M/070.348
16/113

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945– قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات
فرع علوم الإعلام و الاتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

تخصص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع

الموضوع:

إعتماد الأئمة على شبكة الأنترنت في صياغة الخطاب المسجدي
– دراسة ميدانية على أئمة قسنطينة –

إعداد الطالبان:
- لحمر سليمان
- مالك محمود

إشراف الأستاذ:
- د. خشة أحسن

السنة الجامعية:
2016/2015

شكر وعرفان

اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد بعد الرضا ولك الحمد إذا رضيت الحمد لله الذي يسر لنا طريق العلم ووفقنا في إنجاز هذا العمل، والصلاة والسلام على حبيبنا، شفيعنا، قرة أعيننا، سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

والشكر موصول للأستاذ الدكتور: **خشة أحسن** المشرف العلمي على هذه المذكرة على ما قدمه من جهد كبير ودعم متواصل وإشراف دقيق لإظهار هذه المذكرة بالشكل المطلوب.

ونشكر كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد ولو بالكلمة الطيبة، فلهم منا جميعا الشكر والتقدير والثناء وجعل الله كل ذلك في موازين حسناتهم.

إلى كل من قيل فيهم "كاد المعلم أن يكون رسولا " أساتذتنا ومعلمينا من مرحلة الابتدائي إلى مرحلة التعليم العالي.

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي وأبي العزيزين حفظهما الله لي.

وإلى إخواني و أخواتي ، سندي في الدنيا.

إلى كل الأصدقاء والزملاء والأحباب من دون استثناء.

إلى من لم يبخل علينا بنصائحه القيمة وإرشاداته الوجيهة،

الأستاذ المشرف الدكتور خشة أحسن.

إلى أساتذتي الكرام وأخص بالذكر الأستاذة دحدوح مونية.

وفي الأخير أرجوا من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعا يستفيد منه جميع طلاب العلم.

محمود

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي العزيزة حفظها الله ووالدي رحمه الله عليه

وإلى إخواني وأخواتي، سندي في الدنيا.

إلى كل الأصدقاء والزملاء والأحباب من دون استثناء.

إلى من لم يبخل علينا بنصائحه القيمة وإرشاداته الوجيهة،

الأستاذ المشرف الدكتور خشة أحسن.

إلى أساتذتي الكرام.

وفي الأخير أرجوا من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعا يستفيد منه جميع طلاب العلم.

سليمان

قائمة المحتويات

قائـــمة المحتويات

شكر وعرفان

الإهداءات

الفهرس.....I

قائمة الجداول.....V

مقدمة.....ا

الإطار المنهجي

1- الاشكالية.....04

2- تساؤلات الدراسة.....05

3- أسباب اختيار الموضوع.....05

4- أهمية الدراسة.....05

5- أهداف الدراسة.....06

6- تحديد المفاهيم.....06

7- حدود الدراسة.....08

8- منهج الدراسة.....09

9- أداة جمع البيانات.....10

10- مجتمع الدراسة وعينته.....10

11- الدراسات السابقة والمشابهة.....11

12- الخلفية النظرية للدراسة.....12

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية الانترنت

تمهيد.....17

أولا: تعريف شبكة الإنترنت.....18

ثانيا: نشأة وتطور شبكة الإنترنت.....19

1. مرحلة الستينات.....19
2. مرحلة السبعينات.....19
3. مرحلة الثمانينات.....20
4. مرحلة التسعينات.....21
5. مرحلة الألفية الثالثة.....22
ثالثا: التطبيقات الشبكة عبر الإنترنت.....23
1. البريد الإلكتروني.....23
2. المدونات الإلكترونية.....24
3. الدردشة.....24
4. المنتديات الإلكترونية.....25
5. شبكات التواصل الاجتماعي.....26
6. المكتبات الإلكترونية.....26
رابعا: إيجابيات وسلبيات شبكة الإنترنت.....28
1. إيجابيات شبكة الإنترنت.....28
2. سلبيات شبكة الانترنت.....29
خامسا: الإنترنت في الجزائر.....30
خلاصة الفصل.....33

الفصل الثاني: ماهية الخطاب المسجدي

تمهيد.....35
أولا: مكونات الخطاب المسجدي.....36
1. المكون الشرعي.....36
2. المكون البشري.....36
ثانيا: مستويات الخطاب المسجدي.....37
1. الفضاء الداخلي أو المحلي.....37
2. الفضاء الخارجي أو العالمي.....38
ثالثا: أنواع الخطاب المسجدي.....39
1. خطاب الوسطية الإسلامية.....40
2. خطاب الاتجاهات الصوفية.....40

3. الخطاب السلفي النصي.....40
4. خطاب الرفض والاحتجاج والعنف والتخريب.....40
رابعا: خصائص الخطاب المسجدي الأمثل.....41
1. الخطاب المسجدي المطلوب.....42
2. قواعد الدعوة في الخطاب المسجدي.....42

الإطار التطبيقي للدراسة

أولا: تحليل البيانات التحليلية.....45
1. المحور الأول: البيانات الشخصية.....45
2. المحور الثاني: دوافع إعتماد الإمام على شبكة الأنترنت في صياغة الخطاب الإسلامي.....46
3. المحور الثالث: الإشباعات المترتبة على إعتماد الإمام على شبكة الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي.....55
ثانيا: النتائج العامة للدراسة.....62
الخاتمة العامة.....64
قائمة المراجع.....66
ملاحق.....71
ملخص الدراسة

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	45
02	الأجهزة الالكترونية التي يعتمد عليها الامام للاتصال بشبكة الانترنت.	45
03	الأجهزة الالكترونية التي يعتمد عليها الامام للاتصال بشبكة الانترنت.	46
04	المكان الذي يعتمد عليه الامام للاتصال بشبكة الانترنت.	46
05	الساعات التي يقضيها الامام في التصفح عبر الانترنت.	47
06	تعرض الامام لشبكة الانترنت.	47
07	اللغة المستعملة في تصفح شبكة الانترنت.	48
08	طبيعة البيانات والمحتويات التي يتعامل معها الامام عبر شبكة الانترنت.	48
09	طبيعة خدمة الانترنت التي يتعامل معها الامام عبر بشبكة الانترنت.	49
10	أسباب تصفح الامام للمواقع الدينية.	49
11	مساعدة المواقع الدينية للامام في مجال الخطاب المسجدي	50
12	طبيعة المحتوى الديني الذي يتصفحه الامام	50
13	مدى تسجيل الامام بغرض المشاركة في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة	51
14	أشكال تسجيل ومشاركة الامام في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة	51
15	مدى اعتماد الامام على شبكة الانترنت بصورة مستمرة ومتزايدة	52
16	أسباب زيادة اعتماد الامام على شبكة الانترنت	52
17	مدى تفاعل الامام مع ما يتواجد في المحتوى الرقمي	53
18	صور تفاعل الامام مع المحتوى الرقمي	53
19	مدى إدخال الامام تعديلات على المحتوى الالكتروني أو الاكتفاء به كما هو معروض	54
20	أسباب عدم إدخال الامام تعديلا على المحتوى الرقمي	54
21	مدى إعتماد الامام على الأنترنت في تحديد الخطاب المسجدي	55
22	مدى استغناء الامام على كل ما هو تقليدي في صياغة الخطاب المسجدي	55
23	مدى ملائمة المحتوى الرقمي مع خصوصية المجتمع الجزائري وثقافته	56
24	مدى تلبية المحتوى الرقمي للحاجيات المعرفية للامام	56
25	مدى اهتمام المحتوى الرقمي في جعل الامام ملم أكثر بميدانه الفقه الإسلامي والإفتاء	57

26	مدى جعل المحتوى الرقمي يركز على موضوعات أساسية محددة دون غيرها	57
27	مدى مساعدة المحتوى الرقمي للإمام في ترتيب أولويات الخطاب	58
28	مدى إكتساب المحتوى الرقمي للإمام أساليب إقناع جديدة وحجج وتواصل مع الآخرين	58
29	مدى مساعدة المحتوى الرقمي للإمام في تصحيح بعض الأفكار والأحكام المسبقة	59
30	مدى إعتماد الإمام على الأنترنت بشكل دائم لصياغة خطبة الجمعة	59
31	مدى جعل الأنترنت الإمام أكثر انفتاحا على العالم الخارجي	60
32	مدى جعل الأنترنت الخطاب المسجدي متسما بالتجديد ومسايرة لأهم القضايا الراهنة	60
33	مدى التأثير السلبي للأنترنت على الخطاب المسجدي	61
34	مدى إدخال الامام تعديلات على المحتوى الالكتروني أو الاكتفاء به كما هو معروض	61

مقدمة

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين، و العاقبة للمتقين و لا عدوان إلا على الظالمين، و الصلاة و السلام على المبعوث رحمة للعالمين إمام المرسلين و قدوة الصالحين و المتقين و خير الناس أجمعين وبعد.

كانت لغة الحكمة و العقلانية متجسدة في الخطاب المسجدي منذ زمن الرسول صلى الله عليه وسلم الذي أوتي جوامع الكلم و خاطب الناس على قدر عقولهم مقدما الأهم على المهم و لا يزال الخطاب المسجدي من قبل الأئمة يلعب دورا عظيما غلى يوم الناس هذا خاصة لما للأئمة ويلقونه على الناس من الأهمية البارزة سواءا في نشر العلم و تفقيههم و تأهيلهم و ازدادة أهميتها بمرور الزمن لما لحقها من توظيف وسائل وتكنولوجيات حديثة ليست بالخفية على أحد و صار مجالها الخطبة و الإمام شاسع واسع لامس الدين والسياسة و الإقتصاد و الإجتماع و عالج جميع مشكلات العصر.

تنوعت المشارب الثقافية و الشرعية حتى بلغت حد الإشباع و عمد الأئمة إلى الأخذ منها متجاوزين حدود الأقطار و الأمصار بل يبثون كذلك خطبهم من خلال شبكة الأنترنت لتصل إلى أصقاع الدنيا وكأني بهم يستحضرون حديث النبي صلى الله عليه و سلم " سيبلغ هذا الدين ما بلغ الليل و النهار .." و صار في مقدور الناس على إختلاف عقائدهم و إيديولوجياتهم متابعة الخطاب المسجدي تأثرا أو نقدا و دراسة، و من هنا جاء هذا البحث ليسلط الضوء على العلاقة بين خطاب الأئمة و الأنترنت من خلال عينة محصورة وهي مدينة قسنطينة العاصمة الشرقية للجزائر و عاصمة الثقافة العربية في حلتها المنتهية مع يوم العلم هذه السنة 2016.

وهذه الدراسة قسمت إلى ثلاث أقسام، القسم الأول الإطار المنهجي، أما القسم الثاني فهو الإطار النظري الذي يحتوي على فصلين، الأول ماهية الأنترنت والثاني ماهية الخطاب المسجدي، والقسم الأخير فهو الإطار التطبيقي.

ولا ندعي شيء وقد قال القاضي الفاضل عبد الرحيم البيساني* في رسالته إلى العماد الاصفهاني "إنّي رأيتُ أنّه ما كَتَبَ أحَدُهُم في يَومِهِ كِتاباً إلا قالَ في غَدِهِ، لوغُيِّرَ هذا لَكانَ أحسن ولَو زِيْدَ ذاكَ لَكانَ يُستَحسن، ولَو قُدِّمَ هذا لكانَ أفضل، ولو تُرِكَ ذاكَ لَكانَ أجمل، وهذا مِن أعظَمِ العِبر، وهو دَليلٌ على استيلاءِ النَّقْصِ على جُملَةِ البَشر".

* يتوهم البعض نسبة هذه المقولة للعماد الأصفهاني ومن الشائع أيضا نسبة المقولة إلى اجاحظ تنتابه الكثير من الرسائل الجامعية والمحقيق فيها أنها للبيساني للاطلاع أكثر أنظر: كتاب: إتحاف السادة المتقين في علوم الدين، للعلامة مرتضى الزبيدي و كتاب: كشف الظنون و أبجد العلوم.

الإطار المنهجي

1- الإشكالية
2- تساؤلات الدراسة
3- أسباب اختيار الموضوع
4- أهمية الدراسة
5- أهداف الدراسة
6- تحديد المفاهيم
7- حدود الدراسة
8- منهج الدراسة
9- أداة جمع البيانات
10- مجتمع الدراسة وعينته
11- الدراسات السابقة
12- الخلفية النظرية للدراسة

إن المنهجية هي الشرط اللازم الذي يجعل من البحث يكتسب صفته العلمية أو الأكاديمية، و هي في حقيقتها – أي المنهجية – عبارة عن تنظيم محكم و مترابط الخطوات، تهدف كل خطوة منه على تحقيق وظيفة بعينها وفق معايير صارت عُرفا عند الباحثين و المنظرين للمناهج، يتعين على الباحث أن يُلزم بها نفسه في سيره العلمي ليصل إلى نتائج و إجابات عن التساؤلات المطروحة و كل هذه الخطوات التي سبق ذكرها تُسمى بالإطار المنهجي. و في هذا الفصل التمهيدي الذي تعرضنا فيه بالشرح للجوانب المنهجية و الإجرائية لهذه الدراسة قسمناه إلى هذا التمهيد و ثمان نقاط، إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، أسباب إختيار الموضوع، أهدافه الدراسة و أهميتها، تحديد مفاهيم الدراسة، منهج الدراسة و الأداة المستخدمة، مجتمع الدراسة و عينته بالإضافة إلى الدراسات السابقة و صعوبات البحث و نلخص إلى خاتمة.

1- إشكالية:

كل بحث أكاديمي لا بد أن ينطلق من إشكالية عالقة تستدعي بحثها، فهي العمود الفقري لبحوث العلمية و معلوما أن تحديد مشكلة البحث يتوقف على عوامل منها:1- التخصص العلمي 2- الميل العلمي 3- الهدف العلمي 4- الموضوع العلمي"[1] و هذه الدراسة الموسومة بإستخدام الأنترنت في صياغة الخطاب المسجدي من قبل الأئمة و الخِطاب المسجدي أسال الكثير من الحبر و أُقيمت بشأنه العديد من الندوات والملتقيات و المؤتمرات في الداخل و الخارج، و منه فهذه الدراسة ليست بدعا في الطريق جاءت تسعى إلى بحث مشكلة العلاقة بين المتغيرات الثلاث الأئمة و الأنترنت و الخطاب المسجدي و ما من شك أن خطبة الجُمعة تبقى المستهدف المباشر من لفظة الخطاب المسجدي و ليس بالخفي أن تحولات كبيرة طرأت على الخطاب عبر قرون و لكن أسرعها على الإطلاق كان بعد ظهور شبكة الأنترنت من القرن الماضي و إلى هذا اليوم.

و يمكن صياغة إشكالية هذا البحث كالآتي: رغم العدد الهائل من المساجد و كذا الأئمة، فحسب تصريح أدلى به وزير الشؤون الدينية السابق في دار الإمام بالمحمدية بلغ عدد المساجد بالجزائر 15189 مسجد عبر التراب الوطني، فيما تجري عملية إنجاز 4 آلاف مسجد يؤطرها ما يقارب 30 ألف إمام[2] لا زالت ظواهر الإنحراف وتيرتها تتسارع في المجتمع الجزائري، مثل ظاهرة إختطاف الأطفال و الإنتحار و السرقات و القتل العمدي جعل الكثيرين يتساءلون عن مدى تأثير المسجد بخطابه القيمي الأخلاقي و من خلاله طبعا الإمام؟ و رغم عقود مضت منذ ظهرت الأنترنت كرافد معرفي بسلبياته و إيجابياته مفتوح أمام الإمام و غير الإمام مما يستدعي بحث إشكالية هذه الدراسة المصاغة على النحو الآتي:

ما مدى إعتماد الأئمة على الأنترنت في صياغة الخطاب المسجدي ؟

---

[1] غازي عناية: **إعداد البحث العلمي**، باتنة: دار الشهاب، 1985، ص ص 28، 29.

[2] جريدة الخبر، http://www.elkhabar.com/press/article/76116/#sthash.rUF1WI18E.dpuf

2- تساؤلات الدراسة:

إنطلاقا من هذا التساؤل الرئيس تبرز مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تسعى في مجملها للإجابة عن مشكلة الدراسة و الوصول إلى أهدافها، و هذه الأسئلة يمكن حصرها في:

1- ما مدى إهتمام الأئمة بالأنترنت؟

2- ما هي العوامل و الأسباب الدافعة للأئمة لإعتمادهم على الأنترنت في صياغة خطابهم المسجدي؟

3- ما هي أهم المواقع أو الخدمات التي يتابعها أئمة قسنطينة في الأنترنت؟

4- ما هي الإشباعات المترتبة عن إعتماد أئمة قسنطينة الأنترنت في صياغة الخطاب المسجدي؟

5- ما مدى تحقق الآثار المعرفية و الإنجاهية و السلوكية من تعاطي الأئمة للأنترنت؟

3- أسباب إختيار الموضوع:

أ- أسباب ذاتية:

- أن الموضوع ذو علاقة لصيقة بالإمامة التي نمارسها (تطوعا) منذ سنة 1986م و إلى هذا اليوم بترخيص من مديرية الأوقاف و الشؤون الإسلامية لولاية قسنطينة.

ب – أسباب موضوعية:

- جدّة الموضوع وحداثته مقارنة باهتمام الباحثين بمجالات أخرى
- معرفة مدى إستغلال الأئمة لشبكة الأنترنت في صياغة الخطاب المسجدي
- كثرة الحديث عن الخطاب المسجدي من قبل المختصين و غير المختصين و الناصحين و المتربصين

4- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في دراسة واحدة من أهم الوسائل الخادمة للخطاب المسجدي ؛ فما من شك أنه بمعرفة المدونات و المواقع و الصفحات المختلفة و شبكات التواصل الإجتماعي و صفحات المؤسسات الدعوية العامة و الخاصة و مواقع خدمة الخطيب ..ومضامينها ، وأساليبها وتقنياتها؛ وعدد المشاركين فيها، قد يفتح آفاقا جديدة، ويشجع على تقويم و جبر ما يشوب الخطاب المسجدي من نقص أو خلل.

- تستمد هذه الدراسة أهميتها من نتائجها و إمكانية الإفادة منها، حيث أنها دراسة وصفية تحليلية كاشفة لنقاط القوة و الضعف في الخطيب و الخطاب المسجدي ما يسهل تدارك النقائص و جبر الكسر.

- إختيار مجتمع الدراسة من أئمة قسنطينة، لما تتمتع به هذه الأخيرة من ميزات منذ عقود من الزمن، فهي المدينة الوحيدة وطنيا التي ظفرت بجامعة إسلامية تدرس تخصصات شرعية كثيرة منها الدعوة و الإعلام الذي يتقاطع مع بحثنا في عدة نقاط، و هي الرحم الولود بالدرجة الأولى لإنجاب الأئمة و الدعاة و الخطباء.

5- أهداف الدراسة:

هذه الدراسة هي محاولة الكشف عن الحضور الإيجابي للأئمة عبر شبكة الأنترنت من خلال محاولة معرفة مدى استخدامهم لمختلف المواقع و الصفحات الخادمة و النافعة في بناء خطابهم المسجدي و من ثم نشر الدعوة الإسلامية كما أمر ربنا سبحانه ﴿الر كِتَابٌ أَنزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطِ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ﴾ ولأجل معرفة هذا تسعى هذه الدراسة للوصول إلى جملة من الأهداف تتمثل في:

- معرفة مدى إستغلال الأئمة للأنترنت من خلال عينة و مجتمع الدراسة (أئمة قسنطينة)
- المساهمة في تقديم تصور للخطاب المسجدي بعيدا عن التجاذبات الإيديولوجية
- معرفة أهم الموضوعات المعروضة في شبكة الأنترنت الخادمة للخطاب المسجدي
- تحديد مصادر المعلومات التي يعتمدها الإمام في صياغة الخطاب المسجدي من الأنترنت
- تقديم توصيات و إقتراحات للأئمة و الجهات الإدارية الوصية عليهم بغية الإستغلال الأمثل للأنترنت و تجنبهم آثارها السلبية المؤثرة في الخطاب المسجدي
- محاولة الإفادة من إيجابيات الأنترنت و تفعيلها أكثر
- تحفيز مستخدمي شبكة الانترنيت وخص منهم تحديدا الأئمة بما يتبوؤن من صدارة و دعوة على تحسين خطابهم المسجدي.

6- تحديد المفاهيم:

" يعتبر تحديد المفهوم أحد الخطوات المنهجية الهامة في البحث العلمي، و من مستلزمات الدقة العلمية ضرورة وضع تعاريف واضحة محددة لكل مفهوم أو مصطلح يعمل به الباحث أي أن تحديد المفاهيم المختلفة وعرض التعارف التي ذكرت من قبل المختصين و العلماء المتعلقة بموضوع الدراسة إنما يمثل أهمية كبيرة في تحقيق الدقة و الموضوعية". [1] من الضروري الذي صار عُرفا عند الباحثين التعرض لمفردات عنوان الدراسة بالتعريف ضبطا للدالة و درءا للفهم الغير مراد منها فنبدأ بتفكيك مفردات العنوان المركب لهذ الدراسة بتعريف الإمام ثم شبكة الأنترنت وصولا إلى بيان المراد من الخطاب المسجدي.

[1] خالد حامد: منهج البحث العلمي، الجزائر، دار ريحانة، 2003، ص 99

❖ **تعريف الأنترنت:**

اصطلاحا: " عبارة عن شبكة حاسوبية عملاقة تتكون من شبكات أصغر، بحيث يمكن لأي شخص متصل بالأنترنت أن يتجول في هذه الشبكة، و أن يحصل على جميع المعلومات فيها – إذا سُمح له بذلك – و أن يتحدث مع شخص آخر في أي مكان من العالم و لفظة الأنترنت لفظة إستغراقية واسعة نجد فيها المدَوَّنَة "blog" لها عديد الاستعمالات إذ يطلق على المدونات carnet web، أي مفكرة الويب ، أوjournal web ،أي صحيفة الويب وكلمة web log تعني سجل الشبكة هم المدونون في مجال أو عالم المدونات blogos" [1] كما نجد فيها صفحات و مواقع للعلماء و الخُطباء بل و حتى المساجد و ما تقدمه من خدمات مكتبية و ورقية و صوتية بالإضافة للصور و الفيديوهات.

الإجرائي: الانترنت عبارة عن وسيلة اتصالية حديثة تقدم خدمات ومزايا لمستخدميها، لما تحتويه على معلومات ومعارف متجددة ومتنوعة إضافة إلى ما تتميز به من خصائص كالتفاعلية والعالمية.

❖ **تعريف الخِطاب:**

لغة: جاء في المصباح " خاطَبه مخاطبة و خِطابا: هو الكلام بين المتكلم و السامع، و منه إشتقاق الخُطبة.."[2]

إصطلاحا: عرفها بعضهم " الكلام المؤلف المتضمن وعظا و إبلاغا ". [3]

قال الفخر الرازي: قوله " و فصل الخِطاب " ذلك هو الإنسان و قدرته على تعريف الغير الأحوال المعلومة عنده بالنطق و الخِطاب.."[4]

و جاء تعريف الخطاب في لسان العرب" الخِطاب من خَطَب و الخِطاب و المُخاطبة مراجعة الكلام و قد خاطبه بالكلام مخاطبة و خِطابا و هما يتخاطبان .."[5]

أما عند المعاصرين فللخطاب عدة تعاريف نختار منها " الخطاب هو القول الذي يفهم المخاطب به شيئا".[6]

---

[1] موقع الموسوعة العربية للكمبيوتر والأنترنت، و رابطها http//www.c4arab,com/showac,php,acid'440.

[2] أحمد بن محمد بن علي الفيومي: **المصباح المنير**، بيروت، المكتبة العلمية، بيروت (دط: دت)، ج1،ص173

[3] النووي: **تحرير ألفاظ لتنبيه (لغة الفقهاء)**، دمشق، دار القلم للنشر، دط، 1408هـ، ص85/84

[4] الفخر الرازي: **التفسير الكبير**، طهران، دار الكتب العلمية، ط2، ج26، ص187

[5] ابن منظور: **لسان العرب**، تح أحمد حيدر، بيروت، لبنان: دار الكتب العلمية، م1، ص 336.

[6] محمد عبد الرؤف المناوي: **التوقيف على مهمات التعاريف**، تح محمد رضوان الداية، بيروت، لبنان: دار الفكر المعاصر، ط10، 1410هـ، ص316.

و عرفه محمود إسماعيل: " يفيد معنى الكلام المنطوق و المكتوب و الوعاء الذي يحوي هذا الكلام في نسق متميز محكوم بآليات و قواعد "[1] و نقصد بالخطاب في مذكرتنا المضمون من الكلام الذي يلقيه خطيب الجُمعة على جمهور المصلين خلال خُطبتي الجمعة.

❖ **تعريف المسجد:** لقد وردت كلمة مسجد في القرآن الكريم في صيغتي الجمع و الإفراد.

و جاء تعريف المسجد عند الزركشي: " هو كل موضع من الأرض "[2] عن جابر – رضي الله عنه – قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم : " و جُعلت لي الأرض مسجدا و طهورا "[3]

❖ **التعريف الإجرائي للخطاب المسجدي:** و يمكن أن نُعرف الخطاب المسجدي كلفظة مركبة، بالنظر إليها من تأليفيتها و تركيبتها إذ كلمة (الخطاب) تحتمل أن يكون المقصود بها (مضمون) الخطاب ومحتواه ، وتحتمل أن يكون المقصود بها (شكل) الخطاب بما يتضمنه هذا الشكل من أساليب ووسائل عرض المضمون..

❖ **تعريف الإمام و الإمامة:** نوعان إمامة صغرى و هذا مقصودنا في هذه الدراسة و كبرى و المقصود منها الإمارة و الحكم و شروط كل منهما مختلف عن الآخر، و الإمامة الصغرى هي إمامة الناس في الصلاة ويُشترط في أهلية الإمام الذكورة فلا تصح من الأنثى إلا مع جنسها على خلاف و يشترط كذلك الإسلام فلا تصح من كافر واختلف في البلوغ و يؤم القوم كما أخبر رسول الله – صلى الله عليه و سلم أقرؤهم لكتاب الله – و الله أعلم –.

7– حدود الدراسة:

للدراسات العلمية حدود و مجالات يجب ضبطها حتى لا يتيه الباحث في ثناياها، فمن خلالها يمكن التعرف على الزمان و المكان الذي أجريت فيه الدراسة و كذا(العينة) الأفراد المبحوثين. و قد إتفق علماء البحث أنه " لكل دراسة مجالات رئيسية و هي: المجال البشري، و الزمني، و الجغرافي "[4] و في دراستنا هي كما يأتي:

أ. **المجال البشري:** هو أئمة مدينة قسنطينة البالغ عددهم 100 من مجموع 111إمام خطيب الذين يحوزون الصفة الرسمية و الشرعية للإمام الخطيب.

ب. **المجال الزمني:** استغرق المجال الزمني للدراسة من شهر مارس إلى شهر جوان 2016.

ج. **المجال الجغرافي:** لكي يتمكن الباحث من النجاح، لا بد أن يكون ملما بقدر وافر من المعرفة بالمجتمع الذي يبحثه، حتى يوفق إلى نتائج جيدة و توصيات فعالة. و قد حددنا أئمة و مساجد قسنطينة كمجال للدراسة الميدانية بحكم معرفتنا الدقيقة بها فالباحث من سكان المنطقة و من أئمة مساجدها.

---

[1] مفيدة بلهامل: **الخطاب الإسلامي في الصحافة المكتوبة بالفرنسية بالجزائر**، بإشراف عبد الله بوخلخال، رسالة دكتوراه، ج1، ص83.

[2] الزركشي: **إعلام الساجد بأحكام المساجد**، تح أبو الوفا مصطفى المراغي، مصر، دار الكتاب المصري، ط2، 1410، ص20.

[3] محمد بن اسماعيل البخاري: **صحيح الجامع المسند من حديث رسول الله صلى الله عليه و سلم و سننه و أيامه**، دار الحديث، 2004، كتاب التيمم، رقم 335، ص94.

[4] محمد شفيق: **البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية**، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998، ص 211.

و يجب على الباحث أن يوليها عناية خاصة ذلك " أن شرح هذه الخطوات و تحديدها بطريقة منطقية و منظمة تساعد القارئ على الحكم على صحة المناهج و الوسائل المستخدمة و مدى كفايتها و ملاءمتها.."[1]

8- منهج الدراسة:

تعريف المنهج: يعرف المنهج على أنه "الطريقة والأسلوب الذي ينتهجه الباحث في بحثه أو دراسته للمشكلة والوصول إلى حلول لها."[2]

عند القيام بأي بحث علمي لا بد من إتباع خطوات منهجية علمية منظمة وموضوعية، حتى تتجنب الدراسة الأخطاء والتيه، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال إتباع منهج يتناسب ويتماشى مع موضوع الدراسه، ولذلك عرف المنهج بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته، حتى يصل إلى نتيجة معلومة .

فالمنهج إذا هو السبيل والطريق الوحيد الذي من خلاله يمكننا الوصول إلى الحقيقة في العلوم، وهذا لا يعني أن اختيار المنهج يكون عن طريق الصدفة، أو رغبة شخصية، بل إن موضوع الدراسة وإشكاليتها هو الذي يفرض منهج دون آخر.

وبما أن هذه الدراسة تتمحور حول اعتماد لأئمة لشبكة الانترنيت في صياغة الخطاب المسجدي، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام والإتصال ،التي تقوم على وصف الظاهرة، أو المشكلة من خلال تحديد أبعادها وظروفها، وتحديد العلاقات التي توجد بين الوقائع و المتغيرات كما في دراستنا المتغيرات ثلاثة: الأئمة، الأنترنت، الخطاب المسجدي والتعبير عنها كميا أو نوعيا، أو الاثنين معا، بهدف الوصول إلى طبيعة محتوى الخطاب المسجدي المصاغ من الأنترنت، ووصفه وصفا دقيقا. وهذا فإن المنهج الوصفي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات، ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها ، للوصول إلى تعميمات مقبولة .

و ما دامت هذه الدراسة تقوم —كما في متنها – على تجميع المعلومات و وصفها ثم تحليلها ، كان لزاما أن يكون لهذا الدراسة منهجين خادمين لتحقيق غايتها و نتائجها من المنهج الوصفي و التحليلي ثم لابد لهاذين المنهجين من أساليب و أدوات يعتمد عليها. وقد عرف محمد عبد الحميد منهج المسح الوصفي بأنه: " المنهج الذي يحاول أن يصور الحقائق والوقائع والإتجاهات الجارية ".[3]

---

[1] محمد منير حجاب: **أساسيات البحوث الإعلامية والإجتماعية**، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م، ص228

[2] محمد عبد الفتاح، مصطفى محمود أبو بكر: **البحث العلمي**، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2002، ص42.

[3] محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، القاهرة، عالم الكتب، (د ط)، 1993، ص124

9- أداة جمع البيانات:

تبعا لموضوع الدراسة حول مدى اعتماد الأئمة على شبكة الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي قمنا بإستخدام أداة الدراسة والمتمثلة في استمارة الإستبيان لمعرفة دوافع والاشباعات والآثار المترتبة عن اعتماد الامام على شبكة الانترنت، بهدف جمع أكبر قدر من المعلومات.

وتعرف استمارة الاستبيان: على أنها مجموعة من المؤشرات يمكن عن طريقه اكتشاف أبعاد موضوع الدراسة عن طريق الاستقصاء التجريبي أي إجراء بحث ميداني على جماعة محددة من الناس، وهي وسيلة الاتصال الرئيسية بين الباحث والمبوحث، وتحتوي على مجموعة من الأسئلة تخص القضايا التي نريد معلومات عنها من المبحوث.[1]

حيث جاءت الاستمارة في أربعة محاور خصصنا المحور الأول للبيانات الشخصية، السن، المستوى العلمي، أما المحور الثاني خُصص لحصر الدوافع التي تجعل الأئمة يعتمدون على شبكة الأنترنت في صياغة خطابهم المسجدي، أما المحور الثالث فأُفرد للتركيز على الإشباعات المترتبة عن إعتماد الأئمة لشبكة الأنترنت في صياغة خطابهم المسجدي. أما المحور الأخير من الإستبيان فينصب على الآثار المترتبة لإعتماد الأئمة على الأنترنت في صياغة الخطاب المسجدي.

10- مجتمع الدراسة وعينته:

يعرف مجتمع الدراسة أو مجتمع البحث على أنه "هو المجتمع الأكبر أو مجموعة الأفراد التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف، والذي يهدف الباحث دراسته، ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. غلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والإقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختـــار منه عينة البحث".[2]

ومجتمع الدراسة الذي تستهدفه هذه الدراسة هو أئمة ولاية قسنطينة و نتيجة لعدم تمكن الدراسة في كثير من الأحيان من دراسة جميع المفردات ووحدات المجتمع الكلي للدراسة فقد يلجأ إلى اختيار عينة من هذا المجتمع تمثله ، ولهذا يمكن القول ان العينة جزء من المجتمع الأصلي ، أو هي عدد من الحالات التي تؤخذ من المجتمع الأصلي وتجمع منها البيانات ، بقصد دراسة خصائص المجتمع الأصلي ، وبهذه الطريقة يمكن دراسة الكل عن طريق دراسة الجزء ، بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصـلي " فالعينة عبارة عن عدد محدود من المفردات

---

[1] بلقاسم سلاطنية، حسان الجيلالي: **أسس البحث العلمي**: الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2009، ص77.

[2] محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (دون م ن): عالم الكتب، 2000، ص93

التي سوف يتعامل معها الباحث منهجيا و يسجل من خلالها التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة، و يُشترط هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث و الخصائص و السمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"[1]

أما بالنسبة لحجم العينة التي تستهدفها دراستنا فقد كانت أُمنيتنا أن نحصل وثائق رسمية بشأن عدد وصنف العينة من مديرية الأوقاف و الشؤون الإسلامية لقسنطينة، غير أنها الجهة الوصية زودتنا بالإحصاءات من مصلحة الشعائر الإسلامية إلا أنها تحفظت عن تزويدنا بالوثائق لخصوصية البيانات و (إعتراض العينة) و هذه هي العينة المدروسة بالتفصيل.

11- الدراسات السابقة و المشابهة:

سبق الذكر أن الدراسة جديدة في بابها إذ قد نجد بعض الدراسات السابقة حول الخطاب و نجد غيرها حول المساجد و أخرى حول خطبة الجُمعو – كما سيأتي – أم مجموعة هذه المتغيرات في دراسة واحدة فلم نقف عليها مبدئيا؛ و منه أدرجنا الدراسات التي تتقاطع في محاورها كثيرا مع موضوعنا.

والهدف من عرض الدراسات السابقة " يكون الغرض من الدراسات السابقة تحديد موقع الباحث فيما بينها لذا يكون عرض هذه الدراسات هادفا لخلق مكانا للباحث بين هذه الدراسات و يساعد هذا العرض الباحث كثيرا عند تفسير النتائج بعد إنجاز البحث".[2]

أ) **الدراسة الأولى:** دراسة حمدي عبد العزيز شهاب بعنوان " الخُطبة و المشكلات الإقتصادية و الإجتماعية "[3] ركزت الدراسة على بيان دور خطبة الجمعة في حل المشكلات الإقتصادية و الإجتماعية و قد اعتمد صاحبها في متن البحث على المنهج الوصفي مستعملا الإستبيان كأداة لبحث موضوعه ليصل الباحث إلى النقاط التالية:

1- بلغت نسبة المتأثرين بخطبة الإمام إلى 78 % و الملتزمون بما يقول 71.

2- أن 85 من المئة كانوا على علم بالمفهوم الصحيح للربا غير أن النسبة إرتفعت بعد الخطبة إلى 97بالمئة.

و خلصت الدراسة إلى توصيات إلى ضرورة إطلاع الإمام على فقه الحسبة و على الوحيين قرآن و سنة ودورهما في حل الكثير من المشكلات الراهنة إجتماعية كانت أم إقتصادية .

ب) **الدراسة الثانية:** دراسة سهل بن رفاع العتيبي الموسومة ب " دور خطب الجُمعة و العيدين في تعزيز الأمن الفكري ".[4]

---

[1] محمد عبد الحميد: **دراسات الجمهور في بحوث الإعلام**، مرجع سابق، ص93.

[2] حسن منسي: **مناهج البحث التربوي**، دار الكندي، ط1، 1999، ص 71.

[3] حمدي عبد العزيز شهاب: **الخطبة و المشكلات الإقتصادية و الإجتماعية**، من موقع http://www.hadielislam.com/arabic/index

[4] سهل بن رفاع العتيبي: **دور خطب الجُمعة و العيدين في تعزيز الأمن الفكري**: من موقع http ://www.minchawi.com/node/828

وركزت الدراسة على الأثر الذي تتركه خطبة الجمعة و كذا العيدين في تعزيز الأمن الفكري مع إقتراح الآليات والوسائل المعينة للأئمة لتحقيق ذلك و اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي و توصلت إلى العديد من النتائج نذكر منها:

1- خطب الجمعة و كذا العيدين من أهم وسائل تحقيق الأمن الفكري.
2- قوة الإمام الخطيب ضمانة لتحقيق الأمن القومي.
3- في غياب دور الإمام الخطيب لأي سبب كان يتأثر الأمن الفكري سلبا.

وخلصت الدراسة إلى توصيات:

1- ضرورة قيام الأئمة بواجب البيان و النصح و التوجيه لما تبوؤوه من المسؤولية الدعوية.
2- إفراد كل مسجد بموقع إلكتروني تعرض فيه كل خطب الجمعة.
3- التأكيد على حسن إختيار الأئمة و الخطباء بل و فتح الباب أمامهم للتأهيل و التدريب.

ج) **الدراسة الثالثة:** للباحث صالح زنداقي، موسومة بـ: عملية الإتصال الدعوي من خلال شبكة المعلومات العالمية ؛ رسالة دكتوراه في تخصص دعوة و إعلام قسم العلوم الإسلامية جامعة الحاج لخضر باتنة؛ غير منشورة.

جاءت الدراسة في 547 صفحة ركزت الدراسة على الشبكة المعلوماتية و عملية الإتصال الدعوي مرورا تحليل المضامين المتنوعة المتوفرة عبر الأنترنت و خلصت الدراسة إلى التوصيات الآتية:

1- تخصيص الأوقاف و الحبوس لأنشاء و تسيير مواقع إسلامية أو للدعوة عبر الأنترنت.
2- الإستفادة من تجارب موقع إسلام ويب في الدعوة إلى الإسلام عبر الأنترنت.
3- على الحكومات العربية و الإسلامية ان تولي جانب الدعوة عبر الأنترنت اهمية كبيرة.

12- الخلفية النظرية للدراسة:

مع تعقد الحياة في المجتمعات الحديثة، والتقدم في تكنولوجيا وسائل الإعلام، تتزايد أهمية وسائل الإعلام في نقل المعلومات، ففي المجتمع الأمريكي على سبيل المثال نجد أن وسائل الإعلام تقوم بمجموعة متنوعة من الوظائف منها تقديم معلومات عن الحكومة والخدمة في حالة الطوارئ؛ كما تعتبر المصدر الأساسي لإدراك المواطن العادي للأحداث القومية والعالمية، كما توفر أيضا كمًا هائلا من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور على الاسترخاء والهروب من مشاكل الحياة اليومية، ومن أجل الحصول على المعلومات تتفاعل وسائل الإعلام مع النظم الأخرى كالنظام الاقتصادي، السياسي والديني حيث تنشأ علاقة متبادلة بين وسائل الإعلام وهذه الأنظمة، ومن هنا وضع "ديفير" و "روكيتش" نموذجًا لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية الإعتماد[1].

---

[1] وجدي حمي عبد الظاهر: **نظرية الإعتماد**، متاح على الرابط: http://old.uqu.edu.sa/page/ar/181765، تاريخ الزيارة: 2016/03/22، على الساعة: 19:20.

فمن خلال إسم النظرية يتضح مفهومها وهو الإعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام وأن العلاقة التي تحكمه هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها؛ حيث يبين "ديفلير" و"ساندا كلور" أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها، إذ تأثرنا بهذا النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام ولا يقتصر التأثير النظام الاجتماعي، بل يمثل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قلّ التفاعل بين أفراد المجتمع مما يتيح للإعلام مجالا واسعا لملأ الفراغ فيصبح الفرد أكثر إهتمام بوسائل الإعلام لإنتقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الإتصال.[1]

يمكن فهم الفكرة الأساسية لنظرية الإعتماد على النحو التالي:

أن قدرة وسائل الإتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الإحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغير، بالإضافة إلى ذلك فإن تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا مرتدا لتغير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الإتصال والجمهور والمجتمع.[2]

وكما يوحي من إسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الإعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها، مثل: الصحف — المجلات — الراديو — التلفزيون — السينما.

وهذا ما يميز الإعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي: حيث تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم. وعلاقة الإعتماد هذه ليست ذات إتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضا على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون.

حيث تعتمد هذه النظرية على مجموعة من الفرضيات يمكن حصرها فيما يلي:

- إن إختلاف درجة الاستقرار والتوازن في النظام الاجتماعي يعود إلى التغيرات المستمرة وبالتالي فإن الحاجة للمعلومات والأخبار تتزايد أو تتناقص تبعا للحاجة إلى هذه الأخبار والمعلومات.

---

[1] علي عبد الفتاح علي: **نظريات الاتصال الحديثة**، عمان، دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص240.

[2] وجدي حلمي عبد الظاهر، مرجع سابق.

- حيوية النظام الإعلامي بالنسبة لأفراد المجتمع تزيد من درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام لإشباع حاجاتهم.
- إختلاف حاجات الجماهير وأهدافهم الفردية والنفسية تؤثر في درجة إعتمادها على وسائل الإعلام.[1]

كما يعتمد الجمهور على هذه الوسائل لتحقيق الأهداف الآتية:

- **الفهم**: ويشمل معرفة الذات، مثل التعليم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي الذي يساعد على معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها.
- **التوجيه**: ويشمل توجيه العمل والسلوك في إطار توقعات أخلاقيات المجتمع.
- **التسلية**: وتشمل التسلية كالإسترخاء والجلوس في عزلة، والتسلية الاجتماعية مثل: الصحبة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية.[2]

وهذا ما يشكل آثارا للإعتماد على وسائل الإعلام، حيث يرصد "ميلفين ديفلير" و"سندرا بول روكيتش" مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي:

- **التأثيرات المعرفية**: حيث تتميز هذه الأخيرة عن تلك التأثيرات التي تؤثر على سلوك بشكل صريح وواضح، لكن رغم ذلك فإن الإثنين يرتبطان معًا بصورة واضحة. وتشمل كل من عنصر الغموض، تشكيل الاتجاه، ترتيب الأولويات، اتساع المعتقدات والقيم.
- **التأثيرات الوجدانية**: فهي التي تشير عموما إلى الفئات المختلفة من المشاعر والعواطف والمكونات الأساسية من الحب والكره. ومن أمثلة هذه التأثيرات نجد الفتور العاطفي، الخوف والقلق والدعم المعنوي والاغتراب.[3]
- **التأثيرات السلوكية**: تنحصر الآثار السلوكية لإعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفقا لـ "ديفلور" و"روكيتش" في سلوكيين أساسيين هما التنشيط والخمول.[4]

يعتبر الإعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الإعتماد بالتدريج منذ الحاجة إلى معرفة أفضل المستلزمات وإنتقالا إلى احتياجات أكثر شمولا وأكثر تعقيدا كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه.

---

[1] كامل خور شيد مراد: **الاتصال الجماهيري والإعلام**، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011، ص ص 149، 150.

[2] محمد منير حجاب: **نظريات الاتصال**، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص ص 301، 302.

[3] لامية صابر: **انعكاسات الاعتماد على شبكات الاعلام الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية**، دراسات إعلامية واتصالية، العدد 27، الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، السداسي الثاني 2014، ص ص 170، 171.

[4] حسن عماد مكاوي، ليلى حسن السيد: مرجع سابق، ص 329.

الإطار النظري

الفصل الأول: ماهية شبكة الانترنت

الفصل الثاني: ماهية الخطاب المسجدي

الفصل الأول: ماهية شبكة الانترنت

تمهيد

أولا: تعريف شبكة الإنترنت

ثانيا: نشأة وتطور شبكة الإنترنت

1. مرحلة الستينات
2. مرحلة السبعينات
3. مرحلة الثمانينات
4. مرحلة التسعينات
5. مرحلة الألفية الثالثة

ثالثا: التطبيقات الشبكة عبر الإنترنت

1. البريد الإلكتروني
2. المدونات الإلكترونية
3. الدردشة
4. المنتديات الإلكترونية
5. شبكات التواصل الاجتماعي
6. المكتبات الإلكترونية

رابعا: إيجابيات وسلبيات شبكة الإنترنت

1. إيجابيات شبكة الإنترنت
2. سلبيات شبكة الانترنت

خامسا: الإنترنت في الجزائر

خلاصة الفصل

تمهيد:

عبر الزمن كانت هناك ابتكارات وابداعات ساهمت في تغيير الحضارة البشرية وتطوير مسيرتها نحو الأفضل، من بينها شبكة الإنترنت التي تعد بلا شك تاج الابتكارات التكنولوجية التي غيرت العالم، فهي قدمت أسرع طريقة اتصال ونقل المعلومات في التاريخ الحديث.

ونظرا للتطور الهائل في المعارف العلمية ومواكبة التطورات الحديثة بكل مستجدات البحث وتزايد المعلومات التي تنتج وتتداول سنويا في شتى المجالات بدرجة تجعل من الصعب حصرها وتتطلب جهودا كبيرة للسيرة عليها للاستفادة منها وتقديمها للمختصين وعبر جميع فئات المجتمع.

وقد تناولنا في هذا الفصل خمس مباحث، بدأ بالتعريفات المتنوعة لشبكة الإنترنت ثم نشأتها وتطورها، وبعدها إلى التطبيقات المتاحة عبر الشبكة، إضافة إلى الايجابيات والسلبيات الموجودة عبر الشبكة ووصولا إلى واقع الانترنت بالجزائر.

أولا: تعريف شبكة الإنترنت

الإنترنت لغة: مشتقة من شبكة المعلومات الدولية اختصارا للسم الانجليزي: net work- international، ويطلق عليها مسميات عدة مثل: الشبكة the net أو الشبكة العالمية world net أو شبكة العنكبوت the web أو الطريق السريع للمعلومات.[1]

الإنترنت كما وردت في قاموس المكتبات وعلم المعلومات المتاح على الخط المباشر ODLIS عبارة عن شبكة الألياف الضوئية السريعة للشبكات التي تستخدم بروتوكولIP، ICP وذلك لربط شبكات الحاسوب حول العالم، "كما تمكن المستفدين من الاتصال بالبريد الالكتروني، ونقل أو تحويل البيانات وملفات البرامج عن طريق F.T.P وإيجاد المعلومات على شبكة الانترنت العالمية من خلال W W W."[2]

الإنترنت شبكة عالمية تربط الشبكات المنتشرة عبر دول العالم بعضها البعض عن طريق خطوط الهاتف أو الأقمار الاصطناعية، تعود بدايات هذه الشبكة لعام 1969، واستمرت هذه الشبكة بالنمو إلى أن وصلت إلى ما هي عليه الآن، حيث يبلغ عدد المشتركين في هذه الشبكة إلى ما يزيد عن مئات الملايين من المشتركين موزعين عبر جميع أنحاء العالم.[3]

الإنترنت هي مكتب بريد وسوق تجارية ومكتبية وخزن برمجيات ووسيلة تعميم وثقافة وقراءة صحف ومجلات ومراكز مواد فكرية وعلمية تؤمها الفئات المختلفة من عدة أماكن من العالم كل ذلك باستخدام النصوص الكتابية والصورة والصوت أو ما يسمى بالأوساط المتعددة على شاشة مرئية تشبه شاشة التلفاز.[4]

واستنادا لجمل التعريفات السابقة لشبكة الإنترنت يمكن تقديم التعريف الإجرائي كالآتي:

أن الإنترنت عبارة عن وسيلة اتصالية حديثة تتمتع بخصائص ومميزات كالفاعلية والعالمية وهذا يستلزم تنوع وتعدد استخدامها من خلال أهداف ونوايا المستخدم.

---

[1] ماجد سالم نزهان، **الإنترنت والصحافة الالكترونية**، بيروت، الدار المصرية اللبنانية، 2008، ص 27.

[2] غالب عوض النواسية، **الإنترنت والنشر الإلكتروني**، الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2011، ص 28.

[3] محمد عبده حافظ، **التسويق عبر الإنترنت**: مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2009، ص 55.

[4] محمد علي العناسوه، **التكشيف والإستخلاص والإنترنت**، الأردن، جدار لكتاب العالمي للنشر والتوزيع، 2009، ص 367.

ثانيا: نشأة وتطور شبكة الإنترنت

1. مرحلة الستينات:

نشأت الإنترنت في ظل التحولات الإستراتيجية التي إتخذتها القيادة العسكرية الأمريكية ممثلها في وزارة الدفاع، إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الشرقي والغربي، وذلك تحسبا من احتمال تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي، المعتمدة بضربة صاروخية سوفياتية.

قامت الحكومة الأمريكية بإنشاء شبكة الأنترنت في 1969/01/02، وربطت وزارة الدفاع الأمريكية بين أربعة معامل أبحاث، حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج، وقامت بتخطيط مشروع شبكة اتصال من حواسيب يمكنها الصمود أمام أي هجمة سوفيتية محتملة، بحيث إذا تعطل جزء من الشبكة تنجح البيانات في تجنب الجزء المعطل وتصل إلى هدفها وأطلت على هذه الشبكة وكالة مشاريع الأبحاث المتطورة Arpa net. [1]

تعد أربانت القسم المسؤول عن بناء الشبكة في ذلك الحين والذي تحول أهمها فيما بعد إلى Darpa وتجري أول تحقيق علمي لشبكة أربانت في جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلس UCLA وتألفت الشبكة "النموذج الأول للشبكة" من أربعة حواسيب ذات قدرة عالية مقارنة مع حواسيب تلك الفترة، ومن ثم أضيفت عقد أخرى إلى الشبكة وبشكل تدريجي.

وقد تطورت أربانت مرات عدة، ففي العام نفسه تم توصيل 72 جامعة ومركز أبحاث بها، واستمر معدل نموها إلى أن وصلت الحاسبات المتصلة بها الى نحو 254 حاسبا، وقام مستعملو ARPA netبربط شبكة مشاركة من الحاسبات في خطوط سريعة ومكربة الى مكتب للبريد الالكتروني. [2]

مثلت فترة الستينات اللبنة الأساس في ظهور شبكة الإنترنت بصبغتها العسكرية في الولايات المتحدة، في إطار الحرب الباردة بين المعسكرين الغربي والشرقي، حيث عرفت تطورات مشاركة أنذاك.

2. مرحلة السبعينات:

تميزت فترة السبعيات بالنمو والنضوج بدفع العديد من التجارب في سبيل إبرازها إلى حيز الوجود، فقد بدأت في مطلع 1970 بتأسيس ALO HANET بجامعة هاواي، وفي عام 1973 تم أول ربط دولي وإجراء الاتصال الأول حيث تم بين كل من ARPA net جامعة كلية لندن University

[1] عبد الملك ردمان الدناني، **الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت**، لبنان، دار الرتب الجامعية، ط1، 2001، ص38.

[2] ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص 36.

College of London، وفي عام 1974 افتتحت كل من BBN وTelent بيث النسخة التجارية للإنترنت، وفي نفس العام تم توقيع اتفاق بين كل من فينة جيبرف وروبورت كنوز بنشر تصميم بروتوكول سمي Tep.[1]

وتم في نهاية عقد التسعينات تطوير مجموعة من القواعد والنظم والإجراءات المشتركة التي تعمل من خلالها الإنترنت بحيث تجعل الكمبيوترات تتحادث وتتبادل المعلومات مع بعضها وأطلق عليها اسم بروتوكول "Protocol " حيث كان المقياس الأسلي للاتصالات عند "ARPA" يعرف ببروتوكول السيطرة على الشبكة "NCO" ولكن مع مرور الوقت وتقدم التقة تم تغيير مقياس "NCP" الى مقياس آخر أكثر دقة وأرفع مستوى وهو بروتوكول السيطرة على الارسال "TOP".[2]

جاءت فترة السبعينات كمرحلة تكميلية لفترة الستينات، حيث شهدت تغيرات كبيرة في العديد النظم والبروتوكولات، وهذا لوضع أسس وقواعد بناءة للشبكة يمكن من خلالها وضع تطبيقات اتصالية لفائدة المستخدم لاحقا.

كما كانت هذه الفترة محل تجارب وإبراز الشبكة وإظهارها للعامة والتعريف بكل تقنياتها وتصاميمها.

3. مرحلة الثمانينات:

شهدت بداية الثمانينات، خاصة سنة 1981 انتشار مينتل في فرنسا وكان ذلك بواسطة "France Telecom"، وفي عام 1982 أسس Funet لتقدم خدمة البريد الالكتروني ومجموعات الأخبار العالمية، وفي نفس العام ظهر مصطلح تسمية الشبكة (الإنترنت) واستخدم لأول مرة، وفي عام 1983م تم تطوير ما يسمى إسم الخادم "Name Server" في جامعة ويلنز في الولايات المتحدة، وفي عام 1984 تم تطوير DNS أي Dsmain Name Server وتجاوز عدد النظم المضيفة بها يقارب 1000 جهاز وفي عام 1987 تجاوز عدد النظم العشرة آلاف جهاز، وفي عام 1989 تم تكوين وحدة مهندسي الإنترنت ووحدة باحثي الإنترنت، وفي نفس العام تم ربط كل من الدول بالشبكة: إيطاليا، ألمانيا، اليابان، والمكسيك وأستراليا، هولندا، إسرائيل وكان ذلك بشبكة NSFNET.[3]

---

[1] محمد علي العناسوه، مرجع سابق، ص364.

[2] ماجد سالم تربان، مرجع سابق، ص38.

[3] محمد علي العناسوه، مرجع سابق، ص ص، 364، 365.

ويلاحظ بأنه خلال فترة الثمانينات قلّ اهتمام المؤسسة الأمريكية بالإنترنت وتركه إدارتها للجامعات الأمريكية وسرعان ما انتشرت إلى الجامعات الأوروبية، ثم إلى اجامعات الأسيوية، وأصبحت وسيلة مهمة في نقل المعلومات، وتبادل البريد الالكتروني بين الجامعات المرتبطة بها. [1]

واصلت شبكة الإنترنت في فترة الثمانينات نموها وانتشارها في العالم الحر، خاصة خدمة الأخبار والبريد الالكتروني، وتوسعت إلى مجالات التعليم العالي والإعلام مقابل ذلك يمكن تعريف هذه الفترة بالتحديد بفترة تمديد شبكة الإنترنت وتخطيها لسيطرة واهتمام المؤسسة الأمريكية العسكرية آنذاك.

فترة الثمانينات تعد حلقة وصل بين فترة السبعينات والتسعينات لأنها تمثل في نقلة نوعية مست شبكة الإنترنت بجوانبها التقنية والفكرية.

4. مرحلة التسعينات:

استهلت فترة التسعينات وبالتحديد عام 1990، بإشهار أول شركة تجارية توفر خدمة الإنترنت وسميت باسم The world comes on-line، ثم نشأت في 1991 كل من الجوفر والويستر، www، وفي عام 1992 تم تأسيس جمعية Internet Society وفيها ازداد عدد المشتركين. [2]وفي منتصف عام 1993، حدث شيئ جديد، إذ خرج من الإنترنت تقنيات أطلق عليها 'الوسائط المتعددة" وهي عبارة عن مجموعة من مستلزمات البرمجة أو البرامج الخاصة ووسيلة لتجميع الوثائق معا وبذلك عدت الإنترنت مكانا يزدحم الناس والأفكار، وهو ما يعرف بالواقع الافتراضي "cyber space" وفي بداية عام 1996أوضحت دراسة قام بها مركز "MIDS" أن هناك ازديادا مطردا في نمو الشبكة بمعدل 100% كل عام في السنوات الماضية. [3]

وهكذا أصبحت الإنترنت وسيلة جديدة تعمل على خزن المعلومات ونشرها وأضيف إليها بعد جديد، هو التفاعل INTERACIT ومن أهم عوامل نجاحها وانتشارها نظامها اللاهرمي، فهي لا تعتمد على بناء الإعلام التقليدي، ولكن الأفراد المشاركين فيها سواسية وبلا رقابة، فهي مفتوحة للمشتركين ولمن يريد المساهمة لنها ليست ملكية أحد، وليس هناك نظام أو منظمة واحدة تتحكم فيها.

---

[1] عبد الملك ردمان، مرجع سابق، ص 47.

[2] محمد علي العناسون، مرجع سابق، ص 365.

[3] ماجد سالم زيان، مرجع سابق، ص 40، 41.

فأصبحت الشركات التجارية تمثل الآن القطاع الأوسع تطورا في الإنترنت، خاصة بعد أن تطورت من شبكة تجريبية إلى شبكة تهتم بالبحث لتصبح في الوقت الحاضر شبكة عالمية مفتوحة.[1]

تعتبر فترة التسعينات أول ظهور لشبكة الإنترنت بشكلها الحالي؛ أين أصبحت محل اهتمام جميع الشركات والأفراد، وزاد من اعتمادها وكثرة استخدامها ما توفره من خدمات سهلت على الجميع تلبية حاجاتهم المختلفة من تواصل وتجارة إلكترونية ... فأصبحت بذلك نصف الحياة؛ فلا يمكن لفرد أو شركة الاستغناء عنها فهي فعلا تاج الابتكارات التكنولوجية لقرن العشرين.

5. مرحلة الألفية الثالثة:

في بداية الألفية الثالثة انتشرت شبكة الإنترنت بصورة متسارعة ونمت نموا متصاعدا، ففي سنة 2002 بلغ عدد المواقع 32 مليون و863952 موقع وفي جويلية 2003 الى 42 مليون و371298 موقع، ووفقا لتقديرات مؤسسة nielsen net ratings المتخصصة في قياس وتقدير عدد مستخدمين الأنترنيت فان عدد المنازل المتصلة بالانترنيت قد زاد بنسبة 16 % في فترة من أفريل 2001 الى أفريل 2002، ليصل الى 422،4 مليون منزل في 21 دولة فقط، كما زاد عدد الأشخاص الذين يستخدمون الشبكة في المنزل بنسبة 18 % ليصل الى 214،4 مليون في نفس الفترة وقد صاحب هذه الزيادة زيادة مماثلة بلغت 13 % في الوقت الذي يقضيه المستخدمين على الشبكة .

وتتوقع بعض الدراسات تضاعف عدد مستخدمين الأنترنيت خلال السنوات الخمس القادمة بمعدل (93مرة)، ليصل اجمالي عدد المستخدمين في عام 2005 الى نحو مليار مستخدم (491مليون)[2].

---

[1] عبد الملك ردمان الدناني، مرجع سابق، ص 49، 51.

[3] برنيس نعيمة: **الوظيفة الاعلامية لشبكة الإنترنت في عصر ثورة المعلومات**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص ص 95، 96.

ثالثا: التطبيقات الشبكية عبر الإنترنيت

1. البريد الالكتروني:

يعرف بأنه تكنولوجيا تفاعلية تعمل عن طريق أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات الرقمية أو الصوتية أو الصور المرئية، وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الأنترنيت بتبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين عن طريق تخصيص مساحة مع الخادم الخاص بهم تكون مخصصة للبريد الالكتروني، ومن ثم يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة ويعطي المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الالكترونية والتواصل مع الآخرين.[1]

أصبحت الأنترنيت النظام الأكثر أهمية واعتمادا في البريد الالكتروني في العالم، لأنها تربط أعدادا كبيرة من الناس في مختلف بقاع العالم، يعتبرها المراقبون بما يوازي البريد الالكتروني بغرض تسهيل الاتصال بين العاملين من جهة وبين مديرهم وتؤمن التواصل مع الزبائن ومع المجهزين ويعمد مستخدموا البريد الالكتروني عبر الأنترنيت الى استخدام تسهيلاته بغرض تبادل الأفكار والمعلومات وحتى الوثائق، جعل البريد الالكتروني من الممكن اجراء بحوث ودراسات تعاونية مشتركة، وكتابة المشاريع، حتى وان كان المشاركون بعيدين لآلاف الأميال فيما بينهم .

وحيث أن خدمات وتطبيقات البريد الالكتروني من أهم وأوسع الخدمات انتشارا عبر الأنترنيت فهي تستخدم لأغراض معينة وبحثية ووظيفية وإدارية وشخصية متنوعة، ومن شرائح اجتماعية ومهنية متباينة.[2]

يوجد ثلاثة أنواع للبريد الالكتروني وهي:

أ- **ويب مايل** web mail: وهو البريد المعروف للجميع ونستخدمه عبر الأنترنيت من خلال أي متصفح ومن أي مكان في العالم ومثال على هذا النوع بريد hotmail .

ب- **بريد** forwarding : هو البريد الذي يوصل الرسالة البريدية من عنوان الى عنوان آخر، بحيث ترسل رسالتك الى عنوان بريدي ، ثميقوم هذا الأخير بارسالها الى البريد المطلوب الآخر.

---

[1] نشر على موقع: http:// forums. Alkafeel. Net ، تاريخ الزيارة: 2016/03/22 على الساعة 16:40.

[2] عامر ابراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، **شبكات المعلومات والاتصالات**، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009، ص139.

ج- بريد pop3 : هو بريد مشابه لبريد web لكنه يختلف عنه فقط أنه يجب استخدام برنامج مساعد له مثل eudora أو ms outlook أو . pegasus وبعد ذلك يجب اعداد تلك البرامج لإرسال واستقبال الرسائل البريدية . [1]

للبريد أهمية بالغة في عملية التواصل والتبادل بين الأفراد، فهو من أبرز الخدمات الاتصالية التي توفرها شبكة الانترنيت لما يتميز به من مواصفات تجعله أكثر سهولة وانتشارا من حيث الاستعمال في توفير الوقت والجهد.

2. المدونات الالكترونية :

وهي مواقع الكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع. [2]

ومن خصائص المدونة الناجحة:

*عدم كتابة موضوعات طويلة أو مفصلة في كل تدوينة

*التحديث المستمر للمدونة

*تفعيل خاصية التعليق على التدوينات

*الأصالة في الكتابة والتنويع المستمر في الموضوعات

*امكانية تصنيف التدوينات وفقا لتقسيمات موضوعية

*امكانية اشتمال واجهة المدونة على تقويم زمني شهري. [3]

3. الدردشة:

ان الدردشة عبر الأنترنيت "IRC" تحول الأنترنيت الى شيئ يشبه الموجة الاذاعية C.B الدولية، فالدردشة عبر الانترنيت تعمل بأوساط نصية فقط، وتستضيف أكثر من المواقع الالكترونية غرف الدردشة

---

[1] يامين محمد بودهان، **الشباب والإنترنت**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013، ص 27.

[2] خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، الأردن، دار الفاتس للنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص 25.

[3] نشر على موقع: http://sannelsansy.wordpress.com/hello-world تاريخ الزيارة 2016/05/12، على الساعة 20:35.

يتبادل فيها الأشخاص رسائل في الوقت الحقيقي مع أي شخص موجود في غرفة الدردشة في حينه: علاوة على ذلك فان برمجيات العمل مثل:

انني أبحث عنك ICQ ومايكروسوفت نت ميتينغ وأمركا أون لاين ستانت ماسينجر AOLINSTANT MESSENGER تسمح لك بالدردشة مع أصدقائك ومع أشخاص من اختيارك. [1]

4. المنتديات الالكترونية:

وهي مواقع توفر مناطق أو فسحات الكترونية للتعبير عن الرأي: وكتابة المواضيع العامة وهي عادة ما تدور حول موضوع معين أي لكل منتدى تخصص معين، وهي من أكثر المواقع انتشارا لأنها سهلة الاشتراك. [2]

ومن مميزات المنتديات الالكترونية:

- ✓ تسمح بتفاعل الطلاب بعضهم بعضا وتفاعلهم مع المعلم.
- ✓ تعمل على تنمية وتطوير مجتمعات التعلم من خلال تشجيع التعلم والعمل التعاوني.
- ✓ تعطي الفرصة للمتعلم للتفاعل الايجابي من بعد.
- ✓ تحث الطلاب للاشتراك بفاعلية في الأنشطة التعليمية.
- ✓ تحقق عامل المرونة من حيث اختيار المتعلم وقت المشاركة. [3]

فعلا تمثل المنتديات الالكترونية رافدا من روافد الاتصال وتبادل المواضيع والمعارف بين الأفراد كل حسب تخصصه: فمنها ذات الطابع التعليمي التربوي، والاقتصادي والسياسي والثقافي والاجتماعي، وحتى الديني، نذكر من هذا الأخير.

منتدى أنا مسلم، نور الاسلام، طريق الايمان، السيرة النبوية، الفتاوى الشرعية، أنصار السنة: أهل الحديث.

---

[1] راندي ريدلك وإليون كينغ: **صحفي الإنترنت**، الأردن، الأهلية للنشر والتوزيع، ط1، 2009، ص 55.

[2] خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 25.

[3] أضاق علمية وثقافية: نشر على موقع: http://.Vb.elmstba.com تاريخ الزيارة 2016/05/11، على الساعة 19:35.

5. شبكات التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع الإنترنت التي يمكن المستخدمين المشاركة والمساهمة في انشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة.

أو هي المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات المستخدميها تتيح لهم انشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت. [1]

ومن بين فوائد شبكات التواصل الاجتماعي أنها:

- تساعد على نقل الأفكار السياسية بشكل كبير وهام.
- يمكن استثمارها في الأعمال التطوعية.
- تساعد على نشر التوعية المجتمعية من خلال حملات التوعية.
- تقرب المشاهير من أدباء وعلماء وكتاب وسياسة وعلماء دين من الجماهير العريضة.
- تمكن الإنسان من أن يعبر عن كل ما يجول في خاطره من أفكار من خلال تسجيل مقطع فيديو او من خلال الوسائل الأخرى المتعددة. [2]

فعلا لشبكات التواصل الاجتماعي أثر فعال وبالغ الأهمية فيما توفره من معلومات ومعارف يتبادلها أفراد المجتمع وتمكنهم من إثراء رصيدهم المعلوماتي وتطوير مهاراتهم ومكتسباتهم العلمية في إطار جماعي أو فردي، خاصة في الوقت الحاضر أين أصبحت جزءا من حياتنا، لأنها دائما تمدنا بما هو جديد في جميع الصعد ولباقي أفراد المجتمع.

6. المكتبات الالكترونية:

عبارة عن نظام قواعد بيانات ضخمة تحتوي على مواد علمية وثقافية وغيرها، تم انشاؤها رقميا، كما تحتوي على مواد طورت في غير رقمي ثم تحويلها الى تمثيل رقمي وذلك للاستفادة من الوسائط المتعددة التي يتيحها الحاسب الآلي وملحقاته.

ومن مزايا المكتب الالكتروني:

---

[1] خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سابق، ص 24.

[2] منوعات تقنية: نشر على موقع: http://.Vb.Maudoo3.com_ تاريخ الزيارة 2016/03/20، على الساعة 20:45.

- سرعة البحث والحصول على المعلومة.
- يمكن المطالعة والاستعارة والطباعة عن بعد.
- النسخة يمكن مطالعتها بواسطة أكثر من زائر في وقت واحد. [1]

وتقدم المكتبة الالكترونية جملة من الخدمات:

- ✓ خدمة الاشتراك في قواعد البيانات العالمية.
- ✓ خدمة المواقع ذات الصلة.
- ✓ خدمة الاحاطة الجارية بالمقتنيات الجديدة.
- ✓ خدمة الاشتراك في عضوية المكتبة.
- ✓ خدمة الانضمام للقائمة البريدية للمكتبة. [2]

تعد المكتبات الالكترونية بلا شك جزء من المادة العلمية التي يعتمد عليها الامام في صياغة الخطاب المسجدي، مما توفره من معلومات رقمية يسهل الوصول إليها وتحصيلها، ففي جزء من أجزاء التطبيقات الاتصالية التي توفرها شبكة الإنترنت جميع الفئات ولكل التخصصات وبلغات متنوعة.

[1] نشر على موقع: http:// www.oscities. org/e:fgabha/library تاريخ الزيارة 2016/05/20، على الساعة 20:20.

[2] نشر على موقع: www.Fecsudan.org/ar/e-library-sevises تاريخ الزيارة 2016/05/20، على الساعة 21:35.

رابعا: إيجابيات وسلبيات شبكة الانترنت

تقدم شبكة الانترنت العديد من الخدمات والتسهيلات لمستخدميها والتي يمكن ان نطلق عليها ايجابيات أو مزايا شبكات الانترنت، ولها أيضا العديد من السلبيات أو العيوب التي يمكن أن نطلق عليها سلبيات أو عيوب شبكة الإنترنت. وقد يتناول العديد من الباحثين والدراسين إيجابيات أو مزايا شبكة الإنترنت في أبحاثهم ودراساتهم كلا حسب مجال اهتماماتهم وتخصصاتهم.

1. إيجابيات أو مزايا شبكة الإنترنت:

- سرعة وصول المعلومات الى الجماهير وكذلك زيادة تطور البحث العلمي وتسهيل الاتصال بين العلماء.
- زيادة التقدم العلمي فيا علوم عموما والعلوم الطبية خصوصا بما يعود بالخير على الانسان ورفاهيته.
- وحدة لغة المصطلحات.
- زيادة وسائل الترفيه والترويج.
- تحويل العالم الى قرية صغيرة.
- أداة فعالة في تثقيف المجتمعات وكسر الحواجز الأمنية.
- سهولة الاتصال بالشبكة حيث لا يتطلب هذا الاتصال سوى وجود حاسوب شخصي خط وهاتف محلي.[1]
- تساعد إنترنت على توفير أكثر من طريقة في تدريس ذلك أن الإنترنت هي بمثابة مكتبة كبيرة.
- اعطاء التعليم صبغة عالمية والخروج من الاطار المحلي.
- امكانية الوصول الى عدد أكبر من الجمهور والمتابعين في مختلف مناطق العالم.[2]
- الدعوى الى الاسلام وبيان محاسنه.
- سهولة الاتصال بالعلماء لأخذ الفتوى عنهم والاستنارة بآرائهم.
- الرد على الشبهات التي تثار حول الاسلام.
- الرد على الشبهات التي تثار حول الوطن والذين دحضها.
- محاربة البدع والتصدي لدعائها واصال وجهة النظر إلى الآخرين.[3]

---

[1] غالب عوض النوباية، مرجع سابق، ص82.

[2] يامين بودهان، مرجع سابق، ص81.

[3] نشر على موقع: http://vb.elmstba.com/t245787.html تاريخ الزيارة 2016/05/12، على الساعة 21:36.

2. سلبيات شبكة الإنترنت

تؤدي شبكة الانترنت دورا مهما في خدمة الباحثين في عصر تفجير المعلومات، وبالرغم مع توفير التجهيزات التكنولجية لاستخدام شبكة الانترنت الا انها لا تخلوا من بعض السلبيات أو العيوب، التي تؤثر على جودة المعلومات منها:

- كثرة المعلومات المتوفرة جعل البحث صعبا للاختيار منها.
- فوضى المعلومات حيث أن تعدد مصادر المعلومات يجعل من الصعب الوثوق فيها.
- غياب القوانين المنظمة لحقوق الملكية الفكرية للمعلومات المتاحة على الانترنت.
- بعض المصادر من المعلومات على الانترنت يكون المسؤول عنها فكريا وماديا مجهولة الهوية.
- الادمان على الانترنت.
- انتشار جرائم الانترنت.[1]
- زعزعة العقائد والتشكيك فيها.
- نشر الكفر والفساد والالحاد.
- الوقوع في شراك التنمير.
- التقليد الأعمى للنصارى وإضاعة الوقت.
- نشر المفاهيم العنصرية.
- التعرف على أساليب الارهاب والتخريب.
- الدعوة لأفكار غريبة مناقضة لديننا وقيمنا.[2]

[1] غالب عوض النوايسة، مرجع سابق، ص86.

[2] نفس ن

خامسا: الانترنت في الجزائر

تعتبر الجزائر احدى الدول النامية التي سعت جاعدة الى بناء قطاعها للمعلومات، والاهتكمام بالاصلاح والتطوير في مجال المعلومات، وضع سياسة وطنية للمعلومات تتمثل في انشاء مجموعة من الهيئات والمجالس والمعاهد والدواوين وغيرها من المراكز الأخرى كشبكة مرابطة والتنسيق في مجال المعلومات حتى مع اللطاع الخاص.

تم ربط الجزائر شبكة الانترنت في مارس 1994 عن طريق مركز البحث العلمي والتقني cirest والذي أنشأ بدوره بموجب المرسوم 86/72 المؤرخ في 1986/4/8م تحت وصاية المحافظة السامية للبحث وكانت مهمته الأساسية هي العمل من أجل اقامة شبكة وطنية للإعلام العلمي والتقني وربطها بشبكات اقليمية ودولية. [1]

وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات تم تدعيم شبكة الإنترنيت سنة 1997 بخطين هاتفيين متخصصين، وفي أكتوبر تم ربط الجزائر بواشنطن عن طريق السانل "M.A.A" الأمريكي، وخلال سنة 2000/1999 أقام المركز ارتباطا بالشبكة عن طريق القمر الصناعي الرابط بأمريكا كما تم انشاء 30 خط هاتفي جديد من خلال نقاط الوصول التابعة للمركز والمتواجدة عبر مختلف ولايات الوطن. [2]

وعلى المستوى الرسمي تم التوقيع بحلول سنة 2003 أن يقع فيها الربط الحضري بين مختلف المناطق في الجزائر، وتم تحديد سنة 2005 كسنة يتم تحرير قطاع الهاتف الثابت كليا بها، بل وأكثر من هذ ففي تصريح لوزير البريد والاتصالات آنذاك، تأمل بحصول كل جزائري على جهاز نقال، ثم التغطية الكاملة والشاملة لاحتياجات السكان في عملية المرور والتزود بالانترنت. [3]

كشفت دراسة حديثة مدى استغلال الجزائريين للشبكة العنكبوتية أن نصف المستخدمين يؤمنون بضرورة الاستفادة من الإنترنت من أي مكان "تقنية الجيل الثالث".

---

[1] قواسم بن عيسى، **إستخدام البرلمانيين الجزائريين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الراشد**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2013/2012، ص 83.

[2] تيسار فاطمة، **اسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/2007، ص.

[3] يمينة بعماليا، **الصحافة الالكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل**، رسالة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 140.

وحسب الدراسة التي أنجزها مرصد "كوسنيومرلاب" التابع لشركة إبريكسون، فإن السكان في المدن يرون في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وسيلة لتحويل الجزائري الى مجتمع عصري وناجح ومتوجه نحو المستقبل.

وأظهرت الدراسة أن 50% من المستعملين الجزائريين يعتقدون أنه من الضروري الربط بالانترنت من أي مكان و أن عدد المستخدمين مرشح لأن يتضاعف في غضون السنوات المقبلة وصرح الاشخاص المستجوبين أنه من الهام الاستفادة من الإنترنت من اي مكان مما يتطلب تحسين التدفق فيما يخص الربط بالجيل الثالث وتطوير فعالية الشبكة.

ويرى الجزائريون في هذه التكنولوجيا فرصا كبيرة من حيث المكانة الالكترونية والصحة والتعليم الإلكتروني، بحيث أعرب المستجوبون عن أملهم في أن تمكنهم من كسب الوقت والمال، فضلا عن تحسين التواصل بين الحكومة والمواطنين.

كما أشارت الدراسة إلى أن الجزائريين يعتبرون أن تقليص الإجراءات الإدارية وتحسين أمن المواطن من خلال ربط الإنترنت يكون موثوقا أكثر سيمكنان من تسريع ظهور المجتمع عبر الشبكات.[1]

إن الإنترنت في الجزائر ما زالت ظاهرة مقتصرة على الفئات المتعلمة، وما زالت أماكن التعرض لها محدودة في مراكز البحث، وخاصة الجامعات وكذلك نوادي أو مقاهي الإنترنت.

في نهاية سنة 2001 بلغ عدد مستعملي الإنترنت في الجزائر 180 ألف مستعمل، وفي جويلية 2006 أشارت أرقام رسمية جزائرية إلى وجود (3) ملايين جزائري مستخدم لشبكة الإنترنت.

وفي 2008 استفادت 1541 بلدية من خدمات الإنترنت عبر ADSL أي التدفق القوي السريع.

وقدر عدد مستخدمي الإنترنت بالجزائر سنة 2009 بأكثر من 4.5 مليون مستخدم، منهم 200 ألف في مجال الإنترنت ذات التدفق العالي مع وجود 30 مزود أنترنت.[2]

---

[1] لمياء ح، **عدد مستخدمين الإنترنت في الجزائر سيتضاعف بحلول 2015**، جريدة الفجر، الجزائر، تاريخ الزيارة: 2016/05/12 على الساعة 15:25، نشر على موقع: www.al-fadjr.com/ar/economic/289785.html.

[2] قواسم بن عيسى، مرجع سابق، ص 86.

الواقع أن إنتشار الإنترنت بالجزائر شهد نموا متسارعا خاصا بداية الألفية الثالثة مما أعطى دفعا قويا في مجال التكنولوجيا والاتصال، هذا شجع على الاستثمار في الميدان مع الشركاء الدوليين كالاتحاد الأوروبي.

خلاصة الفصل:

إن استخدام الاتصال من خلال الإنترنت والإستفادة من خدماتها المتاحة يمكن أن يلعب دورا كبيرا في إحداث التغييرات الفكرية والإيديولوجية، عبر جملة من التطبيقات المتوفرة، وكذا الاستفادة الكبيرة من الكم الهائل للمعلومات على مواقع الشبكة العالمية. وهذا التغيير مس كل المجالات وجميع فئات المجتمع دون استثناء.

فالإنترنت أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياتنا اليومية ولا يمكن الاستغناء عنها.

الفصل الثاني: ماهية الخطاب المسجدي

تمهيد

أولا: مكونات الخطاب المسجدي

1. المكون الشرعي

2. المكون البشري

ثانيا: مستويات الخطاب المسجدي

1. الفضاء الداخلي أو المحلي

2. الفضاء الخارجي أو العالمي

ثالثا: أنواع الخطاب المسجدي

1. خطاب الوسطية الإسلامية

2. خطاب الاتجاهات الصوفية

3. الخطاب السلفي النصي

4. خطاب الرفض والاحتجاج والعنف والتخريب

رابعا: خصائص الخطاب المسجدي الأمثل

1- الخطاب المسجدي المطلوب

2- قواعد الدعوة في الخطاب المسجدي

خلاصة الفصل

تمهيد:

من أهم القضايا التي تشغل بال كل مسلم مثقف واع بطبيعة هذا العصر وبما تعانيه أمتنا من أزمات، وما يتربص بها من تحديات فكرية، مسألة أو قضية الخطاب المسجدي، ذلك أن الخطاب هو أداة التبليغ والتواصل والحوار ما بين أبناء الأمة نفسها، وبينها وبين الأمم الأخرى، وهذه الأداة هي مقياس نضج الأمة ومعيار مقدرتها على ممارسة ذلك التبليغ والتواصل والحوار وعلى إحلال نفسها المكانة اللائقة بها بين الأمم، ومن ثم نجاحها أو فشلها في إقناع الآخرين بموقفها ووجهات نظرها في مختلف المسائل والشؤون خاصة و قد حظاها الله بالخيرية[1]، قال الله تعالى: "كنتم خير أمة أُخرجت للناس تأمرون بالمعروف و تنهون عن المنكر و تؤمنون بالله".

وفي ظل تعرض العالم الإسلامي لتحديات معاصرة كثيفة وخطيرة يكون تجديد الخطاب الديني عموما والمسجدي — موضوع دراستنا — خصوصا ضرورة ملحة لا لخدمة أغراض الولايات المتحدة أو الغرب الذي ما فتئ يقوم بالضغط و المطالبة بتقويض مناهجنا التعليمية أو إضعاف عقيدتنا الدينية وإفقاد الأمة حيويتها في ظل سباق رهيب بدور لاستلاب زمام ريادة في الدنيا كنا أسبق في مضمارها ولدينا الفرصة لاستعادتها ببذل الجهد وليس بالأماني وحدها. ولذلك لو نظرنا إلى عالمنا الإسلامي اليوم سنجد عجباً ، فنحن اليوم يكثر فينا الخطباء ، ويغيب عنا الفقهاء ، بالمعنى العام لكلمة الفقه ، لا نزال نفتقد الكوادر البشرية المسلمة المتخصصة والمدربة ، على الرغم من هذا التاريخ العريق في الدعوة ومسؤولية البلاغ المبين .

كما أن خطابنا في معظمه لا يزال داخليا ، لم نستطع أن نصل به إلى مرحلة الخطاب العام والعالمي ، علما بأن الخطاب الإسلامي توجه إلى الناس جميعا منذ اللحظة الأولى لبدء الوحي ...يقول تعالى : {قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا } ويقول تعالى: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ}

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ (رضي الله عنهما) قَالَ: إِنَّ اللهَ فَضَّلَ مُحَمَّدًا عَلَى الأَنْبِيَاءِ. فَقَالُوا : يَا ابْنَ عَبَّاسٍ بِمَ فَضَّلَهُ عَلَى الأَنْبِيَاءِ ؟. قَالَ : قَالَ اللهُ عَزَّ وَجَلَّ : {وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ...الآيَةَ} ، وَقَالَ اللهُ عَزَّ وَجَلَّ لِمُحَمَّدٍ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ } فَأَرْسَلَهُ إِلَى الْجِنِّ وَالإِنْسِ.

قال الحسن البصري ـ رحمة الله ـ ليس الإيمان التحلي ولا بالتمني ولكن ما وقر في القلوب وصدقته الأعمال، ولهذا قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: من قال لا إله إلا الله مخلصا دخل الجنة. قيل: يا رسول الله، ما إخلاصها؟ قال: أن يحجره عن محارم الله تعال.

[1] كمال عبد اللطيف، و د. نصر محمد عارف: إشكالات الخطاب العربي المعاصر: د. ص:109.

ومسألة الخطاب المسجدي ، يُنظر إليها من تأليفيتها و تركيبتها إذ كلمة (الخطاب) تحتمل أن يكون المقصود بها (مضمون) الخطاب ومحتواه ، وتحتمل أن يكون المقصود بها (شكل) الخطاب بما يتضمنه هذا الشكل من أساليب ووسائل عرض المضمون.

أولا: مكونات الخطاب الإسلامي

يمكننا أن نرُدَّ مكونات الخطاب المسجدي[2] إلى نوعين:

1. **المكون الشرعي:**

وهو ما جاء به الوحي الإلهي من قرآن وسنة نبوية صحيحة وهو أصل الخطاب الإسلامي و منه المسجدي ومنطلقه ومرجعيته الثابتة الدائمة، لكونه صادرا عن الله سبحانه الذي أبدع الوجود كله.

2. **المكون البشري:**

وهو ما فهمه واستنبطه البشر من النصوص الشرعية وما نتج عن ذلك فكرا كان أو فقها أو علوما وأدبا. لذلك فهو فرعٌ للمكون الأول ومؤسس منه وإليه.[3]

وبما أن المكوّن الشرعي قد أكسبه مصدره الرباني خصائص الربانية والشمول والثبات والتوازن والمرونة والصلاحية لكل زمان ومكان، فباستطاعتنا أن نكتشف بمعاييره كلَّ خلل واضطراب في واقع الحياة القائم. وإذا كان الخطاب، أي خطاب رهينا للتطوير والتبديل؛ دون تحفظ أو اشتراط فإن خطابنا المسجدي له وضعه الخاص، فهو لا يتغير ولا يتبدَّل في جوهره، أي في ثوابته الأساسية المرتكزة على مكونه الشرعي مهما تغير الزمان والمكان والملتقى، وبغير هذه الثوابت، أو بالمساس بها لا يكون إسلاميا، ولا يمثل حقيقة الإسلام وخصائصه، وأما المكوّن الآخر ففيه يكون الاجتهاد والتطوير بما يراعي المخاطبين وظروفهم العامة والخاصة زمانا ومكانا، يقول الدكتور يوسف القرضاوي:"وإذا كان المحققون من أئمة الدين وفقهائه قد قرّروا أن الفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والحال، والفتوى تتعلق بأحكام الشرع فإن نفس هذا المنطق يقول: إن تغيير الدعوة أو الخطاب يتغير بتغير الزمان والمكان والعرف والحال أحق وأولى"[4].

---

[2] رابطة الجامعات الإسلامية، الإسلام وتطوير الخطاب الديني، ص:58-77

[3] المرجع نفسه، ص:67.

[4] د. يوسف القرضاوي، خطابنا الإسلامي في عصر العولمة، ص:17

ثانيا: مستويات الخطاب المسجدي

بالنظر إلى مستويات الخطاب ومتلقيه نجد أن هناك فضاءات متنوعة يمكن أن تتناول على مستويين:

1. الفضاء الداخلي أو المحلي:

وفيه يتوجه الخطاب إلى فئات متفاوتة، فيما: الطفل والشاب والفتاة والمرأة والرجل: كل بحسب مستواه التعليمي أو الثقافي، وبحسب موقعه ومهنته وظروفه الخاصة: وما نلاحظه على هذا الخطاب هو عدم مراعاته أحيانا طبيعة هذه الفئات والشروط المتطلبة لذلك، ويتجلى هذا في مظاهر كثيرة منها:

أ- غياب الرؤية الفكرية المتحدة، والمشروع الدعوي الموَّحد، ومن ثم افتقاد الخطاب المسجدي المتفق عليه بين كثير من مؤسسات الدعوة ورجالات الفقه والشريعة: وكذلك غياب الفتوى المتفق عليها في كثير من الأمور التي تهم الأمة وتمس شؤون دينها: مثل رؤية الهلال، وتحديد العيدين، والفوائد المصرفية...الخ.

ب- تعطيل المؤسسات والمنابر المتخصصة والمؤهلة لتقديم المعرفة الإسلامية الصحيحة في بعض البيئات الإسلامية أو عرقلتها أو توظيفها لخدمة المآرب السياسية.[5] بل و فرض الجهات الوصية على الأئمة كثير من الإملاءات تحت خيارين المزايا و العقوبات.

ج- التقوقع داخل مذهب فقهي أو عقدي معيَّن، وفرضه في التعليم ووسائل الإعلام والثقافة وإصدار الفتاوى الدينية من خلاله، ثم تصدير هذا التوجه المذهبي الضيق إلى عموم المسلمين، بمختلف الوسائل والأساليب، وإرغام الأئمة الخطباء على إمتثاله إكراها بعيد عن القاعدة الشرعية " لا إكراه في الدين" فصارت وزارة الشؤون الدينية تمارس الإكراه في المذهب؟؟

د- التشبث برأي واحد في المسألة ومصادرة جميع ما عداه من وجهات النظر، والتشبث بالانفراد بالفهم والمسؤولية عن الدين[6].

هـ- تجاهل أولويات القضايا في التأليف والكتابة فيما يعالج أزمات الأمة ويعمل على توحيدها وإصلاح ذات البين فيها، والعمل على التقدم والرقي بها، والاشتغال بدلا من ذلك في بعض الأوساط الإسلامية بالفتن المذهبية، وإيقاد نار الصراع والتنابذ والاتهامات بالزندقة أو الفسوق أو التكفير من خلال تأليف الكتب والمقالات وإصدار الأشرطة والبرامج المرئية الساخنة.

---

[5] فهمي هويدي: إحقاق الحق، ص:11.

[6] د. فؤاد زكريا: الحقيقة والوهم في الحركة الإسلامية المعاصرة، ص:22-26 و38-39.

و- التشديد والتضييق في فتاوى بعض العلماء فيما فيه سعة ومجال للاجتهاد[7].

ي- تحميل النصوص القرآنية والنبوية غير ما تحتمل وإساءة فهمها.

ز- مجابهة بعض التيارات التي تنتقد الإسلام مجابهة ساذجة من دون بيان الحجج المقنعة.

ح- التأكيد المبالغ فيه من قبل الكثير من الوعاظ وخطباء المساجد على موضوعات الترهيب بأصناف العذاب الأخروي والتزهيد في تعمير الحياة والإبداع فيها، وإهمال بعضهم تناول قضايا المجتمع والإنسان من معاملات وعلاقات وآداب.

ط- فراغ كثير من الساحات والمنابر من المتخصصين القادرين والكماشهم على أنفسهم نتيجة أوضاع سياسية معينة وإسناد هذه المهمة أو توليّها من قبل آخرين غير مؤهلين، بل لم يحضو بتعليم عالي.

2. الفضاء الخارجي أو العالمي:

بالنظر إلى تلك الأوضاع التي عليها الخطاب المسجدي محليا: أي في الداخل، وما يسودها من اضطراب وغياب للتخطيط والتعاون، ومن افتقاد —كما تقدم- للرؤية الشاملة الموحدة والأهداف الموحدة وإخلاص العمل لله سبحانه، فإن هذا الخطاب الذي ينقل على الشاشات و عبر النت و الإذاعات ينتقل إلى مستوى العالم و هو أحيانا ضعيف ومتخلف جدا عن منطق العصر وآلياته ومناهجه، بل لولا الجهود القليلة المتناثرة لقلنا إنه غائب في إجازة غير محدودة عن عالم اليوم، ومع صعوبة تشخيص هذا الوضع وتحديد ملامحه فإنه يمكن إدراك الملاحظات الاتية:

أ- على الرغم من امتلاك الدول الإسلامية عددا من الثروات الطبيعية الهائلة كالنفط والغاز والحديد والفوسفات والنحاس واليورانيوم...الخ، والطاقتين الشمسية والمائية، والثروات البحرية والزراعية، وعلى الرغم من تعدادها السكاني الذي يتجاوز المليار وأربعمائة مليون، فإن ما تخصصه هذه الدول من أموال ومن برامج ومشروعات لتبليغ رسالة الإسلام إلى شعوب العالم وإنقاذها من ظلمات الضلال في الدنيا وسوء المصير في الآخرة، وللتعبير عن قضايانا في المعترك الدولي، هو أمر مؤسف جدا، إذا ما قورن بما تحظى به المسيحية والماسونية وسائر المذاهب والحركات الهدامة من جهود للانتشار والتمكين في العالم[8].

ب- الحوار بين المذاهب المكونة للمجموع الوطني هو أحد السبل التي حاولت من خلالها عدة منظمات ومؤسسات منذ عدة عقود فقد نظمت وزارة الشؤون الدينية عدة ملتقيات وطنية كان آخرها في قسنطينة شهر أبريل

---

[7] المرجع نفسه، ص:31-34.

[8] محمد السماك، مقدمة إلى الحوار الإسلامي-المسيحي، ص:72-75.

2016 للتقريب بين الإباضية و المالكية، وهو امتداد سنة حميدة لذلك الذي كان يجريه أسلافنا مع أهل الكتاب عبر عصور السيادة الفكرية والحضارية في توليها المنظمات المسيحية لذلك العرض[9].

ج- قليلة تلك الجهود التي اتجهت إلى شعوب العالم بخطاب إسلامي علمي وموضوعي وخالص لوجه الله ومعظم هذه الجهود فردية وعصامية، وقد باركها الله بسبب إخلاص أصحابها وأشهر مثال في هذا المجال ما قدمه وقام به الداعية المرحوم: "أحمد ديدات" في مناظراته مع أقطاب المسيحية، وكذلك ما قدمه المفكر الإسلامي "وحيد الدين خان" وآخرون أسهموا بتقديم آثار علمية جليلة بأكثر من لغة أجنبية، كلها جديرة بإعادة النشر في طبعات متميزة، ليتم توزيعها في مختلف أنحاء العالم، وخاصة غير المسلم.

د- يعد حادث الحادي عشر من سبتمبر في نيويورك المعروف منعطفا بارزا في نظر الغرب بخاصة وفي نظر العالم بعامة إلى الإسلام والمسلمين، وبقدر ما ترتب على هذا الحادث من نتائج وخيمة على الإسلام والمسلمين، فقد حفّز الحدث كثيرا من الأجانب في مختلف بقاع العالم للتعرف على حقيقة هذا الدين الذي تخيلوا أنه هو كما جزموا الباعث الأساسي على ما أسموه بالإرهاب. و للأسف كانت إستجابة الدول الإسلامية سريعة للإملاءات الأمريكية و تغيير المناهج التربوية و إستبعاد القرآن و السنة من الكتاب المدرسي و ممارسة الحصار على الخطاب المسجدي المتكلم في الولاء و البراء إلى درجة وجود إقتراحات بحذف سورة الكافرون و ما يتعلق بالجهاد الإسلامي الذي هو ذروة سنام الإسلام كما قال رسول الله صلى الله عليه و سلم من برامج تعليم أطفال التحضيري بل و ظهرت آثار ذلك حتى في برامج جامعة الأمير الإسلامية و تغيرت المصطلحات الشرعية من الكافر و اليهودي و النصراني إلى لفظ " الآخر".

ثالثا: أنواع الخطاب المسجدي

انعكاسا لما مر ويمر بأمتنا من ظروف غامضة وهزات مروعة ومآس مؤسفة، ولا سيما بعد حادثة الحادي عشر من سبتمبر و ما يحدث في دول الجوار تونس و ليبيا تعددت أنواع الخطاب المسجدي بخاصة، معبرة عن وجهات النظر الرسمية ، والمتتبع للخطاب المسجدي في الجزائر بل و حتى في عموم العالم الإسلامي—كما يرى الدكتور محمد عمارة- فرقا مبدئيا بين البيئتين السنية والشيعية وهو أنه لاعصمة لعالم دين ولا لمؤسسة العلم الديني لدى مسلمي السنة. وأما أنواع الخطاب التي يمكن استخلاصها من مجموع الملاحظات والملامح السابق ذكرها فهي الآتية[10]:

[9] محمد المسالك ، المرجع السابق، ص:79: 82.

[10] د. محمد عمارة: الخطاب الديني بين التجديد والتبديد الأمريكاني، ص:13، 19.

1. خطاب الوسطية الإسلامية:

الذي تمثله مدرسة الإحياء والتجديد والجمع بين الأصالة والمعاصرة ومواجهة الأحداث بواقعية ومرونة وحكمة ويبرز تأثر هؤلاء الأئمة بجمع من العلماء المعاصرين أمثال: الدكتور يوسف القرضاوي، والدكتور محمد عمارة، والشيخ محمد الغزالي، الشنقيطي، وآخرون.

2. خطاب الاتجاهات الصوفية:

الذي يرتكز على التجارب الروحية وعلم القلوب والتأملات ويصدر عن فرق متعددة، ويشوب هذا الخطاب شوائب من الدروشة والخرافات والانحرافات تغذيه الزوايا و الطرق الصوفية و القبورية.

3. الخطاب السلفي النصي:

وهو ما يصدر في بعض البيئات التي تلتزم بمذهب معين يتبناه النظام القائم ويوظفه لصالحه تحت مسمى أولياء الأمور مدعما بالمطويات و النشريات و الأشرطة فضلا عن القضاء التلفزي.

4. خطاب الرفض والاحتجاج والعنف والتخريب:

وتمثله نسبة ضئيلة من الناس، وأكثرهم من الشباب المغرر بهم من العاطلين والمحبطين في حياتهم أو المتعرضين الاعتقالات أو المفتونين في ذويهم بالتصفية، ومعظمهم متحمسون ومن ذوي ثقافة سطحية في الشريعة الإسلامية[11].

إن للخطاب المسجدي صورا متعددة بين خطب منبرية محصورة في المساجد و أخرى مبثوثة عبر الإذاعة والتلفزيون كما تعمد التلفزة الوطنية المحطة الجهوية في قسنطينة إلى نقل كل دروس و خطب الجمعة بمسجد الأمير عبد القادر و كذا صلاة التراويح بإمامة الشيخ عبد المطلب بن عاشورة و إرشاد مربعي الفائزة بالمرتبة الأولى في جائزة دبي للقرآن الكريم، وترى رابطة الجامعات الإسلامية التي يرأسها الأستاذ الدكتور محسن بن تركي أن صور الخطاب واسعة تشمل حتى خطبة الجمعة والوعظ والإرشاد والصحف والمجلات الشرعية والكتب العلمية، بالإضافة إلى الأشرطة الدينية والأقراص المضغوطة والقنوات المسموعة كالإذاعة، والمرئية كالتلفزيون لما تقدمه من برامج دينية، والشبكة الدولية للمعلومات "الإنترنت"، واللقاءات العلمية والندوات والمؤتمرات، وأخيرا الدراما التي تقدم الخطاب الإسلامي على شكل مسلسلات وأفلام دينية، وهي من أكثر الوسائل قبولا عند الناس[12].

---

[11] د. محمد عمارة: المرجع السابق، ص: 25-30.

[12] رابطة الجامعات الإسلامية، الإسلام وتطوير الخطاب الديني، ص:16-18.

إن مدى حركية الخطاب المعاصر كما يقول أحد الدارسين[13] واستجابته للمتغيرات الواقعية والتحولات الحادثة في الواقع قليلة إلى أن يقترب الخطاب من السكون أو التحرك البطئ خلف الواقع أو خلف الحركة الاجتماعية، كما أن الاهتمام المبالغ فيه بالتاريخ يكاد يستلب ذلك الخطاب من واقعه فينشغل بالماضي على حساب الحاضر والمستقبل، وكل ذلك ينطبق على الخطاب الإسلامي عموما و المسجدي خصوصا إلى حد كبير. ولعل السبب في ذلك أن الخطابين يشتركان في كثير من العوامل والظروف ويصدران عن مكونات ثقافية وسياسية ونفسية واحدة تقريبا[14].

رابعا: خصائص الخطاب المسجدي الأمثل

الخطاب المسجدي الأمثل ينبغي أن يتصف بالخصائص التالية:

ربانية المصدر والغاية، عالمية التوجه، إنسانية المنطلق، أخلاقية المحتوى، اقتران العقل بالروح، الجمع بين المثال والواقع والأصالة والمعاصرة والمحلية والعالمية، التوازن والشمول، الانفتاح، التخيير، التعدد، التدافع، التوسط، والاعتدال، الحوار، التنوع، النمو والاطراد، وهو يدعو إلى الاجتهاد ولا يتعدى الثوابت، يتبنى التيسير في الفتوى والتبشير في الدعوة، يستشرف المستقبل ولا يتنكر للماضي، يؤمن بالشورى والتريث في اتخاذ القرار، يدين التخريب والإرهاب ويحض على الجهاد، ويرفض الانغلاق والتحجر والتطرف والغلو ويؤمن بالاختلاف والمرونة والتسامح[15].

ولا ريب في أن هذا الخطاب المتكامل الذي نتطلع إليه بكل هذه الخصائص لن يكون له وجود في دنيا الواقع الراهن بسبب ما هي عليه عقلية معظم الذين يمارسون الخطاب المسجدي بمختلف صوره ومستوياته التربوية والإعلامية وثمرة تنشئتنا الأسرية الاجتماعية والثقافية التي لا تزال في معظمها مثقلة بالكثير من المثالب وملتفتة عن العصر.

ترى ما الذي يعوقنا عن أن نتقدم ونرتقع إلى مستوى العصر؟ الإجابة واضحة وضوح الشمس ويعرفها الجميع. و لا أشك أن الوزارة الوصية تلعب الدور البارز في السبب لأن في مقدورها إستحداث آليات و قوانين ترفع من أداء الخطاب المسجدي بل إن الكثيرين من أصحاب الشهادات العليا كصنف الدكاترة و الماجستير من الأئمة الخطباء إنسحبوا من أداء وظيفة الخطاب المسجدي بسبب الضعوط الكبير و المتوالية و التي يرون — كما أخبرن — بعضهم لا تخدم جمهور الأمة من الشعب الجزائري في ألوان شتى إما إملاءات فقهية مرجوحة أو إملاءات سياسية في حملات إنتخابية محسومة؟؟

---

[13] د. كمال عبد اللطيف، ود. نصر محمد عارف: إشكالات الخطاب العربي المعاصر، ص:54-55.

[14] محمد السماك: مقدمة إلى الحوار الإسلامي-المسيحي، ص:21-28

[15] إشكالات الخطاب العربي المعاصر: د. كمال عبد اللطيف، ود. نصر محمد عارف، ص:99-108. بتصرف

1. الخطاب المسجدي المطلوب:[16]

لقد نادى كثير من العلماء والمفكرين والكتاب والدارسين بضرورة الإسراع بتطوير خطابنا المسجدي من واقعه الحالي والانطلاق به من خلال خطة علمية عصرية شاملة وجادة لتحقق له تلك الخصائص التي تقدم ذكرها[17]، وهذا لن يتحقق إلا إذا التقى عدد كبير من الغيورين المشتغلين بقضية الخطاب المسجدي في غالب الدول الإسلامية والعربية ووحدوا جهودهم في برنامج علمي جاد يكفل رفع آداء الخطاب المسجدي ليواكب المطلوب و يحقق المأمول و تكون البداية بتأهيل الأئمة و الخطباء و إختيارهم وفق معايير علمية و فقهية لا سياسية و إيديولوجية للأسف يشهد الواقع أنه أحيانا يشرف على إدارة الموارد البشرية في قطاعات الأوقاف أشخاص لا علاقة لهم بالخطابة و لا بالفقه و لا بالعلوم الشرعية فأنّ لهؤلاء القول السديد مع الإمام و فهم واقع الخطاب المسجدي و هو ليسوا حتى من رواد المساجد و مستمعي الخُطب؟؟

إن منطلق الخطيب في المسجد يظل دائما تحت قول الله سبحانه و تعالى: " ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ "[18]

ثم إن للخطابة المسجدية قواعدها كما هو الإعلام ، التي تفرض على أهل الدعوة من الأئمة أن يتدبروها ويعملوا على الالتزام بها والارتقاء من أجل تخفيف الرسالة الدعوية أو الإعلامية والوصول إلى جمهورها من المصلين لتحقيق الأهداف التي يسعى الأئمة الخطباء إلى تحقيقها.. فما هي هذه القواعد؟

2. قواعد الدعوة في الخطاب المسجدي:

1- التفاعل بين الداعية والجمهور " هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولاً مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ" [19] والجمهور اليوم حيوي متفاعل وليس متلقياً سلبياً.

2- المسئولية " وَقِفُوهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ" [20]، " وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولاً" [21]

3- الصدق في القول " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ " [22]

---

[16] د. مصطفى محمد بن الحاج، المرجع نفسه، ص:54-55؛ والخطاب الإسلامي، ص:68.

[17] المرجع نفسه ص 56 , 57 , والخطاب الإسلامي . د.مصطفى محمد بن الحاج ص 68 , 69 .

[18] سورة النحل، الآية 125

[19] سورة الجمعة، الآية 2

[20] سورة الصافات، الآية24

[21] سورة الإسراء، الآية34

[22] سورة التوبة، الآية 119

4- الترويح والترفيه دون إخلال بالنظام والأصول ودون إغراق، (روّحوا القلوب فإنها تملّ كما تملّ الأبدان) وفي الحديث (ساعة وساعة). أما اللهو فهو الذي ينشر الفحش والبذاءة فهو محرم " وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ" [23]

5- حرية التعبير والرأي في إطار النظام والحوار والجدل الذي يخدم المجتمع والدعوة وليس الغوص في المجهول الذي لا يؤدي إلى نتيجة.

6- القدوة في القول والعمل كما حددها رسول الله -صلى الله عليه وسلم- (إن الله لم يبعثني مُعنِّتاً ولا متعنّتاً، ولكن بعثني معلماً ميسّراً) [أخرجه مسلم].

الخطيب: هو القائم بالاتصال أي المسئول عن توصيل رسالة الدعوة وتحقيق الأهداف وذلك وفق شروط وقواعد يتحلى بها ولعل أهمها:

- شخصية القائم بالخطابة وثقافته وأدائه وقبوله وقدرته على التوصيل.

- قيمة الخطيب في المجتمع من حيث التنشئة والتعليم والاتجاهات والميول والانتماءات.

- قيم المجتمع وتقاليده وقدرته على التفاعل مع هذه القيم وإجادة تمثيلها.

- العلاقة مع المهنة والوسائل والأساليب بحيث يكون قادراً على جذب الجمهور وأن يعكس سياسة المؤسسة التي ينتمي إليها.

وهذا يدعونا دائماً إلى الإجابة عن التساؤلات الخمسة الأساسية التي تقوم عليها عملية الاتصال لضمان سلامة الوصول إلى الهدف، وهي:

- من يقول؟ - ماذا يقول؟ - لمن يقول؟ - كيف يقول؟ - أي تأثير لهذا القول؟

ولضمان سلامة التحقيق لابد من تحقيق عوامل مساعدة مثل:

- القدرة على الإقناع والتأثير. - الاستمالات العاطفية والوجدانية. - الاستمالات العقلية. - استخدام الشعارات والرموز.

- استخدام الأساليب اللغوية (التشبيه والاستعارة...). - دلالات الألفاظ وإيحاءاتها المتوقعة. - وضوح الأهداف.- القدرة على ضبط تدفق المعلومات (حارس البوابة).

---

[23] سورة لقمان، الآية6.

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

أولا: تحليل البيانات التحليلية

1. الأول: البيانات الشخصية

2. الثاني: دوافع إعتماد الإمام على شبكة الأنترنت في صياغة الخطاب الإسلامي

3. الثالث: الإشباعات المترتبة على إعتماد الإمام على شبكة الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي

ثانيا: النتائج العامة للدراسة

أولا: تحليل البيانات التحليلية:

1. المحور الأول: البيانات الشخصية

توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

جدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
25 سنة – 30 سنة	11	%11
31 سنة – 36 سنة	20	%20
37 سنة – 42 سنة	26	%26
43 سنة – 46 سنة	43	%43
المجموع	**100**	**%100**

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 43 و46 سنة بنسبة تمثل 43%، نظرا لإكتسابهم الخبرة في مجال الإمامة فيما ترجع ثاني نسبة من أفراد العينة إلى الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 37 و42 سنة بنسبة 26%، أما التي تتراوح أعمارهم ما بين 31 و36% فكانت بنسبة 20% لتتذيل الفئة العمرية التي ما بين 25 و30 سنة بنسبة 11% نظرا لقلة الأئمة التي تكون أعمارها فتية.

الأجهزة الالكترونية التي يعتمد عليها الامام للاتصال بشبكة الانترنت

جدول رقم (02): يمثل الأجهزة الالكترونية التي يعتمد عليها الامام للاتصال بشبكة الانترنت.

الاقتراحات	النكرار	%النسبة
دكتوراه	8	%8
ماستر	34	%34
ليسانس	30	%30
خريج معاهد تكوين الأئمة	28	%28
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول رقم (02) أن مستوى الماستر يمثل ما نسبته 34% كأكبر نسبة ممثلة لجميع أفراد العينة، تليها نسبة 30% لمستوى الليسانس، ليليها خريجو معاهد تكوين الأئمة بنسبة 28%، أما مستوى الدكتوراه فكانت بأقل نسبة 8%.

وعلى ضوء هذه النتائج نستنتج أن مستوى الأئمة الخطباء ذو مستوى علمي جدير بمهنة الخطابة، أما الفئة الأولى – الدكتوراه – مؤشر على احتلال منصب الخطابة مكانة علمية عالية في مجال الدين.

2. المحور الثاني: دوافع إعتماد الإمام على شبكة الأنترنت في صياغة الخطاب الإسلامي

الأجهزة الالكترونية التي يعتمد عليها الامام للاتصال بشبكة الانترنت

جدول رقم (03): يمثل الأجهزة الالكترونية التي يعتمد عليها الامام للاتصال بشبكة الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
حاسوب شخصي	8	%8
جهـــاز لوحـــي	14	%14
هاتـــف نقال	50	%50
كمبيوتر محمول	22	%22
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول النسبة 50% من أفراد العينة يستخدمون الهاتف النقال عند اتصالهم بالأنترنت، وهذا راجع إلى التطور الهائل الذي شهده هذا الجهاز في الآونة الأخيرة، وكذلك سهولة حمله في أي وقت ممكن، أما نسبة 22% منها فهم يستخدمون الكمبيوتر المحمول للتواصل عبر الأنترنت لما يكتسيه من أهمية كبيرة أما نسبة 14% فهم يستخدمون اللوح الإلكتروني في التواصل عبر الشبكة لأن الأنترنت تكون فيه في بتدفق عالي، وأخيرا نسبة 8% من العينة يستعملون الحاسوب الشخصي عند الاتصال بالأنترنت، لأنهم يتواصلون عبرها من البيت أو مقاهي الانترنيت.

المكان الذي يعتمد عليه الامام للاتصال بشبكة الانترنت

جدول رقم (04): يمثل المكان الذي يعتمد عليه الامام للاتصال بشبكة الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
مـــن البيـــت	21	%21
مقهـــى انترنت	29	%29
عبر تقنية 3G	50	%50
المجموع	**100**	**%100**

تبين معطيات الجدول أعلاه بأن نصف العينة أي 50 مفردة يفضلون الاتصال بشبكة الانترنت عبر تقنية الجيل الثالث، وهذا لإنتشارها الواسع عبر مختلف الفئات العمرية للمجتمع، وكذا لوجود تخفيضات ومزايا لهذه التقنية وحرصا من الأئمة على مواكبة ما يحصل في عالم التكنولوجيا والهواتف الذكية، أما بقية العينات الأخرى تفضل

الإتصال بالشبكة عبر مقاهي الانترنت والبيت بنسب 29% و21% على التوالي، وهذا راجع لسهولة الاشتراك بالشبكة والأسعار المعقولة في مجال الاتصالات.

الساعات التي يقضيها الامام في التصفح عبر الانترنت

جدول رقم (05): يمثل الساعات التي يقضيها الامام في التصفح عبر الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
أقل من ساعـــة	00	%00
من ساعة إلى ساعتان	33	%33
أكثر من ساعتين	67	%67
المجموع	**100**	**%100**

من خلال فحص نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن أكثر من نصف أفراد العينة يقضون أكثر من ساعتين في التصفح عبر الانترنت، تليها نسبة 33% من ذات العينة أي 33 مفردة يستغرقون في التصفح من ساعة إلى ساعتين، كما نجد النسبة منعدمة في الإقتراح الأول (أقل من ساعة).

وهذا راجع إلى أهمية الانترنت في حياة الفرد (الإمام)، إضافة إلى الأسعار المعقولة في الإشتراك مع ضرورة مواكبة الإمام لمتطلبات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتوظيفها في مهنته.

تَعَرُّضُ الامام لشبكة الانترنت

جدول رقم (06): يمثل تعرض الامام لشبكة الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
دائما	55	%55
غالبا	37	%37
أحيانا	08	%08
نادرًا	00	%00
المجموع	**100**	**%100**

تبين معطيات الجدول أعلاه بأن أكثر من نصف العينة أي 55 مفردة يتعرضون لشبكة الانترنت بنسبة 55% بشكل دائم، في حين أن نسبة 37% يتعرضون لها غالبا، بينما 08% من هذه العينة يتعرضون للانترنت أحيانا.

نستنتج أن صفة التعرض بصورة دائمة أي نصف العينة راجع إلى ما توفره الانترنت من مزايا اتصالية وخدمات تسهل على المستخدم الاستفادة منها.

اللغة المستعملة في تصفح شبكة الانترنت

جدول رقم (07): يمثل اللغة المستعملة في تصفح شبكة الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
اللغة العربيـــة	50	%50
اللغة الفرنسيـــة	35	%35
اللغة الإنجليزية	15	%15
أخرى	00	%00
المجموع	**100**	**%100**

نلاحظ من خلال تصفحنا لنتائج الجدول أن اللغة الأكثر استعمالا في التصفح عبر الانترنت من قبل الأئمة هي اللغة العربية بنسبة 50% أي نصف العينة، تليها اللغة الفرنسية بنسبة 35% ثم اللغة الإنجليزية بنسبة 15%، وهذا راجع لطبيعة المادة العلمية المستخدمة في الخطاب والمتوفرة عبر الشبكة.

طبيعة البيانات والمحتويات التي يتعامل معها الامام عبر شبكة الانترنت

جدول رقم (08): يمثل طبيعة البيانات والمحتويات التي يتعامل معها الامام عبر شبكة الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نصية	13	%13
صـــور	02	%02
سمعية	39	%39
سمعية بصرية	46	%46
المجموع	**100**	**%100**

تبين نتائج الجدول أن البيانات السمعية البصرية التي يتعامل معها الإمام عبر الشبكة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 46% تليها البيانات السمعية بنسبة 39% بينما البيانات النصية والصور جاءت بنسبة 13 و02 % على التوالي. ومنه نستنتج أن المحتويات السمعية البصرية لها تأثير وفعالية على استفادة الامام منها.

طبيعة خدمة الانترنت التي يتعامل معها الامام عبر بشبكة الانترنت

جدول رقم (09): يمثل طبيعة خدمة الانترنت التي يتعامل معها الامام عبر بشبكة الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
بريد إلكتروني	60	%60
دردشة	15	%15
ويـــــب	15	%15
تحميل	10	%10
المجموع	**100**	**%100**

يبين الجدول أن الأغلبية الساحقة من الأئمة بنسبة 60% تستخدم خدمة البريد الإلكتروني، أما النسبة الموالية فقدرت بـ 15% وهي مشتركة بين خدمتي الدردشة والويب، أما آخر نسبة فهي خاصة بخدمة التحميل والتي بلغت 10%.

وعلى ضوء هذه النتائج يمكن تفسير ذلك بأن البريد الإلكتروني الأكثر شيوعا واستخداما من قبل الأئمة وهذا لطبيعة الخدمات التي يوفرها للمستخدمين، بينما طبيعة خدمات الانترنت الأخرى جاءت بنسب متقاربة وهذا لتنوع الاستخدامات الاتصالية التي تتوفر عليها شبكة النت.

أسباب تصفح الامام للمواقع الدينية

جدول رقم (10): يمثل أسباب تصفح الامام للمواقع الدينية.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
ثـــراء الرصيـــد المعـــرفي	45	%45
جـــودة محتـــوى المـــواقـــع	42	%42
متابعة المستجدات الوطنية والدولية	23	%23
المجموع	**100**	**%100**

تشير معطيات الجدول المتعلقة بأسباب تصفح الإمام للمواقع الدينية، إلى أن ما نسبته 45% تمثل إسهام تلك المواقع في إثراء الرصيد المعرفي للإمام لما توفره وتحتويه من معلومات دينية لهم، بينما السبب المتمثل في جودة محتوى المواقع على النت بنسبة 42% نظرا لمصداقية المواقع الدينية والتجديد المستمر لها بشكل يومي، أما متابعة المستجدات الوطنية والدولية كانت بنسبة 23% لإهتمام بعض من أفراد العينة بتلك الأخبار.

مساعدة المواقع الدينية للامام في مجال الخطاب المسجدي

جدول رقم (11): يمثل مساعدة المواقع الدينية للامام في مجال الخطاب المسجدي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
قراءة جديدة للنصوص الدينية	33	%33
اعتماد أساليب جديدة للخطابة والتواصل مع الجمهور	27	%27
التوظيف الجديد للقصص التاريخية والدينية	40	%40
المجموع	**100**	**%100**

على ضوء النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن المواقع الدينية تساعد بشكل كبير الإمام في صياغته للخطاب المسجدي، خاصة عامل التوظيف الجيد للقصص التاريخية والدينية بنسبة 40% وهذا لما تحتويه على عبر ودروس يمكن الإستفادة منها لاحقا وتقديمها للجمهور، بينما القراءة الجيدة للنصوص الدينية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 33% وذلك بهدف تقديم فهم متجدد ووعي يواكب متطلبات الجمهور المستهدف من خلال قراءة عميقة لتلك النصوص لأنها صالحة لكل زمان.

طبيعة المحتوى الديني الذي يتصفحه الامام

جدول رقم (12): يمثل طبيعة المحتوى الديني الذي يتصفحه الامام.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
منتديات للدعاة	31	%31
مواقع التواصل علماء الدين	38	%38
مكتبات اسلامية	31	%31
المجموع	**100**	**%100**

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا أن طبيعة المحتوى الديني الذي يتصفحه الإمام يتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي لعلماء الدين بنسبة 38%، بينما المحتويين (منتديات الدعاة والمكتبات الإسلامية) جاءت بنسب متساوية 31% لكل منهما.

هذا راجع إلى الانتشار الواسع لهذه المواقع لما تحتويه من مواد ومحتويات سمعية بصرية ونصية خاصة بالعلماء يتم عرضها للمهتمين بها على غرار الأئمة، إضافة إلى سهولة التواصل والتفاعل مع العلماء على ضوء المواضيع المقدمة.

مدى تسجيل الامام بغرض المشاركة في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة

جدول رقم (13): يمثل مدى تسجيل الامام بغرض المشاركة في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	91	%91
لا	09	%09
المجموع	**100**	**%100**

من خلال الجدول الذي يوضح مدى تسجيل الإمام بغرض المشاركة في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة نجد أن نسبة 91% يسجلون أنفسهم فيها بما يمثل جل مجتمع العينة، بالمقابل نجد أن نسبة 09% أي 09 مفردة من ذات العينة لا يسجلون أنفسهم في هذه الملتقيات.

ومنه نستنتج أن الغالبة العظمى من الأئمة هدفهم من الشاركة والتسجيل في هذه الملتقيات هو الرفع من المستوى العلمي وتبادل المعارف والخبرات في مجال تخصصهم مع نظرائهم في الميدان، إضافة إلى اثراء الساحة العلمية في البلاد بما يخدم الفضاء العلمي الديني.

أشكال تسجيل ومشاركة الامام في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة

جدول رقم (14): يمثل أشكال تسجيل ومشاركة الامام في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
أبحاث مكتوبة	33	%33
تسجيلات سمعية	19	%19
تسجيلات سمعية بصرية	48	%48
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 48% من أفراد العينة يرون بأن أشكال تسجيل ومشاركة الإمام في المؤتمرات والملقيات الدينية عبر الشبكة هي تسجيلات سمعية بصرية بالدرجة الأولى من خلال مقاطع الفيديو أو عبر موقع السكايب في الإنخراط في هذه الملتقيات، أما نسبة 33% يرون بأن هذه التسجيلات هي عبارة عن أبحاث مكتوبة مثل المقالات والملصقات التي يشارك بها الإمام فيها، أما نسبة 19% من الأفراد يرون بأن هذه التسجيلات هي عبارة عن تسجيلات سمعية فقط وذلك عبر المحتوى.

مدى اعتماد الامام على شبكة الانترنت بصورة مستمرة ومتزايدة

جدول رقم (15): يمثل مدى اعتماد الامام على شبكة الانترنت بصورة مستمرة ومتزايدة.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	87	%87
لا	13	%13
المجموع	**100**	**%100**

من خلال نتائج الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يعتمدون بصورة متزايدة ومستمرة على الشبكة العنكبوتية في صياغة الخطاب المسجدي بنسبة 87%، بينما نسبة 13% من أفراد العينة لا يعتمدون عليها وهم أقلية. ومنه نستنتج أن الأنترنت أداة مساعدة للإمام في بناء خطب الجمعة وهذا لما توفره من خدمات ومعلومات ومعارف متنوعة ومتجددة.

أسباب زيادة اعتماد الامام على شبكة الانترنت

جدول رقم (16): يمثل أسباب زيادة اعتماد الامام على شبكة الانترنت.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
كثرة المعلومات وجدتها	53	%53
سرعة الحصول على المادة الدينية	47	%47
أخرى	00	%00
المجموع	**100**	**%100**

تظهر البيانات المدونة في الجدول بأن أسباب زيادة اعتماد الإمام على شبكة الانترنت بالدرجة الأولى هي كثرة المعلومات وجدتها، وذلك بنسبة 53% بالمقابل سرعة الحصول على المادة الدينية جاءت بنسبة 47%.

على ضوء ذلك يمكن تفسير هذا على أن الأنترنت وسيلة ضرورية يستحيل التخلي عنها في ضوء الدور الكبير الذي تؤديه هذه الشبكة على غرار ما تقدمه من مزايا كبيرة للإمام ما يمثل زيادة الإعتماد عليها من طرفه.

مدى تفاعل الامام مع ما يتواجد في المحتوى الرقمي

جدول رقم (17): يمثل مدى تفاعل الامام مع ما يتواجد في المحتوى الرقمي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	84	%84
لا	16	%16
المجموع	**100**	**%100**

تبين لنا نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة يتفاعلون مع المحتوى الرقمي بنسبة 84% بينما 16% من أفراد العينة لا يتفاعلون معه، وهذا راجع الى ما توفره التكنولوجيا من عناصر التفاعلية.

صور تفاعل الامام مع المحتوى الرقمي

جدول رقم (18): يمثل صور تفاعل الامام مع المحتوى الرقمي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
تقديم اقتراحات	38	%45
طرح انتقادات	18	%22
طـرح تسـاؤلات	27	%33
أخرى	00	%00
المجموع	**83**	**%100**

تظهر بيانات الجدول المدونة حول صور تفاعل الامام مع المحتوى الرقمي بأن تقديم الاقتراحات جاء في صدارة عناصر التفاعل بنسبة 45% أي قرابة نصف مجتمع العينة في حين جاء طرح التساؤلات في المرتبة الثانية بنسبة 33% أما طرح الانتقادات جاءت في المرتبة الثالثة بما نسبته 22%.

ومن خلال هذه النتائج نستنتج أن الأئمة يفضلون تقديم الاقتراحات حول الموضوعات الدينية وذلك لإثراء النقاش.

مدى إدخال الامام تعديلات على المحتوى الالكتروني أو الاكتفاء به كما هو معروض

جدول رقم (19): يمثل مدى إدخال الامام تعديلات على المحتوى الالكتروني أو الاكتفاء به كما هو معروض.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	83	%83
لا	17	%17
المجموع	**100**	**%100**

تشير معطيات الجدول المتعلقة بمدى ادخال الامام تعديلات على المحتوى الرقمي أو الاكتفاء به كما هو معروض، ان نسبة 83% من أفراد العينة يفضلون إدخال تعديلات على المحتوى بينما 17% من ذات العينة يرون عدم إدخال التعديلات عليه.

من خلال هذه النتائج نستنتج أن غالبية مجتمع الغينة يحبذون إعتماد اسلوبهم الخاص في صياغة خطب الجمعة مع الاحتفاظ بأهم الأفكار والمعلومات المأخوذة من المحتوى الالكتروني.

أما الفئة الثانية تكون متأثرة بما هو موجود في المحتوى الالكتروني من قوة الأسلوب وحدة المواضيع.

أسباب عدم إدخال الامام تعديلا على المحتوى الرقمي

جدول رقم (20): يمثل أسباب عدم إدخال الامام تعديلات على المحتوى الرقمي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
مصداقية المحتوى عبر الشبكة	09	%53
قوة وأسلوب الداعية	08	%47
أخرى	00	%00
المجموع	**17**	**%100**

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 53% من أفراد العينة يرون بأن من الأسباب التي يعتمد عليها الامام في ادخال التعديلات على المحتوى الرقمي هو مصداقية المحتوى على الشبكة العنكبوتية وذلك من خلال أن هناك بعض المواقع الالكترونية تتسم بالمصداقية في محتواها الديني في حين تمثل 47% من أفراد العينة يرون بأن من الأسباب كذلك هو قوة وأسلوب الدعاية من خلال أن هناك بعض الدعاة لهم قوة في الأسلوب في التعبير على المحتوى الديني عبر الشبكة العنكبوتية.

مدى إعتماد الامام على الأنترنت في تحديد الخطاب المسجدي

جدول رقم (21): يمثل مدى إعتماد الامام على الأنترنت في تحديد الخطاب المسجدي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	100	%100
لا	00	%00
المجموع	**100**	**%100**

يتبين من خلال الجدول أن جميع افراد العينة يعتمدون بنسبة 100% على الانترنت وذلك في تحديد خطابهم المسجدي، نظرا للأهمية الكبيرة التي تحتويها المواقع الدينية والتي لايمكن الاستغناء عليها لما توفره من معلومات قد تساعد الائمة في بناء وتحديد خطابهم المسجدي بصفة مستمرة.

3. المحور الثالث: الإشباعات المترتبة على إعتماد الإمام على شبكة الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي.

مدى استغناء الامام على كل ما هو تقليدي في صياغة الخطاب المسجدي

جدول رقم (22): يمثل مدى استغناء الامام على كل ما هو تقليدي في صياغة الخطاب المسجدي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	88	%88
لا	12	%12
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 88% من أفراد العينة يرون بأنهم يمكنهم الاستغناء عن كل ما هو تقليدي في صياغة الخطاب الديني وذلك من خلال التجديد في الخطاب والاعتماد في بعض الأحيان على الانترنت في وضع خطابهم الديني وكذلك صياغة الخطاب الذي يتماشى مع الوقت الراهن، في حين تمثل نسبة 12% من أفراد العينة يرون بأنهم لا يمكنهم الاستغناء عن كل ما هو تقليدي لأن الخطاب الديني مهما شهده من تطورات في صياغته لكن المعنى والمحتوى لا يتغير.

مدى ملائمة المحتوى الرقمي مع خصوصية المجتمع الجزائري وثقافته

جدول رقم (23): تمثيل مدى ملائمة المحتوى الرقمي مع خصوصية المجتمع الجزائري وثقافته.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	91	%91
لا	09	%09
المجموع	**100**	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 91% من أفراد العينة كانت إجابتهم بـ "نعم" ملائمة المحتوى الرقمي مع خصوصية المجتمع الجزائري وثقافته وهذا راجع إلى توافق الخطب والارشادات والتوجيهات الموجودة على الانترنت والمجتمع.

مدى تلبية المحتوى الرقمي للحاجيات المعرفية للامام

جدول رقم (24): يمثل مدى تلبية المحتوى الرقمي للحاجيات المعرفية للامام.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	79	%83
لا	00	%00
إلى حد ما	21	%21
المجموع	**100**	**%100**

من خلال الجدول رقم 24 نلاحظ أن أكبر نسبة مثلت مساهمة وتلبية المحتوى الرقمي للحاجات المعرفية للإمام كانت بـ 79% لسهولة الإبحار في الانترنت وتوفير أكبر قدر للمعلومات التي تساهم في بناء وصياغة الخطاب المسجدي لأفراد العينة، بينما نسبة 21% كانت الإجابات حيادية، حيث يلبي المحتوى الرقمي الحاجات المعرفية للمبحوثين إلى حد ما لعدم الإعتماد عليه بصفة كلية.

مدى اهتمام المحتوى الرقمي في جعل الامام ملم أكثر بميدانه الفقه الإسلامي والإفتاء

جدول رقم (25): يمثل مدى اهتمام المحتوى الرقمي في جعل الامام ملم أكثر بميدانه الفقه الإسلامي والإفتاء.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	76	%76
لا	00	%00
إلى حد ما	24	%24
المجموع	**100**	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول رقم 25 أن نسبة 76% من أفراد العينة يعتبرون أن المحتوى الرقمي يساهم بصورة كبيرة ويساعدهم في توسعهم وإدراكهم أكثر لميدان الفقه والإفتاء، وعلى عكس فئة قليلة بنسبة 24% من أفراد العينة لا يؤيدون هذا المسعى بشكل كبير، ومنه نستنتج أن غالبية الأئمة يستفدون من المحتوى الإلكتروني من خلال ما يوفره سواء عبر التواصل مع كبار العلماء ورجال الدين الآخرين بما يسهل عليهم الاستفادة الكبيرة منهم.

مدى جعل المحتوى الرقمي يركز على موضوعات أساسية محددة دون غيرها

جدول رقم (26): يمثل في مدى جعل المحتوى الرقمي يركز على موضوعات أساسية محددة دون غيرها.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	50	%50
لا	27	%27
إلى حد ما	23	%23
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 50% من أفراد العينة يرون بأن المحتوى الرقمي يركز على موضوعات أساسية محددة دون غيرها لأن المحتوى الرقمي يمثل ركيزة أساسية للخطاب المسجدي، لأنه يتسم بالمصداقية في محتواه غالبا، مما يساعد الإمام في تحليل خطبه حول الموضوع المراد صياغته، في حين تمثل نسبة 27% منهم يرون بأن المحتوى الرقمي لا يركز على مواضيع أساسية محددة لأنه قد لا يتسم بالمصداقية في الطرح، وعلى هذا لا يمكن الإعتماد عليه في صياغة أي موضوع أو خطاب مسجدي، في حين تمثل 23% من الأفراد يرون بأن المحتوى الرقمي يركز على مواضيع معينة أساسية إلى حد ما، وهذا راجع لطبيعة الذين يطرحون تلك المواضيع على شبكة الانترنت.

مدى مساعدة المحتوى الرقمي للإمام في ترتيب أولويات الخطاب

جدول رقم (27): يمثل مدى مساعدة المحتوى الرقمي للإمام في ترتيب أولويات الخطاب.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	79	%79
لا	00	%00
إلى حد ما	21	%21
المجموع	**100**	**%100**

من خلال الجدول يتضح أن المحتوى الرقمي يساعد أفراد العينة في ترتيب أولويات الخطاب لثراءه واسهامه في ذلك بنسبة 79%، بينما نسبة 21% كانت للأجوبة الحيادية لإسهامه في مساعدة الأئمة في ترتيب بعض الأولويات فقط رغم ان نسبة 00% من جل المبحوثين لا يرون ات المحتوى الرقمي قد لا يساعد في ترتيب أولويات الخطاب المسجدي.

مدى إكتساب المحتوى الرقمي للإمام أساليب إقناع جديدة وحجج وتواصل مع الآخرين

جدول رقم (28): يمثل مدى إكتساب المحتوى الرقمي للإمام أساليب إقناع جديدة وحجج وتواصل مع الآخرين.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	56	%56
لا	00	%00
إلى حد ما	44	%44
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 56% من أفراد العينة يرون بأن المحتوى الرقمي قد يكسب الامام أساليب اقناع جديدة وحجج وتواصل مع الآخرين من خلال أن الامام يعتمد على المحتوى الرقمي في وضع بعض الأساليب و الحجج التي تمكنه من وضع البراهين الاقناعية في خطبته وكذلك يستطيع من خلاله التواصل مع الاخرين من الأفراد و الأئمة لطرح بعض الأسئلة والإجابة عليها و أخذ العبر من الغير في حين تمثل نسبة 44% من الافراد يرون بأن المحتوى الرقمي قد يكسب احيانا الإمام أساليب اقناع جديدة وحجج وتواصل مع الآخرين لأن هناك بعض الائمة من لا يعتمد كثيرا على المحتوى الرقمي لأنه يعتبره من أولويات مهنته.

مدى مساعدة المحتوى الرقمي للإمام في تصحيح بعض الأفكار والأحكام المسبقة

جدول رقم (29): يمثل مدى مساعدة المحتوى الرقمي للإمام في تصحيح بعض الأفكار والأحكام المسبقة.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم		%83
لا		%17
إلى حد ما		%83
أخرى		%17
المجموع	**100**	**%100**

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 50 من أفراد العينة يرون بأن المحتوى الرقمي للإمام لا يساعد في تصحيح الأفكار والأحكام المسبقة لأن هذه الأفكار والأحكام مأخوذة من القرآن والسنة ولايمكن إضافة أو حذف أي حكم قد يشوش بالمعنى العام لهذه الأحكام في حين تمثل نسبة 38 منهم أن المحتوى الرقمي قد يساعد في الأحيان في تصحيح بعض الأفكار والأحكام التي تكون بعيدة عن الأحكام التي تكون بعيدة عن الأحكام الشرعية أما نسبة 23 من الأفراد يرون بأن هذا المحتوى الرقمي يساعد بالدرجة الأولى الامام على تصحيح بعض الأفكار والأحكام المسبقة من خلال أخذ بعض الأفكار والأحكام من بعض الأفكار و الأحكام المسبقة من خلال أخذ بعض الأفكار والأحكام من بعض المواقع الالكترونية الإسلامية التي تتسم بالدقة والمصداقية لأنها تساعده في تحليل ومناقشة محتواه الديني وصياغة خطابه المسجدي.

مدى إعتماد الإمام على الأنترنت بشكل دائم لصياغة خطبة الجمعة

جدول رقم (30): يمثل مدى إعتماد الإمام على الأنترنت بشكل دائم لصياغة خطبة الجمعة.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	88	%88
لا	22	%22
المجموع	**100**	**%100**

من خلال معطيات الجدول نلاحظ أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة يعتمدون بشكل دائم على الانترنيت في صياغة خطب الجمعة بما نسبته88 في حين أن نسبة 12 من أفراد العينة لا يرون ضرورة في ذلك.

ومنه نستنتج بأن الانترنيت ضرورية وأداة مهمة بالنسبة لفئة الأئمة وهذا لما توفره من خدمات اتصالية ووفرة المعلومات وسهولة الحصول عليها وأنها تتميز بالفاعلية والتجديد في المادة العلمية.

مدى جعل الأنترنت الإمام أكثر انفتاحا على العالم الخارجي

جدول رقم (31): يمثل مدى جعل الأنترنت الإمام أكثر انفتاحا على العالم الخارجي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	100	%100
لا	00	%00
المجموع	**100**	**%100**

من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول أعلاه أن المواقع الدينية تساعد بشكل كبير الإمام في صياغته للخطاب المسجدي، خاصة عامل التوظيف الجيد للقصص التاريخية والدينية بنسبة 40% وهذا لما تحتويه على عبر ودروس يمكن الإستفادة منها لاحقا وتقديمها لجمهور، بينما القراءة الجيدة للنصوص الدينية جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 33% وذلك بهدف تقديم فهم متجدد ووعي يواكب متطلبات الجمهور المستهدف من خلال قراءة عميقة لتلك النصوص لأنها صالحة لكل زمان.

مدى جعل الأنترنت الخطاب المسجدي متسما بالتجديد ومسايرة لأهم القضايا الراهنة

جدول رقم (32): يمثل مدى جعل الأنترنت الخطاب المسجدي متسما بالتجديد ومسايرة لأهم القضايا الراهنة.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	100	%100
لا	00	%00
المجموع	**100**	**%100**

يتضح بالنسبة للجدول أن بنسبة 100% من أفراد العينة يرون أن الانترنت تجعل الخطاب المسجدي متسما بالتجديد ومسايرة أهم القضايا الراهنة وذلك من خلال أن الخطاب المسجدي في الوقت الراهن أصبح يواكب القضايا التي تحصل في الدول وخاصة الإسلامية والعربية، مما جعل الإمام يعتمد على الانترنت بالدرجة الأولى في التحليل والتفسير لأهم القضايا الراهنة وذلك من خلال أن الخطاب المسجدي في الوقت الراهن أصبح مساير لقضايا التي تحصل في المجتمعات الإسلامية والعربية مما يحتم على الإمام الاعتماد بالدرجة الأولى على شبكة الأنترنت في التحليل والتفسير لهذه القضايا وعرضها وتقديمها للجمهور المستهدف.

مدى التأثير السلبي للأنترنت على الخطاب المسجدي

جدول رقم (33): يمثل مدى التأثير السلبي للأنترنت على الخطاب المسجدي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
نعم	83	%83
لا	17	%17
المجموع	**100**	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة يرون أن الانترنت تؤثر سلبيا على بناء الخطاب المسجدي بنسبة 83% نظرا لعدم ثقة أغلبية المبحوثين بالمحتويات الدينية التي تقدمها أغلب المواقع الخاصة بالفتاوى الدينية، أما نسبة 17% فهي ممثلة للأفراد الذين يرون أن الانترنت لا تؤثر تماما على بناء الخطاب المسجدي وذلك لثقتهم في بعض المواقع الدينية الالكترونية بمحتويات يرون أنها ثرية وتساهم في مساعدتهم على بناء خطاباتهم المسجدية.

مدى إدخال الامام تعديلات على المحتوى الالكتروني أو الاكتفاء به كما هو معروض

جدول رقم (34): يمثل صور التأثيرات السلبية للأنترنت على الخطاب المسجدي.

الاقتراحات	التكرار	النسبة %
تعدد المرجعية الفقهية بسبب تعدد المذاهب الدينية	16	%19
تعدد التفسيرات والإجتهادات مما يمنح الترجيح بينها	29	%35
مصدر المعلومات في الانترنت مجهولة المصدر	38	%46
المجموع	**83**	**%100**

نلاحظ من خلال الجدول أن مصدر المعلومات في الانترنت مجهولة المصدر كانت بنسبة أكبر قدرت بـ 46% نظرا لعدم وجود عنصر المصداقية والثقة، خاصة المتعلقة بالمنتديات وغيرها من المراجع الغير موثوق بها للخلفية الإيدولوجية الدينية المتعددة والتي يمكن أن تخالف الدين الشرعي الإسلامي حسب هوية الناشر.

أما النسبة الموالية فهي تتعلق بتعدد التفسيرات والاجتهادات مما يمنع الترجيح بينهما والتي وصلت إلى 35% بسبب ما يصدر من فتاوى على مختلف المواقع الدينية على شبكة الانترنت، واختلاف التفسيرات المتعلقة بفتاوى ومواضيع مختلفة ومسائل لعلماء الدين، أما آخر نسبة 19% والمتعلقة بتعدد المرجعية الفقهية بسبب تعدد المذاهب الدينية فهي تعود للمرجعية العشوائية المنشورة على النت، والتي قد تكون بفعل أطراف ليس لها علاقة بالدين والمعتمدة على مبدأ التحريف المخالفة للتعاليم الإسلامية.

ثانيا: النتائج العامة للدراسة:

نتائج الدراسة حول: دوافع اعتماد الأئمة على شبكة الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي

- التطور الهائل الذي شهدته وسائل الاتصال الالكترونية التي أفادت كثرا الأئمة في الإبحار على شبكة الانترنت.
- خفة وسهولة الاتصال بالشبكة العنكبوتية عبر تقنية وذلك لانتشارها الواسع عبر مختلف الفئات العمرية للمجتمع، حيث استفادت منها عينة الدراسة (الأئمة) في مهنتهم.
- الأهمية البالغة التي تكتسيها الانترنت في الوقت الراهن، مما سهل عملية الاشتراك فيها نظرا من لخدمات التي توفرها.
- توفير مزايا اتصالية وخدماتية عبر النت سهلت على مستخدمين وأفراد العينة بشكل كبير من الاستفادة منها حيث يتعرضون لها بصورة دائمة بنسبة 55%.
- إمكانية استخدام أي لغة يرغب بها أفراد العينة في بناء خطابهم المسجدي، حيث جاءت اللغة العربية بنسبة 50%.
- المحتوى الثري للبيانات السمعية البصرية التي يتعامل معها أفراد العينة عبر الشبكة بنسبة 46% لما لها من تأثير إيجابي، إضافة إلى عناصر التفاعلية.
- خدمات البريد الالكتروني المتوفرة عبر الشبكة حيث جاءت بنسبة 60% من أفراد العينة الذين يستفدون منه.
- إثراء الرصيد المعرفي عبر النت لما تحتويه من معلومات دينية خاصة، وذلك بنسبة 45% إضافة لجودة المحتوى والمواقع.
- اتاحة الإبحار على مختلف المواقع بسهولة ويسر، حيث تمثل المواقع الدينية احداها والتي تساعد بشكل كبير الامام في صياغة خطابه المسجدي، حيث مثلت 40%.
- كثرة المعلومات وجدتها مما يزيد من أسباب اعتماد الامام على الانترنت.
- عنصر التفاعلية التي توفره الانترنت لدى أغلب المبحوثين من خلال المعلومات المتوفرة على المحتوى الرقمي.
- من خلال المحتوى الرقمي الذي يتيح تقديم الاقتراحات وطرح الانتقادات والتساؤلات بهدف إثراء النقاش.
- إمكانية توفير تعديلات على المحتوى الرقمي ومنه الاحتفاظ بأهم الأفكار.
- إعتماد الأئمة على الأنترنت يسهم في تجديد الخطاب المسجدي لدى جميع أفراد العينة.

نتائج الدراسة حول: الاشباعات المترتبة عن اعتماد الأئمة على شبكة الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي:

- الانترنت عامل مهم لايمكن الاستغناء عنه في صياغة الخطاب المسجدي لدى أغلبية أفراد العينة.

- محتوى المواقع التي تتوفر على خطب وإرشادات وتوجيهات دينية تتلائم مع خصوصية المجتمع الجزائري بنسبة 91%.
- المحتوى الرقمي يلبي الحاجيات المعرفية للإمام لدى غالبية أفراد العينة بنسبة 79%.
- محتوى المواقع الدينية يساعد الأئمة في إدراكهم وإلمامهم بميدان الفقه والافتاء لدى غالبية أفراد العينة.
- يركز المحتوى الرقمي على موضوعات أساسية محددة دون غيرها من وجهة نظر أفراد العينة، حيث مثلت نسبة 50%.
- محتوى المواقع يساعد الأئمة في ترتيب أولويات الخطاب المسجدي.
- المحتوى الرقمي يساهم في اكتساب الامام أساليب إقناع جديده والتواصل مع الآخرين بنسبة 56% أي أكثر من نصف العينة.
- الأحكام والأفكار المسبقة للأئمة لا يمكن تغييرها عن طريق المواقع حيث المحتوى الرقمي لا يساعدهم في ذلك.

نتائج الدراسة حول: الآثار المترتبة عن إعتماد الأئمة في صياغة الخطاب المسجدي:

- يعتمد الأئمة على الانترنت بصورة دائمة في صياغتهم لخطب الجمعة لدى غالبية أفراد العينة بنسبة 88%.
- تعتبر الانترنت وسيلة تجعل الإمام أكثر إنفتاحا على العالم الخارجي لدى أفراد العينة.
- الانترنت تجعل من الخطاب المسجدي مسايرا لأهم القضايا الراهنة ومتسما بالتجديد.
- معظم أفراد العينة يرون أن للأنترنت تأثيرات سلبية على صياغة الخطاب المسجدي.
- أفراد العينة يرون في تعدد المراجع الفقهية بسبب تعدد المذاهب الدينية هو صورة من صور سلبيات الانترنت على صياغة الخطاب المسجدي قرب نصب العينة 46%.

الخاتمة العامة

خاتمة:

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح إلى مدى الإعتماد الكبير على الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي من قبل الأئمة وهذا ما ينعكس عليه بالإيجاب من خلال صفة التجديد فيه ومسايرته لمجمل القضايا الراهنة التي يعيشها المجتمع الجزائر بإضافة لما تحتويه الشبكة العنكبوتية من غنى في المحتوى من خلال مواقع الدينية ومواقع التواصل الاجتماعي لمختلف أعلام الديني المشاهير والاستفادة من معارفهم في مجال الإفتاء والفقه.

إن الخطاب المسجدي لم يعد حبيس المكتبات التقليدية فحسب، بل أصبح موسوما ومصبغا بتقنيات اتصال متطورة، حيث نال حصته منها، ومواكبته لتكنولوجيا المعلومات وانفتاحه عليها، بالمقابل فإن فئة الأئمة هي كذلك استفادة من مزايا شبكة الانترنت وهذا لمسايرة التطورات الحاصلة الإلكتروني الرقمي، حرصا منهم على تواجدهم فيه، كما أن الواقع الذي نعيشه اليوم يفرض عليهم أن يتكونوا في هذا المجال لأنه باب مهم من أبواب العلم والمعرفة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولا: القرآن الكريم وتفسيره.

1. محمد بن اسماعيل البخاري، صحيح الجامع المسند من حديث رسول الله صلى الله عليه وسلم وسننه وأيامه، دار الحديث، 2004.
2. الفخر الرازي، التفسير الكبير، دار الكتب العلمية، طهران، ط2.

ثانيا: كتب الحديث النبوي.

1. النووي، تحرير ألفاظ لتنبيه (لغة الفقهاء)، دار القلم للنشر، دمشق، دط، 1408.
2. الزركشي، إعلام الساجد بأحكام المساجد، تح أبو الوفا مصطفى المراغي، دار الكتاب المصري، ط2، 1410.

ثالثا: كتب الفقه والأحكام.

1. النووي، تحرير ألفاظ لتنبيه (لغة الفقهاء)، دار القلم للنشر، دمشق، دط، 1408
2. الزركشي، إعلام الساجد بأحكام المساجد، تح أبو الوفا مصطفى المراغي، دار الكتاب المصري،ط2، 1410.

رابعا: كتب اللغة والمعاجم.

1. ابن منظور، لسان العرب، تح أحمد حيدر، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، م1.
2. محمد عبد الرؤف المناوي، التوقيف على مهمات التعاريف، تح محمد رضوان الداية، دار الفكر المعاصر، بيروت، لبنان، ط10، 1410 .
3. أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير، المكتبة العلمية،بيروت (دط، دت).

خامسا: كتب المنهجية.

1. حسن منسي، مناهج البحث التربوي، دار الكندي، ط1، 1999.
2. خالد حامد، منهج البحث العلمي، دار ريحانة، الجزائر، ط2003.
3. غازي عناية، إعداد البحث العلمي، دار الشهاب، باتنة، ط1، 1985.
4. كامل خور شيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2011.
5. محمد شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية، القاهرة، المكتب الجامعي الحديث، 1998.

6. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، (دون م ن)، ط1، 2000.
7. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، القاهرة، (د ط)، 1993.
8. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية و الإجتماعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2002م.
9. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010.

سادسا: الرسائل الجامعية.

1. مفيدة بلهامل، الخطاب الإسلامي في الصحافة المكتوبة بالفرنسية بالجزائر، بإشراف عبد الله بوخلخال، رسالة دكتوراه.
2. برنيس نعيمة، **الوظيفة الاعلامية لشبكة الإنترنت في عصر ثورة المعلومات**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال: جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010.
3. قواسم بن عيسى، **إستخدام البرلمانيين الجزائريين لتكنولجيا المعلومات والاتصال في صنع قراراتهم السياسية وتحقيق الحكم الراشد**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2013/2012.
4. تيمزار فاطمة، **اسهامات الانترنت في تطوير الصحافة المكتوبة في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008/2007.
5. يمينة بلعاليا، **الصحافة الالكترونية في الجزائر بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل**، رسالة ماجستير في علوم الالعالم والاتصال، جامعة الجزائر.

سادسا: الكتب.

1. خالد غسان يوسف المقدادي، **ثورة الشبكات الاجتماعية**، الأردن، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2013 .
2. د. كمال عبد اللطيف، ود. نصر محمد عارف، **إشكالات الخطاب العربي المعاصر**، الكويت، الكلمة للنشر، مصطفى محمد بن الحاج ، الخطاب الإسلامي، 2006.
3. رابطة الجامعات الإسلامية، **الإسلام وتطوير الخطاب الديني**، ضمن مجموعة بحوث، دار السلام.
4. راندي ريديك واليون كينغ، **صحفي الإنترنت**، الأردن، الأهلية للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
5. عامر ابراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، **شبكات المعلومات والاتصالات**، الأردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2009 .

6. عبد الملك ردمان الدناني، **الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت**، لبنان، دار الراتب الجامعية، ط1، 2001.
7. غالب عوض النواسية، **الإنترنت والنشر الإلكتروني**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2011.
8. فؤاد زكريا، الحقيقة والوهم في الحركة الإسلامية المعاصرة.
9. ماجد سالم تربان، **الإنترنت والصحافة الالكترونية**، الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2008.
10. محمد السماك، مقدمة إلى الحوار الإسلامي-المسيحي، دار الحداثة، لبنان.
11. محمد عبده حافظ، **التسويق عبر الإنترنت**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2009 .
12. محمد علي العناسوه، **التكشيف والإستخلاص والإنترنت**، الأردن، جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع، ط1، 2009.
13. محمد عمارة، **الخطاب الديني بين التجديد والتبديد الأمريكاني**، القاهرة، دار الشروق الدولية، دط و دت
14. يامين محمد بودهان، **الشباب والإنترنت**، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013
15. يوسف القرضاوي، **خطابنا الإسلامي في عصر العولمة**، القاهرة، دار الشروق، مصر، ط1، 2004 .

سابعا: مجلة.

1. لامية صابر: انعكاسات الاعتماد على شبكات الاعلام الاجتماعي في تحصيل المعرفة العلمية، دراسات إعلامية واتصالية، العدد 27، الجزائر، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، السداسي الثاني 2014.

سابعا: المواقع الإلكترونية.

1. http://forums. Alkafeel. Net .
2. http://old.uqu.edu.sa/page/ar/181765
3. http://sannelsansy.wordpress.com/hello-world
4. http://Vb.elmstba.com
5. http://vb.elmstba.com/t245787.html
6. http://Vb.Maudoo3.com
7. http://www.al-fadjr.com/ar/economie/289785.html.
8. http://www.c4arab,com/showac,php,acid'440.
9. http://www.elkhabar.com/press/article/76116/#sthash.rUF1WH8
10. http://www.Fccsudan.org/ar/e-library-sevises
11. http://www.hadielislam.com/arabic/index:http

12. http://www.minchawi.com/node/828: http

13. http://www.oscities. org/etfgabha/library

سابعا: المقابلات.

1. مديرية الأوقاف و الشؤون الدينية - قسنطينة –

2. مدرسة الشيخ ابن باديس للقراءا القرآنية –قسنطينة–

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديموقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع

استمارة استبيان حول:

استخدامات الانترنت في الخطاب المسجدي لدى الأئمة

– دراسة ميدانية على عينة من أئمة قسنطينة –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

من إعداد الطلبة:

- لخمر سليمان
- مالك محمود

إشراف الأستاذ:

– خشة أحسن

ملاحظة:

نرجو من سيادتكم التفضل بالإجابة وملأ هذه الاستمارة بوضع علامة (X) أما الإجابة التي تتفق تماما مع رأيكم، والبيانات والإجابات تبقى سرية ولا تستخدم إلا لأغراض علمية فقط.

السنة الجامعية 2015 – 2016

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. السن: 25 سنة – 30 سنة ☐ 31 سنة – 36 سنة ☐

37 سنة – 42 سنة ☐ 43 سنة – 46 سنة ☐

2. المستوى التعليمي: .....

المحور الثاني: دوافع إعتماد الإمام على شبكة الأنترنت في صياغة الخطاب الإسلامي

3. ماهي الأجهزة الإلكترونية التي تعتمد عليها للإتصال بشبكة الأنترنت؟

حاسوب شخصي ☐ هاتف نقال ☐

جهاز لوحي ☐ كمبيوتر محمول ☐

4. من أين تتصل بشبكة الأنترنت عادة؟

من البيت ☐ مقهى انترنت ☐ عبر تقنية 3G ☐

5. كم ساعة تقضيها في تصفح الانترنت؟

أقل من ساعة ☐ من ساعة إلى ساعتان ☐ أكثر من ساعتين ☐

6. ما مدى تعرضك لشبكة الانترنت؟

دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرًا ☐

7. ما اللغة المستعملة في التصفح عبر شبكة الانترنت؟

اللغة العربية ☐ اللغة الفرنسية ☐ اللغة الإنجليزية ☐

أخرى، أذكرها: .....

8. ما طبيعة البيانات والمحتويات التي تتعامل معها عبر شبكة الانترنت؟

نصية ☐ صور ☐ سمعية ☐ سمعية بصرية ☐

9. ما طبيعة خدمة الانترنت التي تتعامل معها عبر شبكة الانترنت؟

بريد إلكتروني ☐ دردشة ☐ ويب ☐ تحميل ☐

10. ما أسباب تصفحك للمواقع الدينية؟

ثـــــراء الرصيـــــد المعـــــرفي ☐

جـــــودة محتـــــوى المـــــواقـــع ☐

متابعة المستجدات الوطنية والدولية ☐

11. كيف تساعدك المواقع الدينية في مجال الخطاب المسجدي؟

قـــــراءة جـــديدة للنـــــصـــــوص الدينيـــــــة ☐

اعتماد أساليب جديدة للخطابة والتواصل مع الجمهور ☐

التوظيـــــف الجديد للقصص التاريخيـــــة والدينيـــــة ☐

12. ما طبيعة المحتوى الديني الذي تتصفحه؟

منتديات للدعاة ☐ مواقع التواصل علماء الدين ☐ منتديات اسلامية ☐

13. هل تسجل غرض المشاركة في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة؟

نعم ☐ لا ☐

14. ما هي أشكال وصور تسجيلك مشاركتك في مؤتمرات وملتقيات دينية عبر الشبكة؟

أبحـــاث مكـــتوبـــة ☐ تسجيلات سمعية ☐ تسجيلات سمعية بصرية ☐

15. هل ترى ان اعتمادك على شبكة الانترنت في تزايد مستمر بارز؟

نعم ☐ لا ☐

16. إذا كانت الإجابة "نعم" ما أسباب الزيادة في ذلك؟

كثرة المعلومات وجدتها ☐ سرعة الحصول على المادة الدينية ☐

أخرى، تذكر:.....

17. هل تتفاعل مع ما يتواجد في المحتوى؟

نعم ☐ لا ☐

18. هل تفاعلك يكون على شكل؟

تقديم اقتراحات ☐ طرح انتقادات ☐ طـرح تسـاؤلات ☐

أخرى، تُذكر: .....

19. هل تقوم بإدخال تعديلات على المحتوى الالكتروني أم تكتفي به كما هو معروض؟

نعم ☐ لا ☐

20. ما سبب عدم ادخال التعديلات على المحتوى الالكتروني؟

مصداقية المحتوى عبر الشبكة ☐ قوة وأسلوب الداعية ☐

أخرى، تُذكر: .....

21. هل اعتمادك على الانترنت جعلك تجدد في خطابك؟

نعم ☐ لا ☐

المحور الثالث: الإشباعات المترتبة على إعتماد الإمام على شبكة الانترنت في صياغة الخطاب المسجدي.

22. هل يغنيك المحتوى الرقمي عن كل ما هو تقليدي؟

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

23. هل المحتوى الرقمي يتلاءم مع خصوصية المجتمع الجزائري وثقافته؟

نعم ☐ لا ☐

24. هل المحتوى الرقمي يلبي الحاجيات المعرفية؟

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

25. هل المحتوى الرقمي جعلك ملم أكثر بميدان الفقه الإسلامي والافتاء؟

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐

26. هل المحتوى الرقمي جعلك تركز على موضوعات أساسية محددة دون غيرها.

نعم ☐ لا ☐ إلى حد ما ☐