الجهود الدعوية القيمية في العصر الرقمي وإشكالية تنامي الطلب وضياع الأثر. (دراسة ميدانية)

Value-based daawah efforts in the digital age. The problem of growing demand. And the loss of religious tradition
(Field study)

رحالي ميلود
جامعة بليدة 2 لونيسي علي-الجزائر
(rahalimiloud45@gmail.com)

تاريخ الاستلام 2025/11/30 تاريخ القبول 2025/05/31

الملخص

تنطلق هذه الدراسة من مدى قيمة الجهود الدعوية في العصر الرقمي -الذي طغى على جميع مناحي الحياة العامة والخاصة-؛ نظرا لأهمية ومكانة الجانب الديني الإسلامي في قلوب الجزائريين، بالإضافة إلى التعلق الفطري للجزائريين بوسائل الاتصال الحديثة بمختلف تطبيقاتها ممارسة، إذ لا تكاد تفارق شخصا ولا بيتا، ومن أهمها الفيس بوك؛ ما جعل الدعاة يفكرون كغيرهم في الدخول في منافسة قيمية لنشر الدعوة الإسلامية عبر هذا الفضاء، لذلك أردنا من خلال هذه الدراسة معرفة الجهود الدعوية من خلال الصفحة الرسمية للجامع الأعظم وما توفره الصفحة من خصائص تقنية في ظل إشكالية الطلب المتنامي للجزائريين على التدين والانتشار المفرط لوسائل الاتصال وضياع الأثر.

وللإجابة على التساؤل اخترنا عينة من المتابعين للصفحة تتمثل في 250 فردا من مختلف الفئات، كما تهدف الدراسة إلى إبراز الجهود الدعوية عبر الفضاء الرقمي باعتبار الدعوة الإسلامية أهم الروافد الحضارية للمجتمع المسلم، وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان من أبرزها قصور مواكبة الدعاة للمنظومة التكنولوجية في نشر الدعوة الإسلامية، رغم توفر دواعي النجاح والتفوق

إضافة إلى اكتفاء المبحوثين بالمشاهدة على حساب الاعجاب والمشاركة والتعليق ما يعقد من المشكلة في ظل انتشار الصفحات التافهة ونجاحها من حيث التفاعل.

الكلمات المفتاحية: الجهود الدعوية-العصر الرقمي-القيم-تنامي الطلب-ضياع الأثر.

Abstract:

This study is based on the value of Daawah (Call, Preaching) efforts in the digital agethat has overwhelmed all aspects of public and private life; given the importance and status of the Islamic religious aspect in Algerians' minds along with their innate attachment to modern means of communication with various practical applications. As they are almost inseparable from a person or a home, the most important of which is Facebook; they made preachers think like others about entering into a value competition to spread the Islamic Daawah (Call, Preaching) through this space. Therefore, through this study, we wanted to know the Preaching efforts through the official page of the Great Mosque and the technical features that the page provides in light of the problem of Algerians growing demand for religiosity and the excessive spread of means of communication and the loss of religious Tradition.

To answer the question, we chose a sample of 250 followers of the page from different categories, as the study aims to highlight Preaching efforts through the digital space, considering the Islamic Call to Islam as the most important civilizational tributary of the Muslim community. The study reached a number of results, the most prominent of which was the failure of preachers to keep up with the technological system in spreading the Islamic Call, despite the availability of reasons for success and excellence. Moreover, there is also the researchers' satisfaction with watching at the expense of liking, sharing and commenting, which complicates the problem in light of the spread of trivial pages and their success in terms of interaction.

***Keywords**: Preaching efforts - the Digital Age - values - Growing Demand - Loss of Religious Tradition.*

مقدمة:

تعتبر علاقة ارتباط الدعوة إلى الإسلام بالإنسان وارتباط الانسان بالتكنولوجيات الحديثة أحد أهم القضايا المعاصرة في الدعوة إلى الإسلام وتمثلة والاقتناع به والاقناع بفضائله عبر جميع دول العالم وعبر مختلف الفضاءات التقنية قبولا وإعراضا.

ذلك أن هذا التعالق الروحي بين الإسلام والانسان الذي تتجاذب فيه الفطرة والاكتساب منذ فجر الإسلام إلى عصر الاعلام الجديد ومنجزاته، أين استقر فيها الإسلام فطرة في قلوب البشر مصداقا لقوله تعالى: **(فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۚ فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا ۚ لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ۚ ذَٰلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ)** ص 30، وقد تجلت مظاهر الفطرة في العديد من مناحي الحياة من انتشار المساجد، وفنون العمارة، وكثرة الجمعيات الخيرية في المجتمع، وتقديس الشعائر، والامتثال للفرائض، والعناية بالمظاهر الإسلامية، والاقبال على القرآن الكريم، وعلى رموز الدعوة الإسلامية، والاحتكام إلى مبادئه وتشريعاته في العديد من القضايا محل النزاع والاختلاف، والميل الروحي إلى القيم الأخلاقية.

ورغم ذلك قد تنتكس الفطرة وتنحرف عن سويتها عند الكثير من الناس، خاصة في هذا العصر الذي كثرت فيه المغريات والملهيات، وانفتحت فيه المجتمعات بمختلف ثقافاتها وأفكارها، والتبس فيه الحق بالباطل فيبتعد الناس عن الإسلام، وعن الكثير من مبادئه فيتفاوت الناس ارتقاء وانخفاضا في سلم الفضائل والرذائل.

هذا الارتباط الوثيق بين الانسان والإسلام فطرة واكتساب، استقرارا وتكاسلا، وانتكاسا وتشوها، هذه الأخيرة دفعت بالدعاة إلى المحافظة على ما استقر، وترسيخ ما وقر، وتنقية ما تشوه، وتصويب ما انحرف؛ امثالا لقوله تعالى:**(كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَّهُم ۚ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ) آل عمران 110.**

وانطلاقا من هذا الامتثال وهذه الخيرية التي خص بها اللّه تعالى الدعاة انطلقوا أفرادا وجماعات ومؤسسات وهيئات على استغلال جميع الوسائل المشروعة في الدعوة إلى الإسلام، والتكيف مع كل عصر، ولعل أهمها الآن على الاطلاق هو التطور التقني المذهل الذي ميزه انتشار الكمبيوتر والهواتف الذكية بمختلف الأشكال الأحجام والألوان وما تحمله من تطور فائق في التطبيقات وما وفرته الشبكة الكوكبية من مزايا مسيطرة بذلك على جميع مناحي الحياة المتشعبة، مرتبطة ارتباطا متينا بالإنسان عامة، إذ بلغ عدد مستخدمي الأنترنيت حسب احصائيات الاتحاد الدولي للاتصالات[1] سنة 2022م 5.9 مليار شخص، إذ ليس من المبالغة القول أن كل شخص يمتلك جهاز كمبيوتر وهاتف ذكي تقريبا،

مزودين بأحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا في العصر الرقمي، ما يتيح له الاطلاع على كل شيء بأقل جهد وأيسر تكلفة وأقصر وقت على كل جديد محل اهتمامه.

وبناء على هذه المعطيات ظهرت العديد من المواقع الالكترونية والصفحات الفيسبوكية والمحتويات الدعوية عبر مختلف الفضاءات التقنية يقوم عليها مختصون في مجالات مختلفة تدعمهم هيئات وشركات ومنظمات ووزارات إسلامية في بلدان متعددة من العالم الإسلامي، منها ما تميز بحسن التخطيط، وجودة التنظيم، وبكل لغات العالم تقريبا، ورقي في المحتوى، واتقان في الشكل، غير أن الكثير منها لا يزال يشوبه بعض القصور الذي يجب تلافيه من قلة في المواقع، وندرة في الوقائع، وخلل في المحتوى، وضعف في الشكل ومحدودية في التأثير إلى درجة نخشى القول فيها أن المسلمين اليوم فاتهم فضل التصنيع، وأن الدعاة إلى الإسلام اليوم فاتهم حسن الاستخدام.

إن الدارس الموضوعي لأدبيات الدعوة الإسلامية عبر الفضاء الرقمي بمختلف جوانبها كما وكيفا في هذا العصر -رغم طول المدة، وضخامة المسعى، وثقل المسؤولية، وتوافر دواعي النهضة وأسباب التفوق الروحي والمادي، والطلب المتنامي على تعاليم الإسلام، و" في عالم يموج بالمعلومات والأفكار والأيديولوجيات والنحل والديانات يعتبر وجود هذه الوسيلة منحة تخول لكل صاحب فكرة أو أيديولوجيا أو نحلة أو دين الدعوة إلى ما يؤمن به ويعتقده"[2]-، إلا أنها لم تفلح بعد فيما كانت تصبو إليه من نشر الدعوة الإسلامية عبر هذا الفضاء الجديد خاصة عبر صفحاته الفيسبوكية باعتبارها عملاقا للعالم الافتراضي المعاصر، إذ بلغ "عدد المستخدمين النشطين شهريا 3.88 مليار مستخدم"[3].
وفي الجزائر هناك العديد من المحاولات التي أنشأت العديد من الصفحات الرسمية وغير الرسمية لنشر الإسلام عبر تطبيق الفيس بوك، ولعل من أبرزها الصفحة الرسمية للجامع الأعظم، **فماهي أهم الجهود الدعوية القيمية في نشر الإسلام في ظل تنامي الطلب والانتشار التقني؟**

التساؤلات الفرعية: تطرح هذه الدراسة كثيرا من التساؤلات الفرعية منها:

1- ماهية الصفحة وتطبيقاتها وخصوصياتها؟
2- ماهي أهم الجهود الدعوية عبر الصفحة؟
3- ماهي أهم نقاط القصور والخلل في الصفحة في عرض المضمون الدعوية
4- كيف تعاملت عينة الدراسة مع الصفحة؟
5- مدى مساهمة الاعلام الرقمي في تقديم الدعوة الإسلامية.
6- ما أهم طرق وأساليب التأثير والاقناع المستخدمة في الحفاظ على المرجعية الدينية والقيم الوطنية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهمية الدور الذي تقوم به صفحات الفيس بوك الدعوية الإسلامية من خلال صفحة الجامع الأعظم كنموذج على هذه الصفحات في نظر عينة الدراسة وبيان نقاط القوة بغية استثمارها وتعميمها، ومواطن الفشل والقصور بهدف تلافيها وتغييرها، ويمكن حصر أهداف الدراسة في العديد من الأهداف من بينها:

1- الاطلاع على الجهود الدعوية في العصر الرقمي.
2- كشف نقاط القوة ومواطن القصور الذي يشوب العمل الدعوي ويحول دون تحقيق أهدافه النبيلة عبر الفضاء الرقمي.
3- الاطلاع على مختلف الصفحات الجزائرية التي تروج للقيم الإسلامية.
4- ربط المجتمع الجزائري بمرجعيته الدينية وقيمه الوطنية.
5- تأمين المجتمع الجزائري من الأفكار الدخيلة عبر التكنولوجيا الرقمية المعاصرة وتحقيق المناعة اللازمة.

الإجراءات المنهجية:

1- نوع الدراسة:

وفقا لطبيعية مشكلة الدراسة المقترحة، تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تستهدف تصوير وتحليل ظاهرة معينية وهي الدعوة الإسلامية عبر الفيس بوك، وبيان مواطن القصور والفشل التي تصيب العمل الدعوي الالكتروني، والتي تمتد مجالاتها إلى: "تصنيف البيانيات والحقائق اليي يتم تجميعها وتسجيلها وتفسيرها وتحليلها واستخلاص نتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة محل البحث أو الدراسة"[4].

2- منهج الدراسة وأدواتها:

استخدمنا في هذه الدراسة المنهج المسحي نظرا لتماشيه مع طبيعة الإشكالية، وأهداف الدراسة، من خلال الدراسة الميدانية؛ "باعتباره جهدا علمًّيا منظم، يساعد في التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة"[5].

وأما الأدوات فقد تم استخدام أداة الاستبيان حيث تم تقسيم الاستمارة إلى عشرة محاور كما هو موضح في تحليل الدراسة الميدانية.

3- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مختلف الصفحات الدينية على الفاسبوك، التي تهدف إلى عرض الدعوة الإسلامية وفق المرجعية الوطنية الجزائرية، وآراء المستخدمين للصفحة محل الدراسة.

4- عينة الدراسة:

أجرى الباحث الدراسة الميدانية على عينية من الصفحات الفيس بوكية وهي صفحة الجامع الأعظم الجزائري وهي عينة قصدية كونها تمثل المرجعية الوطنية وتجمع الجزائريين على دينهم وتعرض محتويات دينية تعبر عن القضايا المشتركة للمجتمع الجزائري، وقد أجرينا الدراسة على عينة عشوائية تتضمن 250 منتسب إلى العمل الدعوي في الجزائر ويتابعون الصفحة محل الدراسة.

مفاهيم الدراسة:

1- الجهود الدعوية:

الجهد في اللغة: بضم الجيم بمعنى الطاقة.[6]

واصطلاحا يعني: كل نشاط يبذله الكائن الواعي جسميا أو عقليا ويهدف غالبا إلى غاية[7] أو هو الإبلاغ في الطاقة والمشقة في العمل[8].

والدعوية: من الدعوة وهي في اللغة تأتي بمعنى: النداء، والحث، وطلب الحضور، والابتهال، والرجاء، والاستعانة، والاستغاثة، والاحتياج، وطلب الخير أو الشر[9] .

واصطلاحا تعني: نداء الناس إلى اللّه عزوجل إيمانا وتصديقا، وحثهم إلى دين الإسلام إجابة وتطبيقا[10].

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف مصطلح الجهود الدعوية بأنه: بذل القائمين على شؤون الإسلام ما في وسعهم وطاقتهم لتبليغ الإسلام للناس وتعليمه لهم والحرص على تطبيقه في واقع الحياة وفق الأساليب والطرق المشروعة.

2- القيم:

من القيمة وهي في اللغة: ثبات الشيء ودوامه[11] ويشير بذلك إلى أن القيمية ترد بمعنى الأمر الثابت الذي يحافظ عليه الإنسان ويستمر فيه، والقيمة ثمن الشيء، ويقال كم قامت ناقتك أي كم بلغت، ويقال هل استقمت المتاع أي قومته، الجمع قوم وقيم، قوم السلطة واستقامة[12]، ويقال أيضا فلان (أقوم) كلاما من فلان أي أعدل وأحسن وأصوب[13].

والقيم اصطلاحا :هي فعل اجتماعي نمطي مقبول اجتماعيا، وثابت نسبيا، ذو صفة معيارية في توجيه سلوك الأفراد والجماعات نحو إشباع حاجياتهم بطريقة جماعية[14].

والقيم الدينية تعني: مجموعة من القوانين والأهداف والمثل العليا التي توجه الإنسان سواء في علاقته بالعالم المادي أو الاجتماعي أو السماوي، وتتمثل في توجيه الفرد اهتمامه وميله إلى معرفية ما وراء العالم الظاهري، حيث يعتقد أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي يعي فيه، وهو يحاول ربط نفسه بهذه القيمة[15].

3- العصر الرقمي:

هو القدرة على تحويل كل أشكال المعلومات والرسومات والنصوص والصوت والصور الساكنة والمتحركة؛ لتصبح في صورة رقمية، وتلك المعلومات يتم انتقالها خلال شبكة الأنترنيت بواسطة أجهزة الكترونية وسيطة (الهاتف، الكمبيوتر)، حيث يمكن من خلالها تخزين وتوزيع كم هائل من المعلومات الرقمية بصفة مستمرة[16].

4- تنامي الطلب:

يمكن تعريف هذا الطلب إجرائيا على انه الاقبال المتزايد على الإسلام بمختلف مظاهره وتجلياته وقيمه السمحة بغية الارتقاء بالنفس والمجتمع إلى التطور الدنيوي وتحقيق الرضى الأخروي.

5- ضياع الأثر:

الأثر: في اللغة بقية الشيء وعلامته[17]

وفي الاصطلاح يعني: نتيجة تفاعل اجتماعي بين عاملين وهما المؤثر والمتأثر بحيث يخلق لدى المؤثر عليه رد فعل معين[18].

والمقصود به إجرائيا هو قلة تأثر المدعوين بالرسالة الدعوية رغم توافر الوسائل والامكانيات المادية المعاصرة.

عرض وتحليل نتائج الدراسة:

المحور الأول: المعلومات العامة للمبحوثين: وتحتوي على:

	التكرار			النسبة		
الجنس	ذكور	اناث		ذكور	إناث	
	110	140		44	56	
السن	30-22	40-31	41فما فوق	30-22	40-31	41فما فوق
	66	155	29	26.4	62	11.6
المستوى التعليمي	ثانوي	جامعي	دراسات عليا	ثانوي	جامعي	دراسات عليا
	101	88	61	40.4	35.2	24.4
المستوى المهني	أعمال حرة	إمام أو مرشد	باحث	أعمال حرة	إمام ومرشد	باحث
	37	121	92	14.8	48.4	36.8
المجموع	250			٪100		

تظهر معطيات هذا الجدول البيانات الأولية للمبحوثين الذين أجرينا عليهم الدراسة الميدانية، والذين بلغ عددهم 250 فرد وزعنا عليهم استمارات الاستبيان، وقد حافظنا على هذا العدد حيث كلما ألغيت استمارة بسبب عدم الارجاع أو الاتلاف استبدلناها باستمارة أخرى، وقد وجهنا الاستمارة بطريقة عشوائية على الذين يتابعون الصفحة الرسمية للفيس بوك لمسجد الجزائر الأعظم، وقد وضعنا أربعة اعتبارات للتصنيف: أولها: اعتبار الجنس: فوجدنا أن نسبة المتتبعين للصفحة من جنس الإناث

أكثر من جنس الذكور كما هو موضح على الجدول وهذا لعدة اعتبارات لعل من أهمها أن نسبة الاناث في الجزائر أكثر من نسبة الذكور أو نظرا لأن المرأة في الجزائر أوفر وقتا من الرجل بحكم احتمالية مكوث العديد منهن في البيت فضلا على أن المرأة الجزائرية أثبتت من خلال هذه الدراسة أنها أكثر بحثا عن الصفحات الدينية ما يستدعي جهود القائمين بالعمل الدعوي في العصر الرقمي الاهتمام بالموضوعات الدينية التي تخص المرأة.

وأما الاعتبار الثاني: فيمثله سن المبحوثين الذين أفرزتهم الاستمارة الميدانية إذا أن أغلب متابعي صفحة المسجد الأعظم تتراوح أعمارهم من 31 على 40 بنسبة 62٪ وهي نسبة تفوق نصف المبحوثين ثم تأتي الفئة الأقل سنا بنسبة 26٪، ثم الفئة الأكبر سنا بنسبة والتي تفوق 24٪ ، وهذا مؤشر إيجابي يدل على أن فئة الشباب هي الفئة الأكثر تعلقا بالعصر الرقمي بكل مجالاتها ومن بينها الصفحات الدينية والدعوية؛ ما يستدعي الدعاة في الجزائر التفكير في فتح الفضاء الرقمي الدعوي للشباب والاستثمار التربوي في هذه الفئة.

والاعتبار الثالث يتمثل في المستوى التعليمي: حيث اتضح أن متتبعي الصفحة من المستوى الأول ما دون البكالوريا ثم يأتي الطلبة الجامعيون في مرحلتي الليسانس والماستر ثم فئة الدراسات العليا، ويعود الأمر لكون هذه الفئة متخرجة من معاهد تكوين الأئمة الذين لم تتح لهم الفرصة في النجاح في البكالوريا واختاروا معاهد تكوين الأئمة والمؤذنين والمرشدين كما أظهرته الدراسة الميدانية إضافة إلى كون هذه الفئة أشد ارتباطا بالتقنية وبالفيس بوك من غيرها لتوفر عامل الوقت والتفرغ والاستخدام المتواصل.

وفي الاعتبار الرابع نجد المستوى المهني للمبحوثين، والذين هم على ثلاثة مستويات: أصحاب المهن الحرة: ويشكلون النسبة الأقل باعتبار طبيعة أعمالهم واهتماماتهم حيث عادة ما يلجؤون إلى الصفحة بهدف التثقيف أو الاطلاع فحسب، ثم تأتي فئة والأئمة والمنتسبين إلى قطاع الشؤون الدينية والأوقاف بالجزائر والذين هم الفئة الأكثر تتبعا للصفحة بهدف التعرف على هذا الصرح الذي يعتبر معلما حضاريا وفقهيا في نظرنا ونظرهم وأملا في الانتساب إليه تعلما وتعليما لما يحققه من فوائد تعود عليهم بالدرجة الأولى ماديا ومعنويا، ومن الطبيعي جدا أن تكون هذه الفئة هي الأكثر مقارنة بالفئات الأخرى نظرا للاهتمام المباشر، كما يلجأ الباحثون إلى هذه الصفحة في كل المراحل التعليمية بنسبة أكثر من الأولى وأقل من الثانية لإشباع نهمهم البحثي.

المحور الثاني: التطبيقات الأكثر اطلاعا واستخداما على الصفحة

اسم الصفحة	عدد المتصفحين	
	التكرار	النسبة
الصفحة الرئيسية home	99	39.6
الصفحة الشخصية profile	86	34.4

صفحة الرسائل	06	2.4
المجموعات	00	00
الأحداث والمناسبات	08	3.2
الصفحات	25	10
تغذية الأخبار	12	4.8
الملاحظات والتدوينات	14	5.6
المجموع	250	٪100

في هذا المحور ومن خلال إجابات المبحوثين، وما توفره الصفحة الفيسبوكية من تطبيقات وخصائص تبين لدينا أن الصفحة الرئيسية هي الصفحة الأكثر اهتماما بنسبة تفوق 39٪ وهي التي تلخص ما يحتاجه المتصفح من معلومات، ثم تأتي بعد ذلك الصفحة الشخصية وهي هنا الصفحة التي تحتوي على المعلومات الأساسية للصفحة الفيس بوكية بنسبة تقارب الأولى يلجأ إليها المتصفح بحثا عن المتتبعين والأصدقاء وغير ذلك من المعلومات التي توفرها، وتأتي بنسبة أقل صفحة الرسائل حيث تستقبل الصفحة حسب المبحوثين 6 رسائل من أصل 250 متصفح وهي نسبة ضعيفة كون هذه الصفحة لا تتيح التواصل الشخصي مع المبحوثين لأنها صفحة الهدف منها الاعلام وليس الاتصال، ثم صفحة المجموعات التي سجلت صفر حالة إذا أن هذه الصفحة حسب اطلاعنا بالموضوع لا تتيح هذه الخاصية فهي تفضلها عبر تطبيقات أخرى كالواتساب أو البريد الالكتروني خاصة بين الموظفين وكل المنتسبين لهذا الصرح الدعوي والمدعوين والزوار لإضفاء الأمانة والنزاهة في المراسلات والدعوات.

المحور الثالث: المنشورات الأكثر اهتماما في الصفحة من طرف المبحوثين:

نوع المنشور	عدد المتابعات والاهتمامات	
	التكرار	النسبة
المنشورات الدينية	89	35.6
المنشورات التثقيفية والتعليمية	55	22
المنشورات الفكرية والتربوية	27	10.8
المنشورات ذات الطابع الاجتماعي	44	17.6
منشورات أخرى	35	14
المجموع	250	٪100

يتضح جليا من خلال هذا المحور، وبعد اطلاعنا على الصفحة وجدنا أنها تقدم منشورات متنوعة من حيث الاهتمام، حيث بلغت المنشورات الدينية النسبة الأكبر والتي تقدر ب 35.6٪ باعتبار أن هذه الصفحة تنتمي إلى مؤسسة دينية خالصة وبالتالي فإن متتبعيها يسعون إلى تتبع المواضيع الدينية من خلالها، وما استجد من هذه المواضيع، وهذه الاهتمامات تتعلق بالجوانب الفقهية والتربوية التي تستدعي تعبئة المشاعر الروحية للفرد المسلم، وتظهر نوعا من الافتخار بالإسلام وبقيمه النبيلة، ثم

تأتي بعد ذلك الاهتمامات التثقيفية والتعليمية، حيث يسعى أفراد العينة إضافة إلى كل هذا إلى تحصيل المنفعة التثقيفية والتعليمية من خلال المنشورات التي تنشرها الصفحة، ويأتي في المرتبة الثالثة الموضوعات ذات الطابع الاجتماعي وهي التي تعالج مظاهر الجريمة والانحراف في المجتمع، ورغم ندرة هذه الموضوعات على الصفحة، غير أنها من بين اهتمامات المتابعين ما يستدعي القائمين على شؤون الصفحة تخصيص منشورات ذات طابع اجتماعي، هذا فضلا على أن المتابعين للصفحة لهم اهتمامات أخرى غير المذكورة كمعرفة المنجزات الحضارية والاجتماعية للجامع ورواده وأدواره السياسية كسلطة روحية بالدرجة الأولى ولسان حال الدولة الجزائرية والمجتمع في مختلف المحافل الدينية والقضايا السياسية التي من شأنها جمع كلمة الجزائريين ولم شملهم.

المحور الرابع: أكثر الموضوعات مشاهدة من طرف المبحوثين:

الموضوعات	المتابعين	
	التكرار	النسبة
القرآن الكريم وعلومه	50	20
السنة النبوية وعلومها	42	16.8
العقيدة الإسلامية والتصوف والأخلاق	36	14.4
الدعوة والثقافة الإسلامية	44	17.6
الفقه الإسلامي والفتاوى	22	8.8
موضوعات أخرى	56	22.4
المجموع	250	٪100

لا يختلف اثنان حول عناية الجزائريين بالقرآن الكريم منذ الأزل إلى يومنا هذا دولة وشعبا، علماء ومتعلمين، قراءة واقراء، وتلاوة وحفظا وتدبرا، إذ لا يخلو بيت من مصحف، لذلك أفردت له كل مؤسسات المجتمع المدني قديما وحديثا اهتماما خاصا وأهمها جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، قال الابراهيمي:" تسعى الجمعية في تكثير عدد المكاتب القرآنية على التدريج في أهم مراكز القطر ويحتوي برنامجها على تعليم...وحفظ القرآن الكريم مع تفهيم مفرداته وضروريات الدين"[19]، واستمر هذا الاهتمام إلى اليوم فلوزارة الشؤون الدينية والوقاف الجزائرية نشاطات ضخمة في هذا المجال من حيث طباعة المصاحف، وبناء الزوايا المساجد والمدارس القرآنية، وتعميرها بالحفاظ والقراءة، وتنظيم الأيام الدراسية والملتقيات الوطنية والدولية، وتشرف على المسابقات المحلية والدولية، ولما كان هذا الاهتمام جليا في الجزائر بالقرآن الكريم احتوت الصفحة الرسمية للمسجد الأعظم على منشورات بهذا الشأن، وكان الاهتمام الأكبر به من طرف الجزائريين كما تظهره عينة الدراسة وبموضوعاته وعلومه بنسبة تفوق 20 ٪مقارنة بالموضوعات الأخرى، وتحتل موضوعات الدعوة

والثقافة الإسلامية المرتبة الثانية ضمن سلم ترتيب الموضوعات؛ ما يؤهلها لأن تكون صفحة دعوية للدعاة والمدعوين داخليا وخارجيا، رغم أن مؤشر الموضوعات الأخرى كان النسبة الأكبر في القياس، وهذا لا يؤهلها للتفوق على القرآن الكريم والدعوة والثقافة الإسلامية؛ كون هذه الموضوعات كثيرة ومتعددة، فهي تشكل هذه النسبة مجتمعة، في الوقت الذي يظفر القرآن الكريم بهذه النسبة منفردا.

المحور الخامس: أفضل الوسائل والأساليب الدعوية:

الوسائل والأساليب الدعوية	المتابعين	
	التكرار	النسبة
المواعظ القصيرة	47	18.8
الدروس والعبر	73	29.2
القصص	23	9.2
الأمثال والحكم	09	3.6
التراجم والسير	21	8.4
إنجازات حضارية ودعوية	77	30.8
المجموع	250	٪100

من أبجديات العمل الدعوي أن له وسائل وأساليب يسعى من خلالها لعرض المضمون الدعوي ونشر القيم وترسيخها في عقول وقلوب المدعوين، رغم أنه لكل عصر وسائله وأساليبه التي تزيد وتنقص حسب الزمن، ولأن المدعوين تختلف درجة تقبلهم وحملهم للرسالة الدعوية حسب الوسيلة والأسلوب في الكثير من الأحيان، لهذا تنوعت وتعددت ذكرنا جزءا منها على سبيل التمثيل كما هو مبين من خلال الجدول، ولعل من أهمها الإنجازات الحضارية والدعوية حيث يلجأ إليها زوار الصفحة تأثرا بما تم إنجازه من خلال هذا الصرح العظيم كوسيلة من وسائل الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي حيث أن حجم وكثرة الإنجازات تستقطب عددا معتبرا من الزوار، وتروج له كثروة للسياحة الدينية في الجزائر في بعدها المقاصدي، في حين تأتي المواعظ القصيرة في المرتبة الثانية باعتبار أنهما يستغرقان وقتا أقل ورسالة أعمق ويتناسبان مع معطيات العصر الرقمي الذي تتعدد فيه الاهتمامات وتزدحم فيه الحاجات والأولويات والأوقات، حيث يقصده زوار الصفحة بحثا عن هذين الأسلوبين الذين يقلان واقعيا في مضمون الصفحة، ويكثران من حيث الطلب؛ ما يستدعي القائمين عليها الاهتمام بهاذين الأسلوبين الفعالين في الدعوة الإسلامية، ثم تأتي بعد ذلك الأساليب الأخرى تباعا، أين يقل الطلب عن أسلوب الأمثال والحكم رغم أهميته وجماليته في الدعوة الإسلامية، ويعود ذلك حسب آراء المدعوين إلى تعدد وجهات النظر فيها، وعسر فهم الكثير منها باعتبار أن لكل منطقة من مناطق الجزائر أمثال خاصة بها.

المحور السادس: وسائل الإخراج الفني الأكثر استقطابا في الصفحة

تقنيات الإخراج الفني الأكثر استقطابا في الصفحة	آراء البحوثين	
	التكرار	النسبة
النصوص	29	11.6
الصور	75	30
الفيديو	28	11.2
نصوص وصور	04	1.6
صور وفيديو	91	36.4
صور ونصوص وفيديو	11	4.4
تقنيات أخرى	12	4.8
المجموع	250	٪100

تشير معطيات هذا الجدول إلى أهم تقنيات الإخراج الفني الموجودة في الصفحة الرسمية لمسجد الجزائر الأعظم، وقد أظهرت إجابات المبحوثين تتبعهم وتأثرهم بتقنيات الإخراج؛ فوجدنا إن الصورة مع الفيديو حظيت باستقطاب أكبر نسبة 36.4٪ من أصل سبعة تقنيات إخراجية كون هذه التقنية تستقطب كل فئات المجتمع تقريبا نظرا للتأثير المزدوج الذي تحدثه الصورة من جهة والصوت من جهة ثانية، إذ أن الصورة تذهب مباشرة إلى العقل فتنطبع في لحظة المشاهدة وتمارس دورها في اللحظة ذاتها ويستمر هذا الدور تبعا لموقف البشر من الحوادث سيما إذا امتزجت بالصوت الذي كثيرا ما يحتاج إليه المتلقي في كل أحوله النفسية والجسدية وقد خلقت ارتباطا عاطفيا وعقليا بين الرسالة والمتلقي، ورغم أهمية هذه التقنية غير أنها ليست موجودة بقدر اهتمام الجمهور بها، ما أدى إلى تنامي الطلب وقلة التوفير، ثم تليها تقنية الصورة منفردة ما جعل هناك توافقا بين العرض والطلب من خلال هذه التقنية حيث أن المبحوثين أبدوا اهتماما كبيرا بالصورة وقد وظفت ذلك الصفحة توظيفا مناسبا كما وكيفا، ثم تأتي بعد ذلك التقنيات الأخرى تباعا.

المحور السابع: معدل تفاعلية المستخدمين مع المحتوى

معدل تفاعلية المبحوثين مع الصفحة	المعدل	
	التكرار	النسبة
أتفاعل دوما	11	4.4
أتفاعل غالبا	77	30.8
أتفاعل أحيانا	62	24.8
أكتفي بالتصفح	100	40
المجموع	250	٪100

من التقنيات والمزايا التي يوفرها تطبيق الفيس بوك خاصية التفاعل بمختلف الأشكال والرموز التي تدعو على الاعجاب، أو الحب، أو الدعم، أو عدم الاعجاب إلى غير ذلك من الصيغ التعبيرية، فإذا ما

تجاوزنا نوع التفاعل وتكلمنا فقط عن التفاعل الإيجابي الذي قدمه المتتبعون والذي تتمتع به الصفحة أساسا نجد أن الغالبية لا يتفاعلون مع الصفحة ويكتفون فقط بالتصفح، وهذا أمر طبيعي مع العديد من الصفحات سيما الصفحات الهادفة التي يفضل فيها الزائرون عادة الحفاظ على هويتهم خوفا من أي تأويل أو حسابات ضيقة من الغير، ونظرا لخصوصية مالكوا تطبيق الفيس بوك الذين يضيقون على كل ما شأنه الدعوة إلى الإسلام على عكس الصفحات التي تدعو إلى الفن أو الالهاء أو الخيال أو الايهام بالسعادة والترويح عن النفس أو يروج لها مؤثرون اجتماعيون إن نسب التفاعل فيها تكون مرتفعة بالآلاف ما يجعلنا نقف أمام إشكالية الوهم والحقيقة أو الواقع والخيال أو الغالب والمغلوب أو الخادم والمستخدم عبر هذه المنصة الالكترونية في التأثير والتأثر؛ حيث أصبح هناك تنامي في الطلب على هذه المنشورات في الوقت الذي يتضاءل فيه التفاعل على المنشورات الدينية أين يكتفي المتصفحون بالمشاهدة أو التعاطف الفطري فحسب؛ ما يجعل المتلقي لا يتحصل على سمة ظهور أكبر قدر من المنشورات، وبالتالي يقل التأثير، إذ كلما زاد التفاعل ازداد ظهور المنشورات على الصفحة الشخصية نظرا لما يتمتع به تطبيق الفيس بوك من خوارزميات تفهرس المنشورات وترتبها اعتمادا على أفعال وتفاعل المتصفح.

المحور الثامن: معدل مشاركات الصفحة

معدل المشاركات في الصفحة	التعداد	
	التكرار	النسبة
أشارك دوما	03	1.2
أشارك غالبا	12	4.8
أشارك أحيانا	22	8.8
لا أشارك	213	85.2
المجموع	250	٪100

من الخصائص الهامة التي يوفرها تطبيق الفيس بوك أو الصفحة الفيس بوكية خاصية المشاركة وتعني: إعادة نشر المنشور وتتفرع عنها جملة من الخصائص منها: مشاركة المنشور عبر القصة الشخصية للمتصفح، أو مشاركة المنشور عبر الصفحة الشخصية، أو المشاركة مع الأصدقاء عبر صفحة أحدهم أو بعضهم، أو مشاركة المنشور عبر الحساب الخاص لأحد الأصدقاء...، وكل خاصية توفر أغراض للمشارك تجتمع عادة في البحث عن نسب المشاهدة المرتفعة أو التفاعل أو الاعجاب بالمنشور والتأثر به، ونظرا لما تحمله هذه الخاصية من خدمات للمتصفح وللصفحة على حد سواء كان من الضروري ادراج هذه الخاصية عند قياس درجة التأثير لقياس الأثر الدعوي الذي تتركه الصفحة، وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن الغالبية الساحقة من المبحوثين لا يشاركون منشورات الصفحة ويكتفون فقط بالمشاهدة، وأن هناك نسبة تكاد تنعدم من الذين يشاركون

منشورات الصفحة بصفة مستمرة، وفي مقابل ذلك نعتقد أن نسبة المشاركة قد لا تعبر عن قيمة الصفحة ولا قيمة المنشور نظرا للتسارع الرقمي من جهة والذي يميزه كثرة المنشورات وكثرة الصفحات وتنوع الاهتمامات وجدتها والتلهف لرؤية الجديد في كل ثانية، وكذلك تسارع الحياة الاجتماعية وتعقدها حيث يقل الوقت وتكثر الواجبات والاهتمامات من جهة ثانية، فضلا عن خصائص الفيس بوك في تعامله مع الأديان والمعتقدات.

المحور التاسع معدل التعليقات في الصفحة

معدل التعليقات في الصفحة	عدد المعلقين	
	التكرار	النسبة
أعلق دوما	17	6.8
أعلق غالبا	34	13.6
أعلق أحيانا	66	26.4
لا أعلق	133	53.2
المجموع	250	٪100

يعد التعليق على المنشور أحد أفضل أشكال التفاعل، فهو جزء فعال من استراتيجية المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي، فهو يمثل فرصتك لإثارة المحادثات مع جمهورك المستهدف، كما يشير إلى أن متابعك استغرق وقتا لقراءة المنشور وفهمه والتفكير في الرد إما إعجابا بالمنشور أو إضافة فكرة أو الترويج للمنشور والناشر، وإما تقديم صورة سلبية عن المنشور والتي سيستفيد منها الناشر لأنها تعبر عن وجهة نظر معارضة، او التي تسيء إلى المنشور، كما توفر الصفحة ضمن هذه الخاصية ميزة الاخفاء أي إخفاء التعليقات غير المرغوب فيها التي قد تسيء إلى سمعة الصفحة أو سمعة الناشر؛ ما يجعلك تحصل من خلال التعليقات على معرفة آراء المتابعين، كما يتيح التعليق خاصية التعليق بالملصقات والرموز تعبيرا عن الرضى أو عدمه، وهذا الأمر يستدعي القائمين على الصفحات الفيس بوكية الاهتمام الكبير لتفعيل هذه الخاصية عن طريق نشر المحتوى الأقوى، وطرح الإشكاليات والتساؤلات، وإثارة الاهتمامات العامة والخاصة، والاقتراب من تفكير المتابعين، غير أن ما ميز الصفحة الرسمية لجامع الجزائر الأعظم هو قلة التفاعل عن طريق التعليق لكن بدرجة أقل نسبيا من التفاعل بالإعجاب أو المشاركة، حيث تمثل نسبة 53.2٪ نسبة المتابعين الذين لا يعلقون على الصفحة ويكتفون فقط بالمشاهدة؛ وهذا راجع لطبيعة المنشورات التي تنشرها الصفحة من جهة، وقد يكون لإخفاء خاصية التعليق من جهة ثانية، كون الصفحة صفحة رسمية هدفها جمع كلمة الجزائريين حول مرجعيتهم الدينية المتمثلة أساسا في نشر الوسطية والاعتدال فكرا، والمذهب المالكي فقها، والمذهب الأشعري معتقدا وسلوكا، ورواية ورش عن نافع منة طريق الأزرق قراءة للقرآن الكريم.

المحور العاشر: أسباب تتبع الصفحة

أسباب تتبع الصفحة	التعداد	
	التكرار	النسبة
منشورات هادفة ذات أثر إيجابي على حياتك	66	26.4
منشورات من صنع شخصيات مشهورة	63	25.2
منشورات تستهوي أصدقاؤك	14	5.6
منشورات تدفعك إلى تعبئة مشاعرك الروحية والفكرية	40	16
منشورات تساعدك في حلول مشكلاتك الاجتماعية	04	1.6
منشورات تنمي فيك القيم الوطنية	09	3.6
منشورات تجيب على تساؤلاتك الفقهية	30	12
منشورات تساعدك على تشكيل عقل ديني معتدل	22	8.8
منشورات لغرض البحث العلمي	02	0.8
المجموع	250	100٪

يجيب هذا الجدول على جملة من التساؤلات التي تجتمع فيها أهم الأسباب التي أدت بالمتابعين إلى متابعتها، وقد ضمنا هذه الأسباب في جملة من العناصر كل حسب هدفه من المتابعة، فتعتقد النسبة الأغلب والتي تقدر ب 26.4٪ أنها تتابع منشورات الصفحة كونها منشورات هادفة تحقق أثر إيجابي على الحياة الخاصة والعامة للناس، وينطبق ذلك حقيقة على محتويات الصفحة فهي محتويات هادفة كثيرا ما نشرت الفكر المعتدل، وجمعت الجزائريين على مرجعيتهم الدينية واستقطبت الكثير من الجموع من الداخل والخارج إلى هذا الصرح اكتشافا وتأدية للمناسك والصلاة في الجامع، وقراءة القرآن الكريم، وحضور حلق الذكر وتعلم العلوم الدينية والدنيوية، ولا أدل على ذلك فتح مستويات عليا في البحث والتعلم سيما فيما يتعلق بفتح مناصب الحصول على شهادات الدكتوراه في العلوم الدينية والدنيوية، وجذبت إليه العقول المفكرة، ولا تزال الكثير الشخصيات الفكرية والعلمية المرموقة في مختلف التخصصات تسعى إلى الانتساب إليه من خلال عرض المنجزات الحضارية والفكرية لهذا الصرح الكبير؛ حتى أضحى ساكنا في قلوب الجزائريين، وحديث العام والخاص مكانة وقدسية، كما يتابع الكثير الصفحة بسبب الشخصيات المرموقة التي تمثل الخطاب الديني وعلى رأسها شخصية شيخ الجامع الشيخ محمد المأمون القاسمي الحسني والكثير من العلماء والخطباء من داخل الوطن وخارجه كالشيخ عصام البشير وغيرهم، وأتى في المرتبة الثالثة الفئة التي تسعى تتبعا للصفحة بغية تعبئة المشاعر الروحية والفكرية من خلال المنشورات المعروضة وهو هدف طالما تحقق من خلال المنشورات، حيث وجدنا الكثير من رواد الصفحة يستمتعون بتلاوة القارئ عبد العزيز سحيم ومختلف التلاوات الرائعة والاستمتاع بدروس وخطب أئمتنا، ثم أتت بعد ذلك فئة غرضها الإجابة على التساؤلات الفقهية التي يستدعي البحث عنها سؤالا وجوابا أو تتبعا وتعلما.

لقد حققت صفحة الجامع استقطابا وجذبا معتبرا فاق الكثير من الصفحات الرسمية للعديد من القطاعات إن لم نقل أفضلها جميعا حول أسباب متابعتهم للصفحة إذا تجتمع هذه المنشورات في أثرها الإيجابي على المدعوين أو المتابعين ثم التي تقدمها شخصيات مشهورة ثم التي تستهوي الأصدقاء، ثم التي تدعو إلى تعبئة المشاعر الروحية والفكرية، وتليها التي تحل المشكلات الاجتماعية، وتنمي القيم الوطنية، وتجيب على التساؤلات الفقهية، وتشكل عقلا دينيا معتدلا، وتستقطب الباحثين والدارسين.

خاتمة

يتضح جليا من خلال هذه الدراسة أنه رغم الجهود الدعوية المضنية التي يبذلها دعاتنا في نشر القيم الإسلامية عبر الوسائط الحديثة والمتطورة في العصر الرقمي غير أن الفجوة لا تزال عميقة بين كبر الجهود الدعوية من جهة وتنامي الطلب على التدين من جهة ثانية؛ الأمر الذي يجعل الأثر الدعوي عرضة للتلف والتلافي.

ولما كان من الضروري ولوج الدعاة إلى عالم التقنية نشرا للدين الإسلامي وإلى قيمه وتعاليمه السمحة أسست الكثير من المواقع والأسماء عبر العديد ما توفره التكنولوجيا الرقمية، ولعل من أهمها وأكثرها انتشارا تطبيق الفيس بوك الذي ضم الكثير من الصفحات الدعوية في العديد من الدول التابعة للجهات الرسمية أو الشعبية، فإن أهم ما ميز الدعوة الإسلامية عبر الفيس بوك الصفحة الرسمية لأعلى صرح إسلامي في الجزائر المتمثل في الجامع الأعظم محل الدراسة، والتي توصلنا من خلالها إلى جملة من النتائج والاقتراحات منها:

1-يقدم الفضاء الافتراضي الجزائري تجارب دعوية رائدة في مجال الدعوة الإسلامية، من أهمها صفحة الرسمية للجامع الأعظم.

2-التزايد المعتبر في الطلب على التدين من طرف الجزائريين من خلال احترام الفضاء الرقمي الديني وزيارته؛ ما يزيد في مسؤولية المتخصصين في الدعوة الإسلامية عبر الفضاء الرقمي إلى تحسين العمل وفق هذا الفضاء والاحترافية في الطرح شكلا ومضمونا.

3-يعتبر الفضاء الرقمي على الفيس بوك أفضل التطبيقات الحديثة انتشارا بين الجزائريين؛ ما جعل لكل هيئة رسمية أو شعبية حساب رسمي خاص بها.

4-الارتباط الفطري للجزائريين بمرجعيتهم الدينية الوسطية المعتدلة البعيدة عن الغلو والتطرف، وحبهم الشديد لوطنهم واجتماعهم على رموز الدعوة والإصلاح.

5-قلة التفاعل والمشاركة والتعليق في الصفحات الدعوية راجع إلى خصوصية الرقابة الشديدة التي يفرضها التطبيق على المنشورات الإسلامية، لهذا يتم حضرها أو يخشى المتفاعلون من الحضر والتضييق الالكتروني.

6- قد أظهرت الدراسة الميدانية جملة من النتائج نوجزها في الآتي:

6-1-أن غالبية المبحوثين يتابعون الصفحة الرئيسية للصفحة الرسمية لجامع الجزائر الأعظم.

6-2-سجلت المنشورات الدينية أعلى نسبة متابعة على الصفحة.

6-3-حظي القرآن الكريم بالاهتمام الأكبر من بين الموضوعات الأخرى.

6-4-تعتبر الإنجازات الحضارية والدعوية أهم الوسائل الدعوية في الصفحة محل الدراسة.

6-5-التنوع في وسائل عرض المضمون الدعوي ومن أهمه الصورة مرفوقة بالفيديو، يستدعي الاهتمام بهذا المجال أكبر وفق التطورات التقنية الحديثة.

6-6-يكتفي المتابع الجزائري في الصفحة بالمشاهدة على حساب الاعجاب والمشاركة والتعليق، وهذا راجع لخصوصية ما يفرضه التطبيق من تضييق على الممارسة التقنية الإسلامية.

7-4-يلجأ المتابع الجزائري إلى هذه الصفحة بحثا عن تغيير حياته إيجابا وتعبئة المشاعر الروحية والفكرية وبحثا عن إجابة لمسائله الفقهية.

الهوامش وقائمة المصادر والمراجع:

1- الاتحاد الدولي للاتصالات، الصفحة الرسمية للفيس بوك، تاريخ الاطلاع: 9-11-2024م.

2- بوعافية، عيسى، (2013م)، الدعوة الإسلامية والتنصير عبر الأنترنيت دراسة تحليلية مقارنة أطروحة دكتوراه، قسم الدعوة والاعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة الجزائر، ص11.

3- https-:.www.alarabia.net.technology.05/02/2024//تاريخ الاطلاع: 2024/11/10.

4- محمد، عبد الحميد، (2004م)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ط2، ص159.

5- سمير، محمد حسين، (1995م)، تطبيقات في مناهج البحث العلمي، القاهرة، عالم الكتب، القاهرة، ص85.

6- ابن منظور، (د ت)، لسان العرب، القاهرة، دار المعارف، 708/1، مادة جهد بتصرف.

7- مجمع اللغة العربية، (1425ه)، المعجم الوسيط، القاهرة، مكتبة الشروق، ط4، 142/1، مادة جهد.

8- المناوي، محمد عبد الرؤوف، (1410ه)، التوقيف على مهارات التعاريف، بيروت، دار الفكر، ط1، ص628.

9- ابن منظور، مرجع سابق، 1885/2، مادة دعا بتصرف. و: مجمع اللغة العربية، مرجع سابق، 286/1، مادة دعا.

10- يسري محمد، (1429ه)، مبادئ علم أصول الدعوة، الرياض، دار طيبة، د ط، ص14.

11- الزمخشري، (د ت)، أساس البلاغة، القاهرة: دار الكتب المصرية، الجزء الثاني، ص 1974.

12- ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، 12، ص 500.

13- المرجع نفسه، ص 512.

14- طلعت، عبد الحميد وآخرون، (2002م)، قضايا في علم اجتماع التربية المعاصرة، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ص31.
15- زكريا، صالح زكريا، (2016م)، القيم المربية المتضمنة في الإذاعة المدرسية بالحلقة الثانية من التعليم الأساسي بمصر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الدول العربية، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم البحوث والدراسات التربوية، ص77.
16- عزو، أحمد صادق، (2018م)، متطلبات تكوين معلم الكبار في مصر في ضوء تحديات العصر الرقمي، كلية التربية، المجلة العلمية لكلية التربية والعلوم والآداب، العدد 8، جامعة أسيوط، ص111-129.
17- ابن منظور، مرجع سابق، ص6.
18- ديمة الشاعر، (2009م)، التأثير بالآخرين والعلاقات العامة، بحث مقدم لنيل دبلوم في العلاقات العامة، الجمعية الدولية للعلاقات العامة، ص7.
19- آثار الامام محم البشير الابراهيمي، (1997م)، جمع وتقديم نجله أحمد طالب الابراهيمي، دار الغرب الإسلامي، ص92.