها على الشبكات الاجتماعية، وبرمجيات الويكي، أي المواقع التي يمكن للزائر الإضافة والتعديل عليها مثل الموسوعة الحرة.
- المواقع التي تسمح للزائر بوضع ما يفضله من ملفات (صور، مقاطع فيديو، ...) بحيث يستطيع الآخرون الإطلاع عليها والبحث فيها، مثل موقع فلكر وموقع يوتيوب.
- المواقع التي تمكن الزائر من بناء موقعه الخاص الذي يضع فيه بشكل دوري كل مكوناته ووجهات نظره وما يعجبه من مقالات وغيرها، كالمدونات.
- تطبيقات الويب التي تستطيع استخدامها كما تستخدم التطبيقات على جهازك حاسبك الخاص، بمعنى أنها التطبيقات المبنية على استخدام تقنيات تفاعلية على الإنترنت، مثل تقنية (Ajax).
- ولعل التعريف الأخير أشمل وأدق، حيث يركز على التطبيقات التفاعلية للويب ولا يقتصر على بعض التقنيات الموجودة مسبقاً والتي طورت بشكل أو بآخر.

أما من حيث التقنيات المستخدمة في الجيل الثاني من الويب، فإنه يمكن القول أنها ليست تقنيات جديدة كلياً، بل مجموعة من التقنيات المستخدمة من قبل، ولكن تم تطويرها وربطها ببعضها البعض بشكل تكاملي لتكون في نهاية المطاف تطبيقات تفاعلية تتيح للمستخدم مجالاً أكبر للتحكم بها وتطويرها حسب رغباته.

وأود أن أشير إلى أنه لا علاقة مباشرة بين الجيل الثاني من الويب والجيل الثاني من الإنترنت، وإن كانت مميزات الجيل الثاني من الإنترنت ستساعد بشكل كبير على الاستفادة من خدمات وتطبيقات الجيل الثاني من الويب¹.

وأخيراً فإن فكرة الويب 2.0 تقوم في الأساس على ما يسمى الشبكة الاجتماعية Social Network، وتهدف بذلك إلى تحويل شبكة الإنترنت إلى شبكة إنسانية وأكثر تفاعل وديناميكية بينها وبين المستخدمين منها، بل وتحويل المستفيد من دور المستهلك إلى دور المنتج فقد أصبح المستفيد

¹ حمد بن إبراهيم بن عبد الله العمران، الجيل الثاني من الويب، على الرابط:

Pages/7fe74864-3024-/http://faculty.imamu.edu.sa/ccs/hialomran

467d-a5e8-332cf6eb563e.aspx، تاريخ التصفح: 2013/04/20م.

هو المسؤول عن المحتوى حتى أن بعض المقالات تناولت هذه النقطة بشيء من الفكاهة وأطلقت على المستفيد من مواقع الويب 2.0 لفظ (مستفيد 2.0).

2-1-3 المواقع الإلكترونية الإسلامية: تعريفها وخصائصها:

في ظل انتشار الطوائف الدينية والمذاهب العقائدية التي لها مواقعها على الإنترنت، تدعو إلى أفكارها ومبادئها، وكثير من هذه الطوائف ضالة غريبة عجيبة، «تتسابق وتتنافس في التبشير والتعريف بمعتقداتها من خلال الشبكة، وكل طائفة منها تدّعي أنها تكسب معتنقين جددًا لديانتها»¹. فقد انتشرت بحمد الله المواقع الدعوية الصافية من الشوائب والبدع والخرافات، وأصبحت هناك مواقع تدعو إلى الله على بصيرة، فهناك مواقع تعنى بمواقيت الصلاة وأتجاه القبلة حول العالم، ومواقع للفتاوى المسموعة والمقروءة، ومواقع لسماع تلاوات من القرآن الكريم لعدد من القراء وسماع الخطب والأذان وتعليم التجويد عبر الإنترنت، ومواقع للمنظمات الإسلامية والجمعيات الخيرية، كل هذا استفاد ويستفيد منه آلاف المسلمين حول العالم.

2-1-3-1-2 تعريف المواقع الإلكترونية الإسلامية:

وتُعد هذه المواقع من أبرز وأهم الوسائل التي يمكن من خلالها الدعوة إلى الله تعالى من خلال شبكة الإنترنت، وتكمن أهمية هذه المواقع الدعوية في كون «الموقع الإسلامي عبارة عن مكتبة كبيرة وغنية جداً بالمعلومات عن الإسلام معروضةً بالجان للملايين من البشر وبلغاتٍ مختلفةٍ يطلع عليها الناس في أي زمانٍ أو مكان»².

وتكمن أهمية هذه الوسيلة في الدعوة إلى الله تعالى انطلاقاً من كون هذه المواقع الإسلامية تتضمن في محتواها مجموعةً هائلةً من المعلومات الصحيحة والموثقة عن الدين الإسلامي الحنيف؛ فهناك في العادة ترجمات لمعاني آيات القرآن الكريم إلى كثيرٍ من اللغات العالمية، وهناك الأحاديث النبوية الشريفة، وهناك الكثير من الكتب الدعوية والفقهية والشرعية، كما أن هناك الفتاوى الشرعية المتنوعة

¹ محمد منير سعد الدين، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، ط2، دار بيروت المحروسة، بيروت، 1418هـ=1998م، ص285.

² صالح بن غانم السدلان، الشباب والانفتاح العالمي، ورقة مقدمة ضمن أبحاث المؤتمر العالمي التاسع للدعوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الفترة من 23-26 شعبان 1423هـ الموافق 29/10-1/11/2002م. المجلد 2، ص417.

لعددٍ من كبار العلماء المسلمين، إضافةً إلى الموضوعات الدعوية المسجلة على الأشرطة الإسلامية بالصوت والصورة وبمختلف اللغات، والحوارات الدعوية لكثير من العلماء والدعاة في شتى الموضوعات والمجالات.

وهنا يجب مراعاة أنه عندما يتم إنشاء موقع دعوي إسلامي جديد فمن الأهمية عدم تكرار الموجود في المواقع الأخرى، والنظر في الجوانب المتقدمة للدعوة إلى الله تعالى على الإنترنت أو التي فيها بعض القصور ثم الحرص على استكمالها وبيانها في هذا الموقع طمعاً في تحقيق التكامل المطلوب. وقد أورد أحد المهتمين بالدعوة إلى الله تعالى من خلال الإنترنت بعضاً من المواصفات والشروط اللازمة للموقع الدعوي الناجح ذكر منها: «أن يكون اختيار اسم الموقع مناسباً وجذاباً ومُسجلاً رسمياً، وأن يكون الموقع عملياً وذلك بعدم الإكثار من الصور والمقاطع الصوتية والمصورة والعمل على تسهيل عملية التنقل للزائر في الموقع، وإنشاء سجل للزوار لغرض الإفادة من ملاحظاتهم وانتقاداتهم، والبعد عن التقليد في تصميم الموقع، والحرص على عمل دعاية مناسبة للموقع في الجهات المعنية، والبعد عن المنكرات بجميع أنواعها، والابتعاد في الموقع عن إثارة الخلافات والنزاعات الفرعية أو المذهبية، والحرص على تطوير الخطاب الدعوي في الموقع بما يتلاءم مع أهمية الدعوة وكيفيةها»¹.

2-1-3 خصائص المواقع الإلكترونية الإسلامية:

إنَّ الإنترنت يجمع الغث والسمين والصالح والطالح، فلا نستطيع أن نقول أنه لا يأتي بمعلومات دقيقة، فهناك مواقع إسلامية جادة تبني فكرتها ورؤيتها على أسس معلوماتية دقيقة متعوب عليها، وهناك مواقع أقل من ذلك وهناك مواقع بالفعل رديئة الفكر ورديئة الإخراج ورديئة المعلومات، فتجمع المعلومات وتكون على المسلمين كحاطب ليل وخاطب ويل!

وأما الطريقة المقترحة لكي تصل المواقع الإسلامية لدقة معلوماتية واضحة من خلال البرامج والخطط التي تقدمها فيمكن أن نلخصها بالآتي:]

- (1) أن يحسب المرء كلامه وقوله ويعلم أنه (ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد).
- (2) استشعار حديث الرسول عليه السلام: (كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع)².
- (3) الاهتمام بالكيفية والنوعية وحسن العمل؛ وليس بالتركيز على الجديد فحسب، فالجديد والمفيد معاً في آن واحد، والعبرة بالأعمال من ناحية الأفضلية بكيفيةها لا كميتها.

¹ عبد الحق حميش، المواقع الإسلامية في الإنترنت وفعاليتها، ورقة مقدمة ضمن أبحاث المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي، المجلد (2)، ص ص 445-447.

² رواه الإمام مسلم في مقدمة صحيحه.

4) الاهتمام بالبرامج النوعية والدورات الإدارية التي تعطي للمهني والمحترف أنماط العمل الإيجابي الدقيق وفقاً لآليات محدّدة، وأساليب تحريرية فائقة.

5) الشعور بالمسؤولية الفكرية، فضلاً عن الملكية الفكرية وأمن المصادر المعلوماتية وضرورة الإشارة إليها فإنّ من بركة العلم نسبته لقائله، مع ضرورة وضوح هوية المسؤول عن مصدر المعلومات ومعلومات تعريفية به وإمكانية الاتصال به.

6) ذكر الدكتور عبد الرشيد عاطف في بحث له بعنوان (مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت: معايير مقترحة للتقييم)، فقد ذكر فيه معلومات مهمّة وأكّد فيه على ضرورة وضع ميثاق علمي ونظم مقننة لمواقع الإنترنت التي تتيح مصادر معلوماتية، ومن ثم منح المواقع التي تطبق الميثاق والنظم الموضوعية شهادة بعلميتها واعتمادها على المستوى الأكاديمي، وبعد ذلك يتم اعتماد مواقع الإنترنت التي حازت على الشهادة كمصدر علمي موثوق ومعترف به من قبل الجامعات ومراكز الأبحاث والمؤسسات العلمية.

كما يجب ان تتوفر المواقع الإسلامية على جملة من المعايير حتى تكون مؤهلة لحيازة شريحة أوسع من الجماهير نذكر منها:

7 - شكل وتصميم الموقع وسهولة استخدامه.

8 - استخدامه للوسائط المتعددة.

9 - سهولة البحث واستخراج المعلومات.

10 - تنوع الخدمات التي يقدمها الموقع.

11 - الحيوية والجاذبية والتنظيم.

12 - وضوح الهدف أو الغرض من الموقع.

13 - الشمولية والتوازن والموضوعية.

فإذا ما توفر الموقع على كل هذه الخصائص والمعايير وجسدها في صفحاته الإلكترونية فسوف

يحقق لامحالة الأهداف والغايات المرجوة من الدّعوة الإسلامية عن طريق المواقع الإلكترونية¹.

2-1-4 وسائل الدّعوة الإسلامية عبر الإنترنت:

لا شك أن من أهم وأبرز وألويات التعامل مع شبكة الإنترنت في الدّعوة إلى الله تعالى التأكيد

على حُسن توظيفها في هذا الشأن العظيم، ومواكبة تطوراتها المتسارعة، والعمل الجاد على استثمارها

¹ حباب بن مروان الحمد، الدّعوة إلى الإسلام على الإنترنت ... تكرار أم ابتكار؟، مقال على الرابط:

<http://www.saaaid.net/Doat/khabab/85.htm>، التاريخ: الثلاثاء 19/03/2013م.

الإيجابي والفاعل في هذا الشأن تليغاً لهذا الدين، وإيضالاً لرسالته الخالدة إلى الآخرين في كل مكان، خاصة وأنه هناك العديد من الكيفيات التي يمكن من خلالها الإفادة من هذه الشبكة العالمية ذات الآفاق الواسعة في الدعوة إلى الله تعالى؛ إذ إن كل يومٍ تطلع شمسهُ كفيلاً بتقدّم الحديد والمفيد في هذا المجال. وعلى الرغم من صعوبة تحديد كيفيةٍ مُحددةٍ لذلك؛ إلا أن هناك بعض الوسائل المتميزة التي يمكن استثمارها في هذا الشأن، ومنها:

2-1-4-1 المواقع الشبكية (Sites Web):

تعدّ المواقع الشبكية من أهمّ الوسائل للدعوة الإسلامية المعاصرة، والمواقع الإسلامية لا تزال قليلة مقارنة بالمواقع غير الإسلامية.

ولقد «شهدت السنوات الأخيرة جهوداً متزايدة لتطوير تطبيقات الحاسوب في خدمة الأغراض الإسلامية والشرعية. وقد تركزت معظم تلك الجهود حول تطوير استخدامات الحاسوب في خدمة السنة النبوية (تحقيق وتصنيف وحفظ واسترجاع)، وفي خدمة القرآن الكريم (حفظ واسترجاع وشرح معاني كلمات وتفسير). كذلك برزت التطبيقات التي تهدف لبناء نظم معلومات وقواعد بيانات فقهية ولأغراض حساب الموارد وخدمة علم الفرائض، كما توجد بعض التطبيقات التعليمية التي تهدف لتعليم الأطفال كيفية أداء الصلاة وكيفية ممارسة بعض الشعائر الدينية... إنّ الدعوة للإسلام مجال يتعامل فيه الداعية مع قدر كبير من المعلومات التي يرغب في إيصالها إلى من يدعوهم، لذا فإنّ الحاسوب وشبكة (الإنترنت) ستكون وسائل فعالة في هذا المجال، لما لهذه التقنيات من قدرات عالية على حفظ كم هائل من المعلومات وتيسير عمليات استرجاعها والوصول إليها. وقد بينت العديد من الدراسات السابقة أن هناك عناصر عديدة تزيد من فعالية تقنيات الحاسوب وشبكة (الإنترنت) في مجال الدعوة الإسلامية»¹.

ولا بد من مراعاة بعض الأمور في إنشاء المواقع عبر شبكة المعلومات الدولية، ومن أهمها²:
1 - أن يسبق إنشاء الموقع دراسة واقعية، يتم من خلالها تحديد الهدف من الموقع وطبيعته ومدى حاجة الناس إليه، وفائدة مثل هذه الدراسة: أن نتفادى التكرار في المواقع ونسخها، فإنّ كثيراً من

¹ خالد بن عبد الله البشر، الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية، انظر موقع الدين على شبكة المعلومات الدولية، الرابط: (<http://www.deen.ws/daoh/112.htm>)، تاريخ الدخول: 20-5-2013م.

² صالح الرقب، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، بحث مقدم لمؤتمر بعنوان: الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر بكلية أصول الدين، المنعقد في الفترة: 7-8 ربيع الأول 1426هـ - 16-17 أبريل 2005م.

المواقع تتشابه في المضمون إلى حد بعيد، وإن اختلفت في الظاهر، فنجد أن الموقع يبدأ من حيث بدأ غيره، ويعيد التجارب والأخطاء بسبب عدم إطلاعه على منجزات الآخرين.

2 - أن يشرف على الموقع لجنة شرعية متخصصة، أو على الأقل أحد العلماء، أو طلاب العلم، حتى لا يعرض الموقع ما يخالف شرع الله تعالى.

3 - أن يستقل الموقع بذاته قدر الإمكان، بمعنى أن لا يكون تابعاً لموقع آخر ممن يقدمون خدمة تصميم المواقع مجاناً، وإن لم يكن بد من الاستعانة بمثل هذه المواقع فليكن الموقع المضيف من المواقع التي لا تعرض ما يخالف الدين والأخلاق، فبعض المواقع المضيضة يعرض الصور السيئة حين التنقل بين صفحاته، والسبب أن موقعهم تم تصميمه من خلال موقع لا يبالي بعرض مثل هذه الأمور.

4 - التصميم الجيد للموقع، وهذا يتطلب أموراً منها:

أ - حسن اختيار عنوان الموقع، وهذا يتطلب ثلاثة أمور: أولها: أن يكون العنوان سهل التذكر، وهذا يستلزم أن لا يكون طويلاً، والثاني: أن يدل العنوان على محتوى الموقع، والثالث: أن يكون العنوان جذاباً يلفت انتباه المتصفحين.

ب - استعمال أساليب الجذب والتشويق، وذلك لا يتم إلا باستخدام تقنيات الوسائط المتعددة التي تعني بدمج النص والصوت والصورة والعروض المرئية والرسوم المتحركة في بيئة واحدة.

ج - أن يكون الموقع سهل الاستخدام، ويحقق مفهوم الصداقة مع المستخدم.

د - الاهتمام باللغة العربية الفصحى، وجعلها لغة الموقع الأساسية في جميع الصفحات.

هـ - أن يدعم الموقع أكثر من لغة لاسيما اللغات الحية كالإنجليزية والفرنسية.

و - التعميم أو التخصص بشرط الجودة، فإما أن يتخصص الموقع في جانب معين (علمي، دعوي، إيماني، تربوي، جهادي، سياسي، المرأة المسلمة)، وقد يتخصص كل جانب من هذه الجوانب في فرع من الفروع، فالموقع العلمي قد يهتم بالعقيدة أو بالفقه أو بالحديث النبوي أو بالقرآن وعلومه وهكذا، وبذلك يجعل الموقع كل ثقله في الجانب الذي تخصص فيه، بحيث يكون مرجعاً لجميع الزوار في هذا الجانب، أو أن يكون الموقع عاماً شاملاً فيجمع بين جوانب مختلفة من العلوم والدعوة والتربية.

5 - إدارة الموقع من حيث صيانتها من الاختراق وأمن بياناتها وملفاتها وكذلك تحديثه بين فترة

وأخرى، بما يجذب الزوار، وهناك شركات تسمى Web hosting service تقدم مثل هذه الخدمات، وتتولى القيام بمثل هذه المهام، إضافة إلى أن هناك برمجيات تسمى Web Server

Software تقوم بالإشراف على كفاءة الموقع، من حيث سرعة تحميل الصفحة الرئيسية Home page، وكذلك معرفة الروابط Links المنقطعة بين الصفحات وغير ذلك¹.

2-4-1-2 المنتديات (Forums):

وتسمى أيضاً ساحات النقاش، وفي المنتدى يتبادل مجموعة من الأشخاص الأفكار والمعلومات فيما بينهم في موضوع ما من خلال سبورة إلكترونية كبيرة، حيث يستطيع كل واحد أن يبعث رسالته إلى الآخرين حول الموضوع، ثم يردون عليها إن أرادوا.

ويستطيع الداعية أن يخدم الإسلام بواسطة المنتديات من زاويتين: الأولى: إنشاء المنتديات الدعوية المفيدة، وهذا يدخل في إنشاء المواقع النافعة، والثانية: المشاركة الفعالة في مثل هذه المنتديات والرفع من مستواها، والارتقاء بها، وتفعيل دورها في الدعوة الإسلامية، ولذلك يقترح مراعاة الآداب التالية:

- 1 - الاشتراك في المنتدى الذي سيستفيد منه الشخص أو الذي سيستفيد غيره من خلاله، لا المنتدى الذي يحبه ويميل إليه نفسياً فإن مثل هذا المنتدى -غالباً- مضيعة للوقت.
- 2 - على مشرف المنتدى أن يقوم بمسؤوليته الكاملة، وأن يتقي الله في الإضافة والحذف لمشاركات الأعضاء، وإن كان المشرف من ذوي العلم الشرعي فالأفضل أن يطرح هو الموضوع بعد أن يختاره، ثم يطلب من الأعضاء المشاركة والتعليق، كما تفعله عدد من المنتديات.
- 3 - عدم الاستعجال في المشاركة والتريث في ذلك، ولا يغتر المسلم بكثرة المشاركين، ولينظر في قصده من المشاركة، فإن كان لله تعالى فيها ونعمت، وإلا فعدم المشاركة أولى وأجدى، قال الله تعالى: ﴿وَالْكَافِرِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ﴾²، وقد حث عليه السلام على ترك الجدل فقال: (أنا زعيم بيت في ربض الجنة لمن ترك المراء وإن كان محقاً)³.
- 4 - الالتزام بأدب الحوار والمناقشة، والتحلي بحسن الخلق، وترك ردود الأفعال الهوجاء.
- 5 - الابتعاد عن المنتديات المشبوهة، والتي تبث الأفكار المنحرفة والعقائد الهدامة، إلا لمن يقوى على الدعوة والرد لاسيما إن كان المنتدى يجمع بين المسلم والكافر أو السني والمبتدع. قال الله عز

¹ شوقي عباد، طرق لخدمة الإسلام عبر الإنترنت، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية، الرابط: (www. saaid.net)، تاريخ الدخول: 2-3-2014.

² سورة آل عمران، الآية: 134.

³ رواه أبو داود، رقم 4800، 253/4، باب في حسن الخلق. والبيهقي في السنن الكبرى، 249/10، باب المزاح لا ترد به الشهادة ما لم يخرج في المزاح إلى عرضه النسب أو عرضه بحد. والطبراني في المعجم الأوسط 269/1، رقم 878.

وجل: ﴿وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾¹، وقال عبد الله بن المبارك كما في سير أعلام النبلاء: «وإياك أن تجلس مع صاحب بدعة»²، وقال عبد الصمد مردويه سمعت الفضيل يقول: «من أحب صاحب بدعة أحبط الله عمله وأخرج نور الإسلام من قلبه لا يرتفع لصاحب بدعة إلى الله عمل نظر المؤمن إلى المؤمن يجلو القلب ونظر الرجل إلى صاحب بدعة يورث العمى من جلس مع صاحب بدعة لم يعط الحكمة»³، وإذا كان المنتدى نسائياً فيحذر عدم المشاركة فيه من قبل الرجال سداً للذريعة، وللشيطان في مثل هذه الأماكن وجود.

6 - توجيه النصيحة المباشرة للمشرفين على المنتدى، وذلك في حالة وجود مخالفات شرعية أو انحراف عن المنهج القويم، فإن لم يستجيبوا وتكررت منهم مثل هذه الأمور فينظر للمصلحة والمفسدة من المشاركة أو عدمها⁴.

ويمكن الدعوة من خلال المنتديات ببعض المشاركات الدعوية ومنها:

- 1 - نشر عنوان موقع إسلامي جديد وما يحتويه من مواد شرعية وأهم ميزاته.
- 2 - نشر بعض محتويات موقع إسلامي متميز ومناسب في وقت مناسب، كموقع عن الحج في شهر الحج أو موقع عن الصيام في شهر الصيام.
- 3 - نشر جديد المواقع الإسلامية مع روابط متكاملة للمواضيع الجديدة.
- 4 - المشاركة الفعالة عن طريق مقال جيد.
- 5 - تشجيع الكتابات المتميزة.
- 6 - جمع روابط موضوع معين تمس الحاجة إليها.
- 7 - تذكير الناس بعبادة يحين وقتها قريباً، كصيام عاشوراء والأيام البيض.
- 8 - تذكير الناس بأحكام فقهية يحين وقتها، كالحج وصيام رمضان.
- 9 - تنبيه الناس على بدعه أو منكر، أو خطأ يقع فيه بعض الناس.
- 10 - تنبيه الناس على منكر معين، والمساعدة الفعلية في محاولة إزالته.

¹ سورة العنكبوت، الآية: 46.

² عبد بن محمد بن أحمد عثمان الذهبي، سير أعلام النبلاء، تحقيق شعيب الأرنؤوط وحسين الأسد، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة 1405هـ، ج 8، ص 399.

³ المرجع السابق، ج 8، ص 435.

⁴ خالد بن عبد الله البشر، مرجع سابق.

11 - تنبيه الناس على خطأ وقع فيه صاحب مقال، في حدود آداب الإسلام في الحوار والنصيحة

بالتي هي أحسن

12 - وعظ الناس وتذكيرهم بالله عز وجل، والتنويع ما بين آية وحديث وموعظة.

13 - الدلالة على باب من الخير كمشروع خيري، من جمعية أو مؤسسة خيرية.

14 - الدلالة على محتاج إلى خدمة عاجلة، كمحتاج إلى فصيلة دم نادرة مثلاً.

15 - إفادة الناس بخبر جديد وبشرى للمسلمين.

16 - تفنيد خبر كاذب، أو إشاعة باطلة بالدليل والبرهان.

17 - التعاون في مجال الدعوة، ونقاش أفضل الطرق والوسائل في باب معين.

18 - نجدة الزوار من محتاجين المساعدة، بالدلالة على موقع، أو مقال ونحو ذلك.

19 - إصلاح ذات البين بالحسنى، بين من تحصل بينهم مشاحنات أو مناقشات حادة¹.

2-1-4-3 مواقع التواصل الاجتماعي:

هي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل موقع «فايسبوك» و«تويتر»، ومن خصائص هذه المواقع التواصلية: المشاركة «Participation»، الانفتاح «Openness»، المحادثة «Conversation»، المجتمع «Community»، الترابط «Connectedness»².

* الفاييسبوك (Facebook):

وهو موقع مخصص للتعارف والصدقات على الإنترنت عن طريق مساحات مجانية يتيحها لمشاركته فيستطيع المشترك بإضافة صور وفيديو وإرسال رسائل إلى أصدقائه للتعارف، أي أن فكرة الموقع قائمة على الشبكة الإنسانية ومشاركة المستفيدين في المحتوى. ويعتبر الفاييسبوك درة المواقع التواصلية، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، وذلك بسبب خصائصه التي يسرت وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبره، ومن خصائصه: الملف الشخصي، إضافة صديق، إنشاء مجموعة، لوحة الحائط، النكرة، الصور، الحالة، التغذية الإخبارية، الهدايا، السوق³.

¹ ذياب عبد الكريم، مقال بعنوان: «الدعوة الإسلامية ومواقعها على الإنترنت بين الواقع والطموح»، مجلة الفرقان، العدد 261، على الرابط: <http://www.saaid.net/afkar/86.htm>، بتاريخ: 03-02-2014م.

² خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس، الأردن، 2013م، ص25-27.

³ المرجع السابق، ص34-36.

رابط الموقع: www.facebook.com

* اليوتيوب (Youtube)

يعتبر هذا الموقع أكبر تجمع للفيديوهات التي يضعها المستفيدون بأنفسهم عن طريق التسجيل في الموقع حتى إن بعض المتخصصين في مجال التقنية أطلقوا على هذا الموقع لفظ عملاق الفيديو فيحتوى على ملايين الفيديوهات من كافة أنحاء العالم عن طريق المستفيدين أيضا. فاليوتيوب: موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام وبجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة خاصة بمشاهدتها¹.

رابط الموقع: www.youtube.com

* تويتر (Twitter)

هو موقع دعائي بامتياز، يتيح لمستخدميه ترويج أفكارهم وآرائهم عن طريق نصوص مكتوبة تسمى تغريدة لا يتجاوز عدد أحرفها 140 حرفا، كما يمكنهم مرافقة تغريدهم بروابط مواقع أو فيديوهات أو غيرها، وكل شيء يضاف للتغريدة هو عبارة عن صورة بالنسبة للتويتر، وللمغرد عدة خيارات منها إعادة تغريدة الشخص المغرد أو التعليق على تغريدته أو غيرها من الخدمات، ويبقى سر نجاح صفحتك على التويتر في حجم الجمهور المعجب بصفحتك.

واليوم يعتبر تويتر مصدرا معتمدا للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة عن سياسيين أم ممثلين أم صحفيين أم وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ويتوقع مستقبلا مصدرا معتمدا للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة تواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في البلدان العربية عقب الربيع العربي وتأثير تويتر القوي فيه². رابط الموقع: www.twitter.com

* ويكيبيديا (Wikipedia)

¹ المرجع نفسه، ص 43.

² المرجع السابق، ص 39.

هي أشهر مواقع الويكي «wikis»، التي تمثل صفحات ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام، وتسمح الويكيديا للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية¹. ويطلق عليها الموسوعة الحرة لأن أي مستفيد يستطيع إضافة مقالة فيها أو التعديل على مقالة موجودة بالفعل وهذا الموقع في 250 لغة وظهرت منه النسخة العربية في عام 2003م.

رابط الموقع: www.wikipedia.org

* خصائص شبكات التواصل الاجتماعية:

تتشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن الأخرى بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها. أبرز تلك الخصائص:

1. الملفات الشخصية / الصفحات الشخصية (Profile Pages):

ومن خلال الملفات الشخصية يمكنك التعرف على اسم الشخص ومعرفة المعلومات الأساسية عنه مثل: الجنس، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والصورة الشخصية بالإضافة إلى غيرها من المعلومات. ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكنك مشاهدة نشاط الشخص مؤخراً، من هم أصدقاؤه وما هي الصور الجديدة التي رفعها إلى غير ذلك من النشاطات.

2. الأصدقاء / العلاقات (Friends/Connections):

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين. الشبكات الاجتماعية تُطلق مسمى «صديق» على هذا الشخص المضاف لقائمة أصدقاؤك بينما تطلق بعض مواقع الشبكات الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى «اتصال أو علاقة» على هذا الشخص المضاف لقائمتك.

3. إرسال الرسائل:

وتتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص، سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن.

4. ألبومات الصور:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور فيها وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق حولها.

¹ المرجع نفسه، ص 25.

5. المجموعات:

تتيح كثير من مواقع الشبكات الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكنك إنشاء مجموعة مسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة الاجتماعية لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر وألبوم صور مصغر كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له ومعرفة عدد الحاضرين من عدد غير الحاضرين.

6. الصفحات:

ابتدعت هذه الفكرة الفيس بوك، واستخدمتها تجارياً بطريقة فعّالة حيث تعمل حالياً على إنشاء حملات إعلانية موجهة تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهارها لفئة يحددها من المستخدمين وتقوم الفيس بوك باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث ويقوم المستخدم بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة ثم إن وجدوا اهتماماً بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

2-4-4-1-2 البريد الإلكتروني (e-mail):

إنّ كلمة البريد الإلكتروني (e-mail) هي اختصار للكلمتين (Electronic Mail)، وإنّ البريد الإلكتروني أفضل بكثير من البريد العادي من حيث عامل الوقت وعامل الكلفة، وعلى الإنسان أن لا يستصغر مثل هذه الرسائل إنّما هي كبسة زر وتصل إلى المدعو، فإن قرأها فالحمد لله، وإن لم يقرأها فالأجر ثابت إن شاء الله تعالى، قال عليه الصلاة والسلام: «لا تحقرنّ من المعروف شيئاً»¹. ولقد عرف البريد الإلكتروني قبل (الإنترنت) إلاّ أن (الإنترنت) أشهره، وأصبح حصول أي مستخدم على بريد إلكتروني مجاني من الأمور السهلة جداً، وتحرص كثير من المواقع على منح هذا البريد لأغراض خاصة بهم!

ومن طرق الدّعوة إلى الله عبر البريد الإلكتروني: شراء قوائم بريدية؛ إذ يوجد شركات في الإنترنت تقدم خدمات بريدية بأسعار معقولة ويمكن أن يقوم الداعية بإنشاء قوائم؛ ويستخدمها في المراسلة، ويمكن الرجوع إلى موقع القائمة التي أنشأها أحد الدعاة جزاه الله خيراً ويبلغ عدد المنتسبين إليها أكثر

¹ رواه مسلم، رقم 2626، 2026/4، باب استحباب طلاقة الوجه ثم اللقاء.

من عشرة آلاف عنوانها: (www.egroups.com/groupdateel) وقد استخدم بعض الدعاة هذه القوائم؛ فنفع الله بها وجادت بالخير الكثير؛ وأسلم على يديه عدد لا بأس به من مختلف دول العالم¹.

إن الداعية يستطيع خدمة الإسلام عن طريق هذه الأداة في الدعوة إلى الله تعالى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وذلك بإرسال رسائل إلى جميع الناس مسلمهم وكافرهم، فأما المسلم فقد يكون مقصراً أو واقفاً في معصية أو بدعة فينبه لذلك، وينصح ويوعظ ويذكر، قال الله تعالى: ﴿وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ﴾ (الذاريات: 55). وأما الكافر فبدعوته إلى الإسلام وعرضه عليه، وإزاحة الشبهات عنه التي تزعزع ثقته بالإسلام. وعناوين مثل هؤلاء الأشخاص يمكن الحصول عليها من طريق الصحف والمجلات السيارة التي تهتم بنشر عناوين قرائها².

2-1-4-5 غرف الدردشة والحوار مع الآخرين:

تتم عملية الدردشة أو المحادثة مع شخص أو مجموعة من الأشخاص بعدة تقنيات منها:
* سكايب (Skype):

هو عبارة عن برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي نيكلاس زينشتروم والدنماركي يانوس فريس مع مجموعة من مطوري البرمجيات. يمكن برنامج سكايب مستخدميه من الاتصال صوتياً (هاتفياً) عبر الإنترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، لكن مع تكلفة بسيطة في حال الاتصال بخطوط الهاتف الثابتة أو الجوال.

اشترتها شركة مايكروسوفت لـ 8.5 مليار دولار في 10 مايو، 2011م³.

* البالتوك (Paltalk):

البالتوك هو برنامج للمحادثة يتكون من غرفة عامة وغرف خاصة، بكل غرفة يمكن لعدد كبير من الأشخاص الكتابة بحرية، ويسمح لشخص واحد بالتحدث صوتياً في اللحظة الواحدة في غرفة واحدة، كما يسمح بعرض فيديو لـ 6 كاميرات. وإذا كان الاشتراك مجانياً فلا يمكن أن ترى الصورة متحركة، بل تكون الصور ثابتة، أما إن كان مدفوع الثمن فتكون الصورة متحركة، ومن مميزات برنامج البالتوك أن الكاميرا وعدد الأشخاص الموجودين لا يؤثر أبداً على نقاوة الصوت.

¹ خالد بن عبد الله البشر، مرجع سبق ذكره.

² المرجع نفسه.

³ ويكيبيديا، الرابط: <http://ar.wikipedia.org/wiki> تاريخ الدخول: 2014-04-27م.

يمكن القول بأن الإيجابيات لهذا البرنامج أبرزها ما يلي:

أولاً: استخدامه كوسيلة من الوسائل الإعلامية الحديثة في إلقاء الدروس والمحاضرات والندوات والفتاوى.

ثانياً: إيصال العلم الشرعي المستمد من الكتاب والسنة وفهم السلف إلى ديار المسلمين المتباعدة، وإلى ديار الكفر التي يقل فيها العلماء وطلبة العلم، أو المناطق التي ربما يصعب أولاً يسمح بنقل الكتب والمصادر إليها، ففي هذا تغلب على تلك الصعوبات، وفيه تيسير للتلقي العلمي عوضاً عن حلق العلم المباشرة على الشيوخ حيث لا يمكنهم ذلك، إضافة إلى فائدته للنساء حيث يصعب على كثير منهن متابعة حلقات العلو وحضورهن الدروس.

ثالثاً: تبصير المسلمين بدينهم الحق وترسيخ العقيدة الإسلامية الصحيحة المستمدة من الكتاب والسنة مع التحذير من الفرق المنحرفة بالرد على شبهاتهم التي يطرحونها خلال هذا البرنامج.

رابعاً: يعد هذا البرنامج وسيلة من الوسائل الحديثة الهامة في بيان محاسن الإسلام وعدالته ونشر ذلك بلغاتٍ مختلفةٍ وبلوغ ذلك أقاصي الدنيا وأطرافها.

خامساً: الرد على مطاعن النصارى وشبهاتهم التي يعرضها المبشرون في كتبهم وفي خلال هذا البرنامج.

سادساً: الرد على القاديانية، وبيان باطلهم وانحرافهم عن دين الإسلام ووقوعهم في الكفر في ادعائهم صحة النبوة بعد دعوة النبي صلى الله عليه وسلم.

سابعاً: نقل الدروس العلمية والدورات العلمية التي تقام في العطل وغيرها لما فيها من فوائد .

ثامناً: إمكانية طرح عدد من الدروس التي تؤخذ عادة بالتلقي عن الشيوخ كدروس التجويد للقرآن الكريم وتعميم الفائدة في ذلك.

تاسعاً: إمكانية إقامة غرف خاصة للأخوات من النساء يتدارسن فيها كتاب الله وأمور دينهن وأمور النساء من خلال غرف مغلقة لا يدخلها إلا من يردن من النساء من خلال رقم خاص للغرفة تضعه من تريد الدخول.

* سلبيات برنامج البالتوك:

لا ريب أن الوسائل الحديثة لا يخلو بعضها من أوجه سلبية، منه ما يمكن التغلب عليه ومنه ما لا يمكن، ونعرض أبرز سلبيات برنامج البالتوك مع كيفية التغلب عليها إن وجدت:

أولاً: وجود غرف كثيرة ضمن البالتوك تتنافى مع الآداب والأخلاق والقيم الإسلامية، لذا ينبغي على المسلم ألا يدخل إلا في غرف مخصوصة معلومة الفائدة من خلال سؤاله من يثق بدينه، ولا يجلس يبحث وينتقب فيدخل في الصالح والطالح من هذه الغرف.

ثانياً: إمكانية دخول بعض الناس ممن قد يسيء الأدب في هذه الغرف، ويمكن لمديري الغرف الجيدة أن يضبطوا ذلك إلى حد كبير إذا وقع ذلك بمنع من يفعل ذلك من الكتابة أو إلغائه .
ثالثاً: ظهور دعايات غير أخلاقية ضمن البالتوك، ويمكن التغلب على ذلك فيما يتعلق بمديري الغرف وذلك بإيجادهم الغرف عن طريق الاستئجار للغرف من الموقع، وبذلك لا ترد في غرفهم الدعايات ولديهم الخيار في وضع ما يشاءون لأنفسهم، وأما في غير غرفهم فالأمر لا يزال قائماً في ظهور الإعلانات، ويمكن التغلب على ذلك من خلال اشتراك الشخص في الموقع بعدم إظهار الدعايات الخاصة في البالتوك وهو اشتراك ذو قيمة قليلة باسم له، وبهذا لا تظهر له دعايات إذا دخل بهذا الاسم في جميع الغرف.

رابعاً: وجود التصوير ضمن البالتوك من خلال الكاميرات، وإن كان هذا غير منتشر كثير إلى الآن لكن الإمكانية موجودة وبدأ ظهوره وانتشاره علماً بأن الأمر فيه اختياري للمستخدم إن شاء استقبال الصورة مع الحديث وإن شاء بدونها، ويمكن لمديري الغرف منع من يستخدم الكاميرا بإزالتها.¹
نصائح وتوجيهات:

أولاً: ينبغي على المسلم أن يحرص على وقته وعلى الاستفادة منه وأن لا يضيع وقته عبر شبكة (الإنترنت) بما لا طائل تحته ولا ثمرة كبيرة منه.

ثانياً: يحرص على الدخول في الغرف النافعة المشهود لها بسلامة منهجها وعدم انحرافها وبجصول الفائدة منها.

ثالثاً: اجتناب دخول الغرف المنحرفة لأصحاب الفرق الضالة، إذ حضور ذلك تكثير لسوادهم وإقرار للاستماع لباطلهم، إضافة مع كون البدع والشبهات قد تنقدح في نفوس بعض الناس لقلة علمهم أو ضعفه، فلذا لا ينبغي أن يدخل هذه الغرف ويناقش فيها إلا من كان على بصيرة في دينه وبعقائد الفرق الضالة وأساليبهم.

¹ عاصم بن عبد الله القريوتي، استخدام البالتوك في الدعوة إلى الله عز وجل والبدل المقترح، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية، على الرابط: (<http://www.saaid.net/afkar/48.htm>)، تاريخ الدخول: 12-04-2014م.

رابعاً: ينبغي على طلبة العلم والعلماء والأساتذة والمربين المشاركة في هذا البرنامج من خلال الدخول في غرف خاصة ينشئونها أو غرف معروفة بالاستقامة بدخولهم بأسماء حقيقية لتعم الفائدة ولتحصل الثقة والاطمئنان إليهم وإلى أحاديثهم وإلى إجاباتهم.

خامساً: ينبغي المحاولة في اختيار الأوقات المناسبة قدر الاستطاعة ليعمّ النفع والاستفادة من هذه الدروس والأنشطة العلمية¹.

والحوار مع الآخرين من الوسائل التي يتيحها (الإنترنت) وهي خدمة الحوار سواء أكان مباشراً أو غير مباشر. فالأول: باستخدام برامج (Icq) أو (Micr) أو برنامج (messenger yahoo)، وهي موجودة في جميع محركات البحث العالمية مثل: (ياهو) و(ألتافيسستا) و(إكسايث) وغيرها ويمكن الرجوع لهذا المثال: (<http://messages.yahoo.com/index.html>). والثاني: الحوار غير المباشر فيتم عن طريق مجموعات الأخبار التي يبلغ عددها أكثر من (20000) ألف مجموعة، وهي تناقش مواضيع شتى بما في ذلك المواضيع الدينية، ويمكن الوصول إلى مجموعات الأخبار بإحدى الطريقتين التاليتين؛ إما عن طريق كلمة (NEWS) الموجودة في متصفح (إكسبلورر)، أو في متصفح (النتسكيب) وقد تكون موجودة في الصفحة الأولى في محركات البحث العالمية، أما الطريقة الأخرى التي يمكن بواسطتها الوصول إلى مجموعات الأخبار فهي عن طريق موقع (<http://www.deja.com>)، المهم بعد أن تصل إلى هذه المجموعات يمكن التسجيل فيها، وتبدأ الدعوة إلى الله تعالى، وسواء استخدم الداعية الحوار المباشر، أو غير المباشر؛ فكلها ستحقق النتيجة المرجوة إن شاء الله تعالى، إذا خلصت النية².

2-2 الاستخدامات الدعوية للإمام عبر المواقع الإلكترونية الإسلامية:

2-2-1 الثابت والمتغير في الخطاب المسجدي:

إن الثابت الأول في الخطاب الديني الموجه لكل أمم العالم هو عقائد الإسلام، أي الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسوله واليوم الآخر والقدر خيره وشره والاعتقاد بالبعث بعد الموت والحساب والعقاب، أما الثابت الثاني فهو أركان الإسلام ممثلة في الشهادتين والصلاة والزكاة وحج البيت لمن استطاع إليه سبيلاً، أما الثابت الثالث فهو المعلوم من الدين بالضرورة المبين بيانا قطعياً في الشريعة الإسلامية من حلال وحرام وأمر ونهي³، والثابت في المضمون لا يعني الثبات في عرض هذا المضمون، فالثابت في

¹ المرجع السابق.

² خالد بن عبد الله البشر، مرجع سبق ذكره.

³ محمد الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص ص، 12 - 13.

الخطاب الديني يختلف عرضه من زمن لآخر، ومن بيئة لأخرى ومن قوم لغيرهم¹ وليس أدل على ذلك من القرآن الكريم الذي غير من أسلوب خطابه الديني من مكان لآخر ومن زمان إلى زمان، أما المتغير فهو الوسائل والآليات الواجب توظيفها خدمة للدين ونشرا لرسالة الإسلام الذي لم يجعل وسائل الدعوة أمراً محددًا لا يمكن تجاوزه، بل جاء بالإطار العام لمنهج الدعوة ووسائلها، قال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾²، فالمطلوب في الدعوة هو الحكمة، ومنها الحكمة في استخدام الوسيلة المناسبة، فوسائل وأساليب الدعوة متجددة، والمؤمن مطالب بالإبداع في وسائل الدعوة وعدم الجمود، مع ملاحظة أنّ الوسائل تأخذ حكم الغايات في شرع الله، وشرعنا يرفض مبدأ الغاية تبرر الوسيلة. فأصبح من واجب دعاة الإسلام وعلمائه أن يستفيدوا من جميع أنواع الوسائل الحديثة - التي ظهرت في عصر ثورة المعلومات والاتصالات - لإيصال الدعوة إلى كل الناس وبكل اللغات ما أمكن.

والداعية الناجح لا يترك وسيلة لعرض دعوته وكسب الأنصار لها إلا استعملها، وهو يستفيد من كل ما أتيج له من وسائل حديثة، ومن مستجدات العصر في الدعوة إلى الله؛ فهو يدعو عبر القنوات الفضائية، وعن طريق شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وكل ما يُستجد من وسائل وتقنيات حديثة، ولا يحصر نفسه في دائرة ضيقة من الوسائل، مع الحفاظ على ثوابت الدعوة وأصولها، والداعية الناجح يأخذ بالتنوع في وسائله الدعوية، وبما يتناسب مع الزمان والمكان والأشخاص والأحوال، فقد أصبح اليوم بإمكان الداعية المسلم أن يصل إلى ملايين الناس بفضل هذه الوسائل الحديثة، والتي ظهرت واخترعت ليس من أجل الدعوة، ولكن لمصالح أخرى حسب نوايا مصنعيها، ومع أنّ بعضها استخدم أصلاً لمعارضة الدعوة والتشكيك في الإسلام شريعة وعقيدة. فالجدير بالدعاة إذن ألا يقفوا جامدين إزاء هذه الوسائل، التي أصبحت سلاحاً ذي حدّين، فأهل الباطل يستفيدون منها أقصى ما يستطيعون في نشر باطلهم، لذا فإنّه يجب على الدعاة أن ينتفعوا ويستفيدوا الوسائل الحديثة التي أصبحت في هذا العصر هي وسيلة الاتصال بين العالم. ويمكن القول بأنّ الوسائل الدعوية الحديثة كثيرة جداً، وربما من الصعب حصرها³.

¹ جريدة البلاد الجزائرية، «القرضاوي يناقش تجديد الخطاب الديني»، 27 أكتوبر 2003م، ص 12.

² سورة النحل، الآية: 125.

³ صالح الرقب، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، مرجع سابق، ص 2-3.

2-2-2 الدعوة والتعليم عن بعد:

ويعتبر التعليم الإلكتروني عبر الإنترنت مفيداً في العديد من المجالات منها: دعم وإكمال نظم التعليم، إمكانية متابعة نقاط الضعف والقوة عند الدارس وتسهيل عملية متابعتها، وتفاعل الدارس التقليدي مع المادة التعليمية والتعلم الذاتي من خلال استخدامه للوسائط السمعية والمرئية وكذلك اختصار الوقت والجهد والتكلفة وتحسين المستوى العام للتحصيل الدراسي، ومساعدة المعلم والدارس في توفير بيئة تعليمية جذابة لا تعتمد على المكان أو الزمان، كما يوفر بيئة تعليمية تفاعلية لجذب اهتمام الدارسين وحثهم على تبادل الآراء والخبرات من خلال الاتصال بالخبراء أو زملاء لهم نفس الاهتمام عبر غرف الحوار والمنتديات المتاحة عبر الإنترنت¹.

كما يمكن ممارسة الدعوة الإسلامية بفتح قنوات عامة دائمة للمحاورة مع الأئمة والمشايخ والدعاة ويمكن تطبيق ذلك على النحو التالي:

أ - الأئمة والدعاة الذين لهم مواقع شخصية يحددون ساعة للحوار عبر الموقع كل أسبوع، مرة أو مرتين، بحسب ظروف الشيخ صاحب الموقع.

ب - تستضيف المواقع الإسلامية الأئمة والدعاة والمشايخ والمتخصصين في فروع مختلفة من المعرفة في وقت محدد ويتلقى الموقع أسئلة الزوار، ثم يتولى طرحها على الضيف الذي يتولى الإجابة عليها في حينه، وتنشر الإجابة في صفحات الموقع، ويحتفظ بها في الأرشيف لمن يريد الرجوع إليها من زوار الموقع، ويشير الباحث هنا إلى تجربة موقع إسلام أون لاين في هذا الباب.

ويجب على مشرف القناة التحلي بالحلم وسعة الصدر، أن يكون على قدر من العلم الشرعي وأن يكون على قدر من المعرفة التقنية، وسيصبح لديه بوصفه مالكا للقناة سلطات خاصة عليها، ومنها؛ تخصيص القناة فلا يشارك فيها إلا من يأذن لهم مالك القناة، وذلك بوضع كلمة مرور للمشاركة فيها أو دعوة أشخاص محددين لها، تغيير موضوع القناة، تكليف آخرين بمساعدته في إدارة القناة وذلك بمنحهم صفة المشغل، السماح لأشخاص محددين بالكتابة وهم الذين يظهر أمام أسمائهم المستعارة علامة الزائد وهذا يتطلب معرفة أعضاء القناة الذين يترددون عليها بانتظام، ومنع بعض المشاركين المشاغبين أو الذين

¹ عبد الحميد محمد رجب، دور المقارئ الإلكترونية في التعليم القرآني عبر شبكة الإنترنت، منشورات المؤتمر العالمي الأول لتعليم القرآن الكريم، ص 236. على الرابط:

http://www.kau.edu.sa/Files/0052480/Researches/56653_26932.pdf

تاريخ الدخول: 2014-03-04م.

يثيرون الشبهات ويشوشون على الآخرين من المشاركة مع السماح لهم بالبقاء للاستفادة إن أرادوا ذلك، مع إرسال رسالة خاصة لهم تبين سبب منعهم من المشاركة، فإن التزموا بما يطلب منهم سُمح لهم بالكتابة أو الحديث.

قد لا يملك الداعية خبرة تقنية تمكنه من فتح قناة للحوار ومتابعتها، وإن ملك تلك الخبرة فقد لا يملك الوقت الكافي لإدارتها ومتابعتها، فيمكنه المشاركة في القنوات المفتوحة والاستفادة منها، وإفادة إخوانه¹.

2-2-3 البث الحي للجمعات والدروس والمحاضرات:

وذلك لنقل الجمعات والمحاضرات والدروس العلمية أثناء إقامتها ويمكن الاستفادة من خوادم المحادثات العالمية في الدعوة إلى الله تعالى ويتطلب هذا البث التعاون مع القائمين على أمر الغرف الدعوية، ومواقع البث المباشر بإخبارهم بمواعيد هذه الدروس ومكان إقامتها، ثم التعاون معهم في بثها، وتؤكد أهمية هذا البث المباشر للدروس والمحاضرات في حالة المسلمين المقيمين في مناطق بعيدة عن الدول الإسلامية ولا يوجد لديهم مشايخ وعلماء، ولا يكلف هذا البث أكثر من قيمة الاتصال بالشبكة الدولية.

وينبغي على مقدم المحاضرة أو الدرس أن يذكر بأن هذا البرنامج يث عبر الشبكة الدولية باستخدام برنامج كذا وعبر غرفة كذا، أو عبر الموقع الفلاني، وفي هذا دعاية لهذه الخدمات الجليلة التي تقدمها الشبكة، وبعد المحاضرة أو الدرس يخصص جزء من وقت الأسئلة، للأسئلة التي وردت من المتابعين عبر الشبكة إما بالبريد الإلكتروني، أو عبر الرسائل الخاصة التي ترسل للإمام الذي يشرف على البث².

وأخيرا فإن مواقع البث التي تنشر محاضرات وندوات ومؤتمرات عالمية وإسلامية لعدد من الشيوخ والدعاة والعلماء والمفكرين والمثقفين الإسلاميين، فمن يكون في المشرق يستمتع لمن يكون في المغرب

¹ عابد إبراهيم بن عبد الرحيم، «وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وكيفية استخدامها الدعوية»، مرجع سابق، ص ص 254-255.

² المرجع نفسه، ص ص 254-255.

بل يمكنه توجيه الأسئلة إليه وإجابة ذلك العالم عنها و يوجد فيها مئات الدروس العلميّة، والمحاضرات المنهجية، والتي تفيد الداعية إلى الله فيما يشكل عليه في أمور دينه¹.

2-2-4 المحادثة عن طريق السكايب، البالتوك، الوسائط التواصلية:

كل هذه البرامج تشترك في عملية ربط المرسل بالمستقبل في محادثات نصية أو صوتية أو مرئية أو كلها معا فرادى أو جماعات، لكنها تختلف في آليات هذا الربط، فالسكايب والوسائط التواصلية تتيح لك التواصل فقط مع الأشخاص الذين سبق لك وأن وافقت على طلبهم في الحديث معك، عكس البالتوك الذي يعتبر مجموعة من الغرف مبنية حسب الموقع الجغرافي ولكل زائر أن يدخل الغرفة التي شاءها، وعليه فإن فوائد هذه البرامج كثيرة ومتنوعة، فمن التحادث المجاني مع الأهل والأصدقاء إلى نقل المحاضرات الدينية والعلمية لأنحاء الدنيا في نفس لحظة انعقادها، إلى المناقشة بين رواد هذه الخدمة في مختلف جوانب ونواحي الحياة، فغرف للنقاش بين أتباع الأديان والمذاهب المختلفة، إلى مناقشة مستجدات التقنية ومشكلات الحاسوب، وغير ذلك كثير بحسب تنوع أذواق الناس ومشاريهم. ومهما اختلفت الآراء حول صحة أو خطأ الممارسات التي تتم من خلال هذه الخدمة، فإن الحقيقة الثابتة أنها قدمت تقنية لا تجارى (على الأقل حتى هذه الساعة) في نقل الصوت بشكل جماعي، وبنقاوة ممتازة وسهولة في التعامل مع البرنامج، وما يحدث في هذه الغرف من دردشات غير مشروعة ومن سلوكيات منحرفة فمرده للاستعمال السيء للتقنية وليس للتقنية في حد ذاتها.

وبما أن شهرة برنامج البال توك (PalTalk) قد استخدمه الكثير من العلماء وطلبة العلم بخلاف البرامج المشابهة الأخرى للبرنامج وأيضاً فقد صرنا نشاهد برفقة إعلانات بعض الدروس والمحاضرات عنوان نقل المحاضرة على شبكة الإنترنت في هذا البرنامج²، وهو نوع من الاشهار والدعاية التي يحتاجها العمل الدعوي.

يمكن عمل غرفة خاصة بالإمام يبيث فيها دروسه العلمية، ولا يلزم أن تعمل الغرفة على مدار الساعة وإنما يمكن الاقتصار على ساعات من النهار أو الليل، كما لا يلزم تواجد الإمام باستمرار،

¹ خباب مروان الحمد، مقال بعنوان: «الدعوة إلى الإسلام في الإنترنت»، الرابط: <http://www.saaied.net/Doat/khabab/85.htm>، التاريخ: الثلاثاء: 19/03/2013م الموافق لـ 07/جمادى الأولى/1434هـ.

² عبد الله ردمان، الإنترنت وتطبيقاتها الدعوية، نسخة إلكترونية على الرابط: http://www.riyadhalelm.com/researches/17/17_rdman.pdf، ص 96.

فيمكنه أن يوكل من يقوم بإدارة الطرح العلمي المطلوب في الغرفة، ولا يحضر هو إلا من حين لحين، أي تكون وظيفة الإمام إشراف فقط كما هو الحال في المواقع.

2-2-5 مواجهة الشبهات والافتراءات على الإسلام والمسلمين:

إن استخدام الشبكة الدولية لأغراض دينية أو روحية يتزايد، فقد أكدت دراسة أعدتها شركة بارنا¹ لاستطلاعات الرأي في إحدى الولايات الأمريكية تزايد عدد مستخدمي الشبكة لأغراض دينية أو روحية، حيث إن 08% من البالغين، و12% من المراهقين في أمريكا يستخدمون الشبكة لهذا الغرض، هذا بالإضافة إلى 2% ممن شملهم الاستطلاع يستخدمون الشبكة بديلاً عن الذهاب إلى الكنيسة، كما أشارت الدراسة إلى أن 66% من هؤلاء يشتركون في ممارسة بعض الأنشطة الدينية عبر الشبكة. ومن بين الأنشطة التي اعتبروها أكثر جاذبية، الاستماع إلى دروس دينية وأداء صلوات عبر الشبكة، وشراء منتجات ذات طابع ديني. وتتنبأ الدراسة بزيادة هذه النسب خلال السنوات القادمة ليمارس 10% من سكان العالم أنشطتهم الدينية عبر الشبكة.²

وينبغي أن نعلم بأن بعض المؤسسات الإعلامية الغربية المدعومة من الإعلام الصهيوني العالمي أو تلك التي تمتلك اتجاهها معادياً للإسلام والمسلمين لا تألو جهداً في التعرض لمواقف معادية واستغلال أي توجه مناقض للإسلام أو أي خبر لا يؤيد المواقف الإسلامية بتأويله وتفخيمه كأي حر متبع بغية إقناع القارئ أو المستمع أو المشاهد الغربي بسلامة الرأي والفكرة المعادية المطروحة.

فبين شباب توجه للشبكة العنكبوتية يبحث له عن ما يروي غليله من اشباعات دينية وإجابات واضحة عن مجمل أسئلته المتعلقة بعالم الغيب، وبين مؤسسات إعلامية عالمية موظفة لأقصى درجة، ومسخرة كل ماتملك من ترسانة التكنولوجيا التواصلية حتى يسقط في شراكها كل من قدرت عليه، فكان من الأهمية بمكان أن تجمع جميع الشبهات والأقوال التي يقولها هؤلاء في موقع واحد وبعده أشكال وأنماط من مقال وأشرطة فيديو بسائر اللغات وفلاشات وعروض تقديمية (Presentations) وغيرها من الأساليب الدعوية التي تؤثر بها على الغرب الذي لا يعرف حقيقة الإسلام، كما أصبح واجباً على الأئمة والدعاة أن يدقوا ناقوس الخطر على هذه الحملات الشعواء،

¹ مؤسسها هو جورج بارنا، وهي متخصصة في الأبحاث المتعلقة بالشؤون الدينية، موقعها هو: (www.barna.org).

² مجلة البيان، مجلة شهرية تصدر عن المنتدى الإسلامي في لندن، السنة السادسة عشرة، العدد 165، جمادى الأولى 1422هـ الموافق لـ 2001 م، ص 111.

وأن يتجنبوا لمواجهة كل الشبهات والافتراءات التي ما فتئت تنخر جسم الأمة الإسلامية في عقيدتها وشريعتهما حيناً وفي رجالاتها ورموزها حيناً آخر، والتي إن لم تجد من يتصدى لها فستحيل المسلمين بين مرتد ومتشبع بالشبهات، ولا يرقى لهذه المهمة خير من الدعاة والعلماء والأئمة والمصلحين مستخدمين في ذلك كل منبر مشروع.

2-2-6 التوجيه والنصح والإفتاء:

إن عملية التوجيه والنصح والافتاء التي يقوم بها الداعية اتجاه جماهير الناس أول ركنة تقوم عليها إخلاص النية أثناء القيام بعملية الدعوة إلى الله تعالى، والحرص على أن يكون العمل خالصاً لوجه الله تعالى، بعيداً عن الأغراض الشخصية والخلافات المذهبية والعقائدية، وخالياً من أي أهدافٍ أو غاياتٍ أخرى تُفسده أو تؤثر على جديته واستمراره تحقيقاً لما صحَّح عن النبي من حديث عمر بن الخطاب رضي الله عنه على المنبر قال سمعت رسول الله صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يقول: (إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى فمن كانت هجرته إلى دينا يصيبها أو إلى امرأة ينكحها فهجرته إلى ما جاهر إليه)¹.

(2) الحرص أثناء القيام بمهمة الدعوة إلى الله على نفع الناس، من خلال إسدال النصح لهم وعدم احتقارهم لما يصدر منهم من تقصير وضعف التزام بتعاليم الدين، وتوجيههم لما فيه خير لهم في دينهم ودنياهم، وحب الخير لهم، ودلائهم على سبيل النجاة الذي لا يتحقق لهم حتى يعرفوا المعروف وينكروا المنكر ويعظموا شعائر الله في قلوبهم وتنساق جوارحهم لشرع الله خوفاً من عقاب الله وطمعا في مرضاته، فإن نزلت بهم نازلة أو أشكل عليهم أمر ردهه إلى أولي العلم من العلماء والأئمة والدعاة فأفتوهم بحكم الله فيه؛ لما في ذلك من عظيم الأجر وجزيل الثواب فقد روي عن أبي هريرة، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: «مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى، كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئاً، وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ، كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبِعَهُ، لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئاً»².

(3) أن يكون الخطاب الدعوي للآخرين (ولاسيما عبر شبكة الإنترنت) مناسباً لهم، ومتوافقاً مع حاجاتهم، ومراعياً لظروفهم؛ فليس صحيحاً أن يُخاطب الناس كلهم بطريقة واحدة وأسلوب واحد؛

¹ محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه - صحيح البخاري -، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، الطبعة: الأولى، 1422هـ، دار طوق النجاة، ج1، ص6.

² مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله ، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ج4، ص2060.

إذ إن من المشكلات القائمة أن كثيراً من المواقع الدعوية الإسلامية التي في الساحة الآن «تقدم الخطاب الإسلامي المعهود؛ ولم يتم توفير خطابٍ خاصٍ بالوسيلة الجديدة (الإنترنت) يُراعي خصوصيتها، ويستفيد من إمكاناتها، فلا يُكتفى بوضع نسخة كاملةٍ من كتاب على الموقع؛ لأن المطلوب هو توصيل الفكرة أو المعلومة باستخدام إمكانات الإنترنت الكبيرة والمتنوعة»¹.

2-2-7 نشر الإسهامات الدعوية:

من المعلوم أنّ الزمن يتغير، والوسائل تتنوع، والإمام الحريص على نجاح دعوته يستثمر كل ما هو مشروع خدمة لدين الله تعالى، فعلى سبيل المثال كانت الكتب قديماً تنسخ باليد على الجلود أو أوراق الشجر، ولا يظهر منها إلا نسخ قليلة، أصبحت بعد ذلك تطبع بالمطابع على الورق، ويوزع منها كثير جداً لذي يصل لعشرات الآلاف من المستفيدين، ثمّ تطور الأمر إلى أن ظهرت الكتب الكترونية على الأقراص المدججة، فلا يعقل أن أصحاب العقائد الباطلة يرخسون في سبيل باطلهم النفس والنفيس ويوظفون كل وسائل الدعاية المشروعة وغير المشروعة نشرًا لباطلهم وتشويهاً لرسالة الإسلام، في الوقت الذي يقف الكثير من الدعاة موقفاً سلبياً مما أفرزته التكنولوجيا التواصلية إما تحريماً لها أو عجزاً أمامها؟ فإنّ الدعاة إلى الله تعالى مطالبون بالتفاعل الإيجابي مع هذه المستجدات والمُنجزات العصرية التي يمكن تسخيرها والإفادة منها في مهمة الدّعوة إلى الله تعالى، ويأتي من أبرز وأهم هذه الوسائل المُستجدّة ما يُعرف بشبكة المعلومات العالمية (الإنترنت Internet) التي تُمكن مُستخدميها من الإفادة «من عشرات الخدمات المختلفة، والتخاطب مع المُستخدمين الآخرين؛ فهي نافذة العالم بشعوبه وثقافته وعلومه المختلفة، ووسيلة اتصالٍ بين الباحثين، ورجال الأعمال، والدوائر، والقطاعات ذات العلاقات المشتركة»².

فالإنترنت هي جهة الاتصال الوحيدة التي لا تتحكم فيها جهةٌ مُعينة تفرض عليها سياساتها وتُملّي عليها رغباتها، بل إن المتحكم فيها هو من يستخدمها؛ فله أن يبت من خلالها ما شاء، ويستقبل ما يشاء دون رقيبٍ أو حسيب، فكل مُشاركٍ في الإنترنت ناشراً ومُستقبل دون أن يكون تحت أي تأثيرٍ إلا ما يُملّي عليه فكره واتجاهه³.

¹ عبد الحق حميش، المواقع الإسلامية في الإنترنت وفعاليتها، ورقة مقدمة ضمن أبحاث المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في 23-26 شعبان 1423هـ الموافق 29 أكتوبر-1 نوفمبر 2002م. المجلد 2، ص 430.

² عبد القادر الفتوح، «الإنترنت تقنيات وخدمات»، المجلة العربية، العدد (10). شوال-فبراير. الرياض، ص 8.

³ مساعد الحديثي، «الإفادة من شبكة الإنترنت في الدّعوة إلى الله»، مجلة دراسات إسلامية، العدد (2)، السنة الأولى، الرياض: وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدّعوة والإرشاد السعودية، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ص 215-216.

كما أن الدّعوة إلى الله تعالى من خلال شبكة الإنترنت غير مكلفة مادياً إذ إن «الإنترنت هو أرخص وسيلة للاتصال، والإعلان، والدعاية، والنشر؛ فلو قارنا بين إنشاء محطة إذاعية أو تلفزيونية أو حتى إصدار جريدة أو مجلة للدّعوة إلى الله فكم ستكون التكلفة؟»¹. وأمام كل هذه الامتيازات على الدعاة أن يكون لهم حضور فاعل في ساحة الدّعوة الإسلامية، من خلال نشر إسهاماتهم الدعوية؛ مكتوبة كالمؤلفات والفتاوى أو مسموعة كالدروس وتجويد القرآن ونشاطات ترفيهية كالأناشيد أو مسموعة مرئية كخطب الجمعة وحصص دينية أو ملتقيات فكرية ... إلخ.

وما أكثر التطبيقات الإنترنتية المتاحة على الشبكة العنكبوتية المساعدة في نشر هذه الاسهامات لأكثر شريحة وبأسرع وقت وبدون تكاليف، نذكر منها على وجه المثال لا الحصر وسائل التواصل الاجتماعي (فايسبوك وتويتر ويوتيوب)، وغرف البالتوك، والمنتديات، والمدونات، وغيرها من التطبيقات التي تعرف تزايداً وتسارعاً وتطوراً في نوع الخدمة وتنوعها ودقتها وتبسيطها قدر المستطاع.

¹ عبد الحق حميش، المرجع السابق، ص 429.

الفصل الثالث

عرضٌ وتحليلٌ لنتائج الدراسة الميدانية

3-1 الإجراءات المنهجية للدراسة:

3-1-1-3 نوع الدراسة ومنهجها:

3-1-1-3-1 نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، «وهي التي تهتم بجمع وتحليل البيانات بهدف الوصف الدقيق لِمتغيّرٍ أو أكثر، وصياغة النتائج في أُطرٍ مُستقلّة ترتبط بهذه المتغيّرات فقط»¹. وتقوم هذه الدراسة بجمع الحقائق والمعلومات حول استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية من عدمه ومن ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، فهي عبارة عن تحليل وتفسير لظاهرة استخدامات الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية وإشباعاتهم المحققة منها من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات بين الأئمة والإنترنت، بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها.

3-1-1-3-2 منهج الدراسة:

يعرف المنهج على أنه «الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة وهو الطريقة التي يسلكها الطالب للوصول إلى نتيجة معينة، وهو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها»². ويعد منهج المسح هو الأنسب للدراسات الإعلامية والميدانية الخاصة بالجمهور لأنه «جهد منظم للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات

المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة، وذلك إما بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة من خلال تخصص معين، أو تحديد كفاءة الأوضاع القائمة عن طريق

¹ محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 1993م، ص 140.

² بدوي عبد الرحمان، مناهج البحث العلمي، ط1، مكتبة النهضة العربية، القاهرة، 1968م، ص 4.

مقارنة المعلومات التي تم الحصول عليها بمستويات أو معايير قياسية سبق اختيارها، أو التعرف على الطرق والأساليب والممارسات التي اتبعت لمواجهة مشكلات معينة»¹.

نظرا لأهداف هذه الدراسة المتمثلة في وصف استخدامات الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية، وتحديد عادات وأنماط هذا الاستخدام، والدوافع وراء ذلك، وكذا الإشباع المتحققة من هذا الاستخدام، فإن تحقيق هذه الأهداف يستلزم استخدام منهج المسح الوصفي، وهو ما اعتمده الطالب في الدراسة.

3-1-2 مجالات الدراسة وعينتها:

3-1-2-1 مجالات الدراسة:

أ - المجال البشري: مجتمع الدراسة هو مجموع المفردات التي يهدف الطالب دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ومجتمع الدراسة في هذا البحث هم أئمة مساجد ولاية قسنطينة. واعتمادا على الإحصائيات التي تحصل عليها الطالب من مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لمدينة قسنطينة بتاريخ: 2013/04/24م والمقابلة التي اجراها مع رئيس مصلحة الإرشاد والشعائر الدينية والأوقاف للمديرية بنفس التاريخ

فإن عدد مساجد ولاية قسنطينة 313 مسجداً² ولا تقام الجمعة إلا في 225 مسجد من ذلك المجموع فأصبح مجتمع الدراسة يتشكل من 225 مسجد موزعة عبر كامل تراب الولاية ويقوم عليها 225 إمام.

ب - المجال الجغرافي: سنقوم بإجراء دراستنا هذه عبر مساجد كل ولاية قسنطينة بمختلف دوائرها الستة: دائرة قسنطينة، دائرة الخروب، دائرة عين عبيد، دائرة زيغود يوسف، دائرة حامة بوزيان، دائرة ابن زياد، وبلدياتها الإثني عشر: قسنطينة، الخروب، عين سمارة، أولاد رحمون، عين عبيد، ابن باديس، زيغود يوسف، بني حميدان، حامة بوزيان، ديدوش مراد، ابن زياد، مسعود بوجريو، وفق مايبينه الجدول 01.

ج - المجال الزمني: ستجرى دراستنا خلال الفترة الزمنية الممتدة بين شهري نوفمبر وديسمبر من عام 2013م.

3-1-2-2 العينة:

¹ سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي وبحوث الإعلام، ط3، عالم الكتاب، القاهرة، 2004م، ص147.

² يُنظر: قائمة مساجد ولاية قسنطينة في الملاحق.

يقتصر الطالب في دراسته على عينة من المجتمع الأصلي، على أن تكون ممثلة لهذا المجتمع، وتحمل نفس خصائصه ولصعوبة الحصر الشامل لكل أفراد المجتمع الأصلي بسبب صعوبة الوصول إلى كل أفراد المجتمع إضافة إلى التزام البحث بإطار زمني محدد ولانتشار الجغرافي المتباين والمتباعد لمساجد الولاية.

ويتوقف إختيار العينة على طبيعة المشكلة وحجم الجمهور المستهدف إجراء الدراسة عليه، ونوع المادة موضوع التحليل، وخصائص الجمهور أو المضمون¹.

والعينات أنواع تختلف من حيث تمثيلها للمجتمع الأصلي من بحث إلى آخر، وبالتالي تختلف ميزاتها، فصلاحياتها لتمثيل المجتمع الأصلي بحسب موضوع الدراسة وباختلاف جانبها التطبيقي، وتنقسم إلى مجموعتين: عينات الاحتمالات، وهي العينة العشوائية، والعينة الطبقية، والعينة المنتظمة، والعينة المسحية، وهناك العينات التي يتدخل فيها حكم الطالب كالعينة الحصصية والعينة العمدية فالنتائج التي يتوصل إليها الطالب باستخدامها تعتمد على حكمه الشخصي الذي لا يمكن عزله أو قياسه إحصائيا إلا إذا وضع فرضيات لتحديدتها².

ونظراً لتوفر إطار المعاينة فقد اعتمد الطالب على العينة العشوائية البسيطة، والتي «تطبق أساسا في الأبحاث التي تجرى حول مجتمعات صغيرة ومتميزة يمكن التعرف عليها كليا»³، إضافة للأسباب التالية:

- بما أن العينة العشوائية تؤدي إلى احتمال إختيار أي فرد من أفراد المجتمع كعنصر من العينة.
 - ولكل أفراد مجتمع الدراسة فرصة متساوية لإختياره ضمن العينة.
 - وإختيار فرد في العينة لا يؤثر على إختيار أي فرد آخر.
- ونظرا لحجم مجتمع البحث الكلي المتمثل في 225 مفردة قمنا بتحديد نسبة 50% من مجتمع الدراسة بطريقة عشوائية وهي نسبة كافية لإعطاء نتائج يمكن تعميمها على مجتمع البحث. تقدر نسبة 50% بـ 112,5 مفردة فرجحناها إلى 113 مفردة.

¹ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي، مرجع سابق، ص 295.

² عبد الرحمن بن عبد الله الواصل، البحث العلمي، المملكة العربية السعودية، نسخة إلكترونية، ص 53. على الرابط: <http://www.google.dz/url> التاريخ 2014/04/21، الساعة: 06: 17.

³ فضيل دليو وغري علي، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري، قسنطينة، ط2، 1433هـ=2012م، ص 166.

وقام الطالب بكتابة أسماء 225 مسجد وهي كل أفراد المجتمع الأصلي الذي ستختار منه العينة على بطاقات صغيرة متساوية في الحجم واللون، واختار الطالب من بينها عشوائياً قائمة بـ 113 مسجد، المبينة في الجدول 02.

3-1-3 أداة جمع البيانات وتحليلها:

الأداة المستخدمة لجمع البيانات الميدانية في هذه الدراسة هي استمارة الاستبيان، لأنها تناسب غرض الدراسة وتتميز بخصائص تسهل على الطالب اقتصاد الوقت والجهد وهي تمثل: «مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة المرتبطة بعضها ببعض في شكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الطالب وذلك في موضوع البحث والمشكلة التي اختارها»¹.

كما أنّ الاستبيان هي أداة تهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية، لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الطالب في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويُعتبر من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في أسلوب المسح، وأكثر ملائمة لدراسة جمهور المتلقين².

كما يُعتبر الاستبيان أو الاستقصاء أداة ملائمة للحصول على معلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين، ويُقدّم بشكل عدد من الأسئلة يُطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعيّنين بموضوع الاستبيان³.

فهي عبارة عن شكل مطبوع، يحتوي على مجموعة من الأسئلة، موجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع أو موضوعات معينة ترتبط بأهداف الدراسة⁴.

3-1-3-1 المراحل المتبعة في تصميم الإستمارة:

¹ القنديلجي عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2008م، ص165.

² المرجع نفسه، ص 184.

³ عبيدات ذوقان وآخرون: البحث العلمي- مفهومه، أساليبه، أدواته-، ط1، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، ص 117.

⁴ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 183.

أ - تحديد البيانات:

و تمّ ذلك بالعودة إلى إشكاليّة الدّراسة وتساؤلاتها وأهدافها، والتي تنصبُّ حول التّعريف على عادات وأنماط استخدام أئمة قسنطينة للمواقع الإسلامية والإشباع المحققة لعينة الدّراسة.

ب - الإعداد الأوّلي للاستمارة:

بعد الإطلاع على التراث النظري للدّراسة ومراجعة بعض الدراسات السابقة المشابهة لها من ناحية المنهجية أو الموضوع، وصياغة المحاور الرئيسية للاستمارة في شكلها الأوّلي القابل للتعديل وما يندرج تحتها من أسئلة، والتي بلغت 29 سؤالاً، صيغت بقدر من البساطة والوضوح.

ج - تحكيّمها وإعادة صياغتها:

بعد عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف الذي أشار إلى مجموعة من الملاحظات والإضافات التي أخذها الطالب بعين الاعتبار، وأعيدت صياغة الاستمارة، ثم عرضها على مجموعة من الأساتذة المختصّين، وهم على التّوالي: الأستاذ الدكتور فضيل دليو، الأستاذ الدكتور بوبكر عواطي، الدكتور جمال العيفة، الدكتور نور الدين سكحال، والأستاذ الدكتور حسين خريف، قصد إعطاء ملاحظات حول نوعية الأسئلة وكيفية صياغتها وترتيبها المنطقي ومدى ملاءمتها للإطار النظري.

د - ملاحظات الأساتذة المحكمين:

كانت ملاحظات الأساتذة متعلقة بعضها بالشكل وبعضها الآخر بالمضمون، كإعادة صياغة الأسئلة المبهمة أو الغامضة، وحذف الأسئلة التي لا تخدم الدّراسة، وجاءت كالتالي:

- ملاحظات حول البيانات الشخصية تتعلق بحذف بعض الخيارات وضرورة العودة إلى الهيئات المختصة قصد توثيق التقسيم المعتمد، وضبط المستوى الدراسي بوضع المستوى الابتدائي محل المستوى الأساسي.

- ملاحظات حول عادات الاستخدام، بترتيب بعض الخيارات واستبدال بعضها بأخرى وإضافة خيارات وإلغاء أخرى.

- ملاحظات حول أنماط الاستخدام، بإعادة صياغة خيارات بعض الأسئلة وتعديل بعض الخيارات وتكييف بعض الصياغات بما يُناسب دقة السؤال ومستوى أفراد العينة.

ه - الإعداد النهائي للاستمارة:

بعد أن أثنى الأساتذة المحكّمون الاستمارة بملاحظاتٍ استفاد منها الطالب، تم إعادة صياغة بعض الأسئلة وحذف البعض الآخر وتم إخراج الاستمارة في شكلها النهائي القابل للتوزيع، مكونة من 26 سؤال مقسمة إلى أربعة محاور:

المحور الأول: أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية حول السن والوضعية الوظيفية والمستوى التعليمي. وهي السمات التي تميز الأفراد ويمكن تصنيفها في فئات تصف جمهور المتلقين أو تفسر التباين في الاتجاهات والآراء والسلوك¹.

المحور الثاني: أسئلة حول عادات استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية.

المحور الثالث: أسئلة حول أنماط استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية.

المحور الرابع: أسئلة حول اشباع استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية.

و - توزيع الاستمارة:

بعد أخذ الموافقة النهائية من الأستاذ المشرف للنزول الميداني، تم توزيع الاستمارة على الأئمة خلال فترة زمنية ما بين 20 نوفمبر و 10 ديسمبر 2013م.

ز - جمع الاستمارات وتفريغها:

تم جمع الإستمارات من المساجد المعنية بالدراسة وبعد المراجعة والفرز قصد التأكد من استكمال الإجابات بما واستيفائها لكافة الشروط تم بعد ذلك.

- الترميز: تم ترميز أسئلة الاستبيان بأرقام متسلسلة حسب ترتيبها العام، حيث أصبح الرقم هو الدال على السؤال وبدائله وفق منهجية تسمح بتفريغ البيانات واستخراج الجداول التحليلية للمتغيرات المدروسة.

- تفريغ البيانات: تم تفريغ البيانات يدويا في كشوف خاصة، وقد اتخذت الدراسة من الجنس، والوضعية الوظيفية، والمستوى التعليمي متغيرات للدراسة بهدف التحقق من بعض خصائص الظاهرة.

- أدوات التحليل الإحصائي: المتوسط الحسابي: من أهم مقاييس النزعة المركزية

وأكثر المقاييس الإحصائية انتشارا بين الناس لسهولة وفائدته التي تضفي عليه أهمية كبرى².

3-2 نتائج الدراسة المتعلقة باستخدامات الأئمة للمواقع الإسلامية:

¹ محمد، عبد الحميد؛ البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2000م، ص363.

² فضيل دليو، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010م، ص 106.

نستعرض في هذا الفصل نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالبيانات العامة من حيث السن و الوضعية الوظيفية و المستوى التعليمي لأئمة مساجد ولاية قسنطينة ، وكذلك النتائج المتعلقة بعادات استخدام الأئمة للمواقع الاسلامية، من حيث محل الاستخدام و طبيعة هذا الاستخدام (بمفرده أو مع آخرين) ووتيرة هذا الاستخدام و الحجم الزمني المستغرق لهذا الاستخدام و معرفة أوقاته المفضلة ومدى أقدمية هذا الاستخدام و طبيعة الصعوبات التي قد تواجهه.

ثم نردف ذلك بنتائج أنماط استخدام الأئمة للمواقع الاسلامية، من حيث أفضل المضامين المعروضة، وأسباب تفضيل مضامين على أخرى، ومعرفة مختلف الخدمات المتاحة في المواقع الاسلامية، وعلاقة كل هذه العادات والأنماط بالمتغيرات الأساسية (السن والوضعية الوظيفية والمستوى التعليمي)، وهي النتائج التي يمكن من خلالها تحديد سلوك المبحوثين المباشر مع المواقع الاسلامية.

3-2-1 خصائص عينة الدراسة:

شملت هذه الدراسة عينة تتكون من (113) إمام مسجد من مختلف دوائر وبلديات ولاية قسنطينة، راعت مجموعة من المتغيرات التي من خلالها يمكننا أن نحيط بمجتمع الدراسة جيدا ونشكل نظرة عامة عنه، وقد حاولنا في دراستنا إضافة بعض البيانات التمثيلية لتوضيح نتائج الجداول أكثر، كما استعنا بالمعامل الاحصائي المتمثل في الوسيط الحسابي لإيعاز النتائج المتوصل اليها الى رقم دلالي يساعدنا في تفسير النتائج والتعليق عليها، خاصة الجداول التي لها علاقة بمتغير السن.

3-2-2 بيانات حول عادات وأنماط استخدام الأئمة للمواقع:

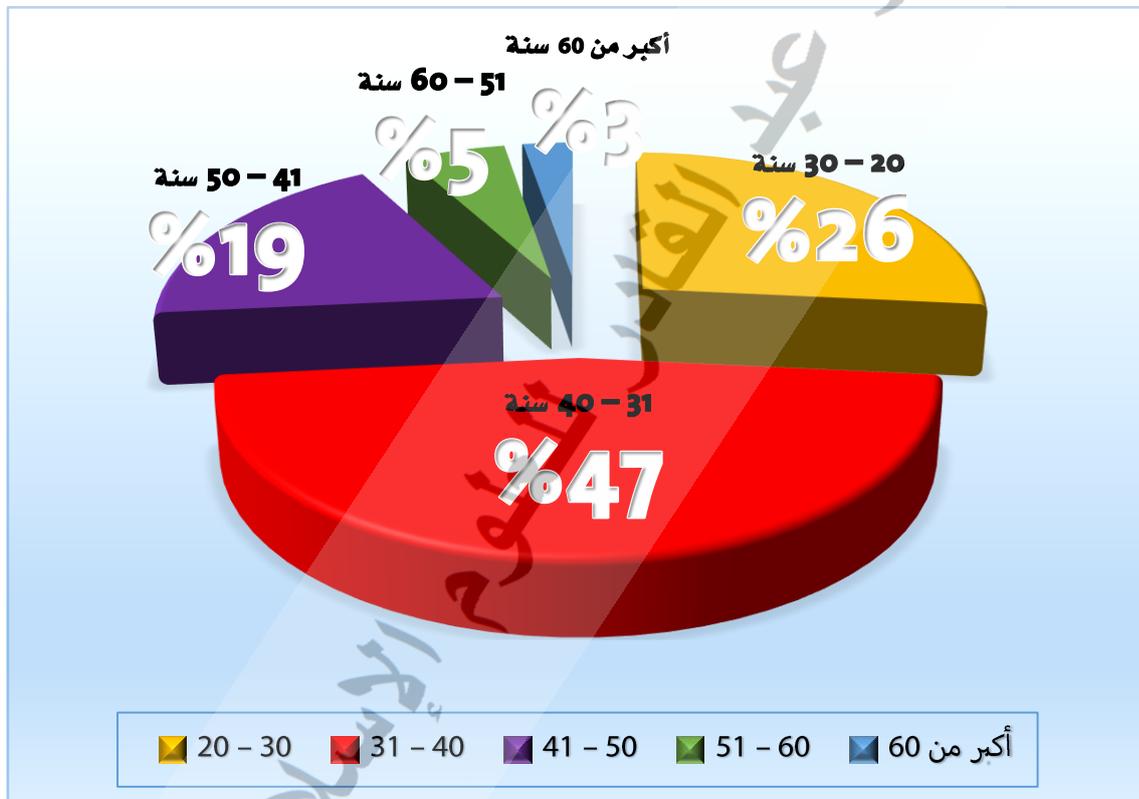
فيما يلي مجمل نتائج الدراسة حول عادات وأنماط استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية.

جدول رقم (1): توزيع عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية %	التكرارات	السن
26,55	30	30 – 20 سنة
46,90	53	31 – 40 سنة

18,58	21	41 - 50 سنة
5,31	06	51 - 60 سنة
2,66	03	أكبر من 60 سنة
% 100	113	المجموع

شكل رقم (1): التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة حسب السن



يبين الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب السن ويمكننا أن نلاحظ:

الفئة العمرية الواقعة بين 40-31 سنة تمثل نسبة (47%) أي (53 إماماً) من إجمالي العينة، وهي الفئة الأكبر من الأئمة، بينما تشكل الفئة العمرية الثانية 30-20 سنة نسبة (26%) أي (30 فرداً) من مجموع العينة، تليها الفئة العمرية الواقعة بين 50-41 بنسبة (19%) أي (21 فرداً) من مجموع العينة، ثم الفئة العمرية الواقعة بين 60-51 سنة بنسبة (5%) أي (6 أفراد)، وفي المرتبة الأخيرة الفئة

العمرية الأكبر من 60 سنة بنسبة 3% والمتمثلة في 3 أفراد من إجمالي عينة الدراسة، وهم الأئمة المشرفون على التقاعد.

والملاحظ من هذه النتائج أنّ الأئمة أغلبهم شباب، وأن الفئة العمرية الكبيرة في السن تمثل نسبة ضئيلة جداً (8%) من النسبة الإجمالية، وبحساب المتوسط العمري نجد:

$$X = 35.64 \text{ المتوسط العمري}$$

اتضح من التحليل الإحصائي لبيانات الجدول أعلاه أن متوسط أعمار الأئمة المبحوثين يبلغ: 35 سنة و 07 أشهر و 20 يوماً.

وهي نسبة معبرة على أن الشريحة الغالبة في سلك الأئمة هم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 40 سنة والذين يمثلون 73% من عينة الدراسة، فسلك الأئمة كان يشترط في الأئمة للتوظيف «النجاح في مسابقات على أساس الشهادة من بين خريجي المعاهد الإسلامية الحاصلين على شهادة الكفاءة لأداء وظيفتهم، المثبتين مستوى السنة الثالثة ثانوي وتابعوا بنجاح تكويننا متخصصاً مدة سنتين، أو بمسابقة على أساس الاختبار من بين المثبتين إتمام السنة الثانية من التعليم الجامعي على الأقل في العلوم الإسلامية، أو غيرها عند الاقتضاء، الحافظين للقرآن الكريم المجازين في القراءات»⁽¹⁾.

وبداية من سنة 2008م أصبح سلك الأئمة يضم أربع (04) رتب، هي: الإمام المعلم (رتبة آيلة إلى الزوال)، الإمام المدرس، الإمام الأستاذ، الإمام الأستاذ الرئيسي. يوظف الإمام المدرس على أساس الشهادة، المترشحون الحائزون على شهادة حفظ القرآن الكريم كاملاً، ممن تحصلوا عليها بعد الطور الرابع من التعليم القرآني أو الحائزون على مستوى السنة الثالثة ثانوي الحافظون للقرآن الكريم كاملاً، والذين تابعوا بنجاح تكويننا متخصصاً مدته ثلاث سنوات، أمّا الإمام الأستاذ والإمام الأستاذ الرئيسي فيشترط فيهما على الترتيب شهادة الليسانس وشهادة الماجستير وحفظ القرآن الكريم كاملاً، وكلها شروط تحفز الشباب الذين تتوفر فيهم هذه المؤهلات للالتحاق بمنصب الإمامة، وهو ما يفسر الكثافة الشبانية في سلك الأئمة، كما يعتبر سلك الأئمة حقلاً مهماً للقضاء على ظاهرة البطالة التي يعاني منها مجتمعنا الجزائري، أما كبار السن الذين كانت نسبتهم ضئيلة جداً، فقد يرجع ذلك لرتبتهم المتمثلة

(1) رئاسة الحكومة، «مرسوم تنفيذي رقم 91-114 مؤرخ في 12 شوال 1411هـ الموافق لـ 27 أبريل 1991م، يتضمن القانون

الأساسي الخاص بعمال قطاع الشؤون الدينية»، المادة 30، 31، 32، 33.

في منصب امام معلم فبمجرد إجازتهم في حفظ القرآن الكريم تتاح لهم هذه الرتبة وهي رتبة آيلة للزوال، خاصة وأن أعمارهم تؤشر على السن القانوني للتقاعد الذي يحالون عليه.

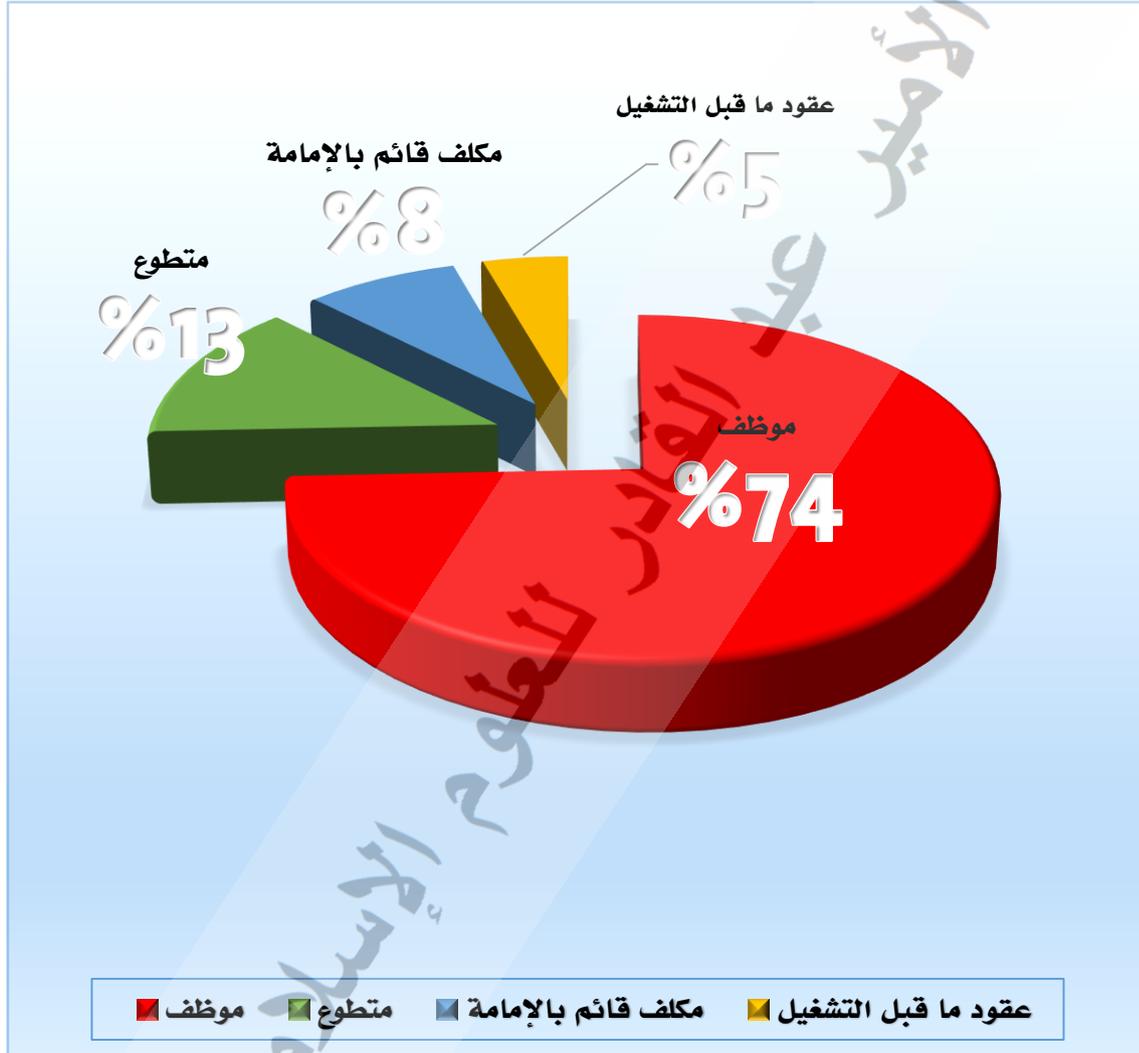
وإن كانت همّة الشباب وطاقاتهم وتكوينهم الحديث كلها عوامل مهمة لإنجاح رسالة الإمام، إلا أن خبرة الكهول وتجربتهم في حقل الدعوة مهمة ومن الضروري الاستعانة بها، في ترشيد الخطاب الدعوي المسجدي، وتغليب الحكمة وتقديم المصلحة العامة على الخاصة في معالجة قضايا الأمة وفي فض مختلف النزاعات.

جدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الوظيفية

الوضعية الوظيفية	التكرارات	النسبة المئوية %
موظف	84	74,34
متطوع	15	13,27
مكلف قائم بالإمامة	9	7,97

4,42	5	عقود ما قبل التشغيل
%100	113	المجموع

شكل رقم (2): التوزيع التمثيلي لعينة الدّراسة حسب الوضعية الوظيفية



يبين الجدول أعلاه توزيع عينة الدّراسة حسب الوضعية الوظيفية ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

تمثل فئة الموظفين نسبة (74%) أي (84 فرد) من إجمالي العينة، وهي الفئة الأكبر من الأئمة، بينما تشكل الفئة المتطوعين نسبة (13%) أي (15 فرد) من مجموع العينة، تليها فئة الإمام القائم بالإمامة بنسبة (8%) أي (9 أفراد) من مجموع العينة، وفي المرتبة الأخيرة فئة عقود ما قبل التشغيل بنسبة (5%) أي (5 أفراد).

والملاحظ من هذه النتائج أن الأئمة أغلبهم موظفون رسمياً في قطاع الشؤون الدينية والأوقاف، وبنسب صغيرة ومتقاربة تتوزع فئات المتطوعين والمكلفين القائمين بالإمامة والمتعاقدين في إطار عقود ما قبل التشغيل (ANEM).

وارتفاع نسبة الموظفين في سلك الأئمة أمر طبيعي، كون الوزارة قائمة على شؤون الدعوة الإسلامية وتسييرها في البلاد وتحتاج في ذلك إلى الأئمة للسهر على المساجد ورسالة الإسلام، كما أنها تعتبر منفذا مهما للقضاء على ظاهرة البطالة خاصة لدى الشباب الذين يمثلون ثلاثة أرباع الأئمة كما بينه الجدول (01)، وكذلك نسبة 5% الممثلة لفئة عقود ما قبل التشغيل والتي ينسحب عليها حكم الموظفين، أما باقي الوضعيات الوظيفية -مكلف قائم بالإمامة، والمتطوعون- والمعبر عنهما معا بنسبة 21% فهو الاستثناء، ويمكننا تفسيره بطبيعة العمل، فمنصب الإمام منصب روحي دعوي أكثر منه منصب مادي، وبالتالي يحتاج لدعاة ذوي كفاءات عالية ومهارات خطابية وخبرة في الحياة لفك مشاكل الناس ومنازعاتهم وفض خصوماتهم، أكثر من حاجتهم لرجل يؤمهم في الصلوات -دون انتقاص لقدر إمام الصلوات- ويردد عليهم خطب دون معالجة جذرية لواقع الناس ولا فهم لمشاكلهم أصلاً، وهو ما يدفع أصحاب الكفاءات الدينية من أساتذة الجامعات ودعاة تمرسوا الدعوة للانخراط في سلك الأئمة - كمتطوعين- بدافع الغيرة على الدعوة الإسلامية التي أصبحت ممارستها بالنسبة اليهم واجبا مقدسا يمليه عليهم ضميرهم وحال الأمة التي تحتاج دائما لمثل هؤلاء.

جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرارات	المستوى التعليمي
13,27	15	ابتدائي
22,12	25	متوسط

26,55	30	ثانوي
21,24	24	ليسانس
16,82	19	ما بعد التدرج
%100	113	المجموع

شكل رقم (3): التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



يبين الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي ويمكننا أن نلاحظ تمثيل فئة الأئمة ذوو المستوى التعليمي الثانوي نسبة (27%) أي (30 فردا) من إجمالي العينة، وهي الفئة الأكبر من الأئمة، بينما تشكل فئة المستوى متوسط نسبة (22%) أي (25 فردا) من مجموع العينة، تليها فئة

مستوى ليسانس بنسبة (21%) أي (24 فرداً) من مجموع العينة، ثم فئة المستوى بعد التدرج بنسبة (17%) أي (19 فرداً)، وفي المرتبة الأخيرة فئة الابتدائي بنسبة (13%) أي (15 فرداً).

والملاحظ من هذه النتائج أن المستوى التعليمي للأئمة موزع بنسب متقاربة على كل المستويات، فالتوظيف لمنصب الإمام متاح لأصحاب المستوى الثالثة ثانوي الحافظون للقرآن الكريم كاملاً بعد تكوين متخصص مدته ثلاث سنوات يتوج بنجاح⁽¹⁾.

فالعبارة بشهادة حفظ القرآن الكريم كاملاً تدعم بتكوين متخصص حتى يتمكن الفرد من ممارسة وظيفة إمام مدرس أو إمام معلم، يصلي بالناس كما يمكنه أن يقوم خطيباً فيهم، والمستوى التعليمي للإمام يعول عليه بالنسبة للإمام الأستاذ والإمام أستاذ رئيسي الذين يشترط فيهما شهادة ليسانس أو ما يعادلها أو شهادة الماجستير، إضافة لحفظ القرآن كاملاً، وهو ما يفسر النسب المتقاربة والموزعة بانتظام بين كل المستويات التعليمية للأئمة من الابتدائي إلى ما بعد التدرج، وهذا التوزيع المتقارب للمستويات التعليمية للأئمة يتيح لنا بشكل أفضل معرفة أهمية هذا المتغير -المستوى التعليمي- في تحديد علاقة الإمام بالمواقع الإسلامية من جهة، وحجم تعاطي كل مستوى تعليمي مع هذه المواقع من عدمه من جهة أخرى.

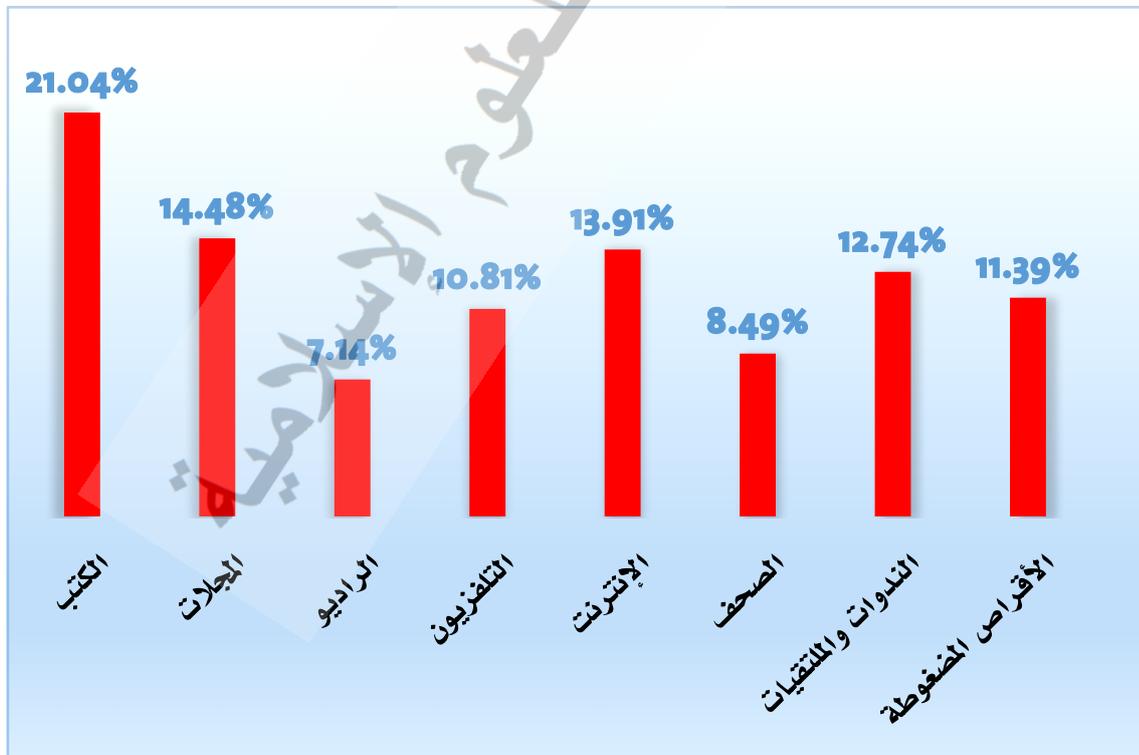
جدول رقم (4): توزيع مصادر المعرفة لدى عينة البحث

وسائل المعرفة	التكرارات	النسبة المئوية %
الكتب	109	21,04

(1) رئاسة الحكومة، «مرسوم تنفيذي رقم 08-411 مؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1429هـ الموافق لـ 24 ديسمبر 2008م، يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف»، المادة 38.

14,48	75	المجلات
7,14	37	الراديو
10,81	56	التلفزيون
13,91	72	الإنترنت
8,49	44	الصحف
12,74	66	التدوات والملتقيات
11,39	59	الأقراص المضغوطة
%100	518	المجموع

شكل رقم (4): التوزيع البياني لمصادر المعرفة لدى عينة البحث



يتضح من خلال نتائج الجدول أنّ استخدام الكتب في المرتبة الأولى بنسبة 21,04% ويليه المجالات بنسبة 14,48%، ثم الإنترنت في المرتبة الثالثة بنسبة 13,91%، ثم الندوات والملتقيات بنسبة 12,74%، ثم الأقراص المضغوطة بنسبة 11,39%، ثم التلفزيون بنسبة 10,81% ثم الصحف بنسبة 8,49% وأخيرا الراديو بنسبة 7,14%، يكشف الجدول النسب المتقاربة لمصادر المعرفة المختلفة لدى الإمام، فالملاحظ أنّ الإمام أبدى اهتمامه في المرتبة الأولى بمصادر المعرفة التقليدية ممثلة في الكتاب والمجلة ولم يتحرر منها، أما الوسائل العصرية من انترنت وأقراص مضغوطة، فقد جاءت الثانية في الترتيب مباشرة بعد الكتاب والمجلة، ثم جاء ترتيب التلفزيون والصحف، أمّا الراديو فجاء في المرتبة الأخيرة، ويمكننا تفسير هذا الترتيب بطبيعة عمل الإمام، فهو رجل دعوة ويخطب في الناس ما يلزمه مصداقية المعلومة التي ينقلها للناس، والكتب والمجلات هي المصدر المباشر لما يحتاجه الإمام، ومجرد حصول الإمام على كتاب لمحدث أو فقيه أو مفسر للقرآن أو أصولي أو غيرهم من علماء يضمنون أفكارهم وآرائهم في تلك الكتب يكون الإمام في حل من الاحتراز في صدقية المعلومة من كذبها، فيستخدمها مباشرة وما عليه إلا حسن توظيفها نقلا للفائدة لجماهير المصلين.

أما فضاء الإنترنت فيحوي في جنباته الغث والسمين ويحتاج لمتربين ليميزوا هذا من ذلك وهو ما يفسر ترتيب هذه التقنية بالنسبة للكتاب والمجلة، أما الندوات والملتقيات ففي المرتبة الثالثة نتيجة البرمجة الشهرية التي تلزمها مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة التي تنظم في أربعماء الأسبوع الأول من كل شهر ملتقى بدار الإمام -الكتانية- ينشطه مفتشون وأئمة أساتذة رئيسيون يوجهون خلاله الأئمة ويعالجون مختلف القضايا المطروحة في الساحة، أما بالنسبة للتلفزيون والصحف والراديو فجاءوا في ذيل الترتيب نتيجة اهتمام هذه الوسائل بالدور الاخباري والإشعاري والترفيهي على حساب دورها المعرفي الثقيفي، ما يجعل الباحث عن المعرفة العلمية أو الدينية لا يتوجه إلى تلك المصادر إلا قليلا.

جدول رقم (5): توزيع مصادر المعرفة لدى عينة البحث حسب المستوى التعليمي

المجموع		ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى وسائل المعرفة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	108	16.67	18	20.37	22	27.78	30	22.22	24	12.96	14	الكتب
100	74	22.97	17	22.97	17	21.62	16	21.62	16	10.82	8	المجلات
100	37	27.03	10	13.51	5	21.62	8	29.73	11	8.11	3	الراديو
100	56	21.43	12	12.50	7	25	14	28.57	16	12.50	7	التلفاز
100	70	21.43	15	22.86	16	27.14	19	21.43	15	7.14	5	الانترنت
100	44	27.27	12	18.18	8	20.45	9	25	11	9.10	4	الصحف
100	66	25.76	17	16.66	11	25.76	17	22.72	15	9.10	6	الملتقيات والندوات
100	59	27.12	16	20.34	12	22.03	13	22.03	13	8.48	5	الأقراص المضغوطة
100	514	22.8	117	19.1	98	24.5	126	23.5	121	10.1	52	المجموع

شكل رقم (5): التوزيع التمثيلي لمصادر المعرفة لدى عينة البحث حسب المستوى التعليمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يظهر لنا الجدول توزيع عينة الدراسة حسب مصادر المعرفة وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي،
ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

ترتيب مصادر المعرفة بالنسبة للأئمة ذوو المستوى الابتدائي: في المرتبة الأولى الكتب بنسبة 12,96%، ويليه التلفاز بنسبة 12,50%، ثم المجالات في المرتبة الثالثة بنسبة 10,82%، ثم الصحف والندوات والملتقيات كلاهما في المرتبة الرابعة بنسبة 9,10%، ثم الأقراص المضغوطة في المرتبة الخامسة بنسبة 48,8%، ثم الراديو في المرتبة السادسة بنسبة 8,11%، وفي المرتبة الأخيرة الإنترنت بنسبة 7,14%.

كما يبين الجدول ترتيب مصادر المعرفة بالنسبة للأئمة ذوو المستوى المتوسط كالتالي: في المرتبة الأولى الراديو بنسبة 29,73%، ويليه التلفاز بنسبة 28,57%، ثم الصحف في المرتبة الثالثة بنسبة 25%، ثم الندوات والملتقيات في المرتبة الرابعة بنسبة 22,72%، ثم الكتب في المرتبة الخامسة بنسبة 22,22%، ثم الأقراص المضغوطة في المرتبة السادسة بنسبة 22,03%، ثم المجالات في المرتبة السابعة بنسبة 21,62%، وأخيرا الإنترنت بنسبة 21,43%.

وترتيب مصادر المعرفة بالنسبة للأئمة ذوو المستوى الثانوي كالتالي: الكتب في المرتبة الأولى بنسبة 27,78%، ويليه الإنترنت بنسبة 27,14%، ثم الملتقيات والندوات المرتبة الثالثة بنسبة 25,76%، ثم التلفاز في المرتبة الرابعة بنسبة 25% ثم الأقراص المضغوطة بنسبة 22,03%، ثم الراديو والمجلات كلاهما في المرتبة السادسة بنسبة 21,62% ثم أخيرا الصحف بنسبة 20,45%.

ويبين كذلك الجدول ترتيب مصادر المعرفة بالنسبة للأئمة ذوو المستوى الليسانس كالتالي: في المرتبة الأولى المجالات بنسبة 22,97%، وتليه الإنترنت بنسبة 22,86%، ثم الكتب في المرتبة الثالثة بنسبة 20,37%، ثم الأقراص المضغوطة بنسبة 20,34%، ثم الصحف في المرتبة الخامسة بنسبة 18,18%، ثم الملتقيات والندوات بنسبة 16,66%، ثم الراديو في المرتبة السابعة بنسبة 13,51%، وأخيرا التلفاز بنسبة 12,50%.

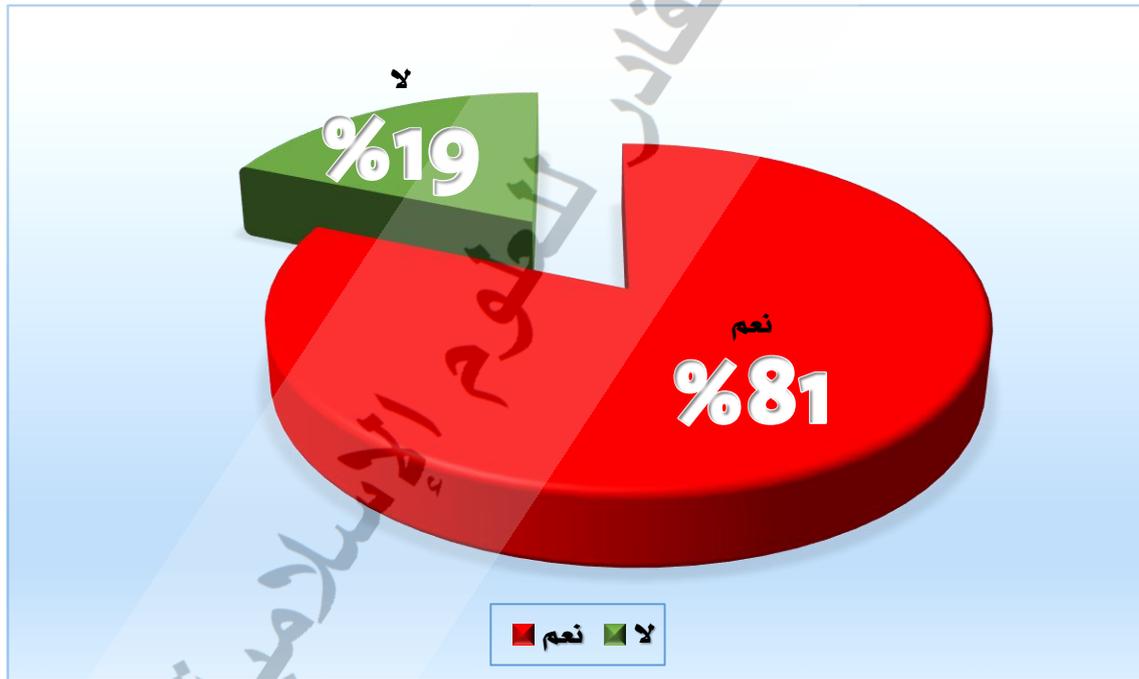
وأخيرا فقد كان ترتيب مصادر المعرفة بالنسبة للأئمة ذوو المستوى بعد التدرج كالتالي: في المرتبة الأولى الصحف بنسبة 27,27%، ويليه الأقراص المضغوطة بنسبة 27,12%، ثم الراديو في المرتبة الثالثة بنسبة 27,03%، ثم الندوات والملتقيات بنسبة 25,76%، ثم المجالات في المرتبة الخامسة بنسبة 22.97%، ثم التلفاز والإنترنت كلاهما في المرتبة السادسة بنسبة 21,43%، وفي المرتبة الأخيرة الكتب بنسبة 16,67%.

ويمكننا أن نلاحظ بأن متغير المستوى التعليمي ليس له أثر يذكر في اختيار الوسيلة المعرفية المناسبة، وأن مختلف المصادر المعرفية موزعة بنسب متقاربة بين مختلف المستويات التعليمية للأئمة.

جدول رقم (6): توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الإنترنت أو عدمه

النسبة المئوية %	التكرارات	استخدام الإنترنت
81,42	92	نعم
18,58	21	لا
% 100	113	المجموع

شكل رقم (6): التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة حسب استخدام الإنترنت أو عدمه



بينت نتائج الجدول أعلاه أن نسبة استخدام الأئمة لشبكة الإنترنت عالية، حيث بلغت (81%) من إجمالي مفردات العينة مقابل (19%) لا يستخدمونها.

تبقى طبيعة هذا الاستخدام ومجالاته هي التي تحدد أهمية هذه النسبة المرتفعة من عدمها، أما نسبة 81% من الأئمة الذين يستخدمون الإنترنت فهي نسبة مهمّة جداً، وهي تدل على حجم احتكاك

الإمام بالتقنية ومواكبة وسيلة العصر، أما نسبة 19% من الذين لا يستخدمون الإنترنت فهي تعبر على خمس مجتمع الدراسة، إلا أنها كبيرة نسبيا خاصة ونحن في عصر المعلوماتية، ومن لا يحسن لغة الحاسوب يعتبر أميا، ولا يليق ذلك برجل الإعلام والدعوة.

ونسبة 81% تستخدم الإنترنت لكن ثلاثة أرباع هذه النسبة أي 75% منها غالبا ما تستخدم الإنترنت قصد تصفح المواقع الإسلامية، إلى جانب 16% من النسبة المستخدمة للإنترنت أحيانا ما تتصفح المواقع الإسلامية، و9% من النسبة المستخدمة للإنترنت نادرا ما تتصفح المواقع الإسلامية، حسب ما توضحه نتائج الجدول رقم (15) وهي النسب المعنية بالدراسة أساسا.

وأسباب عدم الاستخدام تبينها نتائج الجدول رقم (10)، حيث يرجع السبب الرئيس في عدم استخدام بعض الأئمة لشبكة الإنترنت إلى عدم الاشتراك فيها بنسبة (36%)، وإلى عدم ملكية جهاز الحاسوب بنسبة (32%)، وإلى الضعف في استخدام التقنية بنسبة (28%)، ونسبة (4%) بررت عدم استخدامها للإنترنت بعدم ثقتها في المعلومات التي توفرها الشبكة.

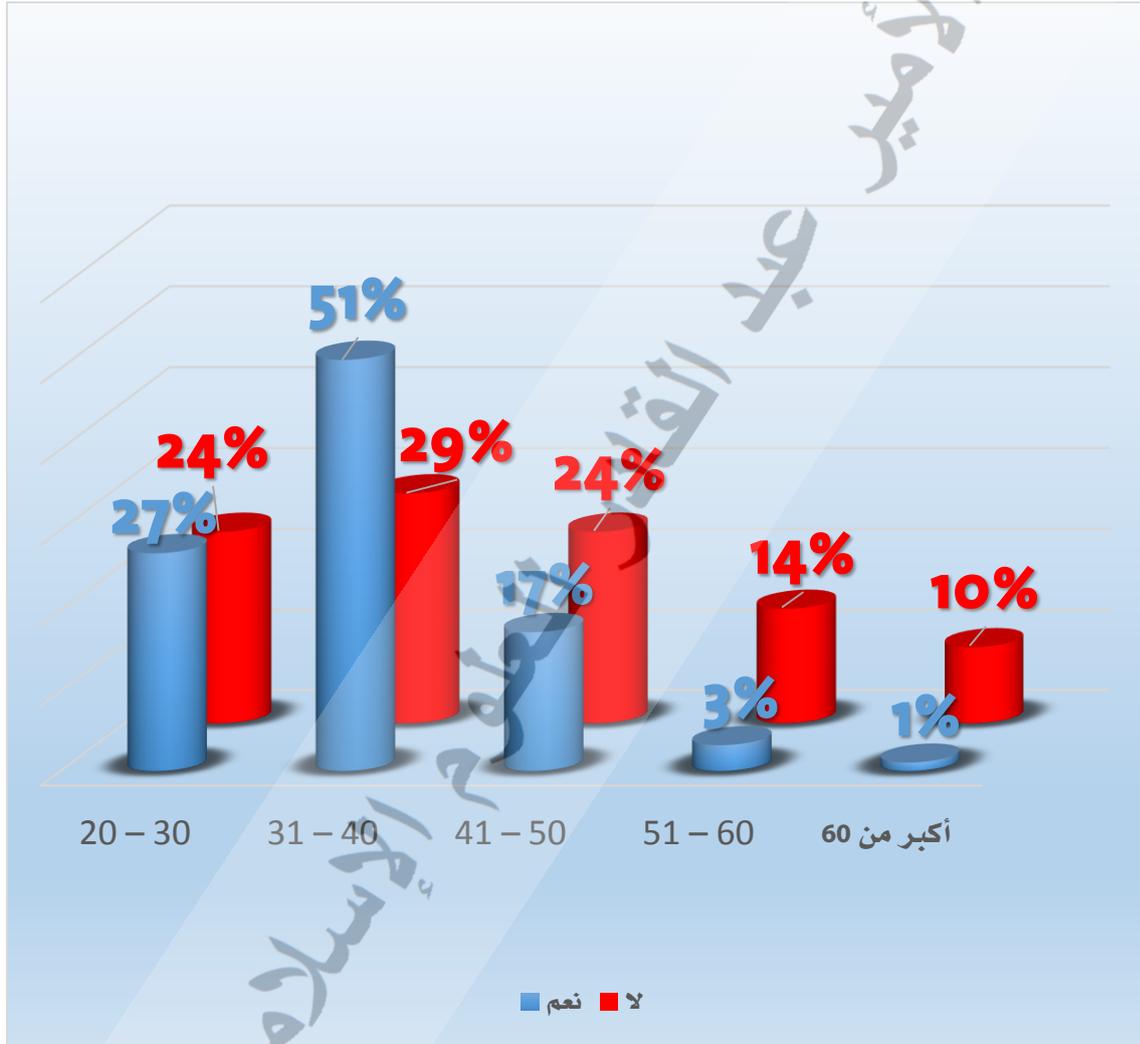
وبزوال هذه الأسباب حاول البحث أن يستشرف واقع هذه الفئة من استخدام الإنترنت مستقبلا فكانت الغالبية منهم (81%) قد أجابوا بأنهم سيستخدمون الإنترنت مستقبلا، بينما (19%) من الأئمة أجابوا بأنهم لن يستخدموا الإنترنت مستقبلا، فنسبة 80,95% من أصل 21 مفردة أي 17 مفردة مستعدة لاستخدام الإنترنت و19,05% من أصل 21 مفردة أي 4 أفراد لا يستخدمون الإنترنت، وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بحجم مجتمع الدراسة والمقدر بـ 113 مفردة وهو ما تبينه نتائج الجدول رقم (12).

جدول رقم (7): توزيع استخدام الباحثين للإنترنت حسب متغير السن

السن		30-20		40-31		50-41		60-51		أكبر من 60		المجموع
الاستخدام		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%

100	92	1.08	1	3.26	3	17.40	16	51.09	47	27.17	25	نعم
100	21	9.53	2	14.28	3	23.81	5	28.57	6	23.8	5	لا
100	113	2.65	3	5.32	6	18.58	21	46.90	53	26.55	30	المجموع

شكل رقم (7): التوزيع التمثيلي لاستخدام العينة للإنترنت حسب السن



يبين الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب استخدام أو عدم استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير العمر ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

تمثل الفئة العمرية الواقعة بين 31-40 سنة أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (51,09%) أي (47) فرداً، وأكبر نسبة غير المستخدمة للإنترنت بنسبة (28,57%) أي (6) أفراد.

ثاني أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 20-30 سنة بنسبة (27,17%) المقدرة بـ (25) فرداً، وهي كذلك تضم ثاني أكبر فئة غير مستخدمة للإنترنت بنسبة (23,81%) أي (05) أفراد.

ثالث أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 41-50 سنة بنسبة (17,4%) أي (16) فرد وهي كذلك تضم ثالث أكبر فئة غير مستخدمة للإنترنت بنسبة (23,81%) معبرة عن (05) أفراد.

وتضم الفئة العمرية 51-60 سنة نسبة (3,26%) أي ثلاثة (03) أفراد يستخدمون الإنترنت ونسبة (14,28%) أي ثلاثة (03) أفراد لا تستخدمون الإنترنت.

كما تضم الفئة العمرية أكبر من 60 سنة نسبة (1,08%) أي فرد واحد (01) يستخدم الإنترنت ونسبة (9,53%) أي فردان (02) لا يستخدمان الإنترنت.

بحساب المتوسط العمري نجد:

$$X = 35.03 \text{ المتوسط العمري}$$

المتوسط العمري للأئمة المستخدمين للإنترنت هو 35 سنة و03 أشهر و18 يوم.

والمتوسط العمري لغير المستخدمين:

$$X = 38.53 \text{ المتوسط العمري}$$

المتوسط العمري للأئمة غير المستخدمين للإنترنت هو 38 سنة و06 أشهر و10 أيام.

أوضح من التحليل الإحصائي لبيانات الجدول أعلاه أنّ متوسط أعمار الأئمة غير المستخدمين للإنترنت أكبر من متوسط أعمار الأئمة المستخدمين للإنترنت بحوالي ثلاث سنوات.

والملاحظ من التوزيع التمثيلي للعينة أنّ الفئتين العمريتين: 20-30 و31-40 سنة تضمان نسبة الذين يستخدمون الإنترنت أكبر من نسبة الذين لا يستخدمونها عكس باقي الفئات.

وعليه فترتيب الفئات حسب الاستخدام كالتالي:

الأولى الفئة العمرية الواقعة بين 31-40 سنة أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (51,09%) أي (47) فرد، ثاني أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 20-30 سنة بنسبة (27,17%) أي (25) فرد، ثالث أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 41-50 سنة بنسبة (17,4%) أي (16) فرد، في المرتبة الرابعة الفئة العمرية 51-60 سنة بنسبة (3,26%) أي ثلاثة (03) أفراد يستخدمون الإنترنت، وفي المرتبة الأخيرة الفئة العمرية أكبر من 60 سنة بنسبة (1,08%) أي فرد واحد (01) يستخدم الإنترنت.

والملاحظ أيضا أن حجم الفئات التي لا تستخدم الإنترنت جاء بنفس الترتيب السابق، أي الأولى الفئة العمرية الواقعة بين 31-40 سنة أكبر نسبة لا تستخدم الإنترنت، ثاني أكبر نسبة لا تستخدم الإنترنت تقع في الفئة 20-30 سنة وتقع في الفئة 41-50 سنة، في المرتبة الرابعة الفئة العمرية أكبر من 60 سنة، وفي المرتبة الأخيرة الفئة العمرية 51-60 سنة.

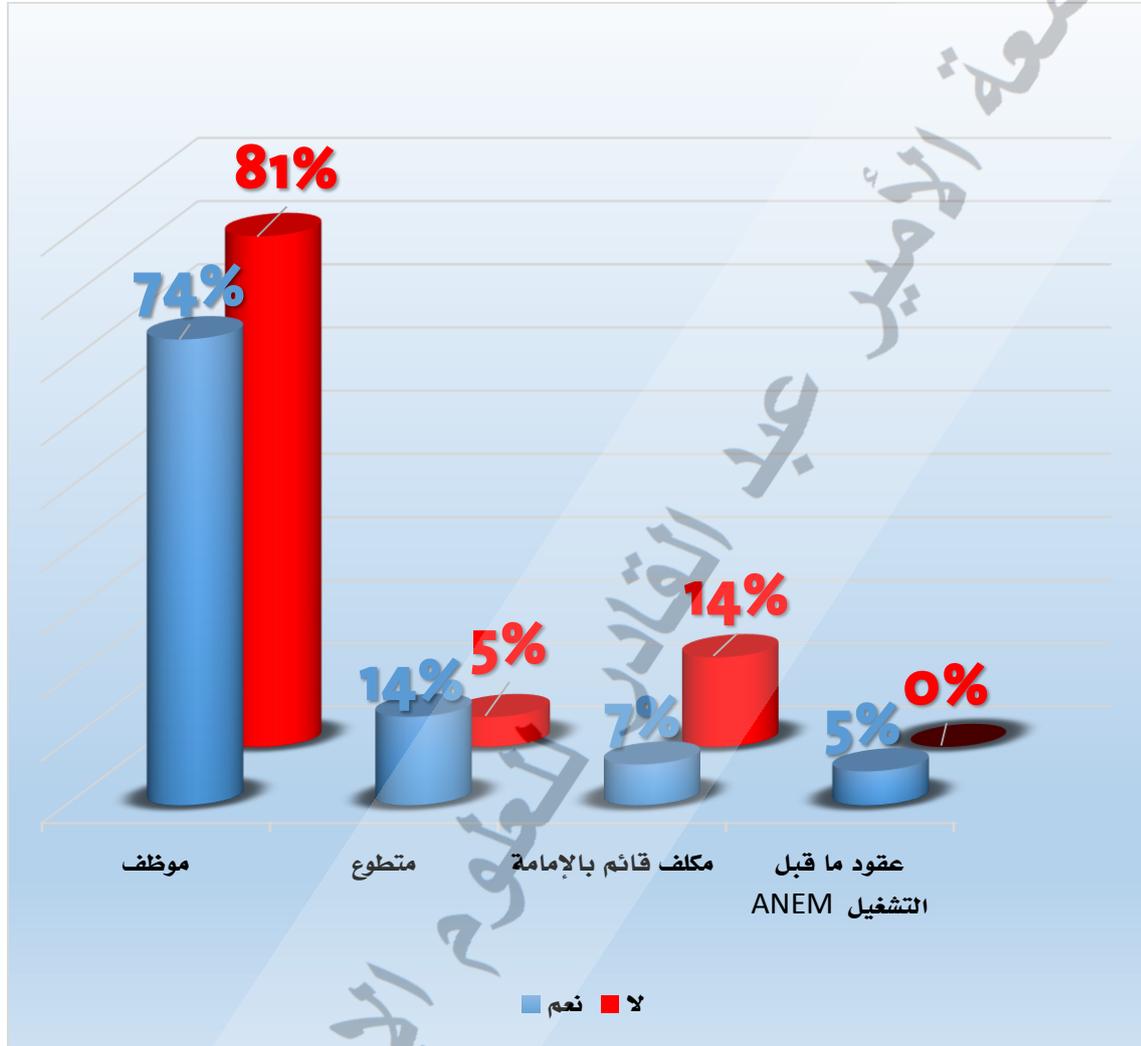
فاستخدام الشباب للإنترنت بشكل كبير راجع لمواكبة هذه الشريحة لتكنولوجيا العصر وللفضول التقني الذي يتميز به الشباب، عكس فئات الكهول والشيوخ الذين ينزعون غالبا لكل ما هو تقليدي.

جدول رقم (8): توزيع استخدام المبحوثين للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية

الاجموع		ANEM		مكلف ق إ		متطوع		موظف		الوضعية الوظيفية الاستخدام
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	92	5.43	5	6.52	6	14.13	13	73.92	68	نعم
100	21	-	-	14.29	3	4.76	1	80.95	17	لا

100	113	4.43	5	7.96	9	12.39	14	75.22	85	المجموع
-----	-----	------	---	------	---	-------	----	-------	----	---------

شكل رقم (8): التوزيع التمثيلي لاستخدام الباحثين للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية



يبين الجدول استخدام الباحثين للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية، ويلاحظ أنّ فئة الموظفين تمثل أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت بنسبة (73,92%) أي (68) فرد كما تمثل أكبر نسبة لغير المستخدمين للإنترنت بنسبة (80,95%) أي (17) فرداً.

ومثلت فئة المتطوعون ثاني نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (14,13%) أي (13) فرد فيما بلغت نسبة غير المستخدمين للإنترنت (4,76%) أي (01) فرداً.

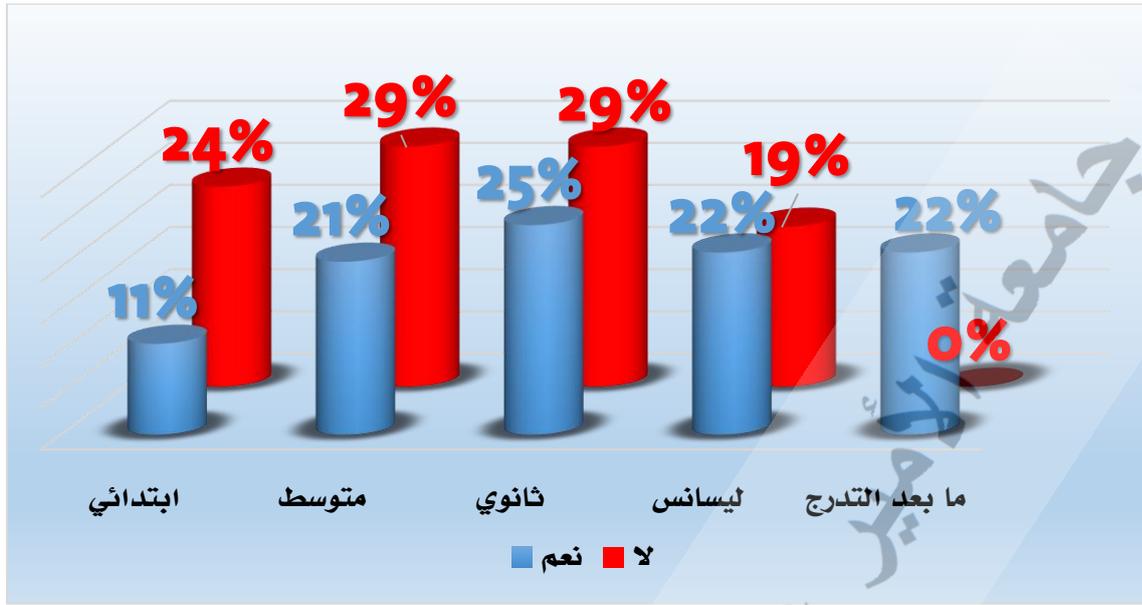
وبلغت فئة المكلفون القائمون بالإمامة النسبة المستخدمة للإنترنت فيها (6,52%) أي (06) أفراد وبلغت نسبة غير المستخدمين للإنترنت (14,29%) أي (03) أفراد، وأخيراً ضمت فئة عقود ما قبل

التشغيل فئة المستخدمين للإنترنت فقط بنسبة (5,43%) أي (05) أفراد. والملاحظ من التوزيع التمثيلي للعينة أن فئتي المتطوعين وعقود ما قبل التشغيل تضمان نسبة الذين يستخدمون الإنترنت أكبر من نسبة الذين لا يستخدمونها، عكس فئتي الموظفين والمكلفين القائمين بالإمامة فنسبة الذين لا يستخدمون الإنترنت أكبر من نسبة الذين يستخدمونها، وهو ما يدفعنا للاستنتاج بأن متغير الوضعية الوظيفية ليس لها تأثير أو علاقة باستخدام الإنترنت لدى الأئمة من عدمه.

جدول رقم (9): توزيع استخدام الباحثين للإنترنت حسب المستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى الاستخدام	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	92	21.74	20	21.74	20	25.00	23	20.65	19	10.87	10	نعم
100	21	-	-	19.05	4	28.57	6	28.57	6	23.81	5	لا
100	113	17.70	20	21.24	24	25.66	29	22.13	25	13.27	15	المجموع

شكل رقم (9): التوزيع التمثيلي لاستخدام الباحثين للإنترنت حسب المستوى التعليمي



يبين الجدول استخدام أو عدم استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، ويلاحظ أنّ فئة المستوى الثانوي تمثل أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (25%) أي (23) فرداً، كما تمثل أكبر نسبة لغير المستخدمين للإنترنت بنسبة (28,57%) أي (06) أفراد.

والفئة الثانية الأكثر استخداماً للإنترنت هي فئة مستوى ليسانس بنسبة (21,74%) أي (20) فرداً مقابل نسبة (19,05%) أي (04) أفراد غير مستخدمي الإنترنت.

أما فئة مستوى ما بعد التدرج فجاءت في المرتبة الثانية كذلك بالنسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (21,74%) أي (20) فرداً، ونسبة غير المستخدمين للإنترنت منعدمة.

في المرتبة الرابعة فئة المستوى المتوسط للمستخدمين بنسبة (20,65%) أي (19) فرداً، وغير المستخدمين بنسبة (28,57%) أي (06) أفراد.

والمرتبة الأخيرة لفئة المستوى الابتدائي بالنسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (10,87%) أي (10) أفراد، ونسبة غير المستخدمين للإنترنت (23,81%) أي (05) أفراد.

لاحظنا في الجدول السابق أنّ الأئمة الذين يستخدمون الإنترنت نسبهم متقاربة تتراوح بين 20,65% و 25% على اختلاف مستوياتهم لكن المستوى الذي ظهر فيه الفارق هو فئة الابتدائي الذي كان نسبته 10,87% تستخدم الإنترنت مقارنة بنسبة (23,81%) غير مستخدمي الإنترنت، فكل الأئمة من المستوى المتوسط إلى مستوى ما بعد التدرج يستخدمون الإنترنت بشكل متقارب إلا

الأئمة أصحاب المستوى الابتدائي فاستخدامهم للإنترنت ضعيف نسبياً مقارنة مع باقي المستويات، وهو ما لا نلاحظه مع مجموع الأئمة الذين لا يستخدمون الإنترنت، فقد أظهرت النتائج أن الذين لا يستخدمون الإنترنت يتوزعون بشكل متقارب بين المستوى الابتدائي والليسانس بنسب تتراوح بين 28,57% و 19,05% بينما لا يوجد أي شخص من المستوى ما بعد التدرج لا يستخدم الإنترنت.

يمكننا أن نستنتج من نتائج المستويين الابتدائي وما بعد التدرج أن متغير المستوى التعليمي له علاقة بعملية استخدام الإنترنت، فالمستوى الابتدائي تقل لديهم عملية الاستخدام وتكبر نسبة الذين لا يستخدمون الإنترنت، أين تنعدم هذه الأخيرة تماماً في فئة ما بعد التدرج، وهي نتيجة منطقية كون عملية الاستخدام قد تبدو معقدة لأول وهلة وتحتاج شيئاً من الثقافة والمستوى اللغوي حتى يتسنى للفرد الابحار في فضاء الإنترنت بكل أريحية.

جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة الممتنعة عن استخدام الإنترنت حسب الأسباب

النسبة المئوية %	التكرارات	الأسباب
35,72	10	لست مشتركاً في الإنترنت
28,57	08	لا أحسن استخدام الحاسوب
32,14	09	لا أملك جهاز حاسوب
03,57	01	لا أثق في المعلومات
% 100	28	المجموع

شكل رقم (10): التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة الممتنعة عن استخدام الإنترنت حسب الأسباب



يرجع السبب الرئيس في عدم استخدام بعض الأئمة لشبكة الإنترنت إلى عدم الاشتراك فيها بنسبة (36%)، وإلى عدم ملكية جهاز الحاسوب بنسبة (32%)، وإلى الضعف في استخدام التقنية بنسبة (28%)، ونسبة (4%) بررت عدم استخدامها للإنترنت بعدم ثقتها في المعلومات التي توفرها الشبكة، والملاحظ من هذه الأسباب الحائلة بين الإمام وبين استخدامه لشبكة الإنترنت أنها أسباب تقنية يمكن تجاوزها إن استشعر الإمام أهمية هذه التقنية في خدمة الدين وتبليغ الرسالة، واختصار الوقت والجهد والمال، خاصة وأن الاشتراك الشخصي في الشبكة وهو المانع الرئيس في الاستخدام يمكن تعويضه بمقاهي الإنترنت التي أصبحت تعرف انتشاراً لم يسبق له مثيل، وباللجوء لمقاهي الإنترنت نكون قد وضعنا حلاً لنسبة 68% للمشاكل الحائلة دون استخدام الإنترنت، وبتوفير دورات تكوينية للإمام تساعد في التمرس على هذه التقنية ترتفع النسبة إلى 96%، تبقى نسبة 4% لا تثق في معلومات الإنترنت فهي نسبة ضئيلة جداً، وقد تقاطعت نتائج البحث مع دراسة مديحة جيطاني⁽¹⁾،

(1) جيطاني مديحة، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة سابقة.

التي تترتب أسباب عدم تصفح بعض أفراد عينة الدّراسة للمواقع الإسلامية فلضيق الوقت بنسبة 66,67%، ولعدم الاهتمام بنسبة 15,15%، ولعدم الثقة بها بنسبة 12,12%، ولأسباب أخرى بنسبة 6,06%، فضيق الوقت وعدم الاهتمام هما الوجه الآخر لعدم الاشتراك وضعف استخدام الحاسوب لكنها التبريرات تختلف، ونسبة عدم الثقة في المعلومات جاءت مرتفعة مقارنة بنتيجة بحثنا وقد يرجع ذلك لطبيعة مجتمع البحث، وقد اتفقت نتائج هذه الدّراسة مع نتائج دراسة ياسين قرناني حيث أنّ من بين أسباب عدم استخدام الطلبة الجامعيين لشبكة الإنترنت في دراسته يرجع لعدم تعلم مهارة استخدام الكمبيوتر وقد أجاب بذلك (26,67%) من أفراد عينته.

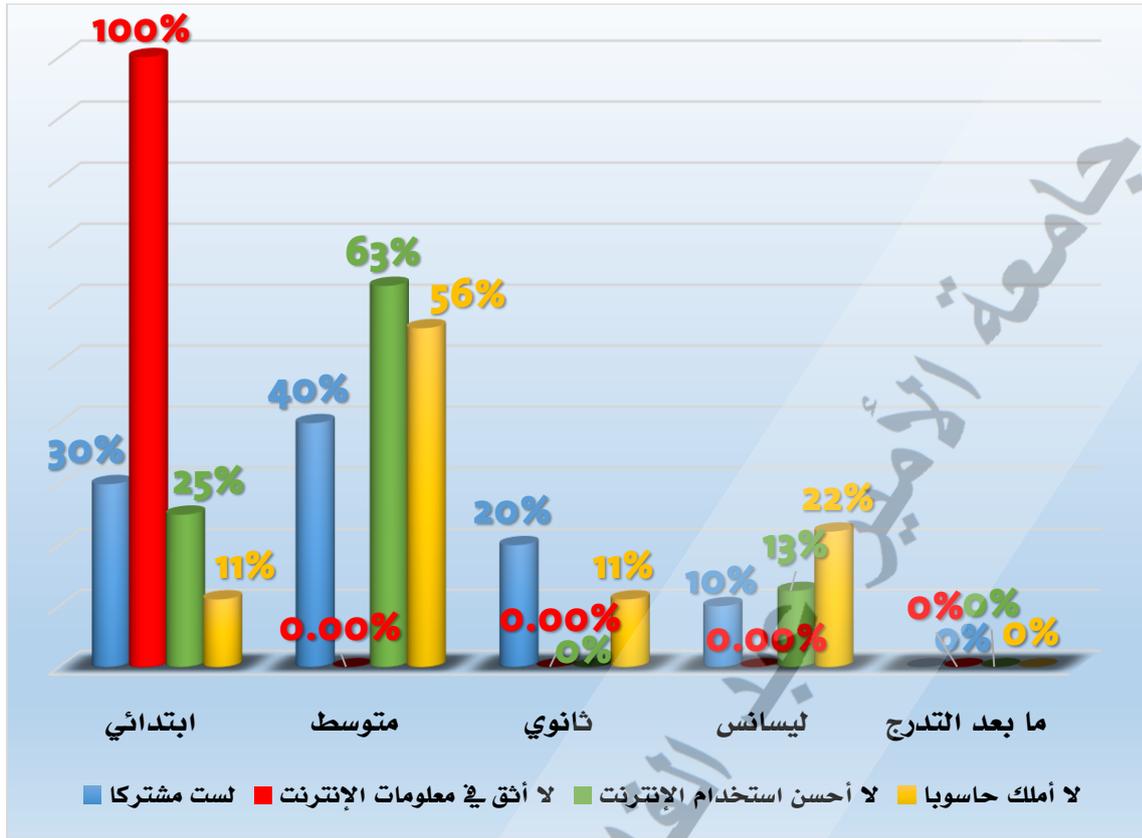
جدول رقم (11): توزيع العينة الممتنعة عن استخدام الإنترنت

حسب أسباب الامتناع وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى	أسباب الامتناع
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	10	-	-	10	1	20	2	40	4	30	3	لست مشتركاً
100	1	-	-	-	-	-	-	-	-	100	1	لا أثق في معلوماته
100	8	-	-	12.50	1	-	-	62.50	5	25.00	2	لا أحسن استخدامه
100	9	-	-	22.22	2	11.11	1	55.56	5	11.11	1	لا أملك حاسوباً
100	28	-	-	14.29	4	10.71	3	50.00	14	25.00	7	المجموع

شكل رقم (11): التوزيع التمثيلي للعينة الممتنعة عن استخدام الإنترنت

حسب المستوى التعليمي وأسباب الامتناع



يبين الجدول أسباب عدم استخدام الإنترنت وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، ويلاحظ أن فئة المستوى ما بعد التدرج نسبة عدم استخدام الإنترنت فيها منعدمة وهو ما تبينه نتائج الجدول رقم (09) وبالتالي أسباب الامتناع عن الاستخدام مع هذه الفئة منعدمة، أما مستوى ليسانس فتوزعت الأسباب كالتالي: لا أملك جهاز حاسوب بنسبة (22,22%)، ولا أحسن استخدام الإنترنت بنسبة (12,5%)، ولست مشتركا بنسبة (10%)، فيما توزعت أسباب الامتناع في المستوى الثانوي كالتالي: نسبة (20%) لست مشتركا في الإنترنت ونسبة (11,11%) لا أملك الحاسوب، أما مستوى المتوسط فتوزعت الأسباب كالتالي: لا أملك جهاز حاسوب بنسبة (55,56%)، ولا أحسن استخدام الإنترنت بنسبة (62,50%)، ولست مشتركا بنسبة (40%)، وأخيرا مستوى الابتدائي فتوزعت الأسباب كالتالي: لا أملك جهاز حاسوب بنسبة (11,11%)، ولا أحسن استخدام الإنترنت بنسبة (25%)، ولست مشتركا بنسبة (30%)، لا أثق في معلومات الإنترنت بنسبة (100%).

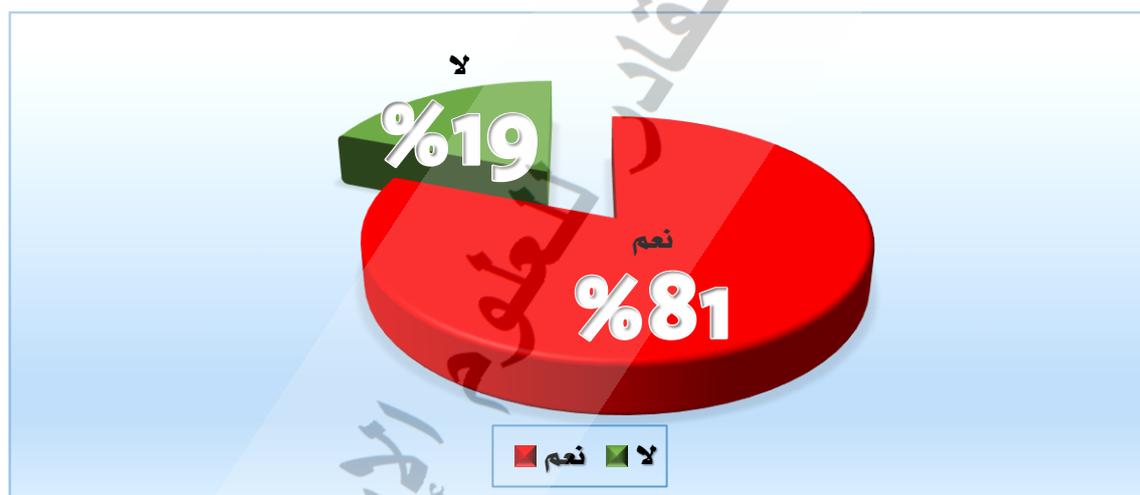
كما يمكننا أن نلاحظ أن عدم استخدام الإنترنت بسبب عدم الثقة في معلوماته منعدمة في كل المستويات التعليمية عدا المستوى الابتدائي الذي سجل هذا السبب بنسبة (100%)، فيما تبقى باقي الأسباب متفاوتة من سبب لآخر بين كل المستويات، ومنه نستنتج أن متغير المستوى التعليمي ليس

له تأثير في مختلف الأسباب الحائلة بين الاستخدام وعدمه، إلا المستوى الابتدائي الذي أبدى تحفظه من استخدام الإنترنت بسبب عدم الثقة في معلومة هذه التقنية بنسبة مطلقة.

جدول رقم (12): توزيع العينة الممتنعة حسب الاستخدام المستقبلي للإنترنت

النسبة المئوية %	التكرارات	الاستخدام المستقبلي
80,95	17	نعم
19,05	04	لا
% 100	21	المجموع

شكل رقم (12): التوزيع التمثيلي للعينة الممتنعة حسب الاستخدام المستقبلي للإنترنت



بعدها بين لنا الجدول رقم (11) الأسباب التي جعلت بعض الأئمة لا يستخدمون الإنترنت حاولنا أن نستشرف حال هذه الفئة من استخدام الإنترنت مستقبلا فكانت الغالبية منهم (81%) قد أجابوا بأنهم سيستخدمون الإنترنت مستقبلا، بينما (19%) من الأئمة قد أجابوا بأنهم لن يستخدموا الإنترنت مستقبلا، وهذه نتائج مشجعة تدل على آفاق أوسع للإنترنت في حياة الأئمة، كما توافقت هذه

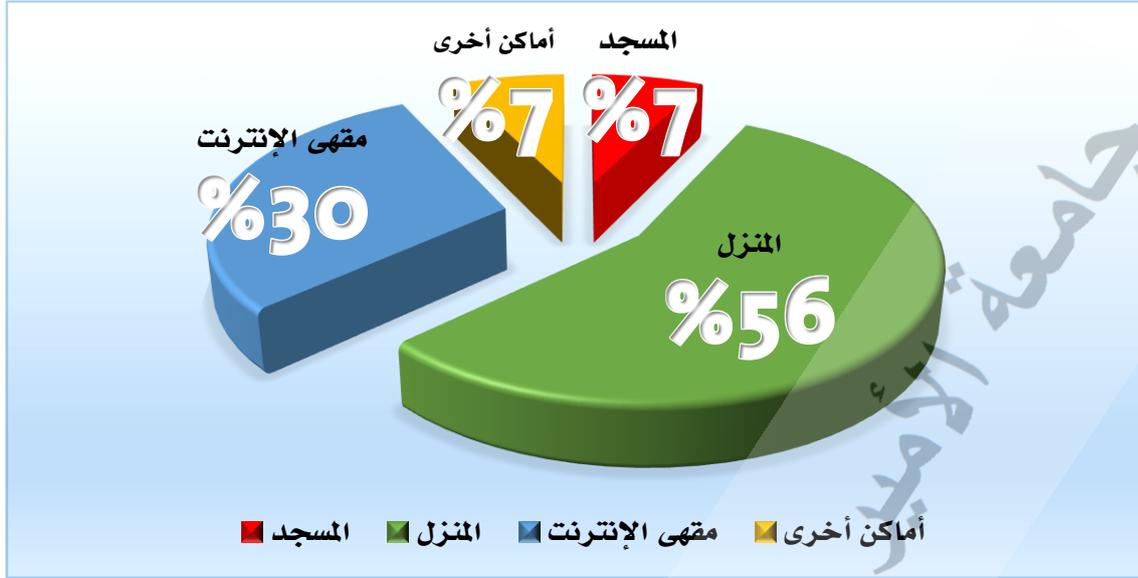
النتائج مع نتائج دراسة المانع حبيبة⁽¹⁾ على مجتمع بحث يتمثل في أساتذة الثانوي وعلاقتهم بالإنترنت فكانت نتائجها كالتالي: الغالبية منهم (85%) قد أجابوا بأنهم سيستخدمون الإنترنت مستقبلا، بينما (15%) من الأساتذة قد أجابوا بأنهم لا يدرون هل سيستخدمون الإنترنت مستقبلا أم لا، وقد جاءت النسبة منعدمة للذين لن يستخدموا الإنترنت مستقبلا.

جدول رقم (13): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب محل الاستخدام

النسبة المئوية %	التكرارات	محل الاستخدام
07,22	08	المسجد
55,85	62	المنزل
29,73	33	مقهى الإنترنت
07,21	08	أماكن أخرى
% 100	111	المجموع

شكل رقم (13): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت حسب محل الاستخدام

(1) حبيبة المانع: الاستخدامات والإشباع الثقافية الإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 1433هـ=2012م.



يبين الجدول أعلاه أنّ أغلب الأئمة يستخدمون الإنترنت في منازلهم بنسبة (56%)، وقد يعود ذلك لكون منزل الإمام غالباً في المسجد وارتباطاته بالعمل الدّعوي وبجمهور المصلين تلزمه المنزل أو المسجد في الغالب الأعم، وهو ما يفسر ارتفاع نسبة استخدام الإمام للإنترنت من منزله، وفي المرتبة الثانية بنسبة (30%) يكون الاستخدام من مقاهي الإنترنت، وقد يرجع ذلك إلى انعدام الاشتراك المنزلي، أو إلى انعدام الربط بالشبكة العنكبوتية في منازل هذه النسبة من الأئمة ما يضطر بعض الأئمة اللجوء إلى مقاهي الإنترنت، ونسبة استخدام الأئمة للإنترنت من المسجد قدرت بـ(7%) وهي نسبة ضئيلة جداً قد ترجع لعدم ربط المساجد بشبكات الإنترنت، كما قد يرجع السبب في ذلك إلى الموقع الجغرافي لبعض المساجد المتواجدة في مناطق نائية غير موصولة بالخطوط الهاتفية أصلاً، و نفس النسبة تمثل أماكن أخرى¹، ولكنها نسبة ضئيلة كذلك قد يلجأ إليها الإمام نادراً.

جدول رقم (14): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب طبيعة الاستخدام

النسبة المئوية %	التكرارات	طبيعة الاستخدام
------------------	-----------	-----------------

¹ عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: المؤسسات والجامعات ومع الزملاء والأماكن العمومية وفضاءات الويفي المفتوحة.

منفرداً	71	63,39
مع العائلة	29	25,89
مع الأصدقاء	12	10,72
المجموع	112	% 100

شكل رقم (14): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت حسب طبيعة الاستخدام



يبرز الجدول الأشخاص الذين يفضل الإمام تصفح الإنترنت معهم وهم كالتالي، بلغت نسبة الأئمة الذين يفضلون استخدام الإنترنت بمفردهم (63%)، تلتها نسبة الأئمة الذين يفضلون استخدام الإنترنت مع العائلة بـ (26%)، وأخيراً نسبة (11%) والتي تعبر عن نسبة الأئمة الذين يفضلون استخدام الإنترنت مع الأصدقاء، والملاحظ أن الأغلبية الساحقة من الأئمة يفضلون استخدام الإنترنت بمفردهم وقد يرجع ذلك لطبيعة العمل بالحاسوب والذي يحتاج شخصاً واحداً فقط للعمل به، كما قد يعود لطبيعة عمل الإمام الذي يحتاج فيه للراحة والخلو حتى يرتب أفكاره وينسقها، أمّا نسبة الأئمة الذين يستخدمون الإنترنت مع العائلة فقد كانت ضعيفة مقارنة بالأولى لأنّ العمل بالحاسوب أكثره

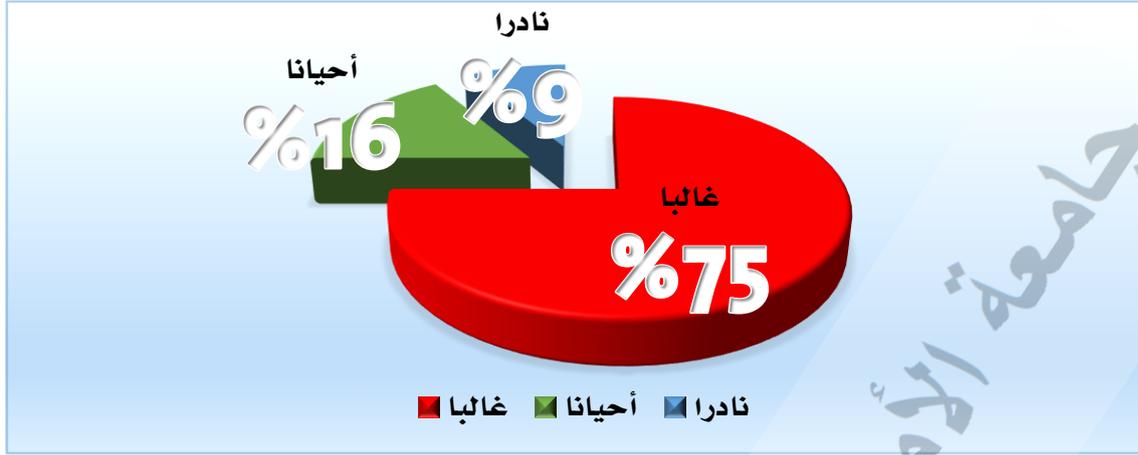
فردى كما سبق وأن ذكرنا، وإشراك أفراد العائلة في العمل بالحاسوب قد يكون للتسلية أو لأمر تربوية أو غير ذلك، ونسبة استخدام الإنترنت مع الأصدقاء كانت ضعيفة جدا لخصوصية العمل بالحاسوب، وقد كانت هذه النتائج متقاربة إلى حد كبير بنتائج دراسة حبيبة المانع⁽¹⁾ في نفس السؤال وُجّه للأساتذة فكانت أن أغلب الأساتذة والذين جاءت نسبتهم أكثر من الثلثين (73,98%) يفضلون تصفح الإنترنت بمفردهم دائما، بينما من يريد أن يتصفح الإنترنت لوحده أحيانا ومع الآخرين أحيانا أخرى فقد كانت بنسبة (27,68%)، ويبقى النزر القليل الذي نسبته (1,56%) فهو يتصفح الإنترنت دائما مع الآخرين وليس لوحده، أما دراسة أحمد عبدلي⁽²⁾ فتصّب نتائجها كذلك في نفس المنحى، وهي (77%) من المبحوثين يفضلون استخدام الإنترنت منفردين، بينما يفضل (19,50%) منهم استخدامها مع الأصدقاء والزملاء، فيما يفضل (3,50%) من أفراد العينة استخدامها مع العائلة.

جدول رقم (15): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب وتيرة تصفحها للمواقع الإسلامية

وتيرة التصفح	التكرارات	النسبة المئوية %
غالبا	69	75,00
أحيانا	15	16,30
نادرا	08	08,70
المجموع	92	% 100

شكل رقم (15): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت حسب وتيرة التصفح

(1) حبيبة المانع: الاستخدامات والإشباع الثقافية الإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، دراسة سابقة.
(2) أحمد عبدلي: استخدام الإنترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري -دراسة ميدانية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2010-2011م.



يمثل الجدول وتيرة تصفح المواقع الإسلامية لدى الإمام وهي كالتالي:

بلغت نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية غالباً (75%)، تلتها نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أحياناً بـ (16,3%)، وأخيراً نسبة (8,7%) والتي تعبر عن الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية نادراً.

والملاحظ أن نسبة كبيرة من الأئمة يتصفحون المواقع الإسلامية غالباً، فالخيز الزمني الذي يشغله الإنترنت في حياة الإمام كبير، يبقى طبيعة هذا الاستخدام، هل هو مميز بحكم عمل الإمام واهتماماته وتطويعه لهذه التقنية خدمة للدين ولرسالة المسجد وللفائدة الشخصية أو التحصيل العلمي، أم أنه استخدام عادي لا فرق بينه وبين أي شخص آخر يجلس أمام الحاسوب لساعات وأيام، يبحر من موقع لآخر بغرض التسلية أو الترفيه وهو ما توضحه نتائج الجدول رقم (27) بأن المواقع ذات المحتوى الإصلاحي التوجيهي هي الأكثر تصفحاً لدى الأئمة بنسبة (28%)، تليها المواقع ذات المحتوى التربوي التعليمي بنسبة (27%)، ثم المواقع ذات المحتوى الروحي التعبدية بنسبة (19%)، تليها المواقع ذات المحتوى الثقافي بنسبة (15%)، ثم المواقع ذات المحتوى الاجتماعي الخدماتي بنسبة (11%)، وأخيراً مواقع ذات محتويات أخرى تعنى بالجانب العلمي والتصدي للتنصير والتعريف بالإسلام بنسبة (1%). وهي استخدامات متنوعة، تصب في خدمة المعرفة الشخصية للإمام بإثراء معارفه وتنويعها، كما تخدم الدعوة الإسلامية بتدعيم الإمام بقاعدة معطيات واقعية وحقيقية ينطلق منها في خطاباته ودروسه المسجدية.

أما نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أحياناً فبلغت (16%) وهي نسبة ضئيلة لكن قد يكون لها ما يبررها أمام كثرة انشغالات الإمام واهتماماته وارتباطاته، فموقعه كإمام في الحي يجعله

قبلة لإصلاح ذات البين بين الأفراد، ومساهما نشطا في محاربة الآفات الاجتماعية، ناهيك عن دوره في الحفاظ على الوحدة الدينية للجماعة وتماسكها، كلها عوامل قد تجعل الإمام لا يستخدم الإنترنت إلا نادرا، وهو المعبر عنه بنسبة (9%).

اتفقت نتائج دراستنا مع عدّة دراسات منها دراسة، تركي بن عواض الأزوري¹، الذي جاءت نتائجه كالتالي: بلغت نسبة الذين يتصفحون المواقع الإلكترونية الإسلامية (73,5%) من عينة الدراسة، بينما بلغت نسبة الذين لا يتصفحونها (26,5%).

كما اتفقت نتائج دراستنا مع نتائج دراسة مديحة جيطاني²، التي جاءت كالتالي:

نسبة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية هي 77,46% من أفراد عينة الدراسة، ونسبة الذين لا يتصفحون هي 22,54% من أفراد عينة الدراسة، ونسبة الإناث اللاتي لا يتصفحن المواقع الإسلامية تفوق نسبة الذكور، ووتيرة التصفح أحيانا جاءت في المرتبة الأولى، تلتها نسبة عدم التصفح، ثم التصفح نادرا، ثم التصفح غالبا، وأخيرا التصفح دائما.

واتفقت كذلك مع نتائج دراسة حبيبة المانع³ في نفس السؤال وُجّه للأساتذة فكانت أنّ أغلب الأساتذة والذين كانت نسبتهم أكثر من الثلثين (73,98%) يفضلون تصفح الإنترنت دائما، بينما من يتصفح الإنترنت أحيانا بنسبة (27,68%). فنسبة تصفح المواقع الإسلامية مرتفعة كما توضحه نتائج الدراسات السابقة، ما يجعلها جديرة بالاهتمام والبحث، حتى يتجلى لنا طبيعة التصفح وأسبابه والنتائج المرجوة منه وغيرها من أبعاد الظاهرة.

جدول رقم (16): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب وتيرة التصفح والسن

المجموع		أكبر من 60		60-51		50-41		40-31		30-20		السن وتيرة التصفح
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	

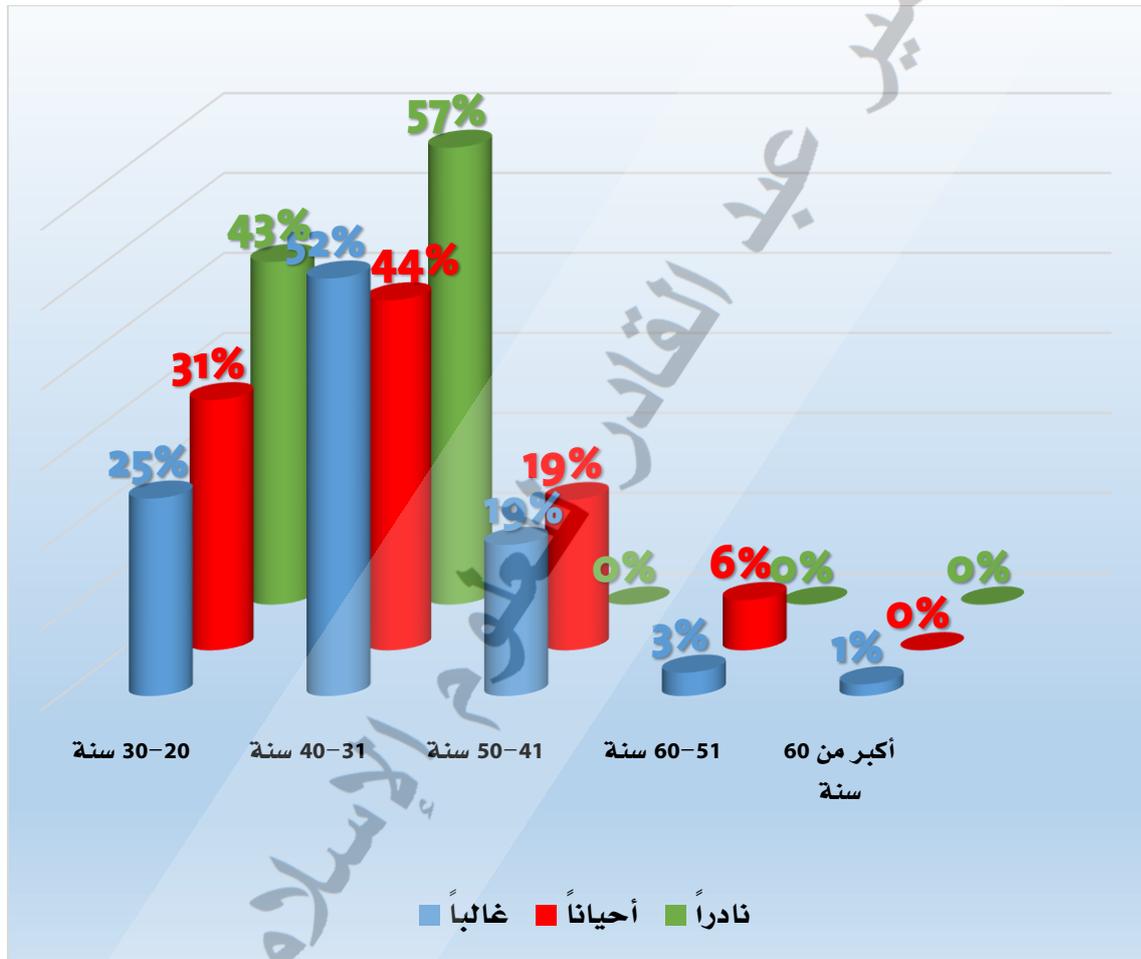
(1) تركي بن عواض الأزوري، استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية، دراسة سابقة.

(1) مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة سابقة.

(3) حبيبة المانع: الاستخدامات والإشباعات الثقافية الإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، دراسة سابقة.

100	69	1.45	1	2.90	2	18.84	13	52.17	36	24.64	17	غالباً
100	16	-	-	6.25	1	18.75	3	43.75	7	31.25	5	أحياناً
100	7	-	-	-	-	-	-	57.14	4	42.86	3	نادراً
100	92	1.09	1	3.26	3	17.39	16	51.09	47	27.17	25	المجموع

شكل رقم (16): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت حسب وتيرة التصفح والسّن



يمثل الجدول وتيرة تصفح المواقع الإسلامية لدى الإمام وعلاقتها بمتغير السن وهي كالتالي:

تمثل الفئة العمرية 40-31 سنة أكبر نسبة للمتصفحين للمواقع الإسلامية غالباً بنسبة (52,17%) أي (36) فرداً، وأكبر نسبة للمتصفحين للمواقع الإسلامية أحياناً بنسبة (43,75%) أي (07) أفراد، وأكبر نسبة للمتصفحين للمواقع الإسلامية نادراً ب (57,14%) أي (04) أفراد.

وتمثل الفئة العمرية 20-30 سنة ثاني أكبر نسبة للمتصفحين للمواقع الإسلامية غالباً بنسبة (24,64%) أي (17) فرداً، وثاني أكبر نسبة متصفح للمواقع الإسلامية أحياناً بنسبة (31,25%) أي (05) أفراد، وثاني أكبر نسبة للمتصفحين للمواقع الإسلامية نادراً ب (42,86%) أي (03) أفراد.

كما تمثل الفئة العمرية 41-50 سنة ثالث أكبر نسبة متصفح للمواقع الإسلامية غالباً بنسبة (18,84%) أي (13) فرداً، وثالث أكبر نسبة متصفح للمواقع الإسلامية أحياناً بنسبة (18,75%) أي (03) أفراد، ونسبة المستخدمين للإنترنت نادراً منعدمة في هذه الفئة.

وتمثل الفئة العمرية 51-60 نسبة متصفح للمواقع الإسلامية غالباً تقدر ب (2,9%) أي (02) فردان، ونسبة متصفح للمواقع الإسلامية أحياناً تقدر ب (6,25%) أي (01) فرداً، ونسبة المتصفحين للمواقع الإسلامية نادراً منعدمة كذلك في هذه الفئة، وأخيراً تمثل الفئة العمرية أكبر من 60 سنة نسبة متصفح للمواقع الإسلامية غالباً تقدر ب (1,45%) أي (01) فرداً، ونسبة متصفح للمواقع الإسلامية أحياناً ونادراً منعدمة في هذه الفئة.

وبحساب المتوسط العمري لكل فئة نجد: المتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية غالباً هو: 35 سنة و 04 أشهر و 13 يوم.

والمتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية أحياناً هو: 35 سنة و 04 أشهر ويومين.

فالمتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية نادراً هو: 31 سنة.

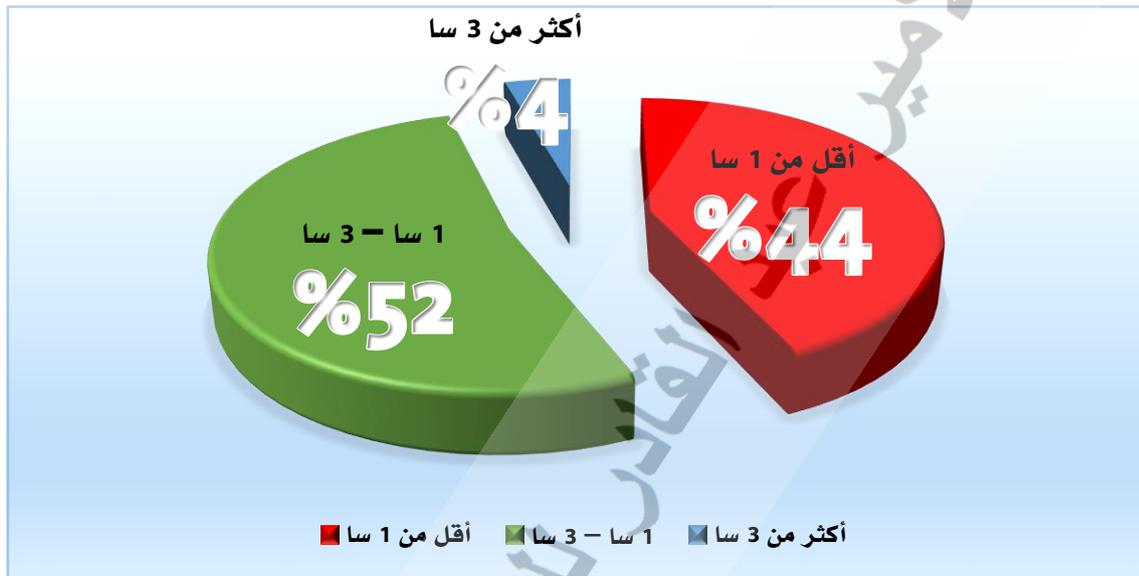
اتضح من التحليل الإحصائي لبيانات الجدول أعلاه أن متوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية غالباً يساوي متوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية أحياناً والمقدر بأكثر من 35 سنة، فيما أن متوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية نادراً يقل عنه ويقدر ب 31 سنة، ويبقى متوسط كل الفئات يدور في السياق الشباني بين 31 و 40 سنة.

جدول رقم (17): توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب مدة التصفح يوميا.

مدة التصفح	التكرارات	النسبة المئوية %
أقل من 1 سا	40	43,48

52,17	48	1 سا - 3 سا
04,35	04	أكثر من 3 سا
% 100	92	المجموع

شكل رقم (17): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت حسب مدة التصفح



يمثل الجدول المدة الزمنية التي يقضيها الإمام يوميا متصفحاً للمواقع الإسلامية وهي:

بلغت مدة تصفح الأئمة للمواقع الإسلامية من 1 ساعة إلى 3 ساعة نسبة (52%)، تلتها نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أقل من 1 ساعة ب (44%)، وأخيرا نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أكثر من 3 ساعة ب (4%) نسبة. والملاحظ أن أغلبية الأئمة يتصفحون الإنترنت يوميا بمعدل من 1 سا إلى 3 سا وهو مدى زمني كبير ما يدل على ارتباط الأئمة الكبير بالإنترنت، تلتها بنسبة متقاربة الذين يتصفحون الإنترنت يوميا بمعدل أقل من 1 سا، وبنسبة صغيرة جدا الذين يتصفحون الإنترنت بمعدل أكثر من 3 سا.

وبحساب متوسط مدة التصفح نجد: المتوسط الزمني للتصفح هو: 1 ساعة و 32 دقيقة.

وعليه فإن استخدام الأئمة لشبكة الإنترنت من حيث المدى الزمني مقبول إلى حد كبير، خاصة بعد حساب متوسط الوقت الذي يقضيه الأئمة مع الإنترنت الذي بلغ 92 دقيقة.

تتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة مديحة جيطاني⁽¹⁾، بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت من 1 ساعة إلى 3 ساعات في اليوم بنسبة 87,27%، تليها نسبة الافراد الذين يستخدمونها من 4 ساعات إلى 6 ساعات بنسبة 9,09%، ثم تليها نسبة الذين يستخدمونها حسب الظروف بنسبة 2,18%، وأخيرا نسبة الذين يستخدمونها 6 ساعات فأكثر بنسبة 1,46%.

كما توافقت مع نتائج دراسة حبيبة المانع⁽²⁾، والتي خلصت دراستها للنتائج التالية: حجم الوقت الذي يقضيه الأساتذة في تصفح الإنترنت، وذلك خلال الزيارة الواحدة هي النسبة الأكبر من الأساتذة (65,88%) يتصفحون الإنترنت من ساعة إلى ثلاثة ساعات، يأتي بعد ذلك الوقت أقل من ساعة بنسبة (24,71%)، أما التصفح لأكثر من 03 ساعات فهو أضعف نسبة بـ (9,41%).

كما توافقت مع نتائج دراسة باديس لونيس⁽³⁾، والتي خلصت دراستها للنتائج التالية: حجم الوقت الذي يقضيه الطلبة في تصفح الإنترنت، وذلك خلال الزيارة الواحدة هي النسبة الأكبر من الطلبة (39.02%) يتصفحون الإنترنت من ساعة إلى ساعتين، يأتي بعد ذلك الوقت أقل من ساعة بنسبة (35.36%)، أما التصفح لساعتين فأكثر فهو أضعف نسبة بـ (25,6%).

كما توصلت الدراسة التي أجراها موقع ويب ديالنا أن مستخدمي الإنترنت في الجزائر يعتبرون مدمنين على الإنترنت لأن ما نسبته 40% من الجزائريين يستخدمون الإنترنت أكثر من 20 ساعة في الأسبوع وهي النسبة المعبر عنها بـ 1 سا - 3 سا والمقدرة بـ 52% والتي تتوافق تماما مع نتائج الدراسة.

جدول رقم (18): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب المستوى التعليمي وعدد ساعات الاستخدام

المجموع	ب التدرج	ليسانس	ثانوي	متوسط	ابتدائي	المستوى
---------	----------	--------	-------	-------	---------	---------

(1) مديحة جيطاني، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة سابقة.

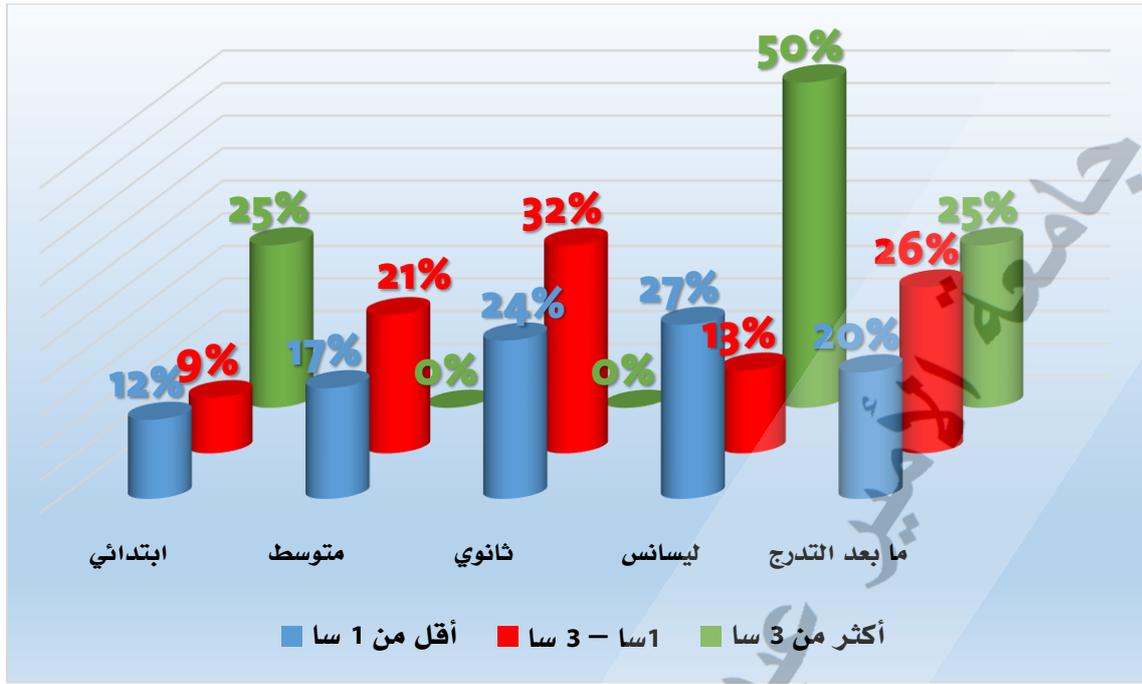
(2) حبيبة المانع: الاستخدامات والإشباع الثقافية الإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، دراسة سابقة.

(1) باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة منتوري قسنطينة 2007-2008م.

الحجم الساعي	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
أقل من 1 ساعة	5	12.20	7	17.07	10	24.39	11	26.83	8	19.51	41	100
1-3 سا	4	8.51	10	21.28	15	31.91	6	12.76	12	25.45	47	100
أكثر من 3 ساعة	1	25	-	-	-	-	2	50	1	25	4	100
المجموع	10	10.87	17	18.48	25	27.17	19	20.65	21	22.83	92	100

شكل رقم (18): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت

حسب المستوى التعليمي وعدد ساعات الاستخدام



يبين الجدول الحجم الساعي اليومي لتصفح الإنترنت وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، ويلاحظ أنّ فئة مستوى الليسانس في المرتبة الأولى بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات بنسبة (50%)، وفي المرتبة الأولى كذلك بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة بنسبة (26,83%)، فيما بلغت نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 سا إلى 3 ساعات نسبة (12,76%)، تلتها في الترتيب فئة مستوى ما بعد التدرج في المرتبة الثانية بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات بنسبة (25%)، أمّا نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة بلغت (19,51%)، فيما بلغت نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 سا إلى 3 ساعات نسبة (25,54%)، وفي نفس الترتيب فئة مستوى الابتدائي في المرتبة الثانية بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات بنسبة (25%)، أمّا نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة بلغت (12,2%)، فيما بلغت نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 سا إلى 3 ساعات نسبة (8,51%).

ويلاحظ من الجدول أنّ فئة مستوى الثانوي في المرتبة الأولى بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 سا إلى 3 ساعات بنسبة (31,91%)، فيما بلغت نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة (24,39%)، وكانت نسبة الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات منعدمة.

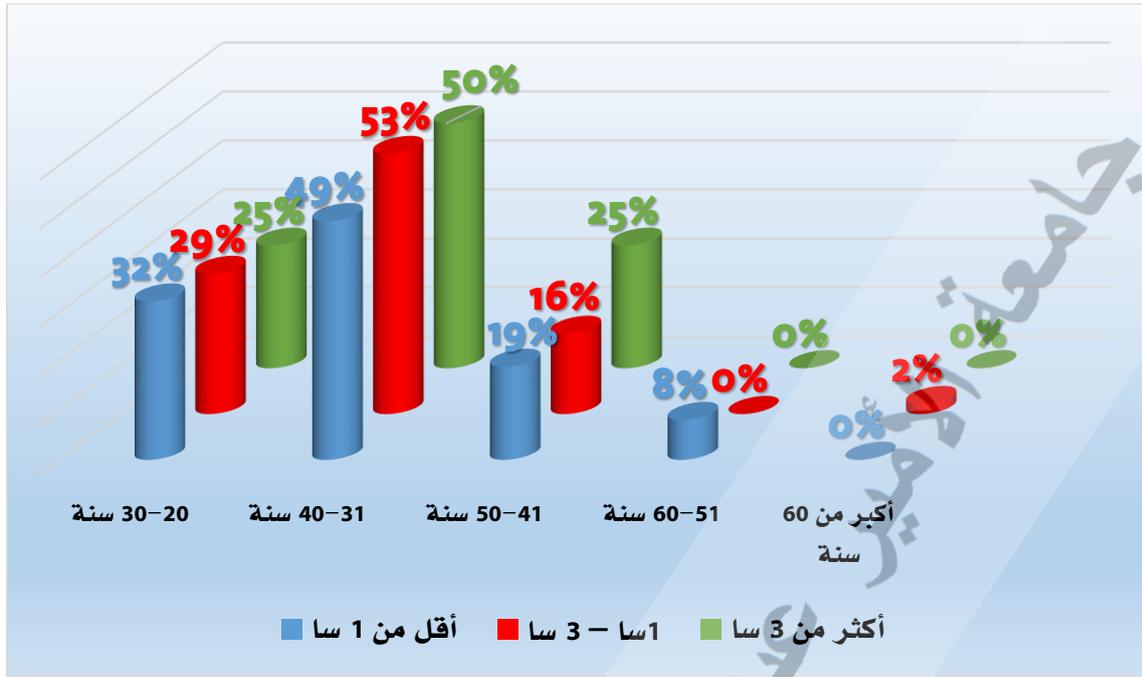
وأخيراً فئة مستوى المتوسط بلغت نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 سا إلى 3 ساعات بنسبة (21,28%)، فيما بلغت نسبة المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة (17,07%)، وكانت نسبة الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات منعدمة كذلك.

والملاحظ من التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت وعلاقتها بالمستوى التعليمي أن فئتي المستوى الثانوي والمتوسط لا تضمان أي عينة تستخدم الإنترنت لمدة زمنية تزيد على الثلاث ساعات، وهو الاستخدام الأول في فئة اليسانس والثاني في فئتي ما بعد التدرج والابتدائي، أما باقي الاستغراقات الزمنية أي: أقل من 1 ساعة وبين 1 ساعة و3 ساعات، فكانت موزعة بشكل متقارب بين كل الفئات.

جدول رقم (19): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب السن وعدد ساعات الاستخدام

السن	30-20		40-31		50-41		60-51		أكبر من 60		المجموع
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
أقل من 1 ساعة	32.24	18	48.65	7	18.92	3	8.11	-	-	37	100
1 سا-3 سا	28.57	26	53.06	8	16.33	-	-	2.04	1	49	100
أكثر من 3 ساعة	25	2	50	1	25	-	-	-	-	4	100
المجموع	26.67	46	51.11	16	17.78	3	3.33	1.11	1	90	100

شكل رقم (19): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت حسب السن وعدد الساعات



يبين الجدول الحجم الساعي اليومي لتصفح الإنترنت وعلاقته بمتغير السن، يلاحظ أنّ الفئة العمرية 40-31 سنة في المرتبة الأولى بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات بنسبة (50%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 ساعة إلى 3 ساعات بنسبة (53,06%)، وكذلك في المرتبة الأولى بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة بنسبة (48,65%)، ويلاحظ أنّ الفئة العمرية 30-20 سنة في المرتبة الثانية بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات بنسبة (25%)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 ساعة إلى 3 ساعات بنسبة (28,57%)، وكذلك في المرتبة الثانية بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة بنسبة (24,32%)، وفي المرتبة الثانية الفئة العمرية 50-41 سنة بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أكثر من 3 ساعات بنسبة (25%)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 ساعة إلى 3 ساعات بنسبة (16,33%)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة للمستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة بنسبة (18,92%)، وأخيراً فئة 60-51 سنة تضم فقط المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية أقل من 1 ساعة بنسبة (8,11%)، وفئة أكبر من 60 سنة تضم فقط المستخدمين الذين يقضون مدة زمنية من 1 ساعة إلى 3 ساعات بنسبة (2,04%).

وبحساب المتوسط العمري لكل فئة نجد، المتوسط العمري للأئمة المستخدمين للإنترنت لمدة تقل عن 1 ساعة هو: 36 سنة و 05 أشهر و 15 يوم، فالمتوسط العمري للأئمة المستخدمين للإنترنت لمدة

تتراوح بين 1 ساعة و 3 ساعة هو: 34 سنة و 1 شهر و 6 أيام، فالمتوسط العمري للأئمة المستخدمين للإنترنت لمدة أكثر من 3 ساعات هو: 35 سنة و 04 أشهر و 13 يوم، اتضح من التحليل الإحصائي لبيانات الجدول أعلاه أن متوسط أعمار الأئمة المستخدمين للإنترنت بمختلف الأحجام الزمنية متقارب وهو يتراوح بين 34 سنة و 36 سنة فهو يدور في السياق الشباني، نتائج هذا الجدول منطقية إلى حد بعيد وهي توافق نتائج الجدول رقم (07) الذي جاء ترتيب فئاته كالتالي: الأولى الفئة العمرية الواقعة بين 31-40 سنة أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (51,09%) أي (47) فرد، ثاني أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 20-30 سنة بنسبة (27,17%) أي (25) فرد، ثالث أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 41-50 سنة بنسبة (17,4%) أي (16) فرد، في المرتبة الرابعة الفئة العمرية 51-60 سنة بنسبة (3,26%) أي ثلاثة (03) أفراد يستخدمون الإنترنت، وفي المرتبة الأخيرة الفئة العمرية أكبر من 60 سنة بنسبة (1,08%) أي فرد واحد (01) يستخدم الإنترنت.

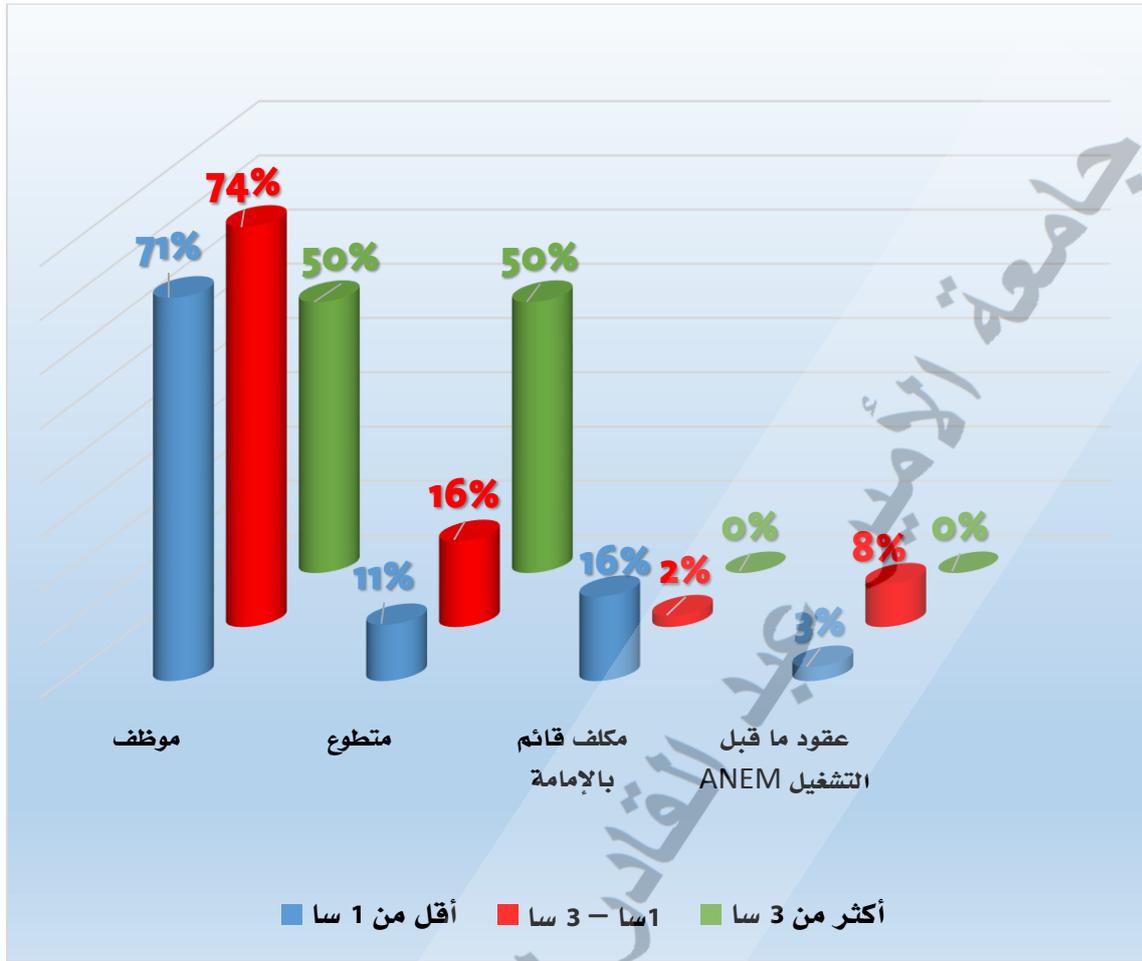
جدول رقم (20): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب الوضعية الوظيفية وعدد ساعات الاستخدام

المجموع		ANEM		مكلف ق إ		متطوع		موظف		الوضعية الوظيفية الاستخدام
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	38	2.63	1	15.79	6	10.53	4	71.05	27	أقل من 1 ساعة
100	50	8	4	2	1	16	8	74	37	1سا - 3سا
100	4	-	-	-	-	50	2	50	2	أكثر من 3 ساعة
100	92	5.43	5	7.61	7	15.22	14	71.74	66	المجموع

شكل رقم (20): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت

حسب الوضعية الوظيفية وعدد الساعات



يبين الجدول الحجم الساعي اليومي لتصفح الإنترنت وعلاقته بمتغير الوضعية الوظيفية.

ويلاحظ أنّ فئة الموظفين تمثل أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بمعدل أكثر من 3 ساعة بنسبة (50%)، وبمعدل بين 1 ساعة و3 ساعة بنسبة (74%)، وبمعدل أقل من 1 ساعة بنسبة (71,05%)، ومثلت فئة المتطوعين ثاني أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بمعدل أكثر من 3 ساعة بنسبة (50%)، وبمعدل بين 1 ساعة و3 ساعة بنسبة (16%)، وبمعدل أقل من 1 ساعة بنسبة (10,53%)، أمّا فئة المكلفين القائمين بالإمامة فبلغت نسبة المستخدمين للإنترنت فيها بمعدل بين 1 ساعة و3 ساعة بنسبة (2%)، وبمعدل أقل من 1 ساعة بنسبة (15,79%)، فيما كان الاستخدام لأكثر من 3 ساعات في هذه الفئة منعدم.

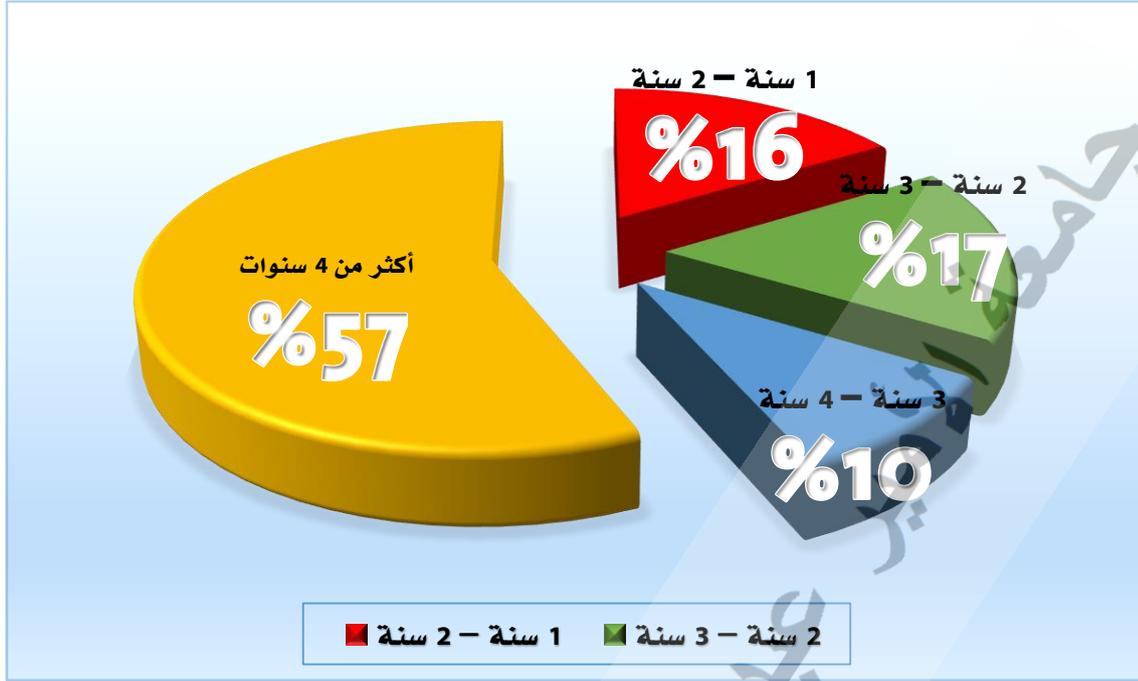
وأخيراً فئة عقود ما قبل التشغيل فبلغت نسبة المستخدمين للإنترنت فيها بمعدل بين 1 ساعة و3 ساعة بنسبة (8%)، وبمعدل أقل من 1 ساعة بنسبة (2,63%)، فيما كان الاستخدام لأكثر من 3 ساعات فيها منعدم.

ونتائج هذا الجدول منطقية إلى حد بعيد وهي توافق نتائج الجدول رقم (08) الذي جاء ترتيب فئاته كالتالي: فئة الموظفين تمثل أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (73,92%) أي (68) فرد وفئة المتطوعين ثاني أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (14,13%) أي (13) فرداً، أما فئة المكلفين القائمين بالإمامة فبلغت نسبة المستخدمين للإنترنت فيها (6,52%) أي (06) أفراد وفئة عقود ما قبل التشغيل ضمت فقط فئة المستخدمين للإنترنت بنسبة (5,43%) أي (05) أفراد. فهو ترتيب منطقي والتوافق بين نتائج الجدولين منطقي كذلك، فالتناسب طردياً بين الفئات والمتغيرات، كلما زاد عدد أفراد الفئات زاد حجم المتغيرات فيه والعكس صحيح، أي أن فئة الموظفين تحوي 68 فرداً، ومنطقي كذلك أن يكون حجم المستخدمين لمختلف الأحجام الزمنية فيها كبير مقارنة بفئة عقود ما قبل التشغيل التي تحوي 5 أفراد.

جدول رقم (21): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب تاريخ بداية الاستخدام

النسبة المئوية %	التكرارات	تاريخ بداية الاستخدام
16,30	15	1 سنة - 2 سنة
17,40	16	2 سنة - 3 سنة
09,78	09	3 سنة - 4 سنة
56,52	52	أكثر من 4 سنوات
% 100	92	المجموع

شكل رقم (21): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت حسب تاريخ بداية الاستخدام



يمثل الجدول المدة التي بدأ فيها الأئمة استخدام الإنترنت، فنسبة (57%) من عينة الدراسة بدأوا استخدام الإنترنت منذ أكثر من 4 سنوات، وفي المرتبة الثانية نسبة (17%) بدأوا استخدام الإنترنت من 2 سنة إلى 3 سنة، وفي المرتبة الثالثة نسبة (16%) بدأوا استخدام الإنترنت من 1 سنة إلى 2 سنة، وفي المرتبة الأخيرة نسبة (10%) بدأوا استخدام الإنترنت من 3 سنة إلى 4 سنة. وبحساب متوسط تاريخ بداية الاستخدام نجد: متوسط تاريخ بداية الاستخدام للإنترنت هي: 3 سنوات و 6 أشهر و 21 يوم. ومن خلال النتائج نلاحظ أنّ متوسط مدة الاستخدام يعبر عن المدة الزمنية التي قضاها الأئمة في استخدام الإنترنت والتي تشكل خبرة معتبرة وتوافق ما سبق ذكره في الجدول رقم (4) في ترتيب وسائل المعرفة المعول عليها لدى الإمام بأن الإنترنت في المرتبة الثانية بعد الكتاب.

ومقارنة نتائج دراستنا بدراسة مديحة جيطاني⁽¹⁾ التي نصت بأن أغلب أفراد العينة بدأوا تصفح المواقع الإسلامية حديثاً بنسبة 55,87%، تلتها الذين لا يدرون متى بدأوا بنسبة 37,09%، ثم نسبة الذين بدأوا تصفحها منذ نشأتها بنسبة 7,04%، وهي نتائج مناقضة تماماً لما توصل إليها البحث.

(1) جيطاني مديحة، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة سابقة.

فيما توافقت مع نتائج دراسة باديس لونيس⁽¹⁾، والتي خلصت دراسته للنتائج التالية: النسبة الكبيرة من الطلبة (46.34%) يتصفحون الإنترنت منذ سنة إلى 4 سنوات وهي نسبة توافق متوسط تاريخ بداية الاستخدام للإنترنت لدى الأئمة. فيما تقاربت نتائج حساب المتوسط في البحث مع نتائج دراسة حبيبة المانع⁽²⁾ حيث كانت قيمة المتوسط أي المدة الزمنية التي باشر خلالها أساتذة الثانوي استخدام شبكة الإنترنت بنجدها (31,16) أي واحد وثلاثون شهرا ما يساوي عامين وسبع أشهر وخمسة أيام. فشريجة الأئمة أقدم في الاستخدام للإنترنت حالهم في ذلك حال أساتذة الثانوي فيما نلاحظ مزيج لدى الطلبة الجامعيين في أقدمية استخدامهم للإنترنت بين حداثة تصفحهم لمواقع الإنترنت وقدم استخدامهم في ذلك.

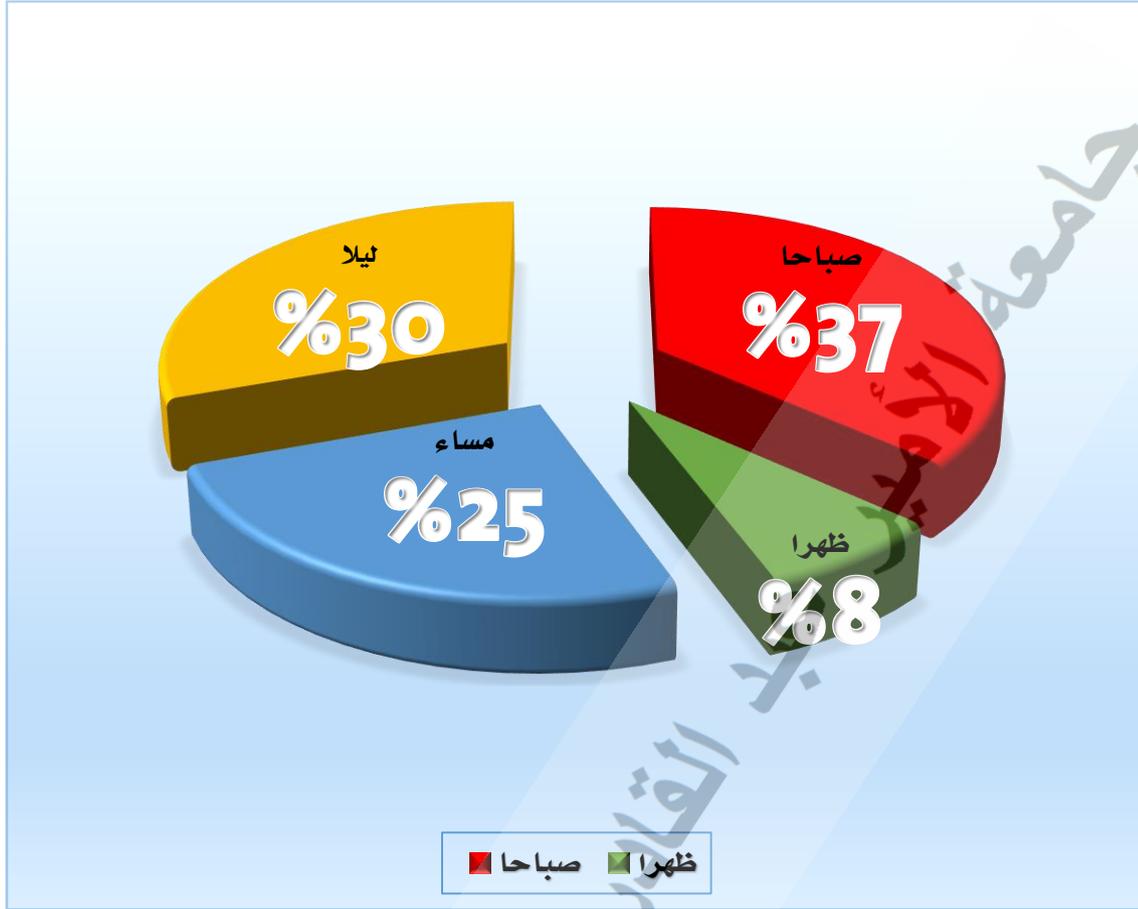
جدول رقم (22): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أوقات الاستخدام

أوقات الاستخدام	التكرارات	النسبة المئوية %
صباحا	48	36,64
ظهرا	10	07,63
مساء	33	25,20
ليلا	40	30,53
المجموع	131	% 100

شكل رقم (22): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت حسب أوقات الاستخدام

(2) باديس لونيس: جمهور الطلبة الجزائريين والإنترنت، دراسة سابقة.

(3) حبيبة المانع: الاستخدامات والإشباع الثقافية الإلكترونية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، دراسة سابقة.



يمثل الجدول توزيع العينة المستخدمة للإنترنت على فترات الاستخدام، فبينت النتائج أن الفترة الصباحية أكثر الفترات تفضيلاً عند الأئمة وذلك بنسبة (37%)، تليها الفترة الليلية بنسبة (30%)، ثم الفترة المسائية بنسبة (25%)، وأخيراً فترة الظهيرة بنسبة (8%).

يبدو هذا الترتيب منطقياً ومناسباً لظروف عمل الإمام، فهو بعد صلاة الصبح حتى إشراق الشمس يكون متفرغاً للذكر والتسبيح وطلب العلم والإبحار في مواقع الإنترنت، ثم طول النهار حتى المساء يكون مشغولاً بشؤون الدعوة والمأمومين، ثم يجد في الليل متسعاً للإبحار مجدداً في مواقع الإنترنت.

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسات حبيبية المانع⁽¹⁾ والتي كانت نتائجها كالتالي:

(1) حبيبية المانع: الاستخدامات والإشباع الثقافية الإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، دراسة سابقة.

الفترة الليلية هي أكثر الفترات تفضيلاً عند الأساتذة وذلك بنسبة (40%)، بينما تتقارب الفترة المسائية (29,68%) والصبحية (28,71%)، أما فترة الهزيع الممتدة من منتصف الليل حتى السادسة صباحاً فلا يستغل الإنترنت سوى (1,61%) من الأساتذة.

ويبدو أن سبب توافق نتائج الدراساتين في هذا السؤال مرده إلى القواسم المشتركة الكبيرة التي تجمع الأساتذة بالأئمة، فكلاهما مقيد ببرنامج عمل يومي يفرض عليه فترات معينة دون غيرها للإبحار في عالم الإنترنت.

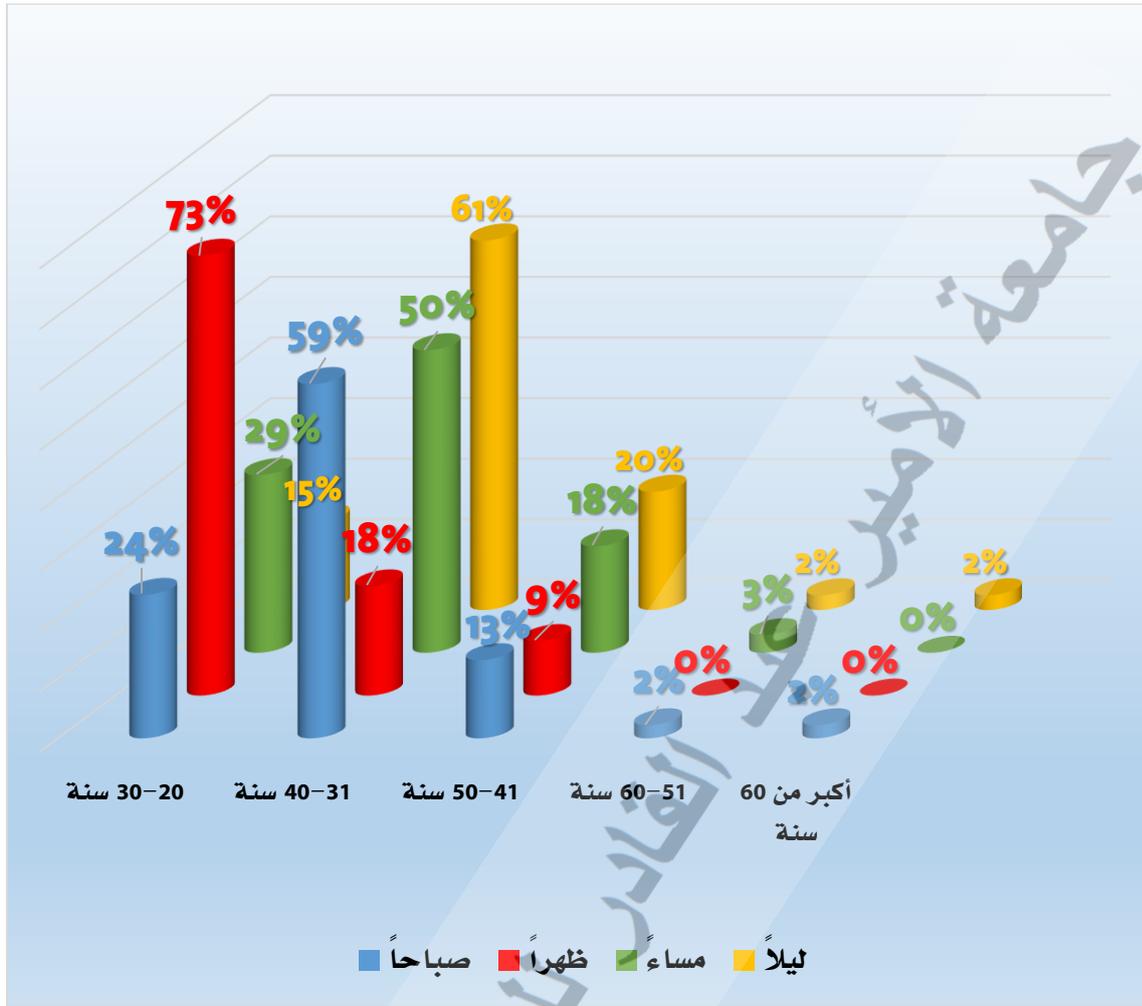
جدول رقم (23): توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية

حسب السن والفترات المفضلة للاستخدام

المجموع	أكبر من 60		60-51		50-41		40-31		30-20		السن الفترات	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	46	2.18	1	2.18	1	13.04	6	58.69	27	23.91	11	صباحا
100	11	-	-	-	-	9.09	1	18.18	2	72.73	8	ظهرا
100	34	-	-	2.94	1	17.65	6	50	17	29.41	10	مساء
100	41	2.44	1	2.44	1	19.52	8	60.97	25	14.63	6	ليلا
100	132	1.51	2	2.27	3	15.91	21	53.80	71	26.51	35	المجموع

شكل رقم (23): التمثيل البياني للعينة المتصفح للمواقع الإسلامية

حسب السن والفترات المفضلة للاستخدام



يبين الجدول الفترات المفضلة لتصفح المواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير السن.

يلاحظ أنّ الفئة العمرية 30-20 سنة في المرتبة الأولى بالنسبة للمتصفحين وقت الظهيرة بنسبة (72,73%)، أمّا المتصفحين مساءً فنسبتهم (29,41%)، والمتصفحين صباحاً فنسبتهم (23,91%)، والمتصفحين ليلاً نسبتهم (14,63%).

أمّا الفئة العمرية 40-31 سنة في المرتبة الأولى بالنسبة للمتصفحين وقت الليل بنسبة (60,97%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة للمتصفحين وقت الصباح بنسبة (58,69%)، وفي المرتبة الأولى كذلك بالنسبة للمتصفحين وقت المساء بنسبة (50%)، والمتصفحين ظهراً نسبتهم (18,18%).

والفئة العمرية 50-41 سنة نسبة المتصفحين وقت الظهيرة (9,09%)، أمّا المتصفحين مساءً فنسبتهم (17,65%)، والمتصفحين صباحاً فنسبتهم (13,04%)، والمتصفحين ليلاً نسبتهم (19,52%)، والفئة العمرية 60-51 سنة فنسبة المتصفحين وقت الظهيرة معدومة، والمتصفحين مساءً

فنسبتهم (2,94%)، والمتصفحين صباحاً فنسبتهم (2,18%)، والمتصفحين ليلاً نسبتهم (2,44%)، وأخيراً الفئة العمرية أكبر من 60 سنة فنسبة المتصفحين وقتي الظهيرة والمساء منعدمة، والمتصفحين صباحاً نسبتهم (2,18%)، والمتصفحين ليلاً نسبتهم (2,44%).

والملاحظ من التمثيل البياني للعينة أن فئة الأئمة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و30 سنة لهم أكبر تصفح في فترة الظهيرة، بينما فئة الأئمة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 31 و40 سنة لهم أكبر تصفح في فترات الصباح والمساء والليل، وكلما زاد العمر نقص التصفح حتى نلاحظ انعدامه تماماً لدى الفئة العمرية 51-60 سنة في فترة الظهيرة ولدى الفئة العمرية أكبر من 60 سنة في فترتي الظهيرة والمساء.

وبحساب المتوسط العمري لكل فترات التصفح نجد: المتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية في الفترة الصباحية هو: 34 سنة و08 أشهر و15 يوم، فالمتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية في فترة الظهيرة هو: 28 سنة و09 أشهر و07 أيام، فالمتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية في الفترة المسائية هو: 34 سنة و09 أشهر و03 أيام، فالمتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية في الفترة الليلية هو: 36 سنة و05 أشهر و04 أيام، اتضح من التحليل الإحصائي لبيانات الجدول أعلاه أن متوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية متقارب بين الصباحية والمسائية والليلية ويتراوح بين 34 سنة و36 سنة، وشذ عنهم قليلاً فترة الظهيرة التي استقطبت الأئمة ذوو متوسط العمر 28 سنة.

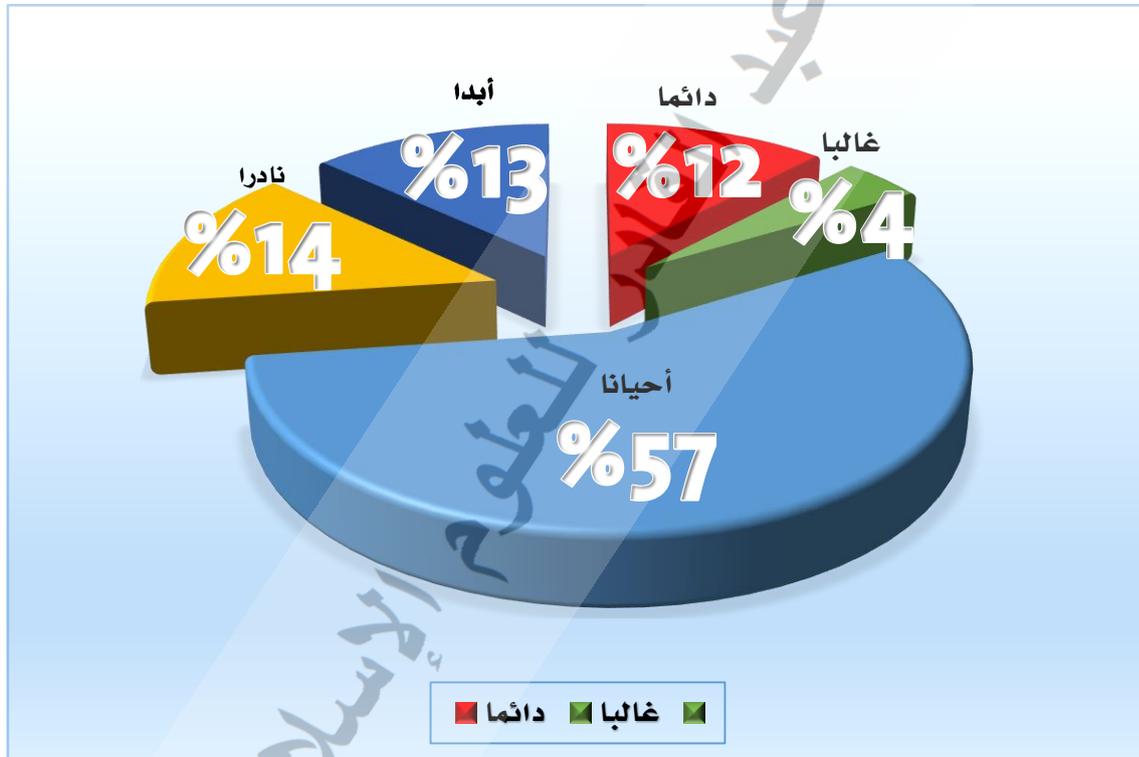
جدول رقم (24): توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب حجم صعوبات التصفح

صعوبات التصفح	التكرارات	النسبة المئوية %
دائماً	11	11,96
غالباً	04	04,35

56,52	52	أحيانا
14,13	13	نادرا
13,04	12	أبدا
% 100	92	المجموع

شكل رقم (24): التمثيل البياني للعينة المتصفح للمواقع الإسلامية

حسب حجم صعوبات التصفح



يبين الجدول مدى مواجهة الأئمة للصعوبات خلال تصفحهم للمواقع الإسلامية ونتائجه كالتالي:

نلاحظ أنّ (57%) من الأئمة أحيانا يواجهون صعوبات، و(14%) نادرا ما يواجهون صعوبات، و(13%) لا يواجهون صعوبات أبدا، و(12%) دائما يواجهون صعوبات، وأخيرا (4%) غالبا ما يواجهون صعوبات.

إن استخدام الإنترنت لا يخلو من بعض الصعوبات التقنية أو الفنية التي قد تشكل على الإمام، وإن كانت تختلف حدتها من فرد لآخر إلا أنها حاضرة، وهو المعبر عنه في البحث بأحيانا بنسبة كبرى (57%)، تبقى باقي المؤشرات: دائما، أبدا، نادرا موزعة بشكل متقارب بنسبة (39%)، غالبا بنسبة ضئيلة (4%)، وهي نتيجة مهمة كون الصعوبات لم تشكل حائلا بين الإمام والتقنية ومع كثرة الممارسة ستذلل الصعوبات أكثر فأكثر، خاصة وأن نسبة الذين يواجهون الصعوبات دائما بلغت (12%)، وهي نسبة صغيرة.

وقد جاءت نتائج هذا الجدول مشابهاة إلى حد بعيد لنتائج المانع حبيبة⁽¹⁾ والتي نصت نتائجها على:

أنّ (76%) من الأساتذة أحيانا يواجهون صعوبات، أمّا الأساتذة الذين لا يواجهون صعوبات على الإطلاق فنسبة (15%)، وأخر نسبة كانت (9%) للأساتذة الذين يجدون صعوبات دائمة وباستمرار وهي نسبة ضعيفة.

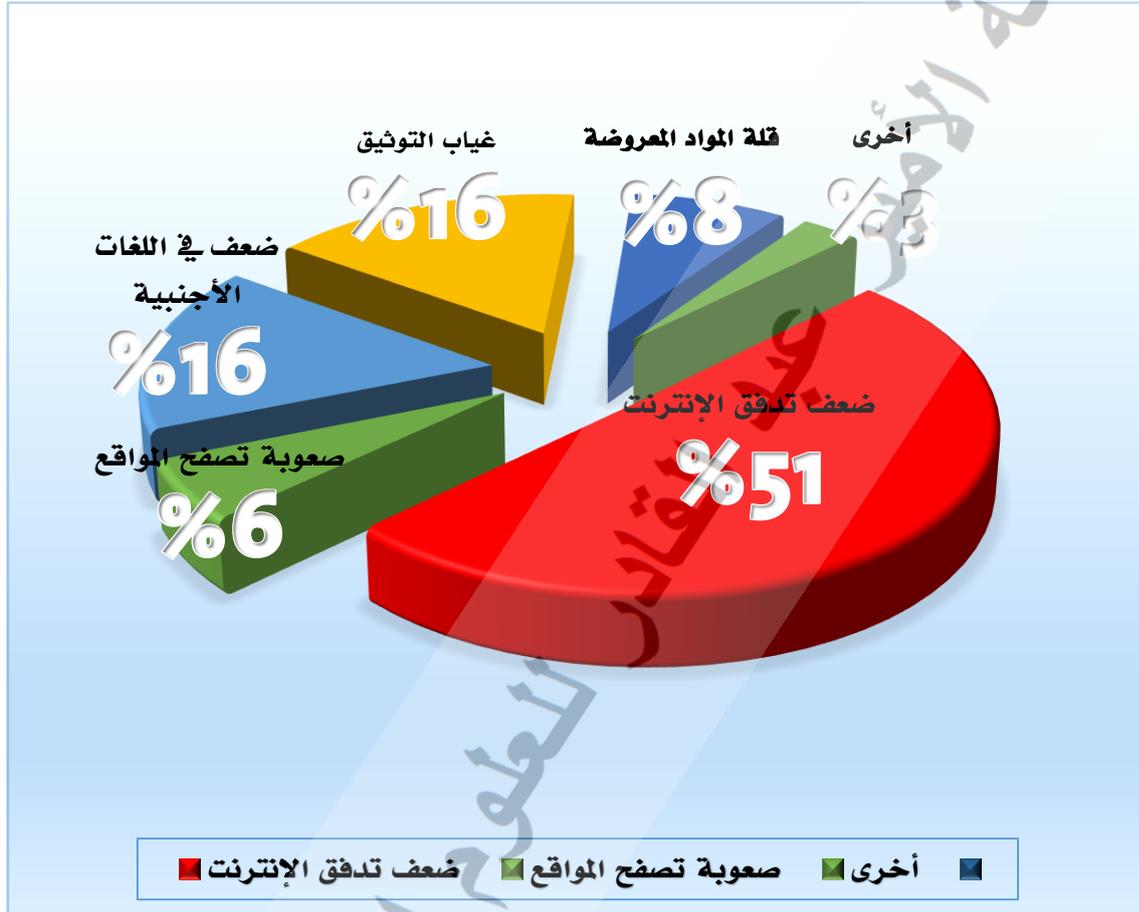
جدول رقم (25): توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب صعوبات التصفح

صعوبات التصفح	التكرارات	النسبة المئوية %
ضعف تدفق الإنترنت	68	50,37
صعوبة تصفح المواقع	08	05,93
ضعف في اللغات الأجنبية	22	16,30
غياب التوثيق	22	16,30
قلة المواد المعروضة	11	08,15

(1) حبيبة المانع: الاستخدامات والإشباع الثقافية الإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، دراسة سابقة.

02,95	04	أخرى
% 100	135	المجموع

شكل رقم (25): التمثيل البياني للعينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب صعوبات التصفح



بعد أن عرفنا حجم صعوبات تصفح الإمام للمواقع الإسلامية في الجدول السابق نعرض في هذا الجدول لطبيعة هذه الصعوبات:

أغلب هذه الصعوبات تتمثل أساسا في ضعف تدفق الإنترنت بنسبة (51%)، في المرتبة الثانية غياب التوثيق، وضعف في اللغات الأجنبية كلاهما بنسبة (16%)، وفي المرتبة الثالثة قلة المواد المعروضة بنسبة (8%)، وفي المرتبة الرابعة صعوبة تصفح المواقع بنسبة (6%)، وأخيرا بعض الصعوبات المتفرقة التي رآها بعض الأئمة وطرحوها وتتمثل في ظهور إعلانات وصور غير لائقة أحيانا، غياب الثقافة الغربية الجادة والمنصفة، وكثير من المنتديات الإسلامية تلزمك التسجيل فيها ثم الإبحار، كل تلك الصعوبات بنسبة (3%).

والملاحظ من طبيعة هذه الصعوبات أن أغلبها (51%) منها تقني وأنها لا تخص فئة الأئمة وحدهم بل الكثير من البلدان النامية التي لا تزال تعاني ضعف تدفق الإنترنت حيث صنفنا دراسة قامت بها مؤسسة «نت انديكس» الأمريكية، الجزائر في المرتبة 174 عالميا والمرتبة 19 والأخيرة إفريقيا في مجال سرعة التدفق في مجال الإنترنت في الفترة الممتدة بين 24 جانفي و21 جوان من العام 2013م بـ 0,95 ميغابايت في الثانية وهو ما أهلها لأن تكون الأخيرة في التصنيف بعد كل من زامبيا والسودان⁽¹⁾، فيما تحتم باقي الصعوبات على الإمام أن يسد العجز فيه خاصة ما تعلق باللغات وأن يبحر في المواقع المحكمة التي توردها مصادر معلوماتها وتحتم بتهميش المعلومات حفاظا على الامانة العلمية، وعليه كذلك أن يشارك في دورات تكوينية تؤهله للتحكم أكثر في المعلوماتية.

وقد جاءت نتائج هذا الجدول متقاربة لنتائج المانع حبيبة⁽²⁾ والتي نصت نتائجها على:

أنّ بطء الاتصال بالإنترنت إذ يمثل لوحده أكثر من النصف (55,59%) تم يأتي عدم التحكم في استخدام الحاسوب وعدم الاستفادة من دورات تكوينية بنسب متقاربة وهما على التوالي (18,31%) و(17,61%) وجاء السبب الأخير ارتفاع ثمن الاتصال بنسبة (9,49%).

جدول رقم (26): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وصعوبات التصفح

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى الصعوبات	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	66	21.21	14	24.24	16	21.21	14	22.73	15	10.61	7	ضعف التدفق
100	8	37.50	3	12.50	1	37.50	3	12.50	1	-	-	صعوبة التصفح

(1) الرابط: <http://www.ainbeidaonline.com/?p=2314>، التاريخ: 09-05-14، الساعة:

11:54.

(2) حبيبة المانع: الإستخدامات والإشباع الثقافية للإنترنتية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، دراسة سابقة.

100	21	33.34	7	9.52	2	28.57	6	19.05	4	9.52	2	ضعف اللغات
100	23	34.78	8	13.05	3	17.39	4	17.39	4	17.39	4	غياب التوثيق
100	10	50	5	30	3	10	1	10	1	-	-	قلة المادة العلمية
100	4	50	2	-	-	25	1	25	1	-	-	أخرى
100	132	29.54	39	18.94	25	21.97	29	19.70	26	9.85	13	المجموع

شكل رقم (26): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وصعوبات التصفح

يبيّن الجدول صعوبات تصفح المواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي ونلاحظ:
أنّ فئة مستوى الابتدائي تواجه صعوبة ضعف تدفق الإنترنت بنسبة (10,61%)، وصعوبة ضعف
في اللغات بنسبة (9,52%)، وصعوبة غياب توثيق المعلومات المعروضة في الإنترنت بنسبة
(17,39%)، فيما لم تسجل هذه الفئة أي عجز في صعوبة التصفح وقلة المادة المعروضة.
أمّا فئة مستوى المتوسط فتواجه صعوبة ضعف التدفق بنسبة (22,73%)، وصعوبة في التصفح
بنسبة (12,5%)، وصعوبة ضعف في اللغات بنسبة (19,05%)، وصعوبة غياب توثيق المعلومات
بنسبة (17,39%)، وصعوبة قلة المادة المعروضة بنسبة (10%)، وصعوبات أخرى مختلفة بنسبة
(25%).

وتواجه فئة المستوى الثانوي صعوبة ضعف تدفق الإنترنت بنسبة (21,21%)، وصعوبة في التصفح بنسبة (37,5%)، وصعوبة ضعف في اللغات بنسبة (28,57%)، وصعوبة غياب توثيق المعلومات بنسبة (17,39%)، وصعوبة قلة المادة المعروضة بنسبة (10%)، وصعوبات أخرى مختلفة بنسبة (25%).

وكذلك تواجه فئة المستوى اليسانس صعوبة ضعف تدفق الإنترنت بنسبة (24,24%)، وصعوبة في التصفح بنسبة (12,5%)، وصعوبة ضعف في اللغات بنسبة (9,52%)، وصعوبة غياب توثيق المعلومات بنسبة (13,05%)، وصعوبة قلة المادة المعروضة بنسبة (30%).

وأخيراً فئة مستوى ما بعد التدرج تواجه صعوبة ضعف تدفق الإنترنت بنسبة (21,21%)، وصعوبة في التصفح بنسبة (37,5%)، وصعوبة ضعف في اللغات بنسبة (33,34%)، وصعوبة غياب توثيق المعلومات بنسبة (34,78%)، وصعوبة قلة المادة المعروضة بنسبة (50%)، وصعوبات أخرى مختلفة بنسبة (50%).

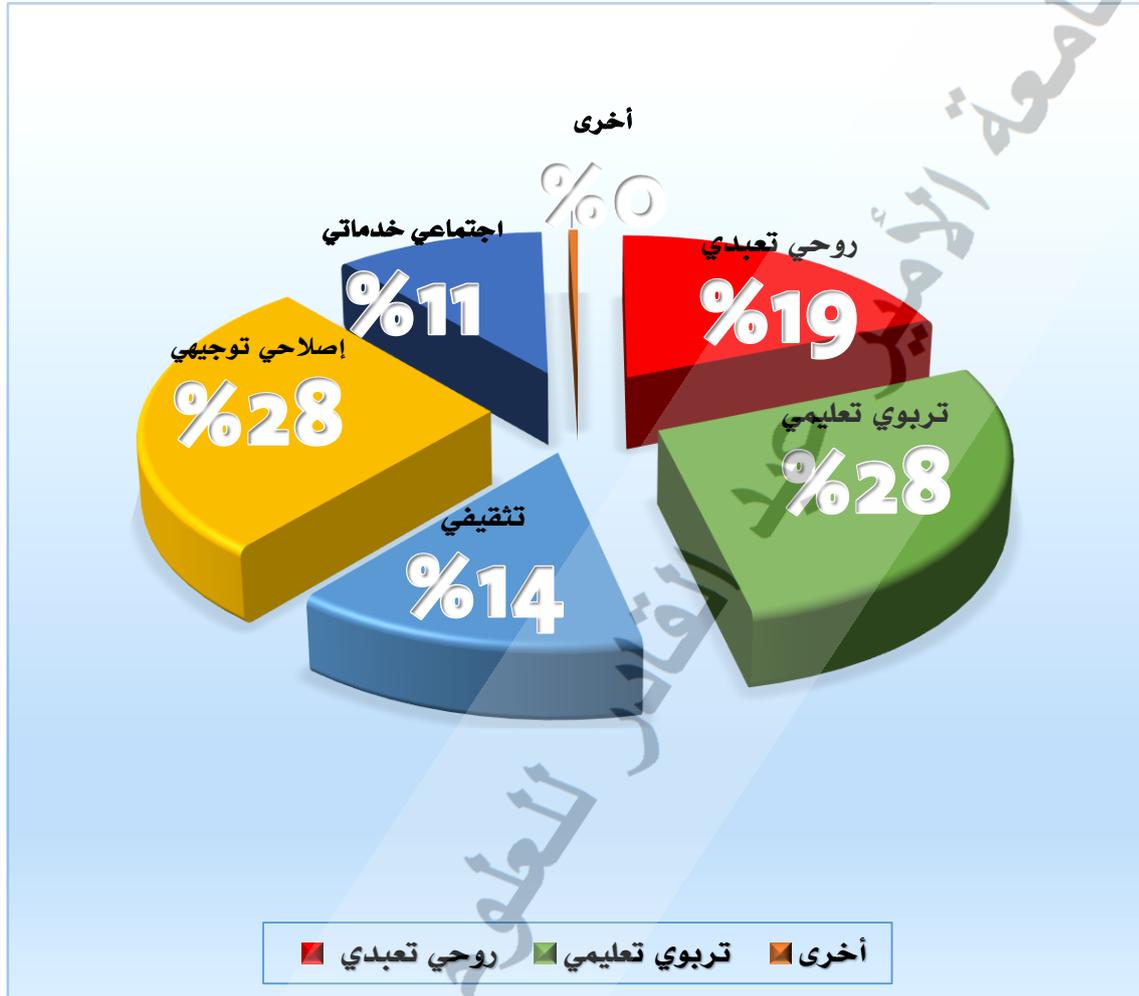
والملاحظ من التمثيل البياني للعينة المتصفح للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي، أن كل الفئات تعاني من مختلف الصعوبات وبأحجام متقاربة، تزيد الصعوبات كلما زاد الاستخدام، وتنقص الصعوبات كلما نقص الاستخدام، ومن لا يستخدم فهو منعدم الصعوبات أصلاً، وبما أن الفئات ما بعد التدرج واليسانس والثانوي هم الأكثر استخداماً للإنترنت كما وضحه الجدول رقم (18) فبديهي أن تواجههم صعوبات أكثر من الفئتين الأخرين الذين لا يتجاوز مجموعهم 39 فرداً مقابل 63 فرداً موزعاً على الفئات السابقة الذكر كما يوضحه الجدول رقم (9).

جدول رقم (27): توزيع عينة الدراسة حسب مضامين المواقع الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرارات	المضمون
18,86	40	روحي تعبدي
27,35	59	تربوي تعليمي
14,61	31	تثقيفي
27,83	59	إصلاحي توجيهي
10,85	23	اجتماعي خدماتي
00,50	01	أخرى

المجموع	213	% 100
---------	-----	-------

شكل رقم (27): التوزيع التمثيلي للعينة حسب مضامين المواقع الإسلامية



يبين الجدول توزيع عينة الدراسة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب المضامين المفضلة لديهم من المواقع الإسلامية ونلاحظ:

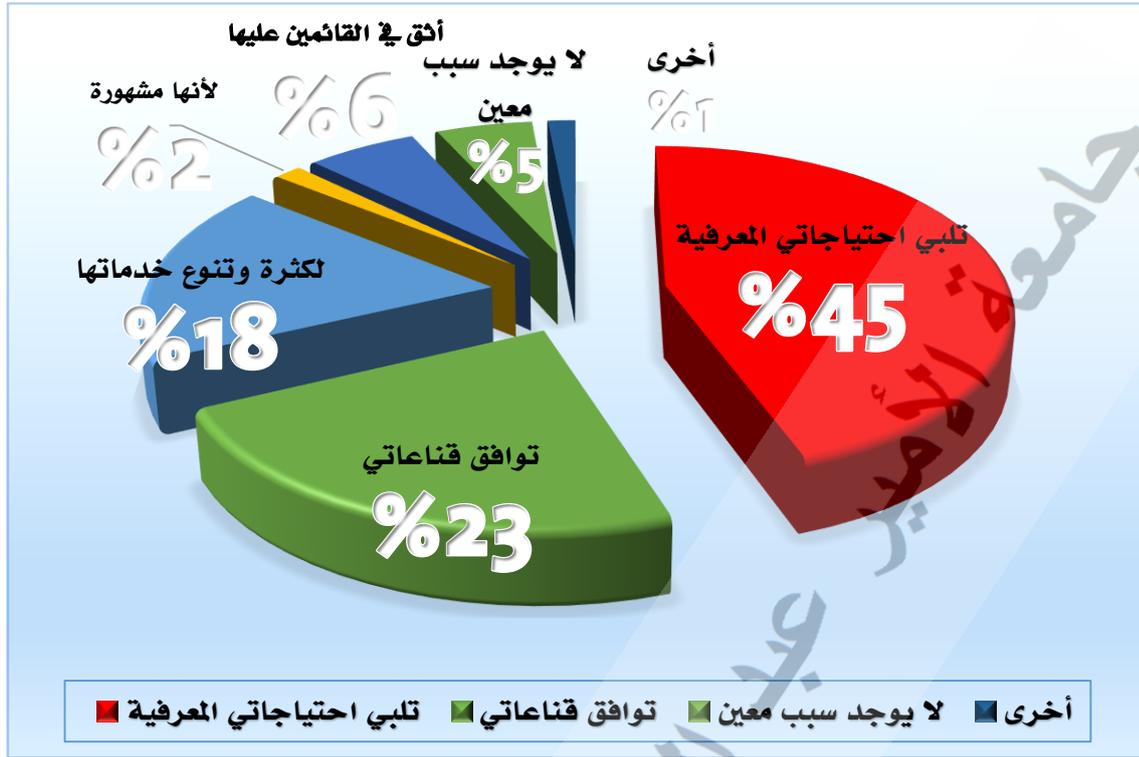
أن المواقع ذات المحتوى الإصلاحى التوجيهى هي الأكثر تصفحاً لدى الأئمة بنسبة (28%)، تليها المواقع ذات المحتوى التربوى التعليمى بنسبة (27%)، ثم المواقع ذات المحتوى الروحى التعبدى بنسبة (19%)، تليها المواقع ذات المحتوى الثقافى بنسبة (15%)، ثم المواقع ذات المحتوى الاجتماعى الخدماتى بنسبة (11%)، وأخيراً مواقع ذات محتويات أخرى تعنى بالجانب العلمى والتصديق للتنصير والتعريف بالإسلام بنسبة (1%).

والملاحظ من هذه النتائج أن الإمام يوزع انشغالاته على كل هذه المضامين المتنوعة بشكل متقارب حتى تكون له ثقافة واسعة يستطيع من خلالها مخاطبة جمهوره في شتى الميادين.

جدول رقم (28): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب أسباب تفضيلها لهذه المواقع

النسبة المئوية %	التكرارات	الأسباب
44,78	60	تلي احتياجاتي المعرفية
23,13	31	توافق قناعاتي
17,91	24	لكثرة وتنوع خدماتها
01,49	02	لأنها مشهورة
05,97	08	أثق في القائمين عليها
05,23	07	لا يوجد سبب معين
01,49	02	أخرى
% 100	134	المجموع

شكل رقم (28): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب أسباب التفضيل



بعدما عرفنا توزيع عينة الدّراسة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب المضامين المفضلة لديهم نحاول أن نقف على الأسباب الكامنة وراء تفضيلهم لتلك المواقع فنلاحظ:

نسبة معتبرة جدا توغز تفضيلها لتلك المواقع لأنها تلي احتياجاتها المعرفية وتقدر هذه النسبة ب (45%)، و (23%) من عينة الدّراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها توافق قناعاتها، (18%) من عينة الدّراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بكثرتها وتنوع خدماتها، (6%) من عينة الدّراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بثقتهم في القائمين عليها، (5%) من عينة الدّراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بعدم وجود سبب معين، (2%) من عينة الدّراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مشهورة، (1%) من عينة الدّراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مهمة للتواصل وتساعد على أداء الأمانة والرسالة، وقد اتفقت نتائج البحث مع دراسة مديحة جيطاني التي جاء ترتيب أسباب تفضيل الباحثين لمواقع إسلامية دون أخرى كالآتي: أولاً - تلبية الاحتياجات المعرفية بنسبة 50,21%، ثانياً - لا يوجد سبب لتفضيلها بنسبة 21,99%.

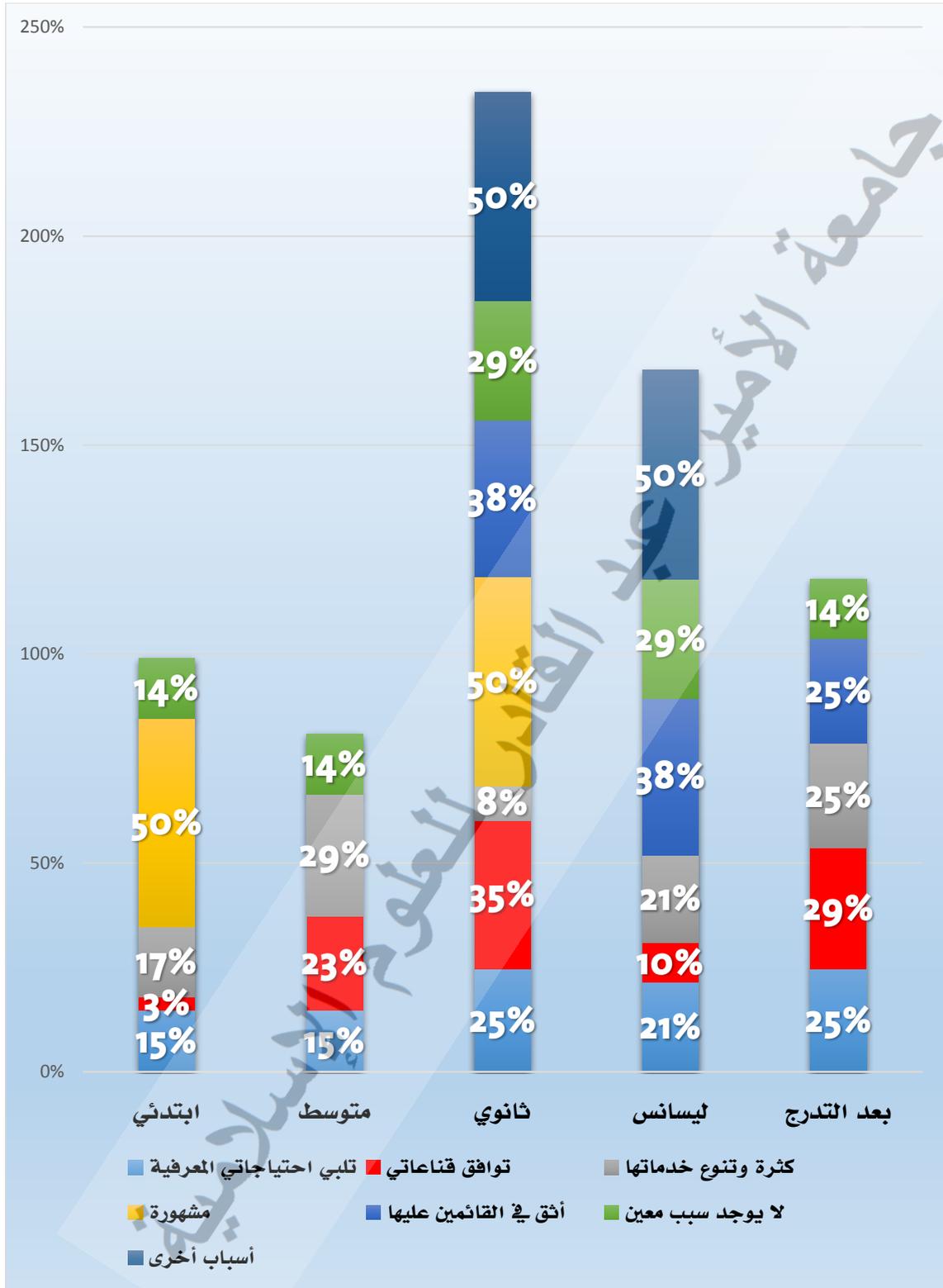
فالملاحظ أن تلبية الاحتياجات المعرفية سبب رئيسي في تصفح المواقع الإسلامية، وهو ما توصل إليه البحث.

جدول رقم (29): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أسباب تفضيلها لهذه المواقع وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى الأسباب	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	61	24.59	15	21.32	13	24.59	15	14.75	9	14.75	9	تلي احتياجاتي المعرفية
100	31	29.03	9	9.68	3	35.48	11	22.58	7	3.23	1	توافق قناعاتي
100	24	25	6	20.84	5	8.33	2	29.16	7	16.67	4	تنوع خدماتها
100	2	-	-	-	-	50	1	-	-	50	1	مشهورة
100	8	25	2	37.5	3	37.5	3	-	-	-	-	أثق في القائمين عليها
100	7	14.28	1	28.58	2	28.58	2	14.28	1	14.28	1	لا سبب معين
100	2	-	-	50	1	50	1	-	-	-	-	أخرى
100	135	24.45	33	20	27	25.92	35	17.78	24	11.85	16	المجموع

شكل رقم (29): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت

حسب المستوى التعليمي واستخدام المواقع



يبين الجدول أسباب تفضيل الأئمة للمواقع الإسلامية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي فنلاحظ:

أنّ فئة المستوى الابتدائي تبرر تفضيلها لتلك المواقع لأنها تلبية احتياجاتها المعرفية وتقدر هذه النسبة بـ (14,75%)، و(3,23%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها توافق قناعاتها، و(16,67%)

منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بكثرتها وتنوع خدماتها، و(50%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مشهورة، و(14,28%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بعدم وجود سبب معين.

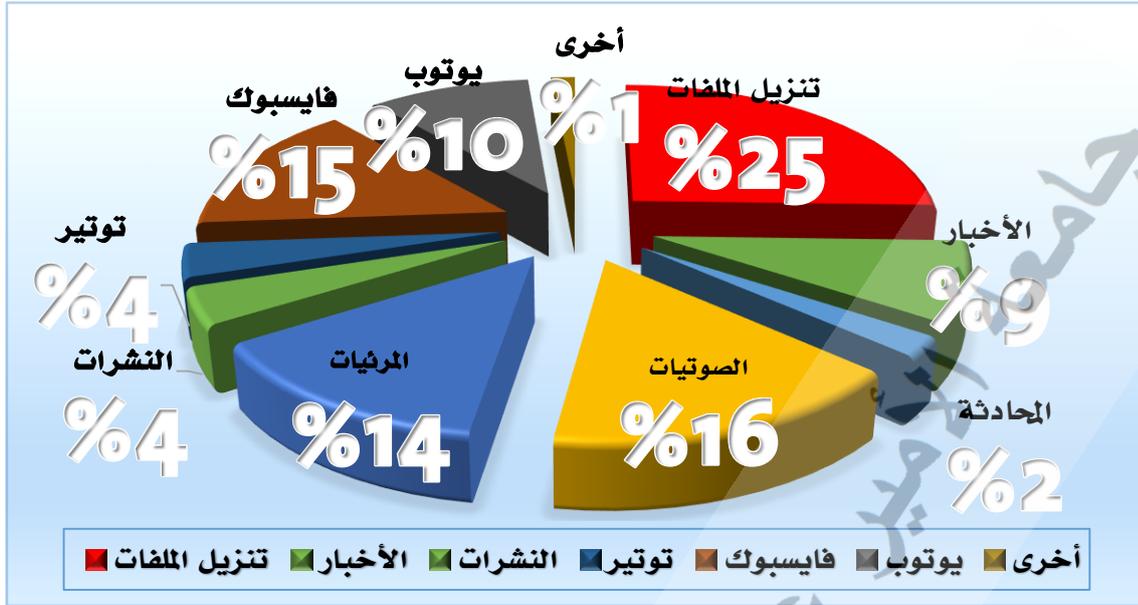
أما فئة المستوى المتوسط فبررت تفضيلها لتلك المواقع لأنها تلي احتياجاتها المعرفية وتقدر هذه النسبة بـ (14,75%)، و(22,58%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها توافق قناعاتها، و(29,16%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بكثرتها وتنوع خدماتها، و(14,28%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بعدم وجود سبب معين.

وبررت فئة المستوى الثانوي تفضيلها لتلك المواقع لأنها تلي احتياجاتها المعرفية وتقدر هذه النسبة بـ (24,59%)، و(35,48%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها توافق قناعاتها، و(8,33%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بكثرتها وتنوع خدماتها، و(50%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مشهورة، و(37,5%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بثقتهم في القائمين عليها، و(28,58%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بعدم وجود سبب معين، و(50%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مهمة للتواصل وتساعد على أداء الأمانة والرسالة، كما بررت فئة مستوى الليسانس تفضيلها لتلك المواقع لأنها تلي احتياجاتها المعرفية وتقدر هذه النسبة بـ (21,32%)، و(9,68%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها توافق قناعاتها، و(20,84%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بكثرتها وتنوع خدماتها، و(37,5%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بثقتهم في القائمين عليها، و(28,58%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بعدم وجود سبب معين، و(50%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مهمة للتواصل وتساعد على أداء الأمانة والرسالة، وأخيرا فئة مستوى ما بعد التدرج فقد بررت تفضيلها لتلك المواقع لأنها تلي احتياجاتها المعرفية وتقدر هذه النسبة بـ (24,59%)، و(29,03%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها توافق قناعاتها، و(25%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بكثرتها وتنوع خدماتها، و(25%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بثقتهم في القائمين عليها، و(14,28%) منها بررت تفضيلها لتلك المواقع بعدم وجود سبب معين، يمكننا أن نستنتج انطلاقا من نتائج هذا الجدول أن متغير المستوى التعليمي ليس له أي أثر في توجيهه أو تحديد سبب معين دون آخر يتحكم في اختيارات الإمام اتجاه مختلف محتويات المواقع الإسلامية، وأن الإمام وهو يحرر من موقع لآخر هناك نوازع أخرى توجهه وتتحكم في اختياراته وليس مستواه التعليمي أبدا.

جدول رقم (30): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب الخدمات

النسبة المئوية %	التكرارات	الخدمات
25,46	69	تنزيل الملفات
08,86	24	الأخبار
02,21	06	المحادثة
15,87	43	الصوتيات
13,65	37	المرئيات
04,06	11	النشرات
03,69	10	توتير
14,76	40	فايسبوك
09,96	27	يوتيوب
01,48	04	أخرى
% 100	271	المجموع

شكل رقم (30): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة حسب الخدمات



يمثل الجدول خدمات المواقع الإسلامية المفضلة لدى الأئمة، ومن الجدير بالذكر أن هذه الخدمات في متناول الإمام وله أن يستفيد بأكثر من خدمة واحدة وهو يستخدم الموقع الإلكتروني، وقد لاحظنا من الجدول:

أن خدمة تنزيل الملفات الأكثر تفضيلاً لدى الأئمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (25%)، تليها الصوتيات بنسبة (16%)، ثم الفيسبوك بنسبة (15%)، وفي المرتبة الرابعة المرئيات بنسبة (14%)، ثم اليوتيوب بنسبة (10%)، ثم الأخبار بنسبة (9%)، ثم تويتر والنشرات بنسبة (4%)، تليها المحادثة بنسبة (2%)، وأخيراً خدمات أخرى⁽¹⁾ بنسبة (1%).

فالإمام يهتم بتنزيل مختلف الملفات كأولوية بالنسبة إليه، خاصة وأن الإنترنت تضم مكتبات افتراضية وبحوث علمية في مختلف العلوم والمعارف، بالإضافة إلى أن أغلب المواقع توفر الكتب والمجلات للتنزيل بالمجان، وقد تتوفر في المواقع كتب إلكترونية يستحيل تحصيلها ورقياً، تليها الصوتيات وقد نردها بالمرئيات وهي تعني التلاوات القرآنية والدروس والخطب لمختلف العلماء والدعاة ما يتيح للإمام مادة صوتية ومرئية مختلفة ومنوعة، تليها الفيسبوك وقريباً منه اليوتيوب وتويتر أي وسائط التواصل الاجتماعي التي عرفت انتعاشاً كبيراً في السنوات الأخيرة ما يجعلها باباً حصباً يطره الإمام لتبليغ الدعوة الإسلامية

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: البحث، مراجعة بعض المواضيع الهامة المكتوبة، المنتديات.

لروادها، وأخيرا الأخبار والنشرات وأخرى والتي تجعل الإمام متتبعا لشؤون المسلمين وأحوالهم في بقاع الأرض، ولا يمكنه معالجة مشاكل جمهوره إن كان بعيدا عن واقع الناس.

جدول رقم (31): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية

حسب خدمات المواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير السن

الاستخدام	30-20		40-31		50-41		60-51		أكبر من 60		المجموع
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
تنزيل الملفات	28.57	20	50	35	20	14	1.43	1	-	-	70
الأخبار	20.83	5	54.17	13	16.67	4	8.33	2	-	-	24
المحادثة	16.67	1	83.33	5	-	-	-	-	-	-	6
الصوتيات	20.93	9	60.46	26	16.28	7	-	-	2.33	1	43
المرئيات	30.77	12	46.15	18	17.96	7	2.56	1	2.56	1	39
النشرات	8.33	1	50	6	33.34	4	-	-	8.33	1	12
تويتر	18.18	2	54.55	6	27.27	3	-	-	-	-	11
فايسبوك	32.5	13	50	20	15	6	2.5	1	-	-	40
يوتيوب	25.92	7	51.86	14	22.22	6	-	-	-	-	27
أخرى	25	1	50	2	25	1	-	-	-	-	1
المجموع	25.7	71	52.6	145	18.8	52	1.8	5	1.1	3	276

شكل رقم (31): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للمواقع الإسلامية

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يبين الجدول الخدمات المتاحة في المواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير السن.

يلاحظ أنّ الفئة العمرية 31-40 سنة في المرتبة الأولى بالنسبة لخدمة تنزيل الملفات بنسبة (50%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لخدمة الأخبار بنسبة (54,17%)، وفي المرتبة الأولى كذلك بالنسبة لخدمة المحادثة بنسبة (83,33%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لخدمة الصوتيات بنسبة (60,46%)، وفي المرتبة الأولى كذلك بالنسبة لخدمة المرئيات بنسبة (46,15%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لخدمة النشرات بنسبة (50%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لخدمة تويتر بنسبة (54,55%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لخدمة الفايسبوك بنسبة (50%)، وفي المرتبة الأولى كذلك بالنسبة لخدمة اليوتيوب بنسبة (51,86%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لخدمات أخرى بنسبة (50%).

ويلاحظ أنّ الفئة العمرية 20-30 سنة في المرتبة الثانية في خدمة تنزيل الملفات بنسبة (28,57%)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة لخدمة الأخبار بنسبة (20,83%)، وفي المرتبة في المرتبة الثانية في خدمة المحادثة بنسبة (16,67%)، وفي المرتبة في المرتبة الثانية في خدمة الصوتيات بنسبة (20,93%)، وفي المرتبة في المرتبة الثانية في خدمة المرئيات بنسبة (30,77%)، وفي المرتبة في المرتبة الثالثة في خدمة النشرات بنسبة (8,33%)، وفي المرتبة في المرتبة الثالثة في خدمة تويتر بنسبة (18,18%)، وفي المرتبة في المرتبة الثانية في خدمة الفايسبوك بنسبة (32,5%)، وفي المرتبة الأولى في المرتبة الثانية في خدمة اليوتيوب بنسبة (25,92%)، وفي المرتبة في المرتبة الثانية في خدمات أخرى بنسبة (25%).

ويلاحظ أنّ الفئة العمرية 41-50 سنة في المرتبة الثالثة في خدمة تنزيل الملفات بنسبة (20%)، وفي المرتبة الثانية في خدمة الأخبار بنسبة (16,67%)، ولا تستخدم خدمة المحادثة، وفي المرتبة الثالثة في خدمة الصوتيات بنسبة (16,28%)، وفي المرتبة الثالثة في خدمة المرئيات بنسبة (17,96%)، وفي المرتبة الثانية في خدمة النشرات بنسبة (33,34%)، وفي المرتبة الثانية في خدمة تويتر بنسبة (27,27%)، وفي المرتبة الثالثة في خدمة الفايسبوك بنسبة (15%)، وفي المرتبة الثالثة في خدمة اليوتيوب بنسبة (22,22%)، وفي المرتبة الثانية في خدمات أخرى بنسبة (25%).

ونلاحظ على الفئة العمرية 51-60 سنة أنّها لا تستخدم مجموعة من الخدمات وهي: المحادثة والصوتيات والنشرات وتويتر واليوتيوب، فيما تستخدم تنزيل الملفات بنسبة (1,43%)، وتستخدم الأخبار بنسبة (8,33%)، والمرئيات بنسبة (2,56%)، وتستخدم الفايسبوك بنسبة (2,5%).

وكذلك الشأن بالنسبة للفئة العمرية أكبر من 60 سنة التي لا تستخدم: تنزيل الملفات ولا الأخبار ولا المحادثة ولا وسائط التواصل الاجتماعي -تويتر وفيسبوك ويوتيوب-، وتستخدم الصوتيات بنسبة (2,33%)، والمرئيات بنسبة (2,56%)، وخدمة النشرات بنسبة (8,33%).

وبحساب المتوسط العمري لكل خدمة نجد:

المتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية في خدمة تنزيل الملفات هو: 34 سنة و09 أشهر و10 أيام.

والمتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية في خدمة الأخبار هو: 36 سنة و07 أشهر و20 يوما.

والمتوسط العمري للأئمة في خدمة المحادثة هو: 33 سنة و09 أشهر.

والمتوسط العمري للأئمة في خدمة الصوتيات هو: 34 سنة و11 شهرا ويوم واحد.

والمتوسط العمري للأئمة في خدمة المرئيات هو: 34 سنة و06 أشهر و18 يوم.

والمتوسط العمري للأئمة خدمة النشرات هو: 38 سنة و02 أشهر و04 أيام.

والمتوسط العمري للأئمة في خدمة تويتر هو: 36 سنة و03 أشهر و25 يوم.

والمتوسط العمري للأئمة في خدمة الفيسبوك هو: 34 سنة و01 شهر ويومين.

فالمتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية في خدمة اليوتيوب هو: 35 سنة.

المتوسط العمري في خدمات أخرى⁽¹⁾ هو: 35 سنة و04 أشهر و13 يوم.

3-3 نتائج الدراسة المتعلقة بالإشاعات المحققة من المواقع الإسلامية:

إن التعرض إلى أية وسيلة اتصال، لن يكون مجردا من إشباع رغبات وتلبية حاجات يبحث عنها الفرد، وإذا كانت هذه الوسيلة الاتصالية بحجم الإنترنت، في إمكاناتها وخدماتها وطبيعتها التقنية، فإن استخدامها سيستصحب معه حتما إشباعا متنوعة وبأشكال مختلفة ومتباينة من فرد لآخر، وهو ما سنحاول التعرف عليه في هذا الفصل، باكتشاف هذه الإشاعات التي يرغب أئمة المساجد تحقيقها

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: البحث، مراجعة بعض المواضيع الهامة المكتوبة، المنتديات.

من خلال استخدامهم للمواقع الإسلامية، مع التمييز بين الإشباعات الخاصة بالإمام والإشباعات الخاصة بالعمل الدعوي المسجدي، كما سنحاول معرفة دوافع هذا الاستخدام، والفائدة المرجوة منه، وطبيعة التفاعل مع هذه المواقع الإسلامية، وهل للأئمة إسهامات في حقل المواقع الإسلامية يعود نفعها على العمل الدعوي أم لا؟ وماهي الآفاق المستقبلية التي يرسمها الإمام في تعامله مع المواقع الإسلامية.

3-3-1 الإشباعات الخاصة بالإمام:

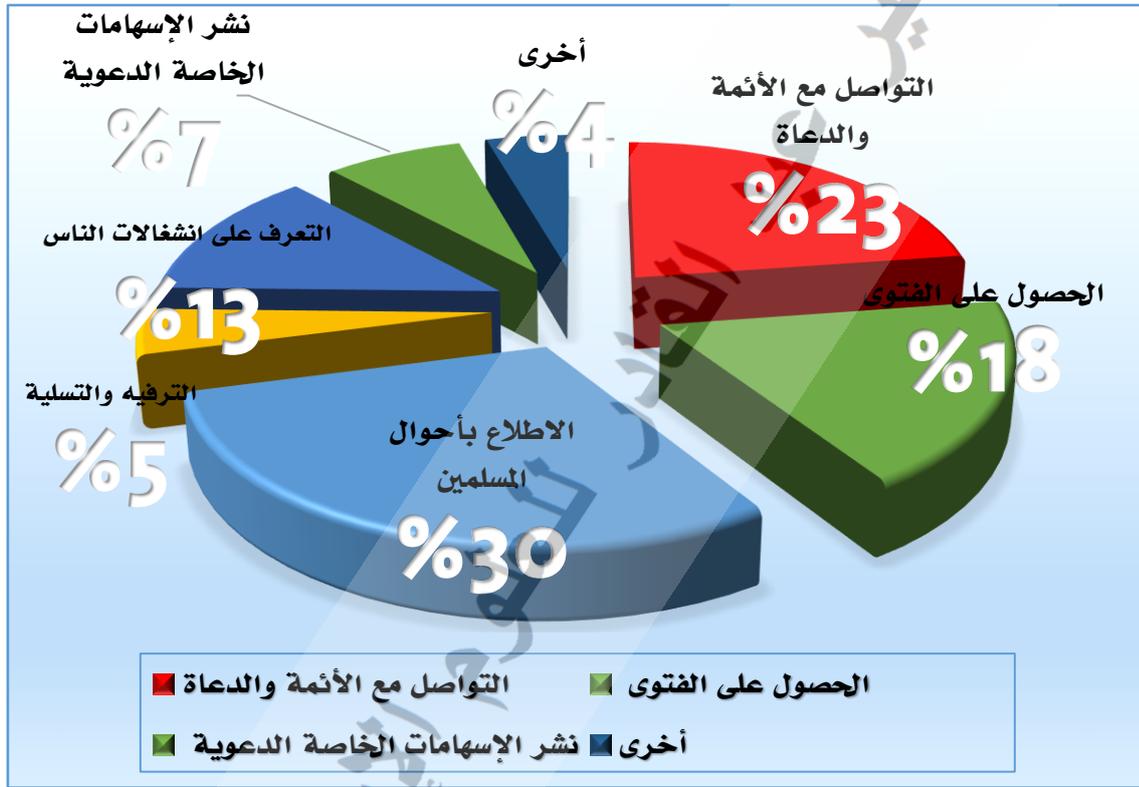
وفيما يلي نتائج الدراسة حول الإشباعات الخاصة بالإمام والتي تحققت له في تكوينه وتحصيله العلمي الشخصي أو ترفيهه.

جدول رقم (32): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية

النسبة المئوية %	التكرارات	دوافع التصفح
22,66	46	التواصل مع الأئمة والدعاة
18,23	37	الحصول على الفتوى
30,05	61	الاطلاع على أحوال المسلمين
04,43	09	الترفيه والتسلية

التعرف على انشغالات الناس	26	12,81
نشر الإسهامات الخاصة الدعوية	15	07,39
أخرى	09	04,43
المجموع	203	% 100

شكل رقم (32): العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفح المواقع الإسلامية



يبين الجدول توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية ويتضح لنا من نتائج الجدول ما يلي:

أكبر نسبة تستخدم المواقع الإسلامية بدافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (30%)، وفي المرتبة الثانية يأتي دافع التواصل بالأئمة والدعاة بنسبة (23%)، وفي المرتبة الثالثة دافع الحصول على الفتوى بنسبة (18%)، وفي المرتبة الرابعة دافع التعرف على انشغالات الناس بنسبة (13%)، ثم في المرتبة

الخامسة دافع نشر الاسهامات الخاصة الدعوية بنسبة (7%)، وفي المرتبة السادسة فبدافع الترفيه والتسلية بنسبة (5%)، وفي المرتبة الأخيرة فبدوافع أخرى⁽¹⁾ بنسبة (4%).

وقد كشفت دراسة تركي بن عواض الأزوري⁽²⁾ أن أهم دافع لتصفح المواقع الإلكترونية الإسلامية هو لزيادة الثقافة والمعلومات الدينية في المرتبة الأولى بتقدير رقمي بلغ (458)، ثم جاء دافع التصفح لشغل وقت الفراغ بما هو مفيد في المرتبة الثانية بتقدير رقمي بلغ (393)، بينما جاء في المرتبة الثالثة دافع التصفح للاستفادة من المضامين الدينية التي تتعلق بالدراسة بتقدير رقمي بلغ (385).

وأثبتت دراسة أحمد عبدلي بعض أوجه استفادة الباحثين من إمكانيات الإنترنت في مجال البحث العلمي هي الدخول إلى المكتبات الافتراضية بنسبة (28.50%) أما المشاركة في المنتديات فنسبة (33.25%) أما تحميل الدروس والتمارين المدرسية فكان بنسبة (45.50%).

جدول رقم (33): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير السن

المجموع		أكبر من 60		60-51		50-41		40-31		30-20		السن الدوافع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: البحث عن الكتب واكتساب المعارف العلمية بأساليب سهلة، ودخول المواقع العلمية وشروحات المتون، والبحث العلمي في الفقه وأصوله، واتباع الملتقيات وتوجيهاتها، وتصفح الإنتاج الفكري لبعض المفكرين والعلماء، وسرعة التوصل للمعلومة واختصار الوقت، وإعداد البحوث وخطب الجمعة، ومطالعة فتاوى النوازل وقراءة المقالات العامة ذات منظور فكري إسلامي تخص السياسة والمجتمع.

(2) تركي بن عواض الأزوري، استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية، دراسة سابقة.

100	47	2.13	1	4.25	2	17.02	8	48.93	23	27.67	30	التواصل مع الأئمة
100	38	2.63	1	2.63	1	21.05	8	52.64	20	21.05	8	تحصيل الفتوى
100	62	-	-	4.48	3	20.97	13	46.77	29	27.42	17	الاطلاع بأحوال المسلمين
100	9	-	-	11.11	1	22.22	2	55.56	5	11.11	1	الترفيه والتسلية
100	27	-	-	7.41	2	22.22	6	55.56	15	14.81	4	التعرف بانشغالات الناس
100	16	-	-	-	-	18.75	3	56.25	9	25	4	نشر الاسهامات
100	9	-	-	-	-	22.22	2	77.78	7	-	-	أخرى
100	208	0.97	2	4.32	9	20.19	42	51.92	108	22.60	47	المجموع

شكل رقم (33): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت حسب السن ودوافع التصفح

يبيّن الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير السن ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

الفئة العمرية 31-40 سنة في المرتبة الأولى بالنسبة لدافع التواصل مع الأئمة والدعاة بنسبة (48,93%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لدافع الحصول على الفتوى بنسبة (52,64%)، وفي المرتبة الأولى كذلك بالنسبة لدافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (46,77%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لدافع الترفيه والتسلية بنسبة (55,56%)، وفي المرتبة الأولى كذلك بالنسبة لدافع التعرف على

انشغالات الناس بنسبة (55,56%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لدافع نشر الاسهامات الدعوية بنسبة (56,25%)، وفي المرتبة الأولى بالنسبة لدوافع أخرى⁽¹⁾ بنسبة (77,78%).

ونلاحظ أنّ الفئة العمرية 20-30 سنة في المرتبة الثانية بالنسبة لدافع التواصل مع الأئمة بنسبة (27,67%)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة لدافع الحصول على الفتوى بنسبة (21,05%)، وفي المرتبة الثانية كذلك بالنسبة لدافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (27,42%)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة لدافع الترفيه والتسلية بنسبة (11,11%)، وفي المرتبة الثالثة كذلك بالنسبة لدافع التعرف على انشغالات الناس بنسبة (14,81%)، وفي المرتبة الثانية بالنسبة لدافع نشر الاسهامات الدعوية بنسبة (25%).

وأما الفئة العمرية 41-50 سنة ففي المرتبة الثالثة بالنسبة لدافع التواصل مع الأئمة والدعاة بنسبة (17,02%)، وفي المرتبة الثانية بدافع الحصول على الفتوى بنسبة (21,05%)، وفي المرتبة الثالثة بدافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (20,97%)، وفي المرتبة الثانية بدافع الترفيه والتسلية بنسبة (22%). وفي المرتبة الثانية بدافع التعرف على انشغالات الناس بنسبة (22,22%)، وفي المرتبة الثالثة بدافع نشر الاسهامات الدعوية بنسبة (18,75%)، وفي المرتبة الثانية بدوافع أخرى بنسبة (22,22%).

ونلاحظ على الفئة العمرية 51-60 سنة أنّها لا تستخدم الإنترنت بدافع نشر الاسهامات الدعوية، وإنما تستخدمه بنسب صغيرة في التواصل مع الأئمة بنسبة (4,25%)، وفي الحصول على الفتوى بنسبة (2,63%)، وفي الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (4,84%)، وفي الترفيه والتسلية بنسبة (11,11%)، وفي التعرف على انشغالات الناس بنسبة (7,41%).

وكذلك الشأن بالنسبة للفئة العمرية أكبر من 60 سنة التي لا تستخدم الإنترنت إلا بدافع التواصل مع الأئمة بنسبة (2,13%)، وفي الحصول على الفتوى بنسبة (2,63%).

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: البحث عن الكتب واكتساب المعارف العلمية بأساليب سهلة، ودخول المواقع العلمية وشروحات المتون، والبحث العلمي في الفقه وأصوله، واتباع الملتقيات وتوجيهاتها، وتصفح الانتاج الفكري لبعض المفكرين والعلماء، وسرعة التوصل للمعلومة واختصار الوقت، وإعداد البحوث وخطب الجمعة، ومطالعة فتاوى النوازل وقراءة المقالات العامة ذات منظور فكري إسلامي تخص السياسة والمجتمع.

والملاحظ من التمثيل البياني للعينة أن فئة الأئمة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 31 و 40 سنة دوافع تصفحهم للمواقع الإسلامية أكبر من كل الفئات ومع مختلف الدوافع، وهذا ما يدل على نشاط هذه الفئة المميز عن باقي الفئات والكثيف وهي نفس الملاحظة سجلناها على نتائج الجدول رقم (19)، حيث سجلت هذه الفئة أكبر حجم ساعي في الاستخدام وكل متوسطات الاستخدام دارت بين 34 سنة و 36 سنة أي في متوسط الفئة تماما، وبنسبة أقل نسجل حجم دوافع التصفح لدى الفئتين: 20-30 سنة و 41-50 سنة والتي كانت في المرتبة الثانية وبنسب متقاربة بين مختلف الدوافع، فيما سجلت الفئتان 51-60 سنة وأكبر من 60 سنة معدلات منخفضة جداً وأحيانا منعدمة في حجم دوافع التصفح، وهي نتيجة منطقية مقارنة بنتائج الجدول رقم (19) الذي يبين مدة تصفح هذه الفئة المتراوحة بين الضعيفة والمنعدمة.

وبحساب المتوسط العمري لكل خدمة نجد:

المتوسط العمري للأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية قصد التواصل بالأئمة هو: 35 سنة و 01 شهر و 20 يوماً.

المتوسط العمري للمتصفحين للمواقع الإسلامية قصد الحصول على الفتوى:

فالمتوسط العمري هو: 35 سنة و 11 شهراً و 04 أيام.

المتوسط العمري للمتصفحين للمواقع الإسلامية قصد الاطلاع بأحوال المسلمين:

فالمتوسط العمري هو: 35 سنة و 08 أشهر و 04 أيام

المتوسط العمري للمتصفحين للمواقع الإسلامية قصد الترفيه والتسلية:

فالمتوسط العمري هو: 38 سنة و 09 أشهر و 07 أيام.

المتوسط العمري للمتصفحين للمواقع الإسلامية قصد التعرف على انشغالات الناس:

فالمتوسط العمري للأئمة هو: 37 سنة و 07 أشهر و 24 يوم، المتوسط العمري للمتصفحين للمواقع الإسلامية قصد نشر الإسهامات الدعوية، فالمتوسط العمري هو: 34 سنة و 09 أشهر، المتوسط

العمري للمتصفحين للمواقع الإسلامية لأسباب أخرى¹، المتوسط العمري هو: 37 سنة و08 أشهر و19 يوم.

اتضح من التحليل الإحصائي لبيانات الجدول أعلاه أن متوسط أعمار العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية أكدت ما سبق التوصل إليه من نتائج فالفئة الشبانية وتأكيدا الفئة: 31-40 سنة هي الأكثر تصفحا، وبالتالي لها دوافع أقوى تحفزها على التصفح والإبحار في المواقع الإسلامية المختلفة، والدليل على ذلك أن كل المتوسطات العمرية لكل الدوافع تدور بين 34,75 سنة و38,77 سنة، أي الفئة السابقة الذكر.

جدول رقم (34): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير الوظيفية

المجموع	ANEM		مكلف ق		متطوع		موظف		الوظيفية الوظيفية الدوافع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	47	8.52	4	4.25	2	14.89	7	72.34	34	التواصل مع الأئمة

(1) سبق ذكر هذه الأسباب الأخرى.

100	38	7.89	3	5.26	2	15.80	6	71.05	27	تحصيل الفتوى
100	62	6.46	4	8.06	5	17.74	11	67.74	42	الاطلاع بأحوال المسلمين
100	9	22.22	2	-	-	-	-	77.78	7	الترفيه والتسلية
100	27	7.41	2	7.41	2	7.41	2	77.77	21	معرفة انشغالات الناس
100	16	12.50	2	12.50	2	18.75	3	56.25	9	نشر الاسهامات الدعوية
100	9	11.11	1	-	-	-	-	88.89	8	أخرى
100	208	8.65	18	6.25	13	13.95	29	71.15	148	المجموع

شكل رقم (34): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت

حسب الوضعية الوظيفية ودوافع التصفح

يبيّن الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية ويمكننا أن نلاحظ ما يلي: أن فئة الموظفين في المرتبة الأولى في دافع التواصل مع الأئمة والدعاة بنسبة (72,34%)، وفي المرتبة الأولى في دافع الحصول على الفتوى بنسبة (71,05%)، وفي المرتبة الأولى كذلك في دافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (67,74%)، وفي المرتبة الأولى في دافع الترفيه والتسلية بنسبة (77,78%)، وفي المرتبة الأولى كذلك في دافع التعرف على انشغالات الناس بنسبة (77,77%)، وفي المرتبة الأولى في دافع نشر الاسهامات الدعوية بنسبة (56,25%)، وفي المرتبة الأولى في دوافع أخرى¹ بنسبة (88,89%)، أمّا فئة المتطوعين ففي المرتبة

¹ عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: البحث عن الكتب واكتساب المعارف العلمية بأساليب سهلة، ودخول المواقع العلمية وشروحات المتون، والبحث العلمي في الفقه وأصوله، واتباع الملتقيات وتوجيهاتها، وتصفح الانتاج الفكري

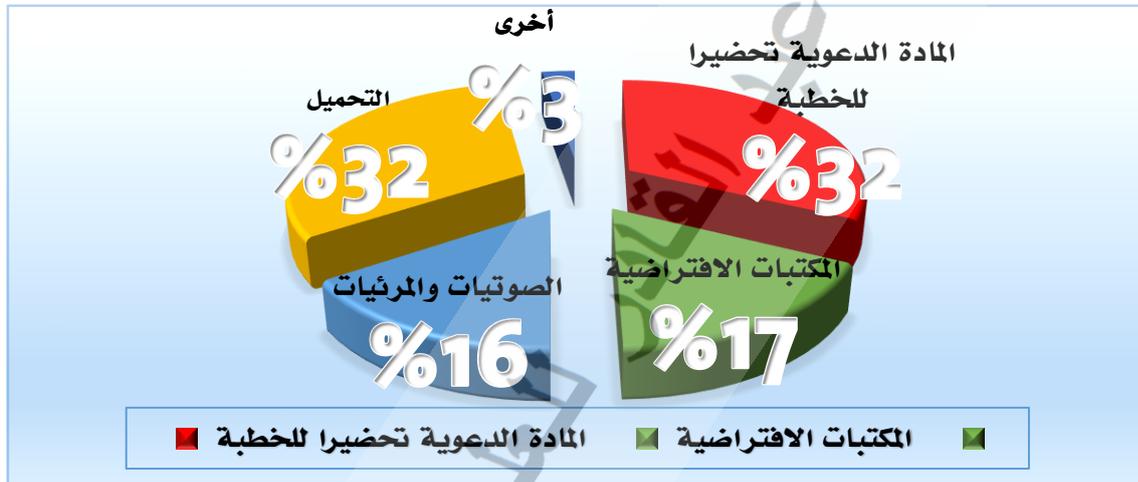
الثانية في دافع التواصل مع الأئمة والدعاة بنسبة (14,89%)، وفي المرتبة الثانية في دافع الحصول على الفتوى بنسبة (15,80%)، وفي المرتبة الثانية كذلك في دافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (17,41%)، وفي المرتبة الثانية في دافع نشر الاسهامات الدعوية بنسبة (18,75%)، وليس لدافع الترفيه والتسلية اعتبار لدى فئة المتطوعين، كانت نسب الدوافع لدى فئة المكلفين القائمين بالإمامة كالتالي: دافع التواصل مع الأئمة والدعاة بنسبة (4,25%)، دافع الحصول على الفتوى بنسبة (5,26%)، دافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (8,06%)، دافع التعرف على انشغالات الناس بنسبة (7,41%)، دافع نشر الاسهامات الدعوية بنسبة (12,5%)، وليس لدافع الترفيه والتسلية اعتبار لدى فئة المكلفين القائمين بالإمامة، وأخيرا فئة عقود ما قبل التشغيل فكانت نسبهم كالتالي: دافع التواصل مع الأئمة والدعاة بنسبة (8,52%)، دافع الحصول على الفتوى بنسبة (7,89%)، دافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (6,46%)، في المرتبة الثانية في دافع الترفيه والتسلية بنسبة (22,22%)، دافع التعرف على انشغالات الناس بنسبة (7,41%)، دافع نشر الاسهامات الدعوية بنسبة (12,50%)، دوافع أخرى بنسبة (11,11%)، لاحظ من هذه النتائج أن فئة الموظفين تحتل الريادة في حجم دوافع التصفح لدى أفرادها وفي كل الدوافع المفيدة في الجدول بلا استثناء، وهي نتيجة منطقية لو ربطناها بنتائج الجدول (20) الذي يفرز بوضوح المدة الزمنية الكبيرة التي يستغرقها الأفراد الموظفون تصفحا للمواقع الإسلامية والتي بلغت نسبتها (71,74%) من مجموع المدة الزمنية الكلية المستغرقة من كل الفئات، وهي نسبة مثله لـ 66 فرد من مجموع 92 فرد، وعليه تتوافق نتائج الجدولين في ترتيب هذه الفئة الأولى بين الفئات، ونفس الملاحظة تنسحب على الفئة الثانية في الترتيب وهي فئة المتطوعين، أما فئة المكلفين القائمين بالإمامة فقد بلغت مدة تصفحهم للمواقع الإسلامية (7,61%) حسب الجدول (20) وهي نسبة صغيرة لكنها متنوعة وشملت مختلف دوافع التصفح وإن بنسب صغيرة كما يبينه التمثيل البياني أعلاه، وهو استخدام مفيد ومهم، ونفس الشيء نلاحظه على فئة عقود ما قبل التشغيل التي سجلت استخداما متنوعا وبأحجام أكبر من استخدام فئة المتطوعين، كما بلغت المرتبة الثانية في الترتيب بالنسبة لدافع الترفيه والتسلية، وهو ما لم نجد له مبررا منطقيا.

جدول رقم (35): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب إشباعاتهم

لبعض المفكرين والعلماء، وسرعة التوصل للمعلومة واختصار الوقت، وإعداد البحوث وخطب الجمعة، ومطالعة فتاوى النوازل وقراءة المقالات العامة ذات منظور فكري إسلامي تخص السياسة والمجتمع.

النسبة المئوية %	التكرارات	الإشباعات
32,28	61	المادة الدعوية تحضيرا للخطبة
17,46	33	المكتبات الافتراضية
15,87	30	الصوتيات والمرئيات
31,75	60	التحميل
02,64	05	أخرى
% 100	189	المجموع

شكل رقم (35): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب استفادتهم



يمثل الجدول أوجه استفادات المبحوثين من الإنترنت ومختلف إشباعاتهم المحققة من المواقع الإسلامية، ومن الجدير أن ننوه إلى أن هذه الإشباعات في متناول الإمام وله أن يحقق أكثر من خيار وهو يستخدم الموقع الإلكتروني، وقد لاحظنا من الجدول: أن المرتبة الأولى يتقاسمها خياران وهما: المادة الدعوية تحضيرا للخطبة، والتحميل كلاهما بنسبة (32%)، وفي المرتبة الثانية المكتبات الافتراضية بنسبة (17%)، ثم في المرتبة الرابعة الصوتيات والمرئيات بنسبة (16%)، وأخيرا إشباعات أخرى⁽¹⁾ بنسبة (3%)، وقد تنوعت الإشباعات في دراسة تركي بن عوض الأزوري⁽²⁾ الذي أظهرت دراسته أن أهم إشباع هو في زيادة الثقافة والمعلومات الدينية في المرتبة الأولى بتقدير رقمي بلغ (471)، ثم في شغل وقت الفراغ بما

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: الاضطلاع على المصادر المعتمدة، تحسين المستوى والاطلاع بأحوال المسلمين في العالم، دروس وخطب مرئية، الدراسات الإسلامية، البحوث والأخبار والكتابات.

(2) تركي بن عوض الأزوري، استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية، دراسة سابقة.

هو مفيد في المرتبة الثانية بتقدير (451)، و في المرتبة الثالثة الإشباع الاستفادة من الموضوعات الدينية المتعلقة بدراستي بتقدير رقمي بلغ (371).

جدول رقم (36): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب إشباعاتهم وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية

المجموع		ANEM		مكلف ق إ		متطوع		موظف		الوضعية الوظيفية	الدوافع
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	60	5	3	3.33	2	20	12	67.71	43	المادة الدعوية للخطبة	
100	32	12.50	4	6.25	2	12.50	4	68.75	22	المكتبات الافتراضية	
100	32	12.50	4	12.50	4	9.37	3	65.63	21	الصوتيات والمرئيات	
100	63	6.35	4	9.52	6	17.46	11	66.67	42	التحميل	
100	5	-	-	20	1	-	-	80	4	أخرى	
100	192	7.81	15	7.81	15	15.63	30	68.75	132	المجموع	

شكل رقم (36): التمثيل البياني للعينة المستخدمة بحسب الوضعية الوظيفية وإشباعاتهم

يمثل الجدول توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب إشباعاتهم وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية، ومن المعلوم أنّ هذه الإشباعات في متناول الإمام وله أن يحقق أكثر من خيار وهو يستخدم الموقع الإلكتروني، وقد لاحظنا من الجدول:

أن فئة الموظفين في المرتبة الأولى في تحقيق إشباع المادة الدعوية وتحضير الخطبة بنسبة (71,67%)، وفي المرتبة الأولى في تحقيق إشباع المكتبات الافتراضية بنسبة (68,75%)، وفي المرتبة الأولى في تحقيق إشباع الصوتيات والمرئيات بنسبة (65,63%)، وفي المرتبة الأولى في تحقيق إشباع التحميل بنسبة (66,67%)، وفي المرتبة الأولى في تحقيق إشباع أخرى⁽¹⁾ بنسبة (80%).

أما فئة المتطوعين فكانت نتائجهم كالتالي: تحقيق إشباع المادة الدعوية وتحضير الخطبة بنسبة (20%)، تحقيق إشباع المكتبات الافتراضية بنسبة (12,50%)، تحقيق إشباع الصوتيات والمرئيات

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: الاضطلاع على المصادر المعتمدة، تحسين المستوى والاطلاع بأحوال المسلمين في العالم، دروس وخطب مرئية، الدراسات الإسلامية، البحوث والأخبار والكتابات.

بنسبة (9,37%)، تحقيق إشباع التحميل بنسبة (17,46%)، وكانت نتائج المكلفين القائمين بالإمامة كالتالي: تحقيق إشباع المادة الدعوية وتحضير الخطبة بنسبة (3,33%)، تحقيق إشباع المكتبات الافتراضية بنسبة (6,25%)، تحقيق إشباع الصوتيات والمرئيات بنسبة (12,50%)، تحقيق إشباع التحميل بنسبة (9,52%)، تحقيق إشباع أخرى بنسبة (20%)، وأخيراً فئة عقود ما قبل التشغيل فقد حققت إشباع المادة الدعوية وتحضير الخطبة بنسبة (5%)، وإشباع المكتبات الافتراضية بنسبة (12,5%)، وإشباع الصوتيات والمرئيات بنسبة (12,5%)، وإشباع التحميل بنسبة (6,35%).

الملاحظ من هذه النتائج أن الحجم الأكبر من الإشباعات حققته فئة الموظفين وبمختلف صوره، ما يدل على أن هذه الفئة لها ارتباط وثيق بالمواقع الإسلامية وما توفره من محتويات المستفيد الأول منها رجل الدعوة الذي يجد كل ما يحتاجه لتحضير خطبه أو دروسه أو للاضطلاع على المكتبات الافتراضية وما تزخر به من كتب حديثة وتراثية ولمختلف العلماء ناهيك عن دروس الوعظ وأنواع التلاوات الشجعية للقرآن الكريم، كلها عوامل تشجع الإمام الموظف لينهل من معين هذه المواقع. باقي الفئات وإن حققت بعض الإشباعات من المواقع الإسلامية إلا أنها لا ترقى للحجم الذي حققته فئة الموظفين.

3-3-2 الإشباع الخاصة بالعمل الدعوي

فيما يلي نتائج الدراسة حول الإشباع الخاصة بالعمل الدعوي.

جدول رقم (37): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب تملك صفحة دعوية

النسبة المئوية %	التكرارات	إنشاء صفحة
22,83	21	نعم
77,17	71	لا
% 100	92	المجموع

شكل رقم (37): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب إنشاء صفحة دعوية



يبين الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب تملكها لصفحة دعوية، فنلاحظ نسبة كبيرة جداً من الأئمة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية ليس لهم صفحة دعوية على الشبكة العنكبوتية - الإنترنت - وتقدر هذه النسبة بـ (17, 77%)، ونسبة صغيرة فقط تنشط دعويًا على النت وأنشأت صفحة دعوية وتقدر نسبتها بـ (22, 83%).

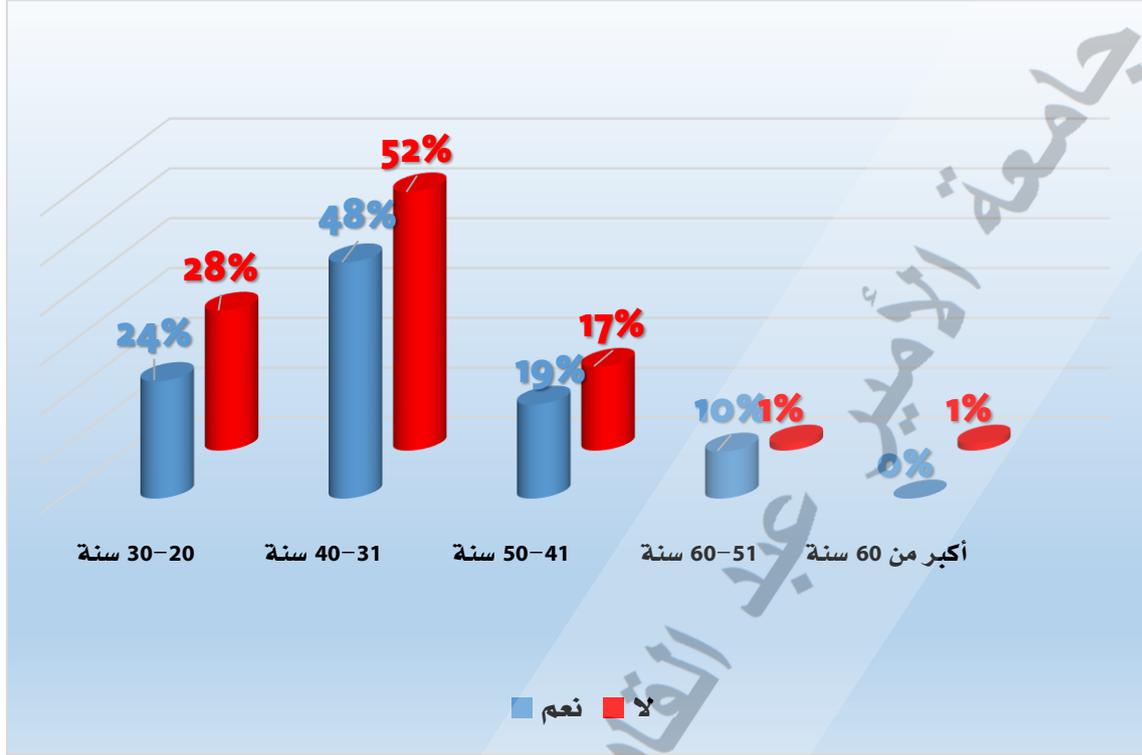
جدول رقم (38): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير السن

المجموع	أكبر من 60		60-51		50-41		40-31		30-20		السن إتشاء ص د	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	21	-	-	9.52	2	19.05	4	47.62	10	23.81	5	نعم
100	71	1.41	1	1.41	1	16.90	12	52.11	37	28.17	20	لا
100	92	1.09	1	3.26	3	17.39	16	51.09	47	27.17	25	المجموع

شكل رقم (38): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت

حسب السن وإنشاء صفحة دعوية



يبين الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير السن، ويمكننا ان نلاحظ ما يلي:

في المرتبة الأولى الفئة العمرية 40-31 سنة تشكل منها نسبة (47,62%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (52,11%) لم تنشئ.

وفي المرتبة الثانية الفئة العمرية 30-20 سنة تشكل منها نسبة (23,81%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (28,17%) لم تنشئ.

وفي المرتبة الثالثة الفئة العمرية 50-41 سنة تشكل منها نسبة (19,05%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (16,90%) لم تنشئ.

وفي المرتبة الرابعة الفئة العمرية 60-51 سنة تشكل منها نسبة (9,52%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (1,41%) لم تنشئ.

وأخيرا الفئة العمرية أكبر من 60 سنة ليس منها من أنشأ صفحة دعوية والمقدرة نسبتهم بـ (1,41%).

وبحساب المتوسط العمري للأئمة الذين لهم صفحة والذين ليس لهم صفحة نجد:

المتوسط العمري للأئمة الذين لهم صفحة دعوية هو: 36 سنة و 09 أشهر و 21 أيام.

المتوسط العمري للمتصفحين للمواقع الإسلامية الذين ليس لهم صفحة دعوية:

المتوسط العمري: $X = 34.5$ ، أي: 34 سنة و 06 أشهر.

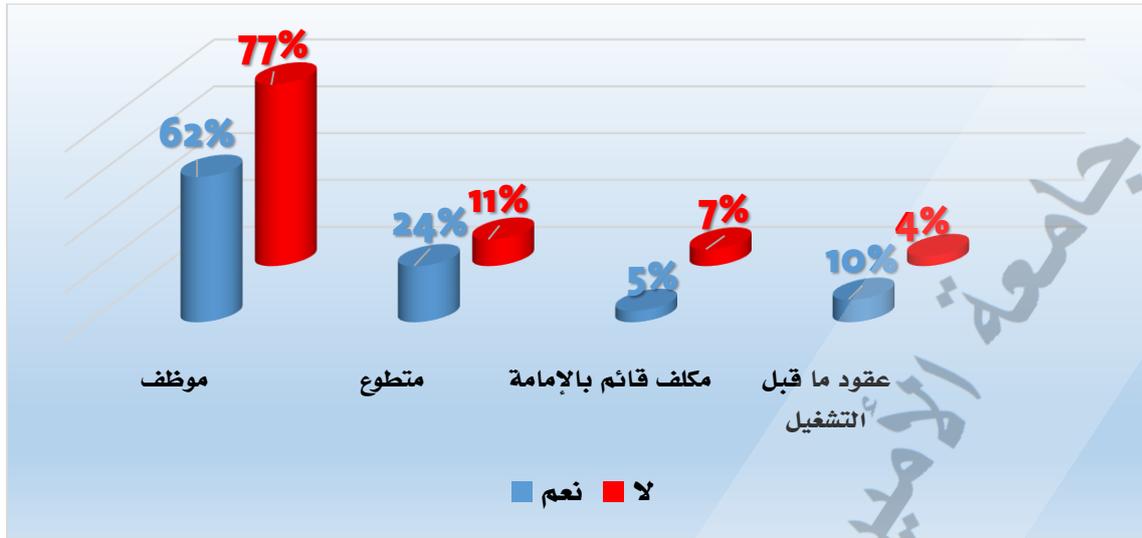
جدول رقم (39): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير الوضعية الوظيفية

المجموع	ANEM		مكلف ق		متطوع		موظف		الوضعية الوظيفية إنشاء ص د	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	21	9.53	2	4.76	1	23.81	5	61.90	13	نعم
100	71	4.23	3	7.04	5	11.27	8	77.46	55	لا
100	92	5.44	5	6.52	6	14.13	13	73.91	68	المجموع

شكل رقم (39): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت

حسب الوضعية الوظيفية وإنشاء صفحة دعوية



يبين الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير الوظيفية، ويمكننا أن نلاحظ ما يلي: الأولى فئة الموظفين بنسبة (9,61%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (46,77%) لم تنشئ، والثانية فئة المتطوعين بنسبة (81,23%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (27,11%) لم تنشئ، والثالثة فئة المكلفين القائمين بالإمامة بنسبة (76,04%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (4,07%) لم تنشئ، وأخيراً فئة عقود ما قبل التشغيل منها نسبة (53,9%) أنشأت صفحة دعوية، ونسبة (23,4%) لم تنشئ.

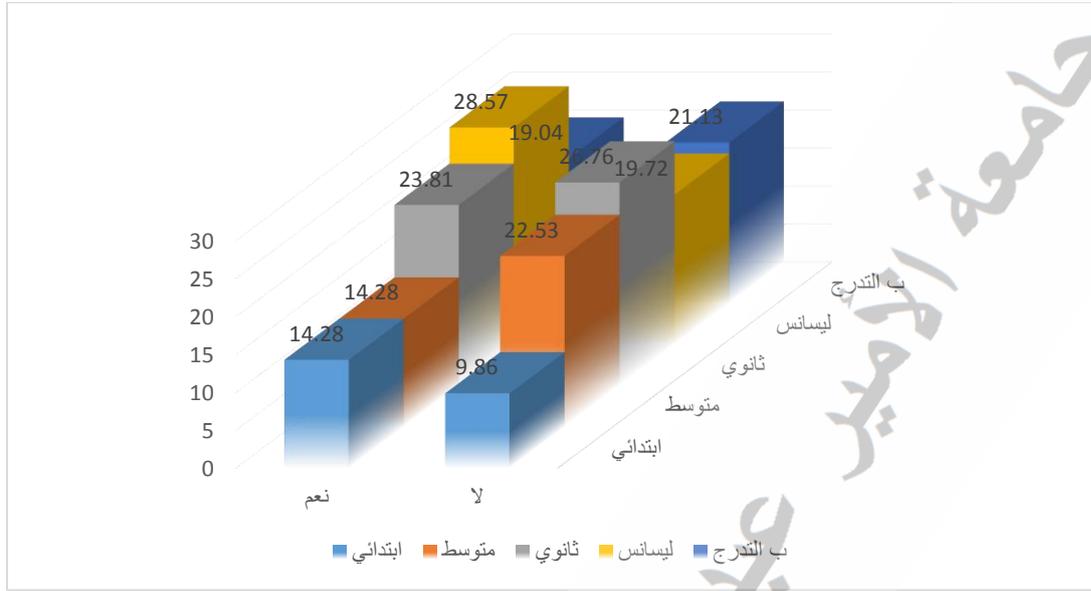
جدول رقم (40): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى	إنشاء ص د
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	21	19.04	4	28.57	6	23.81	5	14.28	3	14.28	3	نعم
100	71	21.13	15	19.72	14	26.76	19	22.53	16	9.86	7	لا
100	92	20.65	19	21.74	20	26.09	24	20.65	19	10.87	10	المجموع

شكل رقم (40): التمثيل البياني للعينة المستخدمة للإنترنت

حسب المستوى التعليمي وإنشاء صفحة دعوية



يبين الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي، ويمكننا أن نلاحظ ترتيب الفئات التي أنشأت صفحة:

في المرتبة الأولى فئة مستوى الليسانس بنسبة (28,57%) أنشأت صفحة دعوية، وفي المرتبة الثانية فئة المستوى الثانوي بنسبة (23,81%)، في المرتبة الثالثة فئة المستوى المتوسط بنسبة (22,29%) أنشأت صفحة دعوية، وفي المرتبة الرابعة فئة مستوى ما بعد التدرج بنسبة (19,04%)، وفي المرتبة الخامسة فئة المستوى الابتدائي بنسبة (9,86%) أنشأت صفحة دعوية.

أما ترتيب الفئات التي لم تنشئ صفحة دعوية كالتالي:

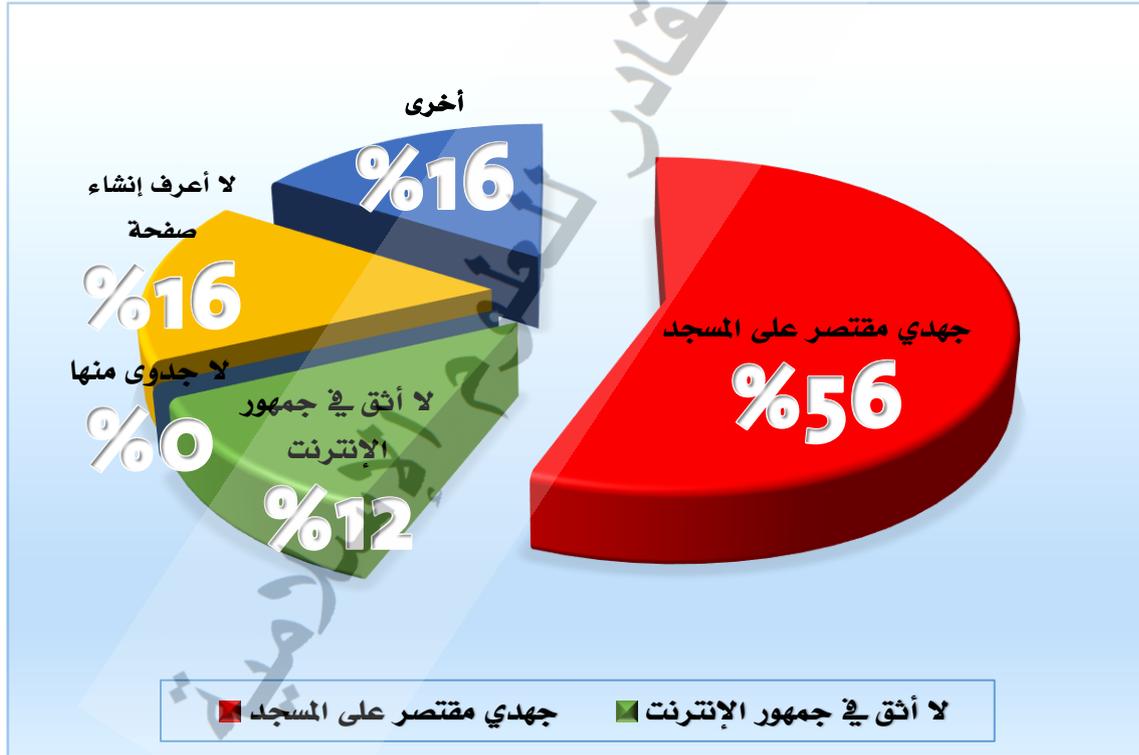
في المرتبة الأولى فئة المستوى الثانوي بنسبة (26,76%) لم تنشئ صفحة دعوية، وفي المرتبة الثانية فئة المستوى المتوسط بنسبة (22,53%) لم تنشئ صفحة دعوية، في المرتبة الثالثة فئة مستوى ما بعد التدرج بنسبة (21,13%)، وفي المرتبة الرابعة فئة مستوى الليسانس بنسبة (19,72%)، وفي المرتبة الخامسة فئة المستوى الابتدائي بنسبة (9,86%) لم تنشئ صفحة دعوية.

جدول رقم (41): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية

الأسباب	التكرارات	النسبة المئوية %
---------	-----------	------------------

56	42	جهدي مقتصر على المسجد
12	09	لا أثق في جمهور الإنترنت
00	00	لا جدوى منها
16	12	لا أعرف إنشاء صفحة
16	12	أخرى
% 100	75	المجموع

شكل رقم (41): التوزيع التمثيلي للعينة التي لا تملك صفحة دعوية حسب الأسباب



يبين الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب الموانع الحائلة دون إنشائها صفحة دعوية ويمكننا أن نلاحظ ما يلي: أول سبب حال دون الإمام وإنشائه لصفحة دعوية هو اقتصار جهده على المسجد بنسبة (56%)، ثاني سبب هو عدم قدرته على إنشاء صفحة دعوية بنسبة

(16%)، وفي المرتبة الثانية كذلك أسباب أخرى⁽¹⁾ بنسبة (16%)، وفي المرتبة الرابعة عدم ثقته في جمهور الإنترنت بنسبة (12%).

اقتصار جهد الإمام على المسجد يعني حصر الدين وتعاليمه على رواد المسجد، ويعني كذلك محاربة الشبهات المثارة ضد الدين أمام جمهور يتفق تماما مع الإمام في تنزيه الدين الإسلامي ورموزه من تلك الشبهات التي تولى كبرها أفراد من الديانات الأخرى أو ممن لا دين لهم أصلا أو ممن أشبعت قلوبهم بالشبهات، ويعني كذلك أن رسالة المسجد لا يتعدى إشعاعها أسوار المسجد، واقتصار جهد الإمام على المسجد يعني كذلك وأد رسالة الإسلام بتعثر رسالته في عصر الوسيلة بامتياز، ثم هل يعذر الإمام باقتصار جهده على المسجد أمام الحملات الصليبية الشعواء على الدين ورموزه، وأمام الدعوات الغربية الهدامة التي غزت بيوتنا وشوهت أفكارنا وأفكار أبنائنا، ليصعد بعدها الإمام على المنبر يندب حضه ويرغي ويزيد على دعوات التشيع والرفض بل والكفر والإلحاد؟؟ التي ما فتئت تتوسع وتنتشر في بلاد الإسلام باسم التحرر والتفتح حينما وباسم الثأر لدم الحسين بن علي -رضي الله عنهما- حينما آخر، إن الثورة الاتصالية المعاصرة اختزلت الأزمنة واختصرت المسافات وذللت الصعاب ويسرت اللغات، وأصبح إنسان هذا القرن بكبسة زر على حاسوبه أو هاتفه النقال يعيش الأحداث وينقلها ويواكب المحرريات ويوثقها، وكل هذا منتوج حضاري لا يحق لأحد احتكاره ولا يحق لنا اختزاله، فكلنا مأمورون بالدعوة إلى الله تعالى ونشر رسالة الإسلام وتعاليمه للناس كافة، والإمام رجل دين ودعوة في مقدمة هذا الكل، فهو إمام وقادة وقائد، وليس له أي عذر في قصر رسالة هذا الدين الذي جاء للناس كافة رحمة للعالمين بين أسوار المسجد الذي كان دائما مركزا للإشعاع والعطاء لا ينضب خيره ولا يفتر نوره، فهلا شمر الأئمة على ساعد الجد واستعاذوا بالله من العجز والكسل، ودقو نواقيس الخطر على هذه الثورة التواصلية التي لا حظ لهم فيها إلا 21 مفردة من أصل 113 مفردة أي ما نسبته 23,7% أي أقل من الربع وحتى هذه النسبة ليست خالصة؟؟

ثم في المرتبة الثانية جهل الإمام بطريقة إنشاء صفحة دعوية، والحقيقة أن الإمام ليس ملزما بإنشاء الصفحة، فأني مستخدم في أي مقهى للإنترنت ينشئ له صفحات عديدة، بل من رواد المسجد من يقدر على ذلك وأكثر، أما جهد الإمام فينبغي أن يستفرغ في الإشراف على الصفحة، ومتابعتها

(1) عبّر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: لم تتوفر الظروف المناسبة بعد، الإنترنت ليست ميسرة، لست مؤهلا لذلك، ضيق الوقت، كثرة انشغالاتي بسبب: وظائف أمارسها في قطاع التربية والتعليم وتكوين الأئمة والدعوة في السجون والأماكن العامة، كثرة المواقع يسبب لي عجزا في إضافة الجديد لهذا المجال.

وإفادة روادها بفكر قويم مستنير، الدّعوة إلى الله على صفحاتها، فهي نافذة المسجد على الآخر، وباقي الأسباب الأخرى لا أراها موضوعية ترقى لأن تكون عائقاً في سبيل الدّعوة الإسلامية، التي تهون في سبيلها الأوقات والجهود بل نستفرغ في سبيلها المهج والأرواح، ما عدم ثقة الإمام في جمهور الإنترنت والمعبر عنها بنسبة (16%) فحجة واهية، ذلك أن الإمام مبلغ عن ربه رسالة الإسلام التي جاءت للناس كافة، وجهل الإمام بحال المبلغ لا يعفيه عن تبليغه، والثقة تكتسب من الجمهور بحسن البلاغ والتبليغ كما جاء في نص القرآن: ﴿وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾⁽¹⁾، الأمر موجه لخير خلق الله الذي بعثه الله رحمة للعالمين، فما بالك بنا نحن الضعفاء، فعلى رجل الدّعوة أن يراجع حساباته في آليات تبليغ دعوته، وعليه البدار إلى هذه الثورة التواصلية التي ما شهدت الإنسانية مثلها قط، ودونه المواقع والمنتديات ووسائل التواصل الاجتماعي، وغيرها من وسائل الدّعوة نشرًا للتوحيد الخالص وأمرًا بالمعروف ونهيًا عن المنكر وترسيخًا للإيمان، فمن القواعد المعلومات من الدين أن خير العبادة في وقتها، وأن الوسائل تأخذ أحكام غاياتها، وليس أنبل ولا أرفع قدرًا للمرء من أن يكون داعية لله تعالى.

جدول رقم (42): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية

المجموع	ANEM		مكلف ق		متطوع		موظف		الوضعية الوظيفية الدوافع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	51	5.88	3	5.88	3	9.80	5	78.44	40	جهدي الدعوي مقتصر على المسجد
100	9	11.11	1	-	-	11.11	1	77.78	7	لا أثق في جمهور الإنترنت
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	لا جدوى منها

(1) سورة آل عمران، الآية: 159.

100	12	-	-	16.66	2	16.66	2	66.68	8	لا أعرف إنشاء صفحة دعوية على الانترنت
100	14	-	-	14.29	2	-	-	85.71	12	أخرى
100	86	4.65	4	8.14	7	9.30	8	77.91	67	المجموع

شكل رقم (42): التمثيل البياني للعينة المستخدمة

حسب الوضعية الوظيفية وأسباب عدم إنشائها صفحة دعوية

يبين الجدول توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

فئة الموظفين في المرتبة الأولى لم تنشئ صفحة دعوية، (78,44%) ممن اقتصر جهدهم على المسجد هم موظفون، وبسبب عدم الثقة في جمهور الإنترنت بنسبة (77,78%)، وبسبب عدم القدرة على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (66,68%)، وبأسباب أخرى⁽¹⁾ بنسبة (61,9%).

ثم فئة المتطوعين فلم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (9,8%)، وبسبب عدم الثقة في جمهور الإنترنت بنسبة (11,11%)، وبسبب عدم القدرة على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (16,66%).

أما فئة المكلفين القائمين بالإمامة لم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (5,88%)، وبسبب عدم القدرة على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (16,66%)، وبأسباب أخرى⁽²⁾ بنسبة (14,29%).

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: لم تتوفر الظروف المناسبة بعد، الإنترنت ليست ميسرة، لست مؤهلا لذلك، ضيق الوقت، كثرة انشغالاتي بسبب: وظائف أمارسها في قطاع التربية والتعليم وتكوين الأئمة والدعوة في السجون والأماكن العامة، كثرة المواقع يسبب لي عجزا في إضافة الجديد لهذا المجال.

(2) الأسباب نفسها.

وأخيرا فئة عقود ما قبل التشغيل لم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (5,88%)، وبسبب عدم الثقة في جمهور الإنترنت بنسبة (11,11%).

لا نلاحظ لمتغير الوضعية الوظيفية أي تأثير على الأسباب الكامنة وراء عدم إنشاء صفحة دعوية، وارتفاع نسبة هذه الأسباب لدى فئة الموظفين، وانخفاضها لدى الفئات الأخرى انما مرده لارتفاع نسبة الموظفين أساسا وانخفاض نسب باقي الفئات الوظيفية.

جدول رقم (43): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى الأسباب	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	50	22	11	16	8	28	14	24	12	10	5	جهدي الدعوي مقتصر على المسجد
100	9	44.45	4	22.22	2	11.11	1	22.22	2	-	-	لا أثق في جمهور الانترنت
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	لا جدوى منها
100	12	25	3	33.33	4	25	3	16.67	2	-	-	لا أعرف إنشاء صفحة

100	14	21.43	3	28.57	4	35.71	5	14.29	2	-	-	أخرى
100	85	24.70	21	21.17	18	27.07	23	21.18	18	5.88	5	المجموع

شكل رقم (43): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي

يبيّن الجدول أعلاه توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب عدم إنشائها صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي، ويمكننا أن نلاحظ التالي:

فئة ما بعد التدرج لم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (22%)، وبسبب عدم الثقة في جمهور الإنترنت بنسبة (44,45%)، وبسبب عدم القدرة على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (25%)، وبأسباب أخرى⁽¹⁾ بنسبة (21,43%).

ثم فئة الليسانس لم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (16%)، وبسبب عدم الثقة في جمهور الإنترنت بنسبة (22,22%)، وبسبب عدم القدرة على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (33,33%)، ولأسباب أخرى⁽²⁾ بنسبة (28,57%).

أما فئة الثانوي فلم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (28%)، وبسبب عدم الثقة في جمهور الإنترنت بنسبة (11,11%)، وبسبب عدم القدرة على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (25%)، وبأسباب أخرى⁽³⁾ بنسبة (35,71%).

وفئة المتوسط فلم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (24%)، وبسبب عدم الثقة في جمهور الإنترنت بنسبة (22,22%)، وبسبب عدم القدرة على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (16,67%)، ولأسباب أخرى⁽⁴⁾ بنسبة (14,29%).

وأخيراً فئة الابتدائي لم تنشئ صفحة دعوية بسبب اقتصار الجهد على المسجد بنسبة (10%) وهو السبب الوحيد بالنسبة لهذه الفئة.

(1) عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: لم تتوفر الظروف المناسبة بعد، الإنترنت ليست ميسرة، لست مؤهلاً لذلك، ضيق الوقت، كثرة انشغالاتي بسبب: وظائف أمارسها في قطاع التربية والتعليم وتكوين الأئمة والدعوة في السجون والأماكن العامة، كثرة المواقع يسبب لي عجزاً في إضافة الجديد لهذا المجال.

(2) السابقة.

(3) نفسها.

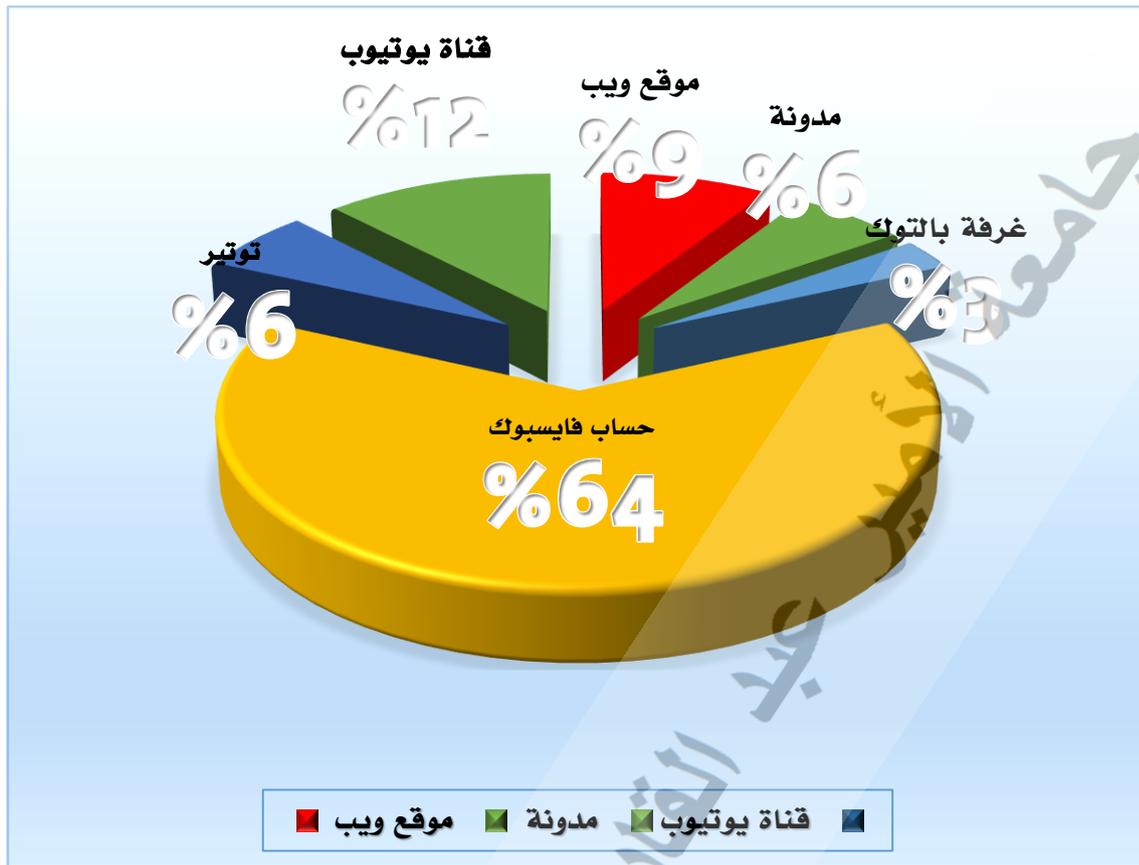
(4) نفسها.

ويمكننا أن نلاحظ من التمثيل البياني لعينة المستخدمين للإنترنت التي لم تنشئ صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي أنه ليس له أي تأثير على الأسباب الكامنة وراء عدم إنشاء صفحة دعوية، وكل الأسباب موزعة بشكل متقارب بين كل المستويات التعليمية.

جدول رقم (44): توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب نوع الصفحة

النسبة المئوية %	التكرارات	الصفحة
09,10	03	موقع ويب
06,06	02	مدونة
03,03	01	غرفة بالتوك
63,63	21	حساب فايسبوك
06,06	02	توتير
12,12	04	قناة يوتيوب
% 100	33	المجموع

شكل رقم (44): التوزيع التمثيلي للعينة التي تملك صفحة دعوية حسب نوع الصفحة



يبين الجدول أعلاه توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب نوع الصفحة ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

في المرتبة الأولى الفايسبوك، فقد لقي رواجاً كبيراً لدى الأئمة بنسبة (64%)، يليه قناة اليوتيوب بنسبة (12%)، وفي المرتبة الثالثة مواقع الويب بنسبة (9%)، وفي المرتبة الرابعة كلا من المدونات وتويتر بنسبة (6%)، ثم في المرتبة الأخيرة غرف الباتوك بنسبة (9%).

جدول رقم (45): توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب نوع الصفحة ومتغير السن

المجموع	أكبر من 60		60-51		50-41		40-31		30-20		السن	نوع الصفحة
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	3	-	-	-	33.33	1	66.67	2	-	-		موقع ويب
100	2	-	-	50	1	-	50	1	-	-		مدونة

100	1	-	-	-	-	-	-	100	1	-	-	غرفة بالتوك
100	20	-	-	5	1	20	4	50	10	25	5	حساب فايسبوك
100	2	-	-	-	-	-	-	100	2	-	-	تويتر
100	40	-	-	-	-	-	-	50	2	50	2	يوتيوب
100	32	-	-	6.25	2	15.63	5	56.25	18	21.87	7	المجموع

شكل رقم (45): التمثيل البياني للعينة التي تملك صفحة دعوية

حسب نوع الصفحة ومنغير السن

يبين الجدول أعلاه توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية بحسب نوع الصفحة وعلاقتها بمتغير السن، ويمكننا أن نلاحظ ما يلي: في المرتبة الأولى الفئة العمرية 31-40 سنة فقد استخدمت كل أنواع الصفحات، المدونة بنسبة (50%) وغرفة البالتوك بنسبة (100%) أي أن مستخدمي البالتوك من هذه الفئة فقط، والفيسبوك بنسبة (50%)، وتويتر بنسبة (100%) وكذلك مستخدمي تويتر من هذه الفئة فقط، وقناة اليوتيوب بنسبة (50%)، وموقع الويب بنسبة (67%)، أما الفئة العمرية 20-30 سنة فقد استخدمت فقط الفيسبوك بنسبة (25%)، وقناة اليوتيوب بنسبة (50%)، والفئة العمرية 41-50 سنة فقد استخدمت الفيسبوك بنسبة (20%)، وموقع الويب بنسبة (33%)، أما الفئة العمرية 51-60 سنة فقد استخدمت المدونات بنسبة (50%)، والفيسبوك بنسبة (5%)، وأخيرا الفئة العمرية أكبر من 60 سنة فليس لها أي نوع من أنواع الصفحات الدعوية، فالملاحظ من هذه النتائج أن متغير السن له تأثير في نوع الصفحة الدعوية التي يستخدمها الامام، وأن الفئة العمرية 31-40 سنة استخدمت كل أنواع الصفحات وأن صفحة تويتر وغرفة البالتوك استخدمتا 100% من هذه الفئة فقط، فيما استخدمت الفئة العمرية 20-30 سنة الفيسبوك واليوتيوب، والفئة العمرية 41-50 سنة استخدمت الفيسبوك والويب، واستخدمت الفئة العمرية 51-60 سنة الفيسبوك والمدونات، فإن الفئة العمرية أكبر من 60 سنة لم تستخدم أي نوع، والملاحظ أيضا أن الفيسبوك حاضر مع كافة الفئات العمرية ويرجع ذلك إلى الانتشار الواسع له.

جدول رقم (46): توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب نوع الصفحة ومتغير المستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى نوع الصفحة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	3	-	-	33.33	1	66.67	2	-	-	-	-	موقع ويب
100	2	-	-	-	-	50	1	50	1	-	-	مدونة
100	1	-	-	100	1	-	-	-	-	-	-	غرفة بالتوك
100	20	20	4	30	6	20	4	15	3	15	3	حساب فايسبوك
100	2	-	-	-	-	100	2	-	-	-	-	تويتر
100	4	-	-	25	1	25	1	50	2	-	-	يوتيوب
100	32	12.25	4	31.25	10	31.25	10	15.62	5	38.09	3	المجموع

شکل رقم (46): التمثيل البياني للعينه التي تملك صفحه دعويه

حسب نوع الصفحه و متغير المستوى التعليمي

يبيّن الجدول أعلاه توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية بحسب نوع الصفحة ومتغير المستوى التعليمي ويمكننا أن نلاحظ التالي: فئة ما بعد التدرج فقد استخدمت فقط الفايسبوك بنسبة (20%)، أمّا فئة الليسانس فقد استخدمت غرفة البالتوك بنسبة (100%) أي أن مستخدمي البالتوك من هذه الفئة فقط، والفايسبوك بنسبة (30%)، وقناة اليوتيوب بنسبة (25%)، واستخدمت فئة الثانوي كل أنواع الصفحات ماعدا البالتوك، فالمدونة بنسبة (50%)، والفايسبوك بنسبة (20%)، وتويتر بنسبة (100%) وكذلك مستخدمي تويتر من هذه الفئة فقط، وقناة اليوتيوب بنسبة (25%)، كما استخدمت فئة المتوسط المدونة بنسبة (50%)، والفايسبوك بنسبة (15%)، وقناة اليوتيوب بنسبة (50%)، وأخيرا فئة الابتدائي فقد استخدمت فقط الفايسبوك بنسبة (15%)، ويمكننا أن نلاحظ من التمثيل البياني للعينة التي تملك صفحة دعوية بحسب نوع الصفحة ومتغير المستوى التعليمي أن هذا الأخير ليس له تأثير يذكر على نوع الصفحة الدعوية التي أنشأها الإمام، ويبقى الفايسبوك حاضرا مع كل المستويات ويرجع ذلك لانتشاره الواسع.

جدول رقم (47): توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب عرضها بياناتها الشخصية

النسبة المئوية %	التكرارات	البيانات
81,82	18	صحيحة
09,09	02	بعضها صحيح
09,09	02	مستعارة

المجموع	22	% 100
---------	----	-------

شكل رقم (47): التوزيع التمثيلي للعينة التي تملك صفحة دعوية حسب عرض بياناتها



يبين الجدول أعلاه توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب عرضها لبياناتها الشخصية ويمكننا أن نلاحظ ما يلي: نسبة كبيرة من الأئمة الذين لهم صفحة أو صفحات دعوية على الإنترنت، يقدمون أنفسهم في تلك الصفحات الخاصة بهم أو بمساجدهم ببياناتهم الشخصية الحقيقية، والتي غالبا ما تكون الصورة والاسم، وتقدر هذه النسبة بـ (82%)، وهي نسبة معتبرة ومهمة، تجعلهم يستثمرون جمهور المسجد في التفاعل والدعاية داخل الصفحة، والإمام يدفع في هذا الاتجاه عندما يكون معلوم الهوية، وهي عملية من الأهمية بمكان، فالصفحة التي لا تعرف تفاعلا ونشاطا وحيوية مصيرها للزوال، ولا تؤدي الدور المنوط بها، فيما قدرت نسبة الأئمة الذين قدموا أنفسهم ببيانات بعضها صحيح بـ (9%)، ونسبة الأئمة الذين قدموا أنفسهم ببيانات مستعارة هي (9%)، والإمام إذا قدم نفسه في صفحته الدعوية أو صفحة المسجد أو في وسائط التواصل الاجتماعي ببيانات بعضها مستعار أو كلها، فهذا يجعله في مصاف أي متصفح عادي، وكلامه لا يحظى بالاحترام المطلوب، وليس لتوجيهاته الصدى المنتظر، كما يحرم الصفحة من جمهوره الذي عادة ما يتفاعل مع المواضيع المطروحة للنقاش، وهي الغاية المرجوة من العملية في إيصال صوت الإمام إلى أكبر شريحة ممكنة.

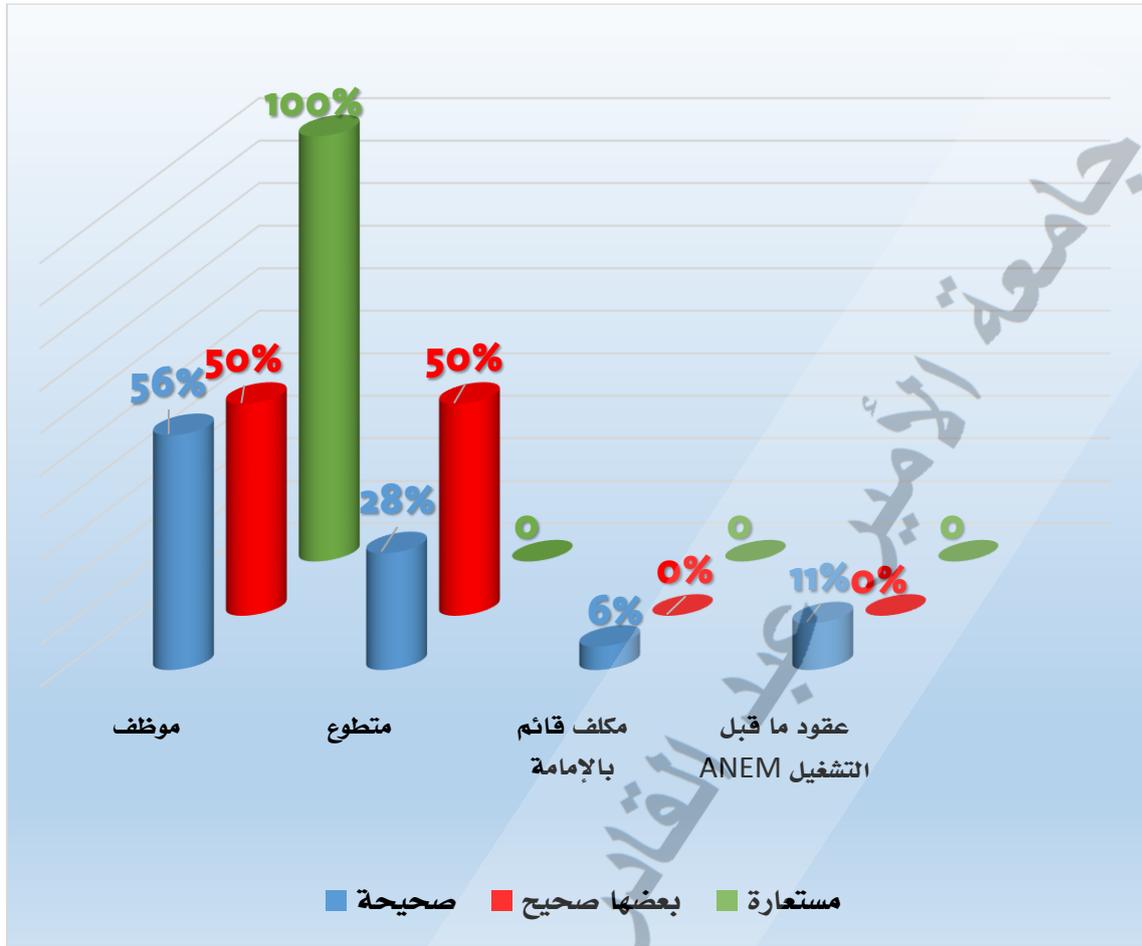
جدول رقم (48): توزيع العينة التي لها صفحة دعوية

حسب بياناتها الشخصية وعلاقتها بمتغير الوظيفية

المجموع		ANEM		مكلف ق إ		متطوع		موظف		البيانات الوظيفية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
100	18	11.11	2	5.55	1	27.78	5	55.56	10	صحيحة
100	2	-	-	-	-	50	1	50	1	بعضها صحيح
100	2	-	-	-	-	-	-	100	2	مستعارة
100	22	9.09	2	4.55	1	27.27	6	59.09	13	المجموع

شكل رقم (48): التمثيل البياني للعينة التي لها صفحة دعوية

حسب الوضعية الوظيفية وطبيعة بياناتها



يبين الجدول توزيع العينة التي لها صفحة دعوية حسب بياناتها الشخصية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية، ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

فئة الموظفين في المرتبة الأولى بالنسبة للذين بياناتهم مستعارة بنسبة (100%) فكل الذين بياناتهم مستعارة هم موظفون، والذين بياناتهم بعضها صحيح بنسبة (50%)، والذين بياناتهم صحيحة بنسبة (56,56%).

تليها فئة المتطوعين في المرتبة الثانية، فالذين بياناتهم بعضها صحيح بنسبة (50%)، والذين بياناتهم صحيحة بنسبة (27,78%)، أمّا فئة المكلفين القائمين بالإمامة فكلهم بيانات صحيحة بنسبة (5,55%)، وكذلك فئة عقود ما قبل التشغيل فكلهم بيانات صحيحة بنسبة (11,11%).

والملاحظ من التمثيل البياني للعينة التي لها صفحة دعوية حسب بياناتها الشخصية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية، أن 82% من الأئمة بياناتهم صحيحة حسب نتائج الجدول (47) وأن هذه

النسبة الكبيرة موزعة على مختلف الوضعيات الوظيفية للإمام ما يبين أن متغير الوضعية الوظيفية ليس له أثر في عرض البيانات الشخصية من عدمه.

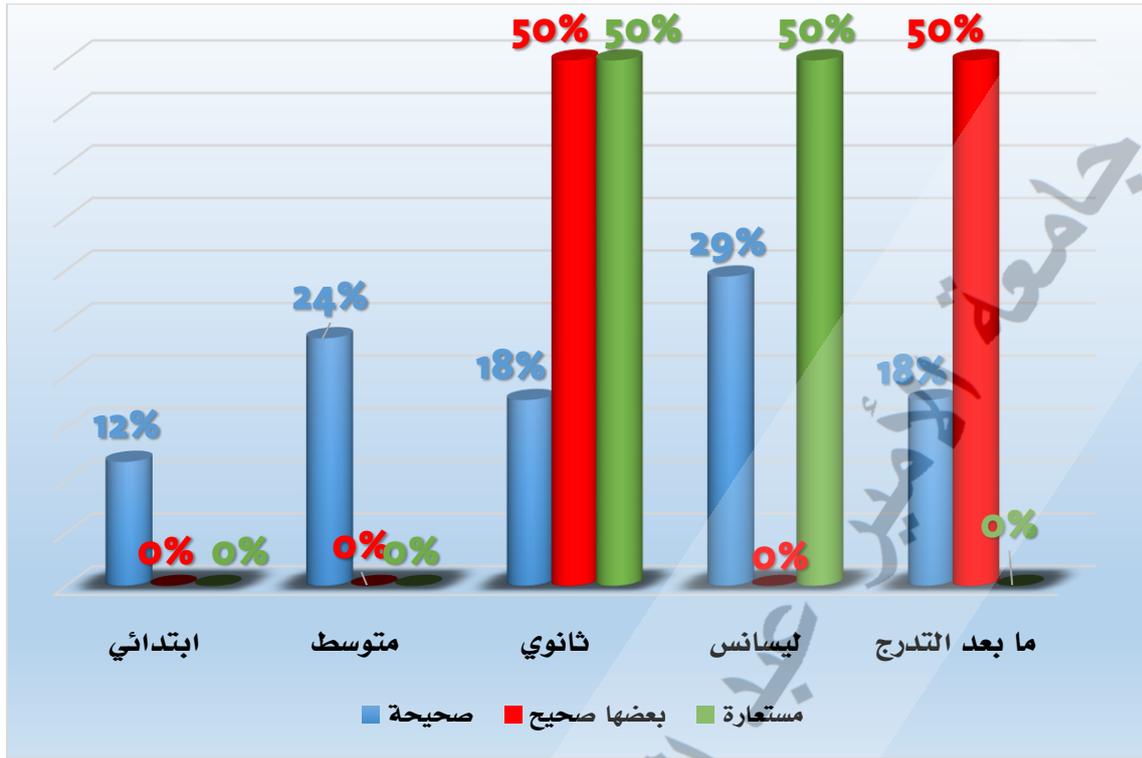
جدول رقم (49): توزيع العينة التي لها صفحة دعوية

حسب طبيعة بياناتها وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى البيانات	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	17	17.65	3	29.41	5	17.65	3	23.53	4	11.76	2	صحيحة
100	2	50	1	-	-	50	1	-	-	-	-	بعضها ص
100	2	-	-	50	1	50	1	-	-	-	-	مستعارة
100	21	19.05	4	28.57	6	23.81	5	19.05	4	9.52	2	المجموع

شكل رقم (49): توزيع العينة التي لها صفحة دعوية

حسب طبيعة بياناتها وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي



يبين الجدول توزيع العينة التي لها صفحة دعوية حسب طبيعة بياناتها وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي، ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

فئة ما بعد التدرج بلغت نسبة الذين بياناتهم صحيحة (17.65%)، والذين بياناتهم بعضها صحيح بنسبة (50%).

أما فئة الليسانس فقد بلغت نسبة الذين بياناتهم صحيحة (29.41%)، والذين بياناتهم مستعارة بنسبة (50%).

وضمنت فئة الثانوي الأصناف الثلاثة فبلغت نسبة الذين بياناتهم صحيحة (17.65%)، والذين بياناتهم بعضها صحيح بنسبة (50%)، والذين بياناتهم مستعارة بنسبة (50%).

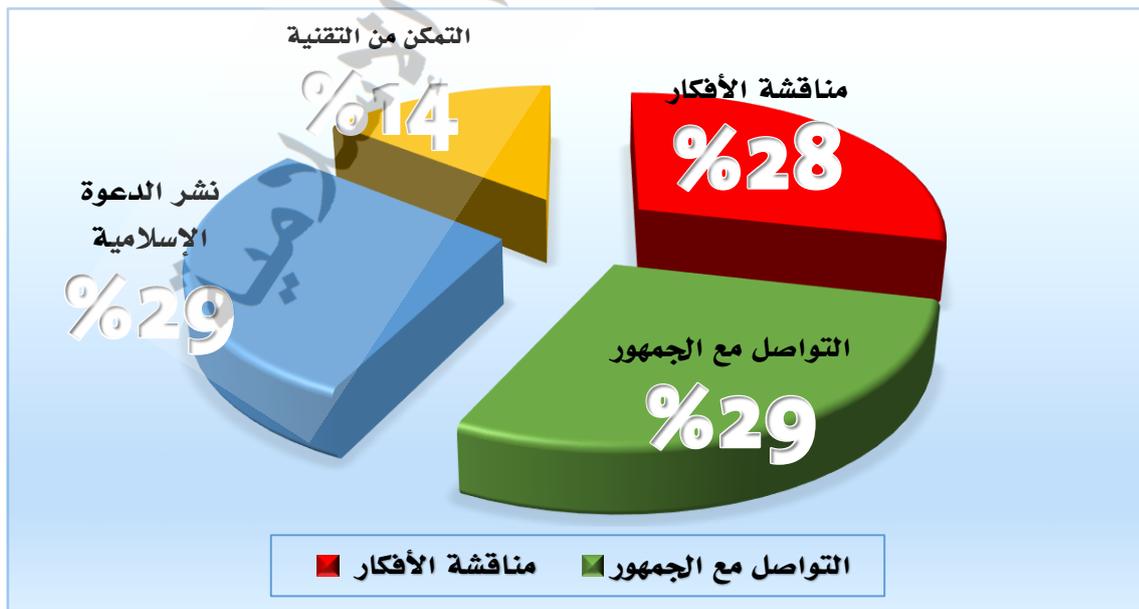
فيما ضمنّت فئة المتوسط الذين بياناتهم صحيحة فقط بنسبة (23.53%)، وكذلك فئة الابتدائي فكلهم بيانات صحيحة بنسبة (11.76%).

والملاحظ من التمثيل البياني للعينه التي لها صفحة دعوية حسب طبيعة بياناتها وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي، أن 82% من الأئمة بياناتهم صحيحة حسب نتائج الجدول (47) وأن هذه النسبة الكبيرة موزعة على مختلف المستويات التعليمية للإمام ما يبين أن متغير المستوى التعليمي ليس له أثر في عرض البيانات الشخصية من عدمه.

جدول رقم (50): توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب الغرض منها

النسبة المئوية %	التكرارات	الفائدة
28,57	16	مناقشة الأفكار
28,57	16	التواصل مع الجمهور
28,57	16	نشر الدعوة الإسلامية
14,29	08	التمكن من التقنية
% 100	56	المجموع

شكل رقم (50): التوزيع التمثيلي للعينه التي تملك صفحة دعوية حسب الغرض منها



يبين الجدول توزيع العينة التي لها صفحة دعوية حسب الغرض منها، ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

في المرتبة الأولى يستخدم الأئمة صفحاتهم الدعوية بغرض التواصل مع الجمهور بنسبة (29%)، وبنفس النسبة يستخدمون صفحاتهم الدعوية بغرض نشر الدعوة الإسلامية، وفي المرتبة الثالثة يترتب غرض مناقشة الأفكار بنسبة (28%)، أما آخر غرض الاستخدام فهو التمكين من التقنية بنسبة (14%).

جدول رقم (51): توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية

حسب الغرض منها وعلاقته بالمستوى التعليمي

المجموع	ب التدرج		ليسانس		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى الفائدة	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	16	25	4	18.75	3	18.75	3	18.75	3	18.75	3	مناقشة الأفكار
100	16	25	4	25	4	25	4	12.5	2	12.5	2	التواصل مع الجمهور
100	16	6.25	1	31.25	5	25	4	18.75	3	18.75	3	نشر الدعوة الإسلامية
100	8	-	-	25	2	25	2	25	2	25	2	التمكين من التقنية
100	56	16.07	9	25	14	23.21	13	17.86	10	17.86	10	المجموع

شكل رقم (51): التمثيل البياني للعينة التي تملك صفحة دعوية

حسب الفائدة منها والمستوى التعليمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يبين الجدول توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب الغرض منها وعلاقته بالمستوى التعليمي،
ويمكننا أن نلاحظ ما يلي:

نسبة (25%) ممن يستخدمون صفحتهم الدعوية بغرض مناقشة الأفكار مستواهم ما بعد التدرج، وبغرض التواصل مع الجمهور بنسبة (25%) كذلك، وبغرض نشر الدعوة الإسلامية بنسبة (6,25%).

ومستوى الليسانس فيستخدم فيه الأئمة صفحتهم الدعوية بغرض مناقشة الأفكار بنسبة (18,75%)، وبغرض التواصل مع الجمهور بنسبة (25%)، وبغرض نشر الدعوة الإسلامية بنسبة (31,25%)، وبغرض التمكن من التقنية بنسبة (25%).

أما المستوى الثانوي فيستخدم فيه الأئمة صفحتهم الدعوية بغرض مناقشة الأفكار بنسبة (18,75%)، وبغرض التواصل مع الجمهور بنسبة (25%)، وبغرض نشر الدعوة الإسلامية بنسبة (25%)، وبغرض التمكن من التقنية بنسبة (25%).

والمستوى المتوسط فيستخدم فيه الأئمة صفحتهم الدعوية بغرض مناقشة الأفكار بنسبة (18,75%)، وبغرض التواصل مع الجمهور بنسبة (12,5%)، وبغرض نشر الدعوة الإسلامية بنسبة (18,75%)، وبغرض التمكن من التقنية بنسبة (14%).

وأخيرا المستوى الابتدائي فيستخدم فيه الأئمة صفحتهم الدعوية بغرض مناقشة الأفكار بنسبة (18,75%)، وبغرض التواصل مع الجمهور بنسبة (12,5%)، وبغرض نشر الدعوة الإسلامية بنسبة (18,75%)، وبغرض التمكن من التقنية بنسبة (14%).

والملاحظ من التمثيل البياني لتوزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب الغرض منها بأن متغير المستوى التعليمي ليس له تأثير في توجيه الغاية من الصفحة الدعوية من غرض لآخر، وان مختلف الأغراض موزعة بشكل متقارب بين كل المستويات.

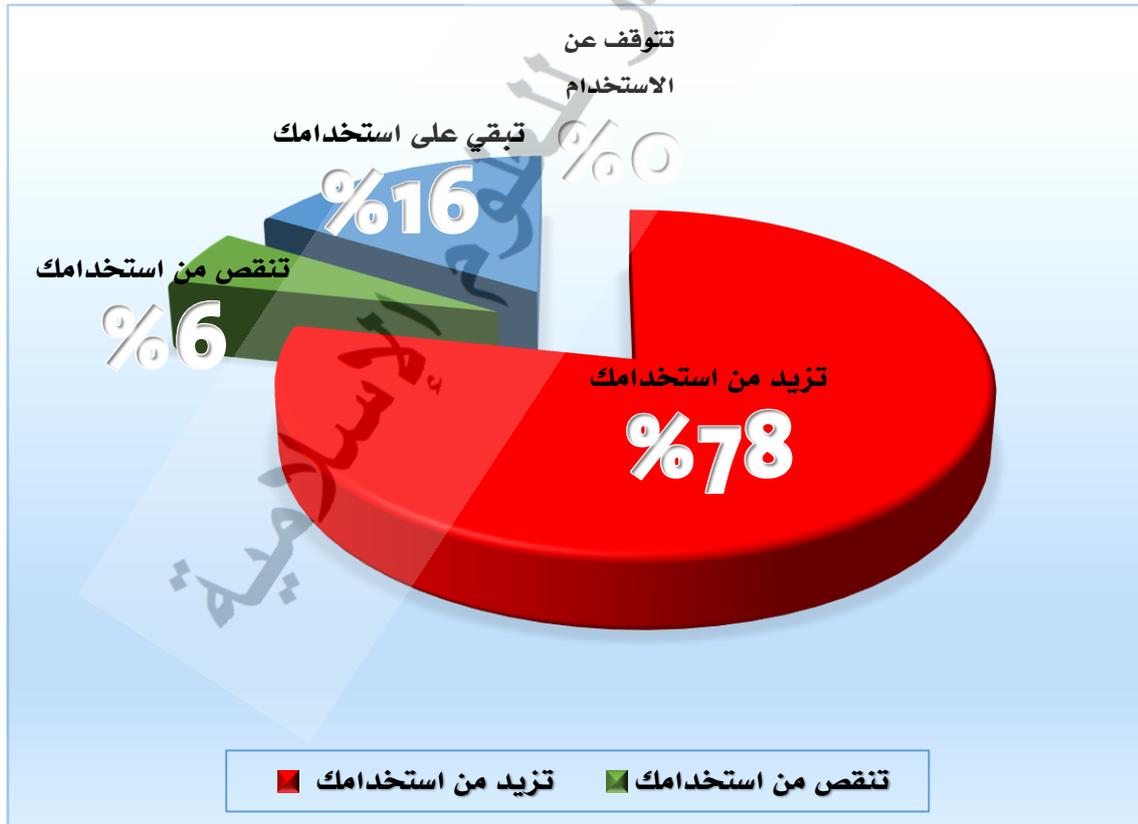
جدول رقم (52): توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية

حسب التعامل المستقبلي مع هذه المواقع.

النسبة المئوية %	التكرارات	التعامل المستقبلي مع المواقع
78,26	72	تزيد من استخدامك
05,43	05	تنقص من استخدامك
16,31	15	تبقي على استخدامك
00,00	00	تتوقف عن الاستخدام
100 %	92	المجموع

شكل رقم (52): التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للمواقع الإسلامية

حسب التعامل المستقبلي مع هذه المواقع



يمثل الجدول محاولة لتحديد الآفاق المستقبلية لاستخدام الأئمة للإنترنت، وتبين من خلال إجابات الباحثين أن الأغلبية من الأئمة ينوون زيادة استخدام الإنترنت ونسبتهم (78%)، والأئمة الذين يريدون الإبقاء على استخدام الإنترنت كما هو بلغت نسبتهم (16%)، والأئمة الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للإنترنت بلغت نسبتهم (6%)، وقد اتفقت نتائج دراستنا مع دراسة حبيبة المانع في أن الأساتذة الذين ينوون زيادة استخدام الإنترنت ونسبتهم (71,18%)، والأساتذة الذين يريدون الإبقاء على استخدام الإنترنت كما هو بلغت نسبتهم (27,06%)، أما الأساتذة الذين يريدون إنقاص الاستخدام فهي أضعف نسبة (1,76%).

اتفقت نتائج دراستنا مع دراسة باديس لونيس، حيث أن أغلبية الطلبة ينوون زيادة استخدام الإنترنت ونسبتهم (75,60%) والذين ينوون الإبقاء على استخدامهم كما هو فنسبتهم (19,51%) أما الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للإنترنت فنسبتهم (3,65%) ولا يمثل الطلبة الذين ينوون الكف تماما عن استخدام الإنترنت سوى نسبة (1,21%).

جدول رقم (53): توزيع العينة المستخدمة للإنترنت

حسب التعامل المستقبلي مع المواقع الإسلامية وعلاقته بمتغير الوضعية الوظيفية

المجموع	ANEM		مكلف ق		متطوع		موظف		الوضعية الوظيفية الدوافع	
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت		
100	71	7.04	5	7.04	5	14.08	10	71.84	51	تزيد من استخدامك
100	2	-	-	-	-	-	-	100	2	تنقص من استخدامك
100	18	-	-	11.11	2	22.22	4	66.67	12	تبقى في نفس الاستخدام
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	تتوقف عن الاستخدام
100	91	5.50	5	7.69	7	15.38	14	71.43	65	المجموع

شكل رقم (53): التمثيل البياني للعينة المستخدمة

حسب الوضعية الوظيفية والتعامل المستقبلي مع المواقع

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

يمثل الجدول توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب التعامل المستقبلي مع المواقع الإسلامية وعلاقته
بمتغير الوضعية الوظيفية وتبين من خلال إجابات المبحوثين:

نتائج الدراسة

جامعة الأمير عبد العزيز
العلوم الإسلامية

نتائج الدراسة

تهدف الدراسة إلى التعرف على استخدامات الأئمة للمواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت من خلال معرفة عادات وأنماط هذا الاستخدام والإشباع المحققة منه، وبالتالي معرفة الأبعاد الحقيقية لهذه الظاهرة من خلال الاجابة على تساؤلات الدراسة، التي أسفرت على النتائج التالية:

أولاً: خصائص المبحوثين:

- 1 - تتكون عينة الدراسة من 113 إمام مسجد موزع على مختلف بلديات ودوائر ولاية قسنطينة.
- 2 - بلغ المتوسط العمري للأئمة: سنة أي: 35 سنة و 07 أشهر و 20 يوماً.
- 3 - الفئة العمرية الواقعة بين 31-40 سنة تمثل نسبة (47%) أي (53 إماماً) من إجمالي العينة، وهي الفئة الأكبر من الأئمة، بينما تشكل الفئة العمرية الثانية 20-30 سنة نسبة (26%) أي (30 فرداً) من مجموع العينة، تليها الفئة العمرية الواقعة بين 41-50 بنسبة (19%) أي (21 فرداً) من مجموع العينة، ثم الفئة العمرية الواقعة بين 51-60 سنة بنسبة (5%) أي (6 أفراد)، وفي المرتبة الأخيرة الفئة العمرية الأكبر من 60 سنة بنسبة 3% والمتمثلة في 3 أفراد من إجمالي عينة الدراسة، وهم الأئمة المشرفون على التقاعد.
- 4 - تمثل فئة الموظفين نسبة (74%) أي (84 فرد) من إجمالي العينة، وهي الفئة الأكبر من الأئمة، بينما تشكل الفئة المتطوعين نسبة (13%) أي (15 فرد) من مجموع العينة، تليها فئة الإمام

القائم بالإمامة بنسبة (8%0) أي (9 أفراد) من مجموع العينة، وفي المرتبة الأخيرة فئة عقود ما قبل التشغيل بنسبة (5%0) أي (5 أفراد).

5 - تمثل فئة الأئمة ذوو المستوى التعليمي الثانوي نسبة (27%0) أي (30 فردا) من إجمالي العينة، وهي الفئة الأكبر من الأئمة، بينما تشكل فئة المستوى متوسط نسبة (22%0) أي (25 فردا) من مجموع العينة، تليها فئة مستوى ليسانس بنسبة (21%0) أي (24 فردا) من مجموع العينة، ثم فئة المستوى بعد التدرج بنسبة (17%0) أي (19 فردا)، وفي المرتبة الأخيرة فئة الابتدائي بنسبة (13%0) أي (15 فردا).

6 - ترتب مصادر المعرفة لدى الإمام كالتالي: استخدام الكتب في المرتبة الأولى بنسبة 21,04% ويليه المجالات بنسبة 14,48%، ثم الإنترنت في المرتبة الثالثة بنسبة 13,91%، ثم الندوات والملتقيات بنسبة 12,74%، ثم الأقراص المضغوطة بنسبة 11,39%، ثم التلفزيون بنسبة 10,81% ثم الصحف بنسبة 8,49% وأخيرا الراديو بنسبة 7,14%.

7 - متغير المستوى التعليمي ليس له أثر يذكر في اختيار الوسيلة المعرفية المناسبة، وان مختلف المصادر المعرفية موزعة بنسب متقاربة بين مختلف المستويات التعليمية للأئمة.

ثانيا: استخدام الأئمة للإنترنت:

1 - نسبة استخدام الأئمة لشبكة الإنترنت عالية، حيث بلغت (81%0) من إجمالي مفردات العينة مقابل (19%0) لا يستخدمونها.

2 - تمثل الفئة العمرية الواقعة بين 31-40 سنة أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (51,09%0) أي (47 فرداً)، وأكبر نسبة غير المستخدمة للإنترنت بنسبة (28,57%0) أي (06) أفراد.

ثاني أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 20-30 سنة بنسبة (27,17%0) المقدره بـ (25) فرداً، وهي كذلك تضم ثاني أكبر فئة غير مستخدمة للإنترنت بنسبة (23,81%0) أي (05) أفراد.

ثالث أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت تقع في الفئة 41-50 سنة بنسبة (17,4%0) أي (16) فرد وهي كذلك تضم ثالث أكبر فئة غير مستخدمة للإنترنت بنسبة (23,81%0) معبرة عن (05) أفراد.

وتضم الفئة العمرية 51-60 سنة نسبة (3,26%0) أي ثلاثة (03) أفراد يستخدمون الإنترنت ونسبة (14,28%0) أي ثلاثة (03) أفراد لا تستخدمون الإنترنت.

- كما تضم الفئة العمرية أكبر من 60 سنة نسبة (1,08%) أي فرد واحد (01) يستخدم الإنترنت ونسبة (9,53%) أي فردان (02) لا يستخدمان الإنترنت.
- 3 - المتوسط العمري للأئمة المستخدمين للإنترنت هو 35 سنة و03 أشهر و18 يوم.
- 4 - المتوسط العمري للأئمة غير المستخدمين للإنترنت هو 38 سنة و06 أشهر و10 أيام.
- 5 - تمثل فئة الموظفين أكبر نسبة مستخدمة للإنترنت بنسبة (73,92%) أي (68) فرد كما تمثل أكبر نسبة لغير المستخدمين للإنترنت بنسبة (80,95%) أي (17) فردا.
- ومثلت فئة المتطوعون ثاني نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (14,13%) أي (13) فرد فيما بلغت نسبة غير المستخدمين للإنترنت (4,76%) أي (01) فردا.
- وبلغت فئة المكلفون القائمون بالإمامة النسبة المستخدمة للإنترنت فيها (6,52%) أي (06) أفراد وبلغت نسبة غير المستخدمين للإنترنت (14,29%) أي (03) أفراد.
- وأخيرا ضمت فئة عقود ما قبل التشغيل فئة المستخدمين للإنترنت فقط بنسبة (5,43%) أي (05) أفراد.
- 6 - متغير الوضعية الوظيفية ليس لها تأثير أو علاقة باستخدام الإنترنت لدى الأئمة من عدمه.
- 7 - تمثل فئة المستوى الثانوي أكبر نسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (25%) أي (23) فردا، كما تمثل أكبر نسبة لغير المستخدمين للإنترنت بنسبة (28,57%) أي (06) أفراد.
- والفئة الثانية الأكثر استخداما للإنترنت هي فئة مستوى ليسانس بنسبة (21,74%) أي (20) فردا مقابل نسبة (19,05%) أي (04) أفراد غير مستخدمين للإنترنت.
- أما فئة مستوى ما بعد التدرج فجاءت في المرتبة الثانية كذلك بالنسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (21,74%) أي (20) فردا، ونسبة غير المستخدمين للإنترنت منعدمة.
- في المرتبة الرابعة فئة المستوى المتوسط للمستخدمين بنسبة (20,65%) أي (19) فردا، وغير المستخدمين بنسبة (28,57%) أي (06) أفراد.
- والمرتبة الأخيرة لفئة المستوى الابتدائي بالنسبة للمستخدمين للإنترنت بنسبة (10,87%) أي (10) أفراد، ونسبة غير المستخدمين للإنترنت (23,81%) أي (05) أفراد.
- 8 - نستنتج من نتائج المستويين الابتدائي وما بعد التدرج أن متغير المستوى التعليمي له علاقة بعملية استخدام الإنترنت، فالمستوى الابتدائي تقل لديهم عملية الاستخدام وتكبر نسبة الذين لا يستخدمون الإنترنت، أين تنعدم هذه الأخيرة تماما في فئة ما بعد التدرج.

9 - يرجع السبب الرئيس في عدم استخدام بعض الأئمة لشبكة الإنترنت إلى عدم الاشتراك فيها بنسبة (36%)، وإلى عدم ملكية جهاز الحاسوب بنسبة (32%)، وإلى الضعف في استخدام التقنية بنسبة (28%)، ونسبة (4%) بررت عدم استخدامها للإنترنت بعدم ثقتها في المعلومات التي توفرها الشبكة.

10 - متغير المستوى التعليمي ليس له تأثير في مختلف الأسباب الحائلة بين الاستخدام وعدمه، إلا المستوى الابتدائي الذي أبدى تحفظه من استخدام الإنترنت بسبب عدم الثقة في معلومة هذه التقنية بنسبة مطلقة.

11 - توزيع العينة الممتنعة عن استخدام الإنترنت حسب الاستخدام المستقبلي له، فالغالبية منهم (81%) قد أجابوا بأنهم سيستخدمون الإنترنت مستقبلاً، بينما (19%) من الأئمة قد أجابوا بأنهم لن يستخدموا الإنترنت مستقبلاً.

ثالثاً: عادات استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية:

1 - أغلب الأئمة يستخدمون الإنترنت في منازلهم بنسبة (56%)، وفي المرتبة الثانية بنسبة (30%) يكون الاستخدام من مقاهي الإنترنت، ونسبة استخدام الأئمة للإنترنت من المسجد قدرت بـ(7%) وهي نسبة ضئيلة جداً.

2 - بلغت نسبة الأئمة الذين يفضلون استخدام الإنترنت بمفردهم (63%)، تلتها نسبة الأئمة الذين يفضلون استخدام الإنترنت مع العائلة بـ (26%)، وأخيراً نسبة (11%) والتي تعبر عن نسبة الأئمة الذين يفضلون استخدام الإنترنت مع الأصدقاء.

3 - بلغت نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية غالباً (75%)، تلتها نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أحياناً بـ (16,3%)، وأخيراً نسبة (8,7%) والتي تعبر عن الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية نادراً.

4 - متوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية غالباً يساوي متوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية أحياناً والمقدر بأكثر من 35 سنة، ومتوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية نادراً يقل عنه ويقدر بـ 31 سنة، ويبقى متوسط كل الفئات يدور في السياق الشباني بين 31 و40 سنة.

5 - بلغت مدة تصفح الأئمة للمواقع الإسلامية من 1 ساعة إلى 3 ساعة نسبة (52%)، تلتها نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أقل من 1 ساعة بـ (44%)، وأخيرا نسبة الأئمة الذين يتصفحون المواقع الإسلامية أكثر من 3 ساعة بـ نسبة (4%).

6 - المتوسط الزمني اليومي للتصفح هو: 1 ساعة و32 دقيقة.

7 - العينة المستخدمة للإنترنت وعلاقتها بالمستوى التعليمي أن فئتي المستوى الثانوي والمتوسط لا تضمان أي عينة تستخدم الإنترنت لمدة زمنية تزيد على الثلاث ساعات، وهو الاستخدام الأول في فئة اليسانس والثاني في فئتي ما بعد التدرج والابتدائي، أما باقي الاستغراقات الزمنية أي: أقل من 1 ساعة وبين 1 ساعة و3 ساعات، فكانت موزعة بشكل متقارب بين كل الفئات.

8 - متوسط أعمار الأئمة المستخدمين للإنترنت بأحجام زمنية متقاربة يتراوح بين 34 سنة و36 سنة فهو يدور في السياق الشباني.

9 - في المرتبة الأولى بنسبة (57%) من عينة الدراسة بدأوا استخدام الإنترنت منذ أكثر من 4 سنوات، وفي المرتبة الثانية نسبة (17%) بدأوا استخدام الإنترنت من 2 سنة إلى 3 سنة، وفي المرتبة الثالثة نسبة (16%) بدأوا استخدام الإنترنت من 1 سنة إلى 2 سنة، وفي المرتبة الأخيرة نسبة (10%) بدأوا استخدام الإنترنت من 3 سنوات.

10 - الفترة الصباحية أكثر الفترات تفضيلا عند الأئمة وذلك بنسبة (37%)، تليها الفترة الليلية بنسبة (30%)، ثم الفترة المسائية بنسبة (25%)، وأخيرا فترة الظهر بنسبة (8%).

11 - متوسط أعمار الأئمة المتصفحين للمواقع الإسلامية متقارب بين الصباحية والمسائية والليلية ويتراوح بين 34 سنة و36 سنة، وشذ عنهم قليلا فترة الظهر التي استقطبت الأئمة ذوو متوسط العمر 28 سنة.

12 - أنّ (57%) من الأئمة أحيانا يواجهون صعوبات، و(14%) نادرا ما يواجهون صعوبات، و(13%) لا يواجهون صعوبات أبدا، و(12%) دائما يواجهون صعوبات، وأخيرا (4%) غالبا ما يواجهون صعوبات.

13 - أغلب هذه الصعوبات تتمثل أساسا في ضعف تدفق الإنترنت بنسبة (51%)، في المرتبة الثانية غياب التوثيق، وضعف في اللغات الأجنبية كلاهما بنسبة (16%)، وفي المرتبة الثالثة قلة المواد المعروضة بنسبة (8%)، وفي المرتبة الرابعة صعوبة تصفح المواقع بنسبة (6%)، وأخيرا بعض الصعوبات المتفرقة التي رآها بعض الأئمة وطرحوها وتتمثل في ظهور إعلانات وصور غير لائقة أحيانا، غياب

الثقافة الغربية الجادة والمنصفة، وكثير من المنتديات الإسلامية تلمزك التسجيل فيها ثم الإبحار، كل تلك الصعوبات بنسبة (3%).

14 - حسب العينة المتصفح للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي، أن كل الفئات تعاني من مختلف الصعوبات وبأحجام متقاربة.
رابعاً: أنماط استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية:

1 - المواقع ذات المحتوى الإصلاحي التوجيهي هي الأكثر تصفحاً لدى الأئمة بنسبة (28%)، تليها المواقع ذات المحتوى التربوي التعليمي بنسبة (27%)، ثم المواقع ذات المحتوى الروحي التعبدي بنسبة (19%)، تليها المواقع ذات المحتوى الثقافي بنسبة (15%)، ثم المواقع ذات المحتوى الاجتماعي الخدماتي بنسبة (11%)، وأخيراً مواقع ذات محتويات أخرى تعنى بالجانب العلمي والتصدي للتنصير والتعريف بالإسلام بنسبة (1%).

2 - نسبة معتبرة جدا توعز تفضيلها لتلك المواقع لأنها تلي احتياجاتها المعرفية وتقدر هذه النسبة ب (45%)، و (23%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها توافق قناعاتها، (18%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بكثرتها وتنوع خدماتها، (6%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بثقتهم في القائمين عليها، (5%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بعدم وجود سبب معين، (2%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مشهورة، (1%) من عينة الدراسة بررت تفضيلها لتلك المواقع بأنها مهمة للتواصل وتساعد على أداء الأمانة والرسالة.

3 - متغير المستوى التعليمي ليس له أي أثر في توجيهه أو تحديد سبب معين دون آخر يتحكم في اختيارات الإمام اتجاه مختلف محتويات المواقع الإسلامية.

4 - خدمة تنزيل الملفات هي الأكثر تفضيلاً لدى الأئمة حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (25%)، تليها الصوتيات بنسبة (16%)، ثم الفايسبوك بنسبة (15%)، وفي المرتبة الرابعة المرئيات بنسبة (14%)، ثم اليوتيوب بنسبة (10%)، ثم الأخبار بنسبة (9%)، ثم تويتر والنشرات بنسبة (4%)، تليها المحادثة بنسبة (2%)، وأخيراً خدمات أخرى¹ بنسبة (1%).

خامساً: الإشباع المحققة من استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية:

¹ عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: البحث، مراجعة بعض المواضيع الهامة المكتوبة، المنتديات.

- 1 - أكبر نسبة تستخدم المواقع الإسلامية بدافع الاطلاع بأحوال المسلمين بنسبة (30%)، وفي المرتبة الثانية يأتي دافع التواصل بالأئمة والدعاة بنسبة (23%)، وفي المرتبة الثالثة دافع الحصول على الفتوى بنسبة (18%)، وفي المرتبة الرابعة دافع التعرف على انشغالات الناس بنسبة (13%)، ثم في المرتبة الخامسة دافع نشر الإسهامات الخاصة الدعوية بنسبة (7%)، وفي المرتبة السادسة فبدافع الترفيه والتسلية بنسبة (5%)، وفي المرتبة الأخيرة فبدوافع أخرى¹ بنسبة (4%).
- 2 - الفئة الشبانية وتأكيدا الفئة: 31-40 سنة هي الأكثر تصفحا، وبالتالي لها دوافع أقوى تحفزها على التصفح والإبحار في المواقع الإسلامية المختلفة، والدليل على ذلك أن كل المتوسطات العمرية لكل الدوافع تدور بين 34,75 سنة و 38,77 سنة، أي الفئة السابقة الذكر.
- 3 - أن المرتبة الأولى يتقاسمها نوعان من الاشبثات وهما: المادة الدعوية تحضيرا للخطبة، والتحميل كلاهما بنسبة (32%)، وفي المرتبة الثانية المكتبات الافتراضية بنسبة (17%)، ثم في المرتبة الرابعة الصوتيات والمرئيات بنسبة (16%)، وأخيرا إشباعات أخرى² بنسبة (3%).
- 4 - الحجم الأكبر من الإشباعات حققته فئة الموظفين وبمختلف صورته، وباقي الفئات وإن حققت بعض الإشباعات من المواقع الإسلامية إلا أنها لا ترقى للحجم الذي حققته فئة الموظفين.
- 5 - نسبة كبيرة جداً من الأئمة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية ليس لهم صفحة دعوية على الشبكة العنكبوتية - الإنترنت - وتقدر هذه النسبة بـ (77,17%)، ونسبة صغيرة فقط تنشط دعويا على النت وأنشأت صفحة دعوية وتقدر نسبتها بـ (22,83%).

¹ عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: البحث عن الكتب واكتساب المعارف العلمية بأساليب سهلة، ودخول المواقع العلمية وشروحات المتون، والبحث العلمي في الفقه وأصوله، واتباع الملتقيات وتوجيهاتها، وتصفح الانتاج الفكري لبعض المفكرين والعلماء، وسرعة التوصل للمعلومة واختصار الوقت، وإعداد البحوث وخطب الجمعة، ومطالعة فتاوى النوازل وقراءة المقالات العامة ذات منظور فكري إسلامي تخص السياسة والمجتمع.

² عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: الاضطلاع على المصادر المعتمدة، تحسين المستوى والاطلاع بأحوال المسلمين في العالم، دروس وخطب مرئية، الدراسات الإسلامية، البحوث والأخبار والكتابات.

- 6 - أول سبب حال دون الإمام وإنشائه لصفحة دعوية هو اقتصار جهده على المسجد بنسبة (56%)، ثاني سبب هو عدم قدرته على إنشاء صفحة دعوية بنسبة (16%)، وفي المرتبة الثانية كذلك أسباب أخرى¹ بنسبة (16%)، وفي المرتبة الرابعة عدم ثقته في جمهور الإنترنت بنسبة (12%).
- 7 - ليس لمتغير الوضعية الوظيفية أي تأثير على الأسباب الكامنة وراء عدم إنشاء صفحة دعوية، وارتفاع نسبة هذه الأسباب لدى فئة الموظفين، وانخفاضها لدى الفئات الأخرى انما مرده لارتفاع نسبة الموظفين أساسا وانخفاض نسب باقي الفئات الوظيفية.
- 8 - ليس لمتغير المستوى التعليمي أي تأثير في الأسباب الكامنة وراء عدم إنشاء صفحة دعوية، وكل الأسباب موزعة بشكل متقارب بين كل المستويات التعليمية.
- 9 - في المرتبة الأولى الفيسبوك، فقد لقي رواجاً كبيراً لدى الأئمة بنسبة (64%)، يليه قناة اليوتيوب بنسبة (12%)، وفي المرتبة الثالثة مواقع الويب بنسبة (9%)، وفي المرتبة الرابعة كلا من المدونات والتويتر بنسبة (6%)، ثم في المرتبة الأخيرة غرف البالتوك بنسبة (9%).
- 10 - أن متغير السن له تأثير في نوع الصفحة الدعوية التي يستخدمها الامام، وأن الفئة العمرية 31-40 سنة استخدمت كل أنواع الصفحات وأن صفحة التويتر وغرفة البالتوك استخدمتا 100% من هذه الفئة فقط، فيما استخدمت الفئة العمرية 20-30 سنة الفيسبوك واليوتيوب، والفئة العمرية 41-50 سنة استخدمت الفيسبوك والويب، واستخدمت الفئة العمرية 51-60 سنة الفيسبوك والمدونات، فإن الفئة العمرية أكبر من 60 سنة لم تستخدم أي نوع من تلك الصفحات.
- 11 - المستوى التعليمي ليس له تأثير يذكر على نوع الصفحة الدعوية التي أنشأها الامام.
- 12 - نسبة كبيرة من الأئمة الذين لهم صفحة أو صفحات دعوية على الإنترنت، يقدمون أنفسهم في تلك الصفحات الخاصة بهم أو بمساجدهم ببياناتهم الشخصية الحقيقية، والتي غالباً ما تكون الصورة والاسم، وتقدر هذه النسبة بـ (82%)، وهي نسبة معتبرة ومهمة، تجعلهم يستثمرون جمهور المسجد في التفاعل والدعاية داخل الصفحة، فيما قدرت نسبة الأئمة الذين قدموا أنفسهم ببيانات بعضها صحيح بـ (9%)، ونسبة الأئمة الذين قدموا أنفسهم ببيانات مستعارة هي (9%).
- 13 - 82% من الأئمة بياناتهم صحيحة وهذه النسبة الكبيرة موزعة على مختلف الوضعيات الوظيفية للإمام ما يبين أن متغير الوضعية الوظيفية ليس له أثر في عرض البيانات الشخصية من عدمه.

¹ عبّر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: لم تتوفر الظروف المناسبة بعد، الإنترنت ليست ميسرة، لست مؤهلاً لذلك، ضيق الوقت، كثرة انشغالاتي بسبب: وظائف أمارسها في قطاع التربية والتعليم وتكوين الأئمة والدعوة في السجون والأماكن العامة، كثرة المواقع يسبب لي عجزاً في إضافة الجديد لهذا المجال.

- 14 - متغير المستوى التعليمي ليس له أثر في عرض البيانات الشخصية من عدمه.
- 15 - في المرتبة الأولى يستخدم الأئمة صفحتهم الدعوية بغرض التواصل مع الجمهور بنسبة (29%)، وبنفس النسبة يستخدمون صفحتهم الدعوية بغرض نشر الدعوة الإسلامية، وفي المرتبة الثالثة يترتب غرض مناقشة الأفكار بنسبة (28%)، أما آخر غرض الاستخدام فهو التمكن من التقنية بنسبة (14%).
- 16 - متغير المستوى التعليمي ليس له تأثير في توجيه الغاية من الصفحة الدعوية من غرض لآخر، وإن مختلف الأغراض موزعة بشكل متقارب بين كل المستويات.
- 17 - الأغلبية من الأئمة ينوون زيادة استخدام الإنترنت ونسبتهم (78%)، والأئمة الذين يريدون الإبقاء على استخدام الإنترنت كما هو بلغت نسبتهم (16%)، والأئمة الذين ينوون الإنقاص من استخدامهم للإنترنت بلغت نسبتهم (6%).

جامعة

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

خاتمة:

تناولت الدراسة استخدامات الأئمة للمواقع الإسلامية والإشباع المحققة منها. وأكدت النتائج المتوصل إليها أن مجتمع الأئمة هو مجتمع شباني بامتياز فالمتوسط العمري للأئمة هو 35.64 سنة ويمثل 73% من الأئمة شباب تتراوح أعمارهم بين 20 و 40 سنة، وأن لهم كل المستويات التعليمية من الابتدائي إلى ما بعد التدرج، وأن هناك إقبالا كبيرا من طرف الأئمة على استخدام الإنترنت قدرت بنسبة 81% أي أكثر من الثلثين. كما حاولت هذه الدراسة الإجابة عن بعض التساؤلات، المتعلقة بعادات وأنماط استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية واستكشاف أهم ملامح الإشباع الخاصة بالإمام أو الخاصة بالعمل الدعوي التي تحققها المواقع الإسلامية لهم. وتمثل ظاهرة الإنترنت ومن خلالها المواقع الإسلامية أهمية علمية ومجتمعية قصوى، بما توفره من مادة علمية وخدمات في قوالب متنوعة تسهل عملية البحث للجمهور في عملية تفاعلية، تقرب الدعاة والعلماء من جمهور المسلمين ويتسنى لهم الاطلاع على الموروث العلمي والتساؤل في أمور النوازل دون وسائط بين الناس والدعاة. فالبحث محاولة لمعرفة مدى قوة العلاقة الرابطة بين رجل الدعوة من جهة وهذا المنتج الحضاري الذي أصبح ميزة العصر في التواصل ونقل المعلومات وتعميمها على كل المجتمعات. كما حاولنا الاستئناس ببعض المقاربات من علوم الإعلام والاتصال، ومنها نظرية الاستخدامات والإشباع فالجمهور وحده من يستطيع الكشف عن هذه الأهداف والاهتمامات والدوافع باعتباره مشارك نشيط وفعال في العملية الاتصالية.

فقد أظهرت هذه الدراسة أن نسبة الأئمة الذين غالباً ما يتصفحون المواقع الإسلامية بلغت (75%) وأن المتوسط الزمني اليومي للتصفح هو: 1 ساعة و32 دقيقة، يتصفحون خلال هذا الحيز الزمني المواقع ذات المحتوى الإصلاحى التوجيهى وهى الأكثر تصفحاً لدى الأئمة، تليها المواقع ذات المحتوى التربوي التعليمي، ثم المواقع ذات المحتوى الروحي التعبدي، تليها المواقع ذات المحتوى الثقافى، ثم المواقع ذات المحتوى الاجتماعى الخدمائى، وأخيراً مواقع ذات محتويات أخرى تعنى بالجانب العلمى والتصدي للتنصير والتعريف بالإسلام.

وأن الدوافع الكامنة وراء تصفحهم لتلك المواقع قصد الاطلاع بأحوال المسلمين، وبدافع التواصل بالأئمة والدعاة، وقصد الحصول على الفتوى، وبدافع التعرف على انشغالات الناس، ونشر الاسهامات الخاصة بالدعوة، وأخيراً الترفيه والتسلية.

وتترتب الإشباعات المحققة من هذا الاستخدام للمواقع الإسلامية كالتالى: المادة الدعوية تحضيراً للخطبة ثم التحميل ثم المكتبات الافتراضية وفى المرتبة الرابعة الصوتيات والمرئيات وأخيراً إشباعات أخرى¹، وأن نسبة كبيرة جداً من الأئمة الذين يستخدمون المواقع الإسلامية ليس لهم صفحة دعوية على الشبكة العنكبوتية -الإنترنت- وتقدر هذه النسبة بـ (17,77%)، ونسبة صغيرة فقط تنشط دعويًا على النت وأنشأت صفحة دعوية وتقدر نسبتها بـ (22,83%).

وهو ما يبين بأن استخدامات الأئمة للمواقع الإسلامية قصد تحقيق إشباعات ذاتية للإمام أكثر منها للعمل الدعوي ونشر الدعوة الإسلامية عبر النت.

وتتمثل طبيعة الصفحة الدعوية فى الفايسبوك، فقد لقي رواجاً كبيراً لدى الأئمة نسبة (64%)، يليه قناة اليوتيوب، ثم مواقع الويب، ثم المدونات والتويتر، ثم فى المرتبة الأخيرة غرف البالتوك.

وبناء على النتائج المتوصل إليها فى هذه الدراسة، وأهمية الموضوع من الناحية الإعلامية والدعوية، فإن الإمام كونه رجل دعوة، عليه أن يستحضر هذا الوصف وهو يتصفح مواقع الإنترنت، بأن تكون له بصمة دعوية فى هذا الحقل ينبىء بما ظلمات الكثير من المتصفحين العاديين الذين يلجئون عالم الإنترنت ويتيهون بين شبهاته وشهواته، وعلى الجهات الوصية على الإمام أن تقوم بعمليات تحسيسية للأئمة قصد استثمار هذه التكنولوجيا من خلال توفيرها لهم ومد شبكات الإنترنت عبر كل المساجد؛ ومقربتها وتجهيزها خدمة للدين الإسلامى ولجمهور المصلين وللناس كافة.

¹ عبر بعض أفراد عينة الدراسة على أخرى ب: الاضطلاع على المصادر المعتمدة، تحسين المستوى والاطلاع بأحوال المسلمين فى العالم، دروس وخطب مرئية، الدراسات الإسلامية، البحوث والأخبار والكتابات.

كما لا يفوتنا أن نطرح بعض المقترحات التي تصلح كمواضيع للدراسة المستقبلية في هذا المجال، منها دراسات حول المسجد ورسالته، فلما أصبح كل ما يعيش على أرض الواقع يمكن تفعيله في الفضاء الشبكي، فمن هنا تأتي أهمية مفهوم «المسجد الإلكتروني» باعتبار دور المسجد المحوري في المجتمع الإسلامي، والمقصود بالمسجد الإلكتروني «نشر رسالة المسجد باستخدام الأدوات التي توفرها شبكة الإنترنت، وبالاستفادة من تكنولوجيا الاتصال التفاعلية الحديثة».

وكذا دراسات تتناول الفايبريوك الناصح الأمين كون الفايبريوك يقوم أساسا على مد علاقات صداقة بين أفراد، ولا تنجح العلاقة إذا ما بنيت على الكذب والاحتيال والخيانة خاصة والعالم يعرف انتشارا رهيبا لهذا البرنامج، كما اقترح مواضيع تخدم تويتير الداعية، كون التويتير يربط أفراد بعضهم ببعض بتغريدات دورية ودائمة تحمل جديد المغرد وأخباره، وأقترح موضوع يوتيوب الجمعة، حتى تكون جمعات كل المساجد موثقة صوة وصورة وحتى تعم الفائدة.

ومثله غرف البالتوك وخدمات السكايب التي تحتاج لمزيد من الدراسة والبحث قصد إثراء الحقل الدعوي يمثل هذه التكنولوجيا وتدليلها لرجال الدعوة حتى يتسنى لهم مخاطبة شريحة واسعة من الجمهور وعدم الاقتصار على رواد المسجد فقط؛ خاصة وأن المجتمع الجزائري وحسب المؤشرات الحالية التي توحى بتزايد درجة تفاعل الأفراد مع الإنترنت من جهة ومع الوسائط التواصلية بشكل أكبر.

وفي الأخير فإن لكل جواد كبرة ولكل عالم هفوة ونحن نقر بأن لهذه الدراسة حدودا وقصورا، وهو من طبيعة الجهد البشري فإن أي عمل لا يخلو من النقائص والعثرات غير أننا نأمل أن تكون محفزة لدراسات أخرى، يستفاد من إيجابياتها وتسد نقائصها لتكون المنطلق لما هو أحسن مستقبلا بحول الله.

قائمة المصادر والمراجع

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

القرآن الكريم برواية ورش عن نافع.
أولا / كتب الحديث:

- 1- البخاري محمد بن إسماعيل أبو عبد الله الجعفي، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه - صحيح البخاري-، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، شرح وتعليق، مصطفى ديب البغا، بيروت، دار طوق النجاة، ط1، 1422هـ.
- 2- البيهقي أبو بكر، السنن الكبرى، تحقيق: محمد عبد القادر عطا، بيروت - لبنان-، دار الكتب العلمية، الطبعة: الثالثة، 1424 هـ - 2003 م.
- 3- الطبراني أبو القاسم، المعجم الأوسط، تحقيق: طارق بن عوض الله بن محمد، عبد المحسن بن إبراهيم الحسيني، القاهرة، دار الحرمين.
- 4- أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق، سنن أبي داود، تحقيق: محمد محيي الدين عبد الحميد، بيروت-صيدا-، المكتبة العصرية.
- 5- مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، بيروت، دار إحياء التراث العربي.

ثانيا / الكتب باللغة العربية:

- 6- الحسيني أماني عمر، الإعلام والمجتمع " أطفال في ظروف صعبة ووسائل إعلام مؤثرة"، ط1، القاهرة، عالم الكتب، 2005م.
- 7- الذهبي عثمان، سير أعلام النبلاء، تحقيق شعيب الأرنؤوط وحسين الأسد، الطبعة الأولى، مؤسسة الرسالة 1405هـ، ج 8.
- 8- الزحيلي وهبة، الفقه الاسلامي وأدلته، دمشق، دار الفكر، ط2، 1985.
- 9- السدلان صالح بن غانم، الشباب والانفتاح العالمي، ضمن أبحاث المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الفترة من 23 - 26 شعبان 1423هـ الموافق 29 / 10 / 11 / 2002م . المجلد (2) .

- 10- السمالوطي، نبيل محمد توفيق ، الدين والبناء الاجتماعي ، ط / 1 ، جدة ، المملكة العربية السعودية ، دار الشروق للطباعة ، ج 2 ، 1981 .
- 11- الطرابيشي مرفت ، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة، دار النهضة العربية ، 2006.
- 12- العادلي عبد الحكيم مرزوق ، الإعلانات الصحفية، دراسة في الاستخدامات والاشباع، ط1، القاهرة، دار الفجر، 2004.
- 13- العيلاني عبد العزيز بن محمد ، إمامة المسجد فضلها وأثرها في الدعوة، الرياض، دارالراية للنشر والتوزيع، 1414هـ.
- 14- الفتوح عبد القادر بن عبد الله ، الإنترنت للمستخدم العربي، ط1، الرياض، مكتبة العبيكان، 1998 م .
- 15- القنديلجي عامر ، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط1، دار المسيرة، 2008 م .
- 16- المقدادي خالد غسان يوسف ، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، الأردن ، دار النفائس ، 2013م.
- 17- أبو أصبع صالح خليل، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط4، الأردن ، دار الآرام ، 2004م.
- 18- أبو اصبع صالح خليل ، قضايا اعلامية، ط2 ، عمان، دار مجدلاوي ، 2005.
- 19- بدوي عبد الرحمان ، مناهج البحث العلمي، القاهرة، مكتبة النهضة العربية، 1968.
- 20- بركات عبد العزيز محمد ، مكّي حسين ابراهيم ، المدخل الى علم الاتصال، الكويت، منشورات ذات السلاسل، 1995.
- 21- تريان ماجد سالم ، الإنترنت و الصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية " ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2003 م .
- 22- حمدي حسن ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، د.ط، مصر ، دار الفكر العربي، 1991م.
- 23- حميش عبد الحق ، المواقع الإسلامية في الإنترنت وفعاليتها ، ضمن أبحاث المؤتمر العالمي التاسع للندوة العالمية للشباب الإسلامي المنعقد في الفترة من 23 - 26 شعبان 1423هـ الموافق 29 / 10 - 11 / 2002 م . المجلد (2) .

- 24- دليو فضيل ، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والاعلامية ، ط1 ، عمان ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، 2010م.
- 25- دليو فضيل ، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، مخبر علم اجتماع الاتصال، الجزائر ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2003 م.
- 26- دليو فضيل و غربي علي ، أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة ، ط2، قسنطينة ، جامعة منتوري ، 1433هـ/2012م.
- 27- ذوقان عبيدات وآخرون: البحث العلمي - مفهومه، أساليبه، أدواته، ط1 ، عمان ، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 28- ردمان الدناني عبد المالك ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت ، ط1 ، بيروت ، دار الراتب الجامعية ، 2001 م .
- 29- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007م.
- 30- سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام، ط3 ، القاهرة، عالم الكتاب ، 2004 م .
- 31- عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، ط1 ، عمان ، دار الشروق ، 2008.
- 32- عبد الحميد محمد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة ، عالم الكتب ، 1993م.
- 33- عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1 ، القاهرة ، دار الفكر العربي ، 2000 م.
- 34- عبدلي أحمد ، استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بعض المقاربات، بحث لم ينشر.
- 35- عزي عبد الرحمان ، دراسات في نظريات الاتصال (نحو فكر إعلامي متميز) ، ط1، لبنان ، مركز دراسات الوحدة العربية ، 2003.
- 36- عزي عبد الرحمان ، السعيد بومعيزة : الإعلام والمجتمع " رؤية سوسولوجية مع تطبيقات على المنطقة العربية الإسلامية"، دط، الجزائر ، دار الورسم للنشر والتوزيع ، 2010 م .
- 37- عزي عبد الرحمن ، وسائل الاتصال والعالم الدرامي، الثقافة، السنة (20)، العددان (110،111) سبتمبر، ديسمبر 1995م.
- 38- فحلة رمضان ، حسن، الصلاة المشروعة وأذكارها، قسنطينة، دار البحث، 1987م.

- 39- قاللة سليم محمد، المعلوماتية والمجتمع جدلية التأثير والتأثر، علوم وتكنولوجيا ، العدد(38)، ديسمبر 1996 م .
- 40- قيراط محمد ، عايش محمد ، استخدامات واشباعات الانترنت، ندوة ثقافة الانترنت واثرها على الشباب، ط1، جامعة الشارقة، دائرة الثقافة والاعلام، 2006.
- 41- محمد منير سعد الدين ، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، ط2، بيروت، دار بيروت المحروسة، 1418هـ/1998م.
- 42- ملفين ل- ديفلير، سانداربول - روكيتش، نظريات وسائل الاعلام ، ترجمة كمال عبد الرؤوف ، ط 5، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات ، 2004.
- 43- مكاوي حسن عماد ، السيد ليلي حسين ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3 ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية مصر ، 2003م.
- 44- منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الالكترونية، ط1، القاهرة ، دار العالم العربي ، 2011م.
- 45- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط 3، مصر ، عالم الكتب ، 2004.
- 46- محمود علم الدين، محمد تيمور ، أساسيات المعلومات والحاسبات والانترنت للإعلاميين، القاهرة ، 2005 م .
- 47- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، القاهرة، عالم الكتب ، 1993م.

ثالثا /القواميس الدوريات:

- 48- الحديثي مساعد ، الإفادة من شبكة الإنترنت في الدعوة إلى الله ، مجلة دراسات إسلامية ، العدد (2) ، السنة الأولى ، الرياض ، وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد ، مركز البحوث والدراسات الإسلامية .
- 49- الرقب صالح ، الوسائل والأساليب المعاصرة للدعوة الإسلامية، بحث مقدم لمؤتمر كلية أصول الدين، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، المنعقد في الفترة: 7-8 ربيع الأول 1426هـ- 16-17 أبريل 2005م.

- 50 - الشلهوب عبد الملك بن عبد العزيز ، استخدامات رجال الاعمال السعوديين للصفحات الاقتصادية في الصحف السعودية، الرياض ، مجلة جامعة الملك سعود، 2009م.
- 51- الفتوخ عبد القادر ، الإنترنت تقنيات و خدمات ، المجلة العربية ، العدد (10) . شوال / فبراير الرياض.
- 52- القرضاوي يوسف ، القرضاوي يناقش تجديد الخطاب الدين، جريدة البلاد، يومية جزائرية، 27 أكتوبر 2003م
- 53- ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ، لسان العرب، الطبعة الثالثة، بيروت، دار صادر ، 1414 هـ.
- 54- ذياب عبد الكريم، الدعوة الإسلامية ومواقعها على الإنترنت بين الواقع والطموح، مجلة الفرقان، العدد 261.
- 55- صلاح إسماعيل ، دراسة المفاهيم من زاوية فلسفة ، إسلامية المعرفة ، العدد (أبريل) 1997م.
- 56- مجلة البيان ، مجلة شهرية تصدر عن المنتدى الإسلامي في لندن ، السنة السادسة عشرة ، العدد 165 ، جمادى (الأولى 1422هـ الموافق ل 2001 م .
- 57- نبيل علي ، الثقافة العربية و عصر المعلومات ، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي ، سلسلة عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الآداب ، العدد(265) ، الكويت يناير 2001 .

رابعا / الجرائد اليومية والجريدة الرسمية:

- 58- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، رئاسة الحكومة، "مرسوم تنفيذي رقم 08-411 مؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1429 هـ الموافق ل 24 ديسمبر سنة 2008 م ، يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف" ، الجريدة الرسمية، عدد 73 ، الصادرة بتاريخ: 30 ذو الحجة 1429هـ الموافق ل 28 ديسمبر 2008م. 59- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قرار وزاري مشترك مؤرخ في 24 ذي الحجة عام 1419 الموافق 10 أبريل سنة 1999، يتضمن الخريطة المسجدية.
- 60- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، رئاسة الحكومة، "مرسوم تنفيذي رقم 91-81 مؤرخ في رمضان عام 1411هـ الموافق ل 23 مارس 1991م يتعلق ببناء المسجد وتنظيمه وتسييره وتحديد وظيفته".

61- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، رئاسة الحكومة، "مرسوم تنفيذي رقم 91-114 مؤرخ في 12 شوال 1411هـ الموافق لـ 27 أبريل 1991م، يتضمن القانون الاساسي الخاص بعمال قطاع الشؤون الدينية"، المادة 30، 31، 32، 33.

خامسا / المذكرات والرسائل الجامعية:

62- الأزوري تركي بن عواض ، استخدامات الشباب للمواقع الإلكترونية الإسلامية، رسالة ماجستير في الدعوة والاعلام ، كلية الدعوة و الاعلام ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض، 1432هـ = 2012م.

63- المانع حبيبة: الاستخدامات والإشباع الثقافية الإلكترونية لأساتذة التعليم الثانوي لولاية قسنطينة، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 1433هـ=2012م.

64- بوعافية عيسى، الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، رسالة ماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال ، كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، الجزائر، 1424هـ=2003م.

65- جيطاني مديحة ، استخدامات الشباب الجامعي للمواقع الإسلامية، دراسة في العادات والانماط والاتجاهات، رسالة ماجستير في الدعوة والاعلام ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ=2010م.

66- زاوي محمد الطيب ، الإعلام الاسلامي الالكتروني المعاصر، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال ، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 1425هـ=2004م.

67- صوالحي فيروز ، الخطاب الدعوي المعاصر وموانع الاستجابة السلوكية عند الفرد المسلم - دراسة نظرية وميدانية - ، رسالة ماجستير في الدعوة الإسلامية ، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 1431هـ=2010م.

68- عابد ابراهيم بن عبد الرحيم ، وسائل الدعوة الى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وكيفية استخداماتها الدعوية ، الباب الأول من رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، المملكة العربية السعودية، الرياض، 1427هـ=2007م.

- 69- عبد الباسط أحمد هاشم، التفاعلية في المجالات الالكترونية على شبكة الانترنت: دراسة تحليلية لمجلتي آخر ساعة المصرية و تايم الامريكية ، مع دراسة ميدانية للقائمين بالخدمات الالكترونية، رسالة ماجستير، كلية الآداب، قسم الاعلام ، جامعة الوادي، الجزائر، 2005م، ص .
- 70- عبدلي أحمد: استخدام الانترنت والتغير الثقافي لدى الشباب الجزائري -دراسة ميدانية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، 2010-2011م.
- 71- لويس باديس: جمهور الطلبة الجزائريين و الإنترنت ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة منتوري قسنطينة 2007 - 2008.

سادسا /المراجع باللغة الأجنبية:

- 72 - Armand et Michèle Matlart, **Histoire des théories de la communication**, édition la découverte, Pari 2002.
- 73- Eric Maigret, **Sociologie de la communication et la communication et des media** , 2eme édition, Armand Colin, Paris, 2008 .
- 74- Lehnert, Wendy, **Web 101 : making the net work for you** , boston addition wesely longman, inc, 2001.
- 75- Thurlow, Crispin, computer mediated communication, op. cit.
- 76- Musciano , chuck, et kennedy, **bill, html et xhtml : the definitive guide** (USA , oreilly, 2006.
- 77- Rudin, Richard, **an introduction to journalism : essential techniques and backdround knowledge**,(UK : focal press : 2002)

78- Szuprowicz, bohand, **building a multimedia presence on the world wide web** (south california , computer technology research group 1996).

سابعا / المواقع الالكترونية :

79- الموسوعة الحرة وبكبيديا <http://ar.wikipedia.org/wiki>

80- القريوتي عاصم بن عبد الله ، استخدام البالتوك في الدعوة إلى الله عز وجل والبديل المقترح ، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية ، الرابط: (www.said.net).

81- حمد بن محمد بن ابراهيم بن عبد الله العمران ، مقال ، الرابط:

<http://faculty.imamu.edu.sa/ccs/hialomran/Pages/7fe74864-3024-467d-a5e8-332cf6eb563e.aspx>

82- خالد بن عبد الله البشر، الدعوة إلى الله عبر الشبكة العنكبوتية، موقع الدين على شبكة المعلومات الدولية، الرابط: (<http://www.deen.ws/daoh/112.htm>).

83- خباب بن مروان الحمد، الدعوة الى الاسلام على الانترنت....تكرار أم ابتكار؟ مقال على الرابط: <http://www.saaid.net/Doat/khabab/85.hm>

84- رجب عبد الحميد محمد ، دور المقارئ الالكترونية في التعليم القرآني عبر شبكة الانترنت، نسخة الكترونية على الرابط:

http://www.kau.edu.sa/Files/0052480/Researches/56653_26932.pdf

85- شوقي عباد، طرق لخدمة الإسلام عبر الإنترنت، موقع صيد الفوائد على شبكة المعلومات الدولية، الرابط: (www.saaid.net).

86- عابد ابراهيم بن عبد الرحيم ، " وسائل الدعوة الى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وكيفية استخدامها الدعوية " ، مقال على الرابط :

<http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/234423>

87- عبد الرحمن بن عبد الله الواصل، البحث العلمي ، المملكة العربية السعودية، نسخة الكترونية، على الرابط:

<http://www.shatharat.net/vb/showthread.php?t=11507>

قائمة الملاحق ء

- قائمة مساجد ولاية قسنطينة (مجتمع الدراسة) مرفقة بقائمة
عينة الدراسة.

- اسيارة الاستبيان.

08-411
- مرسوم تنفيذي رقم

91-114
- مرسوم تنفيذي رقم

الجدول رقم 01: توزيع مساجد ولاية قسنطينة "المساجد باللون الأحمر تشكل عينة الدراسة".

قسنطينة	الفضيل الورتلان	33
قسنطينة	الحسن	34
قسنطينة	الشيخ عاشور	35
قسنطينة	النور	36
قسنطينة	الإمام علي	37
قسنطينة	هارون	38
قسنطينة	سامان الفارسي	39
قسنطينة	بلال بن رباح	40
قسنطينة	سعد بن أبي وقاص	41
قسنطينة	أبي موسى الأشعري	42
قسنطينة	عائشة أم المؤمنين	43
قسنطينة	صلاح الدم ، الابراهيم	44
قسنطينة	أبو القاسم الزغداني	45
قسنطينة	الإعتصام	46
قسنطينة	عبد الحميد بن باديس	47
قسنطينة	الصحابه	48
قسنطينة	حنيفة بن الهان	49
قسنطينة	فاطمة الزهراء	50
قسنطينة	أسامة بن زيد	51
قسنطينة	الشيخ أحمد سحنون	52
قسنطينة	الرحمان	53
قسنطينة	الإخلاص	54
قسنطينة	أحمد بن حنبل	55
قسنطينة	صهيب بن سنان	56
قسنطينة	الابراهيم	57
قسنطينة	ميرور مسجد	58
قسنطينة	لقمان	59
قسنطينة	الإصلاح	60
قسنطينة	الوحدة	61
قسنطينة	أبي حنيفة النعمان	62
قسنطينة	عائشة أم المؤمنين	63
قسنطينة	الإحسان	64
قسنطينة	الوفاء	65

الرقم	المسجد	الدائرة
1	الإيمان	قسنطينة
2	إس الصالحية	قسنطينة
3	أبي بكر الصديق	قسنطينة
4	عبد الله بن العباس	قسنطينة
5	بلقاسم البيضاوي	قسنطينة
6	التقوى	قسنطينة
7	أنس بن مالك	قسنطينة
8	الفتح	قسنطينة
9	أبو أيوب الأنصاري	قسنطينة
10	الرحمة	قسنطينة
11	عبد الحميد بن باديس	قسنطينة
12	أحمد بوقامة	قسنطينة
13	صحراوي الدراجي	قسنطينة
14	نعم النعيم	قسنطينة
15	عمرو بن العاص	قسنطينة
16	أحمد بوالبيهال	قسنطينة
17	مصعب بن عمر	قسنطينة
18	حمزة بن عبد المطلب	قسنطينة
19	أبي ذر الغفاري	قسنطينة
20	عمر بن عبد العزيز	قسنطينة
21	عمر الفاروق	قسنطينة
22	بلال بن رباح	قسنطينة
23	التوبة	قسنطينة
24	خالد بن الوليد	قسنطينة
25	معاذ بن جبل	قسنطينة
26	الحسن بن علي	قسنطينة
27	الرحمان	قسنطينة
28	الإيمان	قسنطينة
29	عنهان بن عفان	قسنطينة
30	عبد الرحمان بن عوف	قسنطينة
31	عمر الفاروق	قسنطينة
32	محمد الغزالي	قسنطينة

قسنطينة	الإمام مالك	101
قسنطينة	سيدي مغرف	102
قسنطينة	العيساوية	103
قسنطينة	سدى فوش	104
قسنطينة	الطيبية	105
قسنطينة	سيدي أحمد النجار	106
قسنطينة	س عبد الرحمان	107
قسنطينة	سيدي عفان	108
قسنطينة	الصد	109
قسنطينة	بابا هنيقي	110
قسنطينة	الهدى (الإياضية)	111
قسنطينة	الكبر	112
قسنطينة	عبد الرحمان القروي	113
قسنطينة	سيدي الكتان	114
قسنطينة	حسن باي	115
قسنطينة	سيدي لحبر	116
قسنطينة	الأربعاء سميف	117
قسنطينة	سيدي ميمون	118
قسنطينة	التيجانية السفلى	119
قسنطينة	الإستقلال	120
قسنطينة	البشر الإراهمي	121
قسنطينة	الشتلي	122
قسنطينة	العتيق	123
قسنطينة	سيدي عبد المؤمن	124
قسنطينة	الكهف	125
قسنطينة	الإمام	126
قسنطينة	التيجانية العليا	127
قسنطينة	إبراهيم من معيرة	128
قسنطينة	الهجرة	129
قسنطينة	الحلفاء الراشدين	130
قسنطينة	الإخلاص	131
قسنطينة	محمد الامير	132
قسنطينة	الغفران	133
قسنطينة	الانصار	134
قسنطينة	سراقه من مالك	135

قسنطينة	صفية بنت عمر	66
قسنطينة	محمد الفاح	67
قسنطينة	الكوير	68
قسنطينة	التوبة	69
قسنطينة	اليهداء	70
قسنطينة	الفرقان	71
قسنطينة	بلحداد	72
قسنطينة	الامير عبد القادر	73
قسنطينة	فلسطين	74
قسنطينة	مسجد	75
قسنطينة	رياض الجنة	76
قسنطينة	إس تيمية	77
قسنطينة	عروة من الزبير	78
قسنطينة	النور	79
قسنطينة	العرني التبسي	80
قسنطينة	عمار من ناصر	81
قسنطينة	عمر من الخطاب	82
قسنطينة	الغفور	83
قسنطينة	الرحمانية	84
قسنطينة	الحق	85
قسنطينة	الهدى	86
قسنطينة	المهاجرين والانصار	87
قسنطينة	خديجة أم المؤمنن	88
قسنطينة	بلال من رباح	89
قسنطينة	التوحيد	90
قسنطينة	الرحمان	91
قسنطينة	عبد الله من مسعود	92
قسنطينة	بوربارة عبد الحفيظ	93
قسنطينة	بلال من رباح	94
قسنطينة	سيدي الذرار	95
قسنطينة	الزاوية الحنصالية	96
قسنطينة	إس سمرة	97
قسنطينة	السيدة حفصة	98
قسنطينة	فاطمة الزهراء	99
قسنطينة	الإخلاص	100

الجروب	مسجد	171
الجروب	الباردة ماسينيسا	172
الجروب	أخي بكر الصديق	173
الجروب	صلاح الله الانبياء	174
الجروب	الإمام البخاري	175
الجروب	الربان	176
الجروب	عائشة أم المؤمنين	177
الجروب	كعب بن مالك	178
الجروب	مالك بن نبي	179
الجروب	أخي الدرداء	180
الجروب	جار بن عبد الله	181
الجروب	أم سلمة	182
الجروب	عائشة أم المؤمنين	183
الجروب	أحمد بسطام	184
أولاد رحون	خالد بن الوليد	185
أولاد رحون	بلال بن رباح	186
أولاد رحون	أسامة بن زيد	187
أولاد رحون	علي بن أبي طالب	188
أولاد رحون	عمر بن الخطاب	189
أولاد رحون	أخي بكر الصديق	190
أولاد رحون	عمر بن الخطاب	191
أولاد رحون	عوان راجح	192
أولاد رحون	سعد بن أبي وقاص	193
أولاد رحون	بولشفار	194
أولاد رحون	السلام	195
أولاد رحون	زيد الخير	196
أولاد رحون	علي بن أبي طالب	197
أولاد رحون	طلحة بن عبيد الله	198
عين اسارة	عقبة بن باقر	199
عين اسارة	عمار بن ياسر	200
عين اسارة	الفاروق	201
عين اسارة	التقوى	202
عين اسارة	السلام	203
عين اسارة	موسى بن نصير	204
عين اسارة	عبد الحميد بن باديس	205

قسنطينة	السلام	136
الجروب	عقبة بن باقر	137
الجروب	عبد القادر شيباد	138
الجروب	أخي ذر الغفاري	139
الجروب	الرحمان	140
الجروب	طارق بن زياد	141
الجروب	أخي بكر الصديق	142
الجروب	أخي بكر الصديق	143
الجروب	أسامة بن زيد	144
الجروب	عيان بن عفان	145
الجروب	النور	146
الجروب	الحلفاء الراشدين	147
الجروب	عمر بن الخطاب	148
الجروب	عمار بن ياسر	149
الجروب	أسامة بن زيد	150
الجروب	عمر بن الخطاب	151
الجروب	الإباضية	152
الجروب	بلخون	153
الجروب	أحمد حماني	154
الجروب	عمار بن ياسر	155
الجروب	الفتح	156
الجروب	التوبة	157
الجروب	الرحمان	158
الجروب	الوفاء	159
الجروب	معاذ بن جبل	160
الجروب	السلام	161
الجروب	عمرو بن العاص	162
الجروب	أبو عبيدة عامر بن الجراح	163
الجروب	الإعتصام	164
الجروب	إبراهيم بيوض	165
الجروب	أبو عبيدة بن الجراح	166
الجروب	سلمان الفارسي	167
الجروب	النور	168
الجروب	خديجة أم المؤمنين	169
الجروب	جعفر بن أبي طالب	170

حامة بوزيان	عقبة بن بافع	241
حامة بوزيان	عمر بن الخطاب	242
حامة بوزيان	الرحمان	243
حامة بوزيان	خالد بن الوليد	244
حامة بوزيان	التقوى	245
حامة بوزيان	الحمد	246
حامة بوزيان	أبي بكر الصديق	247
حامة بوزيان	علي بن أبي طالب	248
حامة بوزيان	الجلفاء الراشدن	249
حامة بوزيان	الهدى	250
حامة بوزيان	عبد الحميد بن باديس	251
حامة بوزيان	السلام	252
حامة بوزيان	السنة	253
حامة بوزيان	البشر الإبراهيمي	254
حامة بوزيان	الرتبة	255
حامة بوزيان	بلال بن رباح	256
زيغود يوسف	العتيق	257
زيغود يوسف	عقبة بن بافع	258
زيغود يوسف	أبي بكر الصديق	259
زيغود يوسف	أحمد بن تيمية	260
زيغود يوسف	الهجرة	261
زيغود يوسف	معاد بن جبل	262
زيغود يوسف	خالد بن الوليد	263
زيغود يوسف	الجلفاء الراشدن	264
زيغود يوسف	عبد الحميد بن باديس	265
زيغود يوسف	السلام	266
زيغود يوسف	عبد الحميد بن باديس	267
زيغود يوسف	بلال بن رباح	268
زيغود يوسف	الإعتصام	269
زيغود يوسف	الحسنين	270
زيغود يوسف	الإمام مالك	271
زيغود يوسف	زيد بن الحارثة	272
زيغود يوسف	الانصار	273
زيغود يوسف	النور	274
عبيد	العرني لعلاوي	275

عبي اسارة	بلال بن رباح	206
عبي اسارة	النور	207
عبي اسارة	مسجد	208
حامة بوزيان	الامير عبد القادر	209
حامة بوزيان	عبد الحميد بن باديس	210
حامة بوزيان	خنيوة	211
حامة بوزيان	الفتح	212
حامة بوزيان	حمزة	213
حامة بوزيان	زيد بن ثابت	214
حامة بوزيان	عمر بن الخطاب	215
حامة بوزيان	بدر	216
حامة بوزيان	الإمام مالك	217
حامة بوزيان	الحسنين	218
حامة بوزيان	علي بن أبي طالب	219
حامة بوزيان	عيان بن عفان	220
حامة بوزيان	البشر الإبراهيمي	221
حامة بوزيان	بلال بن رباح	222
حامة بوزيان	طوهرات علي	223
حامة بوزيان	العرني التبتسي	224
حامة بوزيان	حمدان بن لوئيس	225
حامة بوزيان	عمر بن الخطاب	226
حامة بوزيان	أبي بكر الصديق	227
حامة بوزيان	عمر بن الخطاب	228
حامة بوزيان	قباة	229
حامة بوزيان	عبد الحميد بن باديس	230
حامة بوزيان	الزبير بن العوام	231
حامة بوزيان	التقوى	232
حامة بوزيان	محمد الغزالي	233
حامة بوزيان	نور الإسلام	234
حامة بوزيان	الشيخ مبارك المليلي	235
حامة بوزيان	الهجرة	236
حامة بوزيان	الهداية	237
حامة بوزيان	سعد بن معاد	238
حامة بوزيان	الروضة الپيريفة	239
حامة بوزيان	أبي حنيفة النعمان	240

إس زياد	الرحمان	311
إس زياد	الإمام البخاري	312
قسنطينة	عمار فيلان	313

عس عبید	أحمد حمان	276
عس عبید	عمر من عبد العزيز	277
عس عبید	أبي ذر الغفاري	278
عس عبید	علي من أبي طالب	279
عس عبید	عمر من الخطاب	280
عس عبید	خالد من الوليد	281
عس عبید	دوبانج أحمد	282
عس عبید	طارق من زياد	283
عس عبید	الرحمة	284
عس عبید	محمد الامير	285
عس عبید	التقوى	286
عس عبید	الإمام الشافعي	287
عس عبید	التقوى	288
عس عبید	أبي بكر الصديق	289
عس عبید	جامعي عيسى	290
عس عبید	السلام	291
عس عبید	السلام	292
عس عبید	العرني التبستي	293
عس عبید	البراء من مالك	294
عس عبید	المهدي	295
إس زياد	عبد الحميد من باديس	296
إس زياد	أبي بكر الصديق	297
إس زياد	أبي بكر الصديق	298
إس زياد	عيان من عفان	299
إس زياد	عمر من الخطاب	300
إس زياد	بلال من رباح	301
إس زياد	الرحمان	302
إس زياد	الفتح	303
إس زياد	عمر من عبد العزيز	304
إس زياد	عمر من الخطاب	305
إس زياد	عبد الله من عمر	306
إس زياد	البيريف بورصاص	307
إس زياد	الإمام مالك	308
إس زياد	النور	309
إس زياد	الفتح	310

استمارة الاستبيان

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة - كلية أصول الدين ✽ قسم الدعوة والإعلام والاتصال
استمارة استبيان ضمن بحث لنيل درجة الماجستير بعنوان:
أئمة مساجد ولاية قسنطينة والمواقع الإسلامية - دراسة ميدانية -
إعداد الطالب: عادل المانع إشراف الدكتور: أحمد عبدلي
علما أن المعلومات المقدمة في هذه الاستمارة لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي، ونرجو الإجابة على جميع الأسئلة دون ذكر أسماؤكم.
ملاحظة: توضع علامة (x) أمام الإجابة المختارة.

أولا: البيانات الشخصية

س1: السن:

- من 20 إلى 30 سنة من 41 إلى 50 سنة أكبر من 61 سنة
 من 31 إلى 40 سنة من 51 إلى 60 سنة

س2: الوظيفية الوظيفية؟

- موظف مكلف قائم بالإمامة
 متطوع عقود ما قبل التشغيل (ANEM)

س3: المستوى التعليمي؟

- ابتدائي ثانوي ما بعد التدرج
 متوسط ليسانس

ثانيا: عادات الاستخدام

س4: رتب الوسائل التي تعتمد عليها في معارفك حسب أهميتها.

- الكتب التلفزيون المكتبات والندوات
 المجلات الإنترنت الأقراص المضغوطة
 الراديو الصحف

س5: هل تستخدم الإنترنت؟

- نعم ، انتقل إلى السؤال 8.
 لا ، انتقل إلى السؤال 6، والسؤال 7 فقط.

س6: لماذا لا تستخدم الإنترنت؟

- لست مشتركا في الانترنت لا أحسن استخدام الكمبيوتر لا أملك جهاز كمبيوتر
 لا أثق في معلومات الانترنت الانترنت حرام
- أخرى، أذكرها:

س7: هل تنوي استخدام الإنترنت مستقبلاً؟

نعم - لا -

س8: أين تستخدم الإنترنت؟

المنزل - مقهى الانترنت - المسجد -
- أماكن أخرى، اذكرها:

س9: هل تفضل استخدام الإنترنت:

بمفردك - مع العائلة - مع الأصدقاء -
- أخرى، اذكرها:

س10: هل تتصفح المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت :

غالباً - أحياناً - نادراً -

س11: ما هو عدد الساعات التي تقضيها يومياً في تصفحك للمواقع الإسلامية؟

- أقل من ساعة - - أكثر من (03) ساعات -
- من ساعة إلى (03) ساعات -

س12: منذ متى وأنت تتصفح المواقع الإسلامية؟

- من 1 سنة إلى 2 سنة - - من 3 سنة إلى 4 سنة -
- من 2 سنة إلى 3 سنة - - أكثر من 4 سنوات -

س13: أوقاتك المفضلة لتصفح المواقع الإسلامية هي:

- صباحاً - - مساءً -
- ظهراً - - ليلاً -

س14: هل تواجهك صعوبات خلال تصفحك للمواقع الإسلامية؟

دائماً - - أحياناً - - أبداً -
غالباً - - نادراً -

س15: إن كانت تواجهك صعوبات في تصفحك للانترنت فما هي؟

- ضعف تدفق الانترنت - - غياب التوثيق للمعلومات المعروضة -
- صعوبة تصفح المواقع - - قلة المواد المعروضة -
- ضعف في اللغات الأجنبية -
- أخرى، اذكرها:

ثالثاً: أنماط الاستخدام

س16: ماهو أفضل مضمون للمواقع الإسلامية بالنسبة لك؟

- | | | | |
|--------------------------|------------------|--------------------------|----------------|
| <input type="checkbox"/> | - إصلاحي توجيحي | <input type="checkbox"/> | - روعي تعيدي |
| <input type="checkbox"/> | - اجتماعي خدماتي | <input type="checkbox"/> | - تربوي تعليمي |
| | | <input type="checkbox"/> | - تثقيفي |

- أخرى، أذكرها:

س17: لماذا تفضل هذه المضامين؟

- | | | | |
|--------------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | - لأنها مشهورة | <input type="checkbox"/> | - لأنها تلبي احتياجاتي المعرفية |
| <input type="checkbox"/> | - أتق في القائمين عليها | <input type="checkbox"/> | - لأنها توافق قناعاتي |
| <input type="checkbox"/> | - لا يوجد سبب معين | <input type="checkbox"/> | - لكثرة وتنوع خدماتها |

- أخرى، أذكرها:

س18: ماهي خدمات المواقع الإسلامية التي تستفيد منها؟

- | | | | |
|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | - الصوتيات (Audio) | <input type="checkbox"/> | - تنزيل الملفات (Téléchargement) |
| <input type="checkbox"/> | - المرئيات (Video) | <input type="checkbox"/> | - الأخبار (Information) |
| <input type="checkbox"/> | - النشرات الإخبارية الإلكترونية (Rss) | <input type="checkbox"/> | - المحادثة (chat) |
| | | | - مواقع التواصل الاجتماعي (Media Sociale): |
| | | <input type="checkbox"/> | - تويتر (Twitter) |
| | | <input type="checkbox"/> | - فايسبوك (Facebook) |
| | | <input type="checkbox"/> | - يوتيوب (Youtube) |

- أخرى، أذكرها:

رابعاً: الإشباعات

س19: أنت تتصفح المواقع الإسلامية بدافع:

- | | | | |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | - الترفيه والتسلية | <input type="checkbox"/> | - التواصل مع الأئمة والدعاة |
| <input type="checkbox"/> | - التعرف على انشغالات الناس | <input type="checkbox"/> | - الحصول على الفتوى |
| <input type="checkbox"/> | - نشر اسهاماتك الدعوية | <input type="checkbox"/> | - الاطلاع على أحوال المسلمين في العالم |

- أخرى، أذكرها:

س20: أنت تستفيد من المواقع الإسلامية بـ :

- المادة الدعوية لتحضير الخطبة - الصوتيات والمرئيات
 - المكتبات الافتراضية - التحميل: كتب، دروس، قرآن، ...
-أخرى، أذكرها:

س21: هل لك صفحة دعوية على الانترنت؟

- نعم ، انتقل إلى السؤال 23
- لا ، انتقل إلى السؤال 22، والسؤال 26 فقط

س22: لماذا ليست لك صفحة دعوية على الانترنت؟

- جهدي الدعوي مقتصر على المسجد - لا جدوى منها
 - لا أتق في جمهور الانترنت - لا أعرف كيف أنشئ صفحة دعوية على الانترنت
- أخرى، أذكرها:

س23: صفحتك الدعوية هي:

- موقع على الويب (Site) - غرفة بالتوك (Paltalk) - حساب تويتر (Twitter)
 - مدونة (Blog) - حساب فائيسوك (Facebook) - قناة عبر اليوتيوب (Youtube)
- أخرى، أذكرها:

س24: بياناتك الشخصية (الاسم أو الصورة) على صفحتك؟

- صحيحة - بعضها صحيح - مستعارة

س25: تفيدك صفحتك الدعوية في:

- مناقشة الأفكار - نشر الدعوة الإسلامية
 - التواصل مع الجمهور - التمكن من التقنية
- أخرى، أذكرها:

س26: كيف ستتعامل مستقبلا مع المواقع الإسلامية؟

- تزيد من استخدامك للمواقع الإسلامية - تبقي على استخدامك للمواقع الإسلامية كما هو
 - تنقص من استخدامك للمواقع الإسلامية - تتوقف عن استخدام المواقع الإسلامية



جزاك الله خيرا

المرسوم التنفيذي رقم 08-411

30 ذو الحجة عام 1429 هـ
28 ديسمبر سنة 2008 م

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 73

26

الباب الخامس

أحكام ختامية

المادة 50 : تلغى كل الأحكام المخالفة لهذا المرسوم، لا سيما أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90 - 35 المؤرخ في 26 جمادى الثانية عام 1410 الموافق 23 يناير سنة 1990 والمتضمن القانون الأساسي الخاص الذي يطبق على العمال التابعين للأسلاك الخاصة بإدارات المكلفة بالصناعة والمناجم، والرسوم التنفيذية رقم 91 - 539 المؤرخ في 18 جمادى الثانية عام 1412 الموافق 25 ديسمبر سنة 1991 الذي يحدد فئات الموظفين والأعوان المخول لهم إثبات المخالفات للقانون المتضمن النظام الوطني القانوني للقياس.

المادة 51 : يسري مفعول هذا المرسوم ابتداء من أول يناير سنة 2008.

المادة 52 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 26 ذي الحجة عام 1429 الموافق 24 ديسمبر سنة 2008.

أحمد أويحيى

مرسوم تنفيذي رقم 08 - 411 مؤرخ في 26 ذي الحجة عام 1429 الموافق 24 ديسمبر سنة 2008، يتضمن القانون الأساسي الخاص بالموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف.

إن الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير الشؤون الدينية والأوقاف،

- وبناء على الدستور، لاسيما المادتان 85 - 3 و125 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى القانون رقم 91 - 10 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 والمتعلق بالأوقاف، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى الأمر رقم 06 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمتضمن القانون الأساسي العام للوظيفة العمومية،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 07 - 304 المؤرخ في 17 رمضان عام 1428 الموافق 29 سبتمبر سنة 2007 الذي يحدد الشبكة الاستدلالية لمرتبات الموظفين ونظام دفع رواتبهم،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 07 - 307 المؤرخ في 17 رمضان عام 1428 الموافق 29 سبتمبر

سنة 2007 الذي يحدد كيفية منح الزيادة الاستدلالية لشاغلي المناصب العليا في المؤسسات والإدارات العمومية،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 08 - 365 المؤرخ في 17 ذي القعدة عام 1429 الموافق 15 نوفمبر سنة 2008 والمتضمن تعيين الوزير الأول،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 08 - 366 المؤرخ في 17 ذي القعدة عام 1429 الموافق 15 نوفمبر سنة 2008 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91 - 81 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمتعلق ببناء المسجد وتنظيمه وتسييره وتحديد وظيفته، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91 - 82 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمتضمن إحداث مؤسسة المسجد،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 91 - 114 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 والمتضمن القانون الأساسي الخاص بعمال قطاع الشؤون الدينية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 94 - 432 المؤرخ في 6 رجب عام 1415 الموافق 10 ديسمبر سنة 1994 الذي يحدد قواعد إنشاء المدارس القرآنية وتنظيمها وتسييرها.

- وبعد موافقة رئيس الجمهورية،

يرسم ما يأتي :

الباب الأول

أحكام عامة

الفصل الأول

مجال التطبيق

المادة الأولى : تطبق أحكام المادتين 3 و11 من الأمر رقم 06 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمذكور أعلاه، يوضح هذا المرسوم الأحكام الخاصة المطبقة على الموظفين الذين ينتمون إلى الأسلاك الخاصة بإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف، وتحديد قائمة الأسلاك وكذا شروط الالتحاق بمختلف الرتب ومناصب الشغل المطابقة.

المادة 2 : يكون الموظفون الذين ينتمون إلى الأسلاك الخاضعة لهذا القانون الأساسي في وضعية

(1) بالنسبة لسلكي الأئمة والمرشدين الدينيين :

- العلوم الإسلامية.

(2) بالنسبة لسلك وكلاء الأوقاف :

- العلوم الإسلامية، فرع شريعة وقانون،

- العلوم القانونية والإدارية،

- العلوم المالية،

- العلوم التجارية،

- العلوم الاقتصادية،

- المتاجمات وعلوم التسيير.

يمكن أن تعدل أو تتمم قائمة التخصصات المذكورة أعلاه، عند الاقتضاء، بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

المادة 7 : يوظف ويرقى الموظفون الخاضعون

لأحكام هذا القانون الأساسي الخاص، حسب الشروط والنسب المنصوص عليها في هذا المرسوم.

يمكن تعديل النسب المطبقة على مختلف أنماط الترقية بناء على اقتراح من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف بعد أخذ رأي اللجنة الإدارية المتساوية الأعضاء المختصة، بموجب مقرر من السلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

غير أن هذه التعديلات لا يمكن أن تتعدى نصف النسب المحددة بالنسبة لأنماط الترقية عن طريق الامتحان المهني والتسجيل على قائمة التأهيل، دون أن تتعدى هذه النسب 50 %، من المناصب المطلوب شغلها كحد أقصى.

المادة 8 : يخضع الموظفون الذين تسري عليهم

أحكام هذا القانون الأساسي الخاص، خلال فترة التربص التجريبي، لتحقيق إداري مسبق والذي يتم خلال فترة التكوين بالنسبة لمنتوج التكوين المتخصص.

الفرع الثاني

التربص والترسيم والترقية في الدرجة

المادة 9 : تطبيقاً للمادتين 83 و 84 من الأمر رقم

06 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمذكور أعلاه، يعين المترشحون الذين يوظفون في الأسلاك والرتب التي يسيرها هذا القانون الأساسي الخاص بصفة مترشحين بموجب قرار أو مقرر، حسب الحالة، من السلطة المخول لها صلاحية التعيين ويلزمون باستكمال التربص التجريبي الذي مدته سنة واحدة.

الخدمة لدى المصالح المركزية وغير المركزية لإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف وكذا في المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري التابعة لها.

غير أنه، يمكن وضعهم في وضعية الخدمة لدى قطاعات أخرى بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية والوزير المعني.

المادة 3 : تعتبر أسلاكاً خاصة بالإدارة المكلفة

بالشؤون الدينية والأوقاف، الأسلاك الآتية :

- سلك المفتشين،

- سلك وكلاء الأوقاف،

- سلك الأئمة،

- سلك المرشدين الدينيين،

- سلك معلمي القرآن الكريم،

- سلك أعوان المساجد.

الفصل الثاني

الحقوق والواجبات

المادة 4 : بالإضافة إلى الحقوق والواجبات

المنصوص عليها في الأمر رقم 06 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمذكور أعلاه، يخضع موظفو الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف للأحكام المنصوص عليها في هذا القانون الأساسي الخاص ولقواعد النظام الداخلي للمؤسسة المستخدمة.

المادة 5 : تطبيقاً لأحكام المادة 188 من الأمر رقم

06 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمذكور أعلاه، يخضع الموظفون المنتمون لسلكي الأئمة وأعوان المساجد ورتبة مفتش التوجيه الديني والتعليم القرآني لتبعية الاستعداد الدائم، فهم بهذه الصفة مدعوون لأداء مهامهم ليلاً ونهاراً وفي أيام العطل المدفوعة الأجر.

الفصل الثالث

التوظيف والتربص والترسيم والترقية والترقية في الدرجة

الفرع الأول

التوظيف والترقية

المادة 6 : يتم التوظيف والترقية في أسلاك

الأئمة والمرشدين الدينيين وكلاء الأوقاف المذكورة في المادة 3 أعلاه، من بين المترشحين الحائزين الشهادات أو الإجازات في التخصصات الآتية :

رقم 91 - 114 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 والمذكور أعلاه، ويرسمون ويعاد تصنيفهم عند بداية سريان مفعول هذا المرسوم، في الأسلاك والرتب المطابقة، المنصوص عليها في هذا القانون الأساسي الخاص.

المادة 16 : يرتب الموظفون المذكورون في المادة 15 أعلاه في الدرجة المطابقة التي يحوزونها في رتبتهم الأصلية. ويؤخذ باقي الأقدمية المكتسبة في الرتبة الأصلية في الحسبان عند الترقية في رتبة الاستقبال.

المادة 17 : يدمج المتربصون الذين عينوا قبل أول يناير سنة 2008 بصفة متربصين ويرسمون بعد استكمال الفترة التجريبية المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 91 - 114 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 والمذكور أعلاه.

المادة 18 : يجمع، بصفة انتقالية ولمدة خمس (5) سنوات ابتداء من تاريخ سريان هذا المرسوم، بين الرتبة الأصلية ورتبة الإدماج في تقدير الأقدمية المطلوبة للترقية في رتبة ما أو التعيين في منصب عال، بالنسبة للموظفين الذين أدمجوا في رتب غير تلك المطابقة للرتب التي سبق إحداها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91 - 114 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 والمذكور أعلاه.

الباب الثاني

الأحكام المطبقة على الأسلاك الخاصة بإدارة المكلّفة بالشؤون الدينية والأوقاف

الفصل الأول

سلك المفتشين

المادة 19 : يضم سلك المفتشين ثلاث (3) رتب :
- رتبة مفتش التوجيه الديني والتعليم القرآني،
- رتبة مفتش إدارة الأماك الوقفية،
- رتبة المفتش الرئيسي.

الفرع الأول

تحديد المهام

المادة 20 : يكلف مفتشو التوجيه الديني والتعليم القرآني، على الخصوص، بما يأتي :
- متابعة تطبيق القوانين والتنظيمات المطبقة في قطاع الشؤون الدينية والأوقاف،
- تفتيش مجموع مستخدمي المساجد وتقييم نشاطهم،

المادة 10 : على إثر فترة التربص، يرسم المتربصون أو يخضعون لتمديد التربص مرة واحدة للمدة نفسها، أو يسرحون دون إشعار مسبق أو تعويض.

المادة 11 : تحدد وتائر الترقية في الدرجة المطبقة على الموظفين الذين ينتمون إلى الأسلاك الخاصة والخاضعين لأحكام هذا القانون الأساسي الخاص حسب المدد الثلاث (3) المنصوص عليها في المادة 11 من المرسوم الرئاسي رقم 07 - 304 المؤرخ في 17 رمضان عام 1428 الموافق 29 سبتمبر سنة 2007 والمذكور أعلاه.

الفصل الرابع

الوضعيات القانونية الأساسية

المادة 12 : تطبيقا لأحكام المادة 127 من الأمر رقم 06 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليوس سنة 2006 والمذكور أعلاه، تحدد النسب القصوى للموظفين الخاضعين لهذا القانون الأساسي الخاص الذين من شأنهم أن يوضعوا، بناء على طلبهم، في الوضعية القانونية للانتداب أو خارج الإطار أو الإحالة على الاستيداع، بالنسبة إلى كل سلك وكل مؤسسة أو إدارة عمومية، كما يأتي:

- الانتداب : 5 %،
- خارج الإطار : 1 %،
- الإحالة على الاستيداع : 5 %.

الفصل الخامس

التكوين

المادة 13 : يخضع المترشحون الذين وظفوا بصفة متربصين، لمتابعة تكوين تحضيري لشغل المنصب أثناء فترة التربص التجريبي.

تحدد مدة التكوين وكيفياته ومحتواه بقرار من الوزير المكلّف بالشؤون الدينية والأوقاف .

المادة 14 : يتم الالتحاق بالتكوين المتخصص للتوظيف في الأسلاك والرتب الخاضعة لهذا القانون الأساسي الخاص عن طريق المسابقة على أساس الاختبارات.

تحدد شروط الالتحاق وكيفيات تنظيم التكوين المتخصص ومدته بقرار مشترك بين وزير الشؤون الدينية والأوقاف والسلطة المكلّفة بالوظيفة العمومية.

الفصل السادس

الأحكام العامة للإدماج

المادة 15 : يدمج الموظفون الذين ينتمون إلى الأسلاك و الرتب المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي

المادة 24 : يرقى عن طريق الامتحان المهني، بصفة مفتشي إدارة الأملك الوقفية، وكلاء الأوقاف الرئيسيون، الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

المادة 25 : يرقى عن طريق الامتحان المهني، بصفة مفتش رئيسي، مفتشو التوجيه الديني والتعليم القرآني ومفتشو إدارة الأملك الوقفية الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

الفرع الثالث أحكام انتقالية

المادة 26 : يدمج في رتبة مفتشي التوجيه الديني والتعليم القرآني، مفتشو التعليم المسجدي والتكوين ومفتشو التعليم القرآني المرسمون والمتربصون.

الفصل الثاني سلك وكلاء الأوقاف

المادة 27 : يضم سلك وكلاء الأوقاف رتبتين (2) اثنتين :

- رتبة وكيل الأوقاف ،
- رتبة وكيل الأوقاف الرئيسي.

الفرع الأول تحديد المهام

المادة 28 : يكلف وكلاء الأوقاف، على الخصوص، بما يأتي :

- مراقبة ومتابعة تسيير وإدارة الأملك الوقفية والزكاة،
- السهر على صيانة الأملك الوقفية واقتراح كل تدابير لترميمها،
- ترقية الحركة الوقفية واستثمار الأوقاف،
- البحث عن الأملك الوقفية غير المصنفة وإحصائها،
- متابعة المنازعات المتعلقة بالأملك الوقفية.

المادة 29 : زيادة على المهام المسندة إلى وكلاء الأوقاف، يكلف وكلاء الأوقاف الرئيسيون، على الخصوص، بما يأتي :

- اقتراح مشاريع الاستثمار المتعلقة بالزكاة والأملك الوقفية،
- إعداد مختلف الحصائل السنوية لإيرادات ونفقات الزكاة والأملك الوقفية،

- متابعة الأنشطة الدينية والثقافية التي تنظمها مختلف مصالح القطاع،

- متابعة نشاط الجمعيات المسجدية،

- تنشيط الندوات التربوية والعلمية المنظمة لفائدة مختلف الأسلاك،

- ترقية الخطاب المسجدي ومراقبة المكتبات المسجدية،

- المساهمة في النشاطات البيداغوجية لمؤسسات التكوين الموضوعة تحت الوصاية.

المادة 21 : يكلف مفتشو إدارة الأملك الوقفية، على الخصوص، بما يأتي :

- مراقبة إيرادات تسيير الأملك الوقفية،
- متابعة القروض الحسنة،
- مراقبة التسيير المالي والإداري للجان المكلفة ببناء المساجد،
- متابعة نشاط مجلسي البناء والتجهيز وسبل الخيرات لمؤسسة المسجد.

المادة 22 : يكلف المفتشون الرئيسيون، على الخصوص بما يأتي :

1) في مجال التوجيه الديني :

- تفتيش ومراقبة سير المؤسسات الموضوعة تحت الوصاية،
- متابعة أعمال نشاطات مفتشي التوجيه الديني والتعليم القرآني،
- العمل على انسجام أساليب ومعايير التقييم والتوجيه للمفتشين،
- متابعة نشاطات المؤسسات الموضوعة تحت الوصاية.

2) في مجال إدارة الأملك الوقفية :

- تفتيش ومراقبة التسيير الإداري والمالي لحسابات الأملك الوقفية والزكاة،
- إعداد مختلف الحصائل واقتراح كل إجراء من شأنه تحسين تسيير الأملك الوقفية والزكاة.

الفرع الثاني

شروط التوظيف والترقية

المادة 23 : يرقى عن طريق الامتحان المهني، بصفة مفتشي التوجيه الديني والتعليم القرآني، الأئمة الأساتذة الرئيسيون والمرشدة الدينيات الرئيسيات، الذين يثبتون أقدمية خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

- إمامة الصلوات،
 - إلقاء دروس الوعظ والإرشاد،
 - المساهمة في التكوين المستمر للأئمة والأعوان الدينيين،
 - المساهمة في الحفاظ على الوحدة الدينية للجماعة وتماسكها،
 - المساهمة في ترقية الخطب المنبرية والدروس المسجدية،
 - التدريس في إطار محو الأمية،
 - إصلاح ذات البين بين الأفراد، عندما يطلب منهم ذلك،
 - الحفاظ على النظام داخل المسجد وإبعاده عن كل نشاط خارج الإطار الديني،
 - ضمان سير مكتبة المسجد وإدارتها،
 - تنشيط دروس التوعية الموجهة لحجاج البقاع المقدسة،
 - تنشيط حملات التوعية حول الدور الاجتماعي للأملك الوقفية والزكاة،
 - محاربة الآفات الاجتماعية،
 - المساهمة في إحياء المناسبات والأعياد الدينية والوطنية.
- المادة 35 :** زيادة على المهام المسندة لسلك الأئمة، يكلف الأئمة المدرسون، على الخصوص، بما يأتي:
- الإشراف على تلاوة القرآن الكريم في المسجد أو ما يسمى "بالحزب الراتب"،
 - تعليم القرآن الكريم للصغار والكبار،
 - إقامة صلاة التراويح،
 - تدريس قواعد القراءات وأحكام التجويد في المساجد والمدارس القرآنية.
- المادة 36 :** زيادة على المهام المسندة لسلك الأئمة، يكلف الأئمة الأساتذة، على الخصوص، بما يأتي:
- إعداد الخطب المنبرية وترقيتها،
 - المساهمة في نشاطات المجلس العلمي لمؤسسة المسجد،
 - إلقاء الدروس في مختلف العلوم الشرعية،
 - المساهمة في مختلف أنشطة المسجد.
- المادة 37 :** زيادة على المهام المسندة لسلك الأئمة، يكلف الأئمة الأساتذة الرئيسيون، على الخصوص، بما يأتي:

- المساهمة في نشاط مجلسي البناء والتجهيز وسبل الخيرات لمؤسسة المسجد.

الفرع الثاني

شروط التوظيف والترقية

المادة 30 : يوظف بصفة وكلاء الأوقاف عن طريق المسابقة على أساس الاختبارات من بين المترشحين الحائزين على شهادة الليسانس أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه.

المادة 31 : يوظف أو يرقى بصفة وكلاء الأوقاف الرئيسيين :

1- عن طريق المسابقة على أساس الاختبارات، المترشحون الحائزون على شهادة الماجستير أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه،

2- عن طريق الامتحان المهني في حدود 30 % من المناصب المطلوب شغلها، من بين وكلاء الأوقاف الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،

3- على سبيل الاختيار وبعد التسجيل في قائمة التأهيل، في حدود 10 % من المناصب المطلوب شغلها من بين وكلاء الأوقاف الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

الفرع الثالث

أحكام انتقالية

المادة 32 : يدمج في رتبة وكيل الأوقاف الرئيسي، وكلاء الأوقاف المثبتون والمتربصون.

الفصل الثالث

سلك الأئمة

المادة 33 : يضم سلك الأئمة أربع (4) رتب :

- رتبة الإمام المعلم (رتبة آيلة إلى الزوال)،
- رتبة إمام مدرس،
- رتبة إمام أستاذ،
- رتبة إمام أستاذ رئيسي.

الفرع الأول

تحديد المهام

المادة 34 : يكلف الأئمة على اختلاف رتبهم، على الخصوص بما يأتي:

3 - على سبيل الاختيار وبعد التسجيل في قائمة التأهيل، في حدود 10 % من المناصب المطلوب شغلها، الأئمة المدرسون الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

المادة 40: يرقى على أساس الشهادة بصفة إمام أستاذ، الأئمة المدرسون الذين تحصلوا بعد توظيفهم على شهادة الليسانس أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه.

المادة 41: يوظف أو يرقى بصفة إمام أستاذ رئيسي :

1 - عن طريق المسابقة على أساس الاختبارات، المترشحون الحائزون على شهادة الماجستير أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه والحافظون للقرآن الكريم كاملا،

2 - عن طريق الامتحان المهني، في حدود 30 % من المناصب المطلوب شغلها، من بين الأئمة الأساتذة المثبتين الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،

3 - على أساس الاختيار وبعد التسجيل في قائمة التأهيل، في حدود 10 % من المناصب المطلوب شغلها، من بين الأئمة الأساتذة المثبتين الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

المادة 42: يرقى على أساس الشهادة في رتبة إمام أستاذ رئيسي، الأئمة الأساتذة الذين تحصلوا، بعد توظيفهم، على شهادة الماجستير أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه.

الفرع الثالث أحكام انتقالية

المادة 43: يدمج في رتبة إمام معلم، الأئمة المعلمون المرسمون والمتربصون.

المادة 44: يدمج في رتبة إمام مدرس الأئمة المدرسون والأئمة المدرسون للقراءات المرسمون والمتربصون.

المادة 45: يدمج في رتبة إمام أستاذ، الأئمة الأساتذة المرسمون والمتربصون.

المادة 46: من أجل التكوين الأولي للرتبة، يدمج في رتبة إمام أستاذ رئيسي :

- المشاركة في إعداد الفتاوى وتقنينها،
- المشاركة في الدراسات وأعمال البحث التي ينظمها المجلس العلمي لمؤسسة المسجد،
- تأطير الأئمة المتربصين.

يمكن دعوة الأئمة الأساتذة الرئيسيين، للقيام بمهام التدريس في مؤسسات التكوين المتخصص التابعة للقطاع.

الفرع الثاني

شروط التوظيف والترقية

المادة 38: يوظف أو يرقى بصفة إمام مدرس :

1 - على أساس الشهادة، المترشحون الحائزون على شهادة حفظ القرآن الكريم كاملا، ممن تحصلوا عليها بعد الطور الرابع من التعليم القرآني وفق أحكام المرسوم التنفيذي رقم 94 - 432 المؤرخ في 6 رجب عام 1415 الموافق 10 ديسمبر سنة 1994 والمذكور أعلاه، أو الحائزون على مستوى السنة الثالثة ثانوي الحافظون للقرآن الكريم كاملا، والذين تابعوا بنجاح تكويننا متخصصا مدته ثلاث (3) سنوات.

2 - عن طريق الامتحان المهني في حدود 30 % من المناصب المطلوب شغلها، الأئمة المعلمون الحافظون للقرآن الكريم كاملا الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

3 - على سبيل الاختيار، وبعد التسجيل في قائمة التأهيل، في حدود 10 % من المناصب المطلوب شغلها، الأئمة المعلمون الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

يخضع المترشحون المقبولون طبقا للحالتين 2 و3 أعلاه، قبل ترقيتهم لمتابعة بنجاح تكويننا، تحدد مدته ومحتواه وكيفية تنظيمه بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

المادة 39: يوظف أو يرقى بصفة إمام أستاذ :

1 - عن طريق المسابقة على أساس الاختيار المترشحون الحائزون على شهادة الليسانس أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه والحافظون للقرآن الكريم كاملا،

2 - عن طريق الامتحان المهني في حدود 30 % من المناصب المطلوب شغلها، الأئمة المدرسون الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،

الفرع الثاني**شروط التوظيف والترقية**

المادة 50 : يوظف أو يترقى بصفة مرشدة دينية عن طريق المسابقة على أساس الاختبارات المترشحات الحائزات شهادة الليسانس أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه والحافظات للقرآن الكريم كاملا.

المادة 51 : توظف أو تترقى بصفة مرشدة دينية رئيسية :

1 - عن طريق المسابقة على أساس الاختبارات، من بين الحائزات على شهادة الماجستير أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه والحافظات للقرآن الكريم كاملا،

2- عن طريق الامتحان المهني وفي حدود 30 % من المناصب المطلوب شغلها، من بين المرشحات الدينيات اللائي يثبتن أقدمية خمس (5) سنوات خدمة فعلية بهذه الصفة والحافظات للقرآن الكريم كاملا،

3- على سبيل الاختيار وبعد التسجيل في قائمة التأهيل، في حدود 10 % من المناصب المطلوب شغلها من بين المرشحات الدينيات اللائي يثبتن عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

المادة 52 : تترقى على أساس الشهادة بصفة مرشدة دينية رئيسية، المرشحات الدينيات اللائي تحصلن بعد توظيفهن على شهادة الماجستير أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه.

الفرع الثالث**أحكام انتقالية**

المادة 53 : تدمج في رتبة مرشدة دينية، المرشحات الدينيات المرسمات والمتربصات.

المادة 54 : من أجل التكوين الأولي للرتبة، يدمج في رتبة مرشدة دينية رئيسية :

1 - المرشحات الدينيات المرسمات الحائزات على شهادة الماجستير أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه،

2- المرشحات الدينيات اللائي يثبتن عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

1 - الأئمة الأساتذة المرسمون الحائزون على شهادة الماجستير أو شهادة معترف بمعادلتها في أحد التخصصات المذكورة في المادة 6 أعلاه.

2 - الأئمة الأساتذة الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

الفصل الرابع**سلك المرشحات الدينيات**

المادة 47 : يضم سلك المرشحات الدينيات ورتبتين (2) اثنتين:

- رتبة المرشدة الدينية،

- رتبة المرشدة الدينية الرئيسية.

الفرع الأول**تحديد المهام**

المادة 48 : تكلف المرشحات الدينيات، على الخصوص، بما يأتي :

- تدريس مواد العلوم الإسلامية وتعليم القرآن الكريم للنساء في المساجد والمدارس القرآنية،

- المساهمة في النشاط الاجتماعي للمسجد،

- المساهمة في برامج محو الأمية،

- المساهمة في النشاط الديني الموجه للنساء والأحداث في مؤسسات إعادة التربية،

- المساهمة في الحفاظ على الوحدة الدينية للجماعة وتماسكها،

- المشاركة في الدروس التحضيرية لمناسك الحج والعمرة،

- المشاركة في حماية الطفولة والأمومة.

المادة 49 : زيادة على المهام المسندة للمرشحات الدينيات، تتولى المرشحات الدينيات الرئيسيات، على الخصوص، ما يأتي :

- المشاركة في إعداد الفتاوى وتقنياتها،

- المشاركة في الدراسات وأعمال البحث العلمي التي ينظمها المجلس العلمي لمؤسسة المسجد،

- المشاركة في البرامج القطاعية لحماية الأسرة.

يمكن دعوة المرشحات الدينيات الرئيسيات، للقيام بمهام التدريس في مؤسسات التكوين المتخصص التابعة للقطاع.

الفصل الخامس

سلك معلمي القرآن الكريم

المادة 55 : يضم سلك معلمي القرآن الكريم، رتبتين (2) اثنتين:

- رتبة معلم القرآن الكريم (رتبة أيلة للزوال)،
- رتبة أستاذ التعليم القرآني .

الفرع الأول

تحديد المهام

المادة 56 : يكلف معلمو القرآن الكريم، على الخصوص بما يأتي :

- تحفيظ القرآن الكريم للصغار والكبار،
- إعطاء دروس في إطار محو الأمية،
- الإشراف على تلاوة القرآن الكريم في المسجد أو ما يسمى "بالحزب الراتب"،
- رفع الأذان، عند الاقتضاء،
- القيام بصلاة التراويح، عند الاقتضاء.

المادة 57 : زيادة على المهام المسندة لمعلم القرآن الكريم، يكلف أستاذة التعليم القرآني، على الخصوص، بما يأتي :

- المشاركة في مختلف لجان تقييم حفظ القرآن الكريم،
- المشاركة في أعمال اللجان المكلفة بمراقبة طبع المصحف الشريف ونشره،
- تأطير مسابقات ترتيل القرآن الكريم وحفظه وتجويده.

الفرع الثاني

شروط التوظيف والترقية

المادة 58 : يوظف أو يرقى بصفة أستاذ التعليم القرآني :

- 1 - على أساس الشهادة، المترشحون الحائزون على شهادة حفظ القرآن الكريم كاملا، ممن تحصلوا عليها بعد الطور الثالث من التعليم القرآني وفق أحكام المرسوم التنفيذي رقم 94 - 432 المؤرخ في 6 رجب عام 1415 الموافق 10 ديسمبر سنة 1994 والمذكور أعلاه، أو الحائزون على مستوى السنة الثانية ثانوي الحافظون للقرآن الكريم كاملا، والذين تابعوا، بنجاح، تكوينا متخصصا لمدة سنتين (2).

2 - على أساس الامتحان المهني وفي حدود 30 % من المناصب المطلوب شغلها، معلمو القرآن الكريم، الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،

3 - على سبيل الاختيار، وبعد التسجيل في قائمة التأهيل، في حدود 10 % من المناصب المطلوب شغلها، معلمو القرآن الكريم الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

يخضع المترشحون المقبولون طبقا للحالتين 2 و3 أعلاه، قبل ترقيتهم لمتابعة بنجاح تكويننا، تحدد مدته ومحتواه وكيفية تنظيمه بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف والسلطة المكلفة بالوظيفة العمومية.

الفرع الثالث

أحكام انتقالية

المادة 59 : يدمج في رتبة معلم القرآن الكريم، معلمو القرآن الكريم المرسمون والمتربصون.

المادة 60 : من أجل التكوين الأولي للرتبة، يدمج في رتبة أستاذ التعليم القرآني، معلمو القرآن الكريم الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

الفصل السادس

سلك أعمان المساجد

المادة 61 : يضم سلك أعمان المساجد رتبتين (2) اثنتين:

- رتبة القيم،
- رتبة المؤذن.

الفرع الأول

تحديد المهام

المادة 62 : يكلف القيم، على الخصوص، بما يأتي :

- مساعدة الإمام في الحفاظ على النظام داخل المسجد،
- الإشراف على تلاوة القرآن الكريم أو ما يسمى "بالحزب الراتب"،
- استخلاف المؤذن عند الضرورة،
- الإشراف على تنظيم الحراسة ومتابعة أعمال صيانة المسجد ومرافقه.

الباب الثالث**الأحكام المطبقة على المناصب العليا**

المادة 68 : تطبيقا لأحكام المادة 11 (الفقرة الأولى) من الأمر رقم 06 - 03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمذكور أعلاه، تحدد قائمة المناصب العليا بعنوان الأسلاك الخاصة بإدارة المكلّفة بالشؤون الدينية والأوقاف، على النحو الآتي :

- 1- الإمام المفتي،
- 2- الإمام المعتمد،
- 3- الإمام الأول للمسجد.

يكون شاغلو المناصب العليا للإمام المفتي وللإمام المعتمد في الخدمة لدى المصالح غير المركزية لإدارة المكلّفة بالشؤون الدينية والأوقاف.

ويكون شاغلو المنصب العالي للإمام الأول للمسجد في الخدمة لدى المساجد الأثرية والمساجد الوطنية، كما هو منصوص عليه في المرسوم التنفيذي رقم 91 - 81 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991، المعدل والمتمم والمذكور أعلاه.

المادة 69 : يحدد عدد المناصب العليا المذكورة في المادة 68 أعلاه، بقرار مشترك بين الوزير المكلف بالمالية والوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف والسلطة المكلّفة بالوظيفة العمومية.

الفصل الأول**الإمام المفتي****الفرع الأول****تحديد المهام**

المادة 70 : يكلف الإمام المفتي، على الخصوص، بما يأتي :

- تبيان أحكام الشريعة الإسلامية لجميع الناس،
- السهر على الوحدة الدينية للجماعة وتماسكها،
- المشاركة في الدراسات وأعمال البحث في مجال الفتوى لفائدة المجلس العلمي الذي يرأسه، عند الاقتضاء،
- تنشيط الحصص الدينية في مختلف وسائل الإعلام.

المادة 63 : يكلف المؤذن، على الخصوص، بما يأتي :

- رفع الأذان للصلوات،
- الإقامة للصلوات،
- المشاركة في تلاوة القرآن الكريم في المسجد أو ما يسمى بالحزب الراتب،
- المحافظة على مكتبة المسجد وأثاثه،
- استخلاف الإمام عند الضرورة،
- السهر على احترام الرزنامة الرسمية لمواقيت الصلاة.

الفرع الثاني**شروط التوظيف والترقية**

المادة 64 : يوظف بصفة قيم على أساس الشهادة، المترشحون الحائزون على مستوى السنة الرابعة متوسط، الحافظون لنصف القرآن الكريم والذين تابعوا بنجاح تكويننا متخصصا لمدة سنة.

المادة 65 : يوظف أو يرقى بصفة مؤذن :

1- على أساس الشهادة، المترشحون الحائزون على مستوى السنة الأولى ثانوي، الحافظون لنصف القرآن الكريم والذين تابعوا بنجاح تكويننا متخصصا لمدة سنة،

2- على أساس الامتحان المهني في حدود 30 % من المناصب المطلوب شغلها، القيمون الذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة والحافظون للقرآن الكريم كاملا،

3- على سبيل الاختيار، وبعد التسجيل في قائمة التأهيل، في حدود 10 % من المناصب المطلوب شغلها، القيمون الذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة والحافظون للقرآن الكريم كاملا.

الفرع الثالث**أحكام انتقالية**

المادة 66 : يدمج في رتبة القيم، القيمون المرسمون والمتربصون.

المادة 67 : يدمج في رتبة المؤذن، المؤذنون المرسمون والمتربصون.

3- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة إمام مدرس والذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

الفصل الثالث

الإمام الأول للمسجد

الفرع الأول

تحديد المهام

المادة 74: يكلف الإمام الأول للمسجد، على الخصوص، بما يأتي :

- ممارسة المسؤولية السلمية على كافة مستخدمي المسجد،
- السهر على حصر ممتلكات المسجد ومسك دفاتر جردها،
- السهر على حفظ النظام والأمن داخل المسجد،
- تآطير وتنظيم النشاطات والحفلات الدينية بالمسجد .

الفرع الثاني

شروط التعيين

المادة 75: يعين الإمام الأول للمسجد من بين :

- 1- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة إمام أستاذ والذين يثبتون ثلاث (3) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،
- 2- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة إمام مدرس والذين يثبتون ثماني (8) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة .

الباب الرابع

تصنيف الرتب والزيادة الاستدلالية

للمناصب العليا

الفصل الأول

تصنيف الرتب

المادة 76: تطبيقا لأحكام المادة 118 من الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 جمادى الثانية عام 1427 الموافق 15 يوليو سنة 2006 والمذكور أعلاه، يحدد تصنيف الرتب التابعة للأسلاك الخاصة بإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف، طبقا للجدول الآتي :

الفرع الثاني

شروط التعيين

المادة 71: يعين الإمام المفتي من بين :

- 1- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة مفتش التوجيه الديني والتعليم القرآني والذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،
- 2- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة إمام أستاذ رئيسي والذين يثبتون سبع (7) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،

3- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة إمام أستاذ والذين يثبتون عشر (10) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة.

الفصل الثاني

الإمام المعتمد

الفرع الأول

تحديد المهام

المادة 72: يكلف الإمام المعتمد، على الخصوص، بما يأتي :

- متابعة نشاط العاملين في المساجد والمدارس القرآنية،
- المشاركة في تنظيم الندوات التربوية والثقافية،
- إبداء الرأي المسبق لفتح المساجد والمدارس القرآنية،
- ضمان متابعة نشاط اللجان والجمعيات الدينية المكلفة ببناء المساجد والمدارس القرآنية.

الفرع الثاني

شروط التعيين

المادة 73: يعين الإمام المعتمد من بين :

- 1- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة إمام أستاذ رئيسي والذين يثبتون ثلاث (3) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،
- 2- الموظفين المرسمين المنتميين إلى رتبة إمام أستاذ والذين يثبتون خمس (5) سنوات من الخدمة الفعلية بهذه الصفة،

التصنيف		الرتب	الأسلاك
الرقم الاستدلالي الأدنى	الصف		
666	15	مفتش التوجيه الديني و التعليم القرآني	المفتشون
666	15	مفتش إدارة الأملاك الوقفية	
713	16	مفتش رئيسي	
537	12	وكيل أوقاف	وكلاء الأوقاف
621	14	وكيل أوقاف رئيسي	
453	10	إمام معلم	الأئمة
498	11	إمام مدرس	
578	13	إمام أستاذ	
621	14	إمام أستاذ رئيسي	
578	13	مرشدة دينية	المرشدات الدينيات
621	14	مرشدة دينية رئيسية	
315	6	معلم القرآن الكريم	معلمو القرآن الكريم
418	9	أستاذ التعليم القرآني	
288	5	قيم	أعوان المساجد
315	6	مؤذن	

الفصل الثاني

الزيادة الاستدلالية للمناصب العليا

المادة 77 : تطبيقا للمادة 3 من المرسوم الرئاسي رقم 07 - 307 المؤرخ في 17 رمضان عام 1428 الموافق 29 سبتمبر سنة 2007 والمذكور أعلاه، تحدد الزيادة الاستدلالية للمناصب العليا الخاصة بإدارة المكلفة بالشؤون الدينية والأوقاف، طبقا للجدول الآتي :

الزيادة الاستدلالية		المناصب العليا
الرقم الاستدلالي	المستوى	
255	9	إمام مفتي
145	7	إمام معتمد
105	6	إمام أول للمسجد

المادة 81 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
حرر بالجزائر في 26 ذي الحجة عام 1429 الموافق 24 ديسمبر سنة 2008.

أحمد أويحيى

مرسوم رئاسي رقم 08 - 299 مؤرخ في 23 رمضان عام 1429 الموافق 23 سبتمبر سنة 2008، يتضمن تحويل اعتماد إلى ميزانية تسيير وزارة التعليم العالي والبحث العلمي (استدراك).

الجريدة الرسمية - العدد 55 الصادر بتاريخ 24 رمضان عام 1429 الموافق 24 سبتمبر سنة 2008.

الصفحة 6 - الجدول الملحق - العمود الأول (رقم الأبواب) :

بدلا من : 34 - 04 ...

يقراً : 34 - 03 ...

(الباقي بدون تغيير).

الباب الخامس أحكام ختامية

المادة 78 : لمدة انتقالية، قدرها ثلاث (3) سنوات ابتداء من تاريخ سريان أحكام هذا المرسوم، يعين على أساس الشهادة في رتبة إمام معلم، الطلبة الذين هم في طور التكوين المتخصص للالتحاق برتبة الإمام المعلم وفقاً لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 91 - 114 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 والمتضمن القانون الأساسي الخاص بعمال قطاع الشؤون الدينية، المعدل والمتمم.

المادة 79 : تلغى جميع الأحكام المخالفة لهذا المرسوم، لا سيما أحكام المرسوم التنفيذي رقم 91 - 114 المؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 أبريل سنة 1991 والمتضمن القانون الأساسي الخاص بعمال قطاع الشؤون الدينية، المعدل والمتمم.

المادة 80 : يسري مفعول هذا المرسوم ابتداء من أول يناير سنة 2008.

قرارات، مقررات، آراء

وزارة الداخلية والجماعات المحلية

قرار مؤرخ في 22 شوال عام 1429 الموافق 22 أكتوبر سنة 2008، يحدد تشكيلة اللجان المتساوية الأعضاء المختصة بأسلاك موظفي الإدارة المركزية في وزارة الداخلية والجماعات المحلية.

بموجب قرار مؤرخ في 22 شوال عام 1429 الموافق 22 أكتوبر سنة 2008، تحدد تشكيلة اللجان المتساوية الأعضاء المختصة بأسلاك موظفي الإدارة المركزية في وزارة الداخلية والجماعات المحلية، طبقاً للجدول الآتي :

ممثل الموظف		ممثل الإدارة		الأسلاك
الإضافيون	الدائمون	الإضافيون	الدائمون	
مالكي فرحات	بوزرقي السعيد	بولقرون عبد الباقي	أمقران عبد العزيز	المتصرفون المستشارون المتصرفون الرئيسيون المتصرفون
علاق سعيدة	عمران قاسي	أعراب مصطفى	بوطويلي محمد	رؤساء المهندسين في الإعلام الآلي مهندسو الدولة في الإعلام الآلي
عياطي محمد الساسي	صايقي بلقاسم	شرفاء عبد الخالق	بدران محمد	الترجمة - الترجمة الوثائقيون أمناء المحفوظات الرئيسيون
قدوج أحمد	صالح منصور مصطفى	حدار رشيد	حمدي سليمان	المهندسون المعماريون المحللون الاقتصاديون الرئيسيون مهندسو الدولة في الإحصاء مهندسو الدولة مهندسو التطبيق في الإحصاء الوثائقيون أمناء المحفوظات

المرسوم التنفيذي رقم 91-114

16 شوال عام 1411 هـ - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 20 / 659

المادة 2 : طبقا للمادة 2 من هذه الاتفاقية الدولية،
تلحق بهذا القانون التعريفة الجمركية المعدة حسب
مصطلحات النظام المنسق.
المادة 3 : يدخل هذا القانون حيز العمل بتاريخ أول
يناير سنة 1992.

المادة 4 : ينشر هذا القانون في الجريدة الرسمية
للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
حرر بالجزائر في 12 شوال عام 1411 الموافق 27
أبريل سنة 1991.
الشاذلي بن جديد.

مراسيم تنظيمية

مرسوم تنفيذي رقم 91 - 114 مؤرخ في 12 شوال عام
1411 الموافق 27 ابريل سنة 1991 يتضمن

القانون الأساسي الخاص بعمال قطاع الشؤون
الدينية.

ان رئيس الحكومة،

- بناء على الدستور، ولاسيما المادتان 81، و116
(الفقرة 02) منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 66 - 133 المؤرخ في 12 صفر
عام 1386 الموافق 2 يونيو سنة 1966، المتضمن القانون
الأساسي العام للوظيفة العمومية ومجموع النصوص المعدلة
والمتممة له،

- وبمقتضى الأمر رقم 69 - 96 المؤرخ في 26
رمضان عام 1389 الموافق 6 ديسمبر سنة 1969، المتضمن
القانون الأساسي لرجال الدين الاسلامي، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 91 - 10 المؤرخ في 12
شوال عام 1411 الموافق 27 ابريل سنة 1991 المتعلق
بالأوقاف،

- وبمقتضى المرسوم رقم 80 - 123 المؤرخ في 4
جمادى الثانية عام 1400 الموافق 10 ابريل سنة 1980،
المتضمن القانون الأساسي الخاص بمعلمي التعليم القرآني،

- وبمقتضى المرسوم رقم 80 - 171 المؤرخ في 8
شعبان عام 1400 الموافق 21 يونيو سنة 1980، المتضمن
إحداث سلك للمفتشين في الشؤون الدينية،

- وبمقتضى المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في أول
رجب عام 1405 الموافق 23 مارس سنة 1985، المتضمن

القانون الأساسي النموذجي لعمال المؤسسات والادارات
العمومية،

- وبمقتضى المرسوم رقم 85 - 60 المؤرخ في أول
رجب عام 1405 الموافق 23 مارس سنة 1985، الذي يحدد
اجراءات التطبيق الفوري للمرسوم 85 - 59 المذكور أعلاه.

- وبمقتضى المرسوم رقم 85 - 314 المؤرخ في 12
ربيع الثاني عام 1406 الموافق 24 ديسمبر سنة 1985،
المتعلق بالتكوين المستمر لرجال السلك الديني،

يرسم ما يلي :

الباب الأول

احكام عامة

الفصل الأول

مجال التطبيق

المادة الأولى : تطبيقا للمادة 4 من المرسوم رقم
85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985، المذكور أعلاه،
يبين هذا المرسوم الاحكام التي تطبق على العمال المنتمين الى
الاسلاك الخاصة لقطاع وزارة الشؤون الدينية ويحدد
مناصب العمل المطابقة لتلك الاسلاك، وشروط الالتحاق بها.

المادة 2 : يكون العمال الخاضعون لهذا القانون
الاساسي في وضعية عمل في المساجد وكذلك في المصالح غير
المركزية والمؤسسات العمومية تحت الوصاية، والادارة
المركزية.

يمكن أن يكونوا في وضعية عمل في المؤسسات ذات
الطابع التربوي التابعة لوزارات أخرى.

المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور أعلاه، لا يمكن أن يعين في مهمة من مهام السلك الديني إلا من تتوفر فيه الشروط التي تتطلبها الشريعة الإسلامية.

المادة 7 : يعين المترشحون للتوظيف حسب الشروط المنصوص عليها في هذا القانون الأساسي بصفة متدرجين من السلطة التي لها حق التعيين.

ويخضعون، تطبيقاً لأحكام المادتين 40 و41 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور أعلاه، لفترة تجريب تجدد مرة واحدة عند الاقتضاء وتحدد كالتالي :

- ثلاثة (3) أشهر للعمال الذين يمارسون وظائف مصنفة في الأصناف من 1 إلى 10.

- تسعة (9) أشهر للعمال الذين يمارسون وظائف مصنفة في الأصناف من 11 إلى 20.

المادة 8 : يخضع العمال المشار إليهم في المادة 7 أعلاه أثناء فترة التدريب للتفتيش الذي تقوم به لجنة مكونة لهذا الغرض، وتحدد كفاءات التفتيش وتشكيل اللجان الخاصة بكل سلك، بقرار من وزير الشؤون الدينية.

المادة 9 : يتوقف تثبيت العمال، على التسجيل في قائمة التأهيل، تحددتها بموجب تقرير مسيب للمسؤول السلمي، لجنة تحدد صلاحياتها وتنظيمها وسيرها وفقاً للتنظيم الجاري به العمل.

ويعلن التثبيت بقرار أو مقرر يصدر عن السلطة التي لها حق التعيين.

الفصل الرابع

الترقية

المادة 10 : تحدد وتائر الترقية المطبقة على الموظفين العاملين في القطاع الديني حسب المدد الثلاث (03) والنسب المنصوص عليها في المادة 75 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور أعلاه.

تحدد قائمة هذه الأسلاك والمؤسسات المنصوص عليها في المقطع أعلاه بقرار وزاري مشترك بين وزير الشؤون الدينية والسلطة المكلفة بالتوظيف العمومية.

المادة 3 : تعتبر الأسلاك التالية أسلاكاً خاصة في قطاع الشؤون الدينية :

- سلك مفتشي التعليم القرآني،

- سلك مفتشي التعليم المسجدي والتكوين،

- سلك وكلاء الأوقاف،

- سلك الأئمة،

- سلك معلمي القرآن الكريم،

- سلك الأعوان الدينيين.

الفصل الثاني

الحقوق والواجبات

المادة 4 : يتمتع العمال الخاضعون لأحكام هذا القانون الأساسي بالحقوق والواجبات المنصوص عليها في المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985، المذكور أعلاه، وهم ملزمون، فضلاً عن ذلك، بالقواعد المبينة في النظام الداخلي الخاص بالإدارة التي تستخدمهم.

المادة 5 : بصرف النظر عن الأحكام المنصوص عليها في هذا القانون الأساسي وتطبيقاً للمادتين 34 و35 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور أعلاه، يمكن تعديل النسب المحددة من أجل التوظيف الداخلي، بموجب قرار مشترك بين وزير الشؤون الدينية والسلطة المكلفة بالتوظيف العمومية، بعد أخذ رأي لجنة الموظفين المعنية.

غير أن هذه التعديلات محددة بالنصف على الأكثر للنسب المحددة من أجل كيفية التوظيف عن طريق الامتحان المهني وقائمة التأهيل، من دون أن يتجاوز مجموع النسب للتوظيف الداخلي سقف 50٪ من المناصب المقررة.

الفصل الثالث

التوظيف - مدة التجريب - التثبيت

المادة 6 : بصرف النظر عن الأحكام المنصوص عليها في هذا القانون الأساسي، وتطبقاً للمادتين 74 و75 من

بين الرتبة الاصلية والرتبة المدمج فيها، عند تقدير الاقدمية المطلوبة لترقية الموظفين المدمجين في رتب أخرى غير الرتب المطابقة لاسلاكهم التي انشئت من قبل، عملا بالامر رقم 66 - 133 المؤرخ في 2 يونيو سنة 1966 المذكور اعلاه.

المادة 15: العمال المعينون بصفة قانونية عند تاريخ سريان مفعول هذا المرسوم، في وظيفة خاصة حسب مفهوم المادة 10 من الامر رقم 66 - 133 المؤرخ في 2 يونيو سنة 1966 المذكور اعلاه والقوانين الاساسية المتخذة لتطبيقه، يستفيدون الراتب المرتبط بالمنصب العالي المطابق حتى تتم تسوية وضعيتهم.

الباب الثاني

احكام مطبقة على مختلف الاسلاك الخاصة

الفصل الاول

سلك مفتشي التعليم القرآني

المادة 16 : يتضمن سلك مفتشي التعليم القرآني رتبة واحدة :

- رتبة مفتش التعليم القرآني.

القسم الاول

تحديد المهام

المادة 17 : يتولى مفتش التعليم القرآني المهام الآتية :

- تفتيش معلمي القرآن الكريم،
- مراقبة تطبيق برامج التعليم القرآني ومتابعة أعمال المعلمين،
- الاشراف على لجنة التفتيش،
- الاشراف على الندوات التربوية الخاصة بمعلمي القرآن الكريم،

غير ان اصحاب المناصب التي تنطوي على نسبة عالية من المشقة أو الضرر والتي تضبط قائمتها بمرسوم عملا بأحكام المادة 7 من القانون رقم 83 - 12 المؤرخ في 2 يوليو سنة 1983، المتعلق بالتقاعد، يستفيدون وتبرتين (2) للترقية حسب المدين الدنيا والمتوسطة ووفق نسبي 6 و4 تباعا من كل 10 موظفين طبقا لاحكام المادة 76 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور اعلاه.

الفصل الخامس

الاحكام العامة للادماج

المادة 11 : يدمج، قصد التأسيس الاولي للاسلاك المنشأة بهذا المرسوم، الموظفون المرسمون والمتدربون أو المثبتون عملا بالمرسوم رقم 86 - 46 المؤرخ في 11 مارس سنة 1986 المذكور اعلاه، والعمال المتدربون حسب الشروط المحددة في احكام المواد من 137 الى 145 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور اعلاه، واحكام هذا المرسوم، ويثبتون ويرتبون من جديد.

المادة 12 : يدمج الموظفون المرسمون تطبيقا للتنظيم المطبق عليهم أو الموظفون المثبتون، طبقا للمرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985، المذكور اعلاه ويثبتون ويرتبون في الدرجة المطابقة لدرجتهم في سلكهم الاصيلي، مع مراعاة حقهم في الترقية وتحسب باقي الاقدمية الناتجة في سلكهم الاصيلي من أجل الترقية في السلك المستقبل.

المادة 13 : يدمج العمال الذين لم يثبتوا في رتبهم عند سريان مفعول هذا المرسوم بصفة متدربين ويثبتون بعد اتمام فترة التدريب القانوني المنصوص عليها في السلك المستقبل ان كانت طريقة تأدية عملهم مرضية، ويحتفظون باقدمية مساوية لمدة الخدمات المتممة ابتداء من تاريخ توظيفهم، وتحسب هذه الاقدمية للترقية درجة في صنفهم الجديد وقسم الترتيب.

المادة 14 : يجمع، انتقاليا ولمدة خمس (5) سنوات، ابتداء من تاريخ دخول هذا المرسوم حيز التنفيذ،

القسم الثاني

شروط التوظيف

المادة 18 : يوظف مفتش التعليم القرآني :

أ- عن طريق المسابقة على أساس الاختبار من بين :

- الأئمة الأساتذة المثبتين اقدمية ثلاث (3) سنوات الحافظين القرآن الكريم كله، الملمين بأحكام القراءات، المسجلين في قائمة التأهيل.

- الحاصلين على شهادة الليسانس الحافظين القرآن الكريم كله، الملمين بأحكام القراءات، المثبتين اقدمية خمس (5) سنوات.

ب- عن طريق المسابقة على أساس الشهادات من بين المرشحين الحاصلين على شهادة الماجستير في العلوم الاسلامية، ومارسوا بنجاح تكوينا متخصصا يحدد برنامجه ومدته بقرار من وزير الشؤون الدينية.

ج- يمكن أن يعين عن طريق الاختيار في منصب مفتش التعليم القرآني في حدود 20٪ من المناصب المتاحة، الموظفون في قطاع الشؤون الدينية المرتبون في الصنف 15 على الأقل الحافظون القرآن الكريم، المثبتون اقدمية خمس (5) سنوات المسجلون في قائمة التأهيل.

القسم الثالث

احكام انتقالية للادماج

المادة 19 : يدمج في سلك مفتش التعليم القرآني مفتشو الشؤون الدينية المرسمون والمتدربون.

الفصل الثاني

سلك مفتشي التعليم المسجدي والتكوين

المادة 20 : يتضمن سلك مفتشي التعليم المسجدي والتكوين رتبة واحدة :

- رتبة مفتش التعليم المسجدي والتكوين.

القسم الاول

تحديد المهام

المادة 21 : يتولى مفتش التعليم المسجدي والتكوين المهام الآتية :

- متابعة تطبيق القوانين والنصوص التنظيمية، المطبقة في قطاع الشؤون الدينية،
- تفتيش أسلاك الأئمة وتقدير نشاطاتهم وتنقيطهم،
- تقييم نشاط العاملين في المساجد،
- متابعة الأنشطة الدينية والثقافية التي تنظمها مختلف مصالح القطاع.
- متابعة نشاط الجمعيات المسجدية،
- تنظيم أعمال المكونين والسهر على تطبيق برامج التكوين المستمر،
- المساهمة في تنظيم امتحان التكوين المستمر،
- متابعة نشاط المعاهد الاسلامية،
- تنشيط الندوات التربوية،
- متابعة دروس محو الامية في المساجد.

القسم الثاني

شروط التوظيف

المادة 22 : يوظف مفتش التعليم المسجدي والتكوين :

أ- عن طريق المسابقة على أساس الاختبار من بين :
- الأئمة الأساتذة المثبتين اقدمية ثلاث (3) سنوات المسجلين في قائمة التأهيل.

- الحاصلين على شهادة الليسانس، المثبتين اقدمية خمس (5) سنوات.

ب- عن طريق المسابقة على أساس الشهادات من بين المرشحين الحاصلين على شهادة الماجستير في العلوم الاسلامية، ومارسوا بنجاح تكوينا متخصصا يحدد برنامجه ومدته بقرار من وزير الشؤون الدينية.

ج- يمكن أن يعين عن طريق الاختيار في منصب مفتش التعليم المسجدي والتكوين، في حدود 20٪ من المناصب المتاحة الموظفون في القطاع، المرتبون في الصنف 15 على الأقل، المثبتون اقدمية خمس (5) سنوات، المسجلون في قائمة التأهيل.

د - عن طريق التأهيل المهني وحسب الكيفيات المنصوص عليها في المادتين 34 و57 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور أعلاه، من بين موظفي قطاع الشؤون الدينية المرتبين في الصنف 15 على الاقل والمثبتين أقدمية قدرها خمس (5) سنوات والمسجلين في قائمة التأهيل.

الفصل الرابع

سلك الائمة

المادة 27 : يتضمن سلك الائمة أربع رتب :

- رتبة الامام الاستاذ،
- رتبة الامام المدرس للقراءات،
- رتبة الامام المدرس،
- رتبة الامام المعلم.

القسم الاول

تحديد المهام

المادة 28 : يقوم الامام الاستاذ والامام المدرس والامام المعلم، زيادة على امانة المصلين، بالمهام الآتية كل حسب مستواه الوظيفي :

- تعليم القرآن الكريم،
- إعطاء دروس في مختلف العلوم الاسلامية،
- القاء دروس الوعظ والارشاد، قصد تبليغ أحكام الشريعة الاسلامية في مختلف المجالات،
- المساهمة في الحفاظ على الوحدة الدينية للجماعة، وتماسكها،
- القيام بالتكوين المستمر للائمة والاعوان الدينيين،
- المساهمة في ترقية الخطب المنبرية والدروس المسجدية،
- المساهمة في إعطاء الدروس الاستدراكية التي تنظم في المساجد لفائدة التلاميذ والطلبة في مختلف مراحل التعليم،
- إعطاء الاميين والاميات دروسا في القراءة والكتابة،
- المساهمة في النشاط الثقافي المسجدي،
- تولي خطبة النكاح وترشيد الزواج والولائم،
- إصلاح ذات البين بين الافراد،
- السهر على حرمة المسجد وآدابه،
- رعاية النشاط الاجتماعي.

القسم الثالث

احكام انتقالية للادماج

المادة 23 : يدمج في سلك مفتشي التعليم المسجدي والتكوين، مفتشو الشؤون الدينية المرسمون والمتدربون.

الفصل الثالث

سلك وكلاء الاوقاف

المادة 24 : يتضمن سلك وكلاء الاوقاف رتبة واحدة :

- رتبة وكيل الاوقاف.

القسم الاول

تحديد المهام

المادة 25 : يقوم وكيل الاوقاف بالمهام الآتية :

- مراقبة الاملاك الوقفية ومتابعتها،
- السهر على صيانة الاملاك الوقفية،
- مسك دفاتر الجرد والحسابات،
- السهر على استثمار الاوقاف،
- تشجيع المواطنين على تنشيط الحركة الوقفية،
- مسك حسابات الاملاك الوقفية وضبطها،

القسم الثاني

شروط التوظيف

المادة 26 : يوظف وكلاء الاوقاف :

- 1- عن طريق المسابقة،

على أساس الشهادات : من بين الحاصلين على شهادة الماجستير في العلوم الاسلامية الحافظين ماتيسر من القرآن الكريم، ومارسوا بنجاح تكوينا متخصصا، يحدد برنامجه ومدته قرار من وزير الشؤون الدينية.

- ب- على أساس الإختبار من بين :

- الحاصلين على شهادة الليسانس في العلوم الاسلامية أو شهادة معادلة لها، الحافظين ماتيسر من القرآن الكريم، المثبتين أقدمية ثلاث (3) سنوات في القطاع العام.

- ج- على أساس الاختيار من بين،

- الائمة الاساتذة المرسمين، المثبتين أقدمية ثلاث (3) سنوات المسجلين في قائمة التأهيل، في حدود 20 % من المناصب المتاحة،

الامام المدرس، المثبتين مستوى السنة الثالثة ثانوي وتابعوا بنجاح تكويننا متخصصا مدة سنتين.

ب - بمسابقة على أساس الاختبار من بين المثبتين إتمام الدراسة في السنة الثانية من التعليم الجامعي في العلوم الاسلامية، الحافظين القرآن الكريم كله.

ج - بالاختيار من بين الأئمة المعلمين الحافظين القرآن الكريم كله، المثبتين اقدمية عشر (10) سنوات في رتبهم، المسجلين في قائمة التأهيل في حدود 10 ٪ من المناصب المتاحة.

المادة 33 : يوظف الامام المعلم :

1 - بمسابقة على أساس الشهادات من بين خريجي المعاهد الاسلامية الحاصلين على شهادة الكفاءة لاداء وظيفة الامام المعلم، المثبتين مستوى السنة الثانية ثانوي وتابعوا بنجاح تكويننا متخصصا مدة سنتين.

ب - بمسابقة على أساس الاختبار من بين المثبتين إتمام الدراسة في السنة الثالثة من التعليم الثانوي، في شعبة العلوم الاسلامية، أو غيرها الحافظين القرآن الكريم كله.

القسم الثالث

احكام انتقالية للادماج

المادة 34 : يدمج في رتبة إمام أستاذ كل الائمة الخارجين عن السلم المرسمين والمتدربين المعينين في هذا السلك.

المادة 35 : يدمج في رتبة إمام مدرس كل الائمة الخطباء المرسمين والمتدربين المعينين في هذا السلك.

المادة 36 : يدمج في رتبة إمام معلم كل أئمة الصلوات الخمس المرسمين والمتدربين في هذا السلك.

الفصل الخامس

سلك معلمي القرآن الكريم

المادة 37 : يتضمن سلك معلمي القرآن الكريم رتبة واحدة :

المادة 29 : يقوم الامام المدرس للقراءات بالمهام الاتية، زيادة على ما تنص عليه المادة 28 اعلاه :

- تلقين أحكام القراءات للائمة ومعلمي القرآن الكريم، وتدريبهم على حسن الترتيل والاداء،

- تدريس مبادئ القراءات وأحكام التجويد في الزوايا والمدارس القرآنية والمساجد،

- المساهمة في احياء المناسبات والاعياد الدينية بالتلاوة والتجويد،

- إمامة الناس في صلاة التراويح بالمساجد الرئيسية.

القسم الثاني

شروط التوظيف

المادة 30 : يوظف الامام الاستاذ عن طريق المسابقة، على أساس الاختبار، من بين :

- الحاصلين على شهادة الليسانس في العلوم الاسلامية، أو ما يعادلها، الحافظين القرآن الكريم كله، أو ربعه على الاقل، شريطة الالتزام باستكمال حفظه.

- الائمة المدرسين الذين لهم عشر (10) سنوات اقدمية في رتبهم، المسجلين في قائمة التأهيل.

المادة 31 : يوظف الامام المدرس للقراءات :

1 - بمسابقة على أساس الشهادات من بين خريجي المعاهد الاسلامية الحاصلين على شهادة الكفاءة لاداء وظيفة الامام المدرس للقراءات، المثبتين مستوى السنة الثالثة ثانوي وتابعوا بنجاح تكويننا متخصصا مدة سنتين.

ب - بمسابقة على أساس الاختبار من بين المثبتين إتمام الدراسة في السنة الثانية من التعليم الجامعي على الاقل في العلوم الاسلامية، أو غيرها، عند الاقتضاء، الحافظين القرآن الكريم المجازين في القراءات.

المادة 32 : يوظف الامام المدرس :

1 - بمسابقة على أساس الشهادات من بين خريجي المعاهد الاسلامية الحاصلين على شهادة الكفاءة لاداء وظيفة

القسم الأول

تحديد المهام

المادة 42 : يقوم المؤذن بالمهام الآتية :

- الأذان للصلوات الخمس والجمعة،
- الإقامة للصلوات،
- ملازمة المسجد، من قبل دخول أوقات الصلوات الى وقت انقضاءها،
- المشاركة في تلاوة الحزب الراتب،
- الاشراف على مكتبة المسجد وأثاثه،
- استخلاف الامام عند الضرورة.

المادة 43 : يكلف القيم بالمهام الآتية :

- حراسة المسجد،
- تنظيف المسجد والمرافق التابعة له،
- المحافظة على أثاث المسجد وصيانته.

القسم الثاني

شروط التوظيف

المادة 44 : يوظف المؤذن :

- 1- بالمسابقة على أساس الشهادات من بين المترشحين الحاصلين على مستوى السنة التاسعة من التعليم الاساسي، الحافظين نصف القرآن الكريم، على الاقل، الملمين بالمبادئ الاساسية في فقه العبادات،
- ب- بالاختيار من بين القيمين الذين لهم خمس (5) سنوات اقدمية على الاقل الحافظين نصف القرآن الكريم المسجلين في قائمة التأهيل، في حدود 20٪ من المناصب المتاحة.

المادة 45 : يوظف القيم بمسابقة على أساس الشهادات من بين المترشحين المثبتين مستوى السنة التاسعة من التعليم الاساسي، الحافظين ما تيسر من القرآن الكريم، المتمتعين بصحة جيدة تمكنهم من أداء وظيفتهم.

القسم الثالث

احكام انتقالية للادماج

المادة 46 : يدمج في رتبة مؤذن كل المؤذنين المعيّنين في هذا السلك، المرسمين والمتدربين.

- رتبة معلم القرآن الكريم.

القسم الأول

تحديد المهام

المادة 38 : يقوم معلم القرآن الكريم بالمهام الآتية :

- تعليم القرآن الكريم للصغار والكبار،
- تعليم المبادئ الاساسية لفقه العبادات،
- تعليم الاميين القراءة والكتابة،
- المشاركة في النشاط المسجدي،
- استخلاف الامام عند الضرورة.

القسم الثاني

شروط التوظيف

المادة 39 : يوظف معلمو القرآن الكريم، عن طريق المسابقة على أساس الاختبار، من بين المترشحين الذين تتوفر فيهم الشروط الآتية :

- حفظ القرآن الكريم كله، حفظا جيدا،
- اثبات مستوى السنة التاسعة من التعليم الاساسي او ما يعادلها، او النجاح في امتحان انتقاء اولي، ينظم بقرار من وزير الشؤون الدينية.

القسم الثالث

احكام انتقالية للادماج

المادة 40 : يدمج في رتبة معلم القرآن الكريم، كل معلمي القرآن الكريم المعيّنين في هذا السلك المرسمين والمتدربين.

الفصل السادس

سلك الاعوان الدينيين

المادة 41 : يتضمن سلك الاعوان الدينيين الرتبتين الآتيتين :

- رتبة المؤذن،
- رتبة القيم.

الباب الثالث
التصنيف

المادة 49 : تطبيقا لأحكام المادة 69 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985، المذكور أعلاه، تصنف مناصب العمل والإسلاك الخاصة التابعة لقطاع الشؤون الدينية حسب الجدول الآتي :

المادة 47 : يدمج في رتبة قيم كل القيمتين المعينتين في هذا السلك المرسمين والمتدربين.

الفصل السابع
التأديب

المادة 48 : يخضع الموظفون المعينون بهذا القانون الاساسي، فيما يتعلق بالتأديب، الى الاحكام المنصوص عليها في المواد من 122 الى 131 من المرسوم رقم 85 - 59 المؤرخ في 23 مارس سنة 1985 المذكور أعلاه.

التصنيف			مناصب العمل
الرقم الاستدلالي	القسم	الصف	
581	05	17	1 - مفتش التعليم القرآني
581	05	17	2 - مفتش التعليم المسجدي والتكوين
581	05	17	3 - وكيل الاوقاف
452	03	15	4 - الامام الأستاذ
408	02	14	5 - الامام المدرس للقراءات
392	01	14	6 - الامام المدرس
354	01	13	7 - الامام المعلم
320	01	12	8 - معلم القرآن الكريم
260	01	10	9 - المؤذن
213	01	08	10 - القيم

الباب الرابع احكام ختامية

المادة 50 : تلغى جميع الاحكام المخالفة لهذا المرسوم، وخاصة احكام الامر رقم 69 - 96 المؤرخ في 6 ديسمبر سنة 1969، والنصوص المتممة والمعدلة له، والرسوم رقم 80 - 123، المؤرخ في 10 ابريل سنة 1980، والرسوم رقم 80 - 171 المؤرخ في 21 يونيو سنة 1980، المذكورين اعلاه.

المادة 51 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ويسرى مفعوله ابتداء من اول يناير سنة 1990.

حرر بالجزائر في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 ابريل سنة 1991.

مولود حمروش

مرسوم تنفيذي رقم 91 - 115 مؤرخ في 12 شوال عام 1411 الموافق 27 ابريل سنة 1991 يحدد
صلاحيات وزير الجامعات.

ان رئيس الحكومة،

- بناء على تقرير وزير الجامعات،

- وبناء على الدستور، لاسيما المادتان 81 و116 منه،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 89 - 82 المؤرخ في 2 ذي القعدة عام 1409 الموافق 6 يونيو سنة 1989 والذي يحدد صلاحيات وزير التعليم العالي،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 89 - 171 المؤرخ في 9 صفر عام 1410 الموافق 9 سبتمبر سنة 1989 والمتضمن تعيين رئيس الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 89 - 178 المؤرخ في 16 صفر عام 1410 الموافق 16 سبتمبر سنة 1989 والمتضمن تعيين اعضاء الحكومة، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90 - 188 المؤرخ في اول ذي الحجة عام 1410 الموافق 23 يونيو سنة 1990 الذي يحدد هيكل الادارة المركزية واجهزتها في الوزارات،

يرسم ما يلي :

المادة الاولى : يقترح وزير الجامعات في إطار السياسة العامة للحكومة وبرنامج عملها الموافق عليه طبقا لاحكام الدستور، عناصر السياسة الوطنية في ميدان التعليم العالي ويتولى تطبيقها وفقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها.

ويقدم حصيلة نتائج عمله إلى رئيس الحكومة ومجلس الحكومة وإلى مجلس الوزراء، حسب الاشكال والكيفيات والاجال المقررة.

المادة 2 : يتولى وزير الجامعات، في إطار القوانين والتنظيمات المعمول بها وفي حدود صلاحياته، دراسة التدابير اللازمة لتنظيم مختلف مستويات التعليم العالي وتطويرها، واقتراح ذلك، قصد إقامة منظومة شاملة ومتكاملة.

وبهذه الصفة يبادر ويقترح ويطبق الاجراءات ذات الطابع التشريعي أو التنظيمي الرامية إلى تحقيق ما يأتي :

- تحديد أطوار التعليم العالي وتنظيمها مهما تكن السلطة الوصية عليها، والسهر على تطبيقها ومراجعتها باستمرار تبعا للتقدم العام في الآداب والفنون والعلوم والتقنيات،

- تحديد شعب أنواع التعليم العالي ومحتويات البرامج، وكيفيات رقابة المعارف، وشروط الالتحاق والتدرج، وطبيعة الشهادات وشروط تسليمها،

- تحديد القانون الاساسي لمؤسسات التعليم العالي وشروط إنشائها وسيورها،

- ضبط القانون الاساسي للمدرسين لاسيما شروط تكوينهم وتوظيفهم وترقيتهم في الحياة المهنية وشروط التأهيل للتدريس،

- ضبط القانون الاساسي للموظفين الاداريين والتقنيين التابعين للقطاع، لاسيما شروط تكوينهم وتوظيفهم وترقيتهم في الحياة المهنية،

- تحديد نظام الدراسة وحقوق الطلبة وواجباتهم في مؤسسات التعليم العالي،

- تنشيط الحياة الاجتماعية والثقافية والرياضية في مؤسسات التعليم العالي.

المادة 3 : يشجع وزير الجامعات تطوير الانشطة التابعة لمجال اختصاصه ويدعمها، ويسهر في هذا الاطار، على وضع أدوات تخطيط الانشطة التابعة لمجال اختصاصه في كل المستويات،

قائمة المهارس

- فهرس الجداول.
- فهرس الأشكال.
- فهرس الموضوعات.

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
87	توزيع عينة الدراسة حسب السن	01
90	توزيع عينة الدراسة حسب الوضعية الوظيفية	02
92	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	03
94	توزيع مصادر المعرفة لدى عينة البحث	04
96	توزيع مصادر المعرفة لدى عينة البحث حسب المستوى التعليمي	05
99	توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الإنترنت أو عدمه	06
101	توزيع استخدام المبحوثين للإنترنت حسب متغير السن	07
104	توزيع استخدام المبحوثين للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية.	08
106	توزيع استخدام المبحوثين للإنترنت حسب المستوى التعليمي	09
108	توزيع عينة الدراسة الممتنعة عن استخدام الإنترنت حسب الأسباب	10
110	توزيع العينة الممتنعة عن استخدام الإنترنت حسب أسباب الامتناع وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	11
112	توزيع العينة الممتنعة حسب الاستخدام المستقبلي للإنترنت	12
113	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب محل الاستخدام	13
115	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب طبيعة الاستخدام	14

117	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب وتيرة تصفحها للمواقع الإسلامية	15
120	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب وتيرة التصفح والسن	16
122	توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب مدة التصفح	17
125	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وعدد ساعات الاستخدام	18
127	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب السن وعدد ساعات الاستخدام	19
130	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية وعدد ساعات الاستخدام.	20
132	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب تاريخ بداية الاستخدام	21
134	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أوقات الاستخدام	22
136	توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب السن والفترات المفضلة للاستخدام	23
139	توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب حجم صعوبات التصفح	24
141	توزيع العينة المتصفح للمواقع الإسلامية حسب صعوبات التصفح	25
143	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وصعوبات التصفح	26
146	توزيع عينة الدراسة حسب مضامين المواقع الإسلامية	27
148	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب أسباب تفضيلها لهذه المواقع.	28
150	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أسباب تفضيلها لهذه المواقع وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي.	29
154	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب الخدمات	30

156	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب خدمات المواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير السن	31
161	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية.	32
163	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير السن.	33
168	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفحها للمواقع الإسلامية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية.	34
172	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب إشباعاتهم	35
174	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب إشباعاتهم وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية	36
177	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب تملك صفحة دعوية	37
178	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير السن	38
180	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير الوضعية الوظيفية	39
182	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت بحسب إنشاء أو عدم إنشاء صفحة دعوية وعلاقته بمتغير المستوى التعليمي	40
184	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية	41

187	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية	42
190	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب أسباب عدم إنشائها صفحة دعوية وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	43
192	توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب نوع الصفحة	44
194	توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية بحسب نوع الصفحة ومتغير السن	45
197	توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية بحسب نوع الصفحة ومتغير المستوى التعليمي	46
200	توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب عرضها لبياناتها الشخصية	47
202	توزيع العينة التي لها صفحة دعوية حسب بياناتها الشخصية وعلاقتها بمتغير الوضعية الوظيفية	48
204	توزيع العينة التي لها صفحة دعوية حسب طبيعة بياناتها وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	49
206	توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب الغرض منها	50
207	توزيع العينة التي تملك صفحة دعوية حسب الغرض منها وعلاقته بالمستوى التعليمي	51
210	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب التعامل المستقبلي مع هذه المواقع	52
212	توزيع العينة المستخدمة للإنترنت حسب التعامل المستقبلي مع المواقع الإسلامية وعلاقته بمتغير الوضعية الوظيفية	53

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الشكل
49	تطور علاقة الويب بالانترنت	أ
87	التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة حسب السن	01
90	التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة حسب الوضعية الوظيفية	02
92	التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	03
94	التوزيع البياني لمصادر المعرفة لدى عينة البحث	04
97	التوزيع التمثيلي لمصادر المعرفة لدى عينة البحث حسب المستوى التعليمي	05
99	التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة حسب استخدام الإنترنت أو عدمه	06
101	التوزيع التمثيلي لاستخدام العينة للإنترنت حسب السن	07
104	التوزيع التمثيلي لاستخدام المبحوثين للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية	08
106	التوزيع التمثيلي لاستخدام المبحوثين للإنترنت حسب المستوى التعليمي	09
108	التوزيع التمثيلي لعينة الدراسة الممتنعة عن استخدام الإنترنت حسب الأسباب	10
110	التوزيع التمثيلي للعينة الممتنعة عن استخدام الإنترنت حسب المستوى التعليمي وأسباب الامتناع	11
112	التوزيع التمثيلي للعينة الممتنعة حسب الاستخدام المستقبلي للإنترنت	12
113	التوزيع التمثيلي للعينة المستخدمة للإنترنت حسب محل الاستخدام	13

115	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب طبيعة الاستخدام	14
117	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب وتيرة التصفح	15
120	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب وتيرة التصفح والسّن	16
122	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب مدّة التصفح	17
125	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وعدد ساعات الاستخدام	18
127	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب السّن وعدد الساعات	19
130	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية وعدد الساعات	20
132	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب تاريخ بداية الاستخدام	21
134	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب أوقات الاستخدام	22
136	التمثيل البياني للعيينة المتصفحّة للمواقع الإسلامية حسب السن والفترات المفضلة للاستخدام	23
139	التمثيل البياني للعيينة المتصفحّة للمواقع الإسلامية حسب حجم صعوبات التصفح	24
141	التمثيل البياني للعيينة المتصفحّة للمواقع الإسلامية حسب صعوبات التصفح	25
144	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وصعوبات التصفح	26

146	التوزيع التمثيلي للعيينة حسب مضامين المواقع الإسلامية	27
148	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب أسباب التفضيل	28
151	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي واستخدام المواقع	29
154	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة حسب الخدمات	30
157	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب السن وخدمات المواقع الإسلامية	31
161	العيينة المستخدمة للإنترنت حسب دوافع تصفح المواقع الإسلامية	32
164	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب السن ودوافع التصفح	33
169	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية ودوافع التصفح	34
172	التوزيع التمثيلي للعيينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب استفادتهم	35
175	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة بحسب الوضعية الوظيفية وإشباعاتهم	36
177	توزيع العينة المستخدمة للمواقع الإسلامية حسب إنشاء صفحة دعوية	37
178	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب السن وإنشاء صفحة دعوية	38
180	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب الوضعية الوظيفية وإنشاء صفحة دعوية	39

182	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وإنشاء صفحة دعوية	40
184	التوزيع التمثيلي للعيينة التي لا تملك صفحة دعوية حسب الأسباب	41
188	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة حسب الوضعية الوظيفية وأسباب عدم إنشائها صفحة دعوية	42
191	التمثيل البياني للعيينة المستخدمة للإنترنت حسب المستوى التعليمي وأسباب عدم إنشاء صفحة دعوية	43
192	التوزيع التمثيلي للعيينة التي تملك صفحة دعوية حسب نوع الصفحة	44
195	التمثيل البياني للعيينة التي تملك صفحة دعوية بحسب نوع الصفحة ومتغير السن	45
198	التمثيل البياني للعيينة التي تملك صفحة دعوية بحسب نوع الصفحة ومتغير المستوى التعليمي	46
200	التوزيع التمثيلي للعيينة التي تملك صفحة دعوية حسب عرض البيانات الشخصية	47
202	التمثيل البياني للعيينة التي لها صفحة دعوية حسب الوضعية الوظيفية وطبيعتها بياناتها	48
204	التمثيل البياني للعيينة التي لها صفحة دعوية حسب طبيعة بياناتها وعلاقتها بمتغير المستوى التعليمي	49
206	التوزيع التمثيلي للعيينة التي تملك صفحة دعوية حسب الغرض منها	50

208	التمثيل البياني للعينه التي تملك صفحه دعويه حسب الفائده منها والمستوى التعليمي	51
210	التوزيع التمثيلي للعينه المستخدمه للمواقع الإسلاميه حسب التعامل المستقبلي مع هذه المواقع	52
213	التمثيل البياني للعينه المستخدمه بحسب الوضعية الوظيفية والتعامل المستقبلي مع المواقع	53

عبد القادر للعوم الإسلامية

فهرس الموضوعات

أ - ج	المقدمة
1- موضوع الدراسة وخلفيتها النظرية	
05	1-1 موضوع الدراسة
05	1-1-1 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
06	2-1-1 أهداف الدراسة
07	3-1-1 أسباب إختيار الموضوع
08	4-1-1 أهمية الدراسة
09	5-1-1 مفاهيم الدراسة
16	6-1-1 الدراسات السابقة
28	2-1 الخلفية النظرية للدراسة
29	1-2-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباكات وعناصرها
29	1-1-2-1 مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباكات
31	2-1-2-1 عناصر نظرية الاستخدامات والاشباكات
37	2-2-1 الانتقادات الموجهة للنظرية والردود عليها
37	1-2-2-1 الانتقادات الموجهة للنظرية
38	2-2-2-1 الردود على الانتقادات الموجهة للنظرية
39	3-2-1 استخدام الانترنت مقارنة نظرية
2- الانترنت واستخداماتها الدعوية	
42	1-2 الانترنت والمواقع الالكترونية الاسلامية
42	1-1-2 الانترنت: تعريفها ومراحل تطورها

42	1-1-1-2 تعريف الانترنت
43	2-1-1-2 مراحل تطور الانترنت
45	2-1-2 الانترنت والويب
45	1-2-1-2 الفرق بين الانترنت والويب
47	2-2-1-2 (Web 2.0) الجيل الثاني من الويب
49	3-1-2 المواقع الالكترونية الاسلامية: تعريفها وخصائصها
50	1-3-1-2 تعريف المواقع الالكترونية الاسلامية
51	3-3-1-2 خصائص المواقع الالكترونية الاسلامية
52	4-1-2 وسائل الدعوة الاسلامية عبر الانترنت
52	- Sites Web 1-4-1-2 المواقع الشبكية-
54	- Forums- 2-4-1-2 المنتديات -
57	3-4-1-2 مواقع التواصل الاجتماعي
60	- E- Mail- 4-4-1-2 البريد الالكتروني-
61	5-4-1-2 غرف الدردشة و الحوار مع الآخرين
64	2-2 الاستخدامات الدعوية للإمام عبر المواقع الالكترونية الإسلامية
64	1-2-2 الثابت والمتغير في الخطاب المسجدي.
66	2-2-2 الدعوة والتعليم عن بعد
67	3-2-2 البث الحي للجمعات والدروس والمحاضرات
68	4-2-2 المحادثة عن طريق السكايب،البالتوك، الوسائط التواصلية
69	5-2-2 مواجهة الشبهات والافتراءات على الاسلام والمسلمين
70	6-2-2 التوجيه والنصح والافتاء
71	7-2-2 نشر الاسهامات الدعوية

3- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية	
74	1-3 الاجراءات المنهجية
74	1-1-3 نوع الدراسة ومنهجها
75	2-1-3 مجالات الدراسة وعينتها
77	3-1-3 أداة جمع البيانات وتحليلها.
78	1-3-1-3 المراحل المتبعة في تصميم الاستمارة
80	2-3 نتائج الدراسة المتعلقة باستخدام الأئمة للمواقع الإسلامية
80	1-2-3 خصائص عينة الدراسة
81	وأنماط استخدام الأئمة للمواقع الإسلامية 2-2-3 بيانات حول عادات
148	3-3 نتائج الدراسة المتعلقة بالإشبعات المحققة من المواقع الإسلامية
148	1-3-3 الإشبعات الخاصة بالإمام
163	2-3-3 الإشبعات الخاصة بالعمل الدعوي
197	- نتائج الدراسة
206	- خاتمة
210	- قائمة المصادر والمراجع
220	- الملاحق
250	- الفهارس
251	- فهرس الجداول
254	- فهرس الأشكال
257	- فهرس الموضوعات
261	- ملخص الدراسة

جامعة الأميرة
عبد القادر
للعلوم الإسلامية

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة

تندرج هذه الدراسة الموسومة بـ: "أئمة مساجد ولاية قسنطينة والمواقع الإسلامية" ضمن دراسة جمهور وسائل الإعلام والتي حاولت تطبيق فروض نظرية الاستخدامات والإشباع، قصد التأكيد على فاعلية الجمهور المتلقي، وأنه وحده الذي يقرر ماذا يريد أن يأخذ من وسائل الإعلام، وقد تمحورت تساؤلات الدراسة حول معرفة: استخدامات أئمة مساجد قسنطينة للمواقع الإلكترونية الإسلامية وما هي الإشباعات المحققة من خلالها؟

وذلك بالإجابة على التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما هي عادات استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما هي أنماط استخدام الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما هي الإشباعات التي يحققها الأئمة من خلال تصفحهم للمواقع الإلكترونية الإسلامية؟
- ما مدى تأثير متغيرات: السن، المستوى العلمي، الوضعية الوظيفية في ظاهرة استخدامات الأئمة للمواقع الإلكترونية الإسلامية وإشباعاتهم المحققة منها.

وتهدف هذه الدراسة في جانبها النظري إلى البحث في طبيعة العمل الدعوي المسجدي في ظل المتغير الإعلامي الاتصالي ممثلاً أساساً في الإنترنت والمواقع الإلكترونية الإسلامية من خلال معرفة مراحل تطور الإنترنت وصولاً إلى الجيل الثاني من الويب (Web 2.0)، ثم معرفة المواقع الإلكترونية الإسلامية وخصائصها ومعرفة وسائل الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت ممثلة في المواقع الشبكية والمنتديات ومواقع التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني وغرف الدردشة والحوار مع الآخرين، ثم معرفة الاستخدامات الدعوية للإمام عبر المواقع الإلكترونية الإسلامية في عملية توضيح الثابت والمتغير في الخطاب المسجدي؛ ومن ثم إبراز التوظيف التقني للعمل الدعوي عبر صفحات الإنترنت والمتمثلة أساساً في الدعوة والتعليم عن بعد والبث الحي للجمعات والدروس والمحاضرات والمحادثات عن طريق السكايب والباتوك والوسائط التواصلية ومواجهة الشبهات والإفتراءات على الإسلام والمسلمين وتوجيه النصح والإفتاء للجمهور ونشر إسهاماته الدعوية.

وفي الجزء الميداني من هذه الدراسة استخدمنا منهج المسح الميداني بالعينة موزعين استمارة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات على عينة عشوائية نسبتها 50% من مجتمع الدراسة وهو ما يمثل 113 مفردة، وقد تم من خلالها التعرف على البيانات العامة لأئمة مساجد ولاية قسنطينة بمختلف بلدياتها ودوائرها من حيث السن والوضعية الوظيفية والمستوى التعليمي وتطرقنا إلى عادات تصفح الأئمة للمواقع الإسلامية من حيث الوسائل المعول عليها في تكوين معارف علمية لدى الإمام ومن حيث الحجم الزمني الذي يقضيه الإمام في تصفحه للمواقع الإسلامية (المدة، ساعات، فترات، الأيام..). وأنواع الصعوبات التي يواجهها والمحل والأشخاص الذين يفضل الإمام تصفح المواقع الإسلامية معهم.

كما حاول البحث التعرف على أنماط استخدام أئمة المساجد للمواقع الإسلامية بمعرفة أفضل المضامين التي يطرقها الإمام في المواقع الإسلامية وسبب تفضيله لمضامين دون أخرى ومعرفة خدمات المواقع الإسلامية المتوفرة من تنزيل الملفات والأخبار والمحادثات والصوتيات والمرئيات والتواصل عبر المواقع الاجتماعية (فايسبوك وتويتر ويوتيوب)، وربط كل هذا بالمتغيرات الأساسية (السن والوضعية الوظيفية والمستوى التعليمي للإمام).

وقد حدد البحث الإشباعات المتحققة للأئمة من خلال استخدامهم للمواقع الإسلامية، من خلال معرفة دوافع تصفح الأئمة للمواقع الإسلامية وأوجه استفادتهم منها وإن كانت لهم جهود دعوية على النت أم لا من خلال إنشاء صفحات دعوية، ومعرفة أسباب تخلف (77,17%) منهم عن إنشاء صفحة دعوية، ومعرفة طبيعة الصفحة الدعوية التي أنشأتها النسبة المتبقية، وطبيعة بياناتهم على هذه الصفحة، وأوجه تفاعلهم في صفحاتهم الدعوية، وأخيرا معرفة مستقبل تعامل الأئمة مع المواقع الإسلامية.

كلّ هذه القضايا مكنتنا من تحديد سلوك الأئمة المباشر مع المواقع الإسلامية من جهة والتطبيقات المتاحة لخدمة الدعوة الإسلامية من جهة أخرى.

Résumé de l'étude

Cette étude sous titré: «**Les Imams des mosquées de la wilaya de Constantine et les sites islamiques**» se rapportent à l'étude du public des medias, et essayé d'appliquer les hypothèses de la théorie des usages et des gratifications, afin de souligner l'efficacité de l'audience, et confirme que c'est au public de décidé ce qu'il veut faire de la presse. Cette étude tourne autour de savoir: les usages des Imams de Constantine de sites islamiques et les gratifications constatés?

En répondant à cette question; en doit répondre aux sous-questions suivantes :

- * Quelles sont les habitudes de l'utilisation des sites islamiques par les Imams?
- * Quels sont les modes d'utilisation des sites islamiques par les Imams?
- * Quel sont les gratifications constatés par les Imams on naviguent au sites Web islamiques?

Quel est l'effet de variables: l'âge, le niveau d'éducation, l'état fonctionnel dans le phénomène de l'utilisation des Imams au sites islamiques et les gratifications atteintes.

L'étude vise en partie théorique d'étudier le travail au mosquées Mettent en surbrillance la communication médiatique en pleine mutation, représentant principalement les sites Internet islamiques à travers la connaissance de développement de l'Internet et l'accès au Web de deuxième génération (Web 2.0, et ensuite trouver les sites Web et les caractéristiques de la connaissance et les moyens de la Dawa islamique représentée dans les sites web, les forums et les réseaux sociaux et e-mail, chatrooms et le dialogue avec les autres, et ensuite déterminer l'utilisation des Imams au sites islamistes dans le processus décrit le fixe et variable dans le discours; puis mettez en surbrillance le recrutement d'action technique poursuite à travers les pages de l'Internet, principalement représenté dans la Dawa et l'enseignement à distance et des émissions direct sur internet, et leçons, des conférences et des conversations par Skype et Paltalk et les médias de communication et la suspicion de visage et de calomnies contre l'islam et les musulmans et a conseillé d'émettre des avis des masses et la diffusion de ses contributions.

Dans le champ de cette étude, nous avons utilisé l'approche des distributeurs de l'échantillon de l'enquête sur le terrain forment l'enquête comme un outil pour recueillir des données sur un échantillon aléatoire de 50% de la population de l'étude, ce qui représente 113 mosquées, a été en mesure de découvrir les déclarations des imams de mosquées dans la wilaya de Constantine et ces différentes communes et départements où l'âge et le niveau fonctionnel et pédagogique, et nous avons étudié les habitudes de navigation des imams de sites islamiques en termes de moyens invoqués dans la formation de la connaissance scientifique à l'avant et en termes de temps passé dans la navigation web islamique (durée, heures, jours..) et les types de difficultés rencontrées par le loyer et les gens que les Imams préfèrent la navigation avec eux.

La recherche a également essayé de chercher à identifier les modes d'utilisation des imams des sites islamiques et savoir les buts des Imams on naviguent au sites islamiques et la raison de sa préférence du contenu sans les autres sites services islamiques sachant disponibles pour télécharger des fichiers, des nouvelles, discuter, la musique et l'audiovisuel et communiquer via les sites de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube), et relier tout ces variables de base (âge et l'état fonctionnel et le niveau d'éducation de l'imam).

L'étude a défini les gratifications atteintes par les imams à travers leur utilisation des sites islamiques, en connaissant les motifs parcourir des sites islamiques et tirer ces avantages cependant leurs efforts de Dawa sur le net ou pas par la création de pages de Dawa, et de découvrir les raisons de l'échec de (77,17%) d'entre eux pour la mise en place de page de Dawa, et la connaissance de la nature de la page de Dawa créée par le reste, et la nature de leurs données sur ces pages, et les aspects de leur interaction sur les pages, et enfin connaître l'avenir des imams traiter avec les sites islamiques.

Chacune de ces questions nous a permis de déterminer directement le comportement des imams avec les sites islamiques, d'une part; et les applications disponibles pour servir la Dawa Islamique d'une autre part.

Summary of the study

Fall of this study tagged: "Imams of Constantine and the Islamic sites" in the study of the public of media, which tried to apply the theoretical hypotheses of the uses and gratifications theory, in order to emphasize the effectiveness of the audience, and its or him alone to decides what he wants to take from the media, the focused questions of the study Learn about: «The imams of Constantine uses and gratifications of the Islamic websites achieved through?

By answering the following sub-questions:

- * What are the habits of the use of the imams of the Islamic websites?
- * What are the patterns of use of the imams of the Islamic websites?
- * What is the Alachaabaat achieved by imams browse through the websites of the Islamic?

What is the effect of variables: age, educational level, functional status in the phenomenon of the uses of the imams of the Islamic websites and Achaabaathm achieved them.

The study aims in part, the theoretical to look at the nature of advocacy work Almsadjada in light of the changing media communication, representing mainly the Internet and websites Islamic through knowledge of the stages of development of the Internet and access to the second-generation Web (Web 2.0, and then figure out the websites and characteristics of Islamic knowledge and means of the Islamic Dawa online represented in the web sites, forums and social networking sites and e-mail, chat rooms and dialogue with others, and then figure out uses advocacy for the imam via Islamist websites in the process describes the fixed and variable in the speech Almsadjada; then highlight the recruitment of technical action lawsuit through the pages of the Internet, represented mainly in the call and distance education and live broadcasts of Jmat and lessons, lectures and conversation by Alskaab and Paltalk and communicative media and face suspicion and slanders against Islam and Muslims and advised issuing opinions of the masses and the dissemination of his contributions to advocacy.

In the field of this study, we used the approach to the field survey sample distributors form the survey as a tool to collect data on a random sample of 50 percent of the study population, which represents 113 single, has been able to experience the public statements of the imams of mosques in the state of Constantine various municipalities and departments where age and status functional and educational level, and we dealt with the surfing habits of imams of Islamic sites in terms of the means relied on in the formation of scientific knowledge at the forward and in terms of size the time spent forward in browsing Islamic web (duration, hours, hours, days..) and the types of difficulties faced by the shop and the people who preferably Imam Islamic web browsing them.

He also tried to search to identify usage patterns imams of the Islamic sites in knowing the best content destination Imam in Islamic sites and the reason for his preference of the contents without the other knowing Services Islamic sites available to download files, news, chat, music and visuals and communicate via social networking sites (Facebook, Twitter, YouTube), and linking all this basic variables (age and functional status and educational level of the Imam).

The study has defined Alachaabaat achieved for imams through their use of Islamic sites, by knowing the motives browse the imams of the Islamic sites and draw Astphadathm them though their efforts advocacy on the net or not through the creation of pages advocacy, and find out the reasons for the failure (77.17%) of them for the establishment of Page advocacy, and knowledge of the nature of advocacy page created by the remainder, and the nature of their data on this page, and aspects of their interaction on their page advocacy, and finally know the future of the imams deal with Islamic sites.

Each of these issues has enabled us to determine the behavior of the imams with direct Islamic sites on the one hand and the applications available to serve the Islamic call on the other.
