

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي

ميدان : العلوم الإنسانية

الشعبة : علوم الإعلام و الاتصال

التخصص : تكنولوجيا الاتصال الجديدة

مقدمة من طرف :

لحرش صباح

مذكرة بعنوان :

## توظيف الانترنت في العمل الدعوي (دراسة ميدانية على عينة من أئمة ولاية ورقلة)

اللجنة المناقشة:

بودريالة عبد القادر.....مشرفا

قندوز عبد القادر.....رئيسا

محرز حمايمي.....مناقشا

الموسم الجامعي : 2016/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وتقدير

بسم الله الواحد الأحد رافع السماء بلا عمد، احمدك ربي حمدا كثيرا على النعم

التي انعمتها علي ووفقتني لانجاز هذا العمل المتواضع .

كل الشكر والتقدير لوالدي وبقية العائلة الكريمة كما اشكر استاذي الكريم

ومشرفي بوردبالة عبد القادر الذي وجهني طيلة مشواري في انجازي

للمذكرة وبقية الاساتذة الكرام.

كما اتوجه بالشكر الجزيل لكل صديقاتي و احبابي.....

والشكر موصول للطاقم العمالي بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف على حسن

استقبالهم و توجيهاتهم.....

شكرا جزيلا لكل من سار معي دروب العلم و ارشدني.

شكرا لكل من ساعدني وشجعني ماديا ومعنويا على اتمام هذا العمل

المتواضع

# الاهداء

الى نبع المحبة الذي لا تكدره عوادي الزمن ..... و فيض العنان الذي لا

يقف في طريقه عائق.....

الى والدي الكريمين أطال الله في عمرهما....

كما اهدي ثمرة جهدي الى باقي افراد عائلتي الكريمة اخوتي و اخواتي

و جميع الاقارب بدون ان لا انسى استاذي الكريم بودريالة عبد القادر حفظه

الله.....

الى كل من علمني حرفا طيلة مشواري الدراسي و الجامعي.....

الى كل من دعمني ووقف بجانبني وكان سندا و عوننا لي و صبر معي ...

مع ذكر الصديقة التي طالما ساندتني هاجر وبقية الاحباب و الاصدقاء و كل

قريب و بعيد

رعاكم الله وحفظكم

## ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة الى معرفة واقع توظيف الانترنت في العمل الدعوي لأئمة مساجد ولاية ورقلة وذلك بطرح التساؤل العام: ما هو واقع توظيف الانترنت في العمل الدعوي و تندرج ضمنه ثلاث فرضيات:

1 يستخدم أئمة المساجد بورقلة الانترنت في العمل الدعوي.

2 تساهم الانترنت في النشاط الدعوي.

3 تتبنى الأجيال الجديدة الدعوة من خلال توظيف الانترنت.

وتم الاعتماد على منهج المسح الوصفي و ضمن عينة قصدية من أئمة الولاية، ولتحقيق أهداف هذه

الدراسة اعتمدنا على أداة الاستبيان لجمع البيانات كما توصلت الدراسة الى ان عينة البحث المتكونة من

25 إمام يعتمدون على الانترنت في العمل الدعوي بالإضافة الى ان الانترنت ساهمت في نشر الدعوة

كما أن الأجيال الجديدة تستقطب الدعوة عن طريق توظيف الانترنت.

## **Study Summary :**

The purpose of this study is to find out the reality of Internet recruitment in the advocacy work of the mosques' imams in the state of Ouargla by asking the general question: What is the reality of internet recruitment in the advocacy work and fall within it three hypotheses:

- 1 The imams of the mosques use the Internet in the work of prayer.
2. The Internet contributes to advocacy activity.
- 3 New generations embrace advocacy through Internet recruitment.

Based on the descriptive survey methodology and within the objective sample of the imams of the state, to achieve the objectives of this study, we relied on the questionnaire tool to collect data. The study also found that the sample of the research consisting of 25 imams rely on the Internet in advocacy work. That new generations are attracting the call by hiring the Internet.

الفهرس

## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
/	الاهداء
/	الشكر
I	ملخص الدراسة
III	فهرس المحتويات
V	فهرس الجداول
VI	فهرس الأشكال
أ	مقدمة

## الفصل الأول الإطار المنهجي

05	الاشكالية
09	فرضيات الدراسة
09	أسباب اختيار الموضوع
10	أهمية الدراسة
10	أهداف الدراسة
11	تحديد المفاهيم
15	الدراسات السابقة
17	المقاربات النظرية

## الفصل الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

22	تمهيد
23	التعريف بمديرية الشؤون الدينية والأوقاف
25	مجالات الدراسة



25	منهج الدراسة
26	مجتمع وعينة الدراسة
27	أدوات الدراسة
29	خلاصة

### الفصل الثالث : تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

31	تمهيد
32	تحليل وتفسير بيانات الاستبيان
68	تحليل وتفسير النتائج على ضوء الفرضيات
69	النتائج العامة للدراسة
72	الخاتمة
74	قائمة المراجع
78	الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الجدول
		توزيع أفراد العينة على الفئات العمرية
		توزيع أفراد العينة على المستوى التعليمي
		توزيع أفراد العينة على الرتب
		توزيع أفراد العينة على طبيعة التكوين
		توزيع أفراد العينة حسب درجة استخدام الأئمة للانترنت
		المدة التي يقضيها الأئمة في استخدام الانترنت يوميا
		فترات اليوم التي يستخدم فيها الأئمة الانترنت
		الوسيلة المستخدمة في الأبحاث عبر شبكة الانترنت
		المواقع التي يستخدمها الأئمة
		اللغة المستخدمة في البحث عبر الانترنت
		إجابة الأئمة حول مساهمة الانترنت في نشر الدعوة الإسلامية
		إجابة الأئمة حول التشجيع لفكرة توظيف الانترنت في العمل الدعوي
		إجابة الأئمة حول التشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع الدعوية
		مميزات الانترنت في العمل الدعوي
		الهدف من خلال توظيف الانترنت في المجال الدعوي
		المجالات الأساسية لاستخدام الأئمة في النشاط الدعوي
		وجهة نظر الأئمة ضرورة استخدام الانترنت في استقطاب الأجيال الجديدة
		وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الانترنت في توصيل الرسالة الدعوية
		ازدياد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الانترنت في نشر الدعوة
		توظيف الأئمة لمجموعات الدردشة لممارسة العمل الدعوي

		ما أنشاه الأئمة لاستقطاب الأجيال الجديدة
		وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الانترنت على تبادل الخبرات
		وجهة نظر الأئمة حول اقبال الأجيال الجديدة على الدعوة عبر الانترنت
		وجهة نظر الأئمة حول ان كان استخدامهم للانترنت يزيد من استقطاب الأجيال الجديدة نحو العمل الدعوي

### فهرس الأشكال

الصفحة	رقم الجدول	عنوان الشكل
		توزيع أفراد العينة على الفئات العمرية
		توزيع أفراد العينة على المستوى التعليمي
		توزيع أفراد العينة على الرتب
		توزيع أفراد العينة على طبيعة التكوين
		توزيع أفراد العينة حسب درجة استخدام الأئمة للانترنت
		المدة التي يقضيها الأئمة في استخدام الانترنت يوميا
		فترات اليوم التي يستخدم فيها الأئمة الانترنت
		الوسيلة المستخدمة في الأبحاث عبر شبكة الانترنت
		المواقع التي يستخدمها الأئمة
		اللغة المستخدمة في البحث عبر الانترنت
		إجابة الأئمة حول مساهمة الانترنت في نشر الدعوة الإسلامية
		إجابة الأئمة حول التشجيع لفكرة توظيف الانترنت في العمل الدعوي
		إجابة الأئمة حول التشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع الدعوية
		مميزات الانترنت في العمل الدعوي

		الهدف من خلال توظيف الانترنت في المجال الدعوي
		المجالات الأساسية لاستخدام الأئمة في النشاط الدعوي
		وجهة نظر الأئمة ضرورة استخدام الانترنت في استقطاب الأجيال الجديدة
		وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الانترنت في توصيل الرسالة الدعوية
		ازدياد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الانترنت في نشر الدعوة
		توظيف الأئمة لمجموعات الدردشة لممارسة العمل الدعوي
		ما أنشاه الأئمة لاستقطاب الأجيال الجديدة
		وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الانترنت على تبادل الخبرات
		وجهة نظر الأئمة حول اقبال الأجيال الجديدة على الدعوة عبر الانترنت
		وجهة نظر الأئمة حول ان كان استخدامهم للانترنت يزيد من استقطاب الأجيال الجديدة نحو العمل الدعوي

حقائق

شهدت البشرية عبر تاريخها ظهور العديد من الاختراعات التي أثرت تأثيرا جذريا على حياة الناس ،فقد شهد القرن الماضي على سبيل المثال ظهور ابتكارات تقنية بالغة التأثير مثل السيارة و التلفزيون و الراديو و الكمبيوتر و التي بالرغم من التأثير الكبير الذي احدثته إلا ان تلك التأثيرات لا تزيد في اهميتها على تلك التي تقوم بها الانترنت اليوم من حيث سرعة ذلك التأثير و عمقه وانتشاره و امكاناته الكامنة .

ان أهمية الانترنت تكمن في قدرتها على تغيير مفاهيم الاتصال و توزيع المعرفة، و قد ازدادت تلك الأهمية مع ظهور و انتشار شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفايسبوك و تويتر....والتي استطاعت ان تغير بشكل كبير طريقة وتواصل الناس و تفاعلهم، و طريقة تسويق المنتجات وبيعها ،و طريقة تواصل الحكومات مع مواطنيهم و كيفية أداء الشركات لأعمالهم كما انها غيرت مفهوم العمل التطوعي و الكيفية التي يمارس بها الناشطون السياسيون و الاجتماعيون و الحقوقيون أنشطتهم فهذه الشبكات الاجتماعية بدأت في التأثير في العملية الديمقراطية نفسها كما بدأت في البزوغ كأدوات ثورية التأثير و قدرات كامنة لم يظهر منها الا القليل،فقد احدثت التحولات الحاصلة في الميادين السياسية و الاقتصادية و التقنية على المستوى الدولي تطورات عدة في بنية وسائل الاعلام بشكل عام، عادت بآثارها في تغيير طرائق أداء القائمين على العملية الاعلامية في جوانب الأداء و التوجيه و التنفيذ، وهو ما أوقع أثره بالنتيجة على وظائف الاعلام التقليدية التي التزمت بها العديد من بحوث الاعلام و الاتصال منذ سنوات طويلة ،و تظهر الحاجة الى توجه أكاديمي ناشط لتطوير تلك الوظائف بلامستها مع المتغير الاعلامي المعاصر،الذي اجتاز مرحلة التعددية ليبلغ حدود التفاعلية الواقعية النشطة، فقد بدأ عصر ثورة الاتصالات التي شملت ميادين وسائل الاتصال الجماهيري جميعها ،و سرعتها المستمرة، فضلا عن قدرتها على اختراق الآفاق و اختزال الأبعاد و المسافات يزيد من التشابك السريع للمعطيات يوما بعد يوم.....وبذلك اصبح من المتعذر فرض رقابة الدولة على الاعلام الوافد، و اليوم ليس بمقدور أي بلد من العالم أن يعيش بمعزل عن العالم ،وبضاعف من أهمية ذلك ان تقنيات الاتصال قد بدأت بتحديث

تقنياتها الفكرية، وعليه كان لابد أن تصبح هذه الشبكة العنكبوتية المذهلة واحدة من أحدث و أهم وسائل الدعوة لما لها من الأهمية و التأثير ولما يترتب على تسخيرها في هذا المجال من النفع العظيم و الخير العميم متى أحسن استخدامها لا سيما في هذا العصر الذي تطورت فيه العلوم التقنية تطورا كبيرا مذهلا و الانترنت وسيلة جديدة ينبغي استخدامها في ابلاغ الدعوة الى الناس جميعا بإنشاء المواقع و تجهيز المادة العلمية و الاستعانة بأهل الفقه للدعوة و العارفين بأسرار الشريعة، و القادرين على الرد على ما يوجه إليها من تساؤلات أو شبهات، خاصة و أن هذه الوسيلة ليست حكرا على أحد، و ليس هناك حظر على استخدام المسلمين لها، لذا كان على الدعاة الاستفادة من الشبكة المعلوماتية لتوصيل ما يرغبون بتوصيله من معلومات و ارشادات وتوجيهات و توضيح بعض الاعتقادات السائدة، فانه تعالى أوضح سبيل الدعوة و منهاجها بقوله (قل هذه سبيلي ادعوا إلى الله على بصيرة أنا و من اتبعني و سبحان الله و ما أنا من المشركين)<sup>1</sup> لأن الدعوة فيها فضائل عديدة كونها من أسباب حصول الخيرية لهذه الأمة قال الله تعالى (كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف و تنهون عن المنكر و تؤمنون بالله)<sup>2</sup>

ومن هذا المنطلق اردنا معرفة واقع توظيف الانترنت في العمل الدعوي لأئمة ولاية ورقلة وعليه قمنا بتصميم منهجية تتضمن جانبين، جانب منهجي و آخر تطبيقي حيث يحتوي الجانب المنهجي على:

الفصل الأول: موضوع الدراسة الذي تطرقنا فيه الى طرح الاشكالية و فرضياتها و أسباب اختيار الموضوع بالإضافة أهداف و أهمية الدراسة وكذا تحديد المفاهيم مع ذكر أهم الدراسات السابقة وأخيرا المقاربة النظرية.

<sup>1</sup> سورة يوسف ، 108 .

<sup>2</sup> آل عمران ، 110 .



الفصل الثاني: يتضمن الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية و يشمل التعريف بمديرية الشؤون الدينية و الأوقاف و الهيكل التنظيمي لها وقد اعتمدنا منهج متبع للدراسة و مجتمع و عينة الدراسة و أهم الأدوات المستخدمة في الدراسة.

الفصل الثالث: يتمثل في تحليل و عرض نتائج الدراسة الميدانية حيث تطرقنا فيه الى عرض النتائج و تفسير نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات مرورا بالنتائج العامة للبحث و خاتمة هذه الدراسة.



# المفصل الأول الإطار المنهجي

✓ الاشكالية

✓ فرضيات الدراسة

✓ أسباب اختيار الموضوع

✓ أهمية الدراسة

✓ أهداف الدراسة

✓ تحديد مفاهيم الدراسة

✓ الدراسات السابقة

## 1- الإشكالية

أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة نقلة نوعية وثورة حقيقية في عالم الاتصال، فقد تحقق في العصر الحديث كثير من المنجزات الحضارية المتطورة في مختلف المجالات و الميادين ، لا سيما مجال الاتصالات و التقنية و نقل المعلومات حيث انتشرت شبكة الانترنت، فهي تخدم جميع الناس باختلاف أهدافهم و أعمالهم سواء العاملين بالقطاعات المختلفة أو الدارسين، كما تستخدم الانترنت للإعلام عن نشاطات و أعمال و تقدم افكار للعالم، فالإنترنت تمتاز بانتشار واسع و قدرة على الوصول الى الملايين في كل مكان على سطح الأرض، ومن المجالات التي استخدمت فيها تلك التقنيات الدعوة بهدف توعية المسلمين بدينهم و دعوة غيرهم الى الإيمان بالله سبحانه المعبود بحق اتباعا لأمره سبحانه وتعالى و محاربة الآفات الاجتماعية التي كثرت في زماننا هذا وغيرها من الأمور ،ومجال الدعوة في الاسلام لا يقتصر على الرسل و الأنبياء فقط ،بل تمتد الى الأشخاص العاديين في كل زمان و مكان كما قال النبي محمد صلى الله عليه وسلم (بلغوا عني ولو آية).

و من المعروف أن وسائل الدعوة لدى الناس كثيرة، من الدعوة في المساجد و دور العبادة بصفة عامة، و دعوة غير المسلمين في بلادهم و الجاليات المسلمة في بلاد الغرب و غيرها من الوسائل المتعددة التي تعمل على زيادة انتشار الدين الاسلامي الحنيف في كل بقاع الأرض ونبذ التطرف و معالجة الآفات الاجتماعية، و الدعوة لما يتضمنه الدين من فوائد قيمة، فالدعوة تمثل عماد الخيرية، و الإسلام لم يجعل وسائل الدعوة أمرا محددًا لا يمكن تجاوزه، بل جاء بالإطار العام لمنهج الدعوة ووسائلها، فالمطلوب في الدعوة هو الحكمة و منها الحكمة في استخدام الوسيلة المناسبة من وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة. كما أن الداعي لا ينبغي له بحال من الأحوال أن ينفصل عن هذا التقدم الحادث في وسائل الدعوة و الاستفادة من هذه التقنيات الحديثة وذلك لمساعدة الأجيال الجديدة في فك الكثير من الأمور و القضايا. لأن الشباب نشأ في عصر تعرضت فيه المجتمعات المحافظة للتغيرات العالمية في ظل الحضارة

المعاصرة و التقدم العلمي و التكنولوجي، الذي يميز أنماط الحياة ووسائلها و متطلباتها فوق الشباب فريسة الانفصام في الشخصية و الصراع بين القيم الموروثة و التقاليد المستوردة. و الجمهور اينما كان تواجهه فهو يتفاعل مع البيئة التي يتواجد بها ومع عناصر الثقافة السائدة داخلها، و تعد القيم واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات و المستجدات في العصر الحديث، لا سيما مع تنامي موجات العولمة و ما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية وما أحدثه ذلك من تأثير في النسيج الاجتماعي و الثقافي للمجتمع بشكل عام والنسق القيمي بشكل خاص، مما جعل الأجيال الجديدة في متاهات وفي تنامي لهذه الآفات ،من ضياع و تدهور في الشخصية و اكتساب عادات سيئة، لذلك كان على الأئمة مواكبة المجتمع باستخدام الانترنت، لأن الأجيال الجديدة تعتمد أو تستخدم بكثرة هذه الوسيلة، و أن يستفيدوا من هذه الأخيرة، التي ظهرت في عصر ثورة المعلومات والاتصال ،وذلك لإيصال الدعوة الى الناس، وبكل اللغات اذا أمكن ذلك. كما أصبح بإمكان الداعية المسلم أن يصل الى ملايين الناس بفضل الانترنت ،التي ظهرت و اخترعت ليس من أجل الدعوة و لكن لمصالح أخرى، حسب نوايا مصنعها، فالجدير بالدعاة اذن أن لا يقفوا جامدين ازاء هذه الوسيلة التي أصبحت سلاحا ذو حدين، فعلى الدعاة أن ينتفعوا و يستفيدوا من الانترنت التي أصبحت في هذا العصر وسيلة الاتصال بين العالم، ومنها يمكن للداعية ان يستفيد من هذه الأخيرة لبث الدعوة، وكذلك المدعو يستفيد مما فيه من العلوم الشرعية فيها الكثير من الكتب الشرعية و المواعظ والخطب و المحاضرات و الدروس و غير ذلك من البرامج النافعة، مع ضرورة الحذر مما فيها من المنكرات و الضلالات، و الدعوة تكون فيها بالصوت أو الصوت

والصورة أو كتابيا، و بعدة لغات لدعوة المسلمين وغير المسلمين في شتى بقاع الأرض.

و من فوائد الانترنت الحصول على برامج عديدة في العلوم المختلفة في التفسير الحديث، و الفتاوى الفقهية و اللغة، اضافة الى تحميل الكتب و المصنفات العديدة بلغات مختلفة على أجهزة الحاسوب، و

هذه تفيد كثيرا من الناس في الدول التي يصعب أولا نقل الكتب الاسلامية اليها، اضافة الى تبصير المسلمين بأحوال العالم الاسلامي و ما يعانون منه وطرح مشكلاتهم و سبل حلها و الدعوة من خلال استخدام شبكة المعلومات الدولية.

و للحديث عن أمور الدعوة في العالم، نشير الى أنه بعد هجرة كثير من المسلمين لبلاد أوروبا و الاستيطان بها، تربي الجيل الثاني منهم على أنه شخص أوروبي و صاحب لغة غير عربية، للأسف فقد ضاع كثير من المسلمين وخصوصا الجيل الثاني وسط اهمال الآباء في التربية و ضعف العمل الاسلامي داخل أوروبا، و لحماية المسلمين من خطر ضياع هويتهم و دينهم و لغتهم الأصلية، فقد كانت هناك جهود متشعبة في الدعوة في أوروبا لكنها ضعيفة و تعتمد على العمل الفردي غير المستمر و غير المثمر، فغالبا ما يظهر عليه بعض المشاكل، و بسبب الاختلاف في العمل وتكرر الجهود مما جعل كثير ممن يعمل بالدعوة يبدأ بما بدأ به غيره و قد يقف عندما وقف عليه غيره.

أما في الدول العربية فنلاحظ أن هناك جهود متكاثرة في نشر الدعوة مثل ما تلحظه الامارات العربية المتحدة و دبي و السعودية حيث لمست هذه الدول تطورات في المجال الرقمي، حيث شهدت تبني مشاريع، كمشاريع المساجد الالكترونية و ثرة مواقع التواصل الاجتماعي التي تناقش أمور الدعوة، أيضا تشهد العديد من الدول العربية توصية للجهات المعنية و الرسمية بتسجيل عمل الدعاة و الاستفادة من التقنيات المتوفرة دون تضيق، و العديد من الحملات الدعوية مثل حملات الدفاع عن الرسول صلى الله عليه وسلم، فقد حظيت باهتمام كبير عقب واقعة الرسوم المسيئة له، كما نلاحظ بعض الجهود الاخرى المتمثلة في توفير دورات تدريبية للدعاة لتعليمهم لغات الشعوب الاخرى خاصة الانجليزية وتمكينهم من الانترنت.

و للحديث عن الجزائر فيعد المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد الجزائري البيئة الخصبة التي يكتسب منها قيمه الدينية أو الثقافية أو الاجتماعية، و كلما كانت هذه القيم ذات عمق واضح يتم اكتسابها

بدون وعي، و تصبح من موجات السلوك بدون احساس مشروع و اذا حاول الانسان التمرد أو تجاوز هذه القيم السائدة داخل المجتمع، فإنه سيعرض نفسه للخطر سواء بالنفي أو الاستهجان من قبل أفراد مجتمعه، و لكن قد يجد الانسان نفسه في ضوء رسائل ووسائل تكنولوجيا الاتصال و الاعلام ملزما عن التخلي عن بعض عادات و تقاليد و أعراف قديمة من أجل التأقلم مع ما جاءت به هذه الثورة التكنولوجية من قيم و مبادئ جديدة باسم التفتح و العصرية و الحداثة و العولمة و التحضر، و يعد المجتمع الجزائري من بين المجتمعات الانسانية التي فتحت أبوابها و تفاعلت مع القفزة المدهشة في مجال تكنولوجيا الاتصال و الاعلام في أغلب الميادين، و تجلى ذلك جليا في حياة الفرد الجزائري الذي استفاد من هذه الوسائل المعلوماتية و العملية، في حين ان الانترنت مست الجانب الأخلاقي و برزت سلوكيات معادية لما ذكره ديننا الحنيف لذلك ينبغي لكل فرد من أفراد المجتمع أن يكون له دور في مواجهة الشبهات كل بحسبه، وهذا من باب أنه من الأمة التي خاطبها ربنا عز وجل بقوله (كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف و تنهون عن المنكر و تؤمنون بالله)،ولكن على بعض الأمة من الواجبات ما ليس على غيرها كالعلماء و الدعاة و طلبة العلم و الخطباء و أئمة المساجد، و بالنسبة لإمام المسجد فإن له دور في محاربة الآفات الاجتماعية و ذلك لمكانة المسجد في الاسلام و دوره في بناء المجتمع على تعاليمه فهو مكان صلاة و عبادة و مدرسة تعليمية و تربوية، فالمسجد يساعد في التنشئة الاجتماعية للفرد من خلال تعاليمه حيث أن الفرد ينشأ وسط أسرته و مدرسته و مسجده لتنتقل الآن الى الانترنت وكيف تؤثر في التنشئة الاجتماعية للفرد ومن هنا اصبحت الانترنت تستخدم في العمل الدعوي ومواكبة المجتمع باستخدام هذه التكنولوجيا، وعليه نطرح التساؤل التالي: ما هو واقع توظيف الانترنت في العمل الدعوي لدى أئمة

### ولاية ورقلة؟

ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسي ثلاث فرضيات نسعى من خلالها للوصول اجابات ندعم بها دراستنا، و تتحور فرضيات هذه الدراسة في الآتي.

**2-فرضيات الدراسة:**

- 1- يستخدم أئمة المساجد بورقلة الانترنت في العمل الدعوي.
- 2- تساهم الانترنت في النشاط الدعوي.
- 3- تتبنى الأجيال الجديدة الدعوة من خلال توظيف الانترنت.

**3-اسباب اختيار الموضوع**

تعد عملية اختيار الموضوع عملية معقدة، فهذه المرحلة من البحث تعتمد على العوامل الذاتية للباحث، حيث ان اختيار الموضوع يخضع بشكل كبير الى اهتمام وميول الباحث، و كذا استعداده لدراسته مع امكانياته و مدى استحواذ المشكلة المدروسة على اهتمامه اضافة الى الاسباب و الدوافع العلمية و الاجتماعية، اما فيما يخص اسباب اختيار موضوع الدراسة الا وهو توظيف الانترنت في العمل الدعوي تكمن في :

**3-1 الاسباب الذاتية**

- أ. الرغبة في دراسة هذا الموضوع الذي يربط بين متغيرين مهمين الا وهما الانترنت وكيفية توظيفها في المجال الدعوي.
- ب . حداثة الموضوع.
- ج . ان هذا الموضوع لم يدرس دراسة متخصصة و متعمقة تعنى به وصفا دقيقا
- د. معرفة ما يؤديه الأئمة لمعالجة الآفات الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع و دور الدعوة في محاربتها عن طريق توظيف الانترنت.

## 3-2 الأسباب الموضوعية

1. تعدد أنواع التقنيات الحديثة في عالمنا الحالي مما يلفت الانظار لأهمية الاستفادة منها.
2. الاعتماد على الوسائل التقليدية قد يجعل الداعي ينفق الكثير من الوقت و الجهد و المال الذي يمكن توفيره من خلال استخدام الانترنت.
3. الحيز الكبير الذي باتت تحتله شبكة الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في مختلف الفعاليات و الأصعدة و المستويات الفردية منها و الجمعية وما افرزته من تأثيرات.

## 4- أهمية الدراسة

لهذه الدراسة أهمية دفعنتي لمعالجة هذا الموضوع فنظرا لما تمتاز به الانترنت من انتشار واسع و قدرة على الوصول الى الملايين في كل مكان على سطح الأرض فان الحاجة ماسة للاستفادة منها في الدعوة على اعتبار ان هذه الوسيلة تحظى بقبول جيد و انتشار كبير و تفاعل من الملايين الذين يقبلون عليها في ارجاء العالم.

- سهولة استخدام الانترنت في الاغراض الدعوية.
- الانترنت تصل الى الملايين في كافة انحاء العالم مما يمكن وصول الداعية الى الجمهور بسهولة وبدون تضحيقات .
- يمكن توصيل الرسالة الدعوية الى الناس الذين لم تصلهم او منع الدعاة من الوصول اليهم.

## 5-اهداف الدراسة

- دراسة مفهوم الانترنت ومدى توظيفها في المجال الدعوي.
- التعرف على واقع استخدام الانترنت في العمل الدعوي لدى أئمة و رقلة.
- معرفة مدى استفادة الأجيال الجديدة في استقطاب فكرة الدعوة عبر الانترنت

- محاولة الوصول لمعرفة ايجابيات توظيف الانترنت في العمل الدعوي.

## 6- تحديد المفاهيم:

تعد عملية تحديد المفاهيم من اهم مراحل البحث العلمي لتفادي اجراء أي خلط بين الدراسات العلمية ،حيث يمكن ان يحمل المصطلح ذاته مفاهيم مختلفة تكون سببا في الخروج عن الموضوع المراد دراسته ،وتشتمل الدراسات العلمية على مصطلحات يتوجب تحديد مفهومها اصطلاحا أي المعنى المتفق عليه بين الباحثين ، والذي يكون غالبا في القواميس العلمية والموسوعات.

1- **توظيف لغة:** وطف ،يوطف ،توظيفا ،فهو موظف ،و المفعول موظف

وظف أخاه: أسند إليه وظيفة أو عملا معينا.

وظف رأس ماله: استثمره و نماه.

وظف المؤسسة: زودها بأعضاء أو موظفين جدد.

وظف عليه العمل: قدره عليه و عينه.

وظفه: عين له في كل يوم وظيفة.

وظف على الصبي كل يوم حفظ آيات من القرآن: عين له آيات لحفظها.

وظف له رزقا: عين له في كل يوم رزقا.

- **التوظيف اصطلاحا:** يمكن تعريف عملية التوظيف على أنها مجموعة من الفعاليات التي تستخدمها

المنظمة لاستقطاب مرشحين للعمل و الذين لديهم الكفاءة و التميز و القدرة على المساهمة في تحقيق

أهداف المنظمة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <https://hrdiscvission.com/hr58928.html> 18/05/2017 , 15 :13.



## 2-الانترنت :

عبارة عن شبكة حاسوبية عملاقة تتكون من شبكات أصغر، بحيث يمكن لأي شخص متصل بالانترنت أن يتجول في هذه الشبكة و أن يحصل على جميع المعلومات فيها (إذا سمح له بذلك) أو أن يتحدث مع شخص آخر مع أي مكان من العالم<sup>1</sup>.

## التعريف الإجرائي:

الانترنت تعرف بأنها عبارة عن مجموعة شبكات أجهزة حاسوب في دول العالم وقد اتصلت بعضها البعض و أصبحت طريقة للاتصال.

## 3-الدعوة:

تعرف الدعوة

**لغة:** جاء في لسان العرب لابن منظور :دعا الرجل دعوا و دعاء :ناداه و الاسم: الدعوة و دعوت فلانا :أي صحت به و استدعيته ، دعوة: النداء.

دعا بالشيء دعا دعوا، و دعوة و دعاء و دعوى: طلب احضاره يقال :دعا بالكتاب ،و دعا الى الشيء حثه على قصده<sup>2</sup>.

و جاء في المصباح المنير: دعوت الله أدعوه دعاء :ابتهلت إليه بالسؤال ،و رغبت فيما عنده من الخير و دعوت زيدا :ناديته<sup>3</sup>.

**اصطلاحا:** ويراد بها من الناحية الاصطلاحية.

المضمون الرسالي (الاسلام) وردت في هذا المعنى تعريفات مختلفة من ذلك ما أورده ابن تيميه من أن الدعوة هي الدعوة الى الايمان به، و بما جاءت به رسله بتصديقهم فيما أخبروا ،و طاعتهم فيما أمروا ،و

<sup>1</sup> -خالد البلقطني، عالم الانترنت (من الالف الى الياء)، مركز الاسكندرية للكتاب ، الاسكندرية 2010 ص6.

<sup>2</sup> - محمد يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة،\* بيروت \* لبنان\*، ص 104 .

<sup>3</sup> -الفيومي، المصباح المنير ، المكتبة العلمية ، بيروت - لبنان، ص 194.

ذلك يتضمن الدعوة الى الشهادتين ، و إقامة الصلاة ، و ايتاء الزكاة و صوم رمضان ، و حج البيت ، و الدعوة الى الايمان بالله و ملائكته ، و كتبه ، و رسله ، و البعث بعد الموت ، و الايمان بالقدر خيره و شره و الدعوة الى أن يعبد العبد ربه كأنه يراه <sup>1</sup> ، فالدعوة حسب ابن تيمية هي ذلك البناء الذي يقوم عليه الاسلام بدءا من توحيد الله تعالى ، و تعرف بأنها برنامج كامل يضم في أطوائه جميع المعارف التي يحتاج اليها الناس ليبصروا الغاية من محياهم، و ليكتشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين مع الله <sup>2</sup> . أو هي دين الله الذي ارتضاه للعالمين تمكينا لخلافتهم ، و تيسيرا لضرورتهم و وفاء بحقوقهم ، و رعاية لشؤونهم و حماية لوحدهم و تكريما لإنسانيتهم ، و اشاعة للحق و العدل فيما بينهم <sup>3</sup> .

### الدعوة اجرائيا:

الدعوة هي إبلاغ الناس في كل مكان و زمان بالأساليب و الوسائل التي تتناسب مع أحوال المدعوين ما يرغب الداعي بتوصيله

### الإمامة :

**لغة:** هي مصدر الفعل أم و الامام هو ما يؤتم به، و منه قيل للطريق إمام و للبناء إمام لأنه يؤتم بذلك، أي يهتدي به السالك، و النبي صلى الله عليه وسلم إمام الأئمة، و الخليفة إمام الرعية، و القرآن إمام المسلمين، و إمام كل شيء قيمه والمصلح له.

**اصطلاحا:** هي من يصح الاقتداء به في الصلاة. أو هي ربط صلاة المؤتم بالإمام، و تطلق على الإمامة الكبرى وهي الخلافة أو الملك أو رئاسة الدولة.

و تطلق على العالم المقتدي به، فيقال إمام المحدثين، و إمام الفقهاء. و الإمام لما كان هو القدوة للناس لكونهم يأتون به، و يهتدون بهديه <sup>4</sup>

<sup>1</sup> ابن تيمية، مجموع فتاوى شيخ الاسلام احمد ابن تيمية، مطابع الرياض، المملكة العربية السعودية ، 1963 ، ص 157- 158

<sup>2</sup> محمد الغزالي ، دراسة في الدعوة والدعاة، دار الهدى ، عين مليلة الجزائر 1981 ، ص 12

<sup>3</sup> محمد الراوي الدعوة الاسلامية - دعوة عالمية، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع ، الرياض 1991 ، ص 04،

<sup>4</sup> [www.shamela.ws](http://www.shamela.ws)

4- تعريف الموقع الإلكتروني: هو مجموعة من الصفحات و النصوص و الصور و المقاطع الفيديوية المترابطة وفق هيكل متماسك و متفاعل يهدف الى عرض ووصف المعلومات، و البيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما، بحيث يكون الوصول اليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد محدد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت<sup>1</sup>.

كما عرفت بأنها مجموعة مصادر للمعلومات متضمنة في وثائق متمركزة في الحاسبات و الشبكات حول العالم.

و عرفها katyal بأنها: موقع الكتروني في جغرافية الفضاء ضمن الشبكة العالمية (www) و الذي يحتوي على نصوص، صور أصوات ، رسوم، و فيديو.

و تعرف أيضا بأنها: عبارة عن مجموعة صفحات الكترونية مرتبطة مع بعضها البعض يمكن مشاهدتها و التفاعل معها عبر برامج حاسوبية تدعى المتصفحات كما يمكن عرضها بواسطة الهواتف النقالة عبر تقنية نظام التطبيقات اللاسلكية و هذه الصفحات موجودة فيما يسمى بالخادم<sup>2</sup>.

## 5- المدونات:

هي احدى أشكال المنظومة التفاعلية الالكترونية الأكثر أهمية اذ هي موقع شخصي على شبكة الانترنت يتضمن آراء و مواقف حول مسائل متنوعة، و تعد تطبيقا من تطبيقات الانترنت يعمل عن طريق نظام لإدارة المحتوى (المضامين) و عبارة عن صفحة على الشبكة تظهر عليها تدوينات ( مدخلات ، معلومات ) مؤرخة و مترتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر عدد منها يتحكم فيه مدير (ناشر) المدونة و

<sup>1</sup> - محمد مصطفى ، تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية. العراق 2010، ص 38  
<sup>2</sup> - مشيب ناصر محمد آل زبران ، المواقع الالكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين، مذكرة ماجستير ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض ، 2011، ص 19 .

يتضمن النظام آلية لأرشفة المداخلات القديمة، تمكن القارئ من الرجوع الى تدوينية معينة في وقت لاحق، عندما تعود غير متاحة على الصفحة الرئيسية للمدونة<sup>1</sup>.

## 6- الفاييبوك:

يعرف قاموس الاعلام والاتصال الفاييبوك على انه موقع خاص للتواصل الاجتماعي اسس عام 2004، ويتيح نشر الصفحات الخاصة. وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الاشخاص<sup>2</sup>.

ويشير اسم الموقع الى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيديّة في الولايات المتحدة الامريكية الى اعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد والذي يتضمن وصفا لاعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف عليهم<sup>3</sup>.

والفييبوك او كتاب الوجوه باللغة العربية ، هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي انه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) ان يبرز نفسه، وان يعزز مكانته عبر ادوات الموقع للتواصل مع اشخاص اخرين ضمن نطاق ذلك الموقع عبر التواصل مع مواقع تواصل اخرى، انشاء روابط تواصل مع الاخرين<sup>4</sup>.

## 6- الدراسات السابقة:

ان اطلاع الباحث على معظم أو مجمل الدراسات التي تناولت نفس الموضوع أو جانباً منه، يعد أمراً هاماً في توسيع مجال المعرفة لديه أو استكمال جانب لم تتناوله الدراسات قبلاً.

<sup>1</sup> اتصار ابراهيم عبد الرزاق وصفد حسام السموك ، الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ط1 ، جامعة بغداد ، 2011، ص30

<sup>2</sup> Marcel Danes, 2009, Dictionary of media and communication, ME.Sarpe; New York; p117

<sup>3</sup> علي محمد بن فاتح محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية، قسم الدعوة والثقافة الاسلامية ص 04

<sup>4</sup> خالد عسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع عمان، 2013، ص 34-35

1/الدراسة الأولى: عنوان هذه الدراسة وسائل الدعوة الى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وكيفية استخداماتها الدعوية للباحث ابراهيم بن عبد الحليم عابد.

عالج الباحث الاشكالية التالية وفترة الوسائل الدعوية الى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وكيفية استخداماتها الدعوية، كما اشتملت الرسالة في الأصل على ثلاثة أبواب على النحو التالي: الدعوة الى الله تعالى و مشروعية استخدام شبكة المعلومات الدولية في الدعوة الى الله تعالى والباب الثاني يختص بالدراسة الميدانية لعينة من الدعاة و مستخدمي الشبكة في المملكة العربية السعودية وذلك لمعرفة أنماط استخداماتهم و دوافعه ،و مدى الإشباع الذي تحققه لهم الشبكة ،و الباب الثالث يختص بتقويم عينة من المواقع الدعوية الخليجية من وجهة نظر عينة الدراسة.

أهم النتائج التي توصل إليها الباحث أن:

كل مسلم يمكنه ان يساهم في الدعوة الى الله تعالى بحسب استطاعته.

وسائل الدعوة الى الله تعالى متنوعة و متطورة و المهم في الوسائل الدعوية أن تكون مشروعة و ليست محرمة.

امتدت خدمات الشبكة الدولية لتشمل مجالات متعددة في حياة مستخدميها و كان أشرف هذه المجالات الدعوة الى الله تعالى و يمكن إجمال وسائل الدعوة الشبكية في ست وسائل وهي البريد الالكتروني و القوائم البريدية، ونقل وتبادل الملفات و النسيج العنكبوتي العالمي و المنتديات و الاتصالات الآنية.<sup>1</sup>

ومن خلال هذه الدراسة استفدت خصوصا في بناء الخلفية النظرية للموضوع كما أن هذه الأطروحة تحتوي على الكثير من المعلومات التي أفادتي في مذكرتي و العديد من المصطلحات التي تتشابه مع مذكرتي.

<sup>1</sup> إبراهيم بن عبد الرحيم عابد ، وسائل الدعوة الى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الانترنت ) وكيفية استخداماتها الدعوية ، رسالة دكتوراه ، قسم الدعوة و الاحتساب ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية المملكة العربية السعودية ، 2006م.

2/الدراسة الثانية: أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة من اعداد الباحث حمد بن ناصر بن عبد الرحمان العمار، فقد سعى الباحث لمحاولة التعرف على أساليب الدعوة المعاصرة و فهمها و تطبيقاتها مع أصناف المدعويين وكانت خطة الباحث تتمثل في المقدمة و اربعة ابواب: الباب الأول استخدام الأدلة العقلية و العلمية أما الباب الثاني نقد الحضارة الغربية و الباب الثالث ابراز فصل الاسلام على الأديان و المذاهب الأخرى، أما الباب الرابع بعنوان استعمال لغة العصر .

واهم النتائج التي توصل اليها الباحث: وجود أساليب دعوة اسلامية كثيرة واستعملها الدعاة في أغراضهم، كما ان الأدلة القرآنية ساهمت في معالجة الكثير من الأمراض و ابراز نقط ضعف الحضارة الغربية.<sup>1</sup> و عليه فقد افادنتي هذه الأطروحة في بناء خلفية نظرية للموضوع.

المقاربة النظرية: اعتمادنا في دراستنا على نظرية مرتبطة بالإشكالية المدروسة تتمثل في :

## 7-نظرية الاستخدامات و الاشباكات:

تعتبر الاستخدامات و الاشباكات من المقاربات التي اندرجت ضمن نظريات التأثير المحدود لوسائل الاعلام التي ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي ،و تركز هذه النظرية على دراسة أسباب استخدام وسائل الاعلام و الاتصال ،و التعرض لها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين الأسباب و الاستخدام و ماذا يحقق الفرد من هذا الاستخدام.

و سأحاول التطرق الى معرفة أهم ما جاءت به نظرية الاستخدامات و الاشباكات و أهم فروضها و الأهداف التي تسعى هذه النظرية الى تحقيقها و محاولة اسقاط نظرية الاستخدامات و الاشباكات على موضوع الدراسة.

**التعريف اللغوي: الاستخدام** من استخدم استخداما، و استخدمه أي اتخذه خادما، و الرجل استوهبه خادما.

<sup>1</sup> أحمد بن ناصر بن عبد الرحمان العماري ، أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة ، رسالة دكتوراه ، قسم الدعوة و الاجتساب ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، المملكة العربية السعودية 1992 م .

الإشباع: هي مأخوذة من الشبع، و تدل على امتلاء في أكل و غيره ، و امرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، و ثوب شبيح الغزل أي كثير و شبيح العقل أي وافر و التشبع من يرى أنه شبعان و يعني أيضا التوفية و بلوغ حد الكمال<sup>1</sup>.

**التعريف الاصطلاحي:** ان مفهوم الاستخدام usage الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17 يشير منذ ذلك الحين إلى يومنا هذا الى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره و يتمثل في استخدام شيء ما و الاستفادة منه لغاية محددة أو تطبيقية لتلبية حاجة ما. وفي دراسات الاستخدام فإن موضوع الاستخدام يحيل الى ممارسة، كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات أو اتجاهات.

و تشير الممارسة إلى جملة من العادات القائمة أو المكرسة أو طرق ملموسة في الفعل حيث أن السلوك أو التصرف يغطي جزئيا الممارسة لأنه يتشكل من كل ردود أفعال الفرد التي يمكن ملاحظتها بصورة موضوعية.

. إن نظرية الاستخدامات و الإشباعات هي عبارة عن محاولة للنظر إلى العلاقة بين و سائل الاعلام و الجمهور بشكل مختلف، حيث ترى أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات معينة لديه، حيث أن وسائل الإعلام هي التي تحدد للجمهور نوع الرسالة الإعلامية التي يتلقاها، بل إن استخدام الجمهور لتلك الوسائل لإشباع رغباته يتحكم بدرجة كبيرة في مضمون الرسائل الإعلامية التي تعرضها وسائل الإعلام<sup>2</sup>.

### فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

وضع الباحثون الأسس العلمية و الفروض الأساسية التي انطلقت من النظرية نفسها و ذلك بعد أن اتضحت المداخل الرئيسية للنظرية عند هؤلاء الباحثين، و شكلت هذه الأسس و العناصر المداخل العلمية

<sup>1</sup> المنجل في اللغة و الاعلام ، ط 29 ، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986 ص 171-172.  
<sup>2</sup> محمد بن عبد الرحمان المضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام دراسة في النظريات والاساليب، ط2 ، الرياض ، 1998، ص 26

للنظرية ، و لأن نظرية الاستخدامات و الإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط على العكس من نظريات التأثير السابقة، التي قالت بقوة تأثير وسائل الاعلام في الجمهور مثل نظرية الرصاصة، فقط أضيفت هذه النظرية بذلك صفة الايجابية على الجمهور . فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقيا سلبيا، بل أصبح ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل، و المضامين التي تلبي حاجاته النفسية و الاجتماعية، لذا وضع اليهو كاتز ELIHU KATZ وزملائه خمسة فروض رئيسية تتعلق بكيفية استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، و الاشباعات التي يسعون الى تحقيقها من وراء هذا الاستخدام<sup>1</sup>.

ان أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الاعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.

. الربط بين الرغبة في اشباع حاجات معينة ، و اختيار وسيلة اعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه و تحده الفروق الفردية ، و التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد الذين يستخدمون وسائل الاتصال و ليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد . يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه وبدوافعه و اهتماماته ،فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الاعلام.

الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال و ليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال<sup>2</sup>.

تعني نظرية الاستخدامات و الإشباعات بجمهور الوسيلة الاعلامية منها الانترنت التي تشبع رغباته و تلبي حاجاته الكامنة في داخله ، و معنى ذلك أن الجمهور ليس سلبيا يقبل كل ما يتعرض إليه، بل يمتلك غاية محددة من تعرضه يسعى الى تحقيقها.

<sup>1</sup> منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2012، ص 181

<sup>2</sup> حسن محمود حسن اسماعيل



فأعضاء الجمهور (الأئمة) هنا بدرجة ما باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر اشباعا لهم. ويساعدنا هذا المدخل على دراسة موضوع البحث حيث أنه يساهم في التعرف على استخدامات الأئمة بولاية ورقلة للانترنت. ومعرفة مدى تباين استخدام الانترنت اضافة الى مدى اشباع حاجاتهم و رغباتهم من خلال استخدام الانترنت لقيامها على الجمهور النشط ويتم ذلك من خلال:

ان أئمة مساجد ولاية ورقلة فاعلون في عملية الاتصال و يستخدمون الانترنت للحصول على ما يخدمهم و يلبي توقعاتهم وكيف يساعدهم على نشر دعواتهم.

أئمة ولاية ورقلة هم الذين يختارون الوسائل والمضامين التي تناسبهم من خلال توظيف الانترنت في عملهم الدعوي و بالتالي هم من يتحكمون في المضمون من خلال رغباتهم المتمثلة في نشر الدعوة على اوسع نطاق.

يكون الأئمة على علم بالفائدة التي ستعود عليه من خلال استخدام الانترنت و دوافع هذا الاستخدام.

# الفصل الثاني إجراءات المنهجية

## لدراسة الميدانية

### تمهيد

1. التعريف بمديرية شؤون الدينية و

الأوقاف و الهيكل التنظيمي لها

2. حدود الدراسة

3. منهج الدراسة

4. مجتمع و عينة الدراسة

5. ادوات الدراسة

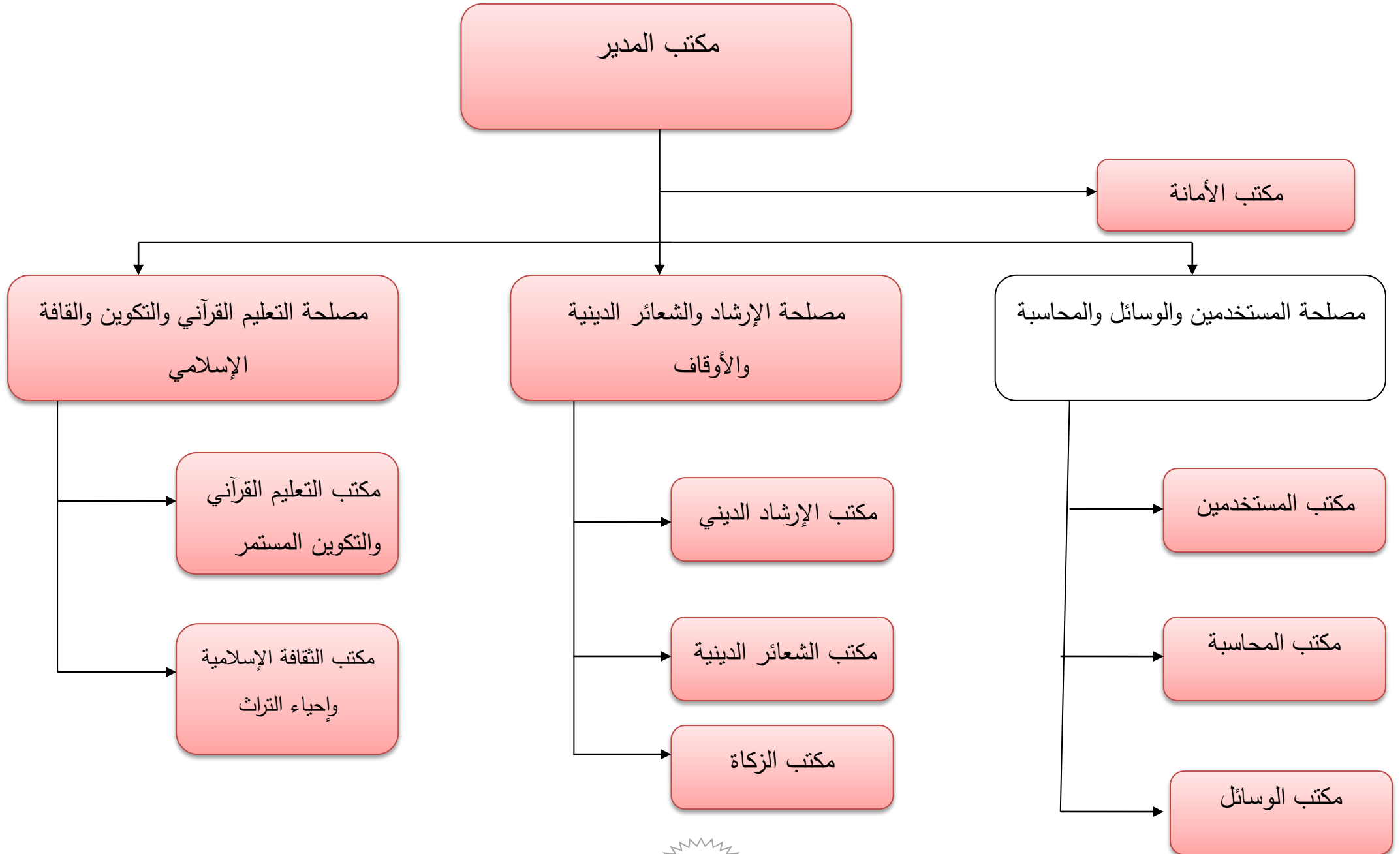
### تمهيد

بعدما بعد ما تطرقنا الى الجانب النظري الذي قمنا فيه بعرض مشكلة الدراسة و المتغيرات الأساسية سيتم في هذا الفصل التعريف بمكان الدراسة و الهيكل التنظيمي لها بالإضافة الى الاجراءات المنهجية المتبعة في إعداد هذه المذكرة، و العينة التي أجريت عليها الدراسة ثم نذكر أهم الأدوات المستعملة في جميع البيانات و الأساليب الإحصائية المستعملة في تحليل النتائج.

## تعريف مديرية الشؤون الدينية و الأوقاف:

قطاع الشؤون الدينية و الأوقاف هو الجهة الموكلة إليها أمر الإشراف على الجانب الديني و الروحي للمواطن و هو الجانب المقدس الذي توليه الدولة الرعاية المكفولة و يعمل القطاع وفق ذلك برؤى منهجية تتبنى دور المسجد و تفاعله مع تطلعات المجتمع و للاضطلاع بهذه الرسالة على الوجه الأكمل تم رصد الإمكانيات المادية و البشرية حتى تحقق رسالة المسجد.

يبرز نشاط مختلف مصالح مديرية الشؤون الدينية و الأوقاف من خلال التواصل المستمر لبث الوعي الديني بمختلف الوسائل عبر مراكز تحفيظ القرآن الكريم مدارس قرآنية، أقسام قرآنية أو من خلال إقامة المحاضرات والندوات و الأيام الدراسية في المواسم الثقافية. إضافة الى ذلك لا تقتصر مهام المديرية على الجانب الثقافي فقط بل تهتم أيضا بالأعمال الوقفية و المساجد بالإشراف التام على صيانتها و تطويرها بالإطار الكفاء وتنظيم الشعائر الدينية فيها بما يخدم وحدة المجتمع و حمايته من الانحرافات، كما تهتم أيضا بالجانب الاجتماعي و الخيري انطلاقا من تعاليم ديننا الحنيف و ذلك من خلال مختلف العمليات التضامنية و جمع الزكاة و توزيعها على الفقراء، و كذا فتح أبوابها لتمويل المشاريع لأجل الحد من البطالة عن طريق منح القرض الحسن.



**2- مجالات الدراسة:**

و سيتم فيها تحديد مجال الدراسة و كذا العينة كما سيتم توضيح المنهج المتبع و مختلف الأدوات.

**2-1 الحدود المكانية:**

تتضح الحدود المكانية من خلال الدراسة الميدانية و المتمثلة في مجموع مساجد ولاية ورقل

**2-2 الحدود الزمانية:**

كانت بداية دراستي النظرية في حدود أواخر شهر نوفمبر 2016 وذلك من خلال جمع مراجع حول الموضوع و ضبطها بخطة أما بالنسبة للجانب التطبيقي كان بداية شهر أبريل 2017 وذلك من خلال توزيع الاستمارة و تحليلها و استخلاص النتائج.

**2-3 الحدود البشرية: مجموع أئمة ولاية ورقلة و الذين أخذنا منهم عينة من 25 إمام بطريقة قصدية.****3- منهج الدراسة: لكل دراسة منهج متبع.**

يعرف المنهج لغة بأنه مصدر بمعنى طريق ،مسلك وهي مشتقة من الفعل نهج بمعنى طرق أو سلك أو اتبع والنهج والمنهج ،والمناهج تعني الطريق الواضح<sup>1</sup> .

كما يعرفه موريس انجرس بأنه مجموع الاجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول الى نتيجة<sup>2</sup> .

اما اصطلاحا فيمكن تعريفه بأنه الطريق أو الاسلوب الذي يسلكه الباحث العلمي في تقصيه للحقائق العلمية في أي فرع من فروع المعرفة ،وفي أي ميدان من ميادين العلوم النظرية والعلمية و عرفه عبد الرحمان بدوي بأنه الطريق المؤدي الى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة ،تهيمن على سير العقل، و تحدد عملياته ،حتى تصل الى نتيجة معلومة .

<sup>1</sup>غازي عنابة ، منهجية اعداد البحث العلمي ، باكالوريوس ماجستير دكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان الاردن، 2008، ص 17  
<sup>2</sup> موريس انجرس ، منهجية البحث في العلوم الانسانية تدريبات عملية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، دار القصة للنشر ، الجزائر 2006 ص 98 .

كما يعرف برجس منهج المسح بأنه دراسة علمية لظروف المجتمع واحتياجاته بقصد تصميم برنامج بنائي لتقدمه الاجتماعي .

كما يعرف بأنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة ،من خلال العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها ،كما هي الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة ،من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك،

ويعرف على أنه أسلوب لجمع البيانات يتم من خلاله الحصول على المعلومات مباشرة من الأفراد الذين يتم اختيارهم ليكونوا بمثابة أساس للوصول الى استنتاجات عن المجتمع البحثي موضع الدراسة ، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الاستكشافية، حيث تعرف بأنها كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة ،كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقة بين عناصرها<sup>1</sup>.

و بما أن منهج المسح من أشهر مناهج البحث و أكثرها استخداما في الدراسات الوصفية خاصة و أنه يوفر الكثير من البيانات و المعلومات عن موضوع الدراسة ،حيث أننا بواسطته نجعم وقائع ومعلومات موضوعية عن ظاهرة معينة أو حادثة مخصصة أو جماعة من الجماعات أو ناحية من النواحي.....

وبما أن هذه الدراسة تهدف الى وصف واقع توظيف الانترنت في العمل الدعوي الخاص بأئمة ولاية ورقلة، اذن فان المسح هو المنهج الملائم لهذه الدراسة.

#### 4-مجتمع و عينة الدراسة:

ان مجتمع البحث يشمل جميع عناصر و مفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - احمد بن مرسللي ، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون الجزائر 2009 ،ص 282- 287  
<sup>2</sup> - ربيحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج و اساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان 2009، ص 137 .

ويتمثل مجتمع البحث بهذه الدراسة في أئمة ولاية ورقلة بمختلف المساجد بالولاية.

وقد تم اختيار أئمة ولاية ورقلة لأنهم الأقرب الى موضوع الدراسة كما أنهم أكثر فئة مهتمة بمجال الدعوة

، ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث فقد لجأت الى اعتماد العينة.

و تعرف العينة بأنها :طريقة جمع البيانات و المعلومات من وعن عناصر و حالات محددة يتم اختيارها

بأسلوب معين من جميع عناصر المفردات و مجتمع الدراسة بأساليب مختلفة.<sup>1</sup>

و نظرا لاقصصار عينتنا على الأئمة الذين يوظفون الانترنت في العمل الدعوي فقد اعتمدت في هذه

الدراسة على العينة القصدية حيث أنها تتم عن طريق اختيار الباحث لمجموعة من الأفراد تلائم الغرض

من البحث كأن تكون هذه العينة عايشة ظاهرة معينة.<sup>2</sup> حيث تكونت عينة الدراسة من 25 امام من ولاية

ورقلة.

5- أدوات جمع البيانات: تختلف الدراسات باختلاف استيعابها لوسيلة واحدة أو أكثر من وسائل جمع

البيانات و نظرا لطبيعة موضوع الدراسة فقد قمت باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات وعليه يعد

الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليه الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادرها ويعرف

على أنه :

- الاستبيان لغة بمعنى ظهر واتضح و الشيء استوضحه وعرفه .

كما أنه عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي يتم الاجابة عليها من قبل المفحوص بدون مساعدة الباحث

الشخصية أو من يقوم مقامه.<sup>3</sup>

هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل الى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون

العينة الخاصة بالبحث.

<sup>1</sup> - مرجع سابق ، ص 138 .

<sup>2</sup> - إبراهيم حامد الأسطل ، مناهج البحث العلمي ، قسم المناهج و تكنولوجيا التعليم الجامعة الاسلامية، غزة ، 2012 ، ص 09 .

<sup>3</sup> - زياد علي محمود الجرجاوي ، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان ، ط2 ، مطبعة ابناء الجراح ، فلسطين ، 2010 ، ص 17/16/15 .



ويعرف أحيانا بأنه :صحيفة تحوي مجموعة من الأسئلة التي يرى الباحث اجابتها تفي بما يتطلبه موضوع بحثه من بيانات ترسل بالبريد الى الأفراد الذين تم اختيارهم على أسس احصائية يجيبون عليها ويعيدونها.<sup>1</sup>

حيث يحتوي الاستبيان الذي اعتمدت عليه في دراستنا على 22 سؤال موزعة ثلاث محاور كالتالي

المحور الأول: عادات و أنماط استخدام الأئمة للأنترنت.

المحور الثاني: مساهمة الانترنت في النشاط الدعوي.

المحور الثالث: أهمية استخدام الأئمة للأنترنت في استقطاب الأجيال الجديدة.

<sup>1</sup> - مروان عبد المجيد إبراهيم ، اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية مؤسسة الوراق الاردن ، 2000 ،ص 165 .

### خلاصة الفصل :

من خلال هذا الفصل تم اجراء الدراسة الميدانية وفق حدود مكانية و زمانية و التي اعتمدت على المنهج المسح الوصفي باختيار عينة الدراسة كما تم التطرق لأداة الدراسة التي طبقت و التي سوف تاترق لنتائجها و تحليلها و تفسيرها في الفصل الموالي.

# الفصل الثالث الجانب التطبيقي

1. تحليل و تفسير نتائج الدراسة الميدانية
  2. تمهيد
  3. تحليل بيانات الاستبيان
  4. تحليل وتفسير النتائج على ضوء  
الفرضيات
  5. النتائج العامة للبحث
- خلاصة الفصل

### تمهيد

ان معالجة التي يتم الوصول اليها تعد خطوة ضرورية للإجابة عن التساؤل الرئيسي للإشكالية ولذلك سنحاول في هذا الفصل تفريغ بيانات أسئلة الاستمارة من أجل الوصول الى النتائج النهائية.

تحليل و تفسير بيانات الاستبيان: سنحاول التطرق للأهم ما يتضمنه الاستبيان.

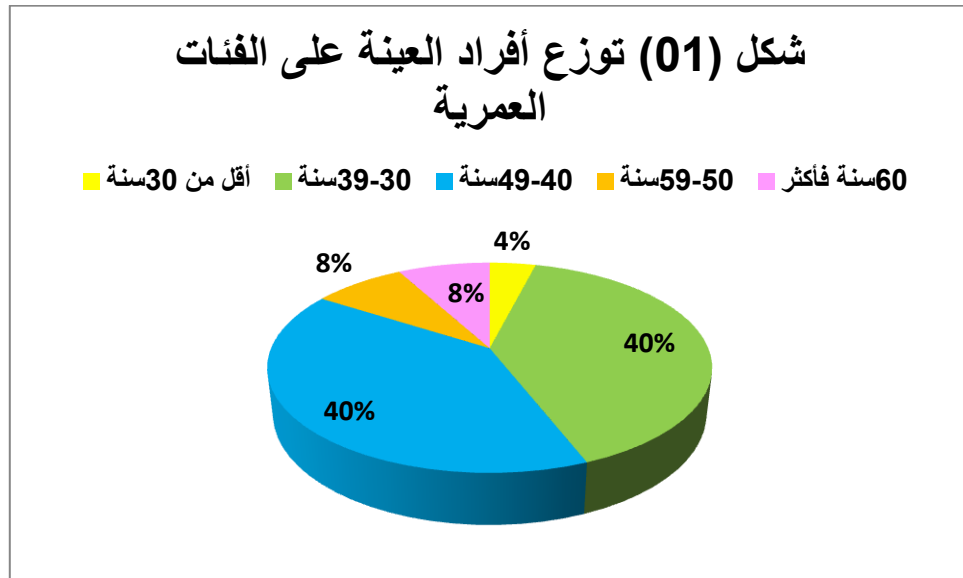
### خصائص أفراد عينة الدراسة

سنتطرق في هذا الجزء لمعرفة أهم الخصائص السوسيو ديمغرافية وبدءاً ب:

#### 1- السن:

جدول (01) توزع أفراد العينة على الفئات العمرية

النسبة المئوية	العدد	الفئة العمرية
4%	1	أقل من 30 سنة
40%	10	سنة 30-39
40%	10	سنة 40-49
8%	2	سنة 50-59
8%	2	60 سنة فأكثر
100%	25	المجموع



من خلال الجدول رقم (01) و الشكل البياني الذي يليه المتمثل في الفئات العمرية لأفراد العينة وعليه

نلاحظ ان الفئة العمرية أقل من 30 سنة تكررت مرة واحدة وهذا يدل على ان الامام لا يبدأ بانشغالات

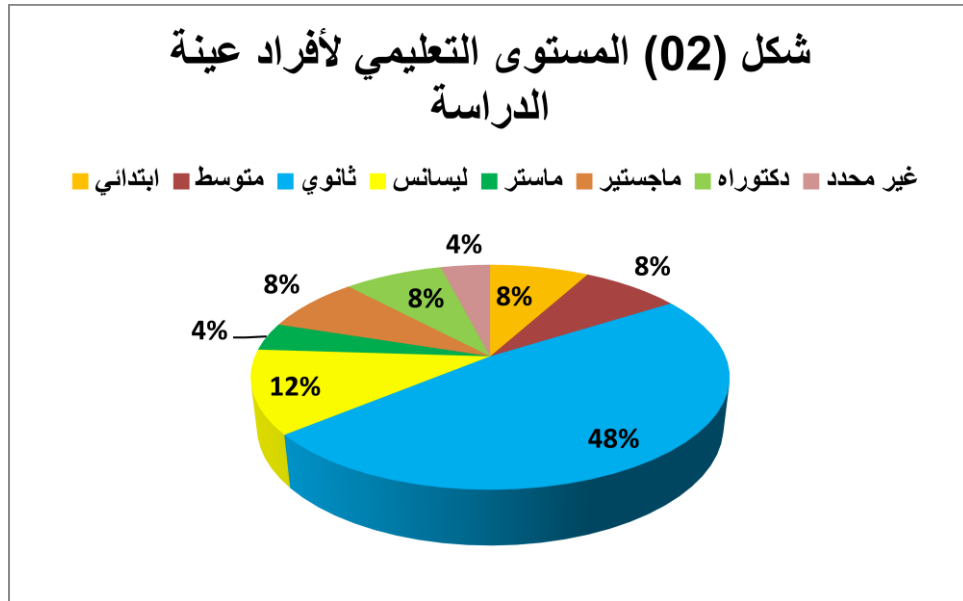
المسجد وأموره حتى يبلغ سن معتبرة لأن تحمل زمام أمور الإمامة يستغرق وقت بحكم انه سيكون مسئول عن رعيته. اما اعلى نسبة مئوية و المتمثلة في 40% وهي الفئة المتمثلة من خلال 30 . 39 ومن 4940 وعليه تدل هذه النسبة ان الامام يتفرغ لأمر الامامة و ما تضمنتها حيث يصبح اكثر مسؤولية و حكمة و اكثر فهما لتحمل زمام انشغالات المسجد و الاهتمام برعيته المسلمة. كما نلاحظ ان الفئتين الأخيرتين والمتمثلتين في السن من 5950 و الفئة الاكثر من 60 سنة حيث تمثلت النسبة المئوية فيهما ب 8%

وهنا نلاحظ ان هناك انخفاض في النسبة المئوية مقارنة بالنسبة المئوية السابقة حيث ان هذا العمر يجعل من الامام يتراجع عن مهامه في المسجد وذلك لتترك الفرصة لبقية الأئمة لتولي امور الامامة

**2. المستوى التعليمي:**

جدول (02) المستوى التعليمي لأفراد عينة الدراسة

النسبة المئوية	العدد	المستوى التعليمي
8%	2	ابتدائي
8%	2	متوسط
48%	12	ثانوي
12%	3	ليسانس
4%	1	ماستر
8%	2	ماجستير
8%	2	دكتوراه
4%	1	غير محدد
<b>100%</b>	<b>25</b>	<b>المجموع</b>

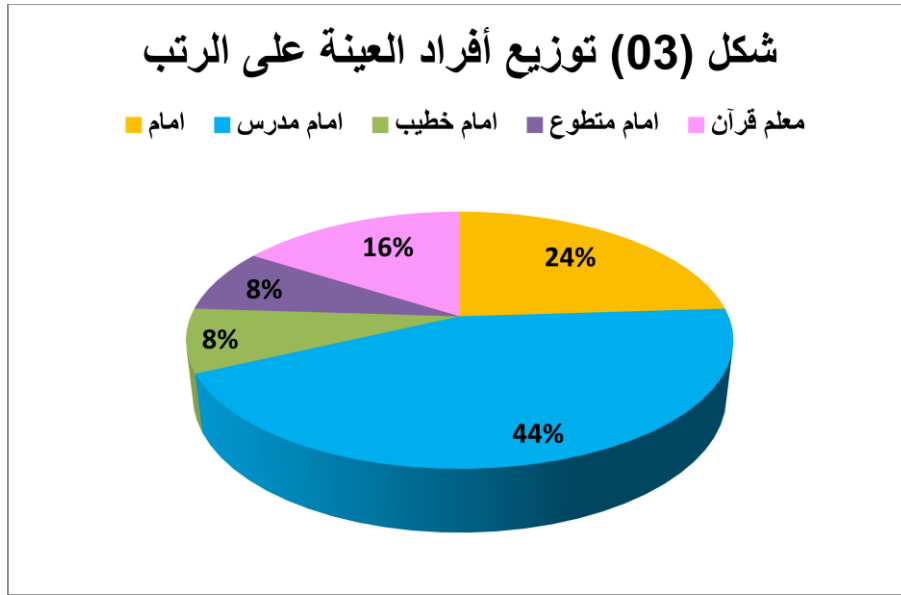


التعليمي لأفراد العينة (الأئمة) نلاحظ ان اعلى نسبة تمثلت في المرحلة الثانوية بنسبة 48% حيث ان هذه المرحلة تعتبر المناسبة لتواصل المشوار الدراسي او ان الامام لم يتحصل على شهادة البكالوريا لذلك فضل ان يتحمل قضايا المسجد و مرحلة الليسانس تكررت ثلاث مرات بنسبة 12% كما ألاحظ ان هناك نسب متساوية بين الطور الابتدائي و المتوسط والماجستير و الدكتوراه بنسبة 8% و المستوى ماستر و غير محدد بنسبة 4%

## 3. الرتبة/الوظيفة:

جدول (03) توزيع أفراد العينة على الرتب

الرتبة/الوظيفة	العدد	النسبة المئوية
امام	6	24%
امام مدرس	11	44%
امام خطيب	2	8%
امام متطوع	2	8%
معلم قرآن	4	16%
المجموع	25	100%



نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) والشكل البياني الذي يليه المتمثل في رتبة او وظيفة الامام ان اعلى نسبة تمثلت في رتبة الامام المدرس بنسبة 44% حيث ان هذه الوظيفة يحتاجها مجتمعنا فالدروس فيها عبر ووصايا كما ان المجتمع بحاجة الى دروس ترافقه خصوصا مع وقتنا هذا ومع تطوراته المستمرة كما ألاحظ ان وظيفة الامام تكررت ست مرات بنسبة 24% فلا يخفى علينا دور الامام وما يقدمه للصالح العام حيث يسعى لغرس مبادئ طيبة في المجتمع. كما تحصلت رتبة معلم قرآن على نسبة 16%



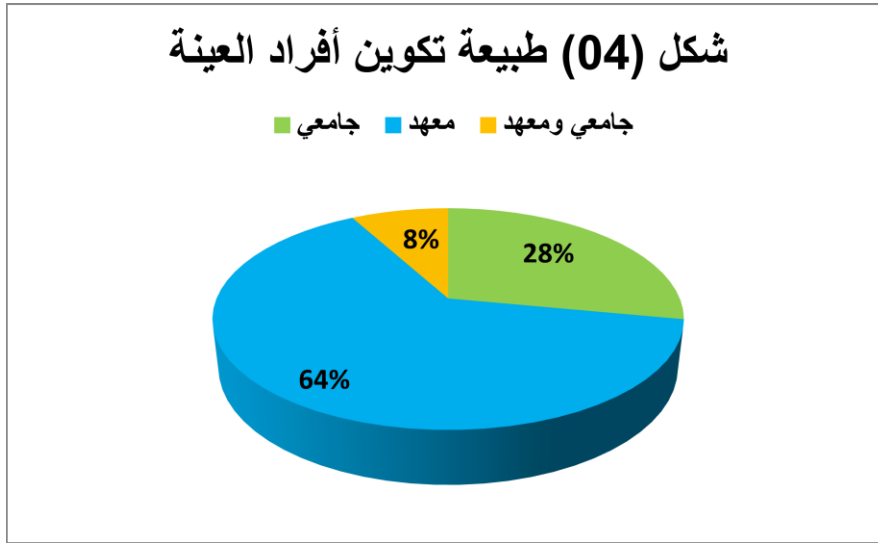
و هذا راجع ان الفرد يحتاج ان يعلمه الامام حفظ القرآن و تفسيره و فهم خباياه كما ان وظيفة إمام خطيب و إمام متطوع بنسبة 8% لكل وظيفة فالفرد بحاجة الى الخطب كما ان المسجد يحتاج متطوعين و ذلك للحفاظ على مكانة المسجد في المجتمع وفي الاسلام.

#### 4. طبيعة التكوين:

جدول (04) طبيعة تكوين أفراد العينة

النسبة المئوية	العدد	طبيعة التكوين
28%	7	جامعي
64%	16	معهد
8%	2	جامعي ومعهد
100%	25	المجموع

شكل (04) طبيعة تكوين أفراد العينة



الأئمة) من خلال خيارين جامعي أو معهد و عليه نلاحظ ان أعلى نسبة تمثلت في 64% لطبيعة تكوين المعهد وهذا يدل على ان الإمام عليه ان يتعلم و يتفقه في امور الدين و فهم محتوى القرآن من خلال

دراسته في المعهد، تليه طبيعة التكوين الجامعي بنسبة 28% في حين ان بعض الأئمة من اختار الخيارين معا الجامعة والمعهد بنسبة 8%

### المحور الأول عادات وأنماط استخدام الأئمة للإنترنت:

حاولنا في هذا المحور طرح (07) أسئلة لمعرفة عادات و أنماط الأئمة في استخدام الانترنت.

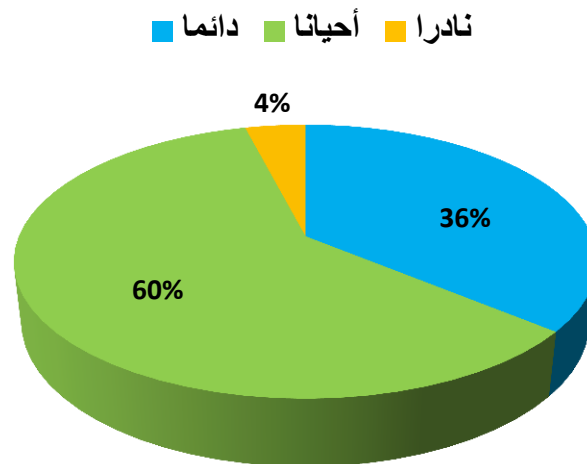
#### 1-درجة استخدام الأئمة للإنترنت

لمعرفة درجة استخدام الأئمة -عينة الدراسة - للإنترنت تم طرح السؤال التالي : هل تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة (الإنترنت) ؟ والذي يجاب عنه من خلال ثلاث بدائل (دائما ، أحيانا ، نادرا) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (01) والشكل البياني الذي يليه.

#### جدول (01) يمثل درجة استخدام الأئمة للإنترنت

النسبة المئوية	العدد	استخدام الإنترنت
36%	9	دائما
60%	15	أحيانا
4%	1	نادرا
100%	25	المجموع

#### شكل (01) يمثل درجة استخدام الأئمة للإنترنت



من خلال الجدول و الشكل البياني رقم(01) نلاحظ أن جميع أفراد عينة الدراسة (الأئمة) يستخدمون الإنترنت ولكن بدرجات مختلفة، حيث بلغ عدد الذين يستخدمونها بشكل دائم 09 وهم يشكلون نسبة 36 % من عينة الدراسة ، في حين أن 60% من العينة يستخدمونها أحيانا ، أما الذين يستخدمونها بشكل نادر فلم تشكل نسبتهم إلا 4%.

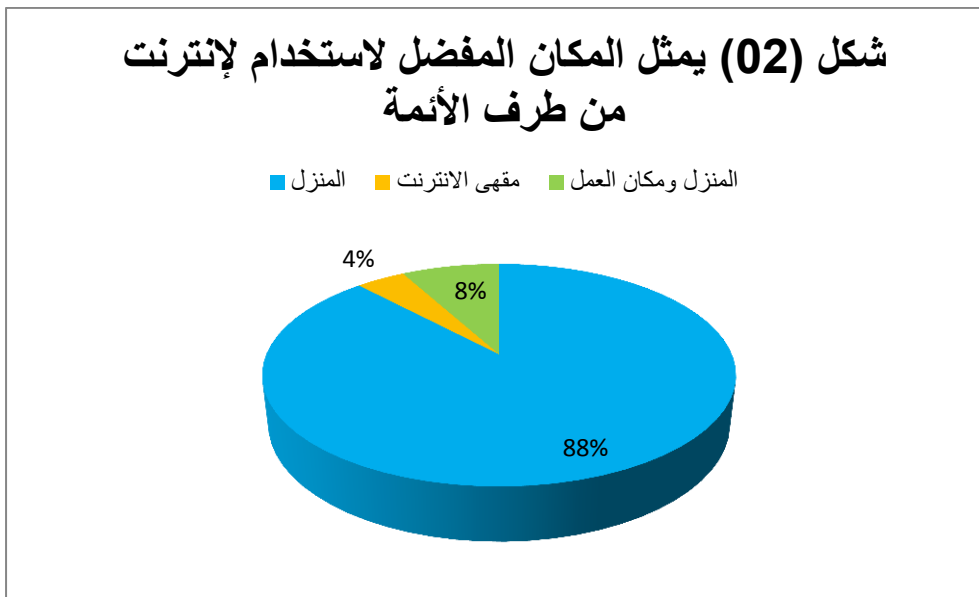
يستخدم الأئمة الانترنت وكانت الأغلبية بنسبة 60%. وهذا راجع أن الأئمة يعتمدون على الانترنت و ذلك لأغراضهم الدعوية فأحيانا يتم نشر أعمالهم و ايصالها علن على أبعد نطاق.

## 2- المكان المفضل لاستخدام الإنترنت من طرف الأئمة:

لمعرفة المكان المفضل لاستخدام الأئمة -عينة الدراسة - للإنترنت تم طرح السؤال التالي : أين تفضل استعمال الإنترنت ؟ والذي يجاب عنه من خلال أربعة بدائل (المنزل ، مكان العمل ، مقهى الانترنت ، أماكن أخرى) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (02) والشكل البياني الذي يليه.

جدول (02) يمثل المكان المفضل لاستخدام الإنترنت من طرف الأئمة

النسبة المئوية	العدد	المكان المفضل
88%	22	المنزل
4%	1	مقهى الانترنت
8%	2	المنزل ومكان العمل
100%	25	



من خلال الجدول (02) و الشكل البياني بعده نلاحظ أن 22 من أفراد عينة الدراسة (الأئمة) يفضلون استعمال الإنترنت في المنزل وهم يشكلون الأغلبية بنسبة 88% من عينة الدراسة، في حين أن 08% من العينة يستخدمونها في المنزل ومكان العمل معا أحيانا، أما الذين يستخدمونها في مقهى الإنترنت فلم تشكل نسبتهم إلا 4%. إذن احتل المنزل الصدارة في النسبة المئوية، وهذا كون الأئمة لا يستطيعون استخدام الانترنت داخل المساجد حيث يركزون على الخطب المباشرة و التدريس و الصلاة، في حين أن المنزل يتيح لهم الحرية و الفرصة للاعتماد على الانترنت و ذلك لنشر دعوتهم

### 3. المدة التي يقضيها الأئمة في استخدام الإنترنت يوميا:

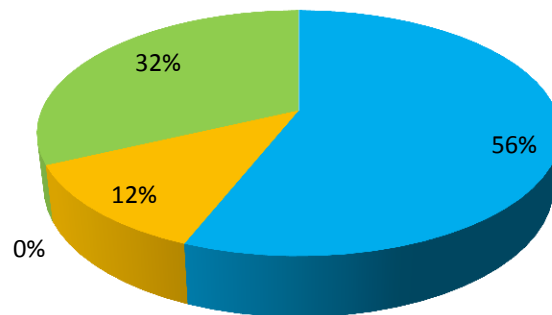
لمعرفة المدة التي يقضيها الأئمة -عينة الدراسة- في استخدام الإنترنت تم طرح السؤال التالي: ما هي المدة التي تقضيها في استخدامك للإنترنت يوميا؟ والذي يجاب عنه من خلال أربعة بدائل (من نصف ساعة إلى ساعتين، من ساعتين إلى ثلاث ساعات، أكثر من ثلاث ساعات، غير محدد) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (03) والشكل البياني الذي يليه.

جدول (03) يوضح المدة التي يقضيها الأئمة في استخدام الإنترنت يوميا

النسبة المئوية	العدد	المدة
56%	14	من 1/2 سا - 2 سا
12%	3	من 2 سا - 3 سا
0%	0	أكثر من 3 سا
32%	8	غير محدد
100%	25	المجموع

شكل (03) يوضح المدة التي يقضيها الأئمة في استخدام الإنترنت يوميا

غير محدد ■ أكثر من 3 سا ■ من 2 سا - 3 سا ■ من 1/2 سا - 2 سا



من خلال الجدول و الشكل البياني رقم(03) نلاحظ أن 56% من أفراد عينة الدراسة (الأئمة) يقضون مدة تتراوح ما بين نصف ساعة إلى ساعتين يوميا في استعمال الانترنت في حين أن منهم 12% يقضون مدة تتراوح ما بين ساعتين إلى ثلاث ساعات يوميا، أما الذين يقضون أوقات غير محددة فكانت نسبتهم 32%، من جهة اخرى لا يوجد أي واحد من أفراد العينة يستخدم الإنترنت لأكثر من ثلاث ساعات يوميا.وعليه المدة التي تتراوح من نصف ساعة الى ساعتين يوميا يدل على أن الأئمة لديهم ارتباطات و أعمال اخرى مثلا كالصلاة خمس مرات في اليوم مما يجعلهم لا يستغرقون وقت أطول أيضا عدم الادمان على الانترنت في الاستعمالات الأخرى أي يركزون على نشر الدعوة و ما يتضمنها.

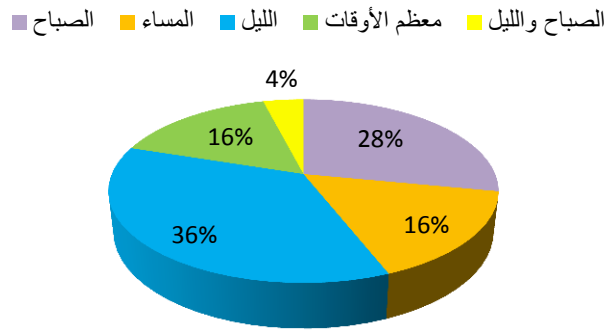
#### 4. الفترات التي يستخدم فيها الأئمة الإنترنت:

لمعرفة الفترة التي يستخدم فيها الأئمة -عينة الدراسة - الإنترنت تم طرح السؤال التالي : في أي فترة من فترات اليوم تستخدم الإنترنت ؟ والذي يجاب عنه من خلال أربعة بدائل ( صباحا ، مساء ، ليلا ، معظم الأوقات) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (04) والشكل البياني الذي يليه.

جدول (04) يوضح فترات اليوم التي يستخدم فيها الأئمة الإنترنت

الفترة	العدد	النسبة المئوية
الصباح	7	28%
المساء	4	16%
الليل	9	36%
معظم الأوقات	4	16%
الصباح والليل	1	4%
المجموع	25	100%

شكل (04) يوضح فترات اليوم التي يستخدم فيها الأئمة الإنترنت



من خلال الجدول (04) و الشكل الذي يليه نلاحظ أن فترة الليل هي الفترة الأكثر شيوعا بين أفراد العينة إذ يستخدم 14 فرد الإنترنت في هذه الفترة وهم ما يشكلون نسبة 56% من أفراد عينة الدراسة (الأئمة) تليها الفترة الصباحية بـ 12 فرد وبنسبة 48%، وذلك باحتساب فرد واحد مشترك يستخدم الإنترنت في كل من الصباح والليل، و 4 أفراد يستخدمونها معظم الأوقات في حين إن أفراد يستخدمون الإنترنت في المساء فقط وهم يشكلون نسبة 16%. مما يجعل فترة الليل الأكثر ملائمة لتوظيف الانترنت حيث تكتمل أعمال الأئمة في الفترة الصباحية و المسائية مما يتفرغون لنشر الدعوة في فترة الليل تليها فترة الصباح حيث أن هذه الفترة لا تجعل من الامام ينشغل كثيرا في المسجد كون هناك فترة طويلة بين صلاة الفجر و صلاة الظهر مما تمكنه من استخدام الانترنت في العمل الدعوي.

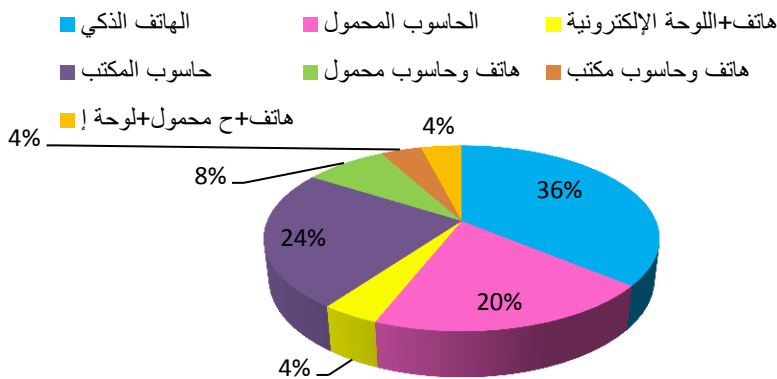
### 5. الوسائل التي يستخدمها الأئمة في الابحار عبر شبكة الإنترنت:

لمعرفة الوسائل التي يستخدمها الأئمة -عينة الدراسة- في الابحار عبر شبكة الإنترنت تم طرح السؤال التالي: ما هي الوسيلة التي تستخدمها في الابحار عبر شبكة الإنترنت ؟ والذي يجاب عنه من خلال أربعة بدائل (الهاتف الذكي الحاسوب المحمول اللوحة الالكترونية حاسوب المكتب) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (05) والشكل البياني الذي يليه.

جدول(05) يوضح الوسيلة المستخدمة في الابحار عبر شبكة الإنترنت

الوسيلة	العدد	النسبة المئوية
الهاتف الذكي	9	36%
الحاسوب المحمول	5	20%
الهاتف واللوحة الإلكترونية	1	4%
حاسوب المكتب	6	24%
هاتف وحاسوب محمول	2	8%
هاتف وحاسوب مكتب	1	4%
هاتف وحاسوب محمول ولوحة !	1	4%
المجموع	25	100%

جدول(05) يوضح الوسيلة المستخدمة في الابحار عبر شبكة الإنترنت





من خلال الجدول و الشكل (05) نلاحظ أن أفراد العينة يستخدمون عدة وسائل مختلفة ومنهم من يستخدم أكثر من وسيلة ونسبتهم 20%، كما نلاحظ أن 14 فرد من أفراد عينة الدراسة (الأئمة) وهم ما يشكلون نسبة 56% يستخدمون الهاتف الذكي في الابحار عبر شبكة الإنترنت سواء لوحده أو مع وسائل أخرى، أما الوسيلة الثانية فهي الحاسوب المحمول وبنفس درجة الاستعمال حاسوب المكتب إذ يستخدم كل واحدة منهما ما نسبته 28% من أفراد العينة، أما اللوحة الإلكترونية فلم تلق شيوعاً بين أفراد العينة إذ يستخدمها فردان فقط من أفراد العينة وبمعية وسائل أخرى. اذن من خلال أعلى نسبة التي احتلها الهاتف الذكي يعود الى أن هذه الوسيلة سهلة الاستخدام كما ان حجم الهاتف يساعده على حمله في كل مكان مقارنة بحاسوب المكتب الذي يفرض عليه الجلوس أمامه في حين ان الهاتف الذكي يساعد الامام في نشر دعوته ومرافقته في كل مكان.

#### 6. المواقع التي يستخدمها الأئمة أكثر من غيرها:

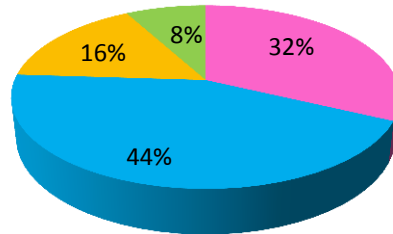
لمعرفة المواقع التي يستخدمها الأئمة -عينة الدراسة- أكثر من غيرها تم طرح السؤال التالي: ما هي المواقع التي تستخدمها أكثر من غيرها؟ والذي يجاب عنه من خلال ثلاثة بدائل (مواقع التواصل الاجتماعي، المواقع الإلكترونية، المدونات) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (06) والشكل البياني الذي يليه.

## جدول (06) يوضح المواقع التي يستخدمها الأئمة أكثر من غيرها

النسبة المئوية	العدد	المواقع
32%	8	مواقع التواصل الاجتماعي
44%	11	المواقع الإلكترونية
16%	4	المدونات
8%	2	مواقع التواصل +الإلكترونية
100%	25	المجموع

## شكل (06) يوضح المواقع التي يستخدمها الأئمة أكثر من غيرها

مواقع التواصل +الإلكترونية ■ المدونات ■ المواقع الإلكترونية ■ مواقع التواصل الاجتماعي ■



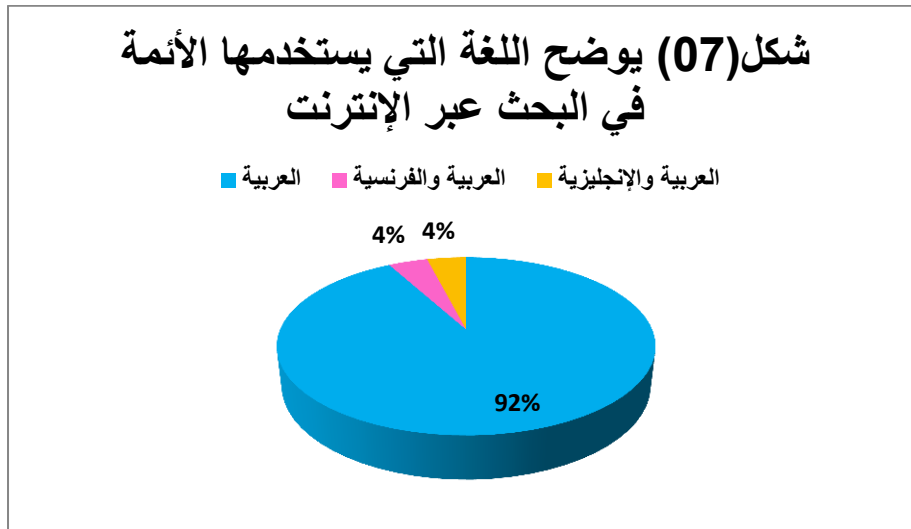
من خلال الجدول و الشكل (06) نلاحظ أن المواقع الإلكترونية هي الأكثر استخداما من قبل أفراد العينة حيث بلغ عدد الذين يستخدمونها 13 بنسبة 52%، تليها مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 40% وهذا باحتساب 8% من افراد العينة يستخدمون الاثنين معا أما المدونات ( Blogs ) فلا يستخدمها إلا قلة من أفراد العينة ما يشكلون نسبة 16%. فالمواقع الإلكترونية يعتمد عليها الامام لسهولة استخدامها كما ان أغلب الجمهور يستغلها لذلك كان التخاطب معهم عن طريق هذه المواقع.

7. اللغة المستخدمة في البحث عبر الإنترنت:

لمعرفة اللغة التي يستخدمها الأئمة - عينة الدراسة - في البحث عبر الإنترنت تم طرح السؤال التالي: ما هي اللغة التي تستخدمها في بحثك عبر الإنترنت؟ والذي يجاب عنه من خلال خمسة بدائل (العربية، الفرنسية، الإنجليزية، الأمازيغية، لغة أخرى) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (07) والشكل البياني الذي يليه.

جدول (07) يوضح اللغة التي يستخدمها الأئمة في البحث عبر الإنترنت

النسبة المئوية	العدد	اللغة
92%	23	العربية
4%	1	العربية والفرنسية
4%	1	العربية والإنجليزية
100%	25	المجموع



من خلال الجدول (07) نلاحظ أن اللغة العربية هي

الأكثر استخداماً من قبل أفراد العينة حيث يستخدمها جميع أفراد العينة، في حين أن الفرنسية و الإنجليزية يستخدم كل منهما فرد واحد من أفراد العينة وهذا بمعية اللغة العربية وهو ما يشكل نسبة 04% لكل واحدة. وعليه فالأئمة يستخدمون اللغة العربية و ذلك لأنها اللغة التي جاء بها القرآن الكريم كما أنها اللغة التي يفهمها أغلبية الجمهور فالإمام يلقي خطبه باللغة العربية مما جعله يعتمد عليها في توظيفه للانترنت ونشر عمله الدعوي و هي اللغة المناسبة لتوصيل رسالته الدعوية.

#### المحور الثاني مساهمة الانترنت في النشاط الدعوي.

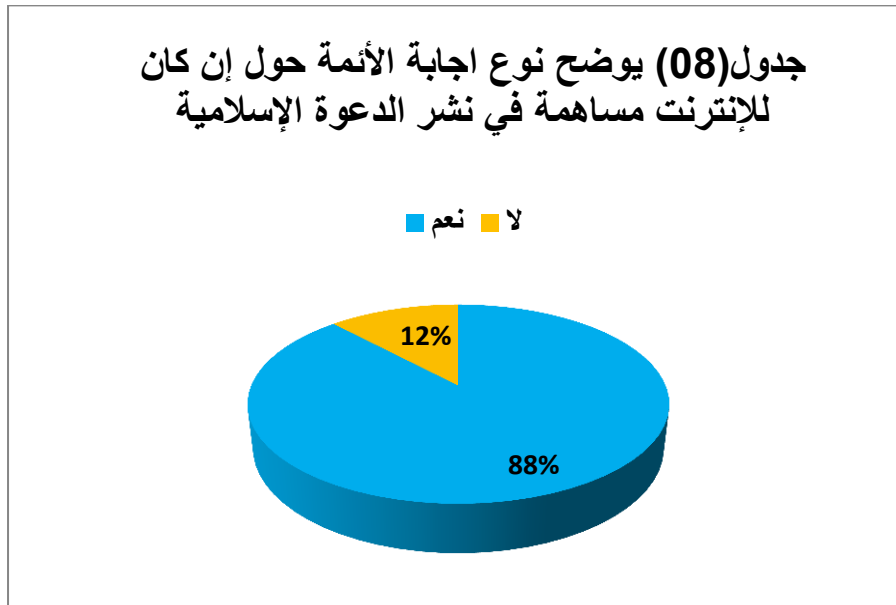
لمعرفة مساهمة الانترنت في النشاط الدعوي قمنا بطرح (06) تساؤلات و بداية ب:

#### 8. معرفة إن كان للإنترنت مساهمة في نشر الدعوة الإسلامية:

لمعرفة إن كان للإنترنت مساهمة في نشر الدعوة الإسلامية تم طرح السؤال التالي على الأئمة -عينة الدراسة-: هل ساهمت الإنترنت في سرعة انتشار الدعوة الإسلامية ؟ والذي يجاب عنه من خلال بديلين (نعم، لا) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (08) والشكل البياني الذي يليه.

جدول (08) يوضح نوع اجابة الأئمة حول إن كان للإنترنت مساهمة في نشر الدعوة الإسلامية

نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	22	88%
لا	3	12%
المجموع	25	100%



من خلال الجدول والشكل (08) نلاحظ 88% من أفراد العينة أجابوا بأن للإنترنت دور في نشر الدعوة الإسلامية ، في حين أن ثلاثة فقط من أفراد العينة وهم ما يشكلون نسبة 12% أجابوا بـ (لا) أي أنه ليس للإنترنت دور في نشر الدعوة الإسلامية. وعليه فإن الانترنت ساهمت في نشر الدعوة وذلك كون الانترنت سهلة الاستعمال و سريعة الانتشار كما أنها تصل لكل فرد في بقاع الأرض كما أن الانترنت تتوفر على العديد من المزايا التي تساهم في نشر الدعوة .

ولأئمة الذين اختاروا الاجابة بنعم فقد برروا ذلك ساهمت الانترنت في سرعة انتشار الدعوة الاسلامية لكثرة المواقع للدعاة و استغلالها في دعوة المسلمين و غير المسلمين الى الاسلام، كما ان الانترنت ساهمت في سرعة انتشار الدعوة و ذلك لكثرة ا

لمترددين عليها بغية الدخول في الاسلام كما ان كل ما تنشره من دعوة يصل الى الملايين في لمح البصر،بالإضافة الى ان الانترنت تساعد الفرد في الاطلاع على أكثر من خطبة و محاضرة و درس لمشايخ عديدة و في مدن متفرقة و ربما حتى في وقت واحد وكذلك دقة المعلومة و الاطلاع المباشر على الأحداث الجديدة و الطارئة،و الآن اصبح العالم قرية صغيرة و هذا للتقدم الكبير لهذه الوسيلة العلمية (الانترنت) و اصبح و جودها متوفرا و مستسهلا لأي أحد و طبيعة الناس للتعرف تعتبر فطرية أضف الى ذلك ميول الناس ورغباتهم.

كما برر أئمة آخرون بأن الانترنت تكشف الشبهات المثارة ضد الدين الاسلامي ،و الانترنت تساعد في طرح الدروس و المحاضرات و خطب الجمعة و توفير المراجع و الالمام بالواقع و متابعة المستجدات ،و عن طريق الانترنت يتواصل الدعاة مع بعضهم البعض،و الذي لا يمكنك الوصول إليه في أرض الواقع تصل اليه من خلال المواقع الالكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي في اسرع وقت و مع أكبر عدد ممكن على اختلاف لغاتهم و دياناتهم و ثقافتهم و هذا مما يسهل و يسرع وصول المعلومة الدينية الى أبعد الحدود و في أقرب وقت .

ساهمت الانترنت في نشر الدعوة و ليس هذا فحسب بل يمكن تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة و الآراء الهدامة لا سيما الدخيلة على المجتمع الجزائري و ذلك من خلال التواصل عبر الانترنت.كما تتم المشاركة في المنتديات الاسلامية و تقديم النصح بضرورة المحافظة على المرجعية الدينية و الوحدة الوطنية و محاربة الفتن و الطوائف الدخيلة على المجتمع.

الانترنت وسيلة مؤثرة و فعالة في صناعة الرأي و اقناع الآخرين و اتاحة طرح الأفكار و المواضيع ومناقشتها مع أكبر عدد ممكن من الأفراد اضافة الى خاصية تبادل الأفكار و الآراء مع الآخرين.

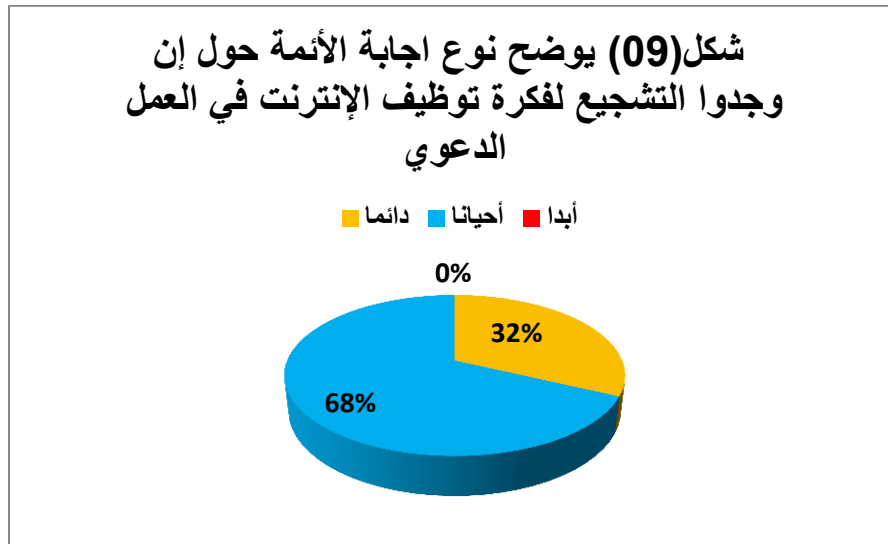
### 9. معرفة إن وجد الأئمة التشجيع لفكرة توظيف الإنترنت في العمل الدعوي:

لمعرفة إن وجد الأئمة -عينة الدراسة- التشجيع لفكرة توظيف الإنترنت في العمل الدعوي تم طرح السؤال التالي عليهم: هل وجدت تشجيعا لفكرة توظيف الإنترنت في العمل الدعوي ؟ والذي يجاب عنه من خلال ثلاثة بدائل (دائما، أحيانا، أبدا) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (09) والشكل البياني الذي يليه.

جدول (09) يوضح نوع اجابة الأئمة حول إن وجدوا التشجيع لفكرة توظيف الإنترنت في العمل

الدعوي.

نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
دائما	8	32%
أحيانا	17	68%
أبدا	0	0%
المجموع	25	100%



من خلال الجدول (09) والشكل الذي يليه نلاحظ أن كل أفراد العينة وجدوا التشجيع لفكرة توظيف الإنترنت في العمل الدعوي، إلا أن 32% من أفراد العينة أجابوا بأنهم وجدوا ذلك بشكل دائم أما البقية وهم يشكلون 68% فوجدوه أحيانا. وهذا راجع الى ان الدعوة امر ضروري يعم بالفائدة لذا وجب تشجيع الأئمة لمواصلة اعمالهم الدعوية.



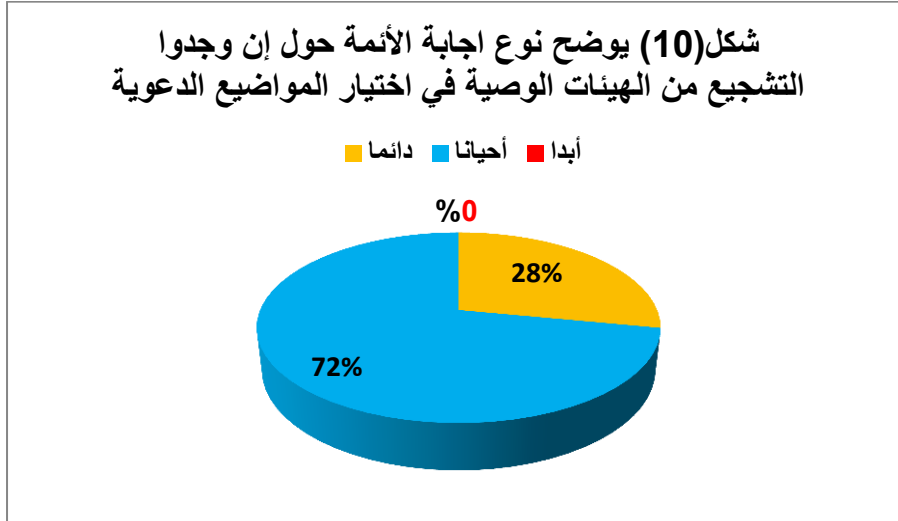
10. معرفة إن وجد الأئمة التشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع الدعوية:

لمعرفة إن وجد الأئمة -عينة الدراسة- التشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع الدعوية تم طرح السؤال التالي عليهم: هل هناك تشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع الدعوية ؟ والذي يجاب عنه من خلال ثلاثة بدائل (دائما، أحيانا، أبدا) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (10) والشكل البياني الذي يليه.

جدول (10) يوضح نوع اجابة الأئمة حول إن وجدوا التشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع

الدعوية

نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
دائما	7	28%
أحيانا	18	72%
أبدا	0	0%
المجموع	25	100%



من خلال الجدول (10) مع الشكل البياني نلاحظ أن كل أفراد العينة وجدوا التشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع الدعوية ، إلا أن 28% من أفراد العينة أجابوا بأنهم وجدوا ذلك بشكل دائم أما البقية وهم يشكلون 72% فوجدوه أحيانا. وذلك لضرورة التنسيق بين الأئمة و الهيئات الوصية كما ان اختيار المواضيع فيه شورى بين مديرية الشؤون الدينية و الأئمة حسب الضرورة مثلا في المناسبات الدينية يتم تشجيع الإمام ليبادر بالأفضل ويعرف بتلك المناسبة .

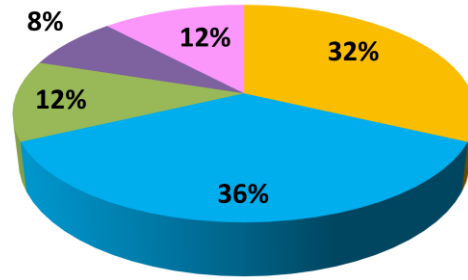
### 11. المميزات التي تجعل الأئمة يعتمدون على الإنترنت في العمل الدعوي:

لمعرفة المميزات التي تجعل الأئمة -عينة الدراسة- يعتمدون على الإنترنت في العمل الدعوي تم طرح السؤال التالي عليهم: ما هي المميزات التي تجعلك تعتمد على الإنترنت في العمل الدعوي؟ والذي يجب عنه من خلال أربعة بدائل (التفاعلية، السرعة، الدقة، تعدد الوسائط) وكانت النتائج كما هي مبينة في الجدول رقم (11) والشكل البياني الذي يليه. نجد هناك تقارب في النسبة المئوية بين التفاعلية والسرعة لأن الامام غرضه توصيل الرسالة الدعوية بسرعة و رؤية ما مدى تفاعل الجمهور مع هذه الرسالة الدعوية .

النسبة المئوية	العدد	الميزة
32%	8	التفاعلية
36%	9	السرعة
12%	3	الدقة
8%	2	تعدد الوسائط
12%	3	جميعها
100%	25	المجموع

شكل (11) المميزات التي تجعل الأئمة يعتمدون على الإنترنت في العمل الدعوي

جميعها    تعدد الوسائط    الدقة    السرعة    التفاعلية



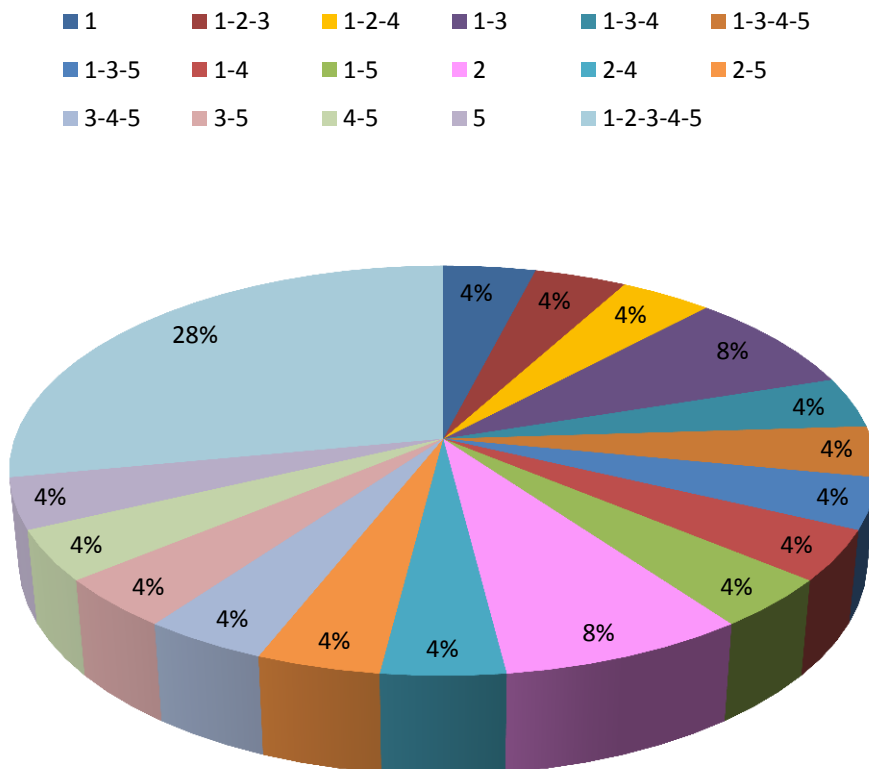
12. الهدف الذي يسعى إليه الأئمة من خلال توظيف الإنترنت في المجال الدعوي:

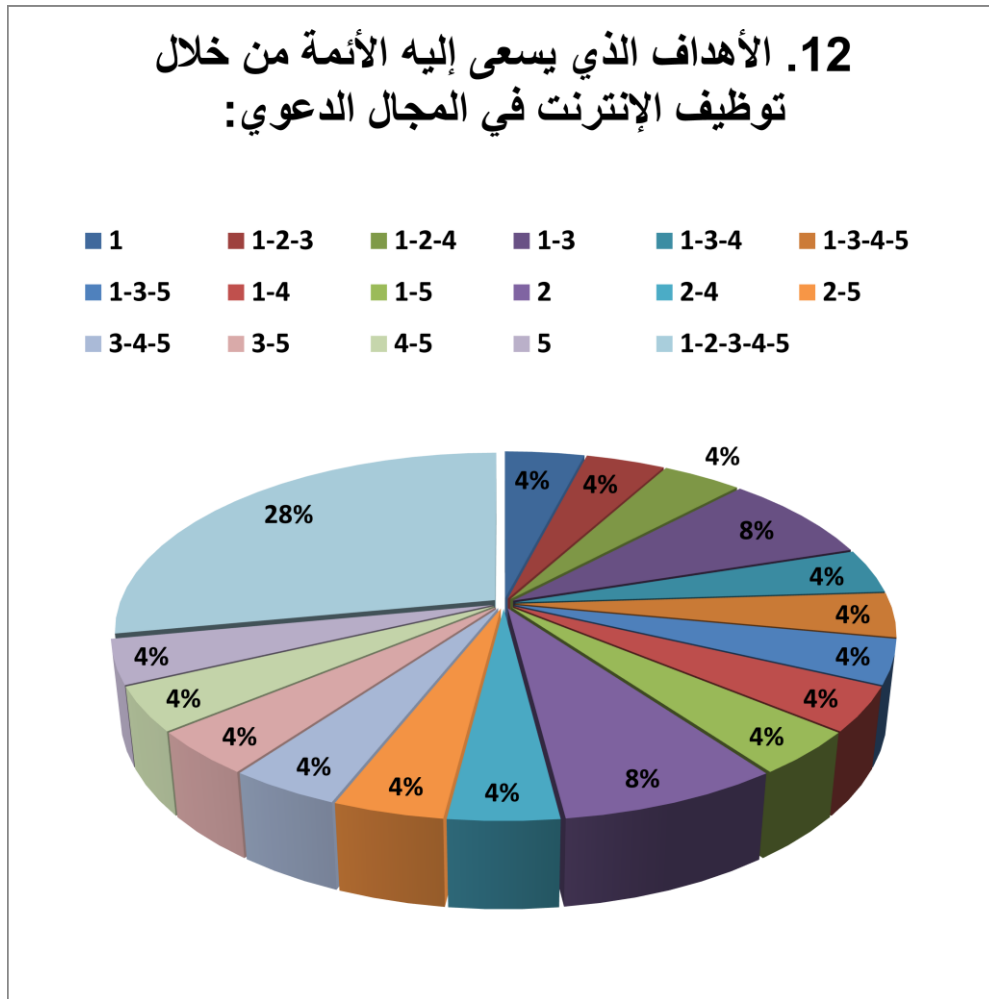
الهدف	العدد	النسبة المئوية
الحصول على المعلومات	1	4%
الحصول على الأهداف، التواصل مع الشيوخ، تجديد الخطاب الديني.	1	4%
الحصول على المعلومات، التواصل مع الشيوخ، توسيع المجال الجغرافي للدعوة.	1	4%
الحصول على المعلومات، تجديد الخطاب الديني.	2	8%
الحصول على المعلومات، تجديد الخطاب الديني، توسيع المجال الجغرافي للدعوة.	1	4%
الحصول على المعلومات، تجديد الخطاب الديني، توسيع المجال الجغرافي للدعوة، مواكبة المستجدات.	1	4%
الحصول على المعلومات، تجديد الخطاب الديني، مواكبة المستجدات.	1	4%
مواكبة المستجدات، توسيع المجال الجغرافي للدعوة.	1	4%
الحصول على المعلومات، مواكبة المستجدات.	1	4%
التواصل مع الشيوخ.	2	8%
التواصل مع الشيوخ، توسيع المجال الجغرافي للدعوة.	1	4%
التواصل مع الشيوخ، مواكبة المستجدات	1	4%
تجديد الخطاب الديني، توسيع المجال الجغرافي للدعوة، مواكبة المستجدات	1	4%
تجديد الخطاب الديني، مواكبة المستجدات	1	4%
توسيع المجال الجغرافي للدعوة، مواكبة المستجدات	1	4%
مواكبة المستجدات	1	4%

28%	7	الحصول على المعلومات،التواصل مع الشيوخ،تجديد الخطاب الديني،توسيع المجال الجغرافي للدعوة،مواكبة المستجدات
100%	25	المجموع

اذن من خلال الجدول نلاحظ ان الأئمة اختياراتهم كانت متشابهة ومتقاربة وذلك لأنها أهداف ايجابية تعود بالفائدة على متلقيها و اعلى نسبة كانت التواصل مع الشيوخ كون الأئمة يتواصلون مع بعضهم البعض وذلك كون الأئمة يحتاجون بعضهم البعض.

شكل (12) الأهداف التي يسعى إليها الأئمة من خلال توظيف الإنترنت في المجال الدعوي



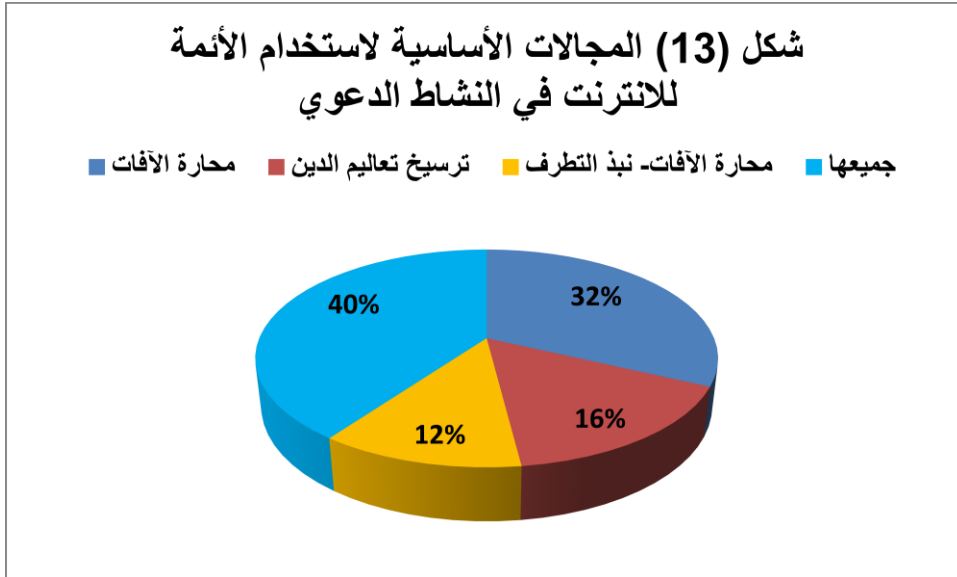


من خلال الجدول والشكل رقم 12 في الهدف الذي يسعى إليه الامام من خلال توظيفه للانترنت في العمل الدعوي

اذن من خلال الجدول نلاحظ ان الأئمة اختياراتهم كانت متشابهة ومقاربة وذلك لأنها أهداف ايجابية تعود بالفائدة على متلقيها و اعلى نسبة كانت التواصل مع الشيوخ كون الأئمة يتواصلون مع بعضهم البعض وذلك كون الأئمة يحتاجون بعضهم البعض.

## 13. المجالات الأساسية لاستخدام الأئمة للانترنت في النشاط الدعوي:

النسبة المئوية	العدد	المجال
32%	8	محاربة الآفات
16%	4	ترسيخ تعاليم الدين
12%	3	محاربة الآفات- نبذ التطرف
40%	10	جميعها
100%	25	المجموع



اذن من خلال الجدول رقم 13 والشكل المتمثل في المجالات الاساسية لاستخدام الانترنت في النشاط الدعوي نلاحظ ان جميع المجالات تم اختيارها 10 مرات بنسبة 40% ومحاربة الآفات الاجتماعية تكررت 8 مرات بنسبة 32% تليها ترسيخ تعاليم الدين بنسبة 16% اما المجالات الباقية فقد كانت بنسبة 12% وعليه فان الأئمة يعتمدون على معظم المجالات لأنها ضرورية لمواصلة عملهم الدعوي كما ان محاربة الآفات الاجتماعية يسعى اليها اغلبية الأئمة كون هذه الأخيرة انتشرت بكثرة وكان لزاما اختيار الحلول المناسبة لتفاديها و محاربتها من هذا المجتمع.

المحور الثالث أهمية استخدام الأئمة للإنترنت في استقطاب الأجيال الجديدة

يتمثل هذا المحور في طرح (09) تساؤلات وهي كما يلي:

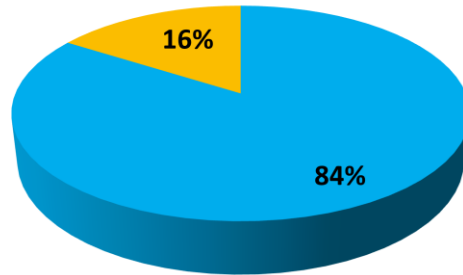
14. رأي الأئمة حول ضرورة استخدام الإنترنت في استقطاب الأجيال الجديدة:

جدول (14) وجهة نظر الأئمة حول ضرورة استخدام الإنترنت في استقطاب الأجيال الجديدة

نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	21	84%
لا	4	16%
المجموع	25	100%

شكل (14) وجهة نظر الأئمة حول ضرورة استخدام الإنترنت في استقطاب الأجيال الجديدة

■ نعم ■ لا

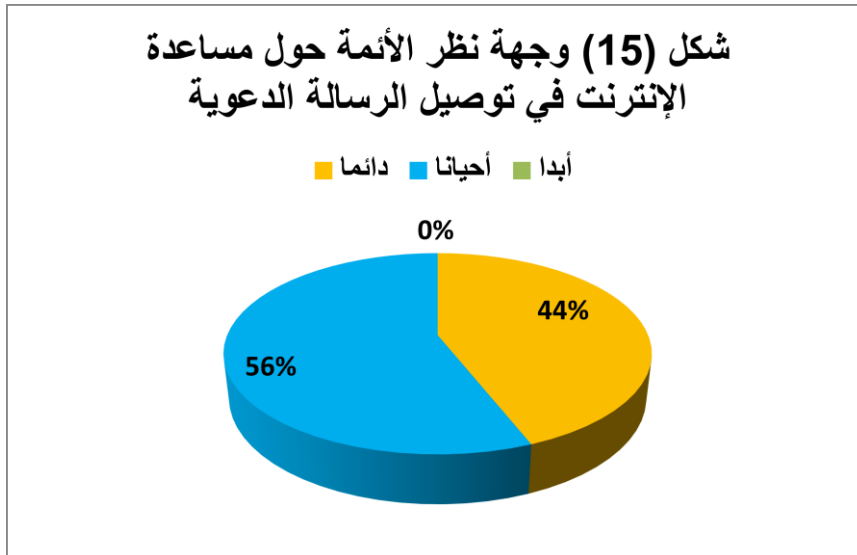




يمثل الجدول و الشكل رقم (14) رأي الأئمة حول ضرورة نشر الدعوة بين الأجيال الجديدة و ذلك من خلال خيارين (نعم،لا) و عليه ألاحظ ان اغلبية الأئمة اختاروا الاجابة بنعم وذلك بنسبة 84% حيث تعتبر الانترنت ضرورية لنشر الدعوة بين الأجيال الجديدة كون ان هذه الأخيرة تعتمد بكثرة على الانترنت وعليه يتم استهدافهم من خلال هذه التكنولوجيا وكي تتم نشر الدعوة بسهولة و جذب اكبر عدد ممكن من الشباب و لأن الأجيال الجديدة تعاني من بعض الآفات الاجتماعية و عدم فهم بعض القضايا الاسلامية كان من الضروري الاعتماد على الانترنت لنشر الدعوة بينهم.

#### جدول (15) وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الإنترنت في توصيل الرسالة الدعوية

نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
دائما	11	44%
أحيانا	14	56%
أبدا	0	0%
المجموع	25	100%



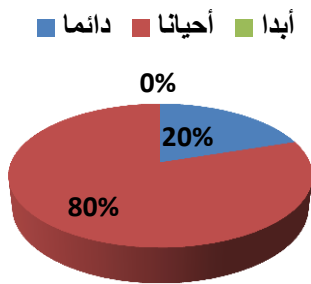
من خلال الجدول والشكل رقم (15) المتمثل في وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الانترنت في توصيل الرسالة الدعوية وذلك باختيار البدائل التالية (دائماً، أحياناً، أبداً) وعليه نلاحظ بأن أعلى نسبة تمثلت في الخيار (أحياناً) بنسبة 56% كون الانترنت تساعد في توصيل الرسالة الدعوية فأحياناً يتم استقبالها من قبل المتلقي كون هذه الوسيلة سريعة الانتشار كما نلاحظ ان إحدى عشر إمام اختار الاجابة ب دائماً وبنسبة 44% فالانترنت تساعد في توصيل الرسالة الدعوية كون هذه الأخيرة منتشرة في كل مكان وتستعمل في كل زمان ايضاً توفرها على الدقة و التفاعلية مما يجعل الرسالة الدعوية في استقبال سريع من طرف المتلقي. في حين لم يختار احد أفراد العينة الخيار (أبداً) لأن الانترنت أصبحت من الضروريات التي يحتاجها الفرد و نظراً لمزاياها المتعددة و اقبال الجمهور عليها حيث تصل الرسالة الدعوية بالسرعة المطلوبة والتي يتمناها الامام كي تصل للجمهور .

16. ازدياد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الإنترنت في نشر الدعوة:

جدول (16) ازدياد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الإنترنت في نشر الدعوة

نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
دائماً	5	20%
أحياناً	20	80%
أبداً	0	0%
المجموع	25	100%

شكل (16) ازدياد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الإنترنت في نشر الدعوة

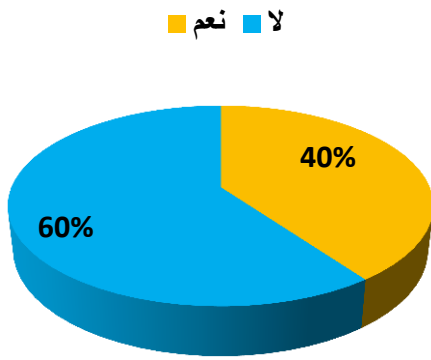


يمثل الجدول رقم (16) مع الشكل: ازدياد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الانترنت في نشر الدعوة باختيار احد البدائل (احيانا، دائما، أبدا) وعليه نلاحظ بأن اعلى نسبة والتي تمثلت في 80% بالاعتماد على الخيار (احيانا) فقد يزداد التفاعل مع هذه الأجيال باعتبار هذه الأخيرة تستقطب الانترنت تليها نسبة 20% حيث اختار الأئمة البديل (دائما) في حين ان الاختيار الثالث (دائما) تحصل على نسبة 0% وعليه يزداد التفاعل مع الاجيال الجديدة عند الاعتماد على الانترنت في نشر الدعوة كون هذه الأخيرة تستهدف من طرف الأئمة حيث تحتوي مضامين الأئمة على رسائل موجهة للشباب و دعوته لإتباع طرق سليمة فيتم التفاعل مع الرسالة الدعوية واحيانا اخرى يرغب الجيل الجديد في طلب توضيح بعض القضايا المتعلقة بالدين كما تتفاعل الأجيال الجديدة مع احياء المناسبات كالمناسبات الدينية فالدعوة لمثل هذه المناسبات تجعل من الفرد يبدي رأيه و معايشة هذا الحدث.

#### 17. توظيف الأئمة لمجموعات الدردشة لممارسة

#### العمل الدعوي

شكل (17) توظيف الأئمة لمجموعات الدردشة لممارسة العمل الدعوي



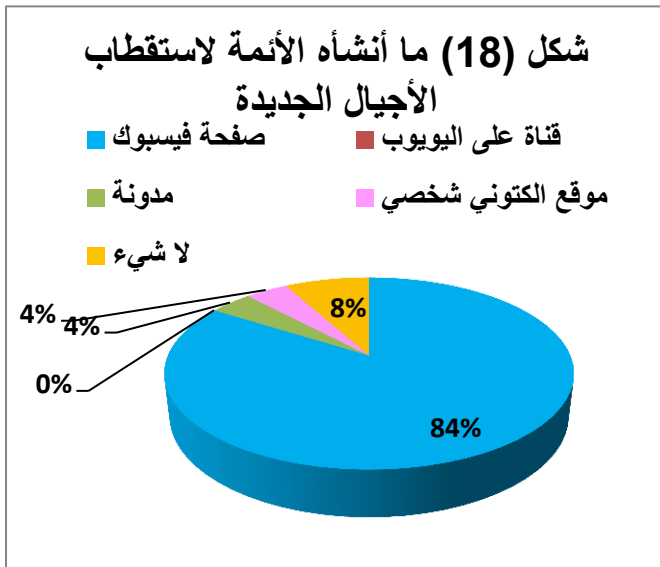
الاجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	10	40%
لا	15	60%
المجموع	25	100%

يمثل الجدول رقم (17) توظيف الأئمة لمجموعات الدردشة لممارسة العمل الدعوي حيث اعتمدنا على خيارين وهما (نعم ،لا)ومنه نلاحظ ان اعلى نسبة والتي تمثلت في 60% من خلال الاعتماد على الجواب (لا) فأغلبية الأئمة لا يوظفون مجموعات الدردشة لأن غرضهم هو نشر الدعوة على أوسع نطاق ممكن دون الرجوع للدردشة

بالاضافة الى ان عشر أئمة يوظفون مجموعات الدردشة بنسبة 40% كون ان مجموعات الدردشة تساعدهم في ممارسة العمل الدعوي.

### 18. ما أنشأه الأئمة لاستقطاب الأجيال الجديدة:

جدول (18) ما أنشأه الأئمة لاستقطاب الأجيال الجديدة



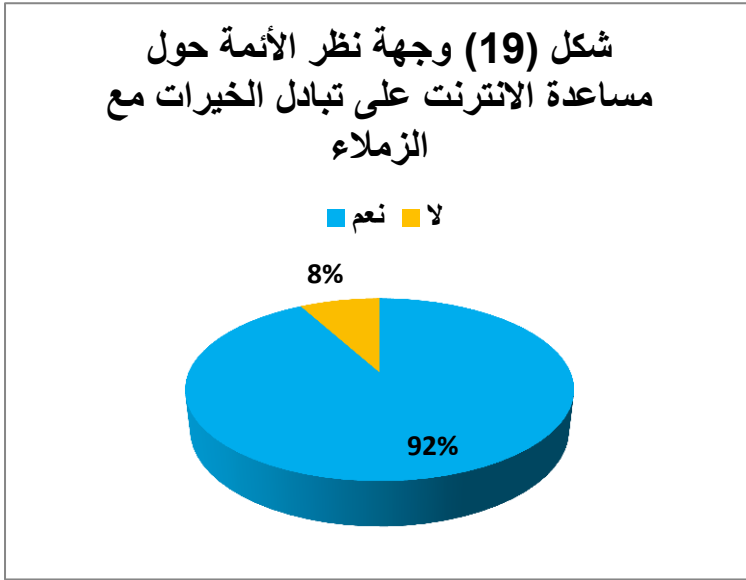
النسبة المئوية	العدد	انشاء
84%	21	صفحة فيسبوك
0%	0	قناة على اليوتيوب
4%	1	مدونة
4%	1	موقع الكتوني شخصي
8%	2	لا شيء
100%	25	المجموع

يمثل الجدول رقم (18) مع الشكل البياني: ما تم انشاءه من قبل أفراد العينة (الأئمة) لاستقطاب الأجيال الجديدة وبالتالي نلاحظ ان النسبة الأعلى و المتمثلة في 84% كانت بإنشاء صفحة على الفايسبوك حيث يعتبر الفايسبوك موقع سهل الانشاء وبسيط الاستعمال كما ان أغلبية الأفراد يمتلكون الفايسبوك لذا كان على الإمام انشاء صفحة فايسبوك لاستهداف الفرد الذي يوظف الفايسبوك في حين ان منشوراته

تصل بسرعة للجمهور ،كما نلاحظ ان انشاء المدونة والموقع الالكتروني تكرر مرة واحدة بنسبة 4% لكل واحدة في حين ان اثنين من أفراد العينة لن يقوموا بانشاء مثل هذه الأمور.

19. وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الانترنت على تبادل الخبرات مع الزملاء:

جدول (19) وجهة نظر الأئمة حول مساعدة الانترنت على تبادل الخبرات مع الزملاء



الاجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	23	92%
لا	2	8%
المجموع	25	100%

يمثل الجدول رقم (19) وجهة نظر العينة على مساعدة الانترنت في تبادل الخبرات و الأفكار مع الزملاء الأئمة لجذب الشباب و عليه نلاحظ ان 23 إمام اختار الاجابة ب (نعم) بنسبة 92% وذلك لكثرة مواقع العلماء و أهل السنة و الجماعة و ما فيها حيث يتم تبادل الخبرات فيما بينهم و مساعدة بعضهم البعض في تفسير أمور الدين وتصحيح المفاهيم الخاطئة،في حين نجد ان 8% اعتمد الاجابة ب لا كون ان الانترنت لم تساعدهم على تبادل الافكار مع زملائهم الأئمة لجذب الشباب.

20. وجهة نظر الأئمة حول اقبال الأجيال الجديدة على الدعوة عبر الإنترنت:

جدول (20) وجهة نظر الأئمة حول اقبال الأجيال الجديدة على الدعوة عبر الإنترنت

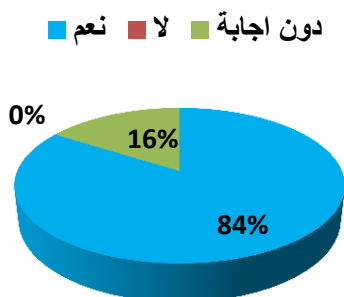
نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
دائما	7	28%
أحيانا	17	68%
أبدا	1	4%
المجموع	25	100%

يمثل الجدول رقم (20) وجهة نظر الأئمة حول اقبال الأجيال الجديدة على الدعوة عبر الانترنت وعليه تتمثل اعلى نسبة والتي تقدر ب 68% للخيار (احيانا) يليه الخيار الثاني بنسبة 28% للأئمة الذين اختاروا الاجابة ب (دائما) في حين ان إمام واحد اجاب ب ابدا والتمثل في 4% وعليه فان هناك اقبال من طرف الاجيال الجديدة حول الدعوة عبر الانترنت كون هذه الاجيال بحاجة الى المعرفة و فهم ما يدور في واقعنا وكيفية الاستفادة من هذه الدعوة لان الدعوة ترشده لما هو أفضل و ابراز الحلول كالحلول التي نجدها ضمن القرآن الكريم. فالأجيال الجديدة تسعى للوصول الى المعلومات و الاستفادة منها

جدول (21) وجهة نظر الأئمة حول ان كان استخدامهم للإنترنت يزيد من استقطاب الأجيال الجديدة

نحو العمل الدعوي

شكل (21) وجهة نظر الأئمة حول ان كان استخدامهم للإنترنت يزيد من استقطاب الأجيال نحو العمل الدعوي



نوع الاجابة	العدد	النسبة المئوية
نعم	21	84%
لا	0	0%
دون اجابة	4	16%
المجموع	25	100%

يمثل الجدول رقم (21) وجهة نظر الأئمة حول استقطاب الأجيال الجديدة نحو العمل الدعوي باستخدام الانترنت حيث نلاحظ ان 21 من افراد العينة اجابوا ب (نعم) وبنسبة مئوية تقدر ب 84 % في حين ان 16% لم يجب عن هذا السؤال، ومن خلال نستنتج بأن الانترنت تزيد من استقطاب هذه الفئة الجديدة نحو العمل الدعوي فلا يخفى علينا بروز الانترنت في عالمنا الحاضر حيث يستخدمها الفرد في حياته اليومية .فالإمام اصبح عليه مواكبة هذا التطور ومسايرة احداثه و ابراز الصواب من الخطأ

:ايجابيات وسلبيات استخدام الانترنت في العمل الدعوي:

حيث ابدى افراد العينة رأيهم و ابراز الايجابيات والسلبيات حول استخدام الانترنت في المجال الدعوي فالانترنت سلاح ذو حدين تتضمن وجه ايجابي والآخر سلبي ومن بين ايجابياتها نجد :

نشر الاسلام الصحيح الخالي من التطرف الى المجتمع الغربي و الدفاع عن مبادئ الاسلام و رموزه كما توسع الانترنت من المجال المعرفي للفرد و امكانية المناقشة بحوار بناء و النصح للغير و تقريب الرأي كما تساعد على تطوير المستقى الفكري و امكانية الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر بدون عوائق و موانع, اكتساب خبرات ومهارات في الخطاب الدعوي و مواكبة المستجدات في الخطاب .

ابانة و توجيه الشباب الى الفكر الصحيح و الفهم السليم لخطاب الشريعة و فلسفة الاسلام للواقع و عدم ترك الساحة خالية لناشري الفساد بكل انواعه الفكري و الروحي و الأخلاقي و الثقافي.

المساهمة في استقطاب الشباب و الرد على انشغالاته و تساؤلاته و اعداد مجموعات عمل في الدعوة الواحدة كما يتم تدريب الدعاة على ان يكون لديهم خطة عمل دعوية واضحة و اعداد حلقات يتم من خلالها مناقشة قضايا مجتمعه و عالمه.

استقطاب أكبر عدد ممكن من الناس و خاصة فئة الشباب ،و تحفيز الداعية للعمل في هذا المجال و استغلاله.

توسيع نطاق الدعوة عبر شبكة التواصل الاجتماعي .

التواصل مع العلماء و المشايخ الذين لا يمكنك السفر اليهم و لا الالتقاء بهم.

الانفتاح عبر العالم و التفاعل مع الآخرين مسايرة الأحداث.

و من بين سلبيات الانترنت في العمل الدعوي ابدأ الأئمة رأيهم كالتالي:

اشاعة الفرقة و الخلاف بين أفراد الأمة الواحدة باسم المذهبية أو الطائفية .

نشر الأفكار الضالة و الفتاوى الهدامة

المواقع الاباحية و نشر الفاحشة و الرذيلة.

و جود اكثر من وجهة و ديانة و اختلاف الأفكار بكل أنواعها و المتطرفة التي قد تؤدي لضياع كثير

من المتصفحين.

الدعاية الكاذبة و الاقتراء و عدم تصفية كل ما يوجد فيها من الشوائب.

وجود أفكار هدامة للدين و الوطن.

الادمان على الانترنت حيث تشغل جل وقت المستخدم .

التصادم مع اصحاب الأفكار الهدامة و النفوس المريضة .

ضياع الوقت و الاستغناء عن بعض الواجبات و صلة الرحم .

الانترنت فضاء مفتوح على كل شيء دون مراقبة أو توجيه.

فتح باب الشبهات لإضعاف تمسك أبناء المسلمين بدينهم ما ولد فيهم ضعف الوازع الديني.



## تحليل وتفسير النتائج على ضوء الفرضيات :

لكل فرضية توضع لا بد من التأكد من تحقيقها أو نفيها، لأن أساس البحث العلمي هو افتراض اجابات نتوقعها بالجانبين التأكيد و النفي لذا سأحاول في هذا العنصر اثبات مصداقية الفرضيات التي اعتمدت عليها في دراستي لموضوع توظيف الانترنت في العمل الدعوي.

الفرضية 1 يستخدم أئمة المساجد بور قلة الانترنت:

حيث اتضحت هذه الفرضية من خلال الأسئلة التي كانت لها علاقة كبيرة بالفرضية و المتمثلة في السؤال (1) من المحور الأول حيث كانت الاجابة ب دائما بنسبة 36% و الاجابة ب أحيانا لأغلبية عينة الدراسة و ذلك بنسبة 60 % في حين ان فرد واحد أجاب ب أبدا حيث لا يستخدم الانترنت. كما ان التساؤل رقم (6) من المحور ذاته و الذي يقول: ما هي المواقع التي تستخدمها أكثر من غيرها ، وعليه فقد اختار جميع أفراد العينة المواقع التي يستخدمونها حيث كانت الاجابة ب اختيار المواقع الالكترونية بنسبة 44 % و مواقع التواصل الاجتماعي ب 32 % اما المدونات بنسبة 16 % ومواقع التواصل مع المواقع الالكترونية ب نسبة 8 كما ان هناك ملاحظة و هو انه في السؤال الأول من المحور الأول واحد من أفراد العينة أجاب بأنه لا يستخدم الانترنت و عليه في سؤالنا هذا رقم (6) من نفس المحور نجد ان جميع أفراد عينة البحث قام باختيار المواقع التي يعتمدها ، وعليه نستطيع القول ان عينة الدراسة و المتمثلة في أئمة ولاية ورقلة يستخدمون الانترنت.

. أما فيما يتعلق بالفرضية الثانية: تساهم الانترنت في العمل الدعوي حيث اتضح لنا من خلال التساؤل رقم (8) المحور الثاني مساهمة الانترنت في النشاط الدعوي فقط كانت إجابة أغلبية أفراد العينة ب نعم و بنسبة مئوية تقدر ب 88%، و ثلاث (3) من بقية أفراد العينة فقد أجابوا ب لا بنسبة مئوية تقدر ب 12% و عليه نستطيع القول ان الانترنت ساهمت في النشاط الدعوي.

ننتقل الى الفرضية الثالثة: تتبنى الأجيال الجديدة الدعوة من خلال توظيف الانترنت.

يتضح ان من خلال التساؤل رقم (14) ضمن المحور الثالث حيث نجد ان 84% اجابوا ب (نعم) في حين ان 6% اجابوا ب (لا)، كما ان السؤال 16 من نفس المحور: هل يزداد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الانترنت في نشر الدعوة نجد ان 20% اجابوا ب دائما في حين نجد ان 80% من أفراد العينة اختاروا الاجابة ب (احيانا)، بالإضافة الى السؤال (20) حيث نجد 68% من افراد العينة كانت اجابتهم باختيار الاجابة احيانا في حين ان 28% من افراد العينة أقروا بأن هناك دائما اقبال من طرف الأجيال الجديدة على الدعوة عبر الانترنت، و عليه نستطيع القول بان الأجيال الجديدة تتبنى الدعوة من خلال توظيف الانترنت.

**النتائج العامة للدراسة:** هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع توظيف الانترنت في العمل الدعوي

لأئمة بعض المساجد بولاية ورقلة وتوصلنا الى النتائج التالية:

النتيجة العامة: يوظف أئمة المساجد الانترنت في العمل الدعوي.

أما فيما يتعلق بالفرضيات توصلنا من خلالها الى:

. يستخدم أئمة المساجد بورقلة الانترنت بنسبة 36% دائما يوظفون الانترنت في حين انه 60% يوظفون

الانترنت من حين الى حين. بالاعتماد على مكان مفضل ووقت معين و فترة زمنية محددة باختيار وسيلة

تناسب الإمام لنشر دعوته بواسطة اللغة العربية.

. تساهم الانترنت في النشاط الدعوي بنسبة 88% فالانترنت تساهم في نشر الدعوة نظرا للمميزات التي

تمتلكها من التفاعلية و السرعة و الدقة و تعدد الوسائط، كما ان أفراد العينة يسعون لتحقيق اهداف من

بينها الحصول على المعلومات و التواصل مع الشيوخ بالإضافة لتجديد الخطاب الديني و مواكبة

المستجدات و توسيع المجال الجغرافي للدعوة. فاستخدام الانترنت في النشاط الدعوي يتمثل في مجالات

مثل محاربة الآفات الاجتماعية و نبذ التطرف و غيرهما....

. تتبنى الأجيال الجديدة الدعوة من خلال توظيف الانترنت بنسبة 84% فالانترنت تساعد في توصيل الرسالة الدعوية مع ازدياد التفاعل مع الأجيال الجديدة كما ان الانترنت تساعد على تبادل الخبرات و الأفكار.

فالانترنت رغم ايجابياتها الى انها كباقي الوسائل سلاح ذو حدين لكن توظف لاغراض ايجابية مثل العمل الدعوي الذي يقوم به الأئمة.

خاتمة

## الخاتمة

وسائل الإعلام أصبحت ذات أهمية في نشر و تبليغ الدعوة التي بدأها الرسول صلى الله عليه و سلم، و استكملها الصحابة رضوان الله عليهم، مروراً بالتابعين و تابعي التابعين حتى وقتنا الحاضر، كما ان ظهور وسائل التواصل و الاتصال الحديثة في هذا العصر كشبكة الانترنت لا ينبغي تجاهلها من طرف الداعية و ان يستخدم هذه الوسيلة الحديثة في أسلوب الدعوة فهي توفر الكثير من الوقت و الجهد في ظل سهولة التواصل بسبب ظهور التقنيات الحديثة التي تمكن الدعاة من التواصل.

وعليه نستنتج بأن الانترنت تستخدم لأغراض عدة من بينها تبليغ الدعوة و هذا ما تضمنته دراستنا الحالية في توظيف الانترنت في العمل الدعوي و بالضبط استهدفنا عينة من فئة الأئمة بورقلة الذين يوظفون الانترنت ويسعون لتبليغ الدعوة، فالانترنت تساهم في نشرها و بث الدعوة على أوسع نطاق ممكن بالإضافة الى ان الانترنت تستقطب افراد عدة كون هذه الأخيرة منتشرة في كل مكان و اصبح بإمكان الفرد ان يستخدمها لقضاء حاجاته المختلفة.

# قائمة المراجع

القرآن و الحديث النبوي :

1. سورة يوسف ، 108 .

2. آل عمران ، 110

3. حديث النبوي

الكتب :

4. إبراهيم حامد الأسطل ، مناهج البحث العلمي ، قسم المناهج و تكنولوجيا التعليم الجامعة الاسلامية، غزة ، 2012 .
5. ابن تيمية، مجموع فتاوى شيخ الاسلام احمد ابن تيمية، مطابع الرياض، المملكة العربية السعودية ، 1963 .
6. اتصار ابراهيم عبد الرزاق وصفد حسام السموك ، الاعلام الجديد تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ط1، جامعة بغداد، 2011.
7. احمد بن مرسل ، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون الجزائر 2009 .
8. حسن محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال و نظرية التأثير ، دار العالمية للنشر و التوزيع ، الهرم ، 2003 .
9. خالد البلقطري، عالم الانترنت (من الالف الى الياء)، مركز الاسكندرية للكتاب ، الاسكندرية 2010.
10. خالد عسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع عمان، 2013.

11. ربحي مصطفى عليان ، عثمان محمد غنيم ، مناهج و اساليب البحث العلمي النظرية و التطبيق ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، عمان 2009.
12. زياد علي محمود الجرجاوي ، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان ، ط2 ، مطبعة ابناء الجراح ، فلسطين ، 2010 .
13. علي محمد بن فاتح محمد ، مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها الاخلاقية والقيمية، قسم الدعوة والثقافة الاسلامية
14. غازي عنابة ، منهجية اعداد البحث العلمي ، باكالوريوس ماجيستير دكتوراه، دار المناهج للنشر والتوزيع ، عمان الاردن، 2008.
15. الفيومي، المصباح المنير ، المكتبة العلمية ، بيروت . لبنان .
16. محمد الراوي الدعوة الاسلامية . دعوة عالمية، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع ، الرياض 1991 .
17. محمد الغزالي ، دراسة في الدعوة والدعاة، دار الهدى ، عين مليلة الجزائر 1981 .
18. محمد بن عبد الرحمان المضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام دراسة في النظريات والاساليب، ط2 ، الرياض ، 1998.
19. محمد مصطفى ، تقييم جودة المواقع الالكترونية، مجلة تكريت للعلوم الادراية والاقتصادية. العراق 2010.
20. محمد يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة،\* بيروت \* لبنان .
21. مروان عبد المجيد إبراهيم ، اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية مؤسسة الوراق الاردن ، 2000 .



22. مشيب ناصر محمد آل زبران ، المواقع الالكترونية ودورها في نشر الغلو الديني وطرق مواجهتها من وجهة نظر المختصين، مذكرة ماجستير ، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض ،2011.
23. منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ،2012.
24. موريس انجرس ، منهجية البحث في العلوم الانسانية تدريبات عملية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، دار القصة للنشر ، الجزائر 2006 .
25. المنجل في اللغة والاعلام ، ط 29 ، منشورات دار المشرق، بيروت، 1986 .

### مذكرات:

1. أحمد بن ناصر بن عبد الرحمان العماري ، أساليب الدعوة الإسلامية المعاصرة ، رسالة دكتوراه ، قسم الدعوة و الاجتساب ، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية ، المملكة العربية السعودية 1992 م .
2. إبراهيم بن عبد الرحيم عابد ، وسائل الدعوة الى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية (الأنترنت ) وكيفية استخدامها الدعوية ، رسالة دكتوراه ، قسم الدعوة و الاجتساب ، جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية المملكة العربية السعودية ، 2006م.

### روابط الكترونية

1. Marcel Danes ,2009 ,Dictionary of media and communication ,ME.Sarpe; New York.
2. [www.shamela.ws](http://www.shamela.ws)
3. <https://hrdiscvission.com/hr58928.html> 18/05/2017 , 15 :13.

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة  
قسم: علوم الاعلام والاتصال  
تخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة  
المستوى: ثانية ماستر

استمارة الاستبيان:

هذه الوثيقة هي استمارة بحث بعنوان **توظيف الانترنت في العمل الدعوي** وتدخّل في اطار تحضير مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تكنولوجيا الاتصال الجديدة. لذا نرجو منكم قراءة الأسئلة الواردة في الاستمارة قراءة جيدة وتمعنة و الاجابة عنها بكل موضوعية، و ذلك بوضع علامة (x) أمام الإجابة التي تراها صحيحة. مع تأكيدنا أن كافة المعلومات المقدمة من طرفكم لن تستخدم إلا للأغراض العلمية و ستحظى بالسرية التامة.

و نشكركم على تعاونكم معنا

تحت إشراف الأستاذ:

بودربالة عبد القادر

من إعداد الطالبة:

لحرش صباح

الموسم الجامعي 2016-2017

## بيانات شخصية

السن  المستوى التعليمي  الرتبة / الوظيفة   
 طبيعة التكوين جامعي  معهد

المحور الأول: عادات وأنماط استخدام الأنمة للإنترنت .

1 هل تستخدم تكنولوجيا الاتصال الحديثة (الانترنت)؟

دائما  أحيانا  نادرا

2 أين تفضل استعمال الانترنت؟

المنزل  مكان العمل  مقهى الانترنت  أماكن أخرى

3 ما هي المدة التي تقضيها في استخدامك للإنترنت يوميا؟

من نصف ساعة الى ساعتين  من ساعتين الى 3 ساعات  أكثر من 3 ساعات  غير محدد

4 في أي فترة من فترات اليوم تستخدم الانترنت؟

صباحا  مساء  ليلا  معظم الأوقات

5 ما هي الوسيلة التي تستخدمها في الابحار عبر شبكة الانترنت؟ (يمكن اختيار أكثر من وسيلة)

الهاتف الذكي  الحاسوب المحمول  اللوحة الالكترونية  حاسوب المكتب

6 ما هي المواقع التي تستخدمها أكثر من غيرها؟

مواقع التواصل الاجتماعي  المواقع الالكترونية  المدونات blogs

7 ما هي اللغة التي تستخدمها في بحثك عبر الانترنت؟ (يمكن اختيار أكثر من لغة)

العربية  الفرنسية  الانجليزية  الأمازيغية  لغة أخرى

المحور الثاني: مساهمة الانترنت في النشاط الدعوي.

8 هل ساهمت الانترنت في سرعة انتشار الدعوة الاسلامية؟

نعم  لا

إذا كانت إجابتك بنعم وكيف ذلك ؟

.....  
 .....  
 .....

9 هل وجدت تشجيعاً لفكرة توظيف الانترنت في العمل الدعوي ؟

دائماً  أحياناً  أبداً

10 هل هناك تشجيع من الهيئات الوصية في اختيار المواضيع الدعوية؟

دائماً  أحياناً  أبداً

11 ما هي المميزات التي تجعلك تعتمد على الانترنت في العمل الدعوي ؟

التفاعلية  السرعة  الدقة  تعدد الوسائط

12 ما هو الهدف الذي تسعى إليه من خلال توظيفك للانترنت في المجال الدعوي ؟ (يمكنك اختيار أكثر من اجابة)

الحصول على المعلومات  التواصل مع الشيوخ  تجديد الخطاب الديني

توسيع المجال الجغرافي للدعوة  مواكبة المستجدات

13 تتمثل المجالات الأساسية لاستخدامك للانترنت في النشاط الدعوي .

مكافحة الآفات الاجتماعية  نبذ التطرف  محاربة الإسلاموفوبيا

ترسيخ تعاليم الدين الاسلامي

المحور الثالث: أهمية استخدام الأنمة للانترنت في استقطاب الأجيال الجديدة.

14 هل ترى أن الانترنت ضرورية لنشر الدعوة بين الأجيال الجديدة ؟

نعم  لا

15 تساعد الانترنت في توصيل الرسالة الدعوية .

دائماً  أحياناً  أبداً

16 هل يزداد التفاعل مع الأجيال الجديدة عند اعتماد الانترنت في نشر الدعوة ؟

أحيانا  دائما  أبدا

17 هل توظف مجموعات الدردشة لممارسة العمل الدعوي ؟

نعم  لا

18 لإستقطاب الأجيال الجديدة هل قمت بإنشاء:

صفحة على الفايسبوك  قناة على اليوتوب  مدونة  موقع الكتروني شخصي

19 هل يساعدك الانترنت على تبادل الخبرات و الأفكار مع زملائك من الأئمة لجذب أكبر عدد من الشباب ؟

نعم  لا

20 هل هناك اقبال من طرف الأجيال الجديدة على الدعوة عبر الانترنت ؟

دائما  أحيانا  ابدا

21 استخدام الأئمة للإنترنت يزيد من استقطاب الأجيال الجديدة نحو العمل الدعوي ؟

نعم  لا

22 حسب رأيك، ما هي أهم الإيجابيات و السلبيات من استخدام الانترنت في العمل الدعوي ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ملحق رقم (02): يوضح مقر مديرية الشؤون الدينية و الاوقاف

