



توظيف تكنولوجيا المعلومات

في

خدمة الدعوة الإسلامية

شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً

دكتور

انتصار سيد أحمد الحسن أحمد

أستاذ مساعد التفسير وعلوم القرآن

قسم الشريعة - كلية الشريعة والقانون

- جامعة جازان -



بسم الله الرحمن الرحيم

المستخلص: -

استطاعت التقنيات الحديثة من فرض حضورها المادي والمعنوي بقوة في الحياة المعاصرة وعلى المستويات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعلمية، وذلك للتطور الهائل الذي وصل إليه الإبداع التقني في المرحلة الراهنة. ونشاهد أن هناك عدد من الدول المنتجة لهذه التقنيات وظفت الخدمات المتاحة لتطوير كل أساليب حياتها بما في ذلك الحياة العلمية، فأصبح الإنسان المعاصر اشد ارتباطا بها، لما لها من أثر كبير في اختزال الزمان والمكان.

تطرقت الدراسة الي بيان مفهوم الدعوة في الاصطلاح وحكمها وادلتها من الكتاب والسنة وبيان اهميتها، كما سلط الضوء على صفات الداعية العصري اليوم واسلوب الدعوة الي الله واهم مميزات الدعوة عبر الوسائط الحديثة ووسائل نشر الدعوة الي الله والاثر المرجو من الانترنت علي الدعوة الاسلامية. هدفت الدراسة الي التعريف بوسائل التواصل الاجتماعي المستخدمة، وبيان أهم مميزات شبكات التواصل الاجتماعي، وتحديد شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك والواتساب وتويتر والانستغرام واليوتيوب. وسلط الضوء علي بيان انواع مواقع التواصل الاجتماعي. ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبانة إحتوت علي (١٥) سؤال. تكونت مجموعة الدراسة في اختيار عينة عشوائية من المستخدمين لشبكات التواصل

الاجتماعي وعددهم ( ٢٠٠ ) مستخدم. وبعد تطبيق الاستبانة عرضت البيانات وعولجت باستخدام التحليل الاحصائي والنسب المئوية. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى الآتي: بروز دور التقنيات الحديثة في نشر الإسلام عقيدة وشريعة وثقافة وفكر، نال المنشور او المقال الديني علي أعلي نسبة اختيار من خلال العينة المدروسة. في ضوء هذه النتائج تم تقديم عدة توصيات، أبرزها: اللغة التي نخاطب بها جمهور شبكات التواصل الاجتماعي لا بد أن تكون مفهومة ومبسطة قدر الإمكان لتخاطب كل شرائح المجتمع وخاصة الشباب.

#### :Abstract

Modern technologies have been able to impose their physical and moral presence strongly in contemporary life ،social and scientific levels ،economic ،and at the political for the tremendous development that has reached the technical innovation at the current stage. We see that a number of countries producing these technologies have employed the services available to develop all their so that contemporary ،including scientific life ،lifestyles because of ،man becomes more closely linked to them .their great impact in reducing time and space

The study focused on the characteristics of modern calligraphy and the method of calling to God and the most important characteristics of the call through modern

media and the means of spreading the call to God and the impact of the Internet on the Islamic call. The study aimed at introducing the means of social communication used and showing the most important features of the social what especially the social networks Facebook networks instagram and YouTube. She highlighted Twitter Sapp the types of social networking sites. To achieve the a questionnaire was designed to objectives of the study contain 15 questions. The study group consisted of selecting a random sample of 200 users for social the data were networks. After applying the questionnaire presented and processed using statistical analysis and percentages. The results of the study indicated the following: The emergence of the role of modern religion technologies in the dissemination of Islam the publication or the religious culture and thought article obtained the highest selection rate through the several studied sample. In light of these results recommendations have been made. The most prominent of these are: The language in which we speak to the public of social networks must be understood and simplified as far as possible to address all segments of society especially young people.

## المقدمة

يشهد العالم اليوم تغيرات سريعة وتطورات ضخمة في عالم الاتصالات ودنيا التقنيات ويعيش انفجارا معرفيا هائلا وثورة نوعية كبرى في مجال المعلومات وتمثل الشبكة العالمية (الانترنت) منتهى ما توصل اليه الإنسان في هذا الميدان، وأضحى العالم من خلاله قرية صغيرة بل غرفة صغيرة يحيط بها المرء في ثوان، مما لا شك فيه ان المسلمين - بطبيعة دينهم - مطالبون بالاستفادة من تلك الوسائل، وتسخيرها في خدمة الإسلام، والدعوة اليه. إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت "فتحاً كبيراً" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود مما يساهم في انتشار الدعوة الاسلامية الي كافة البقاع في العالم.

### مشكلة الدراسة:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي من الوسائل المؤثرة والفعالة في نشر الدعوة الإسلامية لما تمتاز به من مزايا عديدة لا تخفي علي احد، ومشكلة الدراسة تكمن في بيان تأثير ما ينشر فيها على المستخدمين، وكيف يستقبلونه. فضلا عن مدى الاستفادة من هذه التقنيات الحديثة المتوفرة في خدمة دعوتهم وتحقيق أهداف رسالتهم.

### اهمية الدراسة:

١/ تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها من البحوث التي تعنى بموضوعات العصر الحديث وابرار دور تقنيات المعلومات في نشر الدعوة الاسلامية.

- ٢/ مواقع التواصل الاجتماعي، التي من الممكن اذا "وظفت من ان تسهم في إعلاء قيم تعاليم الدين الحنيف.
- ٣/ شبكات التواصل الاجتماعي من اكثر الوسائل التي يستخدمها ملايين الناس وتنقل إليهم الأفكار في لمح البصر.
- ٤/ التعريف بمفهوم شبكات التواصل الاجتماعي وبيان اهم أنواعها وتطبيقاتها.

٥/ بيان مميزات الدعوة عبر الوسائط الحديثة.

#### اهداف الدراسة:

١. بيان أثر التقنيات الحديثة المعاصرة في خدمة الدعوة الاسلامية
٢. بيان انواع مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة لنشر الدعوة الاسلامية.
٣. بيان مفهوم الدعوة وحكمها واهميتها في المجتمع.
٤. إظهار مدى أهمية الدعوة الى الله تعالى.
٥. بيان صفات الداعية العصري اليوم.

#### تساؤلات الدراسة:

تعتمد الدراسة على عدة تساؤلات تشكل قناعة الباحثة حول تفسيرها لمدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الدعوة الاسلامية، ومن ابرزها: -

١. ماهي الدعوة الاسلامية وما حكمها من الكتاب والسنة.
٢. ما هو الاثر المرجو من الانترنت علي الدعوة الاسلامية.
٣. ماذا نعني بشبكات التواصل الاجتماعي

٤. هل تقوم شبكات التواصل الاجتماعي بدور فعال في نشر الدعوة الإسلامية.

٥. ما هو أسلوب الدعوة الي الله.

### منهج الدراسة:

قامت الباحثة بإتباع المنهج الوصفي التحليلي كما يلي:

المنهج الوصفي: حيث ركزت الباحثة بعرض الظواهر كما هي موجودة في الواقع، وعرض جميع العوامل والمتغيرات التي تؤدي دوراً أساسياً فيها. والمنهج التحليلي: حيث يتم تحليل المعلومات التي جمعتها الباحثة من مصادرها الأولية والثانوية من خلال البحث في قواعد البيانات وشبكة الانترنت، والميدانية من خلال الوقوف علي موضوع الدراسة ووضع الحلول المناسبة لها.

### أدوات الدراسة وعينة الدراسة:

تستخدم الدراسة الاستبانة كأداة لجمع المعلومات وفق الاستبانة المذكورة سابقا ومن عينة عشوائية بسيطة بلغت حوالي مئتان شخص من مجتمع الدراسة والذي يشمل المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من الشباب سواء كانوا رجالا ام اناثا. حيث قسمت العينة مناصفة بين الرجال والإناث، كما استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التي تتناسب مع موضوع الدراسة وتحقق الأهداف والتساؤلات المطلوبة.

### حدود الدراسة: الحدود الجغرافية:

تم إجراء هذه الدراسة في ولاية الخرطوم، تحديدا الخرطوم - أم درمان - بحري - السودان. أبريل، ٢٠١٩م



**الحدود البشرية:**

تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية مختارة من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف تخصصاتهم ومؤهلاتهم العلمية وفئاتهم العمرية.

**الدراسات السابقة:**

١/ دراسة عبد الرحمن شفاء عمر، ٢٠١٥ م بعنوان (استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق التقارب الثقافي: دراسة وصفية تحليلية). بحث غير منشور مقدم لنيل درجة الماجستير من جامعة إفريقيا العالمية، كلية الاعلام. عمادة الدراسات العليا.

هدف البحث إلقاء الضوء على ظاهرة الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت وعلاقتها في تحقيق التقارب الثقافي لدى عينة من طلاب جامعة إفريقيا العالمية، وينطلق البحث من سؤال مركزي: هل المواقع التواصل الاجتماعي له دور في تحقيق التقارب الثقافي؟. اعتمدت الدراسة منهج البحث الوصفي التحليلي.

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير المواقع التواصل الاجتماعية على المستخدمين، وأنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات.

٢/ دراسة فيصل محمود ادم السوداني، ٢٠١٣ م بعنوان (الدعوة الي الله من خلال فيس بوك) (الخصائص والضوابط). ورقة مقدمة في مؤتمر الدعوة

الاسلامية المعاصرة بين التحديات والتوقعات، جامعة جاكارتا الحكومية - اندونيسيا، في الفترة من ٨-١٠ يوليو ٢٠١١ م.

هدفت الورقة الي بيان مفهوم الدعوة الاسلامية واهميتها ووسائلها، وتناولت الفيس بوك واهميته في نشر الدعوة الاسلامية وبيان تعريفه ونشأته واهم مزاياه مع بيان حكم وضوابط استخدامه في الشرع الاسلامي. ومن اهم النتائج التي خرجت بها الدراسة:

١/ ان الدعوة الاسلامية دعوة ربانية عالمية موجهة الي الناس كافة.  
٢/ ضرورة الافادة من الامكانيات والتقنيات والبرامج المتاحة في الفيس بوك.

٣/ دعوة العلماء والمفكرين والدعاة للمشاركة الفاعلة والايجابية في هذه الوسائل الحديثة إشرافا وطرحا وحوارا ونقاشا ودعوة.

٣/ دراسة عمار توفيق أحمد بدوي، ٢٠١٤ م.

بعنوان(أثر وسائل التواصل الحديثة على الدعوة" الفيس بوك "نموذجا). بحث مقدم لمؤتمر " وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع "كلية الشريعة بجامعة النجاح الوطنية. متاح علي الرابط: <https://repository.najah.edu>

هدفت الدراسة الي بيان الاثر الذي يحدثه استخدام الفيس بوك في نشر الدعوة الاسلامية ومدى تأثير ما ينشر فيه علي المستخدمين، وكيف يستقبلونه. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي حيث تم فيه استخدام استبانة شملت علي مائتان وخمسون مشترك ومستخدم للفيس بوك وأسندت ذلك، بتحليل إحصائي مفصّل. ومن اهم النتائج هي ان المنشورات الدينية هي اكثر المنشورات التي تاتي اهمية لمستخدمي الفيس

بوك. وأن رواد الفيس يضعون باستقلالية إعجاباتهم بغض النظر عن الناشر، أو مدهنة الأصدقاء وهو للمنشور ذو الفائدة العظيمة. ومن أهم توصيات الدراسة ضرورة اتخاذ وسائل الاتصال الحديثة وسيلة لنشر الدعوة الإسلامية، ومن هذه الوسائل الفيس بوك؛ نظراً لفاعليتها، وانتشارها في العصر الحاضر، وقد يأتي المستقبل بأحدث منها. وأن يكثر الدعاة من الخوض في القضايا المعاصرة، والحيوية التي يعاني منها المجتمع، أو ان يدلوا بدلوهم فيها متخذين من الإسلام زادا وعدة في تقييم مستجدات العصر وأحداثه.

## الإطار النظري للدراسة

## أولاً: الدعوة الإسلامية: المفهوم \_ الحكم \_ الأهمية

## أ/ مفهوم الدعوة في اللغة:

المرّة الواحدة من الدعاء، وتداعى القوم دعا بعضهم بعضاً حتى يجتمعوا. والدعاة قوم يدعون إلى بيعة هدى أو ضلالة، وأحدهم داع، ورجل داعية إذا كان. يدعو الناس إلى بدعة أو دين أدخلت الهاء فيه للمبالغة<sup>(١)</sup>. وفي المصباح المنير: دعوت الله دعاء ابتهلت إليه بالسؤال ورغبت فيما عنده من الخير، ودعوت زيدا ناديته وطلبت إقباله. والجمع دعاة وداعون مثل قضاة. والنبى صلي الله عليه وسلم داعي الخلق الي التوحيد<sup>(٢)</sup>.

وفي المعجم الوسيط: "دعاه إلى الشيء حثه على قصده، يقال: دعاه إلى القتال، ودعاه إلى الصلاة، ودعاه إلى الدين، وإلى المذهب، حثه على اعتقاده<sup>(٣)</sup>."

ومن هذا يتبين أن الدعوة في اللغة تدور حول الطلب والسؤال والنداء والحث على الشيء ونحو ذلك.

(١) ابن منظور، ٢٠٠٣

(٢) الفيومي، ٢٠١١

(٣) انيس، ١٩٦٠

## وفي الاصطلاح: -

لقد عرفت الدعوة بتعريفات كثيرة أذكر منها ما يلي:

قال ابن تيمية رحمه الله: (الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به، وبما جاءت به رسله، بتصديقهم فيما أخبروا به، وطاعتهم فيما أمروا، وذلك يتضمن الدعوة إلى الشهادتين، وإقام الصلاة، وإيتاء الزكاة، وصوم رمضان، وحج البيت، والدعوة إلى الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله، والبعث بعد الموت، والإيمان بالقدر خيره وشره، والدعوة إلى أن يعبد ربه كأنه يراه<sup>(١)</sup>).

وعرفها الدكتور أبو بكر زكري فقال: (الدعوة هي: قيام من له أهلية النصح والتوجيه السديد من المسلمين في كل زمان ومكان بترغيب الن آس في الإسلام اعتقاداً ومنهجاً، وتحذيرهم من غيره بطرق مخصوصة)<sup>(٢)</sup>. وقال الدكتور ناصر العقل: (هي السعي لنشر دين الله- عقيدة وشريعة وأخلاقاً، وبذل الوسع في ذلك)<sup>(٣)</sup>.

مما سبق ذكره يتضح ان الدعوة هي حركة علمية بطريقة منهجية الغرض منها إيصال الخير الذي هو الإسلام إلى الناس اعتقاداً وعبادة وسلوكاً وأخلاقاً ومعاملة.

(١) ابن تيمية، ٢٠٠٥

(٢) زكري، ٢٠١٢

(٣) العقل، ٢٠١٣

## ب/ حكم الدعوة الإسلامية من الكتاب والسنة:

١/ من الكتاب: - قول الله تعالى (وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ).<sup>(١)</sup> وكذلك قوله تعالى (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ).<sup>(٢)</sup> وقوله عز وجل (وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ).<sup>(٣)</sup> وقوله (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ).<sup>(٤)</sup>

وكل هذه الآيات من كتاب الله عز وجل تخير الأمة المسلمة أن المفروض فيها أن تأمر بالمعروف وتنهى عن المنكر، وأن تنطلق من توجهات رب العالمين في الدعوة إلى الله وضرورة تبليغها جميع الناس وان يطبقونها عملياً ويدعون الآخرين إليها وكذلك فضل الدعوة وأهميتها وضرورة الدعوة على مر العصور والأزمان.

## ٢/ من السنة: الأدلة من السنة كثيرة جداً نقتصر على بعض منها:

أ/ منها قوله صلى الله عليه وسلم « بلغوا عني ولو آية فرب مبلغ أوعى من سامع »<sup>٥</sup>. هذا فيه دليل على ضرورة التبليغ - أي تبليغ - الدعوة لسائر الناس فمن علم آية وفهم معناها عليه أن يبلغ هذه الآية غيره من لا يعلمها،

(١) آل عمران: ١٠٤

(٢) النحل: ١٢٥

(٣) فصلت: ٣٣

(٤) يوسف: ١٠٨

<sup>٥</sup> رواه مسلم /في كتاب الإمامة / ج ٩ . ٣٥ ، وفي الترمذي / كتاب العلم / ج ٥٩٥ . ٢٥٩٥ .

ومن فهم حديثاً وفهم معناه أو شيء من هذا القبيل فعليه أن يبلغ هذا الحديث.

كذلك من الأدلة التي تبين فضل الدعوة من سنة النبي صلى الله عليه وسلم قوله: «ومن دلَّ على خير فله مثل أجر فاعله»<sup>١</sup> فهذا فيه دليل على فضل الدعوة إلى الله وعلى تبليغ كلام الله سبحانه وتعالى: وكلام رسوله صلى الله عليه وسلم. وكذلك قوله صلى الله عليه وسلم لعلي بن أبي طالب عندما أرسله إلى اليمن: «فوالله لإن يهدي الله بك رجلاً واحداً خيراً لك من حمر النعم»<sup>٢</sup> فهذا فيه دليل على عدم احتقار المسلم لنفسه وهو يقوم بعملية الدعوة سواء بدعوة المسلم إلى أن يهتدي ويمشى على الطريق المستقيم أو بدعوة غير المسلم لكي يدخل بهذا الإسلام. ومن الأدلة كذلك «الدين النصيحة، قلنا لمن؟ قال: لله ولكتابه ولرسوله ولأئمة المسلمين وعامتهم»<sup>٣</sup> فالدعوة إلى الله سبحانه وتعالى: من النصيحة التي دعانا الرسول صلى الله عليه وسلم إلى ممارستها فيما بيننا.

### ج/ الدعوة الإسلامية الأهمية والفوائد:

لا يخفى على مسلم أهمية الدعوة إلى الله تعالى فهي الطريق إلى صلاح البلاد والعباد، وهي وظيفة صفوة الخلق من الأنبياء والمرسلين

<sup>١</sup> رواه مسلم والترمذي وأبي داود والإمام أحمد.

<sup>٢</sup> البخاري كتاب الإيمان ص ٤٢

<sup>٣</sup> صحيح البخاري كتاب الجهاد الباب الجهاد (٢٩٤٢).

عليهم الصلاة والسلام، وقد دلت نصوص الكتاب والسنة على أهميتها وبينت جزيل ثواب من قام بها. وإن فوائد الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى: كثيرة جداً لا تعد ولا تحصى لنأخذ بعضاً من هذه الفوائد التي تنعكس على الفرد والجماعة على المدى القريب والبعيد (العصيمي، ١٤١٣هـ).

١. القيام بالواجب وهو واجب الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى وكما مر من قبل أنها فرض كفاية.

٢. إقامة الحجّة أمام الله سبحانه وتعالى على المدعوين، والله سبحانه وتعالى: يقول للرسول.

٣. الخروج من العهدة وإبراء الذمة والمعدرة.

٤. سبب لنجاة الدعاة ومن تعاون معهم عند حلول النقمة وغضب الله سبحانه وتعالى: على الناس فقد تكون الدعوة سبب من أسباب نجاة الدعاة ومن قام معهم عند اشتداد الفتن ونحو ذلك.

٥. أن الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى: تكون سبباً من أسباب إخراج الناس من الظلمات إلى النور فرسالة الإسلام جاءت وأرسل محمد صلى الله عليه وسلم من أجل إخراج الناس من الظلمات إلى النور.

٦. أن الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى: سبب من أسباب تكوين المجتمع المسلم المتعاون المتكاتف الآمن على عرضه وماله ونفسه وولده وعقله ونحو ذلك، فالدعوة إلى الله سبحانه وتعالى إذا كثفت وكثر أتباعها ومؤيدوها؛ تكون سبباً مباركاً في تكوين المجتمع المسلم المتكاتف



المتآخي الأمر بالمعروف والناهي عن المنكر الآمن على نفسه وماله وعرضه وعقله ونحو ذلك.

٧. أن الدعوة إلى الله سبب من أسباب إخماد الشرك، فالشرك أمره عظيم خطير.

٨. أن الدعوة إلى الله سبب من أسباب تعليم الناس أمور دينهم وعقيدتهم وشريعتهم. فالناس قد يمر عليهم حالات الجهل في دينهم وفي عقيدتهم.

٩. تبيين الحلال والحرام للناس فالدعاة إلى الله سبحانه وتعالى: قد يكون فيهم من يبين للناس الحلال والحرام والحق من الباطل خاصة الأحكام الفقهية، وليس كل الدعاة فقهاء؛ إنما قد يكون بعض من الدعاة يفقهه الناس في أمور دينهم في الحلال والحرام، وهذا مطلب شرعي لأن الله سبحانه وتعالى طالبنا جميعاً أن نتعلم دينه في آيات كثيرة ورسولنا صلى الله عليه وسلم حثنا على العلم الشرعي المفيد النافع.

١٠. الأجر والثواب الذي يحصل عليه الداعية من الله سبحانه وتعالى: فالداعية إذا أخلص النية وجدَّ واجتهد فإنه يحصل على أجر عظيم عند الله تبارك وتعالى.

ثانياً: صفات الداعية العصري - واسلوب الدعوة الي الله- وأهم مميزات الدعوة عبر الوسائط الحديثة

أ/ صفات الداعية العصري: - الصفات التي ينبغي أن يتحلى بها الداعية إلى الله سبحانه وتعالى كثيرة جداً ومتعددة ومن أبرزها<sup>(١)</sup>: -

(١) الالتزام بمنهج الله سبحانه وتعالى أي الالتزام بدين الله تبارك وتعالى وبعبارة أدق القدوة الحسنة أمام الناس، أن يكون الداعية قدوة طيبة في كلامه وفي تعامله وفي حركاته ويكون قدوة لغيره.

(٢) كذلك من صفات الداعية وما ينبغي أن يتحلى به صفات أوردها القرآن الكريم هي قوله تعالى: ﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾.

(٣) كذلك من صفات الداعية قوة الإيمان لما يدعو إليه قوة الإيمان بالإسلام وبالعقيدة الإسلامية. فقوة إيمانهم بهذا المبدأ يجعلهم يبذلون النفس والنفيس والغالي والرخيص في سبيل دعوتهم.

(٤) من صفاتهم أيضاً أن يحرصوا على العلم الشرعي والتفقه في دين الله ما أمكنهم إلى ذلك سبيلاً.

(٥) كذلك من صفات الدعاة إلى الله الوعي التام بمتطلبات العصر ووسائله فكل عصر له آتته ووسائله، وكل زمان ومكان له طريقه في الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى.

(١) الزاكي، ٢٠٠٨

٦) ومما يحتاجه الداعية الثقافة الإسلامية العامة والثقافة التاريخية كالسيرة النبوية وسيرة السلف الصالح وكذلك الثقافة الأدبية واللغوية بقدر المستطاع.

٧) كذلك الثقافة العلمية والواقعية أي الواقعية بالعصر والبدء بالتدرج شيئاً فشيئاً.

٨) كذلك من الصفات التي ينبغي أن يتحلى بها الداعية إلى الله سبحانه وتعالى: الحلم. والحلم ضد الغضب فكلما كان الداعية حليماً كاظماً لغيبه صابراً محتسباً كلما ارتفع ميزانه عند الله سبحانه وتعالى.

٩) أيضاً من الصفات التي ينبغي أن يتحلى بها الدعاة التواضع ولين الجانب وعدم الكبر.

١٠) ومن صفات الداعية أيضاً المحافظة على الوقت وتنظيمه.

١١) كذلك من صفات الداعية عدم اليأس مهما أعرض الناس عن قبول الحق. فلو رأيت الناس يصدون صدوداً عظيماً ويعرضون إعراضاً شديداً عن الدعوة على الله سبحانه وتعالى فلا تيأس منهم بأي حال من الأحوال. فاليأس لا ينبغي في الإسلام<sup>(١)</sup>.

١٢) كذلك من صفات الداعية عدم مقابلة السيئة بالسيئة فأحياناً قد يعترضك في دعوتك منافق، أو يعترضك جاهل، أو نحو ذلك فيحصل منه أذى إما بالكلام أو أحياناً باليد أو شيء من هذا القبيل.

(١) احمد، ٢٠١٣

١٣) كذلك من صفات الداعية أن يحرص على الاستزادة من العلم والثقافة، وأن يحرص على متابعة كل الجديد من الكتب الإسلامية المفيدة النافعة والاشتراك في المجالات الإسلامية المفيدة.

١٤) كذلك الحركة الدائمة وعدم السكون: وإن الداعية إلى الله يمتاز بنية خالصة وعلو همة وعزيمة، فهو في حركة دائبة لصالح الإسلام والمسلمين، مقتدياً بالرسول المصطفى صلى الله عليه وسلم في الدعوة والإنذار.

#### ب/ اسلوب الدعوة الي الله: -

توجد هناك عدد من الاساليب التي يفضل القيام بها عند الدعوة الي الله ومن اهمها:

١. مراعاة الظروف المحيطة وأحوال البيئة التي تتم فيها الدعوة: فينبغي على الداعية دراسة البيئة دراسة جيدة وتعرفه على الوسط الذي سيكون ميداناً لنشاطه وعمله، يدرس أوضاعه ومشكلاته وإتجاهاته وميوله ورغباته ويعرف

عادات الناس وأخلاقهم ونقاط الضعف والقوة لديهم، حتى تكون خطواته الدعوية متناسقة مع تلك الأوضاع للحصول على أكبر قدر من النتائج الحسنة في الدعوة.

٢. الحرص على هداية المدعوين أولاً: الداعية له هدف عظيم هو هداية الناس إلى دين الله وهذا هو ما يحرص عليه ويسعى في سبيل تحقيقه، ويلتزم له الوسائل والطرق المناسبة رغبة في اخراج الناس من

الظلمات إلى النور، وليس هم الداعيةً محصوراً في اقامة الحجة فحسب وإنما يَكُون حريصاً على هداية الناس.

٣. إتباع أسلوب الزجر النفسي غير المباشر: لقد كان من حكمة الرسول صلى الله عليه وسلم إتباع أسلوب الزجر النفسي غير المباشر، وفي السيرة النبوية نماذج عملية ووقائع تفسيرية للأسلوب الذي كان يبلغ به رسول الله صلى الله عليه وسلم.

٤. تحاشي أسلوب التعيين في النقد: على الداعية أن يتعد عن أسلوب التعيين في النقد، وله في رسول الله صلى الله عليه وسلم أسوة حسنة، فقد كان عليه الصلاة والسلام ربما ساءه شيء من تصرفات عامة يقع فيها بعض أصحابه، فيقوم فيهم خطيباً بقاعدة (ما بال اقوم)، فيكتفي بالتميح بدل التصريح، وبالتورية بدل التعرية<sup>(١)</sup>.

ج/ مميزات الدعوة عبر الوسائط الحديثة<sup>(٢)</sup>: -

١/ اهتمام غير المسلمين بوسائل الاتصال الحديثة؛ لدفع الناس إلى تحقيق مكاسب مادية بحتة. بينما كان الأولى ببني الإسلام أن يأخذوا بهذه الوسائل الحديثة.

٢/ لأن الوسائل التكنولوجية اليوم تتميز بانعدام المحدودية؛ فليس لها حدود زمانية ولا مكانية ولا نوعية أو جنسية؛ ولذا فهي تتخطى كل الحواجز، أضف إلى ذلك سهولة استخدامها وصيرورتها شيئاً عادياً، ليس من الصعب التواصل بها والتعامل معها.

(١) احمد، ٢٠١٣

(٢) مرعي، ٢٠٠٩

٣/ لتوجُّه أنظار الناس جميعًا إلى هذه الوسائل واهتمامهم وتعلقهم بها.

٤/ اختلاف أنواعها، وأشكالها (فمنها الصوتي، ومنها الصوري، ومنها الفيديو، ومنها الرسائل ..) وهو ما يدعم أهميتها.  
٥/ أنها تصل إلى الملايين في كافة أنحاء العالم، وهو ما يمكِّن الداعية من الوصول إلى الناس بسهولة وبدون تضييقات معيَّنة<sup>(١)</sup>.

ثالثًا: وسائل نشر الدعوة الي الله - الأثر المرجو من الانترنت على الدعوة.

أ/ وسائل الدعوة الي الله: -

الوسيلة هي العمل الذي يحقق أهداف الدعوة، وقد استعمل الدعاة منذ عهد النبي صلى الله عليه وسلم، والى يومنا هذا وسائل كثيرة ومتعددة، ومن أهم هذه الوسائل:

- الخطبة
- الموعظة
- المحاضرة
- المناظرة والحوار
- الرسالة
- المقالة
- الكتاب
- المجلة

(١) الهندي، ٢٠١٠

- الصحافة
- المسرح
- التلفزيون
- السينما
- الفيديو
- الشريط الصوتي
- القرص المدمج
- المؤتمرات
- الرحلات
- الملتقيات
- الانترنت.

رابعاً: التعريف بوسائل التواصل الاجتماعي وبيان اهم شبكات التواصل الاجتماعي، وبيان أهم مميزات شبكات التواصل الاجتماعي  
أ/ وسائل التواصل الاجتماعي:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً

لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات. ووسائل التواصل هي مجموعة من المواقع المترابطة على شبكة الإنترنت والتي تسمح بالتواصل بين الناس في مختلف بقاع الأرض، عن طريق الكلام المكتوب أو الصور والفيديوهات، ويمتاز كل موقع بمجموعة من الخصائص التي تجذب المستخدمين إليه، وفي الآونة الأخيرة ومع ازدياد عدد هذه المواقع أصبح التنافس بينها كبيرا. وتعرف بانها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء ( بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر؛ مثل: إرسال الرسائل، أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (هتيمي، ٢٠١٥)، وتعرف موسوعة ويبو بيديا Webopidia الشبكات الاجتماعية بأنها: "عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدمه وضع صفحة شخصية عامة معروضة ويتيح إمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين الذين يقومون بالدخول على تلك الصفحة الشخصية.



## ب/ مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

تتميز الشبكات الاجتماعية عن غيرها من المواقع في الشبكة العنكبوتية بعدة ميزات، من أبرزها ( شقرة، ٢٠١٤):

١. إن هدف المواقع الاجتماعية خلق جو من التواصل في مجتمع افتراضي تقني يجمع مجموعة من الأشخاص من مناطق ودول مختلفة على موقع واحدة، تختلف وجهاتهم ومستوياتهم وألوانه، وتتفق لغتهم التقنية.

٢. إن الاجتماع يكون على وحدة الهدف سواء التعارف أو التعاون أو التشاور أو لمجرد الترفيه فقط وتكوين علاقات جديدة، أو حب للاستطلاع والاكتشاف.

٣. إن الشخص في هذا المجتمع عضو فاعل، أي أنه يرسل ويستقبل ويقرأ ويكتب ويشارك، ويسمع ويتحدث، فدوره هنا تجاوز الدور السلبي من الاستماع والاطلاع فقط، ودور صاحب الموقع في هذه الشبكات دور الرقيب فقط، أي الاطلاع ومحاولة توجيه الموقع للتواصل الإيجابي.

٤. العالمية: حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتحطم فيها الحدود الدولية، حيث يستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد في الغرب، في بساطة وسهولة.

٥. التفاعلية: فالفرد فيها كما أنه مستقبل وقارئ، فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهي تلغي السلبية المقيمة في الإعلام القديم - التلفاز والصحف الورقية وتعطي حيزاً للمشاركة الفاعلة من المشاهد والقارئ.

٦. التنوع وتعدد الاستعمالات، فيستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء.

٧. سهولة الاستخدام: فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، تستخدم الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل.

٨. التوفير والاقتصادية: اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي، وليست ذلك حكراً على أصحاب الأموال، أو حكراً على جماعة دون أخرى.

#### د/اهم شبكات التواصل الاجتماعي:

مواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيس بوك وتويتر ليست مجرد أدوات تتيح للمستخدمين نشر تعليقاتهم الشخصية ومشاركة الآخرين بها، ولكنها أصبحت لكثير من المستخدمين منصات لنشر الأخبار، وهناك العديد من مواقع التواصل الاجتماعية، حسب ما تقدمه لمستخدميها تختلف هذه المواقع التواصلية، لكن هنالك بعض المواقع الاجتماعية وجدت قبول لدى المجتمع الافتراضي، وأصبحت من الوسائل المؤثرة

في وقت وجيز، ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي: الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب.

### أولاً: الفيس بوك: (Facebook. com)

الفيس بوك هو عبارة عن مواقع على شبكة الإنترنت، يتواصل من خلالها الملايين من البشر، والذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم، وتُظهر الإحصاءات العالمية، تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أرجاء العالم<sup>١</sup>. فيس بوك هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي التي رغم أن عمرها لا يزيد عن عشر سنوات إلا أن مواقعها أصبحت الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم، تم إنشائه موقع فيس بوك في فبراير عام ٢٠٠٤ م، بواسطة مارك زوكربيرغ وذلك في غرفته بجامعة هارفارد، والآن يملك الموقع أكثر من ٨٨٠ مليون مستخدم، بمعنى آخر فإن شخصاً واحداً من بين كل ١٣ شخص على الأرض لديه حساب في موقع فيس بوك، بحوالي ٧٥ لغة. ويقضي هؤلاء المستخدمين جميعاً أكثر من ٧٠٠ بليون دقيقة على الموقع شهرياً (CROSS، ٢٠١٤). ويمتاز الفيس بوك عن غيره بأنه أكثر شيوعاً وسط فئات المجتمع.

## ثانيا: تويتر (Twitter. com)

موقع تويتر تم إنشائه في مارس ٢١ عام ٢٠٠٦ م بواسطة الأمريكيين جاك دورسي ونوح غلاس، وإيفان ويليامز، وبيز ستون، ثم تم إطلاقه في شهر ١٣ يوليو ٢٠٠٦ م<sup>١</sup>. وهو عبارة عن موقع شبكات اجتماعية مصغر يسمح لمستخدميه بإرسال، وقراءة تعليقات لا تتجاوز ١٤٠ حرف (رمز) وهذه التعليقات تعرف باسم تغريدات، يتم نشر هذه التغريدات عبر الإنترنت بعد ذلك يمكن أن يراها العامة، ويمكن لمستخدمي تويتر إرسال تغريداتهم، أو اتباع تغريدات مستخدمين آخرين أو المشاركة في مناقشة أوسع عن موضوع أو حدث معين. وتويتر هو كل ما يخص الاتصالات الشخصية السريعة، يريد الأشخاص الذين يرسلون تغريدات مشاركة أفكارهم مع آخرين عن شيء ما. في بعض الأحيان يمكن أن يكون هذا رؤى شخصية يتم مشاركتها مع أشخاص يتابعون تغريداتك.

## ثالثا: اليوتيوب (YouTube. com)

تأسس موقع اليوتيوب في ١٤ فبراير سنة ٢٠٠٥ م على يد شاد هيرلي، ستيف شين، جاود كريم، وكانوا موظفين سابقين في شركة باي بال في ولاية كاليفورنيا. واليوتيوب هو موقع مشاركة ملفات الفيديو. ويحتوي على مجموعة متنوعة من ملفات الفيديو المقدمة من المستخدمين بما في ذلك عروض المستخدمين للمنتجات ومقاطع فيديو

[www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)<sup>١</sup>

أصلية قصيرة. يحتوي اليوتيوب أيضاً على مجموعة من المحتويات المكونة بشكل احترافي من مقاطع من عروض تليفزيونية واعلانات تجارية، ولقطات من أفلام وأشرطة فيديو موسيقية. يمكن للمستخدمين عند زيارة الموقع الإلكتروني "اليوتيوب" مشاهدة هذه الملفات، ولكن الأشخاص المسجلون فقط في الموقع الإلكتروني يمكنهم وضع أشرطة فيديو على الإنترنت (CROSS، ٢٠١٤).

خامساً: الأثر المرجو من الانترنت على الدعوة الإسلامية\_ أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

أ/ اثر الانترنت علي الدعوة الاسلامية:

إنّ مما لا شك فيه ان ظهور شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" كان له أثر كبير على الدعوة الإسلامية، ودور فعال في نشرها، والتعريف بها على شتى الأصعدة وفي مختلف المجالات، على امتداد العالم بشرقه وغربه. بدأ التقارب بين بلاد العالم مع بعثة النبي الخاتم صلى الله عليه وسلم، وظل يزداد قربا وتقاربا مع تطور وسائل المواصلات والاتصالات، حتى وصل هذا الأمر الى ما وصل اليه في عصرنا الحاضر، حيث أضحى العالم بمثابة الغرفة الواحدة بفضل شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) التي يستطيع المرء من خلالها أن يجوب الدنيا بأسرها، وهو جالس أمام شاشة حاسوبه في بيته او مكتبه. وكلما ازداد العالم قربا وتقاربا كلما سطعت الأدلة والبراهين القاطعة بصدق نبوة محمد صلى الله عليه وسلم. واذا كانت الأرض قد زويت لرسول الله صلى الله عليه وسلم وطويت، وجمعت

له أطرافها)، كما ثبت ذلك في الحديث الصحيح: "إن الله تعالى زوى لي الأرض ١، فأريت مشارقها ومغاربها، وإن ملك أمتي سيبلغ ما زوى لي منها ... الحديث " ٢. وإذا كانت وسائل الدعوة الإسلامية من قبل تقوم على الكتابة المقروءة، والصوت المسموع، والصورة المشاهدة، فلقد جاءت شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) لتجمع هذه الوسائل بأسرها عبر مواقعها وبواباتها، وتحقق الاتصال السريع ببقاع العالم على اختلاف مواطنها، وتعدد اتجاهاتها عن طريق البريد الإلكتروني، بعدما كانت الرسائل من قبل تنقل بواسطة الإبل أو الخيول، ثم بالسيارة أو الطائرة أو السفينة أو القطار، وأصبحت الرسالة تصل الى المرسل اليه في ثوان معدودة جدا، وهذا يعني أن الدعوة الإسلامية بفضل هذه الشبكة قد دخلت مرحلة جديدة هي مرحلة الدعوة الإلكترونية التي يمكن من خلالها الدعوة الى الإسلام، والتعريف بها في كل بقعة من بقاع الدنيا<sup>(٣)</sup>.

كما أدى ظهور شبكة الانترنت الى توسيع دائرة الوعي بين أبناء الأمة، والوقوف بهم على ما يجري من أحداث وتطورات مهمة، ولفت أنظارهم الى قضايا الأمة المصيرية.

ب/ انواع مواقع التواصل الاجتماعي:

١ - أي جمعت، وضم بعضها الى بعض.

٢ - أخرجه مسلم في صحيحه برقم: ٢٨٨٩، وأبو داود في سننه برقم: ٤٦٥٢، وابن ماجه في سننه برقم ٣٩٥٢، وغيرهم .

<sup>(٣)</sup> حميش، ٢٠٠١

يوجد الكثير من أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، وهي (مرعي، ٢٠٠٩):

(١) مواقع تختص في تبادل وايجاد المعلومات، وفي الاتصالات، ومن أمثلتها: المدونات الجزئية، والمدونات بلوكس.

(٢) مواقع تختص في القضايا المهمة، وجمع التبرعات، ومن أمثلتها موقع الويكي.

(٣) مواقع الفعاليات، مثال موقع تويتر، وموقع Meetup .

(٤) مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، التي تستعمل في التواصل المباشر بين المستخدمين، والبحث عن الأصدقاء، ومعرفة كل شيء جديد في حياة المستخدمين، ويقوم المستخدمون بمشاركة فعالياتهم واهتماماتهم في هذه المواقع، ومن أمثلتها: موقع الفيس بوك، وموقع هاي فايف.

(٥) مواقع تجميع المعلومات.

(٦) مواقع مشاركة الاهتمامات، ومن أمثلتها: موقع Good Reads .

(٧) مواقع بناء فرق العمل، والتعاون، ومن أمثلتها: موقع الملاحه الاجتماعية، مثال: موقع Waze . وموقع الويكي، وهو موقع خاص بالفرد وأصدقائه.

(٨) مواقع الأخبار الاجتماعية، مثال New svine

٩) مواقع المرجعيات، فعند قيام تصفح الإنترنت وحفظ الموقع الخاص بك، ويمكنك مشاركة الآخرين.

١٠) مواقع تحرير وإدارة النصوص، مثال: موقع بوكس، وجوجل دوكس.

١١) الإجراءات المنهجية.

أولاً: أداة جمع البيانات:

تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات الى جنب المقابلات العلمية المتعلقة بالدراسة مع العينة العشوائية القصدية.

ثانياً مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة مجموعة العناصر التي يسعى الباحث ان يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بموضوع الدراسة، تكون مجتمع هذه الدراسة من إختيار عينة عشوائية من المجتمع السوداني داخل ولاية الخرطوم: الخرطوم- بحري - امدرمان شملت علي كلا الجنسين ذكورا واناثا والبالغ عددهم ٢٠٠ فرد، من الذين يستخدمون الإنترنت وبشكل منتظم، ولقد جرت عملية جمع البيانات من خلال مقابلات الباحث معهم وتوضيح أهداف الدراسة لهم، وطلب منهم المصادقية، والوضوح، وحریتهم في المشاركة أو عدمها حيث تم توزيع عدد(٢٠٠) استبانة وتم استلام نفس العدد من عينة الدراسة بعد تعبيئتها.

ثالثاً اختيار عينة الدراسة:



تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية البسيطة حيث قام الباحث بتوزيع عدد ( ٢٠٠ ) استبانة، وتم استرجاعها بي نفس العدد صالحة للتحليل.

رابعاً الأساليب الاحصائية المستخدمة:

١- التكرار والنسب المئوية.

٢- الرسومات البيانية

خامساً مقياس صدق الأداة وثباتها:

للتأكد من صدق الأداة، تمّ عرض الاستبانة على ثلاث من المحكمين والمختصين ممن لهم إطلاع واهتمام بموضوع هذه الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في جامعة افريقيا العالمية، ومن ثمّ أخذ اقتراحاتهم وموافقاتهم على الأسئلة بعين الاعتبار وتم تعديل الاستبانة بصورتها النهائية.

أما من حيث الثبات الاستبانة:

لقد تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي (S. P. S. S) الإحصائية للعلوم الاجتماعية)، حيث استخدمت الأساليب الإحصائية الوصفية، وذلك لغرض خصائص أفراد العينة، ووصف إجاباتهم من خلال استخدام التكرارات، والنسب المئوية.

تحليل النتائج والبيانات المجمعّة من الدراسة الميدانية

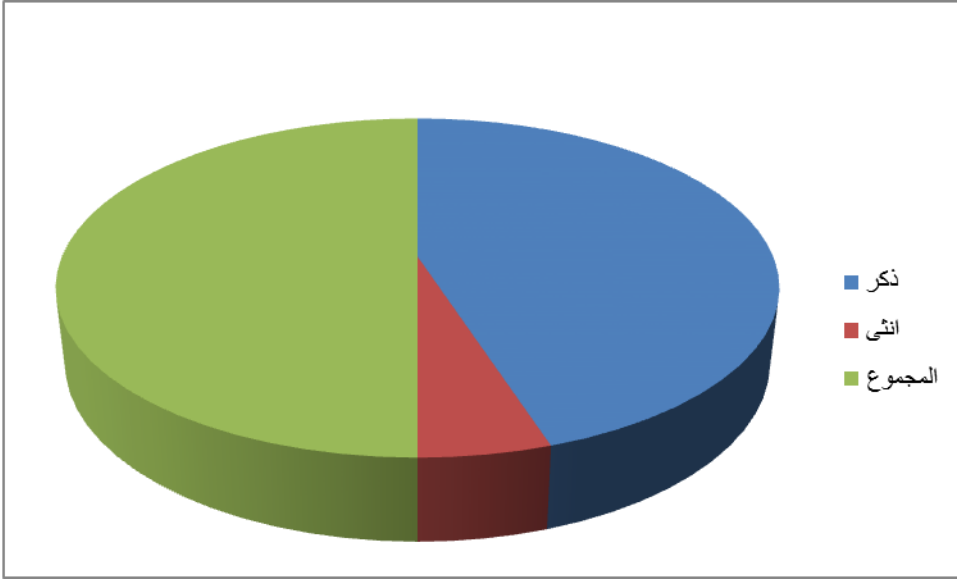
تعالج هذه الدراسة موضوع الدور الفعال الذي يمكن ان تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الدعوة الاسلامية وسط المجتمعات المسلمة،

والاستفادة من هذه التقنيات في خدمة الاسلام وانتشاره، ومدى تأثيرها على المستخدمين والتفاعل مع تلك الشبكات في الدعوة الي الله، مع التطبيق على عينة بلغ حجمها ( ٢٠٠ ) فرد، وبناءً على الاهداف والأسئلة التي تحاول الدراسة الإجابة عنها، والبيانات التي تمّ جمعها وتحليلها، حيث سيتم عرض أهم النتائج والمناقشات وفقاً لترتيب اهداف وأسئلة الدراسة.

جدول رقم(١): يوضح البيانات الشخصية للمبحوثين

النسبة	التكرار	النوع
٩٠%	١٨٠	ذكر
١٠%	٢٠	انثى
١٠٠%	٢٠٠	المجموع

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان عنصر الذكور يشكل القطاع الاكبر حيث بلغ عددهم ١٨٠ فرد بنسبة مئوية ٩٠%، و ٢٠ من الاناث بنسبة ١٠% من العدد الكلي ٢٠٠ فردا. شكل رقم(١)



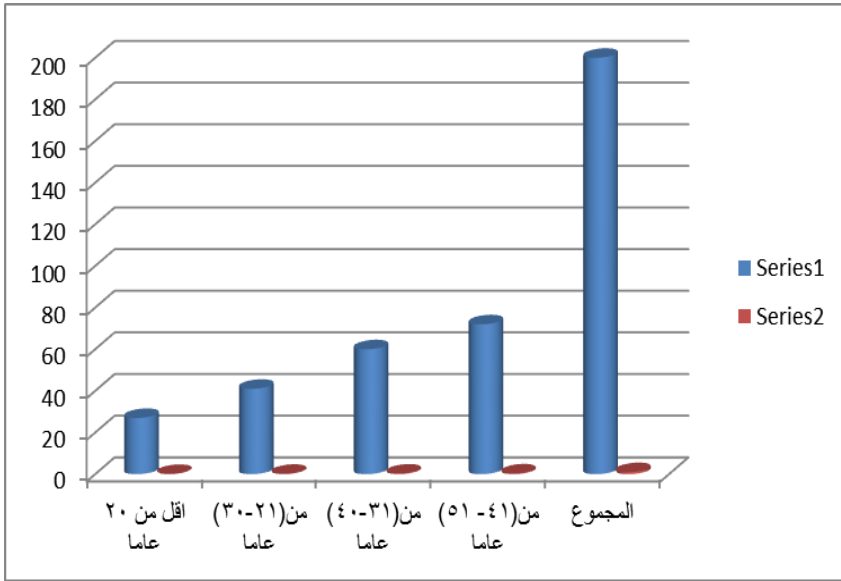
جدول رقم (٢) يوضح الفئة العمرية للمبحوثين

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
13%	27	اقل من ٢٠ عاما
21%	41	من (٢١-٣٠) عاما
30%	60	من (٣١-٤٠) عاما
36%	72	من (٤١-٥١) عاما
100%	200	المجموع

من الملاحظ من الجدول اعلاه، ان ٢٧ من افراد العينة بنسبة ١٣% اعمارهم اقل من ٢٠. بينما نجد ان ٤١ من العينة بنسبة ٢١% تتراوح اعمارهم من (٢١-٣٠). بينما كانت ٦٠ من العينة بنسبة ٣٠% اعمارهم (٣١-٤٠). بينما يتراوح عدد ٧٢ من العينة بنسبة ٣٦% اعمارهم

من (٤١-٥١). وعليه يتلاحظ ان الفئات العمرية الاكثر للمبحوثين تقع ما بين (٣١-٥١).

شكل رقم (٢)

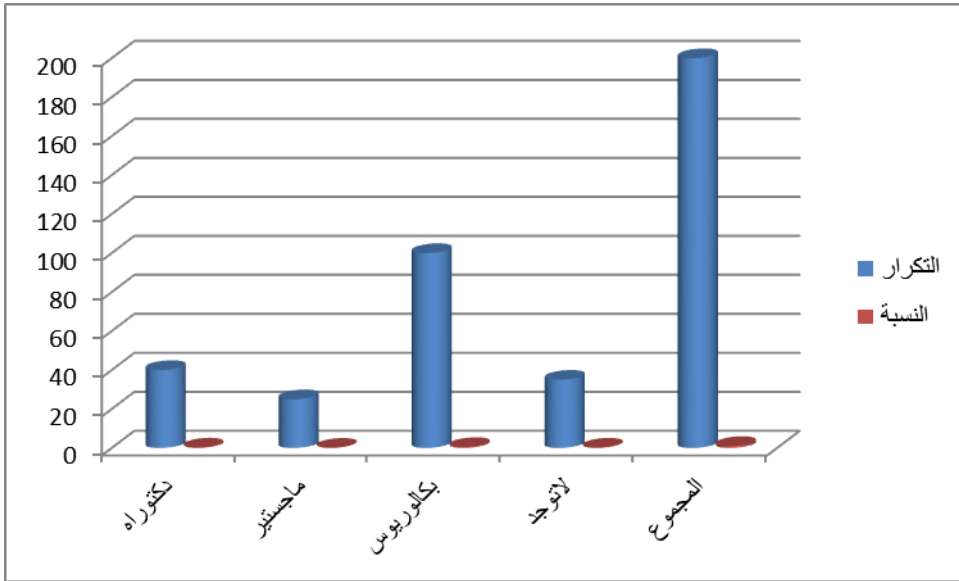


جدول رقم (٣) يوضح المستوى التعليمي للمبحوثين

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
٢٠%	٤٠	دكتوراه
١٢%	٢٥	ماجستير
٥٠%	١٠٠	بكالوريوس
١٨%	٣٥	لا توجد
١٠٠%	٢٠٠	المجموع

من الملاحظ في الجدول اعلاه ان الحاصلين علي شهادة البكالوريوس ١٠٠ فرد من العينة بنسبة ٥٠%. بينما تحصل حملة الدكتوراه والبالغ عددهم ٤٠ بنسبة ٢٠%. فيما كان عدد ٢٥ من العينة بنسبة ١٢% من حملة الماجستير. ونجد ان عدد ٣٥ من افراد العينة بنسبة ١٨% لا يحملون اي شهادات علمية.

شكل رقم (٣)

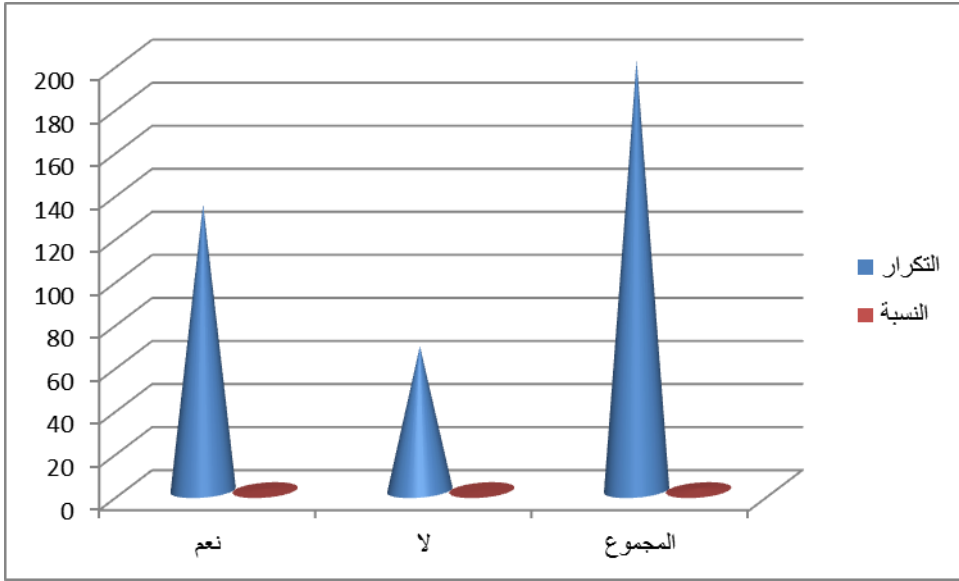


جدول رقم (٤) يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	١٣٣	٦٧%
لا	٦٧	٣٣%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

من الملاحظ في الجدول اعلاه ان عدد ١٣٣ من افراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ٦٧%. بينما كان عدد ٦٧ من افراد العينة بنسبة ٣٣% لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

شكل رقم (٤)



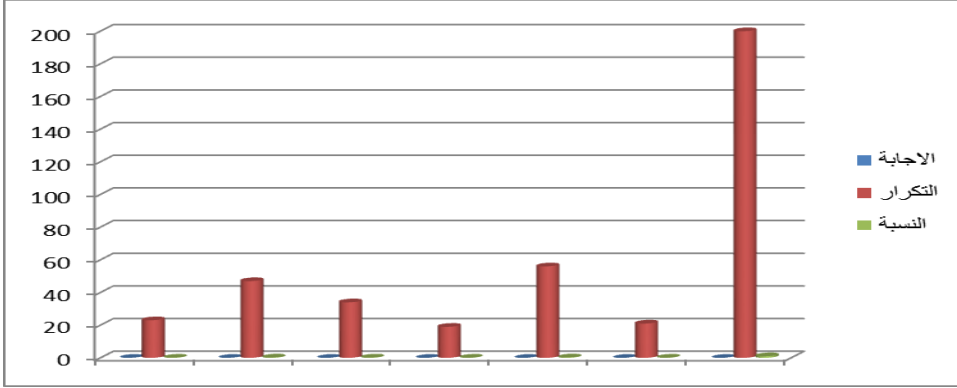
جدول رقم (٥) يوضح عن تكرار ودوافع الاستخدام للمواقع التواصل الاجتماعي عامةً

الاجابة	التكرار	النسبة
لقضاء وقت الفراغ والحصول على المتعة والتسلية	23	١١%
مصدر مهم للمعلومات في قضايا مختلفة	47	٢٤%
مناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية	34	١٧%

التعرف على اصدقاء جدد	19	١٠%
مناقشة القضايا الدينية	56	٢٨%
اخرى	21	١٠%
المجموع	20 0	١٠٠%

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان الدوافع من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كانت اجابات ٢٣ من العينة بنسبة ١١% لقضاء وقت الفراغ والحصول علي المتعة. وان ٤٧ من العينة بنسبة ٢٤% يعتبرونها مصدر مهم للمعلومات. بينما نجد اجابات ٣٤ منهم بنسبة ١٧% يستخدمونها بغرض مناقشة القضايا الثقافية والاجتماعية. بينما ذهب ١٩ من العينة بنسبة ١٠% على التعرف بأصدقاء جدد. وكانت اجابات ٥٦ من العينة بنسبة ٢٨% بانهم يستخدمونها لمناقشة امورهم الدينية. بينما نجد ٢١ منهم بنسبة ١٠% يستخدمونها لأغراض اخري. ومما سبق يتضح بان دوافع استخدام المواقع الاجتماعية هي في الغالب الاعم من وجهة نظر المبحوثين للأمر الدينية.

شكل رقم (٥)



جدول رقم (٦) يوضح يوضح المواقع اكثر استخداماً لدى المبحوثين

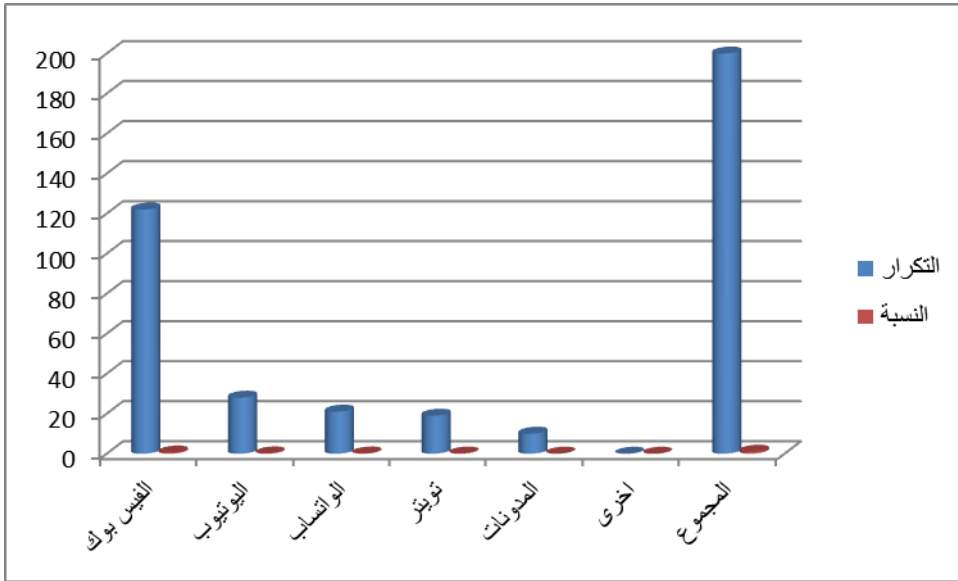
الاجابة	التكرار	النسبة
الفيس بوك	١٢٢	٦١%
اليوتيوب	٢٨	١٤%
الواتساب	٢١	١١%
تويتر	19	٩%
المدونات	١٠	٥%
اخرى	-	٠%
المجموع	200	١٠٠%

من الملاحظ من الجدول اعلاه نجد ان ١٢٢ من العينة بنسبة ٦١% يفضلون استخدام الفيس بوك فيما بينهم في نشر الوعي الديني



والمعلومات وهم الغالبية العظمى من العينة. بينما نجد عدد ٢٨ من افراد العينة بنسبة ١٤% يفضلون اليوتيوب. بينما ٢١ من نفس العينة بنسبة ١١% يستخدمون الواتساب في التواصل. وان عدد ١٩ من العينة بنسبة ٩% يستخدمون تويتر. اما عدد ١٠ من العينة بنسبة ٥% يستخدمون المدونات.

شكل رقم (٦)

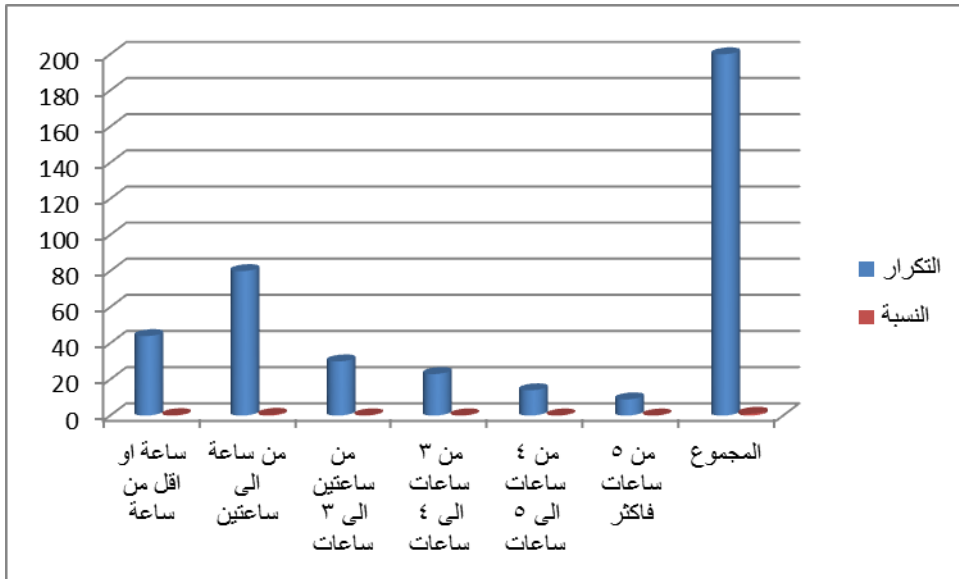


جدول رقم (٧) يبين عدد الساعات التي يستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي يومياً

النسبة	التكرار	الاجابة
٢٢%	٤٤	ساعة او اقل من ساعة
٤٠%	٨٠	من ساعة الى ساعتين

من ساعتين الى ٣ ساعات	٣٠	١٥%
من ٣ ساعات الى ٤ ساعات	٢٣	١٢%
من ٤ ساعات الى ٥ ساعات	١٤	٧%
من ٥ ساعات فاكثر	٩	٤%
المجموع	200	١٠٠%

شكل رقم (٧)

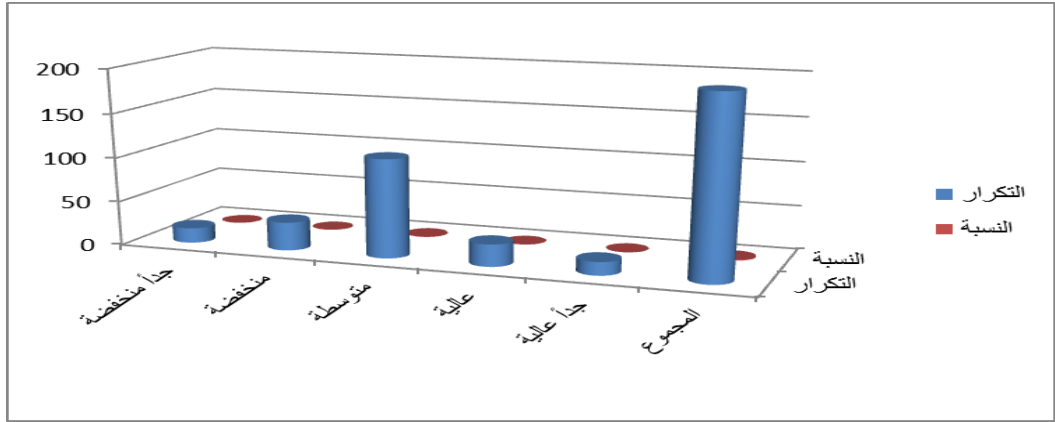


جدول رقم (٨) يوضح مدى الثقة بالمعلومات التي يحصل عليها  
المبحوثين من المواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	الاجابة
١١%	١٧	جداً منخفضة
١٦%	٣٢	منخفضة
٥٦%	١١١	متوسطة
١٠%	٢٥	عالية
٧%	١٥	جداً عالية
١٠٠%	200	المجموع

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان عدد ١٧ من العينة بنسبة ١١% ثقتهم منخفضة جداً في المعلومات التي يتحصلون عليها من مواقع التواصل. بينما كانت اجابات ٣٢ من افراد العينة بنسبة ١٦% بان ثقتهم في المعلومات من المواقع الاجتماعية منخفضة. بينما نجدها متوسطة بعدد ١١١ من افراد العينة وهم الاغلبية بنسبة ٥٦%. بينما كانت اجابات ٢٥ من العينة بنسبة ١٠% بان الثقة من هذه المواقع عالية. بينما تلاحظ عدد ١٥ من العينة بنسبة ٧% بانها جدا عالية.

شكل رقم (٨)

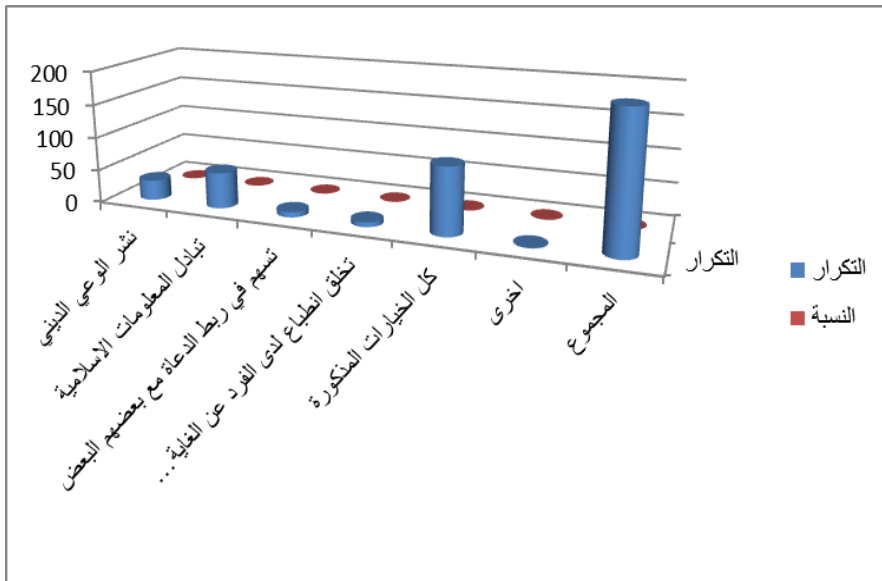


جدول رقم (٩) يبين الدور الذي يمكن ان تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الدعوة الي الله

الاجابة	التكرار	النسبة
نشر الوعي الديني	٣٠	%١٥
تبادل المعلومات الاسلامية	٥٤	%٢٧
تسهم في ربط الدعوة مع بعضهم البعض	٨	%٤
تخلق انطباع لدى الفرد عن الغاية العظيمة في نشر مقاصد الدعوة الي الله والاجر العظيم	٧	%٣
كل الخيارات المذكورة	١٠٠	%٥٠
اخرى	١	%١
المجموع	200	%١٠٠

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان الدور الذي تؤديه وسائل التواصل في نشر الدعوة دور مقدر ومتعظم فنجد اجابات مائة من العينة بنسبة ٥٠% تؤمن علي كل الادوار التي من شأنها ان تساهم وتعضد في نشر الدعوة الي الله. بينما نجد اجابات ٣٠ من افراد العينة بنسبة ١٥% بانها تساهم في نشر الوعي الديني بينهم. ونجد ان ٥٤ من العينة بنسبة ٢٧% بان تلك الوسائل تساهم في تبادل المعلومات الاسلامية. بينما تلاحظ ان ٨ منهم بنسبة ٤% بانها تساهم في ربط الدعوة مع بعضهم. بينما نجد ٧ منهم كذلك بنسبة ٣% بانها تخلق انطباع لدى الفرد عن الغاية العظيمة في نشر مقاصد الدعوة الي الله والاجر العظيم. بينما ذهب ١ من افراد العينة بنسبة ١% بانه توجد اسباب اخري لتلك المواقع.

شكل رقم (٩)

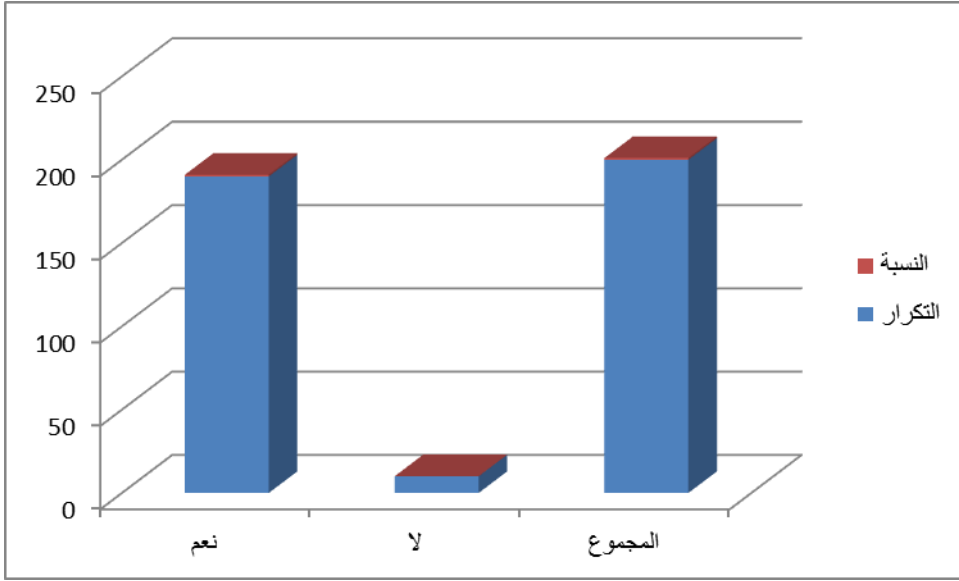


جدول رقم (١٠) يوضح اري المبحوثين عامةً اذا كان هناك تأثير سلبي او اجابي لهذه المواقع التواصلية.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	١ ٩٠	%٩٥
لا	١ ٠	%٥
المجموع	2 00	%١٠٠

من الملاحظ من الجدول اعلاه بان ١٩٠ من العينة بنسبة %٩٥ كانت اجابتهم بنعم. بينما ذهب ١٠ منهم بنسبة %٥ بلا.

شكل رقم (١٠)



جدول رقم (١١) يوضح ان السلبيات الاساسية لهذه المواقع

التواصلية

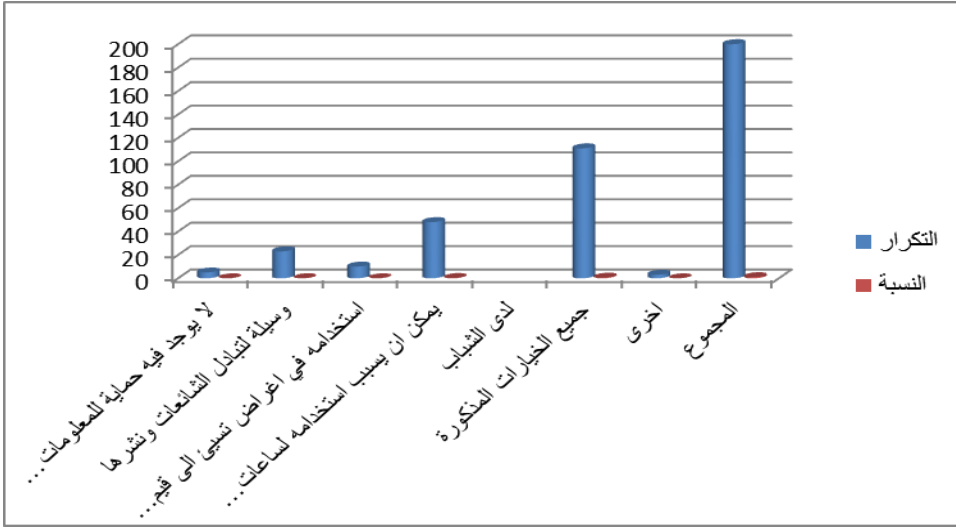
الاجابة	التكرار	النسبة
لا يوجد فيه حماية للمعلومات والخصوصية الكافية	٥	٣%
وسيلة لتبادل الشائعات ونشرها	٢٣	١١%
استخدامه في اغراض تسيئ الى قيم المجتمع	١٠	٥%
يمكن ان يسبب استخدامه لساعات طويلة حالة من الادمان لدى الشباب	٤٨	٢٤%

جميع الخيارات المذكورة	١١١	٥٥%
اخرى	٣	٢%
المجموع	20 0	١٠٠%

من الجدول اعلاه يتبين ان جميع السلبيات المشار اليه في الجدول اعلاه من وجهة نظر ١١١ من افراد العينة بنسبة ٥٥%. بينما نجد ان ٥ من العينة بنسبة ٣% يقرون بعدم وجود حماية للمعلومات والخصوصية. بينما ذهب ٢٣ منهم بنسبة ١١% بانها وسيلة لنشر الشائعات. بينما نجد اجابات ١٠ منهم بنسبة ٥% بان استخدامه في اغراض تسيئ الى قيم المجتمع. ونجد ان ٤٨ من العينة بنسبة ٢٤% بان استخدامها لساعات طويلة يسبب حالة من الادمان لدى الشباب. بينما ٣ منهم بنسبة ٢% يرون وجود اسباب اخرى.

شكل رقم (١١)



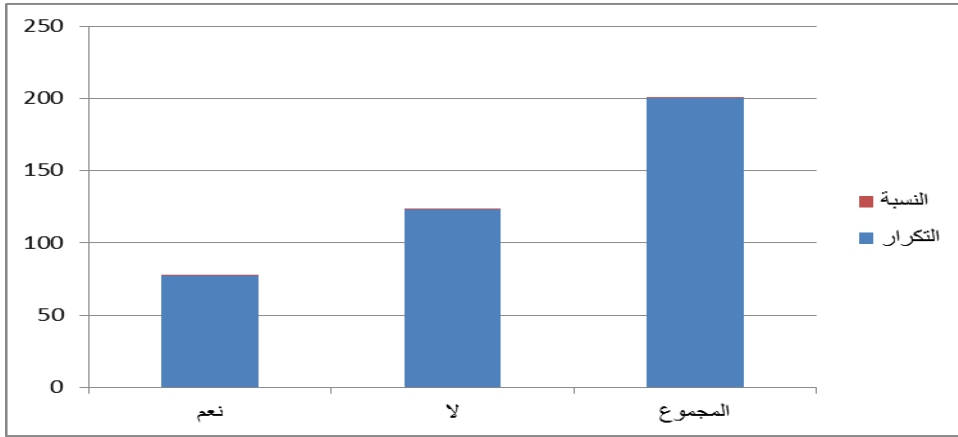


جدول رقم (١٢) يبين وجود اشكالية في تحقيق نشر الدعوة الي الله في مواقع التواصل الاجتماعي.

الاجابة	التكرار	النسبة
نعم	٧٧	٣٩%
لا	١٢٣	٦١%
المجموع	٢٠٠	١٠٠%

من الجدول يتضح ان عدد ٧٧ من العينة بنسبة ٣٩% يقرون بوجود اشكالية في تحقيق نشر الدعوة الي الله عبر وسائل التواصل الاجتماعي. بينما نجد ان عدد ١٢٣ من العينة بنسبة ٦١% لا توجد لديهم اشكالية في تحقيق نشر الدعوة الي الله عبر المواقع الاجتماعية.

شكل رقم (١٢)

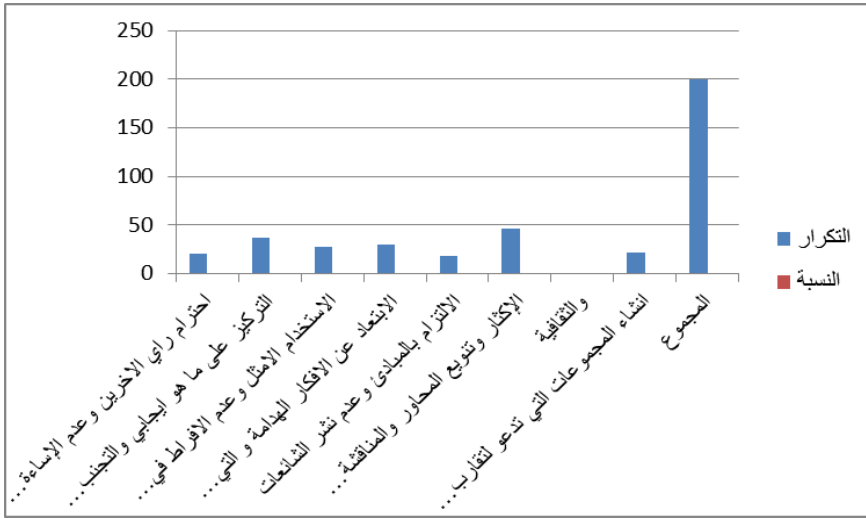


جدول رقم (١٣) يوضح يبين اهم مقترحات المبحوثين تجاه هذه المواقع التواصل الاجتماعية لتصبح اكثر فاعلية في تحقيق نشر الدعوة الي الله

النسبة	التكرار	مجمل المقترحات المذكورة حسب راي المبحوثين
١٠%	٢	احترام راي الاخرين وعدم الإساءة اليهم
١٩%	٣	التركيز على ما هو ايجابي والتجنب ما هو سلبي
١٣%	٢	الاستخدام الامثل وعدم الافراط في وتضييق الوقت
١٥%	٣	الابتعاد عن الافكار الهدامة والتي تخالف الدين والادب

٩%	١ ٨	الالتزام بالمبادئ وعدم نشر الشائعات
٢٣%	٤ ٦	الإكثار وتنويع المحاور والمناقشة في المواضيع الدينية والثقافية
١١%	٢ ٢	انشاء المجموعات التي تدعو لتقارب والتواصل الديني
١٠٠%	2 00	المجموع

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان الاكثار وتنويع المحاور والمناقشة في المواضيع الدينية لها نصيب الاعلى بعدد ٤٦ من افراد العينة بنسبة ٢٣%. بينما نجد عدد ٣٧ بنسبة ١٩% يقترحون التركيز على ما هو ايجابي والتجنب ما هو سلبي. بينما عدد ٣٠ بنسبة ١٥% مقترحهم الابتعاد عن الافكار الهدامة والتي تخالف الدين والادب. بينما تلاحظ عدد ٢٧ بنسبة ١٣% يفضلون الاستخدام الامثل وعدم الافراط في وتضييق الوقت. وان عدد ٢٢ منهم بنسبة ١١% يرون انشاء المجموعات التي تدعو لتقارب والتواصل الديني. وان عدد ٢٠ منهم بنسبة ١٠% يقترحون احترام راي الاخرين وعدم الإساءة اليهم. ونجد عدد ١٨ من العينة بنسبة ٩% يقترحون الالتزام بالمبادئ وعدم نشر الشائعات. شكل رقم (١٣)



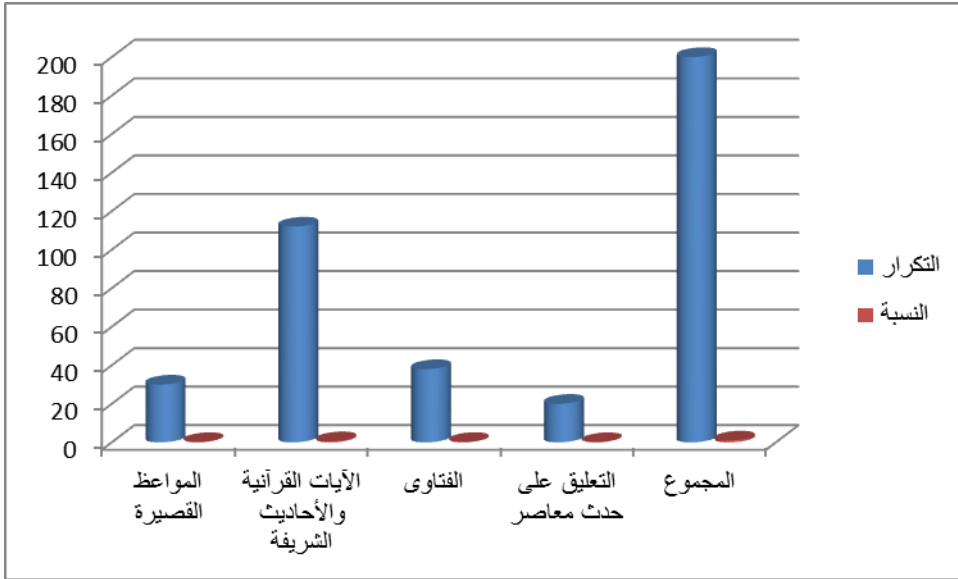
جدول رقم (١٤) أكثر المواضيع التي تجذبك في الصفحات الاسلامية من خلال دخولك لمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	المواضيع
١٥%	٣	المواعظ القصيرة
٥٦%	١ ١٢	الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة
١٩%	٣ ٨	الفتاوى
١٠%	٢ ٠	التعليق على حدث معاصر
١٠٠%	2	المجموع

00

من الجدول اعلاه يتبين ان الآيات القرآنية والاحاديث النبوية تأتي ضمن اكثر الاشياء التي تجذب انتباه المبحوثين بعدد ١١٢ بنسبة ٥٦%. بينما نجد عدد ٣٨ من افراد العينة بنسبة ١٩% تجذبهم الفتاوي. وان عدد ٣٠ منهم بنسبة ١٥% يشد انجذابهم نحو المواعظ القصيرة. بينما عدد ٢٠ منهم بنسبة ١٠% ينجذبون في التعليق على حدث معاصر.

شكل رقم (١٤)



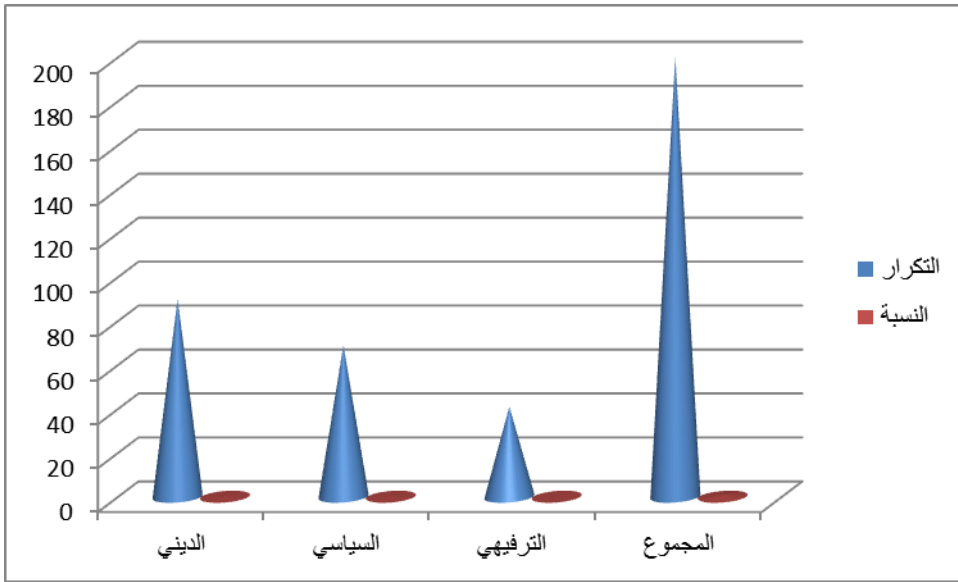
جدول رقم (١٥) يوضح المنشورات التي تلقى الاهتمام

المنشور	التكرار	النسبة
الديني	٩٠	٤٥%
السياسي	٦٩	٣٥%

الترفيهي	٤١	٢٠%
المجموع	٢٠	١٠٠%

من الملاحظ من الجدول اعلاه ان المنشورات ذات الطابع الديني تلقى اهتمام واسع بعدد ٩٠ من افراد العينة بنسبة ٤٥%. وان المنشورات ذات الطابع السياسي تلقى اهتمام لدى العينة بعدد ٦٩ بنسبة ٣٥%. بينما نجد المنشورات ذات الطابع الترفيهي تلقى اهتمام عدد ٤١ بنسبة ٢٠%.

شكل رقم (١٥)



## الخاتمة

مع التقدم العلمي والتكنولوجي انتشرت ظواهر عديدة في المجتمع عامة والمجتمع السوداني على وجه الخصوص، لم تكن معروفة سابقاً ومن هذه الظواهر ظاهرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعية على الإنترنت. التي تناولها الباحث للتحقق من وجود علاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين نشر الدعوة الإسلامية، وذلك بعد الاطلاع على دراسات تخص الموضوع قيد الدراسة وهو من الموضوعات الجديدة، ومتابعة بعض هذه المواقع الاجتماعية وجدت أنها مشكلة تستحق البحث والدراسة.

خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير المواقع التواصل الاجتماعية على المستخدمين وانه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (دردشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات والاستفادة من كل هذا في نشر دعوة الله وسط تلك المواقع بطريقة حديثة ومتطورة تفي بغرض الباحث من هذه الدراسة والخروج بنتائج تفيد المجتمع وتؤدي الي ارساء ونشر قيم الدين الاسلامي.

بينت الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعية أصبحت مصدراً مهماً يمكن الاعتماد عليها في الدعوة الى الله نسبة لارتباط تلك المواقع

بالشباب علي مختلف فئاتهم العمرية وبين المجتمع وهي أكثر من الوسائل التقليدية الأخرى انتشاراً، وهو ما أكدته هذه الدراسة وكذلك الدراسات السابقة التي أوضحت الدور المتعاظم لمواقع التواصل الاجتماعي.

### نتائج الدراسة

وفيما يلي أهم النتائج التي خرجت بها هذه الدراسة: -

١. اظهرت نتائج الدراسة ان مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت إعلاماً بديلاً، والجيل الجديد أصبح يستخدمها متى شاء، لنشر أو لتلقي الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، وهي متعددة الوسائط Multimedia
٢. بينت الدراسة أن أغلبية المبحوثين يستخدمون المواقع التواصل الاجتماعي بشكل مباشر.
٣. ان الغالبية العظمى من العينة المبحوثة تستخدم المواقع الاجتماعي لمناقشة القضايا الدينية وتعطيها الأولوية.
٤. يعتبر الفيس بوك من اكثر المواقع استخداماً، لنشر الوعي الديني والمعلومات.
٥. من ساعة الى ساعتين هي اكثر عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
٦. الثقة بالمعلومات التي يحصل عليها المبحوثين من المواقع التواصل الاجتماعي تعتبر متوسطة.



٧. مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في نشر الدعوة الي الله بشتي السبل الشرعية من نشر وتبادل المعلومات الاسلاميه وربط الدعاة مع بعضهم البعض وتخلق انطباع لدى الفرد عن الغاية العظيمة في نشر مقاصد الدعوة الي الله والاجر العظيم.

٨. يوجد تأثير إيجابي كبير لهذه الشبكات في الدعوة الي الله.

٩. وجود بعض من السلبيات لمواقع التواصل الاجتماعي.

١٠. لا توجد اشكالية في تحقيق نشر الدعوة الي الله عبر المواقع الاجتماعية.

١١. الإكثار وتنوع المحاور والمناقشة في المواضيع الدينية والثقافية هي من اهم مقترحات العينة المبحوثة للاستفادة من المواقع التواصل الاجتماعي لتصبح اكثر فاعلية في تحقيق نشر الدعوة الي الله.

١٢. ان الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة هي من أكثر المواضيع التي تجذب افراد العينة المبحوثة في الصفحات الاسلاميه من خلال دخولهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

١٣. ان المنشورات ذات الطابع الديني تلقى اهتمام واسع من قبل العينة المبحوثة.

١٤.

### التوصيات

توصيات الدراسة: -

- ١) يفضل استخدام اكثر من وسيلة من الوسائل في شبكات التواصل الاجتماعي حتي تنشر الدعوة الي الله بصورة اوسع.
- ٢) يجب اعتماد الدقة في التوثيق فيما ينقل وينشر عن اهداف ومقاصد الدعوة الي الله عبر المواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣) لا بد من تنوع طرق الدعوة الي الله بحيث تتناسب مع المستوى العقلي والفكري والثقافي والعلمي للمخاطبين.
- ٤) اللغة التي نخاطب بها جمهور شبكات التواصل الاجتماعي لا بد أن تكون مفهومة ومبسّطة قدر الإمكان لتخاطب كل شرائح المجتمع وخاصةً الشباب.
- ٥) أن يكثُر الدعاة من الخوض في القضايا المعاصرة، والحيوية التي يعاني منها المجتمع، وان يدلّوا بدلّوهم فيها متخذين من الإسلام زادا وعدّة في تقييم مستجدات العصر وأحداثه.
- ٦) أن يكون هناك تقييم بين الفينة والأخرى حول وسائل نشر الدعوة، وعلى راسها الوسائل الحديثة من قبل المهتمين.

## المصادر والمراجع

### الكتب والمراجع:

١. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (٢٠٠٣). لسان العرب، بيروت: دار صادر. مادة (دعا)، ص ٢٥٨ / ١٣.
٢. الفيومي، أحمد بن محمد المقري (٢٠١١). المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، ص ١٩٤. بيروت: المكتبة العلمية.
٣. انيس، ابراهيم (١٩٦٠). المعجم الوسيط، الجزء الاول، طهران: مجمع اللغة العربية المكتبة العلمية. ٢٨٦ ص.
٤. ابن تيمية، أحمد بن عبد الحلیم (٢٠٠٥). مجموع فتاوى ابن تيمية ج ١٥ / ١٥٧ / مكتبة ابن تيمية، الطبعة الثانية.
٥. زكري، ابي بكر (٢٠١٢). الدعوة إلى الإسلام، ص ٨، القاهرة: مكتبة دار العروبة.
٦. العقل، ناصر بن عبد الكريم (٢٠١٣). العلماء هم الدعاة، ألقى هذه المحاضرة بمسجد القدس بحي الروابي بالرياض في جمادى الثانية ١٤١٢ هـ.
٧. العصيمي، فهد بن حمود (١٤١٣هـ)، الدعوة الي الله اهميتها ووسائلها متاح علي الرابط: <http://obeikandl.com>
٨. الزاكي، علاء الدين (٢٠٠٨). وسائل الدّعوة بين الأصالة والمغاصرة، مجلة دراسات دعوية، العدد ١٦، يونيو ٢٠٠٨ م.
٩. احمد، المسلمي كمال الدين الحاج (٢٠١٣). أساليب الدعوة وواقع المجتمع المعاصر. ص ٨، بحث منشور في مستودع جامعة القران الكريم والعلوم الاسلامية. السودان.

١٠. مرعي، السيد محمد (٢٠٠٩). تكنولوجيا الدعوة الإسلامية، الجيزة: مركز الإعلام العربي، ط ١، ص ١٣٢.
١١. الهندي، عادل (٢٠١٠). فن التواصل الدعوي الناجح، مؤسسة إقرأ للنشر والتوزيع، ط ١، ٢٠١٠ م.
١٢. هتيمي، حسين محمود (٢٠١٥). العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي. الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، عُمان، ط ١، ص ٨.
١٣. شقرة، علي خليل (٢٠١٤). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط ١، ص ٨.
١٤. حميش، عبدالحق (٢٠٠١). توظيف الانترنت في الدعوة الى الله تعالى، بحث منشور في مجلد ندوة "مقتضيات الدعوة في ضوء المعطيات المعاصرة" جامعة الشارقة، ابريل ٢٠٠١ م.
١٥. Social Media Security، Michael Cross (USA: ١st. ed. Elsevier Inc، (٢٠١٤، ٢٢ p:

#### المواقع الالكترونية:

١. [www.Socialbackers.com](http://www.Socialbackers.com)

٢. [www.en.wikipedia.org](http://www.en.wikipedia.org)

٣. [www.webopedia.com](http://www.webopedia.com)