

الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية الإسلامية وفاعليتها في نشر المحتوى الديني على شبكة الإنترنت

دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الحكومية

د. وداد هارون أحمد محمد أرباب

أستاذ مساعد بالجامعة القاسمية - كلية الاتصال
- الشارقة - الإمارات العربية المتحدة

مقدمة:

تكمن أهمية الإعلام الإسلامي ووسائله التقليدية والإلكترونية الحديثة في ما تقدمه من مضامين دينية إسلامية، تساهم في التعرف بمفاهيم الإسلام والدعوة إلى مبادئه وقيمه السمحة بطريقة علمية تقنية وفنية جاذبة ومقنعة للجمهور المستخدم، ولتكون منهاجاً له في حياته ومعاملاته وعباداته. وعظم دور هذه الوسائل في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتوظيف تقنيات الإنترنت وتطبيقات الوسائط المتعددة والإعلام الرقمي في إعداد ونشر محتواها الديني المتخصص.

واستطاعت الشبكة العنكبوتية أن توفر مساحات إفتراضية ومجالات خصبة وفضاءات مواتية للدعوة الإسلامية للتعريف بالدين الإسلامي ونشر الثقافة والتعاليم الدينية، وأن تسهم في نشر قدر كبير من المعارف الدينية عبر وسائلها المتعددة لذلك أصبح من السهل الوصول إلى الخدمات الدينية المطلوبة كالكتب الدينية، ودروس تحفيظ القرآن والسنة النبوية، والتفاعل مع الفتاوى والاستشارات التي ترد من الجمهور وغيرها من الموضوعات ذات الشأن الإسلامي.

وبفضل وجود الشبكة العنكبوتية أصبح الإعلام الإسلامي الإلكتروني يحظى بأهمية كبيرة في سوق الإعلام نسبة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية، وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية النصوص الفائقة والوسائط المتعددة والأقراص المدججة أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث (مروى عصام ، 215). وتعد المواقع الإسلامية الدينية من أهم أشكال وسائل الإعلام الإسلامي الإلكتروني على الشبكة لما تقوم به من وظائف اتصالية اعلامية متعددة تقدم عبر صفحاتها مضامين دينية متعددة الأشكال والقوالب الاعلامية.

نظراً لأهمية الوظيفة الاتصالية للشبكة في الوصول إلى أعداد ضخمة من الجماهير المستهدفة، وانخفاض التكلفة المادية للدخول على الشبكة واستخدامها، بدأ يتزايد عدد المواقع الإلكترونية المستخدمة في الدعوة الإسلامية، ليصل إلى آلاف المواقع في الوقت الحالي والتي تنوعت في مضامينها وأشكالها وأهدافها وخدماتها واكتسبت هذه المواقع صفة إسلامية لإهتمامها بقضايا الإسلام والمسلمين والأمور الدينية (هاشم أحمد، 2020).

ولقد ظهرت مواقع الهيئات والمؤسسات الدينية والدعوية مع الفترة التي صاحبت ظهور الشبكة العنكبوتية في تسعينيات القرن السابق، بغرض نشر الدعوة الإسلامية عبر الوسيلة الجديدة الى جميع أنحاء العالم، وكذلك بهدف نشر المحتوى الديني التعليمي عبرها والتواصل مع المسلمين وفتح الحوار مع المسلمين الجدد (حسن بن عوادة، 2002)، ومنها على سبيل المثال المواقع الإلكترونية لوزارة الأوقاف والمؤسسات الدينية الخيرية والحكومية وغيرها والتي استطاعت وحسب ملاحظة الباحثة أن تقدم خدمات دينية وإعلامية واجتماعية متعددة عبر صفحات مواقعها الإلكترونية وباعتبارها أحد تصنيفات المواقع الإسلامية حسب الجهة الراعية. ووفقاً لذلك جاءت فكرة الدراسة الحالية والتي تهدف الى تحليل المحتوى الديني المنشور عبر مواقع المؤسسات الدينية الحكومية المختارة عينة للدراسة والوظائف الاتصالية التي تؤديها للجمهور المستخدم عبر الصفحات الإلكترونية للمواقع المدروسة.

مشكلة الدراسة:

تعد المواقع الدينية الإسلامية الإلكترونية إحدى أهم الوسائل الاتصالية لنشر الدعوة والشؤون الإسلامية على شبكة الإنترنت. ولقد اثبتت هذه المواقع فاعليتها مع الوقت واصبح لها جمهور كبير من المتابعين، ولقد شكلت هذه المواقع بيئة إعلامية لنشر المحتوى الديني شبيهة بالصحافة الإسلامية والقنوات والإذاعات الإسلامية في حينها و التي حققت مستوى عالياً من الإقناع والانتشار والمهنية، وشكلت حضوراً إلكترونياً مميزاً على الشبكة.

في الأونة الأخيرة ومع تطور تقنيات الشبكة العنكبوتية في مجال الاتصال الإعلام الرقمي، تزايدت أعداد المواقع الدينية الإسلامية عن الشبكة. واصبحت أداة فعالة في التثقيف الديني حول الإسلام ومبادئه وعلومه ومعارفه، فضلاً عن إتاحة الفرصة في الرد على أسئلة الجمهور وطرح الفتاوى، وتقديم الخدمات التعليمية كتحفيظ القرآن وشرح وتفسير السنة النبوية ودروس العقيدة والسيرة النبوية وغيرها. كما أصبحت وسيلة اتصالية اعلامية تساهم في نقل المضامين الدينية عبر الشبكة وخاصة المواقع الإسلامية التابعة للمؤسسات الدينية والتي تقدم محتوى إعلامياً دينياً لجمهورها المستهدف، وفتح جسور التواصل الإلكتروني بينهم بهدف تيسير الخدمة لهم، وجاءت هذه المواقع ولاسيما المواقع الإسلامية المتخصصة والتابعة للمؤسسات الدينية لتقدم المحتوى الديني الإلكتروني بكفاءة وجودة لجمهورها المستهدف. ومع هذا الانتشار والتنوع الكبير للمواقع الإسلامية وتنوع مضامينها وتخصصاتها وملكيته وأهدافها والمهام الاتصالية والدينية التي تؤديها جاءت فكرة الدراسة الحالية لتسلط الضوء على طبيعة المحتوى الديني المنشور عبر الصفحات الإلكترونية

لهذه الوسائل والوظائف الاتصال التي تقوم بها. وتبلورت المشكلة في سؤال رئيس فحواه: كيف استطاعت المواقع الإلكترونية الإسلامية التابعة للمؤسسات الدينية الحكومية أن تحقق الوظيفة الاتصالية عبر المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية؟

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تسليط الضوء على الدور الاتصالي والإعلامي والدعوي لمواقع المؤسسات الإسلامية الدينية الإلكترونية على شبكة الإنترنت.
- إمكانية البحث عن الأهداف الأساسية التي تسعى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المنشورة على الشبكة العنكبوتية لتحقيقها من خلال المضامين الدينية المنشورة غيرها.
- لفت نظر الإعلاميين وكذلك القائمين على أمر الدعوة إلى الدور الكبير الذي يمكن أن تقوم به المواقع الإسلامية في نقل المضامين الدعوية والإعلامية والمساهمة في خدمة الدعوة الإسلامية ونشرها من خلال الوسائل الرقمية الجديدة.
- التنبيه إلى أهمية وفعالية الوسائل الاتصالية الرقمية المحمولة عبر الشبكة العنكبوتية في نقل وتوصيل المضامين الدينية والإسلامية وباستخدام القوالب والأشكال الإعلامية المختلفة.
- إبراز أهمية الدور الإعلامي في نقل وتوصيل الرسائل الدينية من خلال الأدوات الإعلامية والاتصالية عبر شبكة الإنترنت الدولية. الإنتباه إلى أهميتها كوسيلة فعالة وميسورة ومتاحة في نقل المحتوى الديني الإسلامي الإلكتروني.
- رغم تناول الدراسات السابقة للقضايا والموضوعات الدينية المنشورة على المواقع الإسلامية ومنصات التواصل الاجتماعي إلا أن هنالك ندرة في الدراسات التي تناولت الدور الاتصالي لمواقع المؤسسات الدينية والمعايير والقواعد التي تحكم نشر المحتوى الديني عبرها.

أهداف الدراسة:

سعت الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

1. تسليط الضوء على الوظائف الاتصالية التي استطاعت أن تؤديها المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع المؤسسات الإسلامية الإلكترونية موضوع الدراسة.
2. التعرف على نوعية المحتوى الديني الذي استطاعت مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة أن تحقق من خلاله الوظائف الاتصالية عبر صفحاتها الإلكترونية.
3. إبراز أهم الخدمات الاتصالية والتقنية استطاعت أن تقدمها مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة للجمهور المستخدم عبر صفحاتها الإلكترونية.
4. التعرف على نوعية الأشكال والقوالب الاتصالية المتاحة لتقديم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات مواقع المؤسسات الإسلامية عينة الدراسة.
5. الوقوف على الأهداف الاتصالية والإعلامية التي تسعى مواقع المؤسسات الإسلامية موضوع

- الدراسة لتحقيقها من خلال نشر المضامين الدينية عبر صفحات موقعها الإلكتروني.
6. تحديد الوسائل الاتصالية والأدوات التفاعلية التي اتاحتها مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة عبر مضامينها الدينية للتواصل مع الزوار وجمهورها المستخدم.
 7. تحديد نوعية الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها ومعالجتها عبر المحتوى الديني المنشور عبر صفحات مواقع المؤسسات الإسلامية عينة الدراسة.
 8. التعرف على أهم القيم الإسلامية التي استطاعت مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة ان تضمنها عبر مضامينها الدينية .
 9. تسليط الضوء على نوعية اللغات التي وفرتها المواقع المدروسة لجمهورها المستخدم في الوصول الى المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.
 10. التعرف على مدى اهتمام مواقع المؤسسات الإسلامية عينة الدراسة بتوظيف عناصر الوسائط المتعددة في تحرير وإعداد وتصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.
 11. التعرف على الرؤى التصميمية والإخراجية التي اعتمدت عليها مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة في إعداد المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.

الدراسات السابقة:

دراسة هبة فتحي (2020)، بعنوان: **المواقع الإلكترونية العربية للفتوى والإرشاد: دراسة تحليلية مقارنة لمعمارياتها ومحتواها المعلوماتي**، تناولت الدراسة مواقع الفتاوى والإرشاد كاحد مصادر المعلومات في جلب الثقافة الإسلامية والوقوف على أهميتها وفعاليتها ومدى جودتها ومعرفة اشكال الفتاوى بهذه المواقع ومعرفة طرق تنظيمها وتحديد مدى التزامها بالمصادقة والموضوعية. وتحقيقاً لذلك اعتمدت البحث على المنهج المسحي باستخدام أسلوب تحليل المضمون لعينة عمدية مختارة من المواقع العربية المتخصصة في الفتوى والإرشاد. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أبرزها ان المواقع الإسلامية للفتوى تتنوع من حيث الشكل والمضمون والملكية، فهناك المواقع مواقع مؤسسة تابعة لدور ودواوين الأفتاء، ومواقع شخصية تتبع للمتخصصين، مواقع عامة في الثقافة الإسلامي. وبينت النتائج ان مؤسسات الفتوى التابعة للمؤسسات هي الأكثر التزاماً بالدقة والموضوعية، واطهرت النتائج طرق تعدد تنظيم الفتاوى بالموقع محل الدراسة ولكن التنظيم الموضوعي هو الأكثر استخداماً. واقترحت الدراسة إنشاء موقع إسلامي إلكتروني على شبكة الإنترنت موحد للفتاوى على مستوى العالم الإسلامي.

دراسة هاشم أحمد نغميش (2020)، بعنوان: **تحليل محتوى عدد من المواقع الإلكترونية الدعوية على شبكة الانترنت دراسة وصفية: سعت الدراسة الى تسليط الضوء على محتوى المواقع الدعوية على الشبكة العنكبوتية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال توظيف أداة تحليل المحتوى عينة البحث المكونة من ثلاثة مواقع الكترونية دعوية، وتنبؤ أهمية الدراسة في الاسهام بالتعريف بالمواقع الدعوية على الشبكة العنكبوتية من حيث الشكل والمضمون والجمهور، وتقييم نقاط الضعف والقوة فيها وفي مضامين هذه المواقع، وإبراز النتائج التي توصلت**

اليها الدراسة أن مواقع الدعوة الإسلامية تحتوي الكثير من النوافذ والمقالات والكتب التي تخدم الدعوة الإسلامية في تعريف غير المسلمين على صورة الإسلام وإيجاد صورة وانطباعات ايجابية اتجاه الدين الإسلامي للمستخدم لهذه المواقع. كما ساهمت مواقع الدراسة في تقديم تعاليم الدين الإسلامي بشكل سهل فهمه على غير المسلمين، وتوعية المسلمين الذين يرغبون في معرفة أمور دينهم بصورة اعمق، وزيادة فهمه ومعارفهم عن الدين الإسلامي. وبينت النتائج إلى أن الجمهور المستهدف من مواقع الدعوة الدعوية هم الراغبون في التعرف على الإسلام والمسلمين من غير المسلمين، وأن غالبية الجمهور العام يرغبون في في التفقه في أمور دينه، بالإضافة الى الأفراد والمؤسسات الذين يعملون في مجال الدعوة الإسلامية. وأشارت النتائج إلى أن هذه المواقع الإسلامية المختارة عينة للدراسة تقدم رسائل دعوية واخرى إعلامية عبر صفحاتها، وأكدت الدراسة أن هنالك درجة اتفاق قوية للمشاركين على مدى وضوح الأهداف التي تستخدمها المواقع الدعوية المدروسة حول مضامين الدعوة الإسلامية.

دراسة آمنة زقاو (2019) بعنوان: استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة منها، هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على عادات وأنماط استخدام الصفحات الدينية على المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي ودى والإشباع الذي تم تحقيقه من ذلك. وتنتمي هذه الدراسات الى الدراسات الوصفية والذي في إطارها اعتمدت الباحثة على منهج المسح التحليلي ومن خلال استمارة الاستبيان التي اجريت لجمع البيانات من العينة المختارة من مستخدمي صفحة «من رحيق العلم والإيمان» مكونة من (50) مفردة. ومن ابرز النتائج التي توصلت اليها الدراسة: إن الدافع الأساسي للجمهور المستخدم لهذه الصفحة للمتابعة هو المحتوى المرتبط بالواقع الاجتماعي والمدعوم بالخاصية التفاعلية، كذلك النصائح والإرشادات وموضوعات العلاقات الأسرية في الدين الإسلامي، بالإضافة الى القصص الإنسانية الواقعية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الصفحات الدينية موضوع الدراسة يثري رصيد معرفتهم الدينية، ويحقق لهم الشعور بالرضا مما أثر هذا استخدام في حياتهم و معاملاتهم الأسرية والاجتماعية، وظهرت الدراسة أن لدى متغير السن والمستوى التعليمي تأثير كبير في عادات وأنماط مستخدمي صفحة «من رحيق العلم والإيمان» ففي الوقت الذي يؤثر فيه المستوى التعليمي على دوافع الاستخدام الصفحة، فان متغير الجنس يؤثر أكثر في الإشباع المحققة لهم.

دراسة داليا حسن (2018)، بعنوان: دور المواقع الإسلامية علي شبكة الإنترنت في نشر ثقافة وتعاليم الدين الإسلامي: دراسة تحليلية مقارنة، تهدف الدراسة للتعرف على مدى اهتمام المواقع العربية الإسلامية بنشر ثقافة الدين الإسلامي، وذلك من خلال رصد وتحليل الموضوعات الدينية التي تناولتها خلال فترة الدراسة التطبيقية، واعتمدت الدراسة على نظريتي المسؤولية الاجتماعية وثراء الوسيلة، وتم استخدام أداة تحليل المضمون لجمع البيانات لعينة الدراسة المكونة من ثلاثة مواقع إسلامية. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أبرزها: أن اهتمام المواقع الإسلامية عينة الدراسة بعرض القرآن الكريم جاء في المرتبة الأولى من فئة المعارف والعلوم، وحققت الموضوعات الدينية الخاصة بالصوم والعبادات المرتبة الأولى من هذه الفئة. وجاءت موضوعات سيرة سيدنا

محمد صلى الله عليه وسلم متصدرة قائمة فئة السير والشخصيات. وأشارت النتائج إلى أن موضوع النبوات تصدر قائمة فئة العقائد التي تناولتها المواقع المدروسة. كما اهتمت الدراسة بعرض أنواع مختلفة من الاستشارات الدينية والصحية والإجتماعية وغيرها، وإن أكثر الأساليب الإقناعية المستخدمة في مواقع الدراسة كان أسلوب العرض المجرد. وبينت النتائج أن الجمهور المستهدف في مواقع الدراسة هو الجمهور العام الذي جاء متصدرا فئة جمهور المواقع الإسلامية موضوع الدراسة.

دراسة عطية المرسي (2018) بعنوان: الوسائل الدعوية والمرئية عبر الشبكة العنكبوتية العالمية- ماهية وأهمية ونماذج دعوية، استهدفت هذه الدراسة التعريف بالأدوات والوسائل الدعوية والمرئية والمسموعة والمقروءة عبر شبكة الإنترنت، وإبراز أهميتها في الدعوة إلى الله تعالى، وتسهيل الضوء على كيفية استخدامها دعويًا، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي من خلال استمارة تحليل المحتوى التي وظفها لجمع بيانات الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: جميع الوسائل الدعوية المعاصرة سلاح نو حدين، الشبكة العنكبوتية تجمع أطياف الوسائل الدعوية المعاصرة، تلتقي الوسائل الدعوية المسموعة والمرئية مع الأساليب الدعوية من حيث التأثير والهدف، الوسائل الدعوية المسموعة والمرئية أكثر الوسائل نفعاً وأعظمها أثراً. ، وأوصت الدراسة بضرورة إجراء الدراسات في وسائل وأساليب الدعوة الإلكترونية، وضرورة اعتبار الشبكة العنكبوتية وتطبيقاتها المختلفة من أهم وسائل الدعوة في هذا العصر.

دراسة حنان ستي (2016)، بعنوان: تأثير المواقع الإلكترونية الإسلامية على تنمية الوعي الديني لدى الطلبة دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر تكنولوجيا الاتصال الجديدة - بجامعة قاصدي مرباح - ورقلة، هدفت الدراسة للتعرف عن مدى تأثير المواقع الإسلامية عينة الدراسة على طلبة كلية الاتصال بجامعة قاصدي مرباح، وعلى أهمية هذه المواقع لدى الطلبة، والوقوف على مدى تمكن هذه المواقع في نشر الثقافة الإسلامية وإسهامها في تنمية الوعي الديني لديهم. وكذلك تسليط الضوء على أهم المواقع الإسلامية التي يستفيد منها الطلبة في بناء وتشكيل ثقافتهم الدينية. واعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لكونه أكثر قابلية للاستخدام على عينة الدراسة المكونة من 65 مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة بجامعة قاصدي مرباح ورقلة. واستخدمت استمارة الاستقصاء في جمع بيانات الدراسة. وظهرت الدراسة عددا من النتائج أهمها: أن اهتمام الطلبة عينة الدراسة ببعض القنوات الإسلامية المتخصصة أدى إلى تحولهم تدريجيا إلى متابعة المواقع الإلكترونية الإسلامية، وهذا ساعدهم على اكساب معارف اسلامية جديدة وبطريقة أكثر مرونة وسهولة، وكذلك أدى الى تغيير بعض سلوكياتهم من خلال تأثرهم بما ينشر في المواقع المدروسة من قصص وسير نبوية وحكم ومواعظ دروس إرشادية وغيرها. ويرى الطلبة من خلال نتائج الدراسة ان المواقع الإلكترونية الإسلامية تعتبر مصدرا مهما بالنسبة لهم للحصول المعارف الإسلامية لأنها تعتمد على القرآن الكريم والحديث الشريف كمرجعية أساسية للموضوعات المنشورة.

دراسة حردان هادي (2015)، بعنوان: المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت دراسة

تحليلية لمضمون المواقع الإلكترونية المهتمة بقضايا الإسلام والمسلمين، سعت الدراسة الى رصد وتحليل أهم القضايا الدينية المنشورة في المواقع الإسلامية المختارة عينة للدراسة و ذات الارتباط بالقضايا الإسلامية. تصنف الدراسة من ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج المسحي ومن خلال اختيار عينة عمدية لعدد من المواقع الإلكترونية الإسلامية وعبر استخدام أداة تحليل المضمون. وبينت النتائج أن أهم القضايا الإسلامية الدينية التي تم تناولها في المواقع الإسلامية عينة البحث هي (اضهاد الأقليات المسلمة، تليها قضية تشويه الغرب لصور الإسلام، ثم قضية (الغزو الثقافي الغربي للمسلمين) وبعدها قضية (الاعتماد على الحسابات الفلكية في اثبات الأهلة) تليها قضية (تهويد القدس) ثم الدعوة الى الإسلام وتجديد الخطاب الديني. وظهرت النتائج ان المواقع المدروسة اهتمت بتحديث مضمونها على مدار الساعة، وإشارت الدراسة الى أن قضية الغزو الثقافي اخذت اشكال عديدة منها الاستشراقي والتغريب، هيمنة الازياء الغربية ونشر الموضة والافكار الغربية في المجتمعات المسلمة.

دراسة إبراهيم خلف سليمان (2015)، بعنوان: الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي من وجهة نظر طلبة جامعة آل البيت الأردنية (دراسة ميدانية)، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية وسائل الإعلام الإسلامي المختلفة في إثراء العملية التربوية من من وجهة نظر طلبة جامعة آل البيت الأردنية، وتصنف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي بفرض جمع البيانات عبر استمارة الاستبانة التي اعدت لهذا الغرض. وشمل مجتمع الدراسة جميع طلبة جامعة آل البيت الأردنية للعام الدراسي 2013-2014. وتم اختيار عينة الدراسة وفقاً للاسلوب العينة العشوائية التي شملت (1000) مفردة من طلبة الجامعة. ومن أبرز نتائج هذا البحث الذي توصل اليها أن قراءة الكتب الإسلامية حصلت على المرتبة الأولى تليها الاطلاع على المجالات والنشرات والاستماع لاذاعة القرآن الكريم في المرتبة الثانية. وجاء الاستماع الى الأشرطة والتسجيلات الإسلامية في المرتبة الثالثة. وأكدت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الإناث في الدور التربوي لوسائل الإعلام، وعدم فروق تعزي لتخصص الطلبة.

دراسة نهى عاطف (2015)، بعنوان: اعتماد الشباب على المواقع الدينية: دراسة مسحية، سعت الدراسة الى تحليل الخطاب الديني الإسلامي والمسيحي المنشور عبر الشبكة العنكبوتية، والتعرف على حجم ونوع الموضوعات الدينية المنشورة عبر المواقع المختارة عينة للدراسة. وتم استخدام منهج المسح في هذه الدراسة، ومن خلال أدوات الدراسة المتمثلة في إستمارة تحليل المحتوى التي اعدت لجمع البيانات البحثية من عينة للدراسة المكونة من ثلاثة مواقع مختارة من المواقع الدينية الإسلامية والقبطية المصرية. ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة وجود فروق دالة إحصائية بين المواقع الدينية الإسلامية والقبطية في القوالب الصحفية المستخدمة. وبينت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين الاعتماد على المواقع الدينية والتأثيرات الوجدانية والمعرفية والسلوكية ، كما وجدت علاقة ارتباطية بين الاعتماد على المواقع الدينية وكل من احترام الذات الفردية والجمعية.

دراسة مها أمجد (2014)، اتجاهات طالبات الجامعات السعودية نحو استخدام الموقف

الإسلامية على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية مقارنة على جامعتي الأزهر والإمام محمد بن سعود الإسلامية، سعت هذه الدراسة لمعرفة اتجاهات طالبات الدراسات الإسلامية بالجامعات السعودية والمصرية نحو استخدامهن للمواقع الإسلامية. وتصنف هذه الدراسة من ضمن الدراسات الوصفية والتي في إطارها يتم استخدام المنهج المسحي لإجراء الدراسة. واعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان ومن خلال تصميم استمارة التحليل لعينة مكونة من (400) مفردة من طالبات الدراسات الإسلامية بالجامعتين المصرية والسعودية. وظهرت الدراسة عدد من النتائج أهمها: وجود فروق دالة إحصائية بين الطالبات عينة الدراسة في تصفح مواقع الشبكة العنكبوتية لصالح المصريات في درجة تفضلهن لمواقع التواصل الإجتماعي، وذلك لصالح الطالبات المصريات أيضاً. وبينت النتائج أهم القضايا التي يتم تناولها في المواقع الإسلامية الإلكترونية وهي: (الفتاوى، الحجاب، الأحكام الفقهية، تحرير المرأة والقضايا المعاصرة).

التعليق على الدراسات السابقة ومدى الاستفادة منها:

- من حيث تناول موضوع الدراسة والإشكاليات البحثية اتفقت غالبية الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في دراستها التحليلية للمحتوى الديني والجوانب والرؤى التصميمية والإخراجية والأدوار الاتصالية والدعوية والإرشادية التي تؤديها المواقع الإسلامية الإلكترونية على شبكة الإنترنت. وعلى سبيل المثال دراسة (حردان 2015)، (عطية، 2018)، (هبة، 2020)، (هاشم، 2020)
- تفردت الدراسة الحالية التي اخضعتها الباحثة للدراسة بتناول موضوع يجمع في نفس الوقت الدور الإعلامي والدعوي لمواقع المؤسسات الإسلامية الدينية وعبر محتواها الديني المنشور على صفحاتها الإلكترونية.
- اتفقت اغلب الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اختيار منهجية الدراسة وادوات جمع البيانات التي ارتكزت على المنهج الوصفي واستخدام أداة تحليل المضمون، كدراسات (هبة، 2020)، (هاشم، 2020)، (ابراهيم، 2015)، (حنان 2016).
- تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في تحديد موضوع الدراسة الحالية وطرحه برؤية متفردة، وإبراز إشكالية الدراسة وعرضها بوضوح وموضوعية، وتحديد التساؤلات البحثية وصياغتها بوضوح، واختيار الأدوات المناسبة لجمع بيانات الدراسة الحالية حتي يتحقق الوصول الى نتائج بحثية ووضع مقترحات مفيدة في مجال الدراسة.
- أغلب الدراسات السابقة والدراسة الحالية تناولت بالتحليل والدراسة المواقع الإسلامية والصفحات الدينية المنشورة عبر منصات التواصل الإجتماعي وأغلبها اتفقت على أهمية وفعالية الشبكة كوسيلة اتصالية اعلامية لها دورها المتعاظم في نشر المحتوى الديني والدعوي للجماهير المستخدم لهذه المواقع.
- تباينت الدراسات السابقة في توظيف النظرية المناسبة للدراسة من حيث الشكل والمضمون وأساليب المعالجة وطبيعة المشكلة البحثية ونوعية الأهداف المرجوة تحقيقها، فمنها نظرية (ثراء الوسيلة)، (نظرية الأطر الإعلامية)، (نظرية المسؤولية الاجتماعية)، وغيره.

مفاهيم ومصطلحات الدراسة:**الوظيفة الاتصالية:**

في الدلالة الإصطلاحية تعرف بأنها: (وحدة من وحدات العمل تتكون من عدّة أنشطة مجتمعة مع بعضها في الموضوع والشكل، ويمكن أن يقوم بها فرد واحد أو أكثر.)، وإعلاميا تعني: الأداء الذي تقوم به إحدى وسائل الإعلام التقليدية أو الحديثة في مجال معين كالتعليم والإرشاد والترفيه) (مجمد بشير، 2015).

إجرائيا: تعني المهام والوظائف والأدوار التي تؤديها المواقع الإلكترونية الإسلامية من خلال المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية، وتشمل الوظائف الاتصالية في هذه الدراسة الآتي: (الإعلامية، الإخبارية، التعليمية، التربوية، التفسيرية، التوعوية، الدعوية، الترفهية، الإعلانية والدعائية، التوجيهية).

المواقع الإلكترونية:

يحدد الدكتور محمد الأمين موسى المفهوم العام للموقع الإلكتروني (بأنه عبارة عن ملف أو صفحة يتم تخزينها في حاسوب يمكن الدخول إليها عبر شبكة الانترنت. بينما يرى أن المفهوم الإعلامي للموقع الإلكتروني (بأنه رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب يتم الدخول الى شبكة الانترنت وعبر أحد متصفحات شبكة الويب. ويتخذ موقع الويب شكل صفحات تتخذ من الصفحة الرئيسية واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة الوصلات وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت أو فيديو...) تقدم مواقع الويب خدمات تهدف الى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي (محمد الأمين، 2012)

المواقع الإسلامية الإلكترونية:

هي المواقع التي يتم إنشاؤها على الشبكة العنكبوتية بواسطة المؤسسات والهيئات الدينية الإسلامية الخاصة والحكومية، والهدف منها نشر الثقافة الإسلامية وتعاليم الدين الإسلامي السمحة، والدفاع عن الإسلام بالحجة والأدلة والبراهين من القرآن الكريم والسنة النبوية وبلغه يفهمها الجمهور المستهدف (داليا حسن ، فوزي حسن ، 2018):

المحتوى الديني:

هو المضامين الدينية الإلكترونية المنشورة على صفحات المواقع الإلكترونية الإسلامية على شبكة الانترنت. ويتخصص هذا المحتوى في تناول الموضوعات الدينية الخاصة بالأمر والقضايا الإسلامية المختلفة، العقيدة الإسلامية، الفتاوى والسيرة النبوية، السنة النبوية والموضوعات الدينية الأخرى التي يستند الى القرآن الكريم والسنة النبوية وتهدف الى توعية الجمهور المسلم بأمور دينه ودينه. وتستخدم أشكال إعلامية مختلفة كالأخبار المقالات التقارير والفيديوهات وملفات الصور الفيديوهات والرسوم الجرافكية وغيرها.

المؤسسات الدينية:

يعرف T. F. Hoult المؤسسة الدينية: «بأنها عبارة عن منظمة رسمية و ذات السمة الدائمة والمستمرة كوزارة الأوقاف أو المساجد أو أماكن العبادة الأخرى التابعة أو الخاصة بالأديان.

فالمؤسسة الدينية تختلف في أنواعها وأشكالها وذلك باختلاف الوظائف التي تؤديها في المجتمع، والهدف الذي تسعى اليه وهو نشر الثقافة الدينية وتنمية الوعي الديني وبث روح التعاون والتضامن بين أفراد المجتمع (سهيلة لغرس، 2012).

وسائل الإعلام الإسلامي الإلكترونية

هي وسائل أدوات الإعلام الإلكتروني الإسلامي المرئية والمسموعة والتفاعلية متعددة الوسائط التي يمكن أن تصل الى الجمهور بعدة وسائل أبرزها الشبكة العنكبوتية.

التساؤلات:

- تبلورت الدراسة الحالية في سؤال رئيس هو: ما الوظيفة الاتصالية التي استطاعت أن تؤديها المضامين الدينية المنشورة عبر مواقع المؤسسات الإسلامية الإلكترونية؟ وتفرعت من هذا السؤال عدد من الأسئلة نحدد في التالي:
1. ما حجم المضامين الدينية التي استطاعت مواقع المؤسسات الإلكترونية الإسلامية عينة الدراسة تناولها خلال الفترة المحددة للدراسة؟
 2. مانوعية المحتوى الديني الذي استطاعت مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة أن تحقق من خلاله الوظائف الاتصالية عبر صفحاتها الإلكترونية؟
 3. ما الخدمات الاتصالية التي قدمتها مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة للجمهور المستخدم عبر صفحاتها الإلكترونية؟
 4. ما الأشكال والأنواع والقوالب الاتصالية المتاحة لتقديم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية عينة الدراسة؟
 5. ما الأهداف التي تسعى مواقع المؤسسات الإسلامية موضوع الدراسة لتحقيقها من نشر المضامين الدينية عبر صفحات موقعها؟
 6. ما الوسائل الاتصالية والأدوات التفاعلية التي اتاحتها مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة عبر مضامينها الدينية للتواصل مع الزوار وجمهورها المستخدم؟
 7. ما الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها ومعالجتها عبر المحتوى الديني المنشور عبر صفحات مواقع المؤسسات الإسلامية عينة الدراسة؟
 8. ما القيم الدينية والأخلاقية التي استطاعت مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة ان تضمناها عبر مضامينها الدينية ؟
 9. ما نوعية وعدد اللغات التي وفرتها مواقع المؤسسات المدروسة للجمهورها المستخدم في الوصول الى المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية؟
 10. كيف استطاعت مواقع المؤسسات الإسلامية عينة الدراسة أن توظف عناصر الوسائط المتعددة في تحرير وإعداد وتصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها؟
 11. ما الرؤى التصميمية والإخراجية التي اعتمدت عليها مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة في صناعة محتواها الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية؟

حدود الدراسة:

حددت الباحثة النطاق العام للدراسة في ما يعرف بحدود البحث وتم تقسيمه كالتالي:

- **الحدود الموضوعية للدراسة:** تم تحديدها في موضوع الدراسة الذي جاء بعنوان: الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية الإسلامية وفعاليتها في نشر المحتوى الديني على شبكة الإنترنت (دراسة تحليلية لعينة من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الحكومية).
- **الحدود المكانية للدراسة:** اختارت الباحثة عينة من المواقع الإسلامية الدينية وتم تحديدها في أربعة مواقع لمؤسسات دينية إسلامية حكومية في دولة الإمارات العربية المتحدة و يتم اخضاعها لدراسة وتحليل مضامين هذه المواقع ، وهي (موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاقواف)، (موقع حكومة الشارقة للقرآن والسنة)، (موقع دار زايد للثقافة الإسلامية)، (موقع دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري- دبي) .
- **الحدود اللغوية للدراسة:** تم تحديد عينة الدراسة من مجتمع البحث الذي انحصر في أربعة مواقع لمؤسسات إسلامية ناطقة باللغة العربية نظرا لأن هذه المواقع تقدم خدماتها بلغات متعددة ومتنوعة.
- **الحدود الزمانية للدراسة:** اختارت الباحثة ان تكون فترة الدراسة التحليلية للمحتوى الدعوى المنشور على المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الإسلامية في الفترة من (2022/5/1) وحتى (2022/8/1م) .

الإطار المعرفي للدراسة:**نظرية المسؤولية الاجتماعية:**

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية بسبب الاستخدام المفرط واللامحدود لمفهوم الحرية سواء من ملاك الوسائل أو من الإعلاميين انفسهم، وبالغت في إعطاء الفرد الحق من التنصل والتحرر من إي مسؤولية إجتماعية أو قيمة أخلاقية، وافرطت في إعلاء حرية الفرد على حساب مصلحة المجتمع. لذلك تنطلق نظرية المسؤولية من مرتكز اساسي بأن للفرد حقوقا، وللمجتمع أيضا حقوقا لذلك سعت النظرية للحد من تحكم الرغبات الشخصية وتأثير الآراء الفردية في نسق الحياة العامة للجماعة، وتحقيق التوازن بين حرية التعبير ومصلحة المجتمع (عبد الرازق، الدليمي، 2013). وترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية على فلسفتها التي تنطلق من خلالها على أن مسؤولية وسائل الإعلام في المشكلات الاجتماعية وتعزيز الرأي العام والمصالح الاجتماعية، وأن تكون مسؤولة أمام الجمهور وتراعي احتياجاته وفقا للقيم المعايير الإنسانية.

وتبرز وظائف وأهمية وسائل الإعلام في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية في التالي (ليلي عبد المجيد، 2005):

- تقدم هذه الوسائل تقريرا صادقا وشاملا عن الأحداث اليومية ويكون في سياق يعطى لها مغزى.

- تعمل وسائل الإعلام كمنبر لتبادل الرأي و التعليق والنقد.
- تقدم وسائل الإعلام صورة ممثلة للأفراد والجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
- تهدف وسائل الإعلام في ظل هذه النظرية الى تحقيق أهداف ووظائف المجتمع وقيمه وتوضيحها وتبرزها.
- أن توفر وسائل الإعلام معلومات وحقائق كافية و كاملة عما يجري يومياً.

أبعاد ومبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

- ومن اهم المبادي الاساسية لنظرية لنظرية المسؤولية الاجتماعية والتي حددها دينيس ماكويل، أحد أبرز علماء الاتصال في التالي (ليلي عبد المجيد، 2005):
- على وسائل الإعلام أن تقبل وتتخذ ببعض الإلتزامات المحددة والمهمة تجاه المجتمع.
 - يجب على وسائل الإعلام أن تلتزم بالمعايير المهنية في الحصول على المعلومات ونقلها مع الإلتزام بالموضوعية والدقة والصدق والتوازن.
 - على وسائل الإعلام والصحافة أن تتبعد وتتجنب النشر الذي يؤدي الى ارتكاب الجريمة والعنف والفوضى وإهانة الأقليات والإضرار بمصالحهم.
 - عند ارتكاب جرائم النشر يجب خضوع الصحفيين والإعلاميين للمساءلة أمام المجتمع وكذلك أمام مؤسساتهم
 - لا بد من التنوع والتعدد للوسائل الاعلام وأن وتعكس تنوع المجتمع والآراء ووجهات النظر وأن تلتزم بحق الرد.
 - من حقوق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها الاتصالية المختلفة.
 - تحقيقاً للمصلحة العامة لأفراد المجتمع يجب أن تكون وسائل الإعلام ذاتية التنظيم في إطار القانون والمؤسسات القائمة.

وسائل الإعلام الإسلامي في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية

وتتبلور مفاهيم نظرية المسؤولية الاجتماعية عندما تؤدي الوسائل الإعلامية وخاصة الإسلامية ووظائف اجتماعية جوهرية في حياة الناس، وكذلك القيام بالدور التربوي والتعليمي والتثقيفي، فهي ليس منبر لبعض الأفراد لكي يمارسون رغباتهم وميولهم عبر سطوة المال. وبالتالي وجد القائمون على الإعلام الإسلامي ووسائله أن نظرية المسؤولية الاجتماعية هي الأقرب لتمثيل الفكرة الإسلامية إعلامياً، والأكثر تعبيراً عن مفهوم الإعلام الذي يحمل رسالة وقيماً إنسانية ودينية وأخلاقية (عبد الرازق، الدليمي، 2013).

ثانياً: الدور الإعلامي والدعوي لمواقع المؤسسات الإسلامية على شبكة الإنترنت:

وتكمن أهمية المواقع الدينية الإسلامية في كونها عبارة عن مكتبة ضخمة ومعلوماتية

عن المعارف الدينية وتقدمها بلغات متعددة تصل الى جمهور عريض لهذه الوسيلة من أجل الإستفادة ونشر الدعوة الإسلامية، وكذلك توفر ترجمات لمعاني آيات القرآن الكريم الى لغات عالمية متعددة. وهناك الأحاديث النبوية، والكتب الدعوية والفقهية والشرعية، كما أن هنالك عدد من الفتاوي الإلكترونية والتي يقدمها عددا من العلماء المتخصصين، بالإضافة الى الموضوعات الدينية المسجلة على الاشرطة وكذلك الاسطوانات وعبر التسجيل الرقمي على الموقع، وتقديم الحوارات والاحاديث الدينية لكثير من العلماء والدعاة المتخصصين (زينب حامد، 2020)، واتاحة ملفات الفيديو الخاصة بالأنشطة الدينية والفعاليات المسابقات، والاهتمام بموضوعات المؤسسات الدينية الخاصة بالتطوع والتبرع وبناء المساجد وتقديم خطب الجمعة. وانجازات المؤسسات والهيئات الدينية في هذا المجال.

وتعددت تقسيمات وانواع المواقع الاسلامية الالكترونية الى فئات مختلفة، فهناك من يحددها وفقا للجهات الراعية لها، او اسلوب العرض، او نمط التمويل ونوع المحتوى وغيره. وعلى سبيل المثال تم تصنف المواقع الإسلامية وفقا للجهات الراعية الى:

مواقع انشئت بدعم حكومي: كموقع دائرة الأوقاف الإسلامية في دبي، موقع وزارة الأوقاف الكويتية، موقع دار الإفتاء المصرية. و مواقع انشئت بدعم مؤسساتي: مثل مواقع الجمعيات الخيرية والمنظمات الإسلامية والجمعيات الطلابية في الجامعات. مواقع أنشئت بمجهودات شخصية وهذه منشرة بكثرة على الشبكة (حردان هادي، 2015). ويجب أن تتوفر في المواقع الإسلامية الدينية العديد من الميزات الاتصالية والإعلامية والتقنية التي تزيد من فعالية نشر المحتوى الديني وجاذبيته، وعلى سبيل المثال توفر الخدمات الاتصال والتفاعلية بالموقع، اتاحة إندماجية الوسائط المتعددة في المحتوى الديني، سهولة التصفح، إتاحة أدوات الإبحار والروابط التشعبية المختلفة، وجود فريق متخصص في المجالات الإعلامية والتقنية والدينية.

ويرى البعض أن الحضور الافتراضي للمواقع الإسلامية الدينية على الشبكة العنكبوتية يتبلور في التالي (حردان هادي، 2015):

- التوعية ونشر الثقافة الدينية للجمهور المسلم المنتشر عبر الشبكة العنكبوتية والتعريف بالاسلام ورسالته العالمية.
- شرح وتوضيح وتعليم مبادئ الإسلام ومركزاته والرد على الشبهات والإفتراءات عبر الوسائل الاتصالية الرقمية الجديدة.
- تشكيل الهوية الدينية الوسطية ورسم الصورة الذهنية الايجابية للمجتمعات الإسلامية وقضاياها المعاصرة عبر المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإلكترونية الإسلامية.
- الدعوة الى الدين الإسلامي السمع والتعريف بقضاياها وقيمه ومعارفه ونشر أخبار المجتمع الإسلامي وأنشطته الدينية.

الإطار المنهجي للدراسة:

نوع الدراسة:

تعد الدراسة الحالية من نوعية الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظواهر الإعلامية ورصدها وتحليلها. وجاءت الدراسة الحالية في ذات الإطار لتبحث عن الأهمية الإعلامية والدعوية للمضامين الدينية المنشورة عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية على شبكة الإنترنت. **منهج الدراسة:** تعرف مناهج البحث العلمي بأنها (مجموعة الخطوات المنظمة والعمليات العقلية الواعية والمبادئ العامة والطرق العملية التي يستخدمها الباحث (أحمد رضوان ، 1975)، ووفقا لذلك ونسبة لتعدد وتنوع المناهج التي يستخدمها الباحث الا إن طبيعة الدراسة الحالية حتمت على الباحثة استخدام المنهج المسحي لتحليل المحتوى الديني لمواقع المؤسسات الإسلامية موضوع الدراسة، وباعتباره الأكثر استخداما في حقل الدراسات الوصفية.

مجتمع الدراسة: تبرز أهمية المجتمع البحثي في أنه يساعد في تحديد حجم ونوع واطار العينة التحليلية التي تقوم الباحثة باخضاعها للدراسة، ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في عينة من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الإسلامية التي اختارتها الباحثة لإجراء الدراسة التحليلية وتم تحديدها في اربعة مواقع الإلكترونية هي ، وهذه المواقع هي: (موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاقواف)، (موقع حكومة الشارقة للقرآن والسنة)، (موقع دار زايد للثقافة الإسلامية)، (موقع دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري-دبي).

واختارت الباحثة هذه المواقع كعينة للدراسة للأسباب التالية:

- تنوع وتعدد الموضوعات والمضامين الدينية والإعلامية التي تقدمها مواقع الدراسة عبر صفحاتها الإلكترونية.
- تصدر هذه المواقع عن مؤسسات دينية رسمية حكومية معروفة المصدر .
- توفر مواقع الدراسة المختارة مضامين دينية وإعلامية متعددة اللغات ولاسيما اللغة العربية.
- تقدم المواقع عينة الدراسة محتوى دعوي وديني متعددة المصادر الموثوقة ومرتكز على القرآن الكريم والسنة النبوية.
- التحديث المستمر للمحتوى الدعوي للمنشور عبر مواقع الدراسة، وتأكيدا لذلك من خلال متابعة وملاحظة الباحثة الاستطلاعية لهذه المواقع.

عينة الدراسة:

أسلوب إختيار عينة البحث يحتاج من الباحث ان يركز على بعض القواعد والمعايير وخاصة الاحصائية التي تمكنه من التحديد الدقيقة لعينة بحثه، وعلى الباحث ان يراعي عند إختيار عينته ان الموضوعية والمصادقية وان تمثل محتوى وموضوعات الدراسة بطريقة صحيحة. ووفقا لذلك حددت الباحثة اسلوب اختيار عينة الدراسة الحالية في التالي:

العينة التحليلية: نظرا لصعوبة اجراء حصر مجتمع الدراسة باكماله تم تحديد أربعة مواقع اسلامية كعينة بحثية تمثلت في: (موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاقواف)، (موقع حكومة الشارقة للقرآن والسنة)، (موقع دار زايد للثقافة الإسلامية)، (موقع دائرة الشؤون الإسلامية والعمل

الخيري-دبي). وقامت الباحثة بتحديد عينة الدراسة التحليلية قوامها (250) مفردة للمضامين الدينية والإعلامية المنشورة عبر صفحات مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة. **العينة الزمانية:** استخدمت الباحثة أسلوب الحصر الشامل لتحديد واختيار العينة التي يتم إخضاع محتواها للدراسة والتحليل في الفترة من (2022/5/1) وحتى (2022/8/1م) .

أدوات جمع البيانات:

أداة تحليل المضمون:

استخدمت الباحثة أداة تحليل المضمون باعتباره أسلوب كمي وكيفي ووسيلة وأداة يعتمد عليها في البحوث الإعلامية للحصول على المعلومات. ووظفت الباحثة أسلوب تحليل المضمون في هذه الدراسة للأسباب التالية:

- أسلوب مناسب للدراسة التحليلية للمضمون الديني المنشور عبر مواقع المؤسسات الإسلامية موضوع الدراسة.
- رصد الجوانب الشكلية والتحريرية والتصميمية والإخراجية التي استخدمتها مواقع المؤسسات الإسلامية الدينية موضوع الدراسة عند معالجة المحتوى الدعوي المنشور عبرها.
- استخدمته الباحثة كوسيلة لزيادة كفاءة التحليل ودقته وشموله وبعده عن التكهات وانطباعات وميول الباحث الشخصية.
- استفادت الباحثة من هذا الأسلوب لمميزاته الخاصة بترجمة الفئات الى أرقام ومن ثم تحويله الى تكرارات وأرقام ونسب مئوية تساعد في الوصول الى نتائج واضحة، ووضع مقترحات ملائمة.
- وصف وتحليل وتشريح المحتوى الديني من حيث الموضوعات والقضايا والأهداف والأشكال والقوالب والأسلوب المستخدم والخدمات الدينية التي تقدم للجمهور المستخدم.
- **إستمارة تحليل المضمون:** استخدمت الباحثة استمارة تحليل المضمون كأداة لجمع بيانات الدراسة، وباعتبارها أحد الأدوات الأساسية التي يستند إليها في دراسة تحليل النصوص الإتصالية. ولقد صممت الباحثة استمارة التحليل تماشياً مع تساؤلات الدراسة البحثية، وطبيعة الأهداف التي يسعى البحث لتحقيقها وانسجاماً مع موضوع الدراسة الذي يبحث في الوظائف الاتصالية لمواقع المؤسسات الإسلامية وفعاليتها في نشر المحتوى الديني على شبكة الانترنت، وبغرض الحصول على المعلومات والقضايا الدينية الخاصة بالمجتمع الإسلامي والوصول الى نتائج تفيد في ذات الغرض.

وحدات وفئات التحليل:

وحدات التحليل: تصنف وحدة التحليل بأنها اصغر عناصر تحليل المضمون، وهي الشيء الذي يمكن للباحث عدة (أحمد بدر، 1998)، استخدمت الباحثة عدد من وحدات التحليل في هذه الدراسة، ابرزها وحدة الكلمة، ووحدة الموضوع أو الفكرة التي اعتمدت عليها الباحثة في تحديد موضوع الدراسة، كما تمت الاستفادة من وحدة المادة الإعلامية التي تم تحليلها من خلال

المحتوى الدعوي والإعلامي المنشور في المواقع الإسلامية الإلكترونية موضوع الدراسة. **فئات التحليل:** هي (مجموعة من التصنيفات والتقسيمات التي يقوم الباحث بتجهيزها وإعدادها طبقاً لنوع ومحتوى البحث وهدف التحليل)(السيد مصطفى، 1994).

الصدق والثبات:

صدق استمارة التحليل:

اعتمدت الباحثة على أسلوب الصدق الظاهري وذلك من خلال إخضاع الإستمارة للتطبيق العملي بعد أن تم عرضها على المتخصصين والخبراء في مجال الإعلام الرقمي والإسلامي والصحافة الإلكترونية، وتمت صياغتها بعد التعديل والحذف والإضافة والتقديم والتأخير ومن ثم أصبحت جاهزة للتطبيق على عينة الدراسة المختارة.

ثبات استمارة التحليل:

من أجل أن تحقق الدراسة الحالية أعلى درجة من الدقة المنهجية والانضباط بالمعايير البحثية تم الاعتماد على أسلوب مقياس الثبات في استمارة التحليل.

المقاييس الاحصائية المستخدمة:

اعتمدت الدراسة في الحصول على الجوانب الكمية للدراسة التحليلية وبهدف الاجابة على تساؤلات الدراسة عن الاسلوب الاحصائي وباستخدام برنامج (SPSS)، بوصفه اكثر البرامج الاحصائية استخداما في العلوم الاجتماعية وتحديدًا حقل الدراسات الإعلامية والاتصالية.

نتائج الدراسة التحليلية:

في إطار الإجابة عن تساؤلات البحث وتحقيقاً لاهداف المرجوة من الدراسة، وبهدف الوصول الى نتائج ومقترحات تغيد الدراسة، صنفت الباحثة نتائج الدراسة التحليلية الى عدة محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: حجم المضامين الدينية التي استطاعت المواقع الإلكترونية للمؤسسات

الإسلامية عينة الدراسة تناولها خلال الفترة المحددة للدراسة:

الجدول رقم (1) يوضح حجم المضامين الدينية التي استطاعت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية عينة

الدراسة تناولها خلال الفترة المحددة للدراسة:

النسبة المئوية	التكرارات	المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية عينة الدراسة
29.2%	70	الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف
20.8%	50	الموقع الإلكتروني لحكومة الشارقة للقرآن والسنة النبوية
20.8%	50	الموقع الإلكتروني لدار زايد للثقافة الإسلامية
29.2%	70	الموقع الإلكتروني لدائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري
100.0%	240	الإجمالي



الرسم البياني رقم (1)

توضح نتائج الجدول رقم (1) والرسم البياني أعلاه مدى اهتمام مواقع المؤسسات الدينية الحكومية عينة الدراسة بتناول المحتوى المتخصص في القضايا الدينية الإسلامية عبر مواقعها الإلكترونية على الشبكة ونشره لجمهورها المستهدف. وتبين النتائج إجمالي حجم المادة التي تم تحليلها بلغت (240) من جملة المحتوى الديني عبر المواقع المختارة للدراسة والتي تمثلت في أربعة مواقع الكترونية لمؤسسات دينية إمارتية. وقد تساوت من حيث نسبة التغطية الإعلامية للمحتوى الديني لكل من موقعي (الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف) و(الموقع الإلكتروني لدائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري) بنسبة بلغت (29.2%)، ومن حيث تناول أيضا تساوت نسب كل من موقعي (الموقع الإلكتروني لحكومة الشارقة للقرآن والسنة النبوية) و(الموقع الإلكتروني لدار زايد للثقافة الإسلامية). وهذه النتائج تدل على أن المؤسسات والهيئات الدينية الحكومية أفردت مساحة واحدة لعرض انشطتها الدينية والمتمثلة في تحفيظ القرآن الكريم والسنة النبوية وامور العبادات والعقيدة وموضوعات الشؤون الإسلامية الأخرى وغيرها.

المحور الثاني: الوظائف الاتصالية التي استطاعت أن تؤديها المضامين الدينية المنشورة عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية عينة الدراسة:

جدول رقم(2) يوضح الوظائف الاتصالية التي استطاعت أن تؤديها المضامين الدينية المنشورة عبر المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية موضوع الدراسة.

الإجمالي		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف		المواقع الإسلامية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوظائف الاتصالية
13.3%	32	12.9%	9	12.0%	6	14.0%	7	14.3%	10	الإعلامية الإخبارية
17.5%	42	17.1%	12	24.0%	12	16.0%	8	14.3%	10	التعليمية التربوية

12.9%	31	15.7%	11	12.0%	6	12.0%	6	11.4%	8	التوجيهية الإرشادية
15.0%	36	14.3%	10	14.0%	7	18.0%	9	14.3%	10	اكساب المعلومات والمعارف
14.2%	34	15.7%	11	14.0%	7	16.0%	8	11.4%	8	وظيفة الشرح والتفسير
9.6%	23	8.6%	6	6.0%	3	14.0%	7	10.0%	7	الخدمية
2.9%	7	2.9%	2	0.0%	0	0.0%	0	7.1%	5	التسليية والترفيه
4.6%	11	4.3%	3	4.0%	2	4.0%	2	5.7%	4	التألف والتسامح والتعايش
6.7%	16	5.7%	4	8.0%	4	6.0%	3	7.1%	5	الإعلانية والدعائية
3.3%	8	2.9%	2	6.0%	3	0.0%	0	4.3%	3	أخرى
100.0%	240	100.0%	70	100.0%	50	100.0%	50	100.0%	70	الاجمالي

اختبار مربع كاي Chi-Squire Test			
القيمة الاحتمالية	درجات الحرية	القيمة المحسوبة	
954.	27	15.951 ^a	اختبار مربع كاي
		240	اجمالي الحالات

أظهرت نتائج الجدول رقم (2) الأدوار الإعلامية والوظائف الاتصالية التي تؤديها المضامين الدينية المنشورة عبر المواقع الإسلامية الإلكترونية للمؤسسات الدينية عينة الدراسة، ولقد تم حصر الوظائف الاتصالية في هذه الدراسة في الجدول أعلاه ومنها على سبيل المثال: الوظائف (الإعلامية الإخبارية، التعليمية التربوية، التوجيهية الإرشادية، وظيفة الشرح والتفسير....الخ). وأشارت نتائج الجدول أعلاه التالي:

- بينت النتائج ان جميع المواقع المدروسة ضمننت الوظيفة التعليمية التربوية في اغلب مضامينها الدينية المنشورة على صفحاتها وحصلت على المرتبة الأولى بنسبة اجمالية بلغت (17.5%)، تليها في المرتبة الثانية (اكساب المعلومات والمعارف) على نسبة (15.0%)، وحصلت (الإعلامية الإخبارية) على المرتبة الثالثة وبنسبة مرتفعة بلغت (12.9%) وهذه النسبة تؤكد مدى اهتمام المواقع المدروسة بالدور الإعلامي والاتصالي لهذه المواقع.

- أشارت نتائج الجدول أن المواقع المدروسة ضمننت حصلت على نسب متباينة ومختلفة حول الاعتماد على هذه الوظائف عبر محتواها الديني فحصلت الوظائف (التعليمية التربوية، اكساب المعلومات والمعارف، الإعلامية الإخبارية) على الترتيب الأول وبنسب متساوية بلغت (14.3%) في (موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاقواف)، تلتها في المركز الثاني الوظيفة الإرشادية التوجيهية بنسبة بلغت (11.4%). بينما حققت الوظائف الوادرة في موقع (حكومة الشارقة للقرآن والسنة) من فئة (اكساب المعلومات والمعارف الدينية) المرتبة الأولى وبنسبة (18.0%)، تلتها في المرتبة الثانية الوظيفة (التعليمية التربوية) وبنسبة (16.0%). وجاءت الوظائف من فئة (التعليمية والتربوية) في المركز الأول بموقع دار زايد للثقافة الإسلامية وبنسبة بلغت (24.0%)، وفي الموقع الإلكتروني لدائرة الشؤون

الإسلامية والعمل الخيري حصلت ايضا الوظيفة التعليمية والتربوية للمحتوى الدينية و التي يقدمها الموقع لجمهوره على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (17.1%) تلتها الوظيفة الإرشادية والتوجيهية في المركز الثاني وبنسبة(15.7%).

المحور الثالث: : نوعية المحتوى الديني الذي استطاعت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة أن تحقق من خلالها الوظائف الاتصالية عبر صفحاتها الإلكترونية:
1/ نوعية المضامين الدينية الخاصة بالعلوم الشرعية المنشورة في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة.

جدول رقم(3) يوضح نوعية المضامين الدينية الخاصة بالعلوم الشرعية المنشورة في الموقع عينة الدراسة.

الإجمالي		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		المواقع الإسلامية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	نوعية المضامين الدينية
16.7%	40	14.3%	10	22.0%	11	20.0%	10	12.9%	9	دروس تعليمية وتحفيظ القرآن الكريم
14.2%	34	14.3%	10	14.0%	7	24.0%	12	7.1%	5	مسابقات وجوائز لحفظ القرآن
10.0%	24	10.0%	7	14.0%	7	10.0%	5	7.1%	5	موضوعات ودروس وشروح ومسابقات في السنة النبوية
8.8%	21	11.4%	8	4.0%	2	4.0%	2	12.9%	9	انشطة المؤسسات الدينية وخدماتها
6.7%	16	7.1%	5	0.0%	0	6.0%	3	11.4%	8	صوتيات ومرثيات دينية
6.7%	16	5.7%	4	6.0%	3	6.0%	3	8.6%	6	موضوعات واخبار دينية عن الصوم والصلاة
5.0%	12	2.9%	2	6.0%	3	4.0%	2	7.1%	5	موضوعات واخبار دينية الزكاة
8.8%	21	5.7%	4	10.0%	5	10.0%	5	10.0%	7	موضوعات واخبار عن الحج والعمرة
9.2%	22	11.4%	8	12.0%	6	0.0%	0	11.4%	8	موضوعات في الفتاوى بانواعها
7.5%	18	10.0%	7	6.0%	3	8.0%	4	5.7%	4	موضوعات العقيدة الإسلامية
6.3%	15	7.1%	5	6.0%	3	6.0%	3	5.7%	4	موضوعات في السيرة النبوية
0.4%	1	0.0%	0	0.0%	0	2.0%	1	0.0%	0	اخرى
100.0%	240	100.0%	70	100.0%	50	100.0%	50	100.0%	70	المجموع

تبرز نتائج الجدول رقم (3) اعلاه نوعية المضامين الدينية الخاصة بالعلوم الشرعية والمنشورة في المواقع الإسلامية للمؤسسات الدينية المدروسة. يلاحظ من خلال الدراسة التحليلية أن المواقع المدروسة استطاعت ان تعالج كم كبير ومنوع من المضامين الدينية ذات الطبيعة الشرعية كدروس تحفيظ القرآن والسنة النبوية وقضايا الصوم والحج والفقہ الإسلامي وغيرها. ووضحت النتائج التالي:

- وكشفت النتائج أن فئة الدروس التعليمية وتحفيظ القرآن الكريم وشرحه وتفسيره حصلت على المرتبة الأولى من قائمة المضامين التي تمت معالجتها في جميع المواقع الإسلامية موضوع الدراسة وحصلت على نسبة إجمالية بلغت (16.7%). تلتها في المرتبة الثانية (مسابقات وجوائز لحفظ القرآن) وعلى نسبة بلغت (14.2%)، وحققت فئة (موضوعات ودروس وشرح ومسابقات في السنة النبوية) المرتبة الثالثة وعلى نسبة بلغت (10.0%).
- بالنسبة لمعالجة المواقع المدروسة لفئة (الدروس التعليمية وتحفيظ القرآن الكريم) جاء موقع زايد للثقافة الإسلامية متصدرا المركز الأول وبنسبة (22.0%) يليها موقع حكومة الشارقة بنسبة (20.0%) في المرتبة الثانية، وجعل موقع دائرة دبي للشؤون الإسلامية والعمل الخيري بنسبة (14.3%)، وجاء موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف وبنسبة (12.9%) وهذا الموقع وحسب ملاحظة الباحثة يركز اهتمامه بشؤون المؤسسات الدينية موضوعات الأوقاف وغيره وبالإضافة إلى اهتمامه بالأنواع الخرى.
- اهتم عدد من المواقع المدروسة بمسابقات القرآن الكريم والجوائز التي تقدم للحفظ على مستوى العالم، تصدر موقع الشارقة للقرآن والسنة هذه الفئة وحصل على المركز الأول وبنسبة بلغت (24.0%)، وجاء المركز الثاني موقع (دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري) وبنسبة (14.3%) يليه موقع (دار زايد للثقافة الإسلامية) ثم (الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف)
- تباينت المواقع المدروسة في تناول الأنواع المتعددة والمختلفة للمحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها، وحصلت الفئة (موضوعات ودروس وشرح ومسابقات في السنة النبوية) على المرتبة الأولى وبنسبة (14.0%) في موقع (دار زايد للثقافة الإسلامية)، وجاءت الفئة (انشطة المؤسسات الدينية وخدماتها) متصدرة المرتبة الأولى من القائمة في موقع (الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف) وبنسبة (12.9%). وتصدر موقع (الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف) على توظيف فئة (صوتيات ومرئيات دينية) في صفحاته وبنسبة (11.4%)، كما اهتم نفس الموقع بتناول موضوعات (موضوعات واخبار عن الحج والعمرة) (موضوعات م واخبار عن الحج والعمرة) بنسب بلغت (10.0%) (7.1%) على التوالي.

2/ الخصائص الاتصالية والإعلامية التي ميزت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة في إعداد المضامين الدينية عبر صفحاتها الإلكترونية.

جدول رقم (4) يوضح الخصائص الإعلامية التي ميزت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة في

إعداد المضامين الدينية عبر صفحاتها الإلكترونية.

الإجمالي		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		المواقع الإسلامية
الخصائص الإعلامية										
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
40	16.7%	10	14.3%	8	16.0%	10	20.0%	12	17.1%	مضامين دينية مدعومة بالتقنيات الحديثة و الوسائط المتعددة(النص، الصورة،الصوت،الفيديو)
39	16.3%	8	11.4%	9	18.0%	10	20.0%	12	17.1%	مضامين دينية مدعومة بالمصادر المتنوعة و المؤثوقة والأدلة والبراهين
53	22.1%	18	25.7%	9	18.0%	11	22.0%	15	21.4%	مضامين دينية تركز على التنوع من حيث تناول الموضوعات الإسلامية.
39	16.3%	12	17.1%	8	16.0%	9	18.0%	10	14.3%	مضامين ترسخ مفاهيم التسامح والوحدة والتماسك في الدين الإسلامي
33	13.8%	10	14.3%	7	14.0%	5	10.0%	11	15.7%	مضامين دينية تلتزم بفنون الكتابة والتحرير الإعلامي
36	15.0%	12	17.1%	9	18.0%	5	10.0%	10	14.3%	مضامين دينية تراعي الإلتزام بالجوانب الأخلاقية والتشريعات الإعلامية
240	100.0%	70	100.0%	50	100.0%	50	100.0%	70	100.0%	الإجمالي

أشارت نتائج الجدول رقم (4) إلى أن هنالك عدد من الخصائص الاتصالية و الإعلامية التي ميزت المواقع الإسلامية المدروسة في إعداد المضامين الدينية عبر صفحاتها الإلكترونية وجاءت كالتالي:

- أظهرت بيانات الجدول اعلاه أن من ابرز الخصائص الاتصالية التي تميزت بها المضامين الدينية المنشورة عبر جميع صفحات المواقع الإسلامية الإلكترونية المدروسة كانت فئة (مضامين دينية تركز على التنوع من حيث تناول الموضوعات الإسلامية) والتي حصلت على المرتبة الأولى متصدرة قائمة الخصائص الاتصالية وبنسبة بلغت (22.1%).

- تقاربت المواقع المدروسة في دعم المضامين الدينية المنشورة عبر صفحاتها بالتقنيات الحديثة و الوسائط المتعددة(النص،الصورة،الصوت،الفيديو)، وجاءت بالترتيب (الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف) بنسبة (17.1%) يليه موقع (حكومة الشارقة للقرآن والسنة) ثم (دائرة الشؤون الإسلامية

والعمل الخيري) يليه(دار زايد للثقافة الإسلامية).

- وجاءت النسب متباينة ومتفاوتة بالنسبة لفئات التحليل الأخرى والخاصة بالخصائص الاتصال التي تميزت بها المواقع المدرسة ، فحصلت الفئة (مضامين ترسخ مفاهيم التسامح والوحدة والتماسك في الدين الإسلامي) وبالإشتراك مع (مضامين دينية مدعومة بالمصادر المتنوعة و الموثوقة والأدلة والبراهين) والتي حصلت على نسبة (16.3%) في المرتبة الثالثة، تلتها في المرتبة الرابعة (مضامين دينية تراعي الإلتزام بالجوانب الأخلاقية والتشريعات الإعلامية) بنسبة (15.0%) ثم (مضامين دينية تلتزم بفنون الكتابة والتحرير الإعلامي) (13.8%).

3/ الخصائص الفنية والشكلية التي استخدمتها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة في إعداد محتواها الديني:

جدول رقم (5) يوضح الخصائص الفنية والشكلية التي استخدمتها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية في إعداد المضامين الدينية بمواقع الدراسة.

الإجمالي		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		المواقع الإسلامية
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الخصائص الفنية والشكلية
35%	85	36%	25	32%	16	34%	17	39%	27	ربط المحتوى ديني مدعوم بالوصلات التشعبية
14%	34	16%	11	14%	7	12%	6	14%	10	توظيف الالوان في المحتوى الديني
12%	28	13%	9	10%	5	14%	7	10%	7	توظيف التأثيرات الحركية في المضامين الدينية
23%	56	21%	15	22%	11	24%	12	26%	18	توظيف الازرار والايقونات والفواصل في المحتوى الديني
9%	22	9%	6	12%	6	10%	5	7%	5	تنوع الخطوط المستخدمة في المحتوى الديني
6%	15	6%	4	10%	5	6%	3	4%	3	اخرى
100%	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70	الإجمالي

Chi-Square Test اختبار مربع كاي			
القيمة الاحتمالية	درجات الحرية	القيمة المحسوبة	
989 .	15	5.359 ^a	اختبار مربع كاي
		240	اجمالي الحالات

بينت نتائج الجدول رقم (5) الخصائص الفنية والشكلية التي استخدمتها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية في إعداد المضامين الدينية بمواقع الدراسة. ووضحت نتائج الجدول التالي:

- تميزت المواقع الإلكترونية الإسلامية للمؤسسات الدينية المدروسة أن تقدم محتوى مدعوماً بالوصلات التشعبية الفائقة من فئة النص أو فئة الصورة أو الفيديو وغيره ، وجاءت هذه الفئة في المرتبة الأولى متصدرة قائمة الخصائص الفنية لجميع المواقع عينة الدراسة وبنسبة بلغت (35%).

- وجاءت في المرتبة الثانية الفئة الخاصة ب (توظيف الأزرار والايقونات والفواصل في المحتوى الديني) في مواقع الدراسة وبنسبة بلغت (23%) ، وهذا يدل على مدى اهتمام المواقع الإسلامية بموضوع الدراسة بالجوانب التقنية والفنية وعناصر الوسائط المتعددة في تقديم محتواها المتخصص للجمهور المستخدم.

- وتقاربت مواقع المؤسسات الدينية الإلكترونية في استخدام دعم محتواها الديني بعدد من الخصائص الفنية والشكلية، فجاء في المرتبة الأولى موقع (دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري) في فئة (توظيف التأثيرات الحركية في المضامين الدينية) بنسبة (13%)، وحصل موقع (الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف) على المركز الأول في استخدام الفئة (توظيف الأزرار والايقونات والفواصل في المحتوى الديني) ، بينما نغرد موقع (دار زايد للثقافة) بتوظيف فئة (تنوع الخطوط المستخدمة في المحتوى الديني) وبنسبة (12%).

المحور الرابع: الخدمات الاتصالية والتقنية التي قدمتها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة لجمهورها المستخدم عبر صفحاتها الإلكترونية.

جدول رقم (6) يوضح الخدمات الاتصالية والتقنية التي تقدمها المواقع الإسلامية المدروسة للجمهور المستخدم.

الإجمالي		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف		المواقع الإسلامية الخدمات الاتصالية
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
38	16%	13	19%	0	0%	11	22%	14	20%	الخدمات الدينية العامة بالموقع
35	15%	10	14%	7	14%	8	16%	10	14%	خدمة مواقيت الصلاة والقبلة
35	15%	10	14%	7	14%	8	16%	10	14%	خدمة الاشتراك الأعمال الخيرية والتبرعات
16	7%	8	11%	0	0%	0	0%	8	11%	خدمة خطبة الجمعة
32	13%	8	11%	9	18%	8	16%	7	10%	خدمة توفير الكتب الدينية الإلكترونية
23	10%	6	9%	7	14%	4	8%	6	9%	خدمة البحث داخل الموقع
25	10%	7	10%	9	18%	0	0%	9	13%	خدمة الاستشارات الاجتماعية والدينية والأسرية

15%	35	16%	11	20%	10	12%	6	11%	8	خدمة تعليم اللغة العربية وتحفيظ القرآن الكريم
9%	22	7%	5	12%	6	10%	5	9%	6	خدمات الورش والدورات التدريبية الخاصة بتعلم الامور الدينية
6%	14	3%	2	4%	2	16%	8	3%	2	اخرى
100%	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70	الاجمالي
										الخدمات الإعلامية الدينية
19%	45	27%	19	10%	5	16%	8	19%	13	خدمة الصوتيات والمرئيات
25%	61	21%	15	28%	14	28%	14	26%	18	محاضرات دينية وتوعوية واجتماعية
17%	40	14%	10	12%	6	16%	8	23%	16	تقديم روابط لصحف ومجلات إسلامية موثوقة
24%	57	23%	16	36%	18	28%	14	13%	9	خدمات المكتبة الدينية متعددة الوسائط
3%	8	0%	0	0%	0	0%	0	11%	8	اتاحة خدمة المجلات والصحف الورقية على الموقع
12%	29	14%	10	14%	7	12%	6	9%	6	خدمة الردود الإجابة السريعة
100%	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70	الاجمالي

تبيين نتائج تحليل الجدول رقم(6) الخدمات الاتصالية والتقنية التي قدمتها المواقع الإسلامية للمؤسسات الدينية عينة الدراسة لجمهورها المستخدم عبر صفحاتها وحددت الباحثة في الجدول اعلاه كالتالي:

أ/ الخدمات الدينية العامة التي قدمتها مواقع الدراسة:

- اشتركت أغلب المواقع المدروسة في تقديم خدمة مميزة وهامة عبر صفحاتها الإلكترونية وهي (خدمة مواقيت الصلاة والقبلة) التي حصلت على المرتبة الأولى من إجمالي الخدمات العامة التي تقدمها مواقع المؤسسات الدينية الإلكترونية المدروسة، وجاءت بنسبة (16%) لجميع عينة الدراسة.
- وكذلك ركزت كل المواقع المدروسة على تقديم خدمة جليلة لجمهورها المستخدم وهي(خدمة تعليم اللغة العربية وتحفيظ القرآن الكريم) والتي قدمتها في قوالب وأشكال متعددة كدورات وورش ودروس وتفسير ومحاضرات وغيرها، واشتركت معها في نفس المرتبة خدمة (خدمة الاشتراك في الأعمال الخيرية والتبرعات) وحصلت على نسبة بلغت(15%).
- وجاء توظيف بقية الخدمات العامة في الموقع بنسب متباينة ولكنها حظيت بالاستخدام الواضح في أغلب المواقع المدروسة، وهي كالتالي: في المرتبة الثالثة (خدمة توفير الكتب الدينية الإلكترونية) تليها (خدمة الاستشارات الاجتماعية والدينية والأسرية) ثم (خدمات الورش والدورات التدريبية الخاصة بتعلم الامور الدينية).

ب/ الخدمات الإعلامية الدينية:

حصلت فئة (محاضرات دينية وتوعوية واجتماعية) على المرتبة الأولى من بين الخدمات الإعلامية التي تقدمها المواقع الإسلامية عينة الدراسة وبنسبة(25%)، يليها في المرتبة

الثانية)خدمات المكتبة الدينية متعددة الوسائط) بنسبة(24%)، وفي المرتبة الثالثة(خدمة الصوتيات والمرئيات) ، تليها(تقديم روابط لصحف ومجلات إسلامية موثوقة) ثم (خدمة الردود الإجابة السريعة) .

المحور الخامس: الاشكال والأنواع والقوالب الاتصالية المتاحة لتقديم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية عينة الدراسة.

جدول رقم (7) الاشكال والأنواع والقوالب الاتصالية المتاحة لتقديم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية عينة الدراسة.

الإجمالي	دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاقواف		المواقع الإسلامية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
	%		ك	%	ك	%	ك	%	ك
	29	12%	10	14%	5	10%	4	8%	10
	22	9%	10	14%	2	4%	3	6%	7
	34	14%	7	10%	9	18%	8	16%	10
	20	8%	8	11%	4	8%	3	6%	5
	38	16%	9	13%	6	12%	14	28%	9
	11	5%	3	4%	3	6%	2	4%	3
	17	7%	4	6%	4	8%	3	6%	6
	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	12	5%	3	4%	4	8%	2	4%	3
	22	9%	8	11%	5	10%	2	4%	7
	35	15%	8	11%	8	16%	9	18%	10
	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70

يظهر الجدول رقم (7) الأشكال والقوالب الاتصالية المتاحة التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية عينة الدراسة في تقديم ومعالجة المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية، ومن خلال النتائج التحليلية للجدول جاءت كالتالي:

- حصلت فئة(المسابقات والجوائز استطلاعات واستبيانات الدينية) على المرتبة الأولى متصدرة قائمة الأشكال الإعلامية والاتصالية التي استخدمتها المواقع المدروسة في تقديم مضامينها وبنسبة

بلغت (16%) ، يليها في المرتبة الثانية (الفعاليات والمؤتمرات والانشطة الدينية) وبنسبة (15%)، وحصلت فئة (الأخبار والتقارير) على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت(14%).

- واعتمدت مواقع الدراسة ايضا على تقديم محتواها عبر الاشكال الإعلامية المختلفة الأخرى والتي وجاءت بنسب متفاوتة وهي كالتالي(موضوعات ومقالات)، بنسبة (12%)، (ملفات الفيديو والصوت الدينية) و (تحقيقات وقضايا اجتماعية) بنسبة مشتركة بلغت (9%)، تليهم(طرح الاسئلة والإجابة) ثم (عرض المشكلات وطرح الحلول) ثم (الرسوم الثابتة).

- وبينت النتائج أن موقع (حكومة الشارقة للقرآن والسنة) حصل على المركز الأول من حيث استخدام لفئة (الفعاليات والمؤتمرات والانشطة الدينية) ونسبة (14%)، بينما حصل (حكومة الشارقة للقرآن والسنة) على المرتبة الأولى من قائمة الفئات الخاصة (المسابقات والجوائز استطلاعات واستبيانات الدينية) وبنسبة (28%)، وحقق موقع(دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري) (المرتبة الأولى في استخدامه لفئة (ملفات الفيديو والصوت الدينية) وبنسبة (14%).

المحور السادس: الأهداف الاتصالية التي تسعى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية لتحقيقها من نشر المضامين الدينية عبر صفحات موقعها الإلكتروني:

جدول رقم (8) الأهداف الاتصالية التي تسعى المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية لتحقيقها من نشر المضامين الدينية في مواقع الدراسة.

المواقع الإسلامية	الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاقواف		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		دار زايد للثقافة الإسلامية		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهداف الاتصالية										
الأهداف الإعلامية										
اهداف تعليمية وثقافية	16	23%	12	24%	10	20%	15	21%	53	22%
اهداف توعوية توجيهية ارشادية	12	17%	10	20%	7	14%	13	19%	42	18%
اهداف خدمية	16	23%	9	18%	8	16%	18	26%	51	21%
أهداف اعلانية دعائية	8	11%	3	6%	5	10%	7	10%	23	10%
اهداف دعوية	10	14%	9	18%	11	22%	9	13%	39	16%
تحقيق التعارف والتألف بين المسلمين	8	11%	7	14%	9	18%	8	11%	32	13%
الإجمالي	70	100%	50	100%	50	100%	70	100%	240	100%

اختبار مربع كاي Chi-Square Test			
القيمة المحسوبة	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	اختبار مربع كاي
6.361 ^a	15	973.	اختبار مربع كاي
240			اجمالي الحالات

يوضح الجدول رقم (8) اعلاه أهم الأهداف الاتصالية والإعلامية التي تسعى مواقع المؤسسات الدينية الإسلامية لتحقيقها من خلال نشر المضامين الدينية عبر صفحات مواقعها الإلكترونية. وأشارت النتائج أن اهتمام المواقع المدروسة بتقديم محتوى يهتم بتعليم الأمور الدينية أدى الى صدارة الأهداف (التعليمية والتثقيفية) وحصولها على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (22%) ، وجاءت في المرتبة الثانية (الأهداف الخدمية) التي وضح جليا من خلال ما تقدمه مواقع الدراسة من خدمات عامة ودينية وإنسانية متعددة للجمهور المستخدم وحصلت على (21%)، وحصلت فئة (الأهداف التوعوية والتوجيهية) على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (18%)، تليها (الأهداف التوعوية) بنسبة (16%)، ثم فئة (تحقيق التعارف والتآلف بين المسلمين) بنسبة (13%) وجاءت اهتمام المواقع المدروسة بتحقيق الأهداف الإعلانية والدعائية في المرتبة الأخيرة وبنسبة بلغت (10%).

المحور السابع: الوسائل الاتصالية والأدوات التفاعلية التي اتاحتها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة عبر مضامينها الدينية للتواصل مع الزوار وجمهورها المستخدم:

جدول رقم (9) يوضح الوسائل الاتصالية والأدوات التفاعلية التي اتاحتها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة عبر مضامينها الدينية للتواصل مع جمهورها.

المواقع الإسلامية		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		دار زايد للثقافة الإسلامية		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
25	36%	14	28%	12	24%	21	30%	72	30%	72	30%
7	10%	8	16%	5	10%	8	11%	28	12%	28	12%
6	9%	8	16%	6	12%	10	14%	30	13%	30	13%
10	14%	6	12%	7	14%	11	16%	34	14%	34	14%
14	20%	12	24%	16	32%	15	21%	57	24%	57	24%
8	11%	2	4%	4	8%	5	7%	19	8%	19	8%
70	100%	50	100%	50	100%	70	100%	240	100%	240	100%

تشير نتائج الجدول رقم (9) الى أهم الوسائل الاتصالية والأدوات التفاعلية التي اتاحتها المواقع الإسلامية المدروسة عبر مضامينها الدينية للتواصل مع جمهورها. وجاء في صدارة القائمة التواصل مع الجمهور عن طريق (الربط بمنصات التواصل الاجتماعي) لنشر المضمون الديني عبرها ومن أبرزها (الفيس بوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب... الخ) وحصلت هذه الفئة على المرتبة الأولى بنسبة (30%)، فيما وحصل على المرتبة الثانية وبنسبة (24%) وسيط التفاعل مع الجمهور من فئة (اتاحة التواصل عبر

البريد الإلكتروني) الذي اعتمدت عليه المواقع المدروسة في خدمات التراسل بينها والجمهور في الأمور الدينية من بينها الفتاوى والاستشارات الدينية وغيرها. كما اتاحت مواقع الدراسة لجمهورها (المساحة للرأي والتعليق) وكذلك الشكاوى والاقتراحات والتي حصلت على نسبة (13%) محققة المركز الثالث، تلتها فئة (الربط بالصفحات والمواقع الدينية المتخصصة) بنسبة (12%). وفي المرتبة الأخيرة جاءت فئة (أخرى) التي لم تحدها الباحثة في الجدول ولكن وجدتها الباحثة أثناء الدراسة التحليلية متاحة في مواقع الدراسة.

المحور الثامن: الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها ومعالجتها في المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية عينة الدراسة:

جدول رقم (10) يوضح الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها ومعالجتها في المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة.

الإجمالي	دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والادواقف		المواقع الإسلامية القضايا والموضوعات	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
70	29%	20	29%	16	32%	19	38%	15	21%	الموضوعات الدينية والشرعية المتخصصة القضايا الإسلامية المعاصرة.
10	4%	4	6%	3	6%	0	0%	3	4%	موضوعات التكنولوجيا والإعجاز العلمي في القرآن الكريم
21	9%	5	7%	4	8%	5	10%	7	10%	قضايا المرأة والأسرة المسلمة
39	16%	10	14%	8	16%	9	18%	12	17%	القضايا الإجتماعية
38	16%	11	16%	7	14%	10	20%	10	14%	الموضوعات الخيرية والتطوع
34	14%	10	14%	12	24%	2	4%	10	14%	المسلمون الجدد وموضوعاتهم
14	6%	6	9%	0	0%	0	0%	8	11%	موضوعات الاقتصاد الإسلامي
14	6%	4	6%	0	0%	5	10%	5	7%	أخرى
240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70	100%	الإجمالي

اختبار مربع كاي Chi-Squire Test			
القيمة الاحتمالية	درجات الحرية	القيمة المحسوبة	
973.	15	6.361 ^a	اختبار مربع كاي
		240	اجمالي الحالات

نتائج الجدول رقم (10) توضح الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها ومعالجتها من خلال المحتوى الديني المنشور عبر صفحات مواقع المؤسسات الإسلامية المدروسة. وبينت النتائج أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية برعت في أن تخصص اغلب المحتوى الذي يقدم من خلالها من فئة (الموضوعات الدينية والشرعية المتخصصة والقضايا الإسلامية المعاصرة) التي تصدرت قائمة الموضوعات والقضايا وبنسبة (29%)، وفي المرتبة الثانية جاءت (القضايا الاجتماعية) وبالإشتراك مع فئة (الموضوعات الخيرية والتطوع) وبنسبة (16%). وحصلت موضوعات (المسلمون الجدد وموضوعاتهم) على المرتبة الثالثة وبنسبة (14%). وهذه الفئة اهتم بها موقع دار زايد الذي يخصص اغلب محتواه لتدريس القرآن الكريم والمسلمين الجدد. وحصلت قضايا المرأة المسلمة والأسرة على المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (9%)، وحصلت موضوعات (موضوعات الإقتصاد الاسلامي) وقضايا (التكنولوجيا والإعجاز العلمي في القرآن الكريم) على نسب متقاربة من حيث تناول المواقع لهذه القضايا بلغت (6%) (4%) على التوالي.

لمحور التاسع: القيم الإسلامية التي استطاعت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة ان تضمها عبر مضامينها الدينية

جدول رقم (11) يوضح القيم الإسلامية التي استطاعت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة ان تضمها عبر مضامينها الدينية.

الإجمالي		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والادواقف		المواقع الإسلامية	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
											القيم الإسلامية
29%	69	33%	23	24%	12	28%	14	29%	20		مساعدة الآخرين
10%	23	9%	6	12%	6	10%	5	9%	6		الصدق والأمانة
15%	35	14%	10	14%	7	16%	8	14%	10		التقوى والكرم
15%	37	14%	10	14%	7	16%	8	17%	12		العدل والإحسان
11%	27	11%	8	10%	5	12%	6	11%	8		السماحة والوفاء والاخلاص
10%	24	7%	5	16%	8	8%	4	10%	7		الصبر والزهد
10%	25	11%	8	10%	5	10%	5	10%	7		التواضع والرفق والتسامح
100%	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70		الاجمالي

يوضح الجدول رقم (11) نوعية القيم الإسلامية التي استطاعت المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية المدروسة أن تضمها عبر مضامينها الدينية المنشورة عبر صفحاتها الإلكترونية. وقد لاحظت الباحثة

أن المحتوى الديني بشكل عام والذي جسد أنواعا متعددة من القيم الإسلامية بكل أشكالها الأخلاقية والدينية والإنسانية وغيره عبر موضوعاتها المنشورة في هذه المواقع ، وجاءت الاستفادة من هذه القيم بنسب مختلفة ابرزها فئة (مساعدة الآخرين) التي جاءت متصدرة القائمة وبنسبة بلغت (29%)، تليها قيمتي (التقوى والكرم) و(العدل والإحسان) وبنسب مشتركة بلغت (15%). وفي المرتبة الثالثة جاءت مشتركة كل من قيم(الصدق والأمانة) (السماحة والوفاء والإخلاص) (التواضع والرفق والتسامح) وبنسبة مشتركة بلغت (10%).

المحور العاشر: نوعية اللغات التي وفرتها المواقع المدروسة لجمهورها المستخدم في الوصول الى المحتوى الإعلامي الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.

جدول رقم (12) يوضح نوعية اللغات التي وفرتها المواقع المدروسة لجمهورها المستخدم في الوصول الى المحتوى الإعلامي الديني المنشور عبرها.

المواقع الإسلامية	الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		دار زايد للثقافة الإسلامية		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اللغة المستخدمة										
نوعية اللغات المستخدمة										
اللغة العربية الفصحى	30	43%	25	50%	23	46%	34	49%	112	47%
اللغة العربية العامية	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
اللغة العربية المعاصرة و الإعلامية	15	21%	10	20%	9	18%	8	11%	42	18%
اللغات الاجنبية غير العربية	25	36%	15	30%	18	36%	28	40%	86	36%
الاجمالي	70	100%	50	100%	50	100%	70	100%	240	100%

Chi-Squire Test اختبار مربع كاي			
القيمة المحسوبة	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	
3.488 ^a	6	746.	اختبار مربع كاي
240			اجمالي الحالات

كشفت الجدول رقم(12) مدى اهتمام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية بتعدد وتنوع اللغات التي يوفرها الموقع لجمهوره المستخدم والزوار، وبينت النتائج أن المواقع المدروسة اعتمدت على طرح اغلب محتواها باللغة العربية الفصحى وهذا يشير لطبيعة المحتوى المتخصص في الأمور الفقهية والعبادات والعقيدة وكافة الأمور الدينية وحصلت على المرتبة

الأولى وبنسبة بلغت (47%)، تلتها في المرتبة الثانية توفير خدمات اللغات الأجنبية عبر المواقع المدروسة والتي تنوعت ما بين الانجليزية والأردو، الفلبينية، الصينية، الأثيوبية وغيرها وحصلت هذه الفئة على نسبة بلغت (36%)، وبينت النتائج أن المواقع المدروسة وظفت اللغات المعاصرة أي اللغة الوسطى بالإضافة للغات الإعلامية في كتابة الأخبار والتقارير وجاءت في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (18%). وأظهرت النتائج أن المواقع خلال الفترة التي حددتها الباحثة للدراسة لم ترصد أي محتوى يستخدم اللغة العامية في هذه المواقع المدروسة.

المحور الحادي عشر: استخدام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية لعناصر الوسائط المتعددة في تحرير وإعداد وتصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها:

جدول رقم (13) استخدام المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية لعناصر الوسائط المتعددة في تحرير وإعداد وتصميم المحتوى الديني المنشور عبرها.

الإجمالي	دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		المواقع الإسلامية
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
									عناصر الوسائط المستخدمة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ملفات الصور
	81	34%	22	31%	20	40%	19	38%	20
	47	20%	14	12%	6	18%	9	26%	18
	35	15%	17	0%	0	0%	0	26%	18
	52	22%	13	19%	15	30%	14	28%	14%
	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	25	10%	4	6%	9	18%	8	16%	6%
	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	100%
									70

Chi-Square Test اختبار مربع كاي			
القيمة المحسوبة	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية	
41.272*	12	000.	اختبار مربع كاي
240			اجمالي الحالات

يظهر الجدول رقم (13) مدى توظيف مواقع المؤسسات الدينية لعناصر الوسائط المتعددة واستخدامها في تحرير وإعداد وتصميم المحتوى الديني المنشور عبرها. ومن خلال الدراسة الاستطلاعية لاحظت الباحثة التطور التقني الكبير للمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية موضوع الدراسة، وبينت نتائج الجدول أن المواقع المدروسة وظفت فئة (ملفات الصور) عبر المحتوى بنسبة

مميزة وحصلت على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (34%)، تليها فئة (الرسوم الجرافكية ثابتة) التي وظفتها المواقع المدروسة في أشكال مختلفة كروابط وايقونات وأزرار وفواصل وأدوات توضيحية وغير ذلك، ولقد حصلت على المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (22%)، وجاءت في المرتبة الثالثة عنصر الفيديوهات الداعمة للمحتوى وبنسبة بلغت (20%)، كما استفادت بعض مواقع الدراسة من استخدام (التسجيلات صوتية) عبر صفحاتها وحققت المرتبة الرابعة وبنسبة بلغت (15%). فيما لم ترصد الباحثة ما يشير إلى استخدام المواقع الدينية لتقنية البودكاست الصوتي عبر موقعها.

المحور الثاني عشر: الرؤى التصميمية والإخراجية التي اعتمدت عليها المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المدروسة في صناعة محتواها الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية.

أ/ عناصر التصميم التي اعتمدت عليها المواقع المدروسة لإعداد المحتوى الديني عبر صفحاتها الإلكترونية، و تضم التالي:

1/ الروابط والوصلات كأدوات وعناصر تصميم التي تم توظيفها في المحتوى الديني المنشور في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية موضوع الدراسة.

جدول رقم (14) يوضح الروابط والوصلات التي تم توظيفها في المحتوى الديني المنشور في المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

المواقع الإسلامية الروابط والوصلات الشعبية		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاوقاف		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		دار زايد للثقافة الإسلامية		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيرى		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
38	54%	30	60%	29	58%	40	57%	137	57%	137	57%
25	36%	14	28%	13	26%	23	33%	75	31%	75	31%
7	10%	6	12%	8	16%	7	10%	28	12%	28	12%
70	100%	50	100%	50	100%	70	100%	240	100%	240	100%

تبين نتائج الجدول رقم (14) الروابط والوصلات التي تم توظيفها في المحتوى الديني المنشور في مواقع المؤسسات الدينية عينة الدراسة. وأشارت النتائج إلى أن مواقع الدراسة وظفت عبر صفحات موقعها الإلكتروني عددا كبيرا من الروابط لتيسير سهول التنقل وإثراء المحتوى المنشور عبرها. وحصلت الفئة (تستخدم الروابط داخلية) التي تم استخدامها للتنقل بين صفحات المواقع الداخلية على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (57%)، فيما حققت (تستخدم الروابط خارجية) المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (31%) ولقد استفادت منها مواقع الدراسة في الربط مع مواقع خارجية وصفحات ومجلات وصحف في ذات الشأن. وجاءت (تستخدم روابط محلية) بنسبة أقل محققة المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (12%).

2/ الفواصل كعناصر للتصميم التي تم توظيفها في المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة

جدول رقم (15) يوضح الفواصل التي تم توظيفها في المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

المواقع الإسلامية		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		دار زايد للثقافة الإسلامية		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
19	27%	13	26%	13	26%	18	26%	63	26%	63	26%
18	26%	12	24%	16	32%	17	24%	63	26%	63	26%
28	40%	21	42%	19	38%	29	41%	97	40%	97	40%
5	7%	4	8%	2	4%	6	9%	17	7%	17	7%
70	100%	50	100%	50	100%	70	100%	240	100%	240	100%

يبرز الجدول رقم (15) الفواصل التي تم توظيفها في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة، وأشارت نتائج الجدول أن مواقع الدراسة استفادت من الصور والرسوم والنصوص كفواصل لخدمة الرؤية التصميمية للموقع، وحصلت الفئة (تستخدم في شكل عناوين) وكفواصل على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (40%)، وجاءت في المرتبة الثانية مشترك الفئات التحليلية (تستخدم في شكل خطوط ونصوص) (تستخدم في شكل صور ورسوم) وبنسبة بلغت (26%). وجاءت الفئة (أخرى) في المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (7%)، ولقد استفادت منها المواقع المدروسة في استخدام الفيديوهات أحياناً والبياض وغيرها من العناصر كفواصل تصميمية.

3/ الأزرار والأيقونات كعناصر تصميمية تم توظيفها في المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

جدول رقم (16) يوضح الأزرار والأيقونات التي تم توظيفها في المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

المواقع الإسلامية		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		دار زايد للثقافة الإسلامية		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
29	41%	25	50%	22	44%	28	40%	104	43%	104	43%
18	26%	12	24%	13	26%	20	29%	63	26%	63	26%

23%	54	24%	17	22%	11	20%	10	23%	16	توظف كادوات استرشادية
0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	لا توظف
8%	19	7%	5	8%	4	6%	3	10%	7	اخرى
100%	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70	المجموع

يبين الجدول رقم (16) كيفية الاستفادة من الأزرار والأيقونات كعناصر وأدوات تصميم تم توظيفها في مواقع المؤسسات الدينية عينة الدراسة، وأظهرت النتائج أن المواقع المدروسة استخدمت هذه العناصر بطريقة متباينة ومتنوعة عبر محتواها الديني، وجاءت في الصدارة توظيف هذه الأدوات (كروابط وأدوات تنقل) داخل وخارج الموقع وحصلت على نسبة (43%)، تليها في المرتبة الثانية استخدام هذه الأدوات (كوسائل إبراز وإيضاح) وبنسبة (26%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة (توظف كادوات استرشادية) وبنسبة بلغت (23%)، وأشارت النتائج أن فئة (لا توظف) لم تحقق أي تكرارات خلال الفترة المحددة للدراسة وهذا يؤكد أن مواقع المؤسسات الدينية عينة الدراسة استطاعت أن تستفيد بشكل كبير من العناصر التقنية والجرافكية التي توفرها تقنيات المواقع الإلكترونية.

ب/ المبادئ الأساسية التي اعتمدت عليها المواقع الإسلامية في إعداد محتواها الديني.
1/ توظيف عنصر الحركة في المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

جدول رقم (17) يوضح مدى الاستفادة من عنصر الحركة في تصميم المحتوى الديني المنشور

عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

الإجمالي	دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		المواقع الإسلامية مبادئ التصميم	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
									توظيف عنصر الحركة	
35%	85	40%	28	40%	20	30%	15	31%	22	يستخدم الحركة في العناوين
25%	61	27%	19	24%	12	26%	13	24%	17	يستخدم الحركة في النصوص
29%	70	33%	23	36%	18	24%	12	24%	17	يستخدم الحركة مع الصور والرسوم والفيديو
10%	24	0%	0	0%	0	20%	10	20%	14	يستخدم الشريط المتحرك
100%	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70	المجموع

يوضح الجدول رقم(17) مدى الإستفادة من عنصر الحركة في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة. وأشارت نتائج الجدول أن أغلب المواقع المدروسة استخدمت عنصر الحركة بإعتباره أحد مرتكزات تصميم المواقع الأساسية، وجاءت الفئة (يستخدم الحركة في العناوين) في صدارة القائمة وبنسبة بلغت(35%)، يليها في المرتبة الثانية (يستخدم الحركة مع الصور والرسوم والفيديو)بنسبة(29%)، ويستخدم الحركة في النصوص حصلت على نسبة (25%) محققة المرتبة الثالثة من القائمة، ولم تغفل المواقع الإسلامية توظيف تقنية الشريط المتحرك في نشر المحتوى الديني، واستخدمت هذه التقنية بعض المواقع عينة الدراسة لذلك حصلت على نسبة بلغت(10%).

2/ توظيف مبدأ الثبات في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

جدول رقم(18) يوضح توظيف عنصر الثبات في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

المواقع الإسلامية		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		دار زايد للثقافة الإسلامية		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		الإجمالي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
مبادئ التصميم											
الثبات في تصميم المحتوى											
22	31%	23	46%	28	56%	38	54%	111	46%		
48	69%	27	54%	22	44%	32	46%	129	54%		
70	100%	50	100%	50	100%	70	100%	240	100%		
المجموع											

يشير الجدول رقم(18) الى مدى استفادة المواقع المدروسة من الاعتماد على اسلوب الثبات في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة. وتميزت المواقع الدينية من هذا الأسلوب في تنوع العرض للمضامين المختلفة وكسر حاجز الملل من خلال العناصر الثابتة والمتغيرة داخل المواقع. ومن خلال الدراسة التحليلية لعينة الدراسة لاحظت الباحثة أن بعض المواقع لديها ثوابت في التصميم وكذلك تعتمد عنصر التغيير للكثير من المحتوى المتحرك والذي يقبل التغيير، وعليه فقد حصلت الفئة(اسلوب تصميم المحتوى داخل الموقع ثابت)، على نسبة (46%)، بينما الفئة (اسلوب تصميم المحتوى داخل الموقع متغير) وعلى نسبة بلغت(54%).

3/ توظيف مبدأ التناسب في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

جدول رقم(19) توظيف مبدأ التناسب في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة.

الإجمالي		دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري		دار زايد للثقافة الإسلامية		حكومة الشارقة للقرآن والسنة		الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف		المواقع الإسلامية مبادئ التصميم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
										التناسب
61%	147	70%	49	56%	28	50%	25	64%	45	في حجم الحروف والخطوط
27%	65	21%	15	32%	16	34%	17	24%	17	حجم الصور
12%	28	9%	6	12%	6	16%	8	11%	8	اخرى
100%	240	100%	70	100%	50	100%	50	100%	70	المجموع

يوضح الجدول رقم(19) مدى الإستفادة من أسلوب التناسب في تصميم المحتوى الديني المنشور عبر صفحات المواقع الإسلامية عينة الدراسة. وبينت النتائج أن المواقع المدروسة استخدمت هذا الأسلوب للتوازن بين العناصر الجرافكية والتبوغرافية، ومن أجل جاذبية المحتوى وفعاليته. وعليه فقد تصدرت القائمة من هذا الاسلوب الفئة(التناسب في حجم الحروف والخطوط) وبنسبة (61%)، وجاءت في المرتبة الثانية التناسب في (حجم الصور) والتي حصلت على نسبة (27%)، وحققت الاشكال الأخرى لتتناسب والتي استخدمتها هذه المواقع المدروسة المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت(12%).

النتائج والتوصيات:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية

سعت الدراسة الحالية إلى التعرف على الوظيفة الاتصالية للمواقع الإلكترونية الإسلامية وفعاليتها في نشر المحتوى الديني على شبكة الإنترنت وذلك من خلال تحليل عينة من المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية الحكومية الإماراتية، وتضمنت أربع مواقع دينية و هي: (موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف، موقع حكومة الشارقة للقرآن والسنة، موقع دار زايد للثقافة الإسلامية، موقع دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري).

ومن خلال الدراسة التحليلية التي أجريت توصلت الباحثة لعدد من النتائج والمقترحات نحددها

في التالي:

- أظهرت نتائج الدراسة مدى اهتمام مواقع المؤسسات الدينية الحكومية عينة الدراسة بتناول المحتوى المتخصص في الشؤون الدينية الإسلامية والتركيز على نشرها عبر مواقعها الإلكترونية على الشبكة وإقامة جسور تواصل بينها وبين جمهورها المستهدف.
- أشارت النتائج إلى أن مواقع المؤسسات الدينية الحكومية الأربعة موضوع الدراسة تفردت في تغطية موضوعات متنوعة وموسعة من حيث حجم التغطية الإعلامية للمضامين الدينية. وعليه فقد بينت النتائج أن نسبة وحجم التغطية قد تساوت في كل من (الموقع الإلكتروني للهيئة العامة للشؤون الإسلامية والوقف) و(الموقع الإلكتروني لدائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري) بنسبة بلغت (29.2%)، بينما جاء حجم التناول لكل من (الموقع الإلكتروني لحكومة الشارقة للقرآن والسنة النبوية)، و(الموقع الإلكتروني لدار زايد للثقافة الإسلامية) بنسبة بلغت (20.8%). وترى الباحثة أن الكم النوعي والكيفي الذي قدمته هذه المواقع اتاح لعدد من الأنشطة والعلوم والمعارف الدينية أن تقدم من خلال صفحات هذه المواقع ومنها على سبيل المثال خدمات تحفيظ القرآن، السنة النبوية، مسابقات وجوائز تحفيظ المصحف الشريف، موضوعات العقيدة، والفتاوي والإستشارات، وشؤون المؤسسات الدينية ابرزها الأنشطة الوقفية والمساجد وخطب الجمعة وغيره.
- بينت النتائج أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية موضوع الدراسة استطاعت أن تقدم عبر المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها عدد من الوظائف الاتصالية الإعلامية التي استطاعت أن تضمن من خلال هذا المحتوى، ومن أبرز الوظائف الاتصالية التي اهتمت بها مواقع الدراسة نحددها في: (الوظائف التعليمية، الوظائف التوجيهية والإرشادية، الوظائف الإخبارية والإعلامية، الشرح والتفسير، الوظائف الخدمية، وغيرها) ، وقد لاحظت الباحثة أن المواقع المدروسة قد برعت وتفردت في توظيف هذه الوظائف عبر محتواها الديني الذي يحمل رسائل وقيم لخدمة الإسلام والمسلمين.
- اتفقت جميع المواقع المدروسة أن الوظيفة (التعليمية التربوية) تمثل أهمية كبيرة وذلك من خلال الدروس التعليمية التي تقدمها في القرآن والسنة والسير النبوية بالإضافة الى تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها والمحاضرات الدينية وغيرها من الموضوعات التي استطاعت مواقع الدراسة الأربع أن تستخدمها وبنسبة بلغت (17.5%) محققة المرتبة الأولى، تلتها في المرتبة الثانية وظيفة (اكساب المعلومات والمعارف) على نسبة (15.0%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الوظيفة ((الإعلامية

(الإخبارية) محققة نسبة (12.9%)، وهذا يدل على الدور الإعلامي والإخباري الذي تقوم به المواقع المدروسة في نقل ونشر المعلومات والحقائق ذات العلاقة بالموضوع الى جمهورها المستهدف.

- كشفت النتائج مدى أهتمام المواقع المدروسة بطرح المضامين الدينية الخاصة بالعلوم الشرعية والدراسات الإسلامية بأشكال وأنواع مختلفة، لذا جاءت المضامين التي تقدم الدروس التعليمية وتحفيظ القرآن الكريم وشرحه وتفسيره في المرتبة الأولى من قائمة المضامين التي تمت معالجتها في جميع المواقع الإسلامية موضوع الدراسة وحصلت على نسبة إجمالية بلغت (16.7%). تلتها في المرتبة الثانية (مسابقات وجوائز لحفظ القرآن) وعلى نسبة بلغت (14.2%)، وحققت فئة (موضوعات ودروس وشروح ومسابقات في السنة النبوية) المرتبة الثالثة وعلى نسبة بلغت (10.0%).

- أظهرت النتائج أن (موقع دار زايد للثقافة الإسلامية) تصدر المرتبة الأولى وبنسبة (22.0%) من إجمالي مواقع الدراسة في الأهتمام بالدروس التعليمية وتحفيظ القرآن الكريم، بينما أهتمت بعض المواقع المدروسة بشكل أكبر (بمسابقات وجوائز القرآن الكريم والسنة النبوية) التي تقدم للحفظ على مستوى العالم، وقد تصدر (موقع الشارقة للقرآن والسنة النبوية) هذه القائمة وحصل على المركز الأول وبنسبة بلغت (24.0%)، من أبرز هذه الجوائز، جائزة الشارقة للقرآن الكريم، جائزة المنطقة الوسطى للقرآن الكريم، جائزة الفئ الرضائية. بينما ركزت بعض المواقع المدروسة على الأهتمام بموضوعات وشؤون المؤسسات الدينية والقضايا الوقفية وامور المساجد وخطب الجمعة وغيرها ولقد حصل موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والاقواف على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (12.9%).

- أشارت النتائج أن خاصية تقديم مضامين دينية تركز على التنوع من حيث تناول الموضوعات الإسلامية كانت من أبرز الخصائص التي تميزت بها مواقع المؤسسات الدينية، وحصلت على المرتبة الأولى متصدرة قائمة الخصائص الاتصالية وبنسبة بلغت (22.1%).

- بينت النتائج إلى أن المواقع المدروسة اعطت الخصائص الاتصالية والإعلامية والتقنية أهمية كبيرة في طرح المحتوى الديني عبر صفحاتها، وجاءت هذه الخصائص بنسب متبانية أبرزها خاصية (مضامين دينية مدعومة بالتقنيات الحديثة و الوسائط المتعددة (النص، الصورة، الصوت، الفيديو) في المرتبة الثانية ولقد تصدر موقع الهيئة العامة للشؤون الإسلامية والأوقاف هذه الفئة بنسبة (17.1%) محققا المركز الأول ويلاحظ ذلك من خلال البث الصوتي وتوظيف الفيديوهات وملفات الصور في الموقع. فيما حقق موقع (حكومة الشارقة للقرآن والسنة) المرتبة الأولى وبنسبة (20.0%) من الفئة (مضامين دينية مدعومة بالمصادر المتنوعة و الموثوقة والأدلة والبراهين). وتقرده موقع (دائرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيري) بفئة (مضامين ترسخ مفاهيم التسامح والوحدة والتماسك في الدين الإسلامي) محققا المركز الأول وبنسبة بلغت (16.3%).

- كشفت النتائج أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية استطاعت أن تقدم خدمات تقنية واتصالية عامة عبر صفحات مواقعها المختلفة وذلك بهدف ربط الجمهور بالموقع ومد جسور التواصل بينهما. وأظهرت النتائج أن (خدمة مواقيت الصلاة والقبلة) التي حصلت على المرتبة الأولى من إجمالي الخدمات العامة التي قدمتها عينة الدراسة بنسبة (16%) لجميع عينة الدراسة. كما اتفقت اغلب المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية موضوع الدراسة أن تقدم خدمة جليلة ومميزة ومفيدة لجمهورها

وهي (تحفيظ القرآن الكريم وتعليم اللغة العربية) بالإضافة الى خدمة (الاشتراك في الأعمال الخيرية والتبرعات) وبنسبة مشتركة بلغت (15%). وكذلك اهتمت هذه المواقع بتقديم خدمات متنوعة منها: خدمة توفير الكتب الدينية الإلكترونية (، خدمة الاستشارات الاجتماعية والدينية والأسرية) ، خدمات الورش والدورات التدريبية الخاصة بتعلم الامور الدينية).

- تفردت مواقع الدراسة أن تقدم خدمات إعلامية لجمهورها وعبر المحتوى الديني المنشور على صفحاتها منها على سبيل المثال الخدمات الصوتية والمرئية والتي يقدم من خلالها التسجيلات الصوتية للاخبار والمحتوى التوعوي والتعريفى بانشطة هذه المواقع، كذلك المرئيات التي توثق الفعاليات والانشطة الدينية، ومن خلال هذه الخدمة نجد محاضرات دينية وتوعوية واجتماعية التي تتناول موضوعات الحج والصوم والصلاة وغيرها، وخدمات المكتبة الدينية متعددة الوسائط التي تضم محتوى ديني متنوع في العقيدة والعبادات والاحاديث النبوية وغيرها. واتاحت هذه المواقع خدمة التواصل الفوري وذلك من خلال الردود والاجابة السريعة عن تساؤلات الجمهور التي تنحصر في الاستشارات والفتاوي.

- أكدت نتائج الدراسة ان المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية استخدمت أنواع وأشكال وقوالب إعلامية واتصالية متنوعة استطاعت أن تقدم من خلالها المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها الإلكترونية. واطهرت النتائج تباين مواقع الدراسة واتفاقها في توظيف هذه الاشكال فجاءت في الصدارة فئات التحليل (المسابقات والجوائز استطلاعات واستبيانات الدينية)، (الفعاليات والمؤتمرات والانشطة الدينية)، (الأخبار والتقارير) (موضوعات ومقالات) ثم الاعتماد على عرض المشكلات والقضايا من خلال استخدام التحقيقات الصحفية، كما استفادت من القوالب الخاصة بعناصر الوسائط المتعددة مثل(الفيديو والصوت والرسوم والتعليق الصوتي وغير ذلك).

- استطاعت مواقع المؤسسات الدينية الإلكترونية أن تحقق أهداف اتصالية وإعلامية متعددة ومتنوعة وذلك من خلال المحتوى الديني المنشور عبر صفحاتها. وبينت النتائج أن جميع مواقع الدراسة تفوقت في توظيف الأهداف (التعليمية والتثقيفية) والتي حصلت على المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (22%) ، وجاءت في المرتبة الثانية (الأهداف الخدمية) بنسبة (21%)، وحصلت فئة (الأهداف التوعوية والتوجيهية) على المرتبة الثالثة وبنسبة بلغت (18%).

- أشارت النتائج إلى أن مواقع الدراسة عالجت عدد كبير من الموضوعات والقضايا الدينية عبر صفحاتها الإلكترونية، وبينت النتائج أن مواقع الدراسة تفردت في تناول ومعالجة الموضوعات الدينية والشرعية المتخصصة والقضايا الإسلامية المعاصرة متصدرة المرتبة الأولى وبنسبة ((29%) ، وقدمت هذه الفئة في اشكال واوعية اتصالية متعددة طرحت من خلالها موضوعات الفقه الإسلامي، تفسير وشرح وتدريس وتحفيظ القرآن الكريم والسنة النبوية والعقيدة الإسلامية وغيرها. ولم تغفل هذه المواقع رغم تخصصها الديني القضايا الاجتماعية والشؤون الحياتية اليومية للناس، بالإضافة الى موضوعات التطوع والعمل الخير الذي افردت له مساحة واسعة، وحققت هذه الفئات المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (16%). وحصلت موضوعات (المسلمون الجدد وموضوعاتهم) على المرتبة الثالثة وبنسبة (14%). وهذه الفئة اهتم بها موقع دار زايد للثقافة الذي يخصص اغلب محتواه لتدريس القرآن الكريم والمسلمين الجدد.

- بينت نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية وفرت لجمهورها المتنوع عدد من اللغات لكي تسهل لهم الوصول الى المضامين الدينية المنشورة عبر صفحاتها الإلكترونية، وبما أن هذه المواقع عربية ف جاء استخدام اللغة العربية الفصحى في صدارة القائمة وبنسبة بلغت (47%)، وهذا يؤكد المعالجة المتخصصة للموضوعات الدينية كالعقيدة والفقه والعبادات وغيرها. وتميزت مواقع الدراسة بأن تطرح موضوعاتها ومحتواها الديني بلغات أجنبية متعددة على سبيل المثال الإنجليزية، الف رنسية، الأردو، الفارسية، الفلبينية وغيرها، وحصلت هذه الفئة على المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (36%).

- بينت النتائج مدى استخدام مواقع المؤسسات الدينية لعناصر الوسائط المتعددة وتوظيفها في تحرير وإعداد وتصميم وكتابة المحتوى الديني المنشور عبرها ومدى الاستفادة من التطور التكنولوجي المصاحب لتقنيات المواقع الإلكترونية، وتأكيدا لذلك أظهرت النتائج أن المواقع المدروسة وظفت فئة (ملفات الصور) بنسبة مميزة وحصلت بلغت (34%)، تليها فئة (الرسوم الجرافكية ثابتة) التي وظفتها المواقع المدروسة في أشكال مختلفة كروابط وإيقونات وأزرار وفواصل وأدوات توضيحية وغير ذلك، ولقد حصلت على المرتبة الثانية وبنسبة بلغت (22%)، وجاء في المرتبة الثالثة عنصر الفيديوهات الداعمة للمحتوى الديني وبنسبة بلغت (20%).

ثانيا: التوصيات (المقترحات)

- تأهيل الكوادر الإعلامية والمتخصصين في الاتصال الإلكتروني واكسابهم المعارف الدينية التي تؤهلهم لإعداد محتوى ديني وإعلامي ودعوي في نفس الوقت، وفي إطار المعايير التنظيمية والمهنية للمواقع الإلكترونية الإسلامية ذات الطبيعة الخاصة في المعالجة الإعلامية.
- التعاون المشترك بين المؤسسات والهيئات الدينية والإعلامية لوضع تصور واضح يحدد القواعد والمعايير والمنهجية التي يجب أن تلتزم بها الوسائل الإعلامية التقليدية والإلكترونية الجديدة لتقديم رسائل دينية وسطية تلتزم بالمعايير المهنية وتهدف الى ترسيخ قيم الإسلام عقيدة ومنهجاً.
- الشروع في عمل العديد من الدراسات والبحوث وذلك لتسلط الضوء على أهمية وسائل الإعلام الإسلامي الإلكتروني في نشر الدعوة الإسلامية، والوقوف على نوعية المحتوى الديني الذي يقدم في الوسائل فيها، واخضاعه للدراسات التحليلية وتقييمه من حيث المفاهيم والأفكار التي تضمن في هذا النوعية من الوسائل.
- إقامة جسور تعاون مشترك بين المؤسسات الإعلامية التي تقدم المحتوى الإعلامي الإلكتروني، والمؤسسات الدينية المختصة بطرح محتواها الديني عبر منصات الإعلام الرقمي، والمتخصصين في هذا المجال، وذلك من أجل انتاج محتوى ديني يمزج بين الرؤية الإعلامية والمعارف الشرعية.
- لا بد من التنسيق بين المؤسسات الحكومية الدينية والإعلامية وذلك من أجل وضع التشريعات والقوانين والقواعد الأخلاقية التي تنظم عمل الوسائل الإعلامية الإسلامية التقليدية والإلكترونية، والاشراف على المحتوى الذي يقدم من خلالها ونمط الملكية والتمويل والأهداف التي انطلقت من أجلها والرسائل الدينية والأعلامية التي تحملها.

الهوامش:

- إبراهيم خلف سليمان ، الدور التربوي لوسائل الإعلام الإسلامي من وجهة نظر طلبة جامعة آل البيت الأردنية (دراسة ميدانية)، **مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات - العدد السادس والثلاثون (1)**، حزيران 2015.
- أحمد بدر، **مناهج البحث والاتصال والرأي العام والإعلام الدولي**، (القاهرة، دار قباء للنشر والتوزيع، 1998م) ص 40.
- أحمد رضوان، العلم والبحث العلمي، (دراسة في مناهج العلوم) (الاسكندرية، 1975)، ص 120
- السيد مصطفى، **البحث الإعلامي (مفهومه وإجراءاته)**، (بنغازي، منشورات جامعة قازيوس، 1994، ص 240.
- أمنة زقاو، استخدام الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المحققة (دراسة مسحية على عينة من مستخدمي «صفحة من رحيق العلم و الإيمان» على الفيسبوك، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2019.
- حسن بن عودة، إدارة محتوى المواقع الإسلامية (دراسة مسحية)، أبحاث وقائع المؤتمر التاسع (الشباب والانفتاح العالمي) الندوة العالمية للشباب الإسلامي، الرياض، 2002.
- حردان هادي، **الإعلام الإسلامي الإلكتروني** (دراسة للمواقع الإسلامية على الإنترنت)، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2015) ص 58-67
- حردان هادي ، المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت دراسة تحليلية لمضمون المواقع الإلكترونية المهمة بقضايا الإسلام والمسلمين، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، العدد (1)، جامعة القاهرة - كلية الإعلام - قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015، ص ص 367-406.
- حنان ستي، تأثير المواقع الإلكترونية الإسلامية على تنمية الوعي الديني لدى الطلبة دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر تكنولوجيا الاتصال الجديدة - بجامعة قاصدي مرياح - ورقلة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرياح، الجزائر، 2016م.
- داليا حسن، فوزى عبدالرحمن الزعبلاوي، دور المواقع الإسلامية علي شبكة الإنترنت في نشر ثقافة وتعاليم الدين الإسلامي: دراسة تحليلية مقارنة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، مج 17، ع1، مركز بحوث الرأي العام، 2018، ص ص 48 - 549.
- زينب حامد، المواقع العربية الإسلامية وتغطيتها لقضايا الإسلام المعاصر، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2020) ص ص 135-136
- عطية المرسي مصطفى حراز، الوسائل الدعوية والمرئية عبر الشبكة العنكبوتية العالمية ماهية وأهمية ونماذج دعوية، **مجلة العلوم الإسلامية**، 1(1)، (2018)، ص ص 69-82.
- عبد الرازق الدليمي، **الإعلام الإسلامي**، (عمان: دار المسيرة، الطبعة الأولى 2013)، ص 141 .
- ليلى عبد المجيد، **التشريعات الإعلامية**، (القاهرة، مركز تكنولوجيا التعليم، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005، ص ص 24-25.
- محمد الأمين موسى، **التواصل الفعال (الاسس العلمية والمجالات التطبيقية)**، مرجع سابق ص 242-243.
- لغرس سهيلة، المؤسسة الدينية ، المفهوم والأشكال، الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية 207 العدد الثاني جوان 2102، ص ص 217-218.
- محمد بشير محمودي الوظيفة الاتصالية للعلاقات العامة وتطور المنظمة، **مجلة الإعلام والمجتمع**، المجلد 2 العدد 2، 2015، ص 143.
- مروى عصام صلاح، **الإعلام الإسلامي المعاصر**، (عمان: دار الاصدار العلمي، الطبعة الاولى 2015) ص 251 .
- مها أمجد عبد العظيم عبد الوهاب، اتجاهات طالبات الجامعات السعودية نحو استخدام الموقف الإسلامية على شبكة الإنترنت: دراسة ميدانية مقارنة على جامعتي الأزهر والإمام محمد بن سعود الإسلامية.

- نهى عاطف عدلي، بعنوان: اعتماد الشباب على المواقع الدينية: دراسة مسحية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة - كلية الإعلام، ع5، 2015، صص 113-201.
- هاشم أحمد نغميش الحمامي، تحليل محتوى عدد من المواقع الالكترونية الدعوية على شبكة الانترنت دراسة وصفية، **مجلة العلوم الإسلامية**، المجلد الثالث - العدد الخامس - ديسمبر (2020). صص 71-90.
- هبة فتحى دنيا، المواقع الإلكترونية العربية للفتوى والإرشاد: دراسة تحليلية مقارنة لمعمارياتها ومحتواها المعلوماتي، **المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات**، مج7 ع1 (يناير - مارس 2020 ، صص 110-178.