



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية  
قسم علوم الإعلام و الاتصال



عنوان المذكرة:

تحليل الخطاب الديني ضمن الصحف الالكترونية  
دراسة تحليلية لصحيفة "الشروق و الخبر" الالكترونية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص: إتصال و علاقات  
عامة

إشراف الدكتور:

عكوشي هدى

إعداد الطالب:

• منصورى هدى

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة	الاسم و اللقب
رئيسا	.....	.....
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر	عكوشي هدى
ممتحنا	.....	.....

"جوان 2020"

# إهداء

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على  
أشرف المرسلين سيدنا محمد و على آله و صحبه و من  
اتبعهم إلى يوم الدين.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع  
إلى الذين قال فيهما الله عز وجل:  
"وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا" ...  
أبي... حفظه الله.

أمي... حفظها الله

إلى كل طلبة كلية علوم الإعلام و الاتصال  
إلى كل من يحمل و لو ذرة حب لله ورسوله  
محمد صلى الله عليه و سلم.

## شكر و عرفان

قال الله تعالى " لئن شكرتم لأزيدنكم "

الحمد لله حمدا يوافي نعمه ويكافئ مزيده، وشكره على توفيقه لنا  
في إتمام العمل واقتداء برسوله الذي حثنا على الشكر كما قال  
" الشكر قيد النعمة وسبب دوامها ومفتاح المزيد منها "  
أسجل عظيم شكري وتقديري إلى أستاذي المشرف " د. عكوشي  
هدى " حفظه الله ورعاه الذي لم يبخل علي بإرشاداته وتوجيهاته  
والذي كان معي على اتصال دائم طول مدة إنجاز هذه المذكرة ولن  
يتسع المقال لمقامك وفضلك جزاك الله خيرا

ولا لايفوتني كذلك أن أتوجه بالشكر إلى كل من علمني حرفه أو كلمة  
من أساتذتي الكرام من بداية مشواري الدراسي إلى وصولي إلى هذه  
المرحلة

وما يجوزتنا لنقول " اللهم ارزقنا شفاعتة سيدنا محمد صل الله عليه وسلم  
وأوردنا حوضه واسقنا من يديه الشريفتين شربة ماء لا نظما بعدها أبدا  
يارب العالمين "

وفي الأخير نسال المولى عز وجل أن يجعلنا ممن يكثر ذكره ويحفظ أمره  
وان يغمر قلوبنا بمحبته ويرضى عنا.

# فهرس المحتويات



## فهرس المحتويات

	إهداء
	شكر و عرفان
	قائمة الجداول
	قائمة الاشكال
	فهرس المحتويات
أ	مقدمة
الفصل الأول :الإطار العام للدراسة	
	1- الإشكالية
	2- أهداف الدراسة
	3- أهمية الدراسة
	4- تحديد مصطلحات الدراسة
	6- مجالات الدراسة
	7- الإجراءات المنهجية للدراسة
	8- أدوات جمع البيانات
	9- الدراسات السابقة
الفصل الثاني : مندوب المبيعات	
	تمهيد
	المبحث الأول: الخطاب الديني الإسلامي ومجالاته
	1- عناصر الخطاب الديني الإسلامي
	2- أسس الخطاب الديني الإسلامي
	3- سمات الخطاب الديني الإسلامي

## فهرس المحتويات

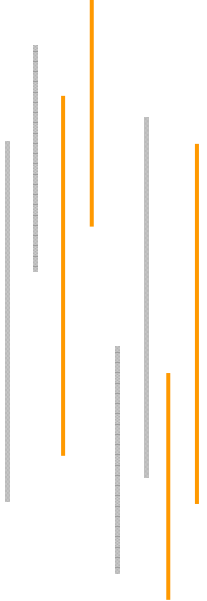
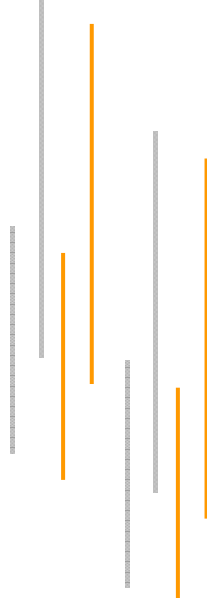
	4- الخطاب الذرائعي أو الثانوي
	5- أهمية الخطاب الديني الإسلامي
	6- أهداف الخطاب الديني الإسلامي
	المبحث الثاني: وسائل نشر الخطاب الديني الإسلامي
	1- وسائل الخطاب الديني الإسلامي القديمة
	2- وسائل الخطاب الديني الإسلامي الحديثة
	3- خصائص وسائل الخطاب الديني الإسلامي
	4- موقف الإسلام من الوسائل الحديثة في الخطاب الديني
	5- تحديات الخطاب الديني الإسلامي
	خلاصة
<b>الفصل الثالث: ترويج المبيعات</b>	
	تمهيد
	المبحث الأول : مفاهيم حول الصحافة الالكترونية
	1- مفهوم الصحافة الإلكترونية
	2- خدمات وخصائص الصحافة الإلكترونية
	3- خصائص الصحافة الإلكترونية
	4- أنواع الصحف الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت
	المبحث الثاني: ظهور الصحافة الالكترونية
	1- الخلفية التاريخية لظهور الصحافة الإلكترونية
	2- واقع الصحافة الإلكترونية بالجزائر وآفاقها
	3- الصحافة المكتوبة في الجزائر
	4- الصحافة الإلكترونية في الجزائر
	5- تجربة أول جريدة جزائرية في عالم الصحافة الإلكترونية
<b>الفصل الرابع: عرض و تحليل و مناقشة النتائج</b>	

## فهرس المحتويات

	عرض و تحليل و مناقشة النتائج
	نتائج الدراسة
	الاقتراحات و التوصيات
	قائمة المراجع
	الملاحق



# مقدمة



أحدثت التطورات التكنولوجية الحديثة تحولات متعددة، وكان أبرز ملامحها ظهور شبكة الانترنت كوسيلة اتصالية تفاعلية، أتاحت الفرصة للأفراد والجماعات للوصول إلى المعلومات، بسرعة فائقة، وإرسالها إلى الأشخاص المعنيين، عن طريق ما يعرف بالوسائط الجديدة، تمثلت في المواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي و الصحف الالكترونية بكل أنواعها، التي تعد أهمها فتحت المجال للمستخدمي الانترنت التواصل ونشر المعلومات والآراء للآخرين متجاوزين كل القيود، وتعد الصحف الالكترونية شكل من المدونات التي انتشرت وتطورت وأصبحت لها مستخدمين خاصين بها، سواء عن طريق الصفحة الرسمية أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما فتحت مجال التفاعل مع المتابعين للأخبار ، التي تحتوي على مواضيع وقضايا متنوعة تشغل واقع المجتمعات باختلافها، كما استغل الدعاة وعلماء الدين هذه الوسيلة لإيصال دعوة الله تعالى إلى كل الناس وبكل اللغات، لنشر وتبليغ رسالة الإسلام للمسلمين وغير المسلمين، في كل بقاع العالم ، لقوله تعالى { ومن أحسن ممن دعا إلى الله وعمل صالحا وقال إنني من المسلمين 33 } سورة فصلت

ويعد الخطاب الديني الإسلامي أهم وسائل الدعوة إلى الله تعالى، التي اعتمد عليها الدعاة خصوصا في وقتنا هذا بعد انتشار الطائفية باسم الإسلام في المجتمعات العربية الإسلامية، وهو يعتبر السبيل الوحيد لنشر قيم ومبادئ الدين الإسلامي والعقيدة الإسلامية، بما جاء في القرآن والسنة النبوية الشريفة، باستخدام أساليب ووسائل اقناعية متعددة، لتوعية الناس بتعاليم الدين الإسلامي الحنيف.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة بهدف معرفة كيفية الخطاب الديني في الصحف الالكترونية، على ضوء تحليل صفحات عينة الدراسة .

# الفصل الأول: الإطار العام للدراسة



1- الإشكالية:

منذ أن خلق الله تعالى الخلق وأوجد الكون أرسل أنبياءه ورسله لتوصيل هداية الناس ودعوتهم إلى دين الحق و التوحيد، وقد اتخذت هذه الدعوة أشكالاً عدة في خطاب الناس من المتلقين على مر الأزمنة والعصور، وفي ظل الظروف الراهنة التي شهدتها الأمة العربية والإسلامية، أصبح الخطاب الدعوي بأساليبه المختلفة ضرورة ملحة أكثر من ذي قبل، باعتباره التعبير الحقيقي عن الرؤية الإسلامية بكل مضامينها وأشكالها وأساليبها داخل الأمة بكافة شرائحها وأقطارها التي تحفظ تماسكها وبقائها، وذلك عبر وسائل متعددة كالإذاعة والتلفزيون والصحف الالكترونية، هذه الأخيرة التي تعتبر من أبرز الوسائل الإعلامية وأجداها وذلك في دورها في طرح و معالجة القضايا الإسلامية بكل مجالاتها الفكرية والدينية والسياسية والاجتماعية... الخ، انطلاقاً من نقد الواقع الاجتماعي وتحديد مشاكله وصولاً إلى إيجاد حلول لهذه المشكلات، وعلى هذا الأساس يمكننا أن نطرح الإشكالية الآتية :

ما مدى مساهمة الصحيفة الالكترونية الخبر و الشروق في الخطاب الدعوي المعاصر؟

تساؤلات الدراسة:

تتفرع عن الإشكال الرئيسي تساؤلات فرعية هي:

✓ ماهي أهم موضوعات الخطاب الدعوي المعاصر التي تناولتها صفحات عينة الدراسة من الصحفيتين؟

✓ ما هي مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها في كتابة هذه المواضيع؟

✓ ما هي أنواع الأساليب والقوالب الإقناعية المستخدمة في تلك المواضيع؟

✓ ما هي أبرز القيم التي عالجتها مواضيع الخطاب في صفحات عينة الدراسة؟

## 2- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الأساسي لهذه الدراسة في معرفة مدى مساهمة الصحيفة الالكترونية الخبر و الشروق في الخطاب الدعوي المعاصر ، إضافة إلى أهداف فرعية تتمثل في التعرف على:

- ✓ أهم الموضوعات التي تناولتها الصحيفتين في الخطاب الدعوي المعاصر.
- ✓ مصادر المعلومات التي تم الاعتماد عليها في كتابة هذه المواضيع.
- ✓ نوع الأساليب والقوالب الإقناعية المستخدمة في تلك المواضيع.
- ✓ التعرف على أهم القيم التي تسعى صفحات عينة الدراسة إلى ترسيخها من خلال المواضيع التي تناولها.

## 3- أهمية الدراسة:

بعد الإطلاع على مضامين بعض وسائل الإعلام بشكل عام، والصحافة الالكترونية بشكل خاص، في ما يخص المحتوى الديني (الإسلامي) ، تمت دراسة هذا المضمون لما له من أهمية بالغة الأثر في حياة الناس بجميع جوانبها الروحية، والاجتماعية والفكرية والاقتصادية ولما كان لهذا الأمر من أهمية فإنه حظي باهتمام واسع مثلته وسائل الإعلام المختلفة المسموعة منها المرئية والالكترونية.

ولنكشف أكثر عن المزايا التي تنطوي عليها هذه الدراسة، تناولنا بالدراسة هذا الموضوع والمتعلق بالخطاب الدعوي المعاصر في الصحف الالكترونية الجزائرية مستعينين بذلك بصحيفتي الخبر و الشروق كنموذج لهذه الدراسة، ونظرا لأهمية الخطاب الدعوي في الصحافة الالكترونية من جهة ، وأهمية الدور الذي تلعبه الصحافة الالكترونية بأنواعها سواء كانت إسلامية متخصصة أو إخبارية عامة من جهة أخرى ، فإنه على هذا الأساس تم اختيار صحيفتي الخبر و الشروق كونهما يحتويان على صفحة إسلامية تطرح من خلالها مواضيع إسلامية وهي المقصودة بالتحليل في هذه الدراسة ، مستفيدين بذلك من دراسات سابقة تم طرحها في رسائل مختلفة متعلقة بقضايا إسلامية.

4- تحديد المفاهيم و المصطلحات:

1- مفهوم الخطاب:

أ- في اللغة: كلمة الخطاب مشتقة من اللفظ (خطب)، تفيد المكاملة والمحادثة بين اثنين أو أكثر، يقال خاطبه في الأمر أي حدثه بشأنه (مجمع اللغة العربية، 2004 ، ص 243)، والخطب الشأن والأمر صغر أو عظم وفصل الخطاب: الحكم بالبينه (محمد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي الشيرازي، ص 62-63).

ب- في الاصطلاح: ويقصد بالخطاب في الاصطلاح: انه نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم، أو الكاتب، ويفترض فيه التأثير على السامع، أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار كل الظروف التي تم فيها الخطاب . كما يعرف الخطاب بأنه إيصال الأفكار إلى الآخرين بواسطة الكلام المفهوم بلغة مفهومة وألفاظ واضحة المعنى. (جمال محمد بواطنة، ص 2)

إذا الخطاب هو الكلام في شأن مهم توجه به إلى شخص أو مجموعة أشخاص بغية تحقيق هدف ما.

2- مفهوم الدعوة:

أ- في اللغة: الدعوة مشتقة من كلمة (دعا)، يقال دعوا دعوة ودعاء أي طلب إحضار الشيء، يقال دعا الله: أي رغب إليه و ابتهل ورجا منه الخير، والدعوة ما يدعى إليه من اجتماع أو دين أو مذهب أو غيره. (مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، 1994، ص 228)

ب- الاصطلاح: الدعوة تبليغ رسالة الإسلام إلى الناس كافة، في ضوء ما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة وما أثر عن النبي \* وخلفائه الراشدين، بأساليب متعددة منها الكتب والصحف والإذاعات والفضائيات... الخ. حيث تساهم في التعرف على العالم وحل مشكلاته وأحواله وذلك عن طريق الدعوة إلى الدين الإسلام. (أحمد عمر هاشم، ، د، ت، ص 6-7).

هى أيضا تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم وتطبيقه في واقع الحياة. (حمد أبو الفتح البيانوني، 1990 م، ص 17).

### 3- مفهوم الخطاب الدعوي المعاصر:

هو بيان الدعوة الهادف إلى تعريف الناس بالدين الإسلامي الذي ارتضاه الله عزوجل للعالمين ويتضمن الخطاب الدعوي المعاصر كل ما يصلح من وسائل مختلفة في إفهام المخاطبين سواء مسلمين (طالب حماد أبو شعر، 2005، ص 3). أو غير مسلمين. بواسطة مناهج وأساليب قابلة للتجديد والتطوير مع تطور ظروف المجتمع المعاصر، بالقدر الذي يزيد الدعوة وضوحا وتأثيرا. (عبد العزيز بن عثمان التويجري، د، ت، ص 161)

وهو البيان الذي يوجه باسم الإسلام إلى الناس كافة، لدعوتهم إلى الإسلام أو تعليمه لهم، وتربيتهم عليه، هذا ويتناول الخطاب الدعوي المعاصر قضايا دينية وثقافية واجتماعية واقتصادية وسياسية ... ومعالجتها معالجة إسلامية صحيحة. (يوسف القرضاوي، 2004، ص 15، 16).

و من هنا يمكننا أن نقول أن الخطاب الدعوي هو الأداة الأمثل التي لا يستغني عنها داعية في نشر دعوة الله عز وجل للناس كافة، ويعد من أهم الوسائل الدعوية في نشر وتبليغ دين الله عز وجل لجميع خلقه.

### 4- تعريف الصحافة:

أ/ لغة: مشتقة من الصحف، جمع صحفية والصحيفة هي التي يكتب عليها . با اصطلاحا: إصدار ورقي يومي أو أسبوعي يحتوي على مواضع متنوعة ونقلها بدقة وتبصر وبطريقة تخدم الجمهور المستهدف.

### الصحافة الإلكترونية:

يمكن تعريفها بأنها: "تجمع مفهوم الصحافة ونظام الملفات المتشابهة أو المتسلسلة في منشور إلكتروني دوري يحتوي على الأحداث الجاري سواء المرتبطة بالموضوعات العامة أو موضوعات ذات طبيعة خاصة ويتم قراءتها من خلال جهاز كمبيوتر وغالب ما تكون متاحة عبر شبكة الانترنت والصفحة الالكترونية

أحيانا تكون مرتبطة بصحيفة مطبوعة، وإن هذا المفهوم يدخل في إطار مفهوم الاستمرار الجريرة على الخط *ON LINE*

### العرف الإجمالي:

هي صفحات تنشر على لوحة الانترنت بشكل دائم و عنوان ثابت، وبإشراف محررين مختصين و تحمل أرقاما متسلسلة دورية أو تواريخ متسلسلة ودائمة أو كليهما معا، بحيث تتضمن مواد إعلامية تحدد الشكل منتظم أو غير منتظم وتتضمن أخبارا، وتكون من إعداد الصحيفة وإنتاج الموقع نفسه.

### 5- مجالات الدراسة:

#### المجال المكاني:

قامت مجموعة البحث بإجراء دراسة ميدانية ، في ولاية المسيلة

#### المجال الزمني:

ويشمل الفترة الزمنية التي استغرقتها لإجراء دراستنا و الوصول لنتائجها ، حيث تم الشروع في إنجاز هذه الدراسة مند شهر أكتوبر سنة 2019 حيث كانت البداية بمرحلة الاستكشاف وضبط الموضوع وذلك بجمع المادة العلمية النظرية المتعلقة بالموضوع، وقد استمر ذلك إلى غاية أبريل 2020 .

دامت الدراسة الميدانية في هذه الوكالات مدة 15 يوم من 2020/08/01 إلى 2020/08/15، ، بغرض الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات وتكوين فكرة شاملة وسليمة عن الخطاب الديني في الصحف الالكترونية "الخبر و الشروق". حيث تم إنجاز استمارة الاستبيان وعرضها على الأستاذة المشرفة

و المحكمين، وبعد التعديل تم توزيعها على المبحوثين بتاريخ 2020/08/05 ، وشرعنا في تفرغ بياناتها وتحليلها ، وبعدها تم تحرير التقرير النهائي للدراسة.

## 6- الإجراءات المنهجية للدراسة :

### منهج الدراسة:

بما أن دراستنا تتمحور حول الدور فهي تندرج ضمن الدراسات الوصفية، بالتالي فالمنهج خطوة رئيسية في ترتيب وتنظيم أفكار الباحث من أجل الوصول إلى نتائج منطقية في مختلف مراحل بحثه، ويقصد به: "الأداة التي تقف إلى جانب الباحث حتى يستطيع تحقيق كل أهداف بحثه، وهو وسيلة تمكنه من بناء بحثه وفق خطة متكاملة تسمح له بعدم الخروج من متطلبات ذلك البحث." (صالح، 2012، ص122-

(123)

• كما يعرف بأنه : "الطريق المتبع للكشف عن هذه الدراسة، بواسطة استخدام مجموعة من القواعد التي ترتبط أساسا بتجميع البيانات وتحليلها، حتى تساهم في توصيل إلى نتائج ملموسة". (عُجْد

الهادي، 1995، ص287)

وقبل التطرق إلى المنهج المستخدم لا بد أن الإشارة إلى تعدد المناهج التي تختلف باختلاف المواضيع المعالجة وزاوية معالجتها، وأن لكل منهج شروط ومتطلبات وقدرات محدودة في البحث والتقصي، وتفرض على الباحث استخدامها في حالات معينة، وأن عملية اختيار الباحث للمنهج المتبع لا تتم بطريقة اعتباطية، بل حسب طبيعة الموضوع المعالج الذي يفرض على الباحث اختيار منهج على آخر تم اعتماد

هذا النوع من الدراسات الوصفية لأنها تستهدف التعرف على الخطاب الديني في الصحف الالكترونية ، وللإجابة على إشكالية بحثنا تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي الذي يستهدف دراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها بغرض استنتاجات مفيدة إما لتصحيح هذا الواقع أو استكمالها. (مصطفى حميدو خير ميلاد، دت، 242)

• وهو عبارة عن محاولة لتفسير وتحليل وتقرير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة، كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصديقها وتفسيرها وتعميمها للاستفادة منها في المستقبل. (ابراهيم مُجَد، 2006، ص143)

بالإضافة إلى منهج المسح الشامل وعليه قمنا باختيار مجتمع و لاية المسيلة كعينة لدراستنا ، حيث قررنا من خلالها توزيع 40 استمارة استبيان عينة من مجتمع ولاية المسيلة ,لتسهيل وتفريغ البيانات و الوصول إلى نتائج دقيقة. وعليه فالمنهج الوصفي هو المنهج الأكثر ملائمة لموضوع الدراسة من أجل الكشف عن استخدام الخطاب الديني في الصحف الالكترونية، ولأنه كفيلا يجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الوصفية واللازمة بغرض تحليل واستخدام البيانات وتفسيرها بهدف معرفة الموضوعات و القيم الدينية التي تتناولها صحيفتي الخبر و الشروق الالكترونية، كما أن نتائجه تقدم خدمة كبيرة للمجتمع من حيث ترسيخ القيم الاسلامية .

#### مجتمع البحث:

إن خطوة تحديد مجتمع البحث هي من الخطوات الأساسية لكل دراسة، فهو يشير إلى جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، بمعنى آخر أنه المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة. (كمال مُجَد، ص30)

و مجتمع البحث في دراستنا شمل مجتمع ولاية المسيلة

-**عينة الدراسة:** إن اختيار العينة الملائمة للبحث من أهم المشكلات التي تواجه أي باحث فيجب أن تحمل العينة كل الخصائص والمميزات التي تمثل المنبع الأصلي تمثيلا صحيحا. وانطلاقا من موضوع دراستنا قمنا باختيار مجموعة من مجتمع المسيلة، كأسلوب العينة القصدية أو العمدية التي يعمد إليها الباحث أو يقصد إجراء الدراسة على فئة معينة وقد يكون هذا التعمد لاعتبارات علمية كوجود أدلة وبراهين مقبولة ومنطقية تؤكد على أن هذه العينة تمثل المجتمع، ففي هذه الحالة تكون نتائج الدراسة مقبولة. (كمال فحّج، المرجع السابق، ص 147)

و لأن مجتمع البحث محدود وواضح المعالم و السمات فقد احتفظنا به كاملا دون الحاجة لأخذ العينة

#### 7- أدوات جمع البيانات:

تعد مرحلة جمع البيانات من المراحل الأساسية في أداء البحث العلمي الذي يحتاج إلى عناية خاصة من قبل الباحث، حيث تعتمد أي دراسة بعض النظر عن نوعها على أدوات مناسبة (الملاحظة، الاستبيان، المقابلة) ليتمكن الباحث من جمع البيانات والمعلومات لتحقيق أهداف دراسته، لذلك اعتمدنا في بحثنا هذا على أكثر من أداة حتى نستطيع أن ندرس الموضوع، ونلم بجميع أبعاده وتتمثل في الملاحظة والاستبيان.

**الملاحظة:** تعد مصدرا من مصادر جمع المعلومات، وهي الإدراك الهادف والقصدي للظواهر المرتبطة بموضوع الدراسة دون التدخل الشخصي للباحث في مجرى واتجاهات الظاهرة، بمعنى أنه يسجل ثم يلاحظ. (منذر، 2007، ص 94)

وهي إحدى الوسائل المهمة في جمع البيانات وهناك قول شائع بأن العلم يبدأ بالملاحظة. إن الملاحظة تستخدم في جمع البيانات التي يصعب الحصول عليها عن طريق المقابلة والاستفتاء، وذلك لدعم تعاون الباحثين كما تستخدم في البحوث الاستكشافية والوصفية والتجريبية. (كمال مُجَد، 2011، ص 130-131)

وقد تم استخدام الملاحظة البسيطة في هذا البحث وهي: ملاحظة الظواهر تلقائياً في ظروفها الطبيعية دون إخضاعها للضبط العلمي، ويقوم فيها الباحث بالملاحظة دون أن يشارك في نشاط تقوم به الجماعة. (سامية مُجَد، دت، ص 134)

#### الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية في عملية جمع البيانات، ولقد تمت صياغتها انطلاقاً من مشكلة البحث والأسئلة التي أثارها لتحقيق أهداف الدراسة، وتعرف بأنها: "أداة تحتوي على مجموعة من الأسئلة الموجهة إلى عينة من الأفراد حول موضوع مرتبط بأهداف الدراسة. (خضيرة، 1422، ص 19)

وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على استمارة وجهت لأفراد مجتمع المسيلة المتابعين لصحيفة الخبر و الشروق الإلكترونية

وبعد مراجعة الملاحظات المقدمة من طرف الأساتذة الأفاضل تم تجهيز استمارة الاستبيان في شكلها النهائي والمشكلة من 20 سؤالاً وتوزيعها في غضون 10 أيام وإعادة استرجاع الأجوبة ليتم تفرغ بياناتها وتحليل نتائجها نهاية.

رغم أهمية الخطاب الدعوي المعاصر في وسائل الإعلام اليوم بأنواعها المكتوبة والمسموعة والمرئية، إلا أنه وبعد بحث و إطلاع على دراسات وأبحاث في هذا المجال، لم تحصل الدراسة إلا على عدد يسير من الدراسات المشابهة لهذه الدراسة، ومن هذه الدراسات:

### الدراسة الأولى:

دراسة بحثية لحاتم بديوي عبيد الشمري، الصادرة عن مراكز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، بعنوان (المواضيع الإسلامية في الصحافة الحلية، صحيفة الفيحاء نموذجاً للفترة من 20 / 04 / 2008 م إلى 21 / 04 / 2009 م، حيث عاجلت هذه الدراسة إشكالية أهم المواضيع الدينية الإعلامية المنشورة في صحيفة الفيحاء الحلية، وكان هدف هذه الدراسة معرفة أبرز أنواع المواضيع الإسلامية التي تتناولها الصحيفة، والتعرف على المناسبات التي كتبت فيها هذه المواضيع، كذلك تهدف إلى التعرف على نوع الخطاب الإعلامي الإسلامي لتلك المواضيع، واتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي وأداة تحليل مضمون من خلال جمع المعلومات وتبويبها وأخذت هذه الدراسة عينة من مجتمع البحث وهي العينة القصدية إذ تم اختيار أعداد الجريدة الخاصة بموضوع البحث وعددها (46 عدداً)، فيما توصلت هذه الدراسة إلى نتائج كان أهمها:

- ✓ أن الموضوعات الإسلامية في جريدة كانت مواضيع خاصة بالعلوم الإسلامية المتخصصة.
- ✓ ظهر نوع الخطاب الإسلامي المنشور في جريدة الفيحاء بصيغ مختلفة، منها توجيهي وإرشادي وتربوي وتعليمي وتذكيري.
- ✓ إن معظم المواضيع المنشورة في الجريدة وضمن العينة خلال فترة البحث لها وظيفتين هما: الأولى الإرشاد والتوجيه والتثقيف والتذكير بمعنى الإعلام، والثانية هي تربوية تتعلق بالتربية الإسلامية المأخوذة من القرآن والسنة النبوية الشريفة.

### الدراسة الثانية

دراسة بحثية للباحث حاتم بديوي عبيد الشمري الموسومة بعنوان (البرامج الدينية الإسلامية في إذاعة الفراتين خلال شهري محرم وصفر لسنة 1432هـ الصادرة عن مركز بابل للدراسات، وتناولت هذه الدراسة إشكالية أبرز مواضيع البرامج الدينية المباشرة والمسجلة في الإذاعة، وتسليط الضوء على الوظائف

التي تؤديها هذه البرامج وكان من أهداف هذه الدراسة معرفة العملية التي يتم بها اختيار البرامج الدينية و الكشف عن الوظائف التي تؤديها تلك البرامج، كما أنها ترمي إلى تسليط الضوء على الفئات الاجتماعية المستهدفة من تلك البرامج، هذا وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، والاستعانة بأداة تحليل مضمون، مع استخدام أداة الملاحظة من خلال الاستماع إلى البرامج، والمقابلة المفردة لغرض معرفة خطط البرامج، إضافة إلى اللقاءات مع المخططين ومسؤولي البرامج الدينية، حيث تمثلت عينة هذه الدراسة في البرامج الدينية الإسلامية المسجلة والمباشرة لشهري محرم وصفر عام 1432هـ والذي بلغ 23 برنامجا موزعة 10 برامج مسجلة مباشرة و13 برنامج مسجل، وأخذت عينة البحث بالعينة العشوائية غير المنتظمة، وخرجت هذه الدراسة بنتائج منها:

- كانت وظائف البرامج الدينية الإسلامية المسجلة في إذاعة الفراتين ووظيفة الإعلام والتبليغ بالمرتبة الأولى، ووظيفة الشرح والتوضيح في المرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة فكانت لوظيفة التعليم والتوجيه فيما جاءت وظيفة التفسير في المرتبة الرابعة والأخيرة.

- تشير نتائج الدراسة أن مصادر المعلومات في البرامج الدينية الإسلامية المسجلة تمثلت في الكتب والمفكرين والباحثين والانترنت أولا ، ثم جاءت الصحف والمجلات والفضائيات في المرتبة الثانية أما المرتبة الثالثة فكانت للإذاعات والوكالات.

### الدراسة الثالثة

محمود أحمد محمد الرجبي بعنوان (اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية تحليل مضمون موقع البوصلة الإخباري)، وهي رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهم الموضوعات التي يركز عليها الخطاب الإسلامي في موقع البوصلة الإلكتروني، وكذلك معرفة الأساليب الإقناعية المستخدمة في الخطاب. وهذا انطلاقاً من إشكالية طرحتها الدراسة وهي الكشف عن اتجاهات الخطاب الإسلامي في موقع البوصلة الإلكتروني وأهم الموضوعات التي يركز عليها الخطاب. هذا وقد اعتمد الباحث صاحب الدراسة على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون من خلال عينة قصدية تتكون من 195 مقالا جرى حصرها في الفترة المحددة من 10 / 07 / 2010 م إلى غاية 10 / 7 / 2011 م، وقد تم اختيار المقالات التي نشرت أيام

الأحاد من هذه السنة لتكون عينة البحث قصدية، ومن بين النتائج التي اهتمت إليها هذه الدراسة: أن موضوعات "الديمقراطية" احتلت المرتبة الأولى، بينما جاءت الموضوعات السياسية في المرتبة الثانية و "القضية الفلسطينية" في المرتبة الثالثة، بعدها الموضوعات الدينية في المرتبة الرابعة وفسرت الدراسة هذا بشمولية الخطاب الإسلامي في موقعالبوصلة الإلكتروني وتبنيه قضايا مختلفة، ثم الموضوعات الاجتماعية والثقافية والموضوعات الأخرى.

- أما بالنسبة للأساليب الاقناعية المستخدمة في الخطاب الإسلامي تبين أن الأساليب المنطقية حازت النسبة الأكبر ثم الأساليب العاطفية، بينما جاءت الأساليب الدينية في المرتبة الثالثة، فيما حازت أساليب التخويف على نسبة ضئيلة جدا.

- ومن خلال ما سبق من هذه الدراسات نستطيع أن نقول أنها تتفق مع الدراسة التي نحن بصدد دراستها في المنهج المتبع في الدراسة، وهو منهج تحليل المضمون كونه يتماشى مع هذا النوع من الدراسات وتختلف عنها في:

- اختلافها مع الدراستين الثانية والثالثة في الوسيلة الإعلامية التي من خلالها درس مضمون الخطاب الإسلامي.

- وتختلف مع الدراسات المذكورة في الدراسة التحليلية فالدراسات الفاتئة تحلل مضمون الخطاب أما هذه الدراسة كانت دراسة تحليلية للصحيفة، ومدى اهتمامها بالخطاب الدعوي المعاصر.

# الفصل الثاني: الخطاب الديني



## تمهيد:

يعتبر الخطاب الديني الإسلامي أحد أهم وسائل الدعوة إلى الله تعالى، فان الرسول مُحَمَّد ﷺ الداعية الأول لدين الإسلام وقيمه ومبادئه، فخطابه الإسلامي بليغا أيقض قلوب الناس التي امتلأت بالجهل والحدق في قوله تعالى ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ 125 سورة النحل. فجاء بعده الصحابة ﷺ لمواصلة الرسالة التي جاء بها في سنته النبوية الشريفة، ونقلها الأجيال القادمة، ومع التغيرات التي حدثت في المجتمع من تنوع الثقافات وتعدد الوسائل الناتجة عن التطور التكنولوجي الحاصل في العالم أدى إلى ظهور عدد كبير من الدعاة والعلماء الذين يدعون للعقيدة الإسلامية، عن طريق خطابهم الديني الإسلامي الموجه للمسلمين بالاعتماد على كل الوسائل المعاصرة التي ساهمت وبشكل كبير في توصيل الخطاب ووجهات النظر إلى المتابعين.

المبحث الأول: الخطاب الديني الإسلامي ومجالاته.

1- عناصر الخطاب الديني الإسلامي:

1 - 1 : المرسل: هو القائم بالتحصال وهو الشخص الذي يبدأ عملية التحصال وارسال الأفكار والآراء والمعلومات من خلال رسالة يقوم بإعدادها، وقد يكون هو مصدر الفكرة أو الرأي أو الخطاب (جمال مجاهد وآخرون ، 2010، ص 32). الخطاب الديني الإسلامي ليتمكن أن تنبعث فيه عناصر القوة وتحقق منها الإفادة التامة، والتأثير المطلوب، إذ لم يوجد له خطيب فصيح متمكن، تتوفر فيه صفات الخطيب ومقوماته اللازمة والمؤهلة له، كي يكون خطيباً جيداً، ومتحدث يحدث تأثيراً في متلقي الخطاب ويحقق الإقناع بالفكرة المراد إيصالها. (إسماعيل علي محمد ، 2016، ص 87).

ومن هنا يمكن القول أن الخطيب هو العنصر الأساسي في توصيل الخطاب للمستمع أو المشاهد وإقناعه بالفكرة أو موضوع ما.

2 - 1 : الرسالة أو الخطاب: ورسالة الخطاب الديني الإسلامي هي رسالة متخصصة بموضوع الدين تعمل على تغطية جوانبه المعرفية والإيمانية، أو علومه أو أساساته المختلفة، من تلاوات قرآنية وشروح وتفسير وأحاديث نبوية شريفة وأدعية وترانيم وفتاوى ودعوى إرشاد إلى غير ذلك بأساليب الإعلام المتنوعة بهدف إحاطة الجمهور المهتم بها، فهي بهذا التوظيف رسالة مرمزة بالمصطلحات الدينية والإيمانية بلغة تهم بإشباع حاجات الجمهور النفسية والمعرفية. (حسن المكاوي ، 2005، ص 63)

3 - وهذا يعني أن مضمون الخطاب الإسلامي هو مضمون ديني بالدرجة الأولى وقد تختلف مواضيعه وأساليبه المتنوعة بهدف جذب الجماهير ومحاولة الإجابة عن تساؤلاتهم من خلال الرسالة المقدمة لإشباع حاجاته الإيمانية.

3 - 1 : المستقبل: هو المتلقي للخطاب الديني الإسلامي، والذي يجب معرفة معاملته بدقة، بتحديد أبعاده واتجاهاته وانتماءاته ومستواه الثقافي، وموقعه الجغرافي، وهذا لصياغة الخطاب أو الرسالة التحصيلية وفقاً للأهداف المسطرة، ويجب معرفة الجمهور المستهدف، إن كان من الريف أو المدينة وهذا المعرفة كيفية إعداد

وتوجيه الخطاب أو الرسالة المناسبة له التي يفهمها، وان كان المستقبل يتمثل في الجهات الحكومية في إطار ما يعرف بالـتصال الصاعد، فيجب تحديد مهام ومجال اختصاص كل جهة أو مسؤول في قطاع

معين لمخاطبته وفق اختصاصه. (عبد الرزاق محمد الدليمي ، 2013 ، ص 191).

وهذا يعني انه يجب دراسة ومعرفة الجمهور المتلقي للخطاب الديني وتحديد انتماءاته ورغباته الإيمانية والنفسية ومحاولة إشباعها من خلال طرح مواضيع دينية يفهمها.

4 - 1 : الوسيلة: وهي التي تقوم بنقل الرسالة بواسطة رسل هي كل ما خلقه الله عز وجل من أدوات التوصيل فيكل زمان ومكان مما يتوصل إليه الجنس البشري، سواء كانت سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية أو مقروءة أو وسائل شخصية أخرى، إذ أن الإسلام يضبطها بقوله وسيلة مشروعة (عبد الله قاسم الوشلي ، 1994 ، ص 30).

والوسيلة أمر بما رجل الإعلام، وهو كل مسلم بايع الرسول ﷺ، " يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وابتغوا إليه الوسيلة" 35 المائدة، " أولئك الذين يدعون يبتغون إلى ربهم الوسيلة أيهم اقرب ويرجعون رحمته ويخافون عذابه " 57 الإسراء.

وقد استخدم الرسول ﷺ وهو القدوة للدعاة والإعلاميين، والرسائل التي هيئة له، وتبعه على ذلك أصحابه ومن تبعهم بإحسان إلى يومنا هذا.3

وهذا يعني أن الخطاب الديني الإسلامي وسائل متنوعة بدا بخطب الرسول ﷺ إلى الصحابة رضي الله عنهم، إلى وسائل الإعلام القديمة والحديثة.

5 - 1 : التأثير: والتأثير هنا قد يستهدف التأثير الديني البحث كتغيير السلوك نحو العادات مثل الإعلام بمناسك الحج وأصول صيام رمضان، وموقف الإسلام من غير المسلمين وثواب المجاهدين، وقد يكون التأثير دنيويا كتغيير السلوك العام نحو مختلف القضايا والشؤون الدينية التي تخدم أهداف الدعوة الإسلامية وذلك من منظور ديني، حيث تبذر بذور الصدق والوفاء والأمانة والإخلاص واحترام الكبير والعطف على الصغير(محمد منير حجاب ، 2002 ، ص 110).

أي أن الخطاب الديني الإسلامي يسعى لتأثير وتغيير سلوك الجمهور المتلقي لرسالة حول موضوع أو قضية معينة.

## 2- أسس الخطاب الديني الإسلامي:

**1 - 2 : القرآن الكريم:** إن القرآن الكريم هو المصدر الأول لتشريع، وأمر الله عز وجل نبيه بتليغة إلى الناس جميعا ومنه استمد النبي منهجه في العمل والدعوة والشريعة والأخلاق، قال تعالى " يا أيها الرسول بلغ ما انزل إليك من ربك وان لم تفعل فما بلغت رسالته والله يعصمك من الناس إن الله ۞ يهدي القوم الكافرين " وقال سبحانه وتعالى " هذا بلاغ للناس ولينذروا به وليعلموا إنما هو إله واحد وليذكر أولو الألباب " واشتمل القرآن على سير الأمم السابقة وتجارب الأنبياء عليهم السلام في دعوة أممهم بكل ما اشتمل عليه من بيان مضامين ومقاصد وأساليب الدعوة وأثارها على أقوامهم، واعتبارها نماذج تطبيقية يستفيد منها النبي عليه الصلاة والسلام وأمتة من بعده في منهج الدعوة. ( طالب حماد أبو شعر ، 2005، ص 9 )

- ومنه أن القرآن الكريم هو كلام الله تعالى وهو أساس الإسلام يعتمد عليه في شرح وتبليغ رسالة الإسلام إلى الناس من طرف الرسول ﷺ والدعاة والأئمة.

**2 - 2 :** السنة النبوية: هي المصدر الثاني لجميع أحكام الشريعة وهي ما يصدر عن الرسول ﷺ من قوله أو فعل أو تقرير وتحتوي على ثلاثة أقسام:

✓ السنة مؤكدة لما جاء في القرآن الكريم.

✓ سنة مبنية لما جاء في القرآن تفسير مجمله وتفيد مطلقه وتخصص عمومه.

سنة مشروعة أي تأتي بإحكام سكت عنها النص القرآني ولكنها لا تعارض أو تتناقض معه. والسنة هي ترجمة الدور الرسول ﷺ الإعلامي فكل رسل مكلف بان يوصل كلمات الله إلى البشر في قوله تعالى " لقد وصلنا لهم القول لعلهم يتذكرون "، والنبوة لما قيل شعاره بين الله عز وجل وبين ذوي العقول من خلقه لهدايتهم وتقويم سلوكهم وتوجيههم إلى ما فيه الخير والمصلحة لهم. ( د محمد كمال الدين أمام ، 2005، ص 130 )

ومنه نستنتج أن السنة النبوية الشريفة هي المصدر الثاني للخطاب وهو كل ما يصدر عن الرسول ﷺ والاعتماد عليه في نشر الدعوة وقيم الإسلام.

**3 - 2 : الإجماع:** هو المصدر الثالث لتشريع ويطلق على العزم، والإتفاق وقد جاء بمعنى العزم في كتاب الله تعالى " الفاجموا أمركم وشركاءكم " وفي سنة رسول الله " صيام لمن " يجمع الصيام قبل الفجر ". وجاء بمعنى الإتفاق في قوله تعالى " وأجمعوا أن يجعلوه في غيابت الحب " واتفق أهل العلم إن الإجماع حجة شرعية يجب إتباعها والمصير إليها، في قوله تعالى " ومن يشاقق الرسول من بعد ما تبين له الهدى ويتبع غير سبيل المؤمنين " ( متولي البراجيلي ، 2010، ص 219).

فحينئذ إتباع غير سبيل المؤمنين، لأنه لو لم يكن محرماً لما جمع الله بينه وبين المحرم الذي هو مشاققة الرسول ﷺ فإن الجمع بين الحلال والحرام " يحسن في وعيد، وكذلك وجب

إتباع الجماعة ولزومها وتحريم مفارقتها ومخالفتها أيضاً عصمة هذه الأمة عن الخطأ والضلالة.

- أي إن الإجماع هو اتفاق جماعة عن قول أو فعل في موضوع أو قضية تم الإسلام.

**4 - 2 : القياس:** وهو المصدر الرابع لشريعة الإسلامية بعد كتاب الله عز وجل وسنة رسوله واجماع صحابة، ويعرف القياس على أنه إلحاق واقعة لم ينص على حكمها بواقعة سابقة نص على حكمها واشتراكها في الحكم الشرعي "شتراكهما في علتها التي " تدرك بمجرد معرفة اللغة. ( محمد أديب الخ ، 2003، ص 190).

كما يعرف أيضاً بأنه التقدير والمساواة وهو يتكون من 5 أركان وهي:

- الأصل: وهو التأفف في وجه الوالدين الذي ثبت تحريمه بالنص وذلك لقوله تعالى " فلا تقل لهما أف " سورة الإسراء.
- حكم الأ ل: وهو تحريم التأفف " فلا تقل "
- الفرع: وهو ضرب الوالدين.
- العلة: المشتركة بين الأصل والفرع وهي الإيذاء في كل

- النتيجة: وهي هنا تحريم ضرب الوالدين. ويرى الأصوليين والفقهاء أن القياس حجة في الأحكام الشرعية واستدلوا على ذلك من الكتاب والسنة والإجماع، فمن الكتاب قوله تعالى " يخرجون بيوتهم بأيديهم وجدا المؤمنين فاعتبروا يا أولي الأبصار " سورة الحشر.
- وتدل هذه الآية وجود العمل بالقياس والأخذ به □ القياس مجاوزه وعبر ومن حطم الأصل إلى الفرع.
- ( عباس شومان ، 2000 ، ص 69 )

- ومن هنا يمكن القول أن الخطاب الديني الإسلامي يستند على أربعة أسس التي تقوم عليها الشريعة الإسلامية، من كتاب الله عز وجل وسنة النبي ﷺ، وإجماع الصحابة ومصدر القياس، وبينهم ارتباط وثيق في تو ييل وشرح معاني الإسلام والاستشهاد بها من قبل دعاة الدين في خطابهم الديني المقدم حول مواضيع ومضامين معنية.

### 3-سمات الخطاب الديني الإسلامي:

1 - 3: الربانية: أول خصائص الخطاب الديني الإسلامي وهذه الخاصية تعطي للخطاب الإسلامي قيمته الأساسية، فهو مناط الثقة المبرأ، من الجهل والهوى، وهو الخطاب الموافق الفطرة الإنسان، المحقق لكل حاجاته وتطلعاته حيث انه نابع عن تصور الإسلام للحياة بأكملها، وهو المنهج الذي يمكن أن ينبثق منه، ويقوم عليه أقوم المنهج للحياة واشتمله. ( سيد قطب ، دس ، ص 47 ).

وتعتبر الربانية أحد أهم الخصائص التي يجب أن يتمتع بها الخطاب الديني الإسلامي، النابع من الإيمان بالله تعالى ، وكذلك الاستدلال بما جاء به القرآن الكريم الذي نزل على نبيه الكريم.

2 - 3 : الشمولية: هي الشمول وال□ استيعاب لكل ما يهم البشرية في حياته وبعد مماتها في دنياها ، في كل صغيرة وكبيرة هو منهج إسلامي راسخ وأصيل، قام عليه الخطاب الإسلامي وجاء به القرآن وعمل به النبي ﷺ، ومن بعده واعلم به رسوله في قوله تعالى " وما أرسلناك إلا كافة الناس بشيرا ونذيرا " وأمره إن يعلن ذلك لناس جميعا " قل يا أيها الناس إني رسول الله إليكم جميعا " وابرز فيها أساس منهج الرحمة

"

ولقد جاءكم رسول من أنفسكم عزيز عليه ما كنتم حريص عليكم بالمؤمنين رؤوف رحيم 1

- ومنه يمكن القول أن على الخطاب الديني الإسلامي أن يكون شاملا لما جاء في القرآن الكريم وسنة النبوية الشريفة لإقناع متلقي الخطاب.

**3 - 3 : العقيدة :** وهذا يعني إن الخطاب الديني الإسلامي قائم على العقيدة والإيمان، مرتبط بأحكام الإسلام وتعاليمه وهديه وأخلاقه، فإن أول ما انزل على الرسول ﷺ في قوله تعالى " اقرأ باسم ربك الذي خلق، خلق الإنسان من علق، اقرأ وربك الأكرم، الذي علم بالقلم علم الإنسان ما لم يعلم (مُحَمَّد زين الدين الهادي الحاج علي العرماني ، 2010، ص 67) سورة العلق. والقراءة مفتاح التعليم، وأول رسالة التبليغ والإعلام، وقال تعالى " يا أيها الرسول بلغ ما أرسل إليك من ربك، وإن لم تفعل فما بلغت رسالته، والله يصمك من الناس، إن الله لا يهدي القوم الكافرين " فالتبليغ ونشر الدعوة من أول واجبات الرسول ﷺ، وهو واجب كل الأمة الإسلامية وهو من خصائصها التي تميزت به عن سبقتها من الأمم، مصدقا لقوله عز وجل " كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله " وإن المعلم من عند الله عز وجل وعلى لسان رسول ﷺ فهو عقيدة أو تشريع أو آداب من أحدث في أمره هذا ما ليس منه فهو رد. (مُحَمَّد عجاج الخطيب ، 1987، ص 13).

- ومنه يمكن القول أنه يجب أن يكون الخطاب الديني الإسلامي قائم على العقيدة والإيمان بالله وبما جاء به القرآن والسنة.

**4 - 3 : الإنسانية:** يتصف الخطاب الإسلامي بأنه إنساني النزعة فهو ذو بعد إنساني كبير، خاطب فيه روحه وعقله، وبخه قضايا ومشاكله النفسية والخلقية والسياسية والاجتماعية وغير ذلك، مما يواجه الإنسان وفي كل وقت ومكان جاء ليعرض أمامه الحلول الناجحة وليخرجه من هذه المشكلات ، ومعطل الدور الذي يمكن أن يقوم به الإنسان في الحياة وهكذا اختلفت التصورات للإنسان بين إفراط وتفريط، وجاء الإسلام بمنهجه المتوازن ليعطي للإنسان دورا مهما في الحياة تتناسب مع إمكانياته وطاقته التي وهبها الله له، وفي نفس الوقت لا يتجاوز هذا الدور المرسوم له خالقه، وتمثل ذلك الدور في خلاصة الإنسان في الأرض واستعماله لها لتحقيق معني وجوده في هذه الحياة والعبودية لله. (إسماعيل حقي البرسوي ، 1986، ص 14).

- ومنه نستنتج أن الإنسانية خاصة مميزة يتمتع بها الخطاب الديني الإسلامي، لأنه يحاول حل جميع

مشكلات الناس ووضع حلول مناسبة له، ومعرفته أن الإسلام جاء ليصلح أحوالهم ويقربهم من الله سبحانه وتعالى.

5 - 3 : الواقعية: هي معرفة الواقع كما هو من غير زيادة أو نقصان منه، وتحقيق موقف الشرع منه، ثم محاولة تغييره بوسائل مكافحة، وأساليب ناجحة تحقق المصلحتين الشرعية والمجتمعية والفردية، من غير إفراط، يوقع الناس في الحرج و[] تفريط تضييع به المحافظة على حدود الشرع ومحارمه والقرآن الكريم يفتح بصورة وشواهد التعامل مع الواقع، حيث كان ينزل على النبي ﷺ منجما بدليل قوله تعالى " وقرأنا فرقناه لتقرأه على مكث ونزلناه تنزيلا " 106 سورة الإسراء، على حسب الحاجات وتمشيا مع المقتضيات والوقائع والإحداث الحديثة منها والقديمة التي تخص المجتمع الإسلامي. (شهرة شفري، 2008-2009، ص 176).

- ومجمل القول إن الخطاب الإسلامي يحمل سمات وركائز متعددة، تتمثل في الريانية، والشمولية والعقيدة والإنسانية والواقعية، وتنطلق هذه السمات لتحقيق نجاح الخطاب الإسلامي الذي يقدمه الداعية أو الخطيب لشرح ما جاء في القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة. : أنواع الخطاب الديني الإسلامي:

1 - 4 : الخطاب القرآني: إن الخطاب القرآني هو خطاب ديني من جهة وخطاب نبوي من جهة أخرى، فالقرآن يتحدث ببلاغة عالية عن موضوعات أساسية وكلية تخص البشر أينما كانوا، كالحياة والموت والآخرة وفيه مبادئ أخلاقية ذات طابع كوني، بعبارة أخرى فإن القرآن احد النصوص ذات الأهمية الكونية، كما أن القرآن يتلى بكل دقة وأمانة وبصوت عالي أمام حفل أو مستمعين معينين، ومن ثمة فإن القرآن يستخدم لغة مباشرة أو عقلا و[] هو يقرر الأمور بطريقة استدلالية أو برهانية وانما هو خطاب قوامه المجاز وينقسم الخطاب القرآني إلى. (الطاووس غضابنة، د. س، ص 150).

- ومنه فان الخطاب القرآني قائم على ما جاء في كتاب الله والاستناد عليه في إلقاء الدعاة خطاباتهم.

الخطاب الديني التأسيسي: الموحد أو التوحيدي: يتردد في كلام مُجَّد أركان الحديث عن الخطاب الديني التأسيسي ولكن بأكثر من قول واحد حيث يقول، يقصد بالخطاب التأسيسي القرآن بالنسبة لتصوفية، والأناجيل بالنسبة للمسيحيين والنصوص الأخروية بالنسبة للقبانية اليهودية..

- وهذا يعني وان الخطاب الديني التأسيسي يتمثل في مرجعية نصوص الأديان التي جاء بها الأنبياء، فهي تختلف حسب نوع الكتاب السماوي فمثلا القرآن الكريم جاء به نبي مُجَّد ﷺ للمسلمين العرب فيقوم الدعاة بالاستناد به وبالسنة النبوية في خطاباتهم الدينية، أما الإنجيل جاء به سيدنا عيسى للمسيح فيستند به المسيح في خطاباتهم.

الخطاب الذرائعي أو الثانوي :

هو الخطاب البشري المتولد عن التأسيسي.

أي أن هذا الخطاب يقدمه أهل النبي الموحى إليه فمثلا الدين الإسلامي يقدمه أهل الرسول لمي الله عليه وسلم من حابة وأبناءه وبناته عما كان يرويه لهم الرسول ﷺ.

2 - 4 : الخطاب النبوي : وهو قائم على الوحي والنبوة، وهو كل ما صدر عن الرسول ﷺ من قول وفعل أو تقرير، والاستدلال به، كما الاستدلال بالقرآن الكريم تماما لفرق بينهما من ناحية الاحتجاج، قال الله تعالى " فان تنازعتم في شيء فردوه إلى الله والرسول إن كنتم تؤمنون بالله واليوم الآخر، ذلك خير وأحسن تأويلا " ويكون الرد بعد وفاة الرسول ﷺ بإتباع سنته من بعده . (أكرم علي مسعد المذعوري ، 2014، ص 28).

- وهذا يعني أن الخطاب النبوي هو كل ما نزل على النبي ﷺ وما رواه من أحاديث شريفة ونصوص المعتمدة في تدعيم الخطاب الديني المقدم لناس.

5: أهمية الخطاب الديني الإسلامي:

تتجلى أهمية دور الخطاب الإسلامي في الدعوة إلى الإسلام وتحريك المشاعر و□نفعات والمساهمة في بناء ثقافة إيجابية تعزز الإنتاج، وتدفع الناس إلى مزيد من □إنجازات وتبرز هذه الأهمية في الإعلام من خلال مضمون الخطاب الإسلامي في الإعلام أو ما يسمى في علم □تصال بمحتوى الرسالة وكذلك من خلال المرسل لهذه الرسالة. (محمود احمد محمد الرجي ، 2012، ص 38). وهي تنقسم إلى

✓ أنه وسيلة التواصل و□تصال بين المسلمين وغيرهم فمن خلاله يتم رسم الإسلام بصورته الصحيحة، وعرض تصورات المنهج الإسلامي للقضايا الراهنة التي بحاجة لإيضاح موقف الإسلام منه

✓ هو العامل الرئيسي في تشكيل البنية الذهنية أو التكوين العقلي للمسلمين فمن خلاله يتم توجيه الأفراد وتغيير المجتمعات وإصلاح حال المسلمين واستئناف حضارتهم.

✓ يعبر عن الموقف الحقيقي الواضح والشفاف القضايا التي تتسبب بنزاعات وخلافات فانتشار مظاهر الحقد والكراهية التي تحولت إلى سلوك عملي أدى لنزاعات وقلاقل بين الحضارة الإسلامية وغيرها من الحضارات وظهور ما اصطلح عليه بالإرهاب الإسلامي ليساهم في توصيل الرؤية وسبل الحل، وكيفية التعامل في هذه الظروف الراهنة.

✓ ظهور خطاب يدعي انتماءه للإسلام، قد اعترته تشوهات عديدة، تسببت في إظهار صورة سلبية عن الإسلام خاصة فيما يتعلق بإغفال مقاصد الشريعة، والإرباك الواضح في تحديد أولويات الخطاب ومراتب الواجبات فيه والوقوف مع ظواهر النصوص والجمود عند حرفيتها والخلط في طبيعة العلاقة مع غير المسلمين وهذا ما يوجب على علماء المسلمين الوسطين إظهار الخطاب الإسلامي بشكل صحيح. (عبد الكريم رباح مقداد ، 2013، ص 11).

- ومن هنا يمكن القول أن الخطاب الإسلامي دور كبير في التوا □ل بين المسلمين وغير المسلمين، كما أن له دور كبير في تحسين □ورة الإسلام والمسلمين، من خلال طرح مواضيع وقضايا تدعو إلى الإسلام ونشر القيم والمبادئ التي يتضمنها من خلال كتاب الله تعالى، وسنة النبي □لمى الله عليه وسلم.

6- أهداف الخطاب الديني الإسلامي:

1 - 6 : الدعوة إلى الإسلام: هي أهم أهداف الخطاب الإسلامي الدعوة إلى الإسلام، عقيدة وشريعة، وأخلاقاً ومنهج حياة، فالدعوة هي الوسيلة التنفيذية للعقيدة، إن هذه العقيدة التي جاء بها الإسلام ليس عقيدة محصورة بزمن أو أرض أو جنس بل هي للناس كافة، وهذا المفهوم للدعوة في الخطاب الإسلامي يعطيه امتداد في الزمان والمكان إن الدعوة إن تتوقف عند جنس ولو كان كذلك لتوقفت الدعوة من العهد النبوي، بل امتداد نسيان إلى كل مكان يقبل أن يتخذ الإسلام ديناً.

2 - 6 : الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: يمثل الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أسلوباً متميزاً لمعالجة الأخطاء والتقصير الذي قد يلحق بالحياة الإسلامية أفراداً وجماعات وهو يقوم بالنقد الهدام لما عند الآخرين أو لبيان نقائصهم وأخطائهم وعيوبهم، وإنما يقوم على تأكيد الجوانب الإيجابية والنهي عن الجوانب السلبية.

3 - 6 : نشر الأخلاق والفضائل: إن الخطاب الإسلامي حينما يعتني بالفضيلة إن يجعلها إحدى أهدافه قائماً بوضع قاعدة مهمة في حياة الشعوب، وهي قائمة على مبدأ الخلق، إذ يعمل الخلق الحسن على إشاعة المحبة والألفة والمعاملة الحسنة بين أفراد المجتمع. (مفيدة بلهامل ، 2007 ، ص 40)

4 - 6: تحرير مفاهيم الإسلامية: من أحد الأهداف التي يجب أن يعمل لها الخطاب الإسلامي التعامل مع الأسس التي قامت كثير من المفاهيم والأفكار، تزعم أنها تنطلق من تصور إسلامي، وتستند إلى بعض النصوص الشرعية وبعض المواقف التاريخية، وتعتمد على فتاوى تصدر من بعض الباحثين في الأحكام الشرعية ليرتبط توظيفها لتبرير كثير من التصرفات والأعمال. 2. كما توجد أهداف أخرى للخطاب الإسلامي نذكر منها:

- الخطاب الإسلامي إن يتشكل من فراغ بل تتفاعل فيه أفكار وتصورات عديدة مشحونة بإيديولوجية معينة كما انه يسعى وراء تحول المجتمع العربي من مجتمع جاهل الأمور الدين إلى مجتمع متحضر منظم. ( أمحمد الداغر ، 2009 ، ص 30.)

- إن الخطاب الإسلامي يهدف للحفاظ على العقيدة والشريعة الإسلامية.
  - الالتزام بأخلاقيات العمل الدعوى في ضوء معاني التقوى والمسؤولية أمام الله وتنمية الشعور بالحرية وعدم العبودية لغير الله والطاعة لرسول ﷺ.
  - التركيز على وحدة الفكر والمجتمع وتجنب إبراز القضايا الأخلاقية أو التي تثير الفتن، وكذلك التركيز على أولويات والقضايا الأكثر أهمية فالأقل أهمية وفقا للجمهور المخاطب، وان ترتبط المعلومات المقدمة القيم الجمهور واتجاهاته، ولذلك عندما تتضمن الرسالة عادات وتقاليد متعارضة مع الإسلام، فيجب أن تستخدم الحكمة وان تدرج وان تبدأ من نقاط الالتقاط.
- اختيار الوقت المناسب لتوجيه الرسالة الإعلامية بحيث يكون استعداد كافة لدى الجمهور. (مُحَمَّد منير حجاب ، 2004، ص 297).
- وهذا يعني أن للخطاب الإسلامي أهداف متعددة يسعى للوول إليها من خلال إبراز مقاييس الحلال والحرام والخير والشر والدعوة إلى الإسلام بالقرآن والسنة الشريفة، ونشر الأخلاق بين المسلمين ومراعاة مستواهم الثقافي وقدرتهم على الاستيعاب والتحلي بقيم ومبادئ الإسلام.

المبحث الثاني: وسائل نشر الخطاب الديني الإسلامي.

### 1- وسائل الخطاب الديني الإسلامي القديمة :

الخطاب الديني الإسلامي ووسائل عديدة منها التقليدية التي كانت منذ بداية نشر الدعوة الإسلامية من طرف الرسول ﷺ، وهذه الوسائل تأثير كبير على المسلمين، ومحاولة إقناعهم بما جاء به الإسلام من قيم ومبادئ الشريعة الإسلامية، أهمها:

**1 - 1 : الخطبة:** كان يقصد بها صاحبها التأثير في نفوس السامعين، ولذا كان يهتم بصياغتها وجمال أدائها، والخطبة اقدر من الشعر على إظهار الأفكار وعلى التعبير عن الرأي وعلى الإفصاح عن علم ومعرفة، لكونها كلاما مرسلا □ يتقيد بقيود خالية من الوزن والقافية ومن المحافظة على القوالب، □ أن الخطبة دون الشعر في التأثير في النفوس، وفي اللعب بالعواطف وقد كان الخطباء يقومون بما قام به الشعراء من الوظائف □ اجتماعية والسياسية، وخاصة في أوقات الفتن والحروب.

- وهذه الأخيرة تعد أهم وسيلة في توصيل معنى الإسلام عن طريق إلقاء خطابات مؤثرة من أجل إقناع الحاضرين بالشريعة الإسلامية وأساسياتها

**2 - 1 : الدرس:** وهو الدعوة إلى الله بالكلمة عن طريق حلقة، تعقد مع عدد من الناس حضروا إلى من يدرس قصدا في المسجد، أو في أي مكان ملائم. والدرس وسيلة هامة من وسائل تفقيه الناس في أمور دينهم وديناهم، كما أنه وسيلة جيدة لإيجاد علاقات وروابط بين المهتمين بشؤون دينهم من الناس علماء ومتعلمين. (علي عبد الحليم محمود ، 1990، ص176).

### أهداف الدرس:

نريد أن ندفع وهما ما يجول في بعض أذهان بعض الناس، وهو أن الداعية إلى الله عندما يلقي درسا يكون هدفه فقط، مجرد تفهيم الناس محتوى الدرس وموضوعه، فذلك واحد فقط من أهداف الدرس الذي يلقيه داعية إلى الله يعرف طريقه ومكانه في العمل الإسلامي، ولكن مع هذا الهدف، أهداف أخرى الدرس نشير إليها فيما يلي: -- التعرف من خلال الدرس على الناس، وتوثيق الصلة بهم إذ كان عددهم يسمح بذلك، ومحاورتهم وسؤالهم والإجابة عن أسئلتهم، تتيح هذه الفرصة، التي يبحث عنها

الداعية إلى الله، بل يرحل إليها. التأثير في الناس وربطهم بالعتيد الإسلامية ومبادئها، □ شخص من يدرس لهم.

- تقرير مفاهيم خاصة بالإسلام في نفوس الناس، وتصحيح كثير من المفاهيم الخاطئة، مما يبثه أعداء الإسلام في الناس.

- غرس القيم الفاصلة والأخلاق الإسلامية في نفوس الناس من خلال ما يثار في الدرس من مسائل وقضايا.

- ويعتبر الدرس أهم الوسائل القديمة في نشر الإسلام وتثقيف المسلمين بأمور الدين من خلال خطابات يلقيها الدعاة وعلماء الدين على الناس، من أجل ربط المسلمين بالدين والعتيدة الإسلامية.

**3 - 1 : المناظرة:** هي حوار يقوم بين اثنين أو أكثر، حول قضية من القضايا يبدي كل طرف من أطراف الحوار وجهة نظره في الموضوع المطروح للمناظرة، يهدف إحقاق الحق، والدفاع عنه بالحجة والبرهان. وإذا كانت المناظرة في الإسلام مجادلة ومحاوره تستهدف إظهار الحق، والستدل عليه، فإن الداعية إلى الله في حاجة هذا النوع من الجهاد بالكلمة واللسان، يؤيد به الحق الذي يؤمن به، ويبطل به الباطل الذي يقف في طريقه، وهذا وذلك من أهداف الدعاة إلى الله.

### أهداف المناظرة:

إظهار الحق في قضية من القضايا التي تتصل بظروف المسلمين، وتمثل أهمية ما في حياتهم، مع إقامة الحجة والبرهان على وجه الحق فيها. - إبطال حجج الخصوم الذين يجارون الإسلام والمسلمين، ويتصدون للعمل الإسلامي، يقيمون أمامه العراقيل، لكن بشرط أن يكون إبطال هذه الحجج بالطريقة التي وصفها الله تعالى بأنها "بالتي هي أحسن" - إثراء الفكر والثقافة وتعميمها بالنسبة للسامعين، بطرق القضايا والمسائل التي □ تزال موضوع جدل ونقاش بين الناس، حتى يصل المناظرون فيها إلى رأي صائب ونافع. 2.

- ونستنتج في الأخير أن المناظرة هي وسيلة مهمة في إيصال الخطاب الإسلامي من خلال فتح مجال الحوار مع مجموعة من الأشخاص حيث كل شخص لديه حرية إبداء رأيه حول موضوع ديني معين مع الاستناد على الحجج والبراهين الدينية بما جاء في القرآن والسنة.

4 - 1 : المحاضرة: وهذا الأسلوب هو أشهر الأساليب الدعوية التي تعود عليها الدعاة إلى الله، أن يلقي محاضرة دعوية في موضوع محدد، والغالب أن المحاضرات تكون في المساجد، وفي تجمعات الناس في القاعات والمخيمات الدعوية، وقد جاءت شبكة الإنترنت لكي تخدم هذا الأسلوب بعدة وسائل، سواء كانت المحاضرة صوتية أو مصورة، أو سواء كانت مباشرة أو مسجلة، فكلها يمكن للانترنت أن تخدمها، والغالب على هذه المحاضرات أن تكون مسجلة من المساجد أو المحطات التلفزيونية، أو غرف حوار، أو غير ذلك، وهناك مواقع تشتهر بخدمة هذا الأسلوب الدعوي منها موقع طريق الإسلام، موقع الشبكة الإعلامية، موقع فرسان السنة، قنوات الدعاة على مواقع مشاركة الملفات مثل اليوتيوب، والمواقع الشخصية لبعض الدعاة تحرض على وضع دروسهم ومحاضراتهم عليها. (وحيد بوفدح بديسي، دس، ص 4).

- ومنه يمكن القول أن المحاضرات هي إحدى الوسائل القديمة الأتي اعتمد عليها الدعاة والأئمة من خلال خطابهم الديني لدعوة إلى الله في المساجد التي تعد القبلة الأولى للمسلمين في المساجد التي تعد القبلة الأولى للمسلمين وكذلك في أماكن مختلفة

5 - 1 : الكتب الدينية: هي مصدر رئيسيا من مصادر المعلومات في المجتمع، ولأنها تحمل أفكارا وآراء متنوعة لتنوع القائمين على تحريرها، مما يجعل مجال قيودها داخل المجتمع واسعا وكبيراً، فإذا توفرت له الكتب التي تحثه على التزام دينه، أو سعي هو للحصول عليها، فبينت له محاسن دينه، وناقشت له أمور حياته على أسس من تعاليم دينه، ازداد إيمانه وتدينه، وتقويت عقيدته، وإما إذا كان المتوفر له منها، أو الذي سعى للحصول عليه، يدعو للرديلة ونشر الصور الخلفية، والأفكار الهدامة والمنحرفة ضد الإسلام والمسلمين، كان أثرها عظيماً في صرف الفرد عن دينه، وإضعاف إيمانه وتدينه ووقوعه في سبيل الشيطان، فيحشر عندئذ دنياه وآخرته. أن الواقع اليوم مؤلم من حيث التأليف والكتابة [ ] ما كان في

باب تحقيق وترويج أحاديث الرسول صلى الله عليه وسلم وكتب السلف الصالح، والبحث العلمي الجاد والمفيد. (إبراهيم أبو عرقوب، إبراهيم الجوارنة، 2011، ص 224).

- وهذه الوسيلة تعد الأهم حيث يقوم الدعاة أو علماء الدين بتأليف كتب تتضمن محتويات دينية تحمل أفكار وموضوعات متنوعة، يسعى من خلالها الداعية الإجابة عن التساؤلات التي تدور في ذهن القارئ حول الدين الإسلامي والعقيدة التشريعية.

2- وسائل الخطاب الديني الإسلامي الحديثة: إن الوسائل الخطاب الديني الإسلامي الحديثة، دور كبير في توصيل رسالة الإسلام للمسلمين وغي المسلمين، وهذه الوسائل متعددة ومتنوعة لم تحصر في وسيلة واحدة وزادت تطورا وانتشارا مع التطورات التكنولوجية الحاصلة في عالمنا اليوم، التي استغلها الدعاة المسلمون بشكل جيد في نشر القيم والمبادئ الإسلامية من خلال خطابه الديني، ونذكر من بين هذه الوسائل الجديدة نذكر منها:

1 - 2: الصحافة الإسلامية: الصحافة العامة هي وسيلة هامة من وسائل التأثير في الرأي العام في المجتمعات الإنسانية المعاصرة، ويتعاضد دور الصحافة الإسلامية خاصة لصلتها أو بالصحة الإسلامية فهي نبتة مباركة لهذه الصحة أو، تم أنها من أكثر الوسائل التوجيهية مصداقية لدى الجمهور المنتمي لصحة، ومن ثم يفترض فيها أن تكون الأكثر تأثيرا في بياغة آراء هذا الجمهور وبلورة أفكاره وبناء تصورات وتوجيه سلوكياته. (مصطفى الدميري، 1987، ص 15)

- ومنه يمكن القول أن الصحافة الإسلامية تهتم بكل ما يتعلق بالدين الإسلامي وتعتبر حافة دينية عامة متخصصة تعتمد على مبدأ الدين الإسلامي والشريعة الإسلامية، وهي حافة حزب أو داعية أو جماعة إسلامية، من أجل نشر قيم ومبادئ الإسلام، وهي تكون موجهة للمسلمين وغير المسلمين، بهدف دعوتهم إلى الإسلام.

2 - 2: الإذاعة: تعتبر الإذاعة من الوسائل الحديثة التي ساهمت وبشكل كبير في نشر الخطاب الديني الإسلامي من خلال عرض برامج تطرح موضوعات تعالج وتنحصر في القضايا العقديّة، والقضايا التشريعية، والموضوعات الاجتماعية والفكرية، وكثيرا ما تقوم الإذاعة باستعمال التسجيلات التي تتوفر

عليها للعلماء الراحلين، كما تقدم دراما دينية إذاعية في شكل مسلسلات قصيرة تنحصر في لهجة تجذب الانتباه ومختلفة، وتستخدم الإذاعة انسب أشكال والقوالب الإذاعية لهذا النوع من البرامج وهي الحديث الإذاعي المباشر، الندوة الإذاعية، السؤال والجواب، التمثيلية الإذاعية، القصة الإذاعية، والبرامج الدينية تتمتع بعنصر التشويق والجاذبية ومواضعها حيحة الفكرة وسلمية الهدف. (د نصير بوعلي، 2007، ص 12).

- وهذا يعني أن للإذاعة دور كبير في نشر الخطاب الإسلامي عن طريق موجات الأثير عن طريق تقديم برامج دينية ومتنوعة، تسعى لتثقيف المتابعين في أمور الدين الإسلامي ومبادئه.

3 - 2 : التلفزيون والقنوات الفضائية: يعتبر التلفزيون اقوي الوسائل الإعلامية وأعظمها تأثيرا في الفرد والمجتمع وأكثرها انتشارا(محمد حسن إسماعيل ، 2013، ص 175). ، وقد ظل وجود قناة تلفزيونية إسلامية حلما يراود الكثير من المسلمين المفكرين الذين كانوا يرصدون تديني اهتمام القنوات العامة بالمضمون الديني، وخلوه من المضمون المؤثر القادر على جذب المشاهدين، وتقديم المعلومة الدينية لهم، وترد على حملات التشويه المعتمد التي تشن ضد الإسلام والمسلمين من الخارج والداخل، وقد استطاعت القنوات الفضائية الخاصة تحقيق ما عجزت منه كل الحكومات والمنظمات العربية والإسلامية طوال تاريخها. (د رضا عبد الواحد أمين، 2007، ص 14).

إن إنشاء قنوات فضائية إسلامية دعوية، أصبح اليوم من الواجبات، فهي أكثر الوسائل الدعوية تحقيقا الواجب الدعوة إلى الله تعالى، حيث هناك من الناس من تصل إليهم الدعوة إما بواسطة هذه الوسيلة، وما لم يتم به الواجب فهو واجب، وإذا لم تستعملها في الدعوة نقص حضنا منها، وفات كثير من الناس إن يعرفوا شيئا عن الإسلام، ويقوا على جهلهم، أو يغزوهم المظللون والهدامون فيصلون إليهم بإذاعتهم وشبكاتهم وقنواتهم الفضائية، أن القناة الإسلامية تتوفر لها كثيرا من إمكانيات الانتشار الواسع والتأثير البالغ، ولذلك قد تعين كل امة إنشاء قنوات فضائية إسلامية تحمل هم الدعوة إلى الله تعالى. وتسير على منهج أهل السنة والجماعة، فتحمل رسالتها بكل ثقة واعتزاز وتبصر لتبث روح التدين الصحيح القائم على الوسيطة في اعتقاد والسلوك بعيدا عن الغلو والتطرف، كما يمكن لها أن تقدم المفهوم

الصحيح للإسلام لكثير من الأقليات المسلمة التي تعيش في المجتمعات الكافرة ويهددها الذوبان في هذه المجتمعات.3

- وفي الأخير يمكن القول أن التلفزيون والقنوات الفضائية دور في تويل رسالة الله تعالى إلى المسلمين وغير المسلمين ومحاولة زرع الوازع الديني في قلوبهم، من خلال إنشاء عدد كبير من القنوات التلفزيونية الدينية، التي تهتم بتقديم مجموعة من البرامج الدينية التي يسعى فيها الدعاة التوضيح مبادئ الإسلام

#### 4 - 2 : الأناشيد:

لقد دخل النشيد الحلال حياة المسلم في العصر الحديث مستفيدا من الشريط السمعي، وإلى حد ما البصري، وكان ذلك في السنوات العشرين الماضية، ولقد مر بمراحل من التجديد والتطوير خلال السنوات العشرين التي أخذ موقعه فيها كعنصر مهم من عناصر الدعوة ووسائلها، و[] حاجة للاستطرد في مسألة التجديدات والتطويرات التي مر بها، ومناسبة حديثي عن هذا الأمر في هذه الفقرة أن نقدم للقارئ فكرة عن متابعتنا الجديد النشيد الحلال واهتمامنا به". ( 1 مالح الرقب، 2017، ص 20)

إن النشيد الحلال قد خدم الدعوة إلى الله من عدة وجوه:

أولاً: لقد سد النشيد الحلال ثغرة مهمة وفراغا في حياة الأطفال والفتيان، والشباب، والكبار من الجنسين حين وجدوا فيه ما يشغل وقتهم، ويحفظ سمعهم عن الحرام.

ثانياً : النشيد الحلال معانيه هادية مهدية، وسامية جميلة، كيف [] وهو الذي اختط لنفسه طريقة على هدى من الشريعة الإسلامية، ففيه الحث على العفة والطهارة، والدعوة إلى [] استقامة على مبادئ الدين الحنيف، و[]لتزام بأحكامه عقيدة وعبادة وخلقاً من صلاة وصوم وركاة وحج وجهاد، وأمر بمعروف ونهي عن منكر، وصدق وكرم، وبذل، وحب في الله، وبغض في الله، ونظافة الباطن والظاهر، وحفظ اللسان وذكر الله.... الخ.

ثالثاً : النشيد الحلال قائم على العربية الفصيحة لغة القرآن، وفي هذا ما فيه من خدمة لكتاب الله تعالى ولدين الله الحنيف بصورة عامة.

رابعاً : إن اعتماد النشيد لغة القرآن له لغة أكسبه انتشارا بين البلدان والشعوب الإسلامية، ولم تقف في وجه انتشاره بما يحمله من خير أية عقبة، وهنا نتذكر من جملة الفساد والخراب الذي خلفه الغناء المحرم في حياة المسلمين نتذكر ما قام به من عزل للغة القرآن ونشر للعاميات الهدامة المفسدة للعقول والإفهام، والنشيد الحلال قد تخطى هذه العقبة، ومن شأنه أن يسهم في ترابط المسلمين وتوادهم وتراحمهم في كل مكان.

خامساً : ومن جملة آثاره الطيبة في حياتنا تعلق الطفل منذ نعومته بلغة القرآن فأصبح يردد المعاني الجميلة في قالب لغوي فصيح جميل، وحلول كثير من درر هذه اللغة المقدسة العظيمة.

- كما لعبت الأناشيد دور مهم في نشر الإسلام من خلال الخطاب الديني الإسلامي المتمثل في بعض الكلمات المناسبة النابعة من لغة القرآن الكريم، التي يتم من خلالها تويل معنى العقيدة الإسلامية.

5 - 2: الانترنت: وسيلة من وسائل الدعوة يمكن استخدامها وتوضيحها في الخير كما أنه يمكن استخدامها في الشر، وقد ثبت النبي ﷺ استخدام كل وسيلة اتصال يمكن منها ولهذا الهدف العظيم، باستخدام الاتصال المباشر فكان يقصد الناس في مجامعهم وأسواقهم ويكلمهم ويدعوهم إلى الله جماعات وأفراد، وهذه الوسيلة تتميز عن غيرها من وسائل الدعوة بميزات كثيرة من أعظم الوسائل إفضاء إلى مقصد الدعوة إلى الله وتأثيرها في المدعوين. (تركبي بن أحمد العصمي ، 2000، ص 19).

امتثالاً لقوله تعالى: " قل هذه سبيلي أدع إلى الله على بصيرة " 108 سورة يوسف. كما تمتاز بالانتشار الكبير والمتسارع، وتعتبر الوسيلة المتاحة في العالم، فتمكن الداعية من الاتصال بأفراد مختلفين في أماكن مختلفين في أماكن مختلفة بأقل تكلفة وهو ما يمكن من الحوار الفردي والجماعي والمجادلة والتي هي أحسن. 2

ومنه يمكن القول أن الانترنت ساهمت وبشكل كبير في نشر قيم الدين الإسلامي وسنة النبي لمى الله عليه وسلم من خلال فتح المجال أمام المسلمين في البحث عن أي شيء غامض عنهم في الدين الإسلامي .

6 - 2 : مواقع التواصل الاجتماعي: لقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت من فيسبوك ويوتيوب ومدونات وغيرها، تعرف بالإعلام الاجتماعي الجديد فهو يشهد حركة ديناميكية من التطور والنشر، وقد كان بدايته مجتمعها افتراضيا على نطاق ضيق ومحدود، ثم ما إن ازداد استقلالها مع الوقت لتتحول إلى من أداة إعلامية نصية إلى أداة سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المستخدمين لها واستجاباتهم، لقد نبها الدعوة إلى أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في صقل شخصية الأفراد خاصة الشباب والمراهقين منهم. (حسنى عوض ، 2010، دص).

### الفيسبوك: Facebook:

هو موقع اجتماعي شهير، ومن خلاله يمكن التواصل مع الآخرين لنشر الدين والدعوة داخل العالم العربي وخارجه، وتطويعه دعويا يعمل مجموعات GROUPS تدعو إلى الحث ونشرها بين الناس والتواصل مع غير المسلمين لدعوتهم إلى الدين الإسلامي العظيم وتوضيح صورة الإسلام الصحيحة التي شوهدتها الغرب عبر إعلامهم.

يوتيوب: YOUTUPE : موقع الفيديوهات إسلامي محترم، يمد يوميا بكل جديد وفي تصويري انه احد الوسائل المهمة جدا التوصيل الإسلام إلى المسلمين خاصة غيره من خلال المقاطع الإسلامية المرئية والصوتية (مُجد عباس عبد الرحمان المغني ، 2017، ص 11).

### الابحاث: Email :

مجموعات البريد الإلكتروني التي يمكن من خلالها، نشر فكرة إسلامية معينة، أو إرسال رسالة مؤثرة تصحيح مفهوما أو تدعو الخلق فاضل والمشاركة في أعمال اجتماعية تخدم المجتمعات الإسلامية، من خلال التعاون الإيجابي على القيام بها والدعوة رجال الأعمال للمشاركة فيها.

### المواقع: SITES:

كمواقع المشايخ المعاصرين، وقد ازداد عدد الزائرين والمتابعين والمتصفحين لديهم، وهو ما يظهر لنا جلليا الأثر الفعال لوسيلة الإنترنت ومواقع الدعوة الجذابة على شبكة الإنترنت.

### المدونات: Bloggers:

التي يمكن من خلالها القيام بتوصيل رسالة المدون إلى من صفحة مدونته وتوجيه أفكارهم نحو الصالح، ويمكن من خلالها نشر المواعظ ومقالات وأخبار وتحليلات، ومواكبة الأحداث الجارية ونشر فكرته وتعليقاته على الأحداث، وهو ما يجعلها أكثر فعالية وواقعية.2

- وفي الأخير نستنتج أن المواقع التواصل الاجتماعي أهمية في نشر قيم الإسلام ومبادئه من خلال مختلف المواقع الاجتماعية التي [ت]قت إقبالا كبيرا وواسعا في مختلف المجتمعات، وقد استغل الدعاة هذه الوسائل بشكل ايجابي في تبليغ رسالة الإسلام.

**3- خصائص وسائل الخطاب الديني الإسلامي.** يجب على الدعاة المسلمين استخدام أحسن الوسائل لنشر وتوصيل الخطاب الديني الإسلامي إضافة إلى الاستفادة من الوسائل الحديثة والتطورات التقنية الجديدة.

**1 - 3 : خا ية الشرعية:** وتعني انضباط جميع الوسائل الخطاب الديني الإسلامي بحكم الشرعية، فلا يجوز لداعية الخروج على أحكام الشرع ومناهجه وأساليبه ووسائله [أن] الدعوة في حقيقتها، طريقة لتطبيق الشريعة، ومناهجها الذي رسمه الله لها فلا يصح الخروج عليه في أي جانب من الجوانب. ( محمد أبو الفتح البيانوني ، 1995، ص 463)

وتتكون هذه الخاصية على أمرين أساسيين هما:

**الإخلاص إلى الله تعالى:** فهذا الأمر مبسوط في كتابه تعالى وفي سنة رسوله عليه الصلاة والسلام ومن هنا كان لزاما، على الداعية استحضار إخلاصه الله تعالى في عمله وجهده واجتهاده في معرفة الوسائل المتابعة: إتباع الرسول عليه الصلاة والسلام، في إقراره للصحيح ودحضه للخاطئ فان سبيل الدعاة الإتيان [ب] الإبداع، [أن] الخطاب الديني الإسلامي يقوم على الحق والتواصل به، تدحض الباطل والتعامل

**2 - 3 : خا ية التطور:** الأصل في الوسائل والأساليب التطور والتجدد، ذلك تبعا لتطور عادات الناس وأعرافهم، وتبعا أيضا التطور العلوم والتكنولوجيا إنما أن اتصل في مبادئ والأهداف والمناهج الربانية الثبات وعدم التحول، تبعا الكمال الله عز وجل وعصمة شراعية، وإحاطة عمله. فكان منهج

الأنبياء والرسل عليهم السلام في جانب الوسائل واستخدام ما استحدثت منها والمتوفرة في أزمانهم، مادامت □ تخالف شرعا و□ خلقا، ولقد قامت دعوة الإسلام على اعتبار القاسم المشترك بين الحضارات، فقتلت الأخر وتفاعلت معه أخذا وعطاء، بل إن حضارة الإسلام تعاملت مع □ اختلاف بين الشر باعتباره من حقائق الكون، وآية من آياته، لذلك على الخطاب الديني الإسلامي إلى اعتبار فوارق الجنس والدين واللغة من عوامل التعارف بين البشر. (احدبون محمد بن القاسم ، 2005، ص 401)

- ومنه فان هذه الخا بية أهم الخصائص التي يجب أن تتمتع بها وسائل الخطاب وان تكون مواكبة للعصر وتطوراته لتبليغ الدعوة إلى الله وفقا للقرآن والسنة الشريفة.

3 - 3 : خا بية التكافؤ: إن هذه الخاصية □ تساوي النظرية التي تقول الغاية تبرر الوسيلة بل تعارضها، فهذه النظرية معناها إن الغايات مهما كانت حسنة أو سيئة فلا مانع من استخدام كل الطرق والوسائل للوصول لها، وان كانت الوسيلة □ يرضاها عقل أو شرع، ولقد رفض الإسلام هذه النظرية جملة وتفصيلا، فالمسلم إلى الخير بوسائل ممنوعة فالنية □ تؤثر في إخراجها من كونه ظلما أو عدوانا ومعصية، بل قصده الخير بالشر شر آخر، على خلاف مقتضى شرعي، فان عرفه فهو معاند لشرع، وأن جهله فهو عاص بجهله إذ أن طلب العلم فريضة على كل مسلم. (شحاتة قمر ، دس، ص 1751).

- وهذا يعني أن هذه الخاصية تعني التوازن بين الوسيلة والهدف المراد توصيله، باستخدام الوسائل المناسبة للوصول إلى الغاية المرادة مع عقد النية الحسنة وفقا لمبادئ الإسلام.

#### 4-موقف الإسلام من الوسائل الحديثة في الخطاب الديني

لم يعد من المنطقي اليوم ونحن نشهد ثورة تقنية ضخمة في وسائل الإعلام وال□تصال أن يفتي الجماهير بمقاطعة هذه الوسائل وال□نعزال وحرمانها من التكيف □بجاي مع مستجدات العصر، لكن الأمر يتطلب إيجاد البديل الهادف الذي يحفظ خصوصيات الأمة الإسلامية العقديّة والثقافية.

يعتمد الدعاة إلى الله والعاملون لهذا الدين من صحفيين اليوم، على مختلف الوسائل الإعلامية التي يعاصرونها، قد خرج أغلبهم من تلك الزاوية الضيقة التي حصروا فيها نظرهم لوسائل الإعلام الحديثة حين

ظهورها وبداية انتشارها، حين كان يرى بعضهم هدم هذه الوسائل، وتحطيمها وإلغائها، لأنها طرائق الشر، ووسائل الشيطان، وبعضهم كان يظن انه يحل المشكلة بمقاطعتها، وإبتعاد عنها، وعدم إدخالها منزله والسماح لأسرته ومن يعول بالركون إليها، ومنهم من كان يدعو إلى انسحاب من مؤسسات الإعلام ومفاصلتها، حرصا على تحرير وإء المسلم، والمحافظة على إيمانه، حتى تموت الجاهلية من تلقاء نفسها، أو تخلي له الميدان، بعيدا عن سنن الله في التدافع الحضاري، ولكن الله قضى إى يغير ما يقوم حتى يغيروا ما أنفسهم، ففي الوقت الذي كانت هذه المواقف السلبية سائدة بين من حملوا على عاتقهم لواء تبصير الأمة الإسلامية ونشر الدين الله الذي ارتضاه للبشرية جمعاء، كان أعداء الإسلام يستغلون هذه الوسائل لغزو المجتمعات الإسلامية بأفكارهم بل أن الإعلام المعادي تجاوز ذلك إلى محاولة محاصرة الصحوة الإسلامية، وتشويه صورتها والتقاط النماذج الشاذة واعتمادها إلى درجة بدا يتسرب معها في أذهان اعتبار إن دعاة الإسلام هم آفة الحضارة المعاصرة وأسباب خرابها. (حسين نايلي، 2015، ص 84).

وعلى الإعلام الإسلامي أن يستفيد من الوسائل الحديثة ويكون استخدامه لها جذابا راقيا شاملا حتى يحقق الغرض المطلوب في الدعوة إلى الله تعالى، خاصة أن الدعوة الإسلامية ليست دعوة محلية أو إقليمية وعلى بل هي دعوة عالمية إى تحد بزمان وإى بمكان وهي فرض من الفروض، فوجب إى تتوقف على وسيلة دون أخرى بل يجب تبليغها بالوسائل الممكنة، خاصة ما جد في العصر الحديث من مذياع وتلفزيون وانترنت وغيرها من الوسائل التي دخلت بيت وكل أسرة وأصبح تأثيرها واضحا على الأفراد والجماعات والأمم. رغم إن وسائل الإعلام الحديثة وجدت لها مكانة في حقل الدعوة إلى الله ونشر الإسلام وتبصير الأمة بما يواجهها من تحديات، إى أنها خاضعة لعدة شروط تحكمها مثلها مثل وسائل الإعلام منذ عصر النبوة .

- ومن هنا يمكن القول أن الدعوة في بادئ الأمر اعتبر وان الوسائل الحديثة تسيء للإسلام، وتشوّهه، ولكن بعد الدراسات والتفتح لهذه الوسائل استغلوها الدعوة في نشر الإسلام وتحسين الصورة والنظرة الخاطئة لدى الغرب عن الإسلام والمسلمين من خلال طرح مواضيع وقضايا تعزز من مكانته.

5-تحديات الخطاب الديني الإسلامي:

1 - 5 : عدم الإمام الكافي بالمذاهب الفكرية والعقيدية المعاصرة والوجودية والماسونية والصهيونية والمذاهب الإلحادية، فضلا عن المذاهب الفكرية العقدية التي تنتمي للإسلام.

2 - 5 : الأطروحات الفكرية والثقافية والسياسية المعاصرة، كقضايا الفنون والآداب والمسرح والغناء وبناء الدولة وأنظمة الحكم واختيار الحاكم، ونحو مما يحتاج لرؤية تأصيلية تنطلق من القرآن والسنة بالفقه الذي

يجعل الخطاب الديني الإسلامي مواكبا لنظر في القضايا ومستجدات العصر الذي نعيش فيه بما يوائم بين الأصالة والمعاصرة دون تفريط أو إفراط ودون تجاوز للحكم الشرعي. (ابير سعد الدين السماني بربر، 2012، ص ص 11، 12)

3 - 5 : ثغرة انفصال عن المصدر الأصلي للإسلام ممثلا في الكتاب والسنة وضعف الدعاة في تكوين اللغوي والغلغلق وعدم اقتحام الثقافات العصر(علي محمود حماية: سبيل الرشد والارشاد، مرجع سبق ذكره، ص 224).

4 - 5 : جمود آليات القائمين على الخطاب الديني الإسلامي يحسنون التعامل مع الآليات الجديدة لإيصال هذا الخطاب الجليل إلى الناس، وقلة الإطلاع ومشاركة الدعاة في الدورة التدريبية التي تبث في القنوات الفضائية. (مُحَمَّد بن موسى الشريف ، 1428هـ، ص 7).

5 - 5 : ضعف العلاقات الأخوية بين المؤمنين عامة، وبين الدعاة خاصة مما نظرة بعضهم إلى بعض وظن بعضهم ببعض، وجرهم على إصدار الحكم على غيرهم بالتفكير أو التضليل، وما إلى ذلك ففرق صفوفهم، وابتعاد قلوبهم وأفكارهم وخالف بين مواقفهم. (مُحَمَّد أبو الفتح البيانوني: مرجع سبق ذكره، ص 358).

6 - 5 : العولمة وآثارها على المجتمعات فهي سلاح ذو حدين، أو تكون سلاحا مفيدا لأنها ترتبط بين الحضارات والشعوب والبلدان متخطية العامل الجغرافي، وسلاحا مضرا خطيرا، لأنها أدت إلى هيمنة

وسيطرة الأقوياء وتنميط الثقافة المادية الغربية وتكريس مبادئ الحرية. (حسن السيد بحر العلوم ، 2010، ص 49).

5 - 7 : تهاقت الفكر العلماني الذي يمثل الفكر المضاد الدين الإسلامي الذي يشتمل على أحكام شرعية تنظيم علاقة الإنسان بربه وعلاقة بغيره في كافة مناحي الحياة، فالعلمانية من الجانب العقدي تعني التنكر للدين وعدم الإيمان به، وترك العمل بأحكامه وحدوده، وهذا كفر صريح وبالنسبة للجانب التشريعي تعني فصل الدين عن الدولة، أو فصل الدين عن الحياة كلها، وهذا يعني الحكم بغير ما أنزل الله، وإما الجانب الأخلاقي فتعني النفعات والفوضى في إشاعة الفاحشة والرذيلة والشذوذ والاستهانة بالدين والفضيلة. (و ن ا ر عبد الكريم العقل ، 1992، ص 110).

- وفي الأخير يمكن القول أن الخطاب الديني الإسلامي واجهته تحديات كثيرة وهذه الأخيرة تأثر بشكل كبير عن دور الدعاة في توجيه الخطاب الإسلامي، ما يترتب عنها عواقب كبيرة سواء في المستقبل أو الحاضر.

## خلاصة:

وفي الأخير يمكن القول أن الخطاب الديني الإسلامي أهمية كبيرة في توجيهه وتوصيل معنى رسالة الإسلام للمسلمين وغير المسلمين ، التي يسعى الدعاة إلى نقلها بالاستشهاد بالقران والسنة الشريفة وسير الصحابة رضي الله عنهم ، وما أجمع عليه السلف الصالح ولما قاله وفعله الرسول صلى الله عليه وسلم في طرح مختلف المواضيع التي تهم الجمهور وفق سمات وأسس الشريعة الإسلامية، والاعتماد على مختلف وسائل الخطاب الديني الإسلامي خاصة الوسائل المعاصرة التي لها دور في نقل الإسلام بكل الطرق وفي أحسن وجه، وفي كل الأوقات لإيصال الخطاب الإسلامي إلى المسلمين وغي المسلمين المعرفة أمور دينهم.

# الفصل الثالث: الصحافة الالكترونية



## تمهيد:

شهدت الصحافة المكتوبة منذ ظهور المطبعة، هذه الثورة التي يعتبر النشر الإلكتروني أهم محرّكاتها، وفي المنطلقات الجديدة لثورة النشر تأثرة صناعة الصحافة كأحد أشكال الإعلام بشكل ملحوظ فظهر ما يسمى بالصحيفة الألكترونية والتي أخذت عدة تسمية أخرى الصحيفة الخيالية Virtual, News Paper، الصحيفة على الخط News Paper on lin الصحيفة وخارج الخط News Paper out lin، وفي النقطة الموالية سنسلط الضوء على مفهوم الصحافة الإلكترونية، مميزات وأنواعها.

## المبحث الأول : مفاهيم حول الصحافة الالكترونية

## 1- مفهوم الصحافة الإلكترونية Newspaper Online/ Eelctronic

الصحافة الإلكترونية: هي تلك الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت، وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجرائد، تشمل الصور والرسوم والصوت والصورة المتحركة.

كذلك الصحافة الإلكترونية "هي التي يتم إصدارها ونشرها عبر الشبكة العالمية أو غيرها من شبكات المعلومات، سواء كانت نسخة أم إصدارة إلكترونية لصحيفة مطبوعة ورقية، أو صحيفة إلكترونية ليست لها إصدارة مطبوعة ورقية، سواء كانت

صحيفة عامة أو متخصصة، سواء كانت تسجيلًا دقيقًا للنسخة الورقية أو كانت ملخصات للمنشور بها طالما أنها تصدر بشكل منتظم، أي يتم تحديث مضمونها من يوم لآخر، ومن ساعة لأخرى، أو من حين لآخر حسب إمكانيات جهة الصدور". (رضا عبد الواحد أمين ، 2007 ، ص 93).

وتعمل الصحف الإلكترونية على شكل بوابات شاملة (protocols)، تقدم خدماتها من الأخبار على مدار الساعة بالاعتماد على وكالات الأنباء أو شبكة من المراسلين كما تنشر في كل عدد يومي من أعدادها مقالات مختلفة مكتوبة خصيصًا للصحيفة أو المشتركين من الصحف أو المجالات الأخرى. (محمود خليل ، 1997 ، ص 33). وهذا النوع من الصحف يختلف عن المواقع الإخبارية في أنه يحمل تروسة تتضمن إسم الصحيفة وتاريخ الإصدار، لكنه لا يتضمن إسم رئيس التحرير في أغلب الأحيان ولا مرجعية الصحيفة أو هويتها.

ومن خلال جل هذه التعاريف نستخلص أن الصحافة الإلكترونية هي الصحافة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت ويقوم القارئ تحميلها وتصفحها والبحث، بالإضافة إلى حفظ المادة التي يريد منها، وطبع ما يرغب طباعته. كما أن الصحافة الإلكترونية هي النسخة الكمبيوترية للصحيفة والتي تتم من خلال تخزين المعلومات إلكترونياً وإدارتها وإستدعائها.

## 2- خدمات وخصائص الصحافة الإلكترونية:

## أ- خدمات الصحافة الإلكترونية:

تتنوع خدمات الصحف الإلكترونية بتنوع أشكالها و مواضيعها، مجالاتها عبر شبكة الأنترنت فقد تجتمع هذه الصحف على بعض الخدمات المشتركة ولكن قد توجد خدمات تتيحها هذه الصحيفة لا توجد في صحيفة أخرى وهذا على حسب إمكانيات الصحيفة، ومن بين هذه الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية للقراء نجد ما يلي:

**- خدمة البحث:** حيث تتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب، وبعض هذه الصحف يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة أو أقل أو أكثر، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلى تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف تشترط الدخول على مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتتفاوت قوة و كفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى، بل وتخفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية. (حسني محمد نصر ، مرجع سبق ذكره، ص، ص 111، 112).

**- خدمة البحث في الأرشيف:** بإمكان قراء الصحف الإلكترونية العودة بكل سهولة إلى الصحف الإلكترونية للبحث في أرشيفها وعن الأعداد السابقة والاطلاع عليها دون عوائق أو صعوبات كما يمكن للقراء التفاعل عبر الروابط التفاعلية الموجودة عبر موقع الجريدة لتقديم النقد والردود والمشاركة في استطلاعات الرأي وغيرها من الخدمات.

**- خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة:** وتقتصر هذه الخدمة على

الصحف الإلكترونية الكاملة "المختلفة عن الصحيفة الورقية" إذ يتيح للمستهلك إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عن محتويات الصحيفة الإلكترونية، فعلى سبيل المثال ما تقدم صحيفة "يؤأس أي توداي" الأمريكية هذه الخدمة تحت عنوان "printEdition" ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية وتتيح فيها تصفح عدد اليوم والأمس (رضا عبد الواجد أمين: مرجع سبق ذكره، ص 103).

- خدمة البريد الإلكتروني: وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى، إذ يقتصر الأمر في الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلى محرري الصحيفة، أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فإنما توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة النت في أي وقت. كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم على عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار و خدمات ملخصة أخرى تهدف الصحيفة الإلكترونية من وراء ذلك إلى ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإلكتروني من مواقع أخرى. (حسني مُجد نصر: مرجع سبق ذكره، ص 103).

- خدمة تقديم الإعلانات الصحفية المطبوعة: من خلال نشر أسعار الإعلانات في الصحيفة الورقية وطبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها، بالإضافة إلى سبل الاتصال بقسم الإعلانات وطلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة.

- خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية: وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية

للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الإئتمان. (رضا عبد الواحد أمين: مرجع سبق ذكره، ص 118).

- خدمة مجموعة الحوار: وهي خدمة تقدمها الصحيفة للمتصفح للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمون بها والمستمدة مما تنشره الصحيفة من أخبار وتقارير ومقالات، وتقدم الصحيفة الإلكترونية عددا كبيرا ومتغيرا وبشكل يومي من

مجموعات الحوار أو النقاش التي يمكن للمتصفح الدخول إليها وقراءة آراء الآخرين والإدلاء برأيه في الموضوع المطروح، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير.

- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزعة وفقا للأقسام الرئيسية للصحيفة مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا وغيرها (حسني مُجد نصر، مرجع سبق ذكره، ص 104).

- خدمة الإرشاد إلى الموضوعات المهمة: وتختلف مسميات هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى إذ تطلق عليها صحيفة "يؤأس أي توداي" الأمريكية "الموضوعات الساخنة" وتطلق عليها صحيفة واشنطن بوست "آخر الأخبار"، وأيا كانت التسمية فإن هذه الخدمة تقدم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور دون الدخول في تفاصيل الموقع وهي خدمة إرشادية في المقام الأول ترشد القارئ إلى أحدث وأهم الأخبار.

- خدمة خريطة الموقع: وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مبسطة وسهلة للمستخدم خاصة إذا كان الموقع مزدوجا بالتفاصيل والخدمات مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة.

- خدمة الإجابة عن الأسئلة: وتتضمن هذه الخدمة الإجابات عن الأسئلة التي يمكن أن يطرحها المستخدم حول طريقة الاستعراض أو المشكلات التي قد يواجهها أثناء استعراض الموقع، وتمثل هذه الخدمة خدمة المساعدة التي يتم تزويد برامج الكمبيوتر بها.

- خدمة الربط بالمواقع الأخرى: وفي هذه الخدمة تقترح الصحيفة على المستخدم عددا من المواقع التي تراها مهمة له، وغالبا ما تكون هذه المواقع ذات صلة بالصحيفة أو بينها وبين الصحيفة اتفاق على تبادل اقتراح المواقع على المستخدمين.

- خدمة الوظائف المتاحة في الصحيفة: وفيها تقدم الصحيفة الشواغل المتاحة فيها سواء للصحفيين أو المراسلين أو الفنيين، وكيفية التقدم لها وشروط شغلها، وتأخذ هذه الخدمة مسميات متعددة مثل: " Job usa today" في ال "يؤأس أي توداي" و"job; joinus" في صحيفة الواشنطن بوست (حسني محمد نصر: مرجع سبق ذكره، ص 122).

### 3- خصائص الصحافة الإلكترونية:

من بين الخصائص التي تميز الصحافة الإلكترونية نجد:

- الوصلات الشعبية: وهي توفر وصلات إلى نصوص متصلة بالموضوع والموقع نفسه وهذا التفصيل في النص يستفيد من ميزات الأنترنت في تتبع مصادر الموضوع، ويوفر نظام النشر الإلكتروني القدرة على إتاحة

- التصفح الحر أمام القراء انطلاقاً من استخدامه لنظامي الكتابة الإلكترونية، "الهيبرتكست hyper texte" و"الهيبر ميديا" اللذين يتيحان قدرات عالية من المرونة والتنوع، إضافة إلى قابليتها للدمج والتحول بما يساعد على ربط النصوص المنشورة بأجزاء متعلقة بها في مواقع أخرى من الشبكة (فهد العسكر، 1998، ص 13).
- 1- الإشارة إلى الموضوعات ذات الصلة بالموضوع: وذلك بتوفير وصلات إلى نصوص متصلة بالموضوع في الموقع نفسه أو في مواقع أخرى بما يضيف المزيد من المعلومات إلى الموضوع الأصلي.
- 2- الإشارة إلى المواقع ذات الصلة بالموضوع: وهي توفر وصلات إلى المواقع ذات الصلة بالموضوع المطروح.
- 3- أداة البحث في الموقع: وتخدم هذه الأداة الباحثين عن المعلومات والموضوعات التي سبق وأن نشرها الموقع الصحفي.
- 4- وجود أرشيف للموضوعات السابقة والأعداد السابقة: وهذه الميزة تفيدها استرجاعاً سبق نشره على اعتبار أن الصحافة دائمة التجدد (عباس مصطفى صادق، 2005، ص، ص 106، 107)، حيث أن بيئة العمل في الصحافة الإلكترونية تقدم للجمهور سلسلة من الخدمات القيمة المضافة القائمة على فكرة السرعة أو الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد ومواقع تبادل البريد الإلكتروني (خالد محمد، 2005، 2005، ص 252).
- المباشرة والتحديث المستمر: ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية آنية (on-line) و ينطلق عمل الصحف الإلكترونية على تحديث خدماتها الإخبارية بشكل مستمر طوال اليوم من رغبتها في مسايرة الطبيعة الخاصة بالإنترنت التي تعد المباشرة الفورية إحدى خدماتها. كما أن الفورية التي تتسم بها الصحيفة الإلكترونية يصاحبها مرونة غير مسبوقه في الاستفادة من هذه الفورية وتطبيقاتها وهو ما يظهر في قدرة الصحيفة الإلكترونية على تحديد محتواها، ونقل الأخبار المهمة فور وقوعها مقارنة بوسائل الإعلام الإلكترونية التقليدية "الإذاعة و التلفزيون" التي تتسم بالفورية إلى حد ما. وهو ما يجعل فورية هذه الوسائل في عرض الأخبار المهمة منقوصة، لأن إضافة مادة جديدة طارئة تقتضي وقف نقل أو عرض بقية المواد (ماجد سلمان تريان، 2003، ص، ص 131، 132).

- **سهولة التعرض:** حيث تعد التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور ولذلك فإن إقبال الجماهير على الوسائل التي قل ما يجب أن يبذله من جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما تتوافر عليه من مواد، وتبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عملية التعرض لها.

- **إمكانية توزيعها:** وبالتالي تعرض القارئ لها على مدى (24 ساعة) بينما ينتظر القارئ يوماً كاملاً للحصول على العدد الجديد من الصحافة الورقية.

- **خاصية التنوع:** عندما جاءت الأنترنت سمح بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام. و طريقة النص هي المحرك لهذا التنوع من الإعلام الإلكتروني الذي يمكن من نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطاً مختلفة من مصادر ووسائل إعلامية ترتبط جميعاً بشبكة من المراجع.

- **عنصر التفاعلية:** من ميزات الصحيفة الإلكترونية ميزة التفاعلية الذي يكون في بعض الأحيان مباشراً، ويتيح عنصر التفاعلية الزائد إمكانية التحوار مع مصممي الموقع وعرض آراءه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذا المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين و المحادثة حول مواضيع يتناولها موقع الجريدة إلكترونياً كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني (عبد

الأمير الفيصل: مرجع سبق ذكره ، ص، ص 116، 117).

بأنه لا توجد مشكلة في المساحة في الصحيفة الإلكترونية: حتى تختصر معلومات كما يحدث في بعض الأحيان في الصحافة الورقية (رضا عبد الواحد أمين: مرجع سبق ذكره، ص، ص 106، 108). فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة، التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيوداً تقريباً تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف إلى ذلك تكنولوجيا الأنترنت خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة تسمح بتكوين نسيج متنوع و ذوي أطراف وتفرعات لا نائية، تسمح باستيعاب كل ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات (كارول ريتش ، 2002، ص 407).

ج-التفتيت واللامجاهيرية: ويقصد بالتفتيت كأحد سمات الصحيفة الإلكترونية هو التخلي عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدمي الوسيلة الإعلامية وتقديم منتج إعلامي يمكنه أن يتكيف مع الاهتمامات الفردية لكل قارئ. أو ترتبط هذه السمة أيضا بالجمهور وطبيعة استخدامه للصحيفة الإلكترونية.

وترتبط هذه السمة أيضا بالجمهور وطبيعة استخدامه للصحيفة الإلكترونية وتحقق هذه الإمكانيات بإحدى الطريقتين:

- الطريقة الأولى: إتاحة اختيارات متعددة أمام القارئ ليختار منها ويقوم هذا الأسلوب على استخدام نظام الوصلات والتي تحيل المستخدم حسب رغبته إلى مواقع إخبارية أو جمعيات المناقشة، أو خدمات البحث، أو الأرشيف، وتسمح هذه الطريقة للمستخدم بالبحث والرجوع إلى الوثائق والمصادر المختلفة للمحتوى المقدم إليه في الموقع الإخباري.

- الطريقة الثانية: وتسمى دفع المحتوى: حيث يكون على المستخدم تحديد قائمة تتضمن كل المجالات التي تمه، ثم يتولى الموقع نفسه بعد ذلك مهمة إرسال المواد والمعلومات إلى المستخدم بشكل أوتوماتيكي، ليطلعها على شاشة الكمبيوتر في الوقت الذي تريده.

- التمكين: فالصحيفة الإلكترونية تعمل على تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي، سواء أكان ذلك أخبارا أم تقارير أم تحليلات فالمصادر متعددة والقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن تجذبها معلومات متعددة ويمكنه الاختيار منها(محمود مزيد، 2005، ص 348).

القابلية للتحويل: وتختلف عن التفاعلية واللامجاهيرية في أنها ترتبط بأسلوب عمل الصحفي في الصحيفة الإلكترونية أكثر من ارتباطها بالمستخدم نفسه، ذلك لأن الصحيفة الإلكترونية توفر إمكانية عرض الموضوع الصحفي متضمنا عدة وسائل. وهو ما يتيح للمستخدم فرصة الاختيار من بين العناصر المختلفة. وتتيح الأنترنت إمكانية تقديم تغطية متعددة الوسائط، أي الاستخدام المتزامن والمنسجم لوسائط وأشكال إعلامية متنوعة في عرض التغطية الصحفية(رضا عبد الواحد أمين: مرجع سبق ذكره، ص 140).

الشخصنة: بيئة العمل في الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونة واعتماد كثيف على تكنولوجيا المعلومات، حيث بإمكانها أن تجعل كل زائر للموقع يكون قادراً أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقع، فيركز على أبواب ومواد بعينها، ويحجب أخرى، وينتقي بعض الخدمات ولقي الأخرى ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه.

- **قياس سريع لرجع الصدى:** حيث منحت تقنيات الصحافة الإلكترونية عملية رجع الصدى feed back، إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل وسائل الإعلام فالصحافة الإلكترونية من أكثر وسائل الإعلام قدرة على قياس رجع الصدى والتعرف على ردود فعل القراء والزوار حول المادة المنشورة.

- **العمق المعرفي:** تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول وتهيأ ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية لأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة.

وإلى جانب ذلك يتوفر في المواد الصحفية المنشورة بالصحف الإلكترونية قدر معرفي مناسب حيث تعمل هذه الصحف على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، بانتقال القراء بمجرد الضغط على أيقونة خاصة بذلك، إلى خدمات معرفية أخرى تقدمها الصحيفة نفسها ومن هذه الخدمات ما يلي:

- تصفح موضوعات صحفية أخرى ذات علاقة بالموضوع المستهدف.
- العودة إلى أرشيف الصحيفة.
- الاطلاع على عدد من الطبعات التي تصدرها الصحيفة()
- القدرة على الربط بين العناصر المتعددة داخل هيكل المعلومات:

تتيح شبكة الأنترنت للصحف الإلكترونية إمكانية الربط بين خبرات ومعارف متنوعة للعديد من الأفراد في مجالات مختلفة من المعلومات لتكون في النهاية مساحات شاسعة من المعرفة الإنسانية المتشعبة والمرتبطة ببعضها البعض بشكل مرن ديناميكي ويترتب على ما سبق أهمية أن تراعي الصحف الإلكترونية أساليب

وآليات الربط المستخدمة والكيفية التي يتم استخدامها للربط بين المحاور والأجزاء الموضوعية وكذلك الوصلات المقدمة، والشكل الذي تظهر به، وكذلك التأكد من فاعلية استخدامها.

- **معرفة عدد القراء والزوار:** حيث توفر الصحافة الإلكترونية إمكانية تسجيل أعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر يوميا، وهناك بعض البرامج تسجل اسم، وعنوان أي زائر، ومثل هذه الإمكانية توفر للمؤسسات المعنية والدارسين إحصائيات دقيقة عن زوار موقع الصحيفة، وتوفر لها مؤشرات عن أعداد قرائها وبعض المعلومات عنهم، حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر (نجوى عبد السلام، 1998، ص 204).

- **تنوع أشكال العرض:** حيث تتيح إمكانيات وطبيعة الأنترنت أشكالاً وبدائل

- **متنوعة ومتعددة لعرض المادة،** مثل: الفلاش والنوافذ الخاصة وغيرها من الأدوات ولا يقتصر الأمر إلى هذا الحد، بل إن البدائل المطروحة قابلة للتجديد والتطوير والابتكار والقابلية لتوليد الأفكار (جان كرم، 1999، ص 13).

#### 4- أنواع الصحف الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت:

تعدد الصحف الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت، وكل نوع يختلف عن الآخر سواء من حيث الشكل أو المحتوى، أو من حيث التصميم والإخراج والارتباط بالنسخة المطبوعة ومن بين هذه الأنواع نجد ما يلي:

أ- **الصحف الإلكترونية الكاملة:** وهي صحف قائمة بذاتها، وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية "الصحيفة الأم"، ويتميز هذا النوع من الصحف الإلكترونية بما يلي:

- تقديم الخدمات الإعلامية والصحفية نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور... إلخ.

- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبعة الخاصة بشبكة الأنترنت وتكنولوجيا النص الفائق "HyperText" مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب كلها وخدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والوصول إلى الأرشيف.

- تقديم خدمات الوسائط المتعددة "multimédia" النصية والصوتية والمصورة.

ب- النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: ونعني بها مواقع الصحف الورقية على

الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات لها، والربط بالمواقع

الأخرى (حسني محمد نصر: مرجع سابق، ص، ص 101، 103).

- هناك أشكال مستحدثة تعتمد على وسائط جديدة يتم ارتباطها بالحاسبات الإلكترونية مثل الصحافة التي تعد طبعا خاصة معدة من الصحف الورقية حسب اهتمامات الشخص المستقبل، ويطلق عليها صحافة الفاكس مايل، حيث يتم استقبالها على أجهزة الفاكسمايل (محمود علم الدين، 2000، ص 23). وتعد الصحف الإلكترونية الفورية التي تنقل للمتلقي عبر شبكات المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية، ويمكن تقسيم هذا النوع من الصحافة وفقا لعدد من الاعتبارات:

ج- صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع: وإنما توجد فقط على شبكة الأنترنت، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية والصحافة العربية مثل "صحيفة ألبيريا" التي أصدرها عشرة صحفيين جزائريين باللغة الفرنسية والانجليزية، تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على الأنترنت، ودون الحاجة إلى أموال كثيرة إنما يتطلب الأمر تجسيد موقع على شبكة الويب من قبل المهندسين في الإعلام الآلي فقط. مثل عنوان جريدة "ألبيريا" على شبكة الأنترنت [www.algeria.interface.com](http://www.algeria.interface.com).

- صحف إلكترونية لها مطبوع: ولكنها لا تشترك معه في محتواه، ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية، ولها أمثلة متعددة من الصحافة الأمريكية والأوروبية.

- نسخ إلكترونية من الصحف الورقية: وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة

الأنترنت وهذا النوع يأخذ أحد الشكلين التاليين:

- صحف إلكترونية تقدم المضمون الورقي كاملا كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.  
صحف إلكترونية تقدم بعض المضمون الورقي.

ثانيا: أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التقنية المستخدمة في الموقع:

وهو ما يعرف بأنماط نقل النص على شبكة الأنترنت، وتنقسم الصحف الإلكترونية إلى أربعة أنواع:

- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية الجرافيك التبادلي: والذي يتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الأنترنت (رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص، ص 101، 100).

- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول: ويتيح نقل النصوص والأشكال والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماما للنسخة الورقية مثل جريدة السفير اللبنانية.

- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق: وهو النمط الذي يتيح وضع

نصوص الصحيفة الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الأنترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص مثل جريدة الأهرام والرياض والبيان (حسني محمد نصر: مرجع سبق ذكره، ص، ص 107، 109).

- صحف إلكترونية تجمع بين النص الفائق والنمط المحمول للاستفادة من مزايا النظامين.

ثالثا: أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار بلد الصحيفة:

- صحف عربية تصدر من دول عربية مثل: "الأهرام المصرية والرياض السعودية" وغيرها.
- صحف عربية تصدر من خارج الوطن العربي: مثل "جريدة الحياة و الشرق الأوسط" تصدران من لندن.
- صحف أجنبية: وهي متعددة في كل المجالات منها "الواشنطن بوست ونيويورك تايمز" وغيرها.

المبحث الثاني: ظهور الصحافة الالكترونية

### 1- الخلفية التاريخية لظهور الصحافة الإلكترونية.

تعد الصحافة الإلكترونية إحدى أهم البدائل الاتصالية التي أتاحتها شبكة الإنترنت وأسهمت هذه الوسيلة في تعظيم الأثر الاتصالي للعملية الإعلامية من خلال ما تتوفر عليه من عناصر مقروءة ومرئية ومسموعة، وتبعاً لطبيعة الصحافة الإلكترونية الخاصة والخاصة والمستفيدة من خلال شبكة الإنترنت حيث تتم عملية التصفح بسهولة كبيرة، وذلك من خلال مداخل متفرعة يمكن إستعراضها في لحظة واحدة من قائمة التعرض على جانبي

الصفحة الإلكترونية، بحيث تحتزن هذه القائمة المحاور الأساسية للصحيفة بالإضافة إلى تضمن الصفحة الرئيسية لمقدمات متنوعة لأهم الأخبار (حسني محمد نصر: مرجع سبق ذكره، ص، ص، 103-105). وأول بداية حقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية كانت عام 1981م عندما قدمت بالكمبيوتر خدمتها مع 11 صحيفة مشتركة من وكالة الأنباء الأسوشيد برس إلا أن هذه الخدمة توقفت عام 1982م، بعد إنقضاء الشراكة معه. وفي عام 1992م أنشأت شيكاغو أون لاين أو صحيفة إلكترونية على شبكة أمريكا أون لاين، وكان موقع الصحافة الإلكترونية على الإنترنت إنطلق عام 1993م في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع Palo alto، وألحق به موقع آخر في 1994م هو Altoba weekly لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر على الشبكة بانتظام على التحول إلى النشر الإلكتروني بسرعة كبيرة، ففي عام 1991م لم يكن هناك سوى 10 صحف فقط على الإنترنت ثم تزايد هذا العدد حتى بلغ 1600 صحيفة عام 1996م، وقد بلغ عام 2000م إلى 4000 صحيفة على مستوى العالم، كما أن الصحف الكبيرة والمتوسطة في الولايات المتحدة الأمريكية قد وضعت صفحاتها على الإنترنت.

أما المحتوى الإخباري فقد تطور حسب الجمهور عبر ثلاثة مراحل؛ ففي المرحلة الأولى كانت الصحيفة تعيد نشر معظم أو جزء من محتوى الصحيفة الأم، وهذا النوع من الصحافة مازال سائدا إلى الآن (أجقو علي، 2005، ص 27). أما في المرحلة الثانية فيقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص. أما في المرحلة الثالثة فيتم إنتاج محتوى خاص بالصحيفة الإلكترونية.

ويمكننا تلخيص المراحل التي مرت بها الصحافة الإلكترونية فيما يلي:

**1- المرحلة الأولى:** وهي مرحلة الأصول الورقية، مثل الكتب بمختلف أنواعها والدوريات والتقارير والنشرات المختلفة.

**2- المرحلة الثانية:** وهي المرحلة المتوسطة، حيث بدأت بإستثمار الحواسيب المتمثل في الطباعة والنشر المكتبي، الذي كان ينشر الكتب والمطبوعات الأخرى.

**3- المرحلة الثالثة:** وهي مرحلة النشر الإلكتروني بمختلف أشكال البحث كالإتصال المباشر والأقراص المكتنزة، ولكن المصادر الأولى الورقية بقيت تنتج جنبا إلى جنب مع المصادر الورقية لنفس المواضيع والمواد.

4- المرحلة الرابعة: وهي مرحلة المعلومات الإلكترونية، وعدم توفرها بشكل ورقي وتكتفي بالشكل الإلكتروني لها، ويعتبر النشر عبر شبكة الإنترنت مثالا واضحا في هذه المرحلة (عامر إبراهيم، قنديلجي، 2002، ص302).

## 2- واقع الصحافة الإلكترونية بالجزائر وآفاقها:

عرفت الجزائر في دخول الأنترنت في مارس (1994)، رغم أن الربط لأول مرة كان في سنة "1993" عن طريق خط هاتفي متخصص دون الاستفادة من خدمات الأنترنت، وفي عام "1994" تم الربط الكامل بشبكة الأنترنت عن طريق كابل من الألياف الضوئية يربط مركز البحث العلمي في الإعلام العلمي والتقني "cerist" قدرت سرعة هذا الربط في البداية ب"9600 بايت/ثا" وهي سرعة جد بطيئة، وقد تم إقامة المشروع السابق بالتعاون مع منظمة اليونيسكو في إطار مشروع إفريقي يعرف بشبكة الإعلام الإفريقي والتي كانت النقطة المحورية للشبكة.

وفي ديسمبر "1997" وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تم تدعيم الكابل بخط متخصص آخر، بعدها لم يعد الدخول إلى الشبكة محصورا فقط على المؤسسات الحكومية، الجامعات، بل أصبح من الممكن للخوادم أن يدخلوا للشبكة إن استطاعوا توفير جهاز إعلام آلي ومودم وخط هاتفي.

وفي نهاية أكتوبر "1998" وبموجب اتفاقية أبرمها مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني "cris" وهيئة "netsat" الأمريكية تم ربط هذا المركز عن طريق واشنطن بواسطة القمر الصناعي "MAA" بقدرة 1 ميغابايت/ثا إلى 2 ميغابايت/ثا مع برمجة مشروع يومي إلى إقامة خط للاتصال عبر الأقمار البصرية، وخط آخر للربط عبر الأقمار الصناعية لتفادي أي توقف اضطراري مستقبلا للشبكة.

ومع زيادة عدد المشتركين في الأنترنت زاد مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني من طاقته إلى "5" ميغابايت/ثا" وسعت الشركة الخاصة "gecos" إلى مضاعفة قدرة ربطها كذلك، وعلى مستوى المؤسسات الرسمية صادقت الحكومة على مرسوم تنفيذي رقم "98.25" المؤرخ في "1998/07/25" حدد هذا المرسوم شروط الاستثمار في ميدان الأنترنت حيث سمح بإنشاء موزعين وسطاء خواص على غرار مركز البحث العلمي والتقنيين وهم "gecos" "solinet" "cosmète" "work Benet" بهذا يتم رفع احتكار الدولة،

ويصل اليوم عددهم إلى ما يفوق "80" موزعا، كما أن طاقة الربط وصلت اليوم "34 ميغابايت/ثا". بالنسبة للصحف المكتوبة كانت جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية هي السبّاقة في إنتاج نسخة إلكترونية لمثلتها الورقية ابتداء من "نوفمبر 1997" أما بالنسبة للصحف الصادرة باللغة العربية فكانت جريدة الخبر هي الأولى وهذا في "أبريل 1998"، وفيما يخص إعداد الصحف الإلكترونية فهناك من تستخدم ترقية "PDF" وهي ترقية تعطي النسخة نفسها الورقية في شكلها الإلكتروني، أما ترقية "html" فتتميز بالعرض الجميل للصور والمقالات والعناوين حيث يمكن قراءتها من خلال "navigateur" مثل "explorer internet". إن الدمج بين الترتيبين "PDF" و "HTML" يضمن ويوفر الامتيازات المشتركة.

والملاحظ أن أغلب الصحف الجزائرية على الخط لا تختلف عن نسختها الورقية في المضمون وهناك فقط بعض التعديلات الطفيفة التي نلاحظها على النسخة الورقية.

### 3- الصحافة المكتوبة في الجزائر:

بعد عهد التعددية في الجزائر وبمقتضى مواد الدستور "1981" وقانون الإعلام "1990" كانت بداية جديدة للصحف المكتوبة في الجزائر، إذ شهدت فترة التسعينيات انفجارا في مجال صدور العناوين من يوميات وأسبوعيات.

وهكذا تنوعت الخريطة في الجزائر كاشفة عن صحف حزبية وأخرى تابعة للدولة وأخرى خاصة وصحف ناطقة باللغة العربية وأخرى بالفرنسية والانجليزية وأخرى بالأمازيغية.

ومن بين الصحف التي شهد ميلادها بصدور قانون "1990" نجد:

الوطن الفرنسية، ولوسوارداالجيري، الخبر بالعربية، وفي الوقت نفسه ظهرت صحف حزبية منها: "المنقذ" أسبوعية تابعة للجبهة الإسلامية للإنقاذ بالعربية، وجريدة "asalou" أسبوعية تابعة لحزب "RCD" بالعربية، و جريدة "algérierè publicain" يومية تابعة لحزب الطليعة الاشتراكية "pages" بالفرنسية وغيرها(علي عبد الرحمان عواض: مرجع سبق ذكره، ص 334).

وعموما فاليوم هناك العشرات من اليوميات والدوريات، إلا أن الصحف الأكثر انتشارا يمكن تحديدها في الصحف العمومية، وبالنسبة لليوميات نجد صحيفة "الشعب" التابعة للدولة "باللغة العربية" وصحيفة "المجاهد" باللغة الفرنسية.

أما أكثر الصحف رواجاً بالنسبة للصحف المستقلة نجد جريدة "الشروق اليومي" في الصدارة وجريدة "النهار الجديد" وجريدة "الخبر اليومي" (وما يثبت صدارة هذه الجرائد حاليا هو عدد سحبها، حيث سجلت جريدة الشروق في أكبر سحب لها مليونين نسخة ورقية في اليوم) وغيرها من الجرائد الصادرة باللغة العربية.

وبالنسبة للغة الفرنسية نجد أهمها جيدة: "elwatan", "liberté", "d'Oran" و"lequotidien".

ولم تكن الصحف الصادرة في الجزائر بمعزل عما يشهده عالم التكنولوجيات الحديثة للاتصال فقد وظفت هذه التكنولوجيات في مجال الطباعة عن بعد بواسطة الأقمار الصناعية نظرا لشساعة مساحة البلد، كذلك استخدمت أحدث طرق الطباعة وأدخلت الألوان إلى الصفحات الرئيسية في الجرائد، كما هو الحال مع جريدة "الشروق اليومي" وجريدة "الخبر" وجريدة "النهار الجديد"، كما اتجهت العديد من الصحف الجزائرية للتوزيع خارج الجزائر وخاصة في فرنسا، قصد الوصول إلى الجالية الجزائرية والمغربية بصفة عامة، وعموما فإن الصحافة المكتوبة في الجزائر لم تكن بمنأى عن الأزمة التي تواجهها الصحافة المكتوبة بصفة عامة سواء من حيث عدم انتظام العديد من العناوين واحتجاب الكثير منها، ونقص مصادر التمويل، أو من حيث المنافسة التي باتت تواجهها من قبل القنوات الفضائية وشبكة الأنترنت. هذا ما أدى بالعديد من الصحف في الجزائر إلى التواجد على شبكة الأنترنت من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير على المستوى العربي والعالمي والجزائري، كما أن وجود نسخة إلكترونية للصحيفة المطبوعة يعطي دعما قويا للصحيفة الورقية للانتشار ومعرفة انتقادات و ردود القراء والتعليقات المسجلة عبر شبكة الأنترنت وهذا من خلال الروابط التفاعلية المفتوحة أمام القراء. ولهذا فإن وجود الصحيفة الإلكترونية إلى جانب النسخة المطبوعة لن يقضي عليها في المستقبل القريب أو البعيد لأنه وبكل بساطة تطور وسائل الإعلام والاتصال الحديثة عبر التاريخ لم يسجل إلى حد الآن أن ظهور وسيلة جديدة في الإعلام والاتصال يقضي على الوسيلة التي بعدها ولهذا يمكن القول أن

وجود الصحيفة الإلكترونية ما هو إلا وسيلة جديدة ظهرت بفعل تطور وسائل الاتصال، وقد يأتي بعد الصحافة الإلكترونية ما هو أسرع وأحسن منها.

#### 4- الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

تعد جريدة "Alegria interface" هي الجريدة الإلكترونية الأولى عبر شبكة الأنترنت، أسسها أحد الإعلاميين "نور الدين خلاصي" صحفي سابق بجريدة "la nation" وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة لإصدار جريدة مستقلة في عام 1996، تقدم التقارير وأخبار حول المسائل السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية "sida" ثم تم التخلي لاحقا عن الفكرة وتحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الأنترنت اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والانجليزية في مجال النشر الإلكتروني، ويرى "جوفان" وهو أحد السويديين أنه "لولا الأنترنت لما تمكنا من الإصدار أبدا"، وتمول الصحيفة من قبل وكالة "سيدا" ومساعدة مركز "ألفا بالم" الدولي.

انطلقت جريدة "الجزيرة إنترفاست" في العمل في "نوفمبر 1999"، و كان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية، وتحولت الجريدة من الصدور من أسبوعين إلى مرة واحدة كل أسبوع (هاني راهب، 1995، ص 66).

تعد تجربة الجزائر في مجال استخدام الأنترنت في عالم الصحافة المكتوبة متأخرة بعض الشيء عن مثيلاتها في الوطن العربي، فقد بدأت جريدة "الشرق الأوسط" على الأنترنت يوم "1995/09/09" وتبعتها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر والتي أنشأت موقعها في "1997/02/16" ويضم نسخا من مواقع ل"الجمهورية، المساء، مصر اليوم" تلتها جريدة "الشعب" في "أول أكتوبر 1997" ثم تبعتها جريدة "الأهرام الصباحية" في عام "1998".

أما الجزائر فكان سبق لجريدة "الوطن" باللغة الفرنسية في "نوفمبر 1997" ثم جريدة "liberté" في "جانفي 1998" فجريدة "اليوم" باللغة العربية في "فيفري 1998" وتلتها جريدة "الخبر" باللغة العربية وهي أكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر في ذلك الوقت. (محمد شطاح، 2006، ص، ص 127، 125).

الملاحظ على الساحة الإعلامية الجزائرية أنه تأخرت الصحف الورقية عن الظهور على شبكة الأنترنت مقارنة بالدول العربية، وهذا راجع لعدة صعوبات كانت تعاني منها شبكة الأنترنت من انقطاعات متكررة بالإضافة إلى نقص الفنيين والتقنيين في مجال التحرير على شبكة الأنترنت، وهذا ما جعل الصحافة الإلكترونية تتأخر نوعاً ما في الجزائر: والجدول الآتي يوضح تتابع إنشاء المواقع الإلكترونية لأهم الصحف في الجزائر (محمد شطاح: مرجع سبق ذكره، ص 128).

الصحيفة	الموقع	تاريخ إنشاء الموقع	الملكية
elwatan	www.elwatan.com	نوفمبر 1997	مستقلة
liberté	www.liberté.alger.com	جانفي 1998	مستقلة
اليوم	www.elyoum.com	فيفري 1998	مستقلة
الخبر	www.elkhabar.com	أبريل 1998	مستقلة
الشعب	www.ech-chaab.com	جوان 1998	عمومية
el moudjahid	www.elmoydjahid.com	جويلية 1998	عمومية
Le matin	www.le.matin.dz.com	أكتوبر 1998	مستقلة
Le soir d'al gèrer	www.le soir.com	نوفمبر 1998	مستقلة
El acil	www.elacil.com	مارس 2000	مستقلة

ابتداء من عام 2000 إلى غاية 2010 تعددت الصحف الإلكترونية الجزائرية على شبكة الأنترنت وفي مختلف التخصصات والميادين وتطورت مواقعها وأصبحت في متناول العديد من الفئات في المجتمع وأصبحت أغلبية الصحف الصادرة بالجزائر سواء باللغة العربية أو باللغة الفرنسية تمتلك موقعا إلكترونيا عبر النت، بالإضافة إلى الروابط التفاعلية الموجودة من أجل التعليق والمشاركة في المنتديات ومن بين الصحف الموجودة حاليا عبر شبكة الأنترنت نجد:

"El moudjahid, elwatan, horizons, info soir, l'authentique, l'échod'Oran, l'expression, la dépêche de Kabylie, lanouvelle république, la tribune, le buteur, le courrier d'Algérie, le jeune indépendant, le jour d'Algérie, le Maghreb, le quotidien d'Oran, le soir d'Algérie, liberté" (جمال بوعجمي، بلقاسم براوان ، 2005 ص 338).

##### 5- تجربة أول جريدة جزائرية في عالم الصحافة الإلكترونية:

تجربة جريدة الوطن الناطقة بالفرنسية: تعتبر جريدة الوطن أول جريدة وطنية جزائرية اكتسحت عالم الأنترنت، من خلال استغلال الشبكة فور دخولها إلى الجزائر سنة 1993، وتم استغلالها في عمليات البحث والاطلاع على العالم الخارجي.

إن وعي الجريدة بأهمية ودور الأنترنت كحلقة وصل بين عالم الصحافة عموما وباقي العوالم جعل إدارة الجريدة تتصل مباشرة بمركز البحث التقني والعلمي باعتباره الهيئة الأولى في الجزائر المكلفة بالأنترنت وواقعة تحت احتكارها.

تقدم هذا الأخير بالعروض المتوفرة آنذاك، والتي واكبت من خلالها الجريدة باقي التطورات في مجال الميغابايت، ففي البداية قدم عرض ب 64ko/s ثم 256ko/s وبعدها 10mega/s.

لقد كان منذ البداية سعي إدارة الجريدة لمواكبة التطور التكنولوجي الهائل، وذلك حرصا منهم على:

- مواكبة ومحاكاة التجربة الفرنسية التي كانت تبحث لنفسها عن موقع لها عبر شبكة

الأنترنت لتحقيق مكانة أكبر، ورواج أحسن للصحف المطبوعة، والوصول إلى أكبر فئة ممكنة لجمهور القراء، بتحقيق أحسن توزيع، التوزيع الذي يتخطى الحدود والزمن ويتميز بالآنية والتجديد المستمر.

- النظرة التكنولوجية الحديثة والرغبة في إحداث تزاوج بين وسائل الإعلام وبينها جعل منها مطمح و مطلب لكل بل ولجميع الوسائل الإعلامية.

إلا أنه لم تكن في البداية الخدمة المتوفرة سوى كخدمة نصية، ويشترط مركز البحث أن يتولى هو بنفسه عملية الإعداد بصفة يومية، وعلى أحد المكلفين من الجريدة الذهاب بالمحتوى المرجو عرضه بصفة يومية، لذلك خلق هذا الأمر صعوبة الالتزام بالمواعيد نظرا لتأخر عملية إنهاء العمل المكتوب بالإضافة إلى أن نظام الجرافيك لم تعرفه الجزائر حتى سنة 1995.

قامت جريدة الوطن منذ "30 نوفمبر 1997" بإنشاء موقع على الأنترنت، لتصبح بذلك أول جريدة جزائرية يومية تقدم طبعة إلكترونية أمام الطبعة الورقية بالمضمون نفسه والأفكار نفسها، ما عدا أخبار وكالات الأنباء.

بعد مرور ثلاث سنوات من إنجاز الموقع، استطاعت الجريدة أن تنجح في تقديم الأخبار بطريقة يومية بالتركيبتين "PDF" و "h.t.m.l" و مصلحة للأرشيف، وبذلك تقدم الوطن خدمة للقارئ لتحصيل المعلومة، والبحث عن كل الأخبار والقضايا، من خلال استرجاعها في الحين.

كما تم تحديث الموقع معتمدين على تحويله وتعديله من موقع ساكن كخدمة نصية إلى موقع متحرك في سنة 2004، ما يعني تقنيا أصبح يقع نقل ليس فقط للجداول بل الصور المتحركة، الألوان التي تتغير، مما يعني أن الموقع شاشة تلفزيون، أما إعلاميا فأصبحت الجريدة تتمتع بخاصية التفاعلية والتواصل عبر البريد الإلكتروني، عبر الإبحار في الأرشيف لتوفر أيقونة "البحث" (يمينه بلعاليا ، 2007 ص، ص 164، 166).

# الفصل الرابع: عرض و تحليل و مناقشة النتائج



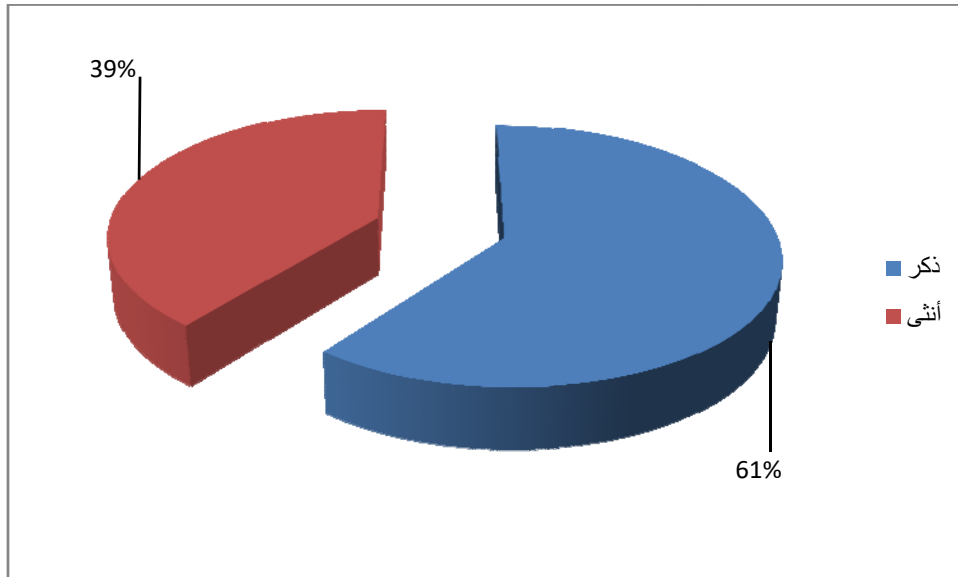
عرض وتحليل النتائج

أ/ تحليل البيانات الوصفية:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
70%	28	ذكر
30%	12	أنثى
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 40 فرداً، نلاحظ أن 28 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 70%، أما حجم الإناث فقد بلغ 12 أنثى بنسبة قدرت بـ 30%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)



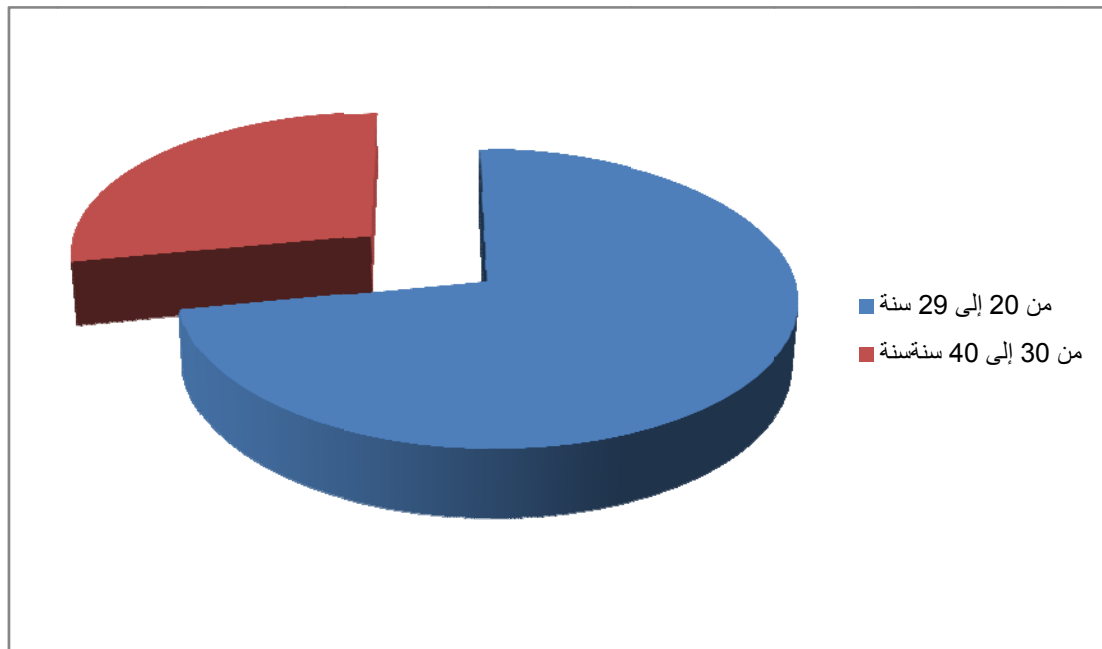
الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
00%	00	من 18-22 سنة
30%	12	من 23-27 سنة
70%	28	من 28 فما فوق
100%	20	الإجمالي

يمثل هذا الجدول الفئة العمرية لعينة الدراسة بحيث أن أكبر عينة أعمارهم فوق 28 سنة بنسبة 70% ، بينما وصلت الى 30% بالنسبة للمبحوثين الذين تتراوح اعمارهم ما بين 23 و 27 سنة ، أما الفئة الأقل من 20 سنة فهي منعدمة تماما وهذا يرجع الى طبيعة المبحوثين والعينة المتاحة .

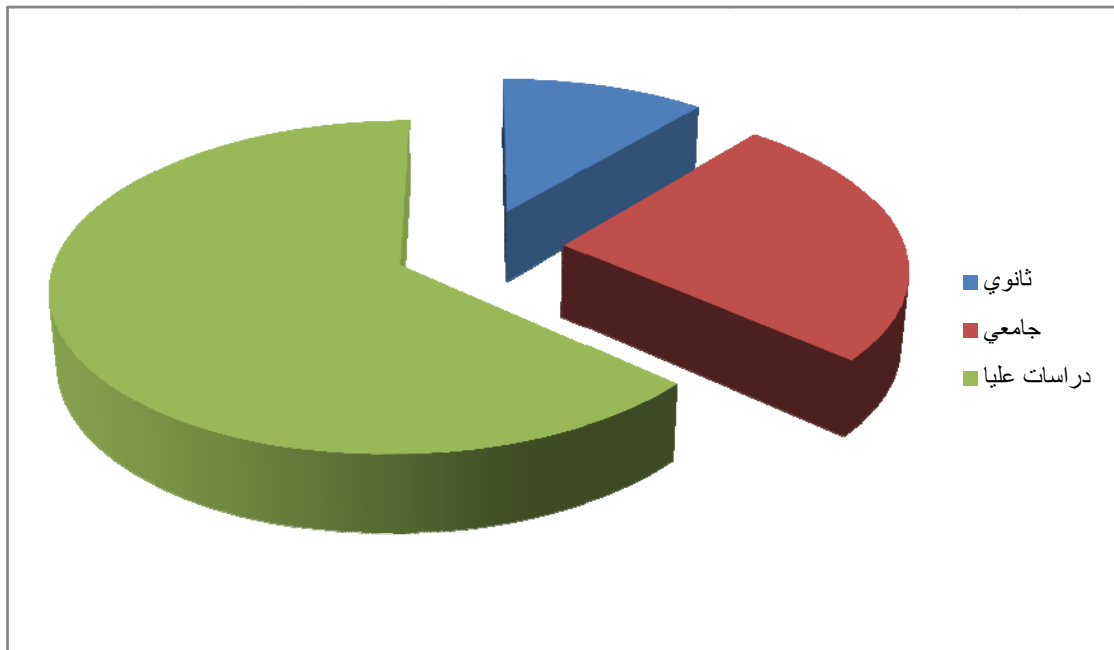
شكل رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن



الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
10%	04	ثانوي
65%	26	جامعي
25%	10	دراسات عليا
100%	40	الإجمالي

يبرز جليا من خلال الجدول أن العينة تم تقسيمها حسب خصوصية الباحثين الى 3 مستويات تعليمية ، حيث احتلت درجة جامعي أعلى نسبة 65% من مجموع الباحثين ، تليها مستوى دراسات عليا بنسبة 25% وكانت المرتبة الأخيرة لمستوى ثانوي بنسبة 10% ، ومن خلال استقراءنا لمعطيات الجدول يتبين لنا أن المستوى الجامعي على العموم هو الغالب على أفراد العينة



شكل رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

ب/ تحليل أسئلة الاستبيان:

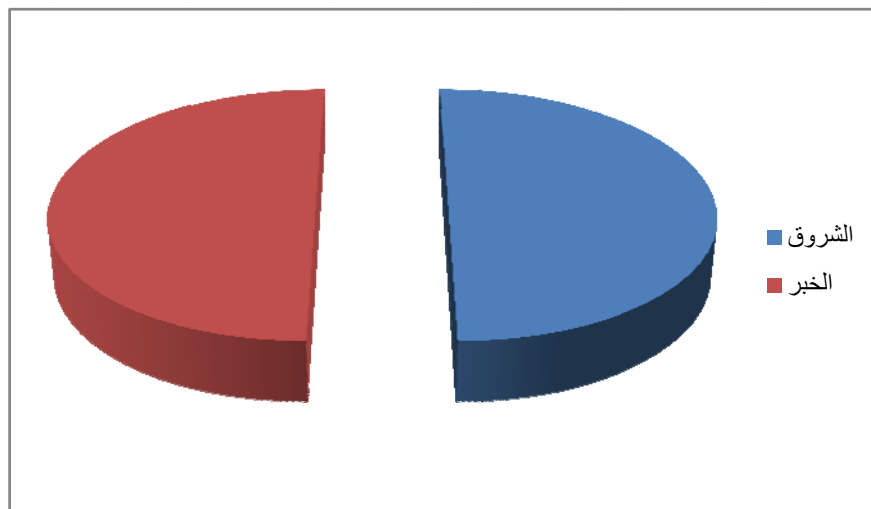
السؤال رقم (07):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 07
50%	20	الشروق
50%	20	الخبر
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) بالبديل " الشروق " وقد بلغ عددهم (20) أفراد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الخبر " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (07)



الشكل رقم (07) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (07)

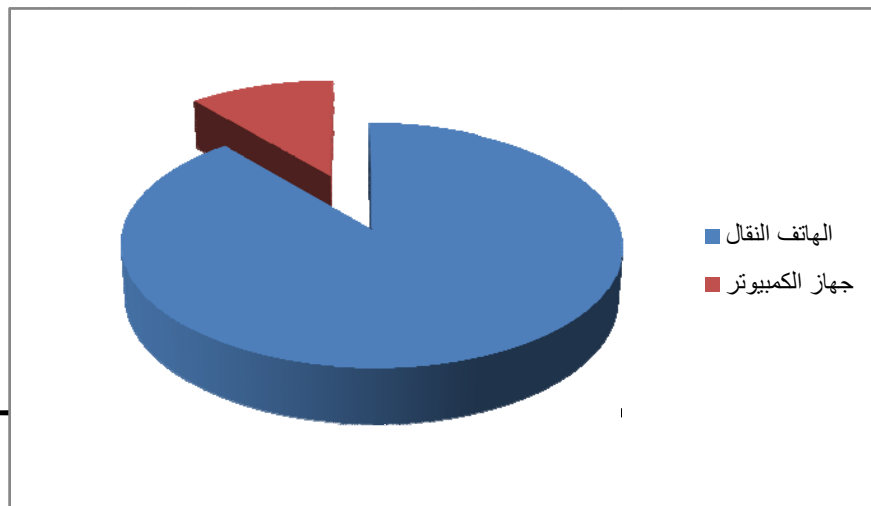
السؤال رقم (08):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 08
%80	32	الهاتف النقال
%20	8	جهاز الكمبيوتر
%100	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) بالبديل " الهاتف النقال " وقد بلغ عددهم (32) أفراد بنسبة مئوية بلغت %80، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " جهاز الكمبيوتر " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ %20، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (08)



الشكل رقم (08) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (08)

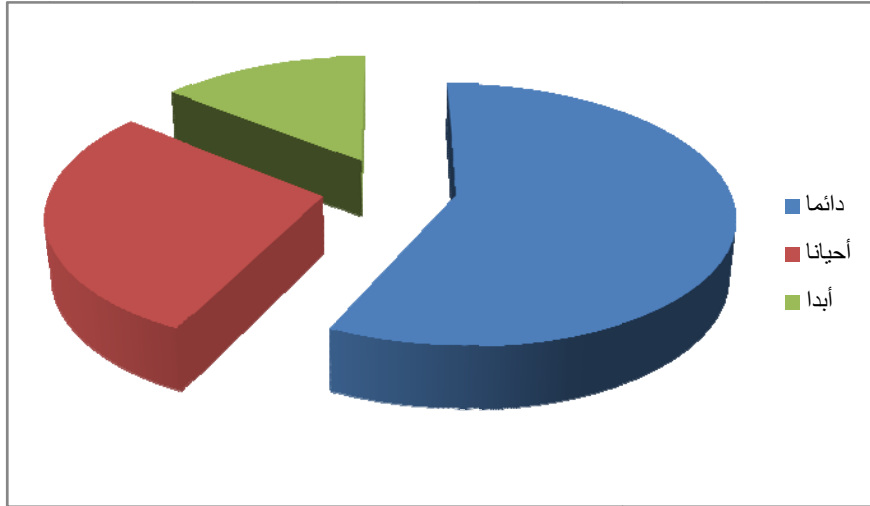
السؤال رقم (09):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 09
50%	20	دائما
40%	16	أحيانا
10%	04	نادرا
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (40) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) بالبديل " دائما " وقد بلغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (04) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (09)



الشكل رقم (09) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (09)

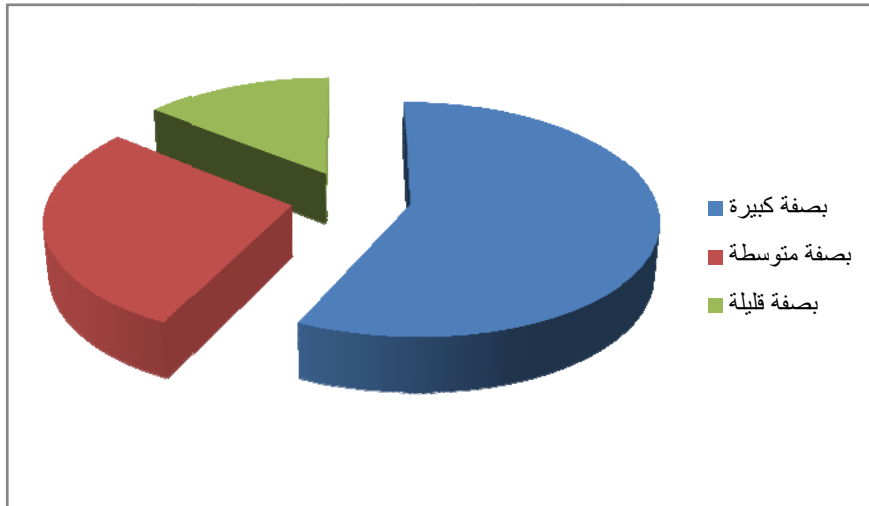
السؤال رقم (10):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 10
50%	20	بصفة كبيرة
40%	14	بصفة متوسطة
10%	06	بصفة قليلة
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل " بصفة كبيرة " وقد بلغ عددهم (20) فرداً بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " بصفة متوسطة " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " بصفة قليلة " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (10)



الشكل رقم (10) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (10)

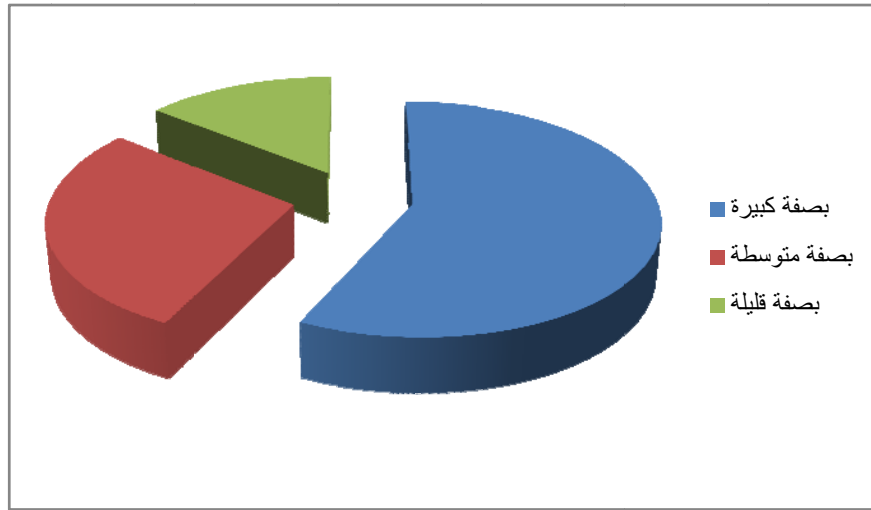
السؤال رقم (11):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 11
50%	28	أقل من ساعة
40%	02	ساعة
10%	10	أكثر من ساعة
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل " أقل من ساعة " وقد بلغ عددهم (20) فرد بنسبة مئوية بلغت 50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " ساعة " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 40%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أكثر من ساعة " والبالغ عددهم (06) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (11)



الشكل رقم (11) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (11)

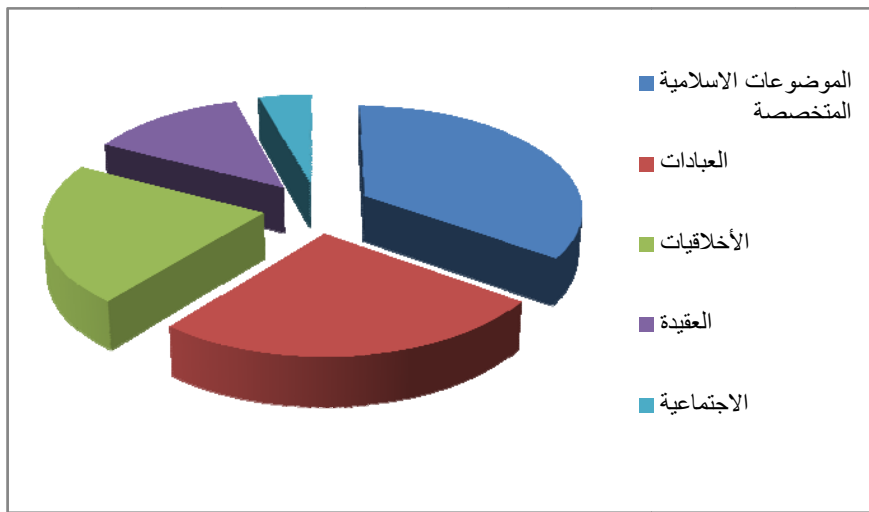
السؤال رقم (12):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 12
35%	14	الموضوعات الاسلامية المتخصصة
25%	10	العبادات
20%	8	الأخلاقيات
15%	6	العقيدة
5%	2	الاجتماعية
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى خمسة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل " الموضوعات الإسلامية المتخصصة " وقد بلغ عددهم (14) فرداً بنسبة مئوية بلغت 35%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " العبادات " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الأخلاقيات " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " العقيدة " والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 15%، في حين المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الاجتماعية " والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (12)



الشكل رقم (12) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (12)

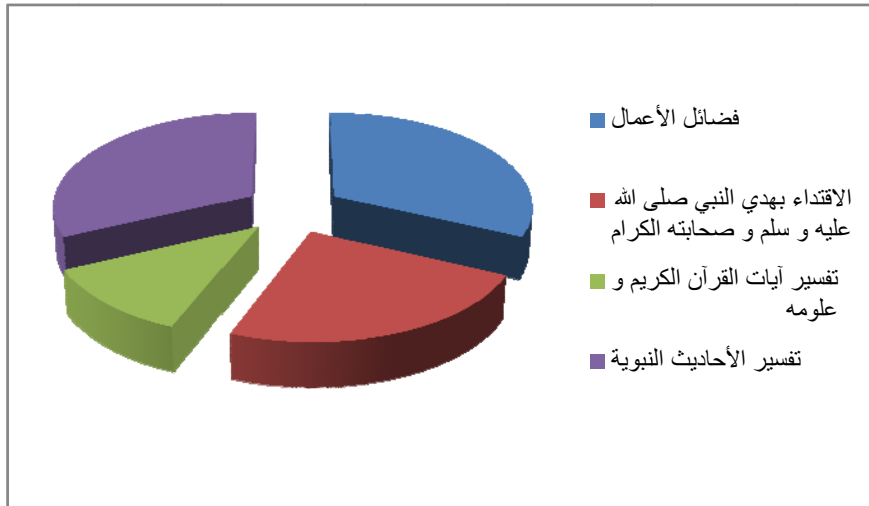
السؤال رقم (13):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 13
45%	18	فضائل الأعمال
30%	12	الافتداء بهدي النبي صلى الله عليه و سلم و صحابته الكرام
12.50%	5	تفسير آيات القرآن الكريم و علومه
12.50%	5	تفسير الأحاديث النبوية
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل " فضائل الأعمال " وقد بلغ عددهم (18) فرداً بنسبة مئوية بلغت 45%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الافتداء بهدي النبي صلى الله عليه و سلم و صحابته الكرام " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " تفسير آيات القرآن الكريم و علومه " والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.50%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " تفسير الأحاديث النبوية " والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 12.50%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (13)



الشكل رقم (13) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (13)

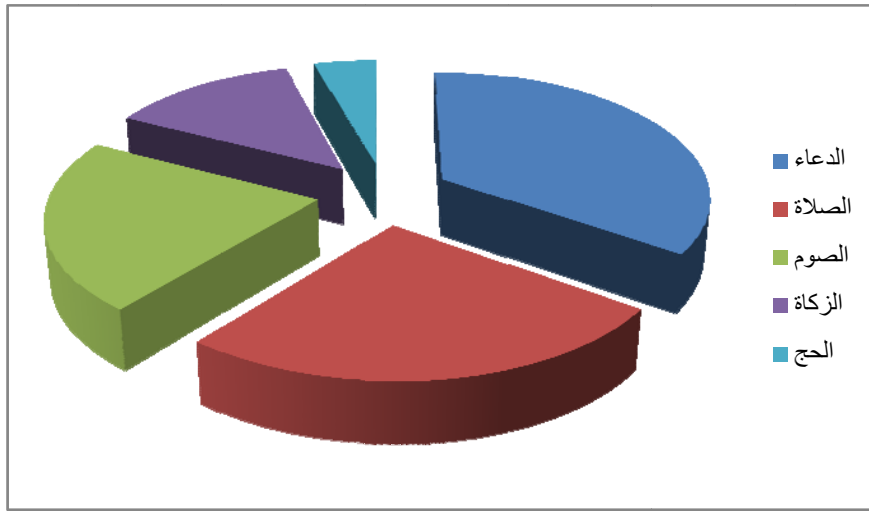
السؤال رقم (14):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 14
52.50%	21	الدعاء
22.50%	9	الصلاة
17.50%	7	الصوم
5%	2	الزكاة
2.50%	1	الحج
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى خمسة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل " الدعاء " وقد بلغ عددهم (21) فرداً بنسبة مئوية بلغت 52.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الصلاة " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.50%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الصوم " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.50%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الزكاة " والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، في حين المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الحج " والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـ 2.50%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (14)



الشكل رقم (14) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (14)

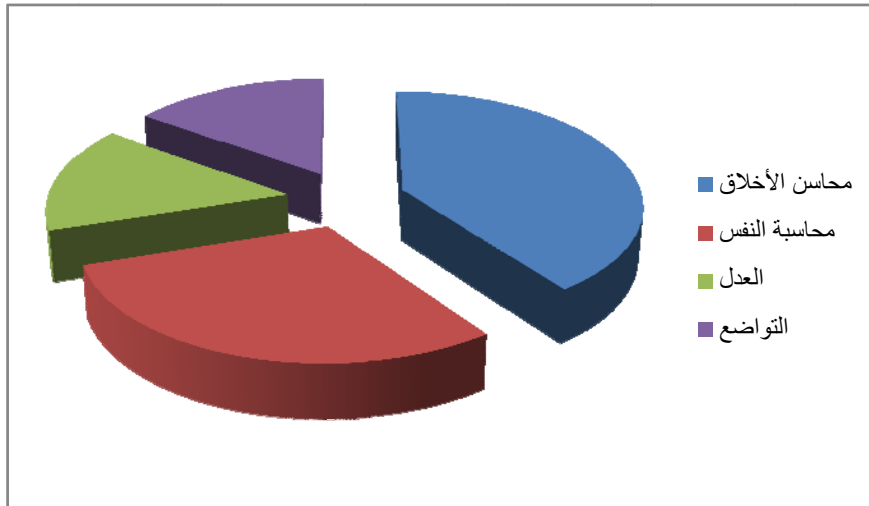
السؤال رقم (15):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 15
37.50%	15	محاسن الأخلاق
30%	12	محاسبة النفس
22.50%	9	العدل
10%	4	التواضع
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل " محاسن الأخلاق " وقد بلغ عددهم (15) فرداً بنسبة مئوية بلغت 37.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محاسبة النفس " والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـ 30%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " العدل " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ 22.50%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " التواضع " والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (15)



الشكل رقم (15) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (15)

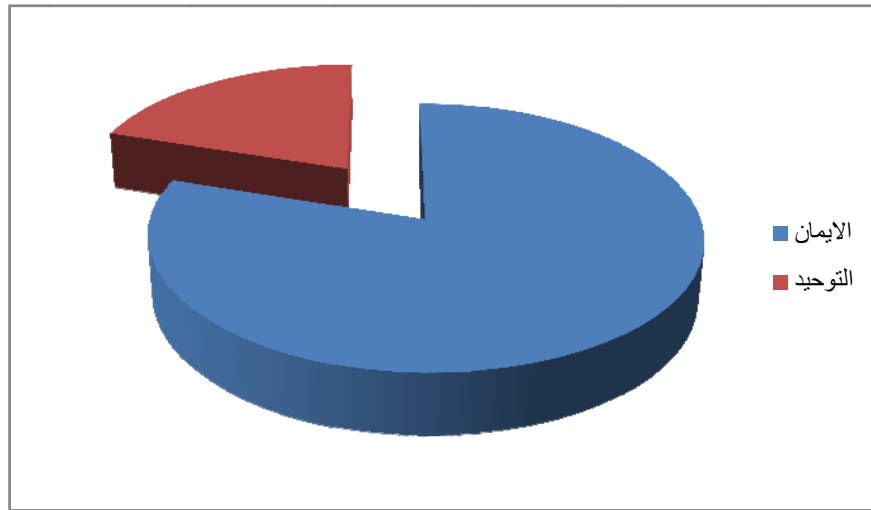
السؤال رقم (16):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

السؤال 16	التكرارات	النسبة المئوية
الايمان	30	75%
التوحيد	10	25%
الإجمالي	40	100%

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) بالبديل " الايمان " وقد بلغ عددهم (30) أفراد بنسبة مئوية بلغت 75%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " التوحيد " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (16)



الشكل رقم (16) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (16)

السؤال رقم (17):

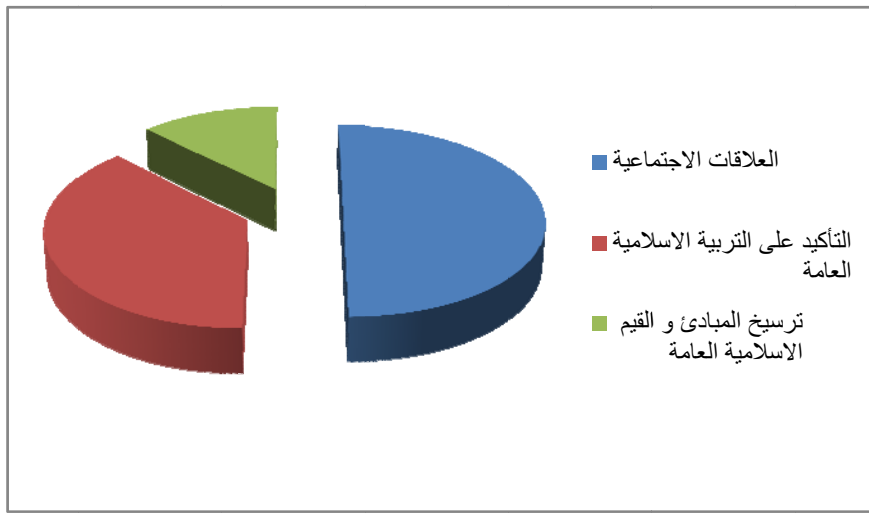
وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 17
55%	22	العلاقات الاجتماعية
35%	14	التأكيد على التربية الاسلامية العامة
10%	4	ترسيخ المبادئ و القيم الاسلامية العامة
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت

إجاباتهم على السؤال رقم (17) بالبديل " العلاقات الاجتماعية " وقد بلغ عددهم (22) فرد بنسبة مئوية بلغت 55%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " التأكيد على التربية الاسلامية العامة " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " ترسيخ المبادئ و القيم الاسلامية العامة " والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 10%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (18)



الشكل رقم (17) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (17)

السؤال رقم (18):

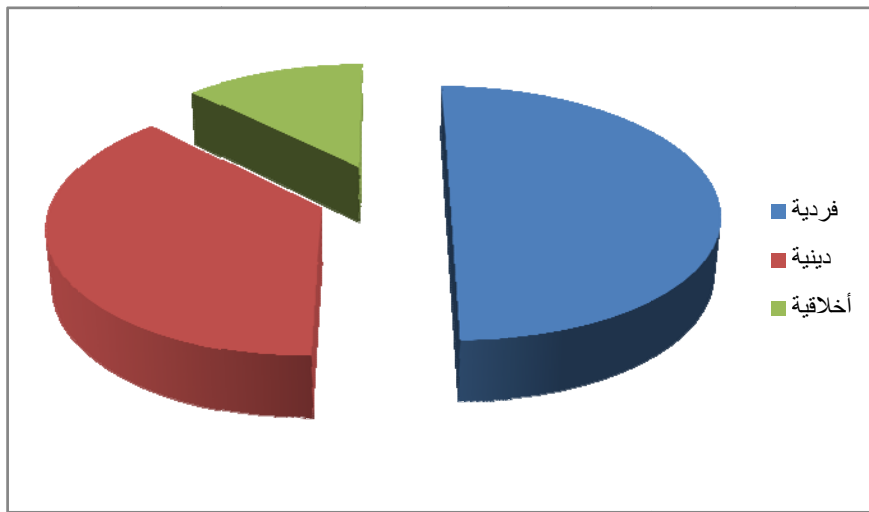
وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 18
40%	16	فردية
35%	14	دينية

أخلاقية	10	%25
الإجمالي	40	%100

من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل " فردية " وقد بلغ عددهم (16) فرد بنسبة مئوية بلغت 40%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " دينية " والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " أخلاقية " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (18)



الشكل رقم (18) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (18)

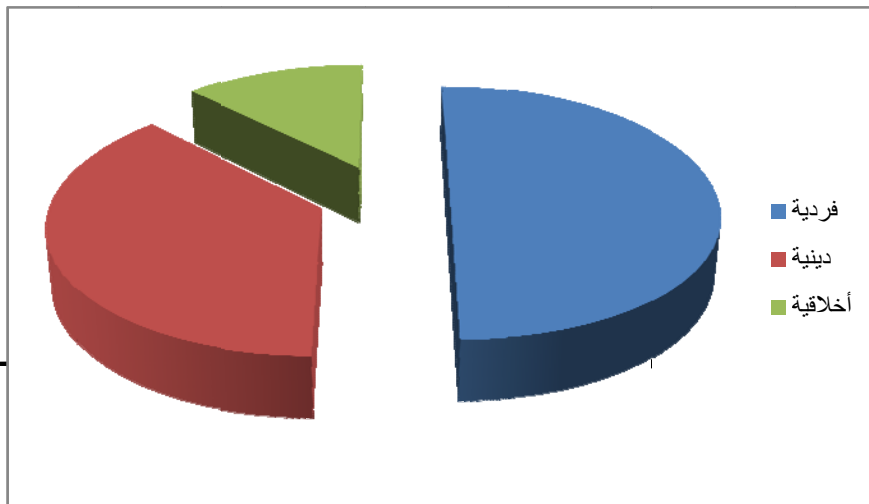
السؤال رقم (19):

وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 19
57.50%	23	مجهولة
25%	10	الكتب المتخصصة
17.50%	7	مواقع العلماء و الدعاة
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19) بالبديل " مجهولة " وقد بلغ عددهم (23) فرداً بنسبة مئوية بلغت 57.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الكتب المتخصصة " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " مواقع العلماء و الدعاة " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 17.50%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (19)



الشكل رقم (19) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (19)

السؤال رقم (20):

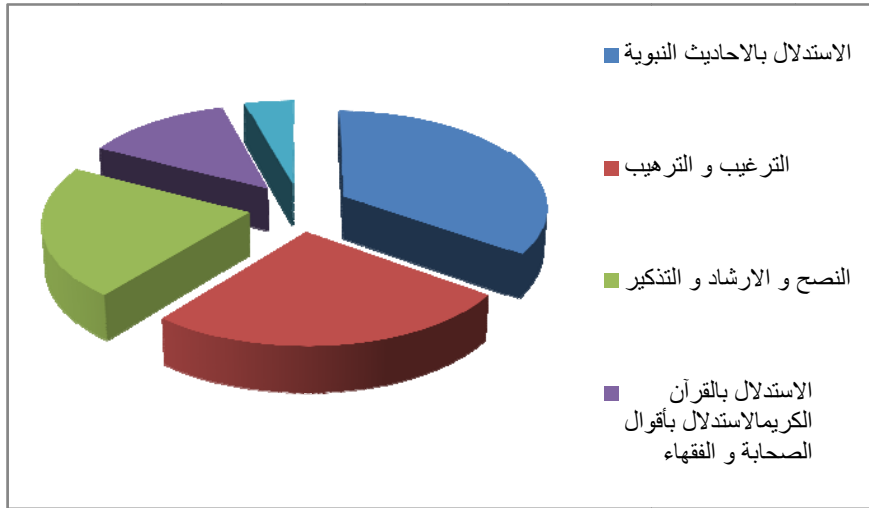
وبعد المعالجة الإحصائية تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

النسبة المئوية	التكرارات	السؤال 14
32.50%	13	الاستدلال بالاحاديث النبوية
27.50%	11	الترغيب و التهيب
25%	10	النصح و الارشاد و التذكير
20%	8	الاستدلال بالقرآن الكريم بالاستدلال بأقوال الصحابة و الفقهاء
20%	8	سرد القصص
100%	40	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً (40) فرداً قد انقسمت إلى خمسة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (20) بالبديل " الاستدلال بالاحاديث النبوية " وقد بلغ عددهم (13) فرداً بنسبة مئوية بلغت 32.50%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الترغيب و التهيب " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 27.50%، في حين المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " النصح و الارشاد و التذكير " والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 25%، في حين المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد

الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " الاستدلال بالقرآن الكريم بالاستدلال بأقوال الصحابة و الفقهاء " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، في حين المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " سرد القصص " والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 20%، وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (20)



الشكل رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم (20)

نتائج الدراسة :

أسفرت نتائج دراسة أعداد العينة في صحيفة الجديد اليومي إلى ما يلي:

1- أظهرت نتائج الدراسة إلى أن صفحات عينة الدراسة ، ركزت على دراسة الموضوعات الإسلامية المتخصصة بشكل كبير .

2- كشفت نتائج الدراسة أن صفحات عينة الدراسة لا تعتمد مصدر في انتقاء المعلومات في غالب الأحيان

3- بينت نتائج الدراسة عدم تنوع الأساليب الإقناعية المستخدمة في صفحات عينة الدراسة .

التوصيات:

يمكننا أن نخلص بهذه الدراسة إلى بعض التوصيات نذكر منها:

- ✓ تكوين وتأهيل القائمين على الصفحة الإسلامية في الصحف الالكترونية ، فحكمة وقدرة الكادر أو القائمين على الصفحة الإسلامية ، يعني كمال ونجاح الخطاب الدعوي في الصحيفة.
- ✓ الاهتمام بالجانب الفني للصفحة الإسلامية مع ضرورة تجديد وتحديث أساليب مادة الخطاب الدعوي ، بما يناسب مستويات الناس من جهة، وتحقيق الأهداف المنوطة بالخطاب الدعوي المعاصر من جهة أخرى.
- ✓ ضرورة الاهتمام بمضمون الخطاب الدعوي في الصفحة الإسلامية وتجديده ومراعاة تقديم ما يقدم وتأخير ما يؤخر، أي مراعاة فقه الأولويات في الدعوة.
- ✓ حتمية الاعتماد على مصادر إعلامية متنوعة في إيراد المعلومة وهذا يولد ثقة أكبر بين القارئ والمادة الدعوية الموجودة في الصفحة الإسلامية.
- ✓ ضرورة اهتمام الخطاب الدعوي المعاصر في الصحيفة بالقضايا المعاصرة، سواء كانت محلية كقضايا الشباب والتنمية والتخلف والتعليم... أو قضايا الأمة الإسلامية عامة كالقضية الفلسطينية ، وقضايا الأقليات المسلمة في الخارج.. الخ.

- ✓ تفعيل الخطاب الدعوي في الصفحة الإسلامية ، وذلك عن طريق تخصيص ركن البريد القراء  
مثلا ، وركن آخر للفتاوى والأحكام، وفتح المجال أمام الدعاة والكتاب والباحثين للإسهام  
لكتاباتهم وآراءهم حول القضايا والشؤون المعاصرة.
- ✓ فهذه خطوات من شأنها أن تسهم في إخراج الخطاب الدعوي المعاصر من دائرة الجمود والتقليد  
إلى التجديد والفعالية.

# قائمة المصادر و المراجع



الكتب:

- 1- إبراهيم أبو عرقوب، إبراهيم الجوارنة: أثر وسائل الدعوة وأساليب الاتصال، مجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، المجلد 7، العدد 3، 2011.
- 2- أجقو علي: الصحافة الإلكترونية العربية، الواقع والآفاق، دار الكتاب الجزائري، الجزائر، 2005..
- 3- احديون مُحمَّد بن القاسم: الخطاب الدعوي وتحديات العولمة، قراءة في واقع الخطاب الدعوي المحلي والعالمي وآفاقه، الدراسة العلمية، الجلسة العلمية الخامسة، مؤسسة عمي سعيد، 2005.
- 4- إسماعيل حقي البرسوي: روح البيان، ط1، دار أحياء التراث، لبنان، 1986.
- 5- اصالح الرقب: الوسائل والأساليب المعاصرة لدعوة الإسلامية، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر، 16-17 ابريل 2017.
- 6- أمحدي الداغر: الصحافة العربية وقضايا الأقليات والجاليات الإسلامية في العلم ، ط1، المكتبة العصرية، مصر، .
- 7- تركي بن أحمد العصمي: كيف تستخدم الإسلام من خلال الانترنت، دط، دار المعارج، الرياض، 2000.
- 8- جان كرم: الإعلام العربي في القرن الواحد و العشرين، دار الجليل، بيروت: 1999.
- 9- حسن السيد بحر العلوم: الخطاب الإسلامي والقضايا المعاصرة، ط1، شركة المعارف، بيروت، 2010.
- 10- حسنى عوض: اثر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب، برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية، جامعة القدس، فلسطين.
- 11- خالد مُحمَّد: صناعة الأخبار في عصر المعلومات، دليل إنتاج النشرات الإخبارية، دار الأمين، القاهرة: 2005، 2005.
- 12- د مُحمَّد كمال الدين أمام: الإعلام الإسلامي، ط1، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005.
- 13- رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.

- 14- شحاتة صقر: إدارة العمل الدعوي، جزء 1، دار الخلفاء الراشدين، ودار الفتح الإسلامي، مصر، دس، ص 1751.
- 15- طالب حماد أبو شعر: معالم الخطاب الدعوي عند النبي ﷺ، ط1، مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر لنشر، فلسطين، 2005.
- 16- الطاووس غضابنة: الخطاب الديني عند مُجدِّ أركون، ج2، 1، نوميديا لنشر، قسنطينة، د. س، ص
- 17- عامر إبراهيم، قنديلجي: تكنولوجيا المعومات و تطبيقاتها، دار الوراق للنشر و التوزيع، عمان، 2002.
- 18- عباس مصطفى صادق: الصحافة والكمبيوتر، الدار العربية للعلوم، ط1، بيروت: 2005.
- 19- عبد الأمير الفيصل: عبد الأمير الفيصل: الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
- 20- عبد الرزاق مُجدِّ الدليمي: الإعلام الإسلامي، ط1، دار المسيرة ، الأردن، 2013.
- 21- عبد الله قاسم الوشلي: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، ط2، دار عمار، اليمن، 1994.
- 22- علي عبد الحلیم محمود: فقه الدعوة إلى الله، ط1، ط2، دار الوفاء، ج 1، المنصورة، مصر، 1990.
- 23- علي عبد الرحمان عواض: صحافة الأنترنت في الوطن العربي، الواقع و التحديات، كلية الاتصال و الدراسات و البحث العلمي، الشارقة: 2006.
- 24- فهد العسكر: التقنيات الصحفية الحديثة وأثرها على الأداء المهني للصحف المعاصرة، دار عالم الكتب، الرياض: 1998.
- 25- كارول ريتش: كتابة الأخبار و التقارير الصحفية، ترجمة: الستار جوادة، دار الكتاب الجامعي، الإمارات: 2002.
- 26- ماجد سلمان تريان: الأنترنت و الصحافة الإلكترونية، رؤية مستقبلية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة: 2003.

- 27- مُجَّد أبو الفتح البيانوني: المدخل إلى علم الدعوة، ط3، مؤسسة الرسالة، دب، 1995.
- 28- مُجَّد بن موسى الشريف: الخطاب الديني الإسلامي بين الواقع والمأمول، ملتقى مكة الثامن في موسم الحج، 1428هـ.
- 29- مُجَّد زين الدين الهادي الحاج علي العرمانى: أسس منهج الرحمة في الخطاب الدعوي المعاصر، ط1، أبحاث المؤتمر الدولي، السعودية، 2010.
- 30- مُجَّد شطاح: قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الإيديولوجيا، دار الهدى، الجزائر: 2006.
- 31- مُجَّد عجاج الخطيب: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام، ط2، مؤسسة الرسالة، بيروت، 1987.
- 32- مُجَّد منير حجاب: الإعلام الإسلامي المبادئ النظرية التطبيق، ط1، دار الفجر ، مصر، 2002
- 33- مُجَّد منير حجاب: تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2004.
- 34- محمود خليل : الصحافة الإلكترونية، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997.
- 35- محمود علم الدين: الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات، القاهرة: 2000.
- 36- محمود مزيد: اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو الأنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 1، 2005.
- 37- ناصر عبد الكريم العقل: الموجز في الأديان والمذاهب المعاصرة، ط1، دار الصميعي، الرياض، 1992.
- 38- نجوى عبد السلام: تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية و العربية، مجلة بحوث الإعلام، القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 1998.
- 39- وحيد بوفدح بديسي: أدب الدعوة عبر المواقع الإلكترونية، كلية الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، دس.

الرسائل الجامعية:

- 40- أكرم علي مسعد المدعوري: الخطاب الإسلامي الواقع والتجديد، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدراسات الإسلامية، جامعة عدن، اليمن، 2014، ص 28.
- 41- جمال بوعجمي، بلقاسم براوان: الصحافة الإلكترونية في الجزائر، واقع وآفاق، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2005.
- 42- شهرة شفري: الخطاب الدعوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008-2009.
- 43- عبد الكريم رباح مقداد : فقه الخطاب الإسلامي وقضايا المعاصرة، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإسلامية بغزة، 2013.
- 44- محمود احمد مُجَّد الرجبي: اتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية الإعلام ، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
- 45- مفيدة بلهامل: الخطاب الإسلامي في الصحافة المكتوبة بالفرنسية في الجزائر، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه دولة، كلية الدعوة والإعلام والاتصال، ج 1، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2007.
- 46- يمينة بلعاليا: الصحافة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم والاتصال، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، .

# الملاحق

