



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 04-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام
(دراسة على عينة من أئمة مساجد ولاية قسنطينة)
Imams' Handling of News in Leading Public Opinion
(A Study of a Sample of Imams from the State of Constantine)

عادل شويب¹

adelc7981@gmail.com1

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة

تاريخ القبول: 2026/05/24

تاريخ الإرسال: 2026/03/11

I. الملخص:

تناولت هذه الدراسة الموسومة بـ "تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام (عينة من أئمة ولاية قسنطينة)" كيفية تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام، وهذا باعتبارهم ممثلين للخطاب الإسلامي، حيث تم اعتماد استمارة الاستبيان من أجل جمع البيانات حول الموضوع ومن خلال تحليل إجابات 86 إماما عن أسئلة الاستمارة، خلصت الدراسة إلى أنّ الأئمة مخولون لقيادة الرأي العام كلما اتصفوا بصفات اتصالية مناسبة وكلما قاموا بالوظيفة الاستشارية بشكل مقبول، كما خلصت الدراسة أيضا إلى أنّ الأئمة يتابعون الأخبار، خاصة القرية من تخصصهم أو القرية جغرافيا منهم ويسعون للتأثير على الجمهور من خلالها وقد ظهر ذلك جليا مع فئة الجامعيين والشباب.

الكلمات المفتاحية: الأئمة، الأخبار، قادة الرأي

ABSTRACT:

This article focuses on how Imams, as bearers of the Islamic discourse, deal with news in their role of leading public opinion. A questionnaire is used as the primary tool for data collection. Through analyzing the responses of 86 Imams, the study concludes that Imams are qualified to lead public opinion when they possess appropriate communication skills and effectively perform their consultative role. The article also finds out that Imams

¹ - المؤلف المرسّل : د. عادل شويب. adelc7981@gmail.com1



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

follow news geographically close to them or to their field of specialization. Accordingly, they seek to influence the public through the news and target particularly university students and young people.

Keywords: Imams, News, Leaders of opinion

1 مقدمة:

تعتبر الأخبار والمعلومات التي يتداولها الأفراد عبر مختلف وسائل الاتصال والإعلام حول الأحداث والقضايا والمشكلات اليومية التي تحصل في المجتمع من المحددات الرئيسية لاتجاهات الرأي العام فيه، حيث أن هذه المعلومات والأخبار تسهم بشكل كبير في تكوين الأفكار والتصورات وحتى المعتقدات الخاصة بالأفراد والجماعات، بل إنها تتدخل في تحديد مواقف واتخاذ قرارات مهمة ومصيرية للفرد والمجتمع، ومع تطور وسائل الإعلام أصبح هذا العصر عصر مجتمع المعلومات، الذي بدأ مع ظهور الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون وصولاً إلى الأنترنت.

في خضم هذا التطور ظهرت أبحاث كثيرة تحلل وتفسر تأثير نقل المعلومات والأخبار عبر هذه الوسائل ومن أهمها ما يعرف بانتقال المعلومات عبر مرحلتين التي أشار إليها بول لازارسفيلد واليهو كاتز (Paul Lazarsfeld and Elihu Katz) في دراستهما خلال أربعينات القرن العشرين، والتي سلطت الضوء على ظاهرة قادة الرأي أو الفكر الذين لديهم دور كبير في إحداث التأثير من خلال استقبال المعلومات من وسائل الإعلام وإعادة نشرها على مجموعة من الأفراد وفق رأي خاصة، وقد وضع هؤلاء القادة صفات مشروطة ووظائف معينة يقومون بها، حتى يكونوا قادة رأي في المجتمع.

وظاهرة قادة الرأي ليست جديدة ولا حكراً على مجتمعات دون أخرى، بل هي موجودة منذ بداية التجمع الإنساني وفي مختلف الحضارات. في مجتمعنا الإسلامي، يمارس قادة الرأي دوراً كبيراً في التأثير، ولعل من أهم هؤلاء القادة نجد القيادات الدينية المتمثلة في أئمة المساجد الخطباء الذين خلفوا رسول الله صلى الله عليه وسلم، واعتلوا منبره ويسعون لإتباع منهجه، في مواجهة دائمة مع الجمهور كل جمعة في المسجد، وكل يوم مع الناس.

وفي هذا السياق تأتي دراستنا هاته في محاولة لتسليط الضوء على مدى قيام الأئمة بوظيفة قيادة الرأي العام في مجتمعهم وتوجيهه، من خلال ما يستقبلون من أخبار ويعيدون نشرها عبر منابر مساجدهم أو مختلف المنابر الاتصالية الحديثة، وهذا باعتبارهم ممثلين للخطاب الإسلامي قرآناً وسنة.

وعليه فنحن أمام إشكالية مفادها:

- كيف يتعامل الأئمة مع الأخبار باعتبارهم قادة للرأي العام؟



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-204X

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

وينبثق عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية هي:

- هل يملك الأئمة الصفات الاتصالية لقادة الرأي؟
- هل يمارس الأئمة وظيفة قادة الرأي؟
- كيف يتابع الأئمة الأخبار؟
- كيف يتناول الأئمة الأخبار؟
- وتسعى هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف من خلال الإجابات عن الإشكالية وتساؤلاتها وتتمثل في:
- التعرف على مدى تمتع الأئمة بصفات قادة الرأي
- التعرف على طبيعة علاقة الأئمة بالرأي العام.
- التعرف على كيفية تعامل الأئمة مع الأخبار.
- التعرف على منهج الأئمة في تناول الأخبار وتوجيه الرأي العام.

2. منهج وعينة الدراسة:

1.2. منهج الدراسة:

اعتمد الباحث على منهج وصفي موظفا أداة استمارة الاستبيان من أجل جمع البيانات، والتي مرت بالمراحل

التالية:

- الإعداد الأولي للاستمارة: بعد الاطلاع على التراث النظري للدراسة وتحديد أغراضها تم صياغة المحاور الرئيسية للاستمارة في شكلها الأول، حيث تم تقسيمها إلى أربع محاور بحسب أسئلة الإشكالية، إضافة إلى المعلومات الشخصية العامة المتعلقة بالسن والمستوى وطبيعة الوظيفة، وقد خلصت إلى 28 سؤالاً.
- تحكيمها وإعادة صياغتها: بعد عرض الاستمارة على ثلاث محكمين الذين قدموا ملاحظاتهم الشكلية والمنهجية على الاستمارة الأولية، تمت إعادة صياغتها فنياً وتشمل أربع محاور بالإضافة إلى المعلومات الشخصية على النحو التالي:

- معلومات خاصة
- المحور الأول: تناولت فيه الصفات الاتصالية لقادة الرأي.
- المحور الثاني: تناولت فيه الوظيفة الاستشارية لقادة الرأي.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

- المحور الثالث: كيف يتابع الأئمة الأخبار.

- المحور الرابع: كيف يتناول الأئمة الأخبار في سعيهم للتأثير على الرأي العام.

عينة الدراسة:

- مجتمع الدراسة: هو مجموع أئمة مساجد ولاية قسنطينة، واعتمادا على الإحصائيات المتحصل عليها من مديرية الشؤون الدينية والأوقاف لولاية قسنطينة، فإن عدد الأئمة بالمساجد هو 350 إماما.

- اختيار عينة الدراسة: بناء على حجم مجتمع الدراسة والبالغ 350 مفردة، ونظرا لظروف البحث اعتمد الباحث أحد أنواع العينات غير الاحتمالية، والتي بينها كل من "أونيغبوزي وكولنس" (Onwuegbuzie and Collins) في دراستهما التي قسمت العينات الاحتمالية وغير الاحتمالية، والمتمثلة في "العينة المريحة"، (دليو، 2024، ص191)، وهي طريقة سهلت على الباحث الوصول إلى عناصر العينة في أقل جهد ووقت، حيث قام الباحث بعدة خطوات من أجل توزيع وإعادة جمع الاستثمارات من أفراد العينة.

- استهداف قصدي بتوزيع الاستثمارات عبر الاتصال الشخصي بالأئمة .

- قام الباحث باستهداف الأئمة خلال اجتماعاتهم الشهرية، حيث تم توزيع بقية الاستثمارات.

- قام الباحث باسترجاع الاستثمارات من الأئمة حيث تمكن جمع 96 استثمارة منها 10 استثمارات فارغة، وعليه كان مجموع الاستثمارات التي أجيب عن أسئلتها هو 86 استثمارة من أصل 120 موزعة.

وبناء على معطيات عملية توزيع وجمع الاستثمارات، كانت العينة الممثلة من الأئمة هي 86 إماما، وهم جزء من 350 إماما أي نسبة 24.55 بالمئة وهي نسبة معتبرة وكافية لإجراء دراستنا.

3 مفاهيم الدراسة:

1.3

- لغة: من أم الشيء قصده وإمام البناء الخيط الذي يسوي به وإمام الشيء دليله، وإمام الناس في الصلاة الذي

يصلي بهم، وهي القيادة، (عمر. 2006. ص120).

- اصطلاحا: يراد بها: الإمامة الكبرى، التي هي الخلافة وهي رئاسة وإمارة المؤمنين. كما يراد بها: الإمامة

الصغرى وهي إمامة الصلاة. (الإمامة في الاصطلاح).



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

- الإمامة في القانوني الجزائري: هي منصب ووظيفة يمارسها كل من التحق بها من خلال تعيينه من قبل مديرية الشؤون الدينية، حيث تضم أربع رتب: إمام معلم، مدرس، أستاذ، أستاذ رئيسي. (الجريدة الرسمية. 2008. ص30).

- المفهوم الإجرائي:

الإمام في دراستنا هو ذلك الشخص المعين من قبل وزارة الشؤون الدينية والأوقاف كموظف رسمي أو مكلف أو متطوع مرخص له من أجل إلقاء الخطب والدروس التعليمية والإرشادية المختلفة بالمسجد.

2.3. مفهوم الخبر:

- لغة: خَبَرٌ يُخْبَرُ، تخبراً، خَبَرَهُ الأمر، أخبره به، أعلمه وأبلغه به، أنبأه به. (عمر. 2006. ص 214).

- الخبر عند المحدثين مرادف للحديث. قال الجوهرى: الحديث الخبر يأتي على القليل والكثير. وقيل الحديث ما جاء عن النبي صلى الله عليه وسلم والخبر ما جاء عن غيره وبينهما عموم وخصوص. (إسلام ويب. 30-01-2008).

- الخبر في الإعلام. اختلفت التعاريف عند الباحثين الإعلاميين باختلاف توجهاتهم الفكرية ومرجعياتهم الفلسفية ولمارساتهم الإعلامية الواقعية، فبرز مفهوم الخبر في الفكر والممارسة الليبرالية، في عدة اتجاهات منها:

- مفهوم ارتبط بالخبر نفسه من حيث تركيبته وعناصره وما يجلبه الحدث من إثارة واهتمام وغيرها، ومن أشهر ما دل على هذا التوجه ما ذكره "نيل ماكينيل (Neil MacNeil) بقوله: "أنّ الخبر هو جمع الحقائق عن الأحداث الجارية التي تثير اهتمام القراء لكي تطبعها الصحيفة"، وهو نفس تعريف "نورثكليف (Alfred Northcliffe) الذي قال: "أنّ الخبر هو الإثارة والخروج عن المألوف، عندما يعرض الكلب رجلاً فليس بالخبر لكن عندما يعرض الرجل كلباً فهذا هو الخبر" (الدليمي. ص32).

- مفهوم الخبر من حيث تأثيره ودوره في الحياة العامة، وهو ما أشار إليه "هارولد إينيز (Harold Innis) رئيس إحدى الصحف البريطانية بقوله "الأخبار هي الناس، لذلك يجب أن تكون بقدر ما تثير اهتمامهم بقدر ما تقدمه لهم من فائدة وتسلية، بقدر ما تعبر عما يجري في حياتهم اليومية" (أبو زيد. ص35-36). وهو ما عبر عنه أيضاً "كارل وارنر (Carl Warner) بقوله: "الأخبار من وجوه النشاط الإنساني التي تهم الرأي العام وتفيد، وهي كلمة لها معنيان، معنى بسيط كإنتاج سلعة بسيطة ومعنى عميق قد يشمل الحياة نفسها" (أبو زيد. ص34).



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

في حين عرفه "عبد اللطيف حمزة" بقوله: الخبر هو الجديد الذي يتلطف القراء على معرفته والوقوف عليه مجرد صدور الجريدة" (أبو زيد. ص 45-46).

- المفهوم الإجرائي:

الخبر في دراستنا هو تلك المعلومات التي ترد عن حدث أو واقعة من خلال أفعال أو أقوال ساكنة كانت أو متحركة، في الزمن القريب من الآن أو الآتي، في أي مكان من العالم يهتم بها أفراد المجتمع أو قمتهم.

3.3. مفهوم قادة الرأي:

- لغة: جمع مفردة قائد وهو ما سيطر أي أعلى وأبرز شيء وأظهره، والقود السوق. (ابن منظور. ج 12. ص 216).

- الرأي: هو وجهة النظر والتدبير والاعتقاد والفكر.

قادة الرأي: هم من يبرز وتظهر وجهة نظرهم وحسن تدبيرهم وتعلو أفكارهم.

- اصطلاحا: يعرف "أفريت روجرز" (Everret Rogers) - قادة الرأي بأنهم أولئك الأشخاص أصحاب النفوذ في مجال استحسان الأفكار أو استهجانها، ويعرف "بوجاردوس" (Emory Bogardus) القائد بأنه ذلك الشخص الذي يمارس نفوذه على عدد معين من الناس، "ويعبر "لازار سفيلد" عن أهمية قادة الرأي في العملية الاتصالية من خلال نظريته حول التدفق الإعلامي على مرحلتين، حيث يعتبر قادة الرأي هم الوسطاء، وهؤلاء القادة يسعون للتأثير على الجمهور من خلال تفسير وتوجيه هذه المعلومات وفق رغباتهم (الدليمي. 2016. ص 25). (البشر. 2014. ص 112).

- التعريف المختار

قادة الرأي: هم أولئك الأفراد الذين لهم تأثير على سلوك الآخرين، نتيجة لتمييزهم من نواح مختلفة مثل؛ شخصيتهم، مهاراتهم، أو اطلاعهم على الشأن العام أو منصبهم وغالبا ما يكونون أكثر استخداما لوسائل الإتصال من غيرهم وتتفاوت وتختلف صفاتهم ووظائفهم من قائد لآخر. (القييم. 2010)

4. تحليل بيانات استمارة الاستبيان

1.4. تحليل بيانات المعلومات الشخصية

الجدول رقم (1): الفئات السنوية للعينة.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأعباء في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

النسبة المئوية	التكرارات	السن / التكرارات
60.47	52	2040 —
39.53	34	4160 —
100	86	المجموع

يبين هذا الجدول توزيع عينة الدراسة بحسب فئاتها العمرية، حيث يظهر الجدول أن الأئمة الذين تنحصر أعمارهم بين 20 إلى 40 سنة تبلغ نسبتهم 60.47 % أي 52 إماما، وهذه النسبة تعبر عن أن أغلبية المبحوثين من فئة الشباب، في حين أن نسبة الأئمة الذين تنحصر أعمارهم من 41 إلى 60 سنة هي 39.53 % أي 34 إماما، وهم من فئة الكهول، الذين يتمتعون على الغالب بخبرة أكبر في الحياة والمجتمع من فئة الشباب .

الجدول رقم (2): فئات طبيعة الوظيفة.

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة الوظيفة / التكرارات
65.12	56	صفة رسمية
34.88	30	مكلف أو متطوع
100	86	المجموع

يبين هذا الجدول طبيعة وظيفة الإمامة لدى عينة المبحوثين، حيث تظهر أن نسبة الموظفين بصفة رسمية تقدر بـ 65.12 % ما يعادل 56 إماما، وتمثل أغلبية معتبرة وتتميز هذه الفئة بالاستقرار والاستمرارية في أداء وظيفتهم وتفرغهم التام لها.

بينما بلغت نسبة المكلفين أو المتطوعين 34.88 % أي ما يعادل 30 إماما، وهي نسبة معتبرة حيث تتميز هذه الفئة بالانفتاح على مجالات وخبرات متعددة، كما تتميز في الغالب بعدم الاستقرار والتفرغ وحتى عدم التخصص.

الجدول رقم (3): فئات طبيعة تكوين الأئمة.

النسبة المئوية	التكرارات	طبيعة التكوين / التكرارات
61.63	53	جامعي
38.37	33	معهد شرعي
100	86	المجموع



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأعباء في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

يبين هذا الجدول طبيعة تكوين الأئمة المبحوثين حيث أظهر أن نسبة الأئمة الذين لديهم تكوين المعهد الشرعي 38.37 % أي ما يعادل 33 إماما، وتتميز هذه الفئة بتخصصها وتكوينها وفق منهج ومقرر دراسي تضعه وزارة الشؤون الدينية، وبتأطير من موظفيه، كما تتميز بقصر مدة التكوين وتركيزه من سنتين إلى ثلاث سنوات، بينما بلغت نسبة الأئمة الذين لديهم تكوين جامعي 61.63 % ما يعادل 53 إماما وهي أغلبية العينة المبحوثة، وتتميز هذه الفئة بتعدد التخصصات وتعدد مناهج الدراسة الجامعية باختلاف هذه التخصصات، كما تتميز بنوع من التأطير عالي المستوى من خلال إشراف الدكاترة والباحثين في التكوين.

2.4. تحليل بيانات المحور الأول مدى اتصاف الأئمة بصفات اتصالية لقادة الرأي

الجدول رقم (4) : وسائل التواصل مع الناس

وسائل الاتصال/ التكرارات	التكرارات	النسبة المئوية
خطب	86	100.00
مواقع التواصل	35	40.70
التجمعات	11	12.79
المحاضرات	32	37.21
وسائل الإعلام	6	6.98
المجموع	170	100

يبين هذا الجدول وسائل تواصل الأئمة، حيث ظهر أن نسبة استخدام الخطب المسجدية هي 100 % من العينة وهو أمر طبيعي، كون وظيفتهم تلزمهم بتقديم الخطب والدروس في لمسجد. وجاءت مواقع التواصل في المرتبة الثانية بنسبة 40.70 % وهو كذلك وضع طبيعي، كون هذه الوسيلة هي الأكثر انتشارا واستعمالا، وبلغت نسبة التواصل عبر التجمعات واللقاءات الشخصية 12.79 % وهي نسبة معتبرة، بينما كانت نسبة استخدام المحاضرات كوسيلة للتواصل 37.21 % وهي نسبة معتبرة جدا، في حين أن نسبة استخدام وسائل الإعلام 6.98 % وهي طبيعية رغم انخفاضها نظرا لقلتها خاصة الدينية.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأعباء في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

الجدول رقم (5): مصادر المعلومات المتعلقة بالشأن العام.

النسبة (63 المجيبون عن السؤال)	التكرارات	المصادر / التكرارات
44.44	28	الاتصال الشخصي
36.50	23	مواقع التواصل
17.46	11	وسائل الإعلام
100	62	المجموع

يبين هذا الجدول أكثر المصادر استخداما للحصول على المعلومات من قبل عينة الأئمة، حيث ظهر أن أكثر المصادر استخداما هي الاتصال الشخصي بنسبة 32.56 %، ثم وسائل الإعلام بنسبة 26.74 %، وفي الأخير مواقع التواصل بنسبة 12.79 %. وقد يرجع هذا التفضيل إلى نظرة الأئمة لطبيعة الشأن العام الذي يكون المجتمع القريب منهم من مصلي المسجد أو سكان الحي، حيث تنقل المعلومات فيه بالاتصال الشخصي، ثم يأتي المجتمع الأوسع الذي يتطلب الحصول على معلوماته وسائل الإعلام أو مواقع التواصل، كما قد يكون هذا التفضيل راجعا إلى الثقة في المصدر، حيث يعتبر الاتصال الشخصي أكثر مصداقية من وسائل الإعلام ومواقع التواصل.

الجدول رقم (6): أفضل المواضيع المتابعة

النسبة	التكرارات	الموضوعات المتابعة / التكرارات
4.64	4	ترفيهية
40.69	35	إخبارية
53.49	46	دينية
1.16	1	أخرى
100	86	المجموع

يظهر هذا الجدول طبيعة المواضيع التي يتابعها الأئمة المبحوثون عبر وسائل الإعلام أو مواقع التواصل، وقد جاءت المواضيع الدينية الأكثر متابعة بنسبة 53.49 %، ثم تلتها المواضيع الإخبارية بنسبة 29.07 %، والمواضيع الأخرى 1.16 % وذكرت المواضيع الرياضية. وتشير هذه النسب إلى اهتمام الأئمة بالمواضيع القريبة إلى تخصصهم ووظيفتهم، كما تعبر كذلك عن اهتمام واضح بقضايا الشأن العام من خلال متابعة نسبة معتبرة منهم بالمواضيع الإخبارية.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د إ: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأعباء في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

3.4. تحليل بيانات الحوار الثاني : مدى ممارسة الأئمة للوظيفة الاستشارية لقادة الرأي

الجدول رقم (7): مدى طلب الاستشارة من الأئمة.

الطلب الاستشارة/ التكرارات	التكرارات	النسبة
دائما	16	18.60
أحيانا	56	65.12
إطلاقا	14	16.28
المجموع	86	100

يبين هذا الجدول نسبة الأئمة الذين يطلب منهم الاستشارة، وقد أظهرت النتائج أن 18.60 % يطلب منهم بشكل دائم و65.12 % يطلب أحيانا و16.28 % لا يطلب منهم إطلاقا، وعلى العموم فإن نسبة 83.72 % من الأئمة يطلب منهم الاستشارة.

الجدول رقم (8): طلب حل المشكلات

حل المشكلات/ التكرارات	التكرارات	النسبة
دائما	26	31.40
أحيانا	52	59.30
إطلاقا	8	9.30
المجموع	86	100

هذا الجدول يبين مدى قيام الأئمة بحل المشكلات والإصلاح بين الناس، وكانت النتائج أن 59.30 %، يقومون بهذه الوظيفة أحيانا و31.40 % بشكل دائم و9.30 % لا يقومون بذلك إطلاقا، ومنه فإن 90.70 % يقومون بحل المشكلات والإصلاح بين الناس بشكل دائم أو متقطع وهذه الوظيفة هي في صميم عمل الأئمة ومهامهم.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د إ: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

الجدول رقم (9): طبيعة الاستشارة

طبيعة الاستشارة/ التكرارات	التكرارات	النسبة
شخصية	57	66.28
الشأن العام	44	51.16
المجموع	86	100

هذا الجدول يبين طبيعة الاستشارة التي يقدمها الأئمة، والتي كانت بأن بلغت نسبة من يقدمون استشارات شخصية 66.28 %، وأما من يقدم استشارات خاصة بالشأن العام هي 51.16 % ورغم أن أكثرية الأئمة استشارتهم شخصية، إلا أن نسبة 51.16 % هي نسبة جد معتبرة، وتدلل على اهتمام من الأئمة بالشأن العام وثقة الناس باطلاعهم الواسع ومكانتهم المعتمدة عندهم .

4.4. تحليل بيانات المحور الثالث كيفية متابعة الأئمة للأخبار

الجدول رقم (10): مدى متابعة الأخبار

المتابعة / التكرارات	التكرارات	النسبة
دائما	61	70.93
أحيانا	22	25.58
إطلاقا	3	3.49
المجموع	86	100

هذا الجدول يبين مدى متابعة الأئمة للأخبار، وقد أظهرت النتائج أن 70.93 % من العينة تتابع الأخبار بشكل دائم، و 25.58 % من الأئمة يتابعون الأخبار أحيانا، بينما 3.49 % لا يتابعون الأخبار إطلاقا، وترجع هذه النسبة المرتفعة من المتابعة الدائمة للأخبار للظروف الاستثنائية التي يعيشها البلد وتنازع الحراك الشعبي وما خلفه من أحداث يهتم لها القاصي والداني.

الجدول رقم (11): طرق التأكد من الأخبار

ط. التأكد/ التكرارات	التكرارات	النسبة
المصادر الأصلية	55	63.95



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

47.67	41	الوسائل المتعددة
37.21	32	التحري الخاص
8.14	7	طرق أخرى
100	86	المجموع

يوضح هذا الجدول مدى استخدام الأئمة لطرق مختلفة للتأكد من الأخبار، حيث احتل المرتبة الأولى طريقة الرجوع إلى المصادر الأصلية بـ 63.95 % من الأئمة، وجاء ثانيا استعمال وسائل متعددة بـ 47.67 % وثالثا التحري الخاص بـ 37.21 % وفي الأخير طرق أخرى 8.14 %. وتشير هذه النتائج إلى حرص أغلبية الأئمة إلى استخدام المصادر الأصلية للخبر وهذا لا يتاح في حال أخبار وطنية أو دولية ويكون ممكنا في الأخبار حول الأحداث المحلية مثل أحداث تقع في حي المسجد، حيث يمكن التقاء شهود العيان، وتبقى الطريقة الأنجع هي استخدام وسائل متعددة لأن التحري الخاص يصعب تحقيقه في مختلف الأخبار سوى المحلية.

الجدول رقم (12): طبيعة الأخبار المتابعة

ط. الأخبار / التكرارات	التكرارات	النسبة
محلية	52	60.46
وطنية	71	82.56
عربية وإسلامية	65	75.58
دولية	57	66.28
المجموع	86	100

هذا الجدول يوضح طبيعة الأخبار التي يتابعها الأئمة، حيث تظهر النتائج متابعة كبيرة للأخبار الوطنية بنسبة 82.56 %، تليها الأخبار العربية والإسلامية بنسبة 75.58 % ثم الأخبار الدولية بـ 66.28 % ثم المحلية بـ 60.46 %. وترجع المتابعة الكبيرة للأخبار الوطنية نظرا لتزامن البحث مع أحداث الحراك الشعبي في الجزائر وما تبعه من تغيرات اهتم لها الجميع، أما عن المتابعة الكبيرة للأخبار الدولية والعربية والإسلامية فيعود إلى القرب العاطفي والإيديولوجي وكذلك هيمنة وسائل الإعلام العربية والدولية على الساحة الإعلامية، أما تراجع الأخبار المحلية فهو



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د إ: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

ناتج عن غياب وسائل الإعلام المحلية، وكذلك عدم وجود سكن للعديد من الأئمة في الأحياء التي بها المساجد الموظفون بها، وبالتالي بعدهم عن الأحداث.

5.4. تحليل بيانات المحور الرابع: كيفية تناول الأئمة للأخبار

الجدول رقم (13): وسيلة إعادة نشر الأخبار

النسبة	التكرارات	نشر الأخبار/ التكرارات
34.88	30	الاتصال الشخصي
45.35	39	مواقع التواصل
62.79	54	خطب ودروس
5.81	5	أخرى
100	86	المجموع

هذا الجدول يوضح الوسائل التي يستعملها الأئمة في نشر الأخبار وقد جاءت النتائج على النحو:

62.79 % من الأئمة يقومون بنشر الأخبار عبر الخطب والدروس تليها مواقع التواصل ب 45.35 % ثم

الاتصال الشخصي ب 34.88 % ووسائل أخرى ب 5.81 %.

نلاحظ أن اعتماد أغلبية الأئمة على الخطب والدروس كوسيلة لنشر الأخبار باعتبار أن لها منبرا ثابتا ومكانا

ثابتا هو المسجد وأيضا زمانا ثابتا هي الجمعة وجمهور دائم هم المصلون، كما أنها وسيلة النبي صلى الله عليه وسلم الأولى - لكن في ظل عصر الأنترنت - هل هذه الوسيلة بقيت لها نفس الأهمية؟ بوجود مواقع التواصل الاجتماعي التي تلعب دورا رائدا في هذا المجال، وقد يكون هذا التفضيل للخطب على حساب مواقع التواصل نتيجة الحذر والتحسس من هذه الأخيرة أو لعدم تقدير مكانتها في الواقع.

الجدول رقم (14): طبيعة الأخبار التي تتناولها في الخطب والدروس أو عبر مواقع التواصل

النسبة	التكرارات	نوع الأخبار/ التكرارات
13.95	12	قريبة جغرافيا
72.09	62	لها اهتمام كبير
3.89	3	غريبة ومثيرة



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

83.72	72	قضايا دينية
9.30	8	أخرى
100	86	المجموع

يظهر هذا الجدول طبيعة الأخبار التي يتناولها الأئمة في خطبهم أو عبر مواقع التواصل وجاءت النتائج بأن نسبة 83.72 % من الأئمة يتناولون القضايا الدينية و 72.09 % يتناولون القضايا ذات الاهتمام الكبير و 13.95 % يتناولون القضايا القريبة جغرافيا و 9.30 % يتناولون قضايا أخرى و 3.89 % يتناولون القضايا الغريبة والمثيرة . وتدل هذه النتائج على اهتمام الأئمة بالقضايا الدينية التي هي قريبة من تخصصهم ولب وظيفتهم وكذلك كان تناول القضايا ذات الاهتمام الكبير عند الناس بنسبة كبيرة من قبل الأئمة وهو يدل على وعيهم وإدراكهم لأهمية مواكبة انشغالات وهموم الناس، لكن النسبة المنخفضة لمن يتناولون قضايا قريبة جغرافيا، وهذا غريب لأن الأصل هو تفاعل الإمام مع الأحداث القريبة من محل سكنه أو المسجد الذي يعمل به حتى يحقق التأثير المطلوب، ولعل السبب وراء هذا هو التعرض الكبير لوسائل الإعلام والذي يؤثر بشكل كبير على خيارات الأئمة ويحددها لهم.

الجدول رقم (15): كيفية تناول الأخبار والأحداث

تناول الأخبار / التكرارات	التكرارات	النسبة
الإشارة للخبر	48	55.81
الاستدلال بالخبر	46	53.49
استخلاص موضوع	39	45.35
الخبر هو الموضوع	21	24.42
المجموع	86	100

يبين هذا الجدول كيفية تناول الأئمة للأخبار وقد جاءت النتائج على النحو التالي:

الإشارة إلى الخبر 55.81 % ثم الاستدلال بالخبر 53.46 % ثم استخلاص موضوع 45.35 % ثم جعل الخبر هو الموضوع 24.42 بالمئة.

هناك نسبة كبيرة يشيرون فقط إلى الأخبار، وهذا في الحقيقة ليست المهمة الرئيسية للإمام الذي هو موجه ومرشد بالدرجة الأولى وليس مخبرا ينقل الخبر مجردا، بل إنه يسعى للتأثير في الرأي العام من خلال تناول الأخبار،



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د إ: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

وهذا الهدف لا تحققه مجرد الإشارة، وعلى العموم فإن الخيارات المذكورة نسبها كذلك مرتفعة وهي تدل على أن أغلبية الأئمة مدركون لهدفهم من تناول الأخبار.

الجدول رقم (16): مدى إبداء الآراء الشخصية في الأخبار

الأخبار فوراً/ التكرارات	التكرارات	النسبة
دائماً	28	32.56
أحياناً	51	59.30
إطلاقاً	6	6.98
المجموع	86	100

نتائج هذا الجدول تبين مدى قيام الأئمة بنشر الأخبار فور وقوعها، حيث ظهر أن 59.30 % ينشرون الأخبار فور وقوعها أحياناً و 32.56 % يقومون بذلك دائماً و 8% لا يفعلون إطلاقاً. وهذه الأرقام تشير إلى أن نسبة معتبرة من الأئمة يداومون ويحرصون على الجدة والآنية في نقل الأخبار وأن الأغلبية يواكبون نقل الأخبار حسب ظروفهم وحسب تفاعلهم ومتابعتهم للأخبار وحتى يحقق الخبر الأثر اللازم لا بد من الآنية وإلا أقل هذا الخبر ومات.

الجدول رقم (17): أهداف تناول الأخبار

الأهداف/ التكرارات	التكرارات	النسبة
توعية الناس	59	68.60
تصحيح المفاهيم	73	84.88
مواكبة الاهتمامات	29	33.72
أهداف أخرى	2	2.33
المجموع	86	100

هذا الجدول يبين الأهداف التي يريد الأئمة تحقيقها من تناولهم للأخبار، وجاءت النتائج بأن 84.88% يريدون تصحيح المفاهيم و 68.60% من أجل توعية الناس و 33.72% مواكبة اهتمامات الناس و 2.33% أهداف أخرى لم يتم ذكرها.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-204X

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

أغلبية الأئمة يسعون لتصحيح المفاهيم وإبراز موقف الشرع وتوعية الناس وهذا هو جوهر الوظيفة الموكلة للإمام متمثلة في تعليم الناس أحكام الشرع وتوعيتهم وتوجيههم لما فيه خير لهم في الدنيا والآخرة. الجدول رقم (18): مدى تصحيح الأخبار غير الصحيحة المتناولة.

النسبة (من المخطئين)	التكرارات	تصحيح الخبر/ التكرارات
94.59	35	نعم
5.41	2	لا
100	37	المجموع

يبين هذا الجدول نسبة الأئمة الذين تناولوا خبرا غير صحيح وقاموا بعدها بتصحيحه وقد بلغت هذه النسبة 94.59 %، وهي تمثل أغلبية ساحقة وهذا هو المنهج السليم وهي تصحيح الخطأ والحفاظ على ثقة الناس والسمعة الحسنة.

5. النتائج العامة للدراسة

1.5: طبيعة المعلومات الشخصية للعينة:

1- بينت النتائج أن نسبة 60.47 % من الباحثين من فئة 20-40، وهي أكثر قدرة على اكتساب صفات اتصالية، كونها أكثر استعمالا لوسائل الاتصال الحديثة وهي الأكثر اهتماما بواقع المجتمع وأكثر اطلاعا والأكثر طموحا في القيادة والتأثير، خاصة في مجتمع 75 % منه من الشباب.

2- نسبة 65.12 % من العينة من الموظفين بصفة رسمية مما يتيح لهم الاستمرارية في الاتصال بالجمهور واستقبال ونشر كل جديد والتغلغل في أعماق هموم وقضايا الناس

3- نسبة 61.63 % من العينة هي ذات المستوى الجامعي، الذي يجعل منهم فئة النخبة والصفوة وهم الأولى لقيادة المجتمع.

وكنتيجة عامة فإن عينة الأئمة الباحثين مؤهلين نظريا لقيادة الرأي العام.

2.5. الصفات الاتصالية لقيادة الرأي: تضم بيانات المحور الأول الخاصة بالصفات الاتصالية لقيادة الرأي جملة

من النتائج على النحو التالي:



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

1- بينت النتائج اعتماد جميع الأئمة المبحوثين على الخطب ثم مواقع التواصل ب 40.70 % وهما أكثر الوسائل المتاحة للأئمة والأكثر استمرارية والأكثر متابعة من قبل الجمهور، على اعتبار وجوب حضور خطبة الجمعة، وكذلك الانتشار الكبير للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي.

2- وأما ما يتعلق بتفضيلات الأئمة للمواضيع المتابعة نجد أن 55.49 % من الأئمة يتابعون المواضيع الدينية وهي القريبة إلى تخصصهم ووظيفتهم، كما أن 29.07 % يتابعون مواضيع إخبارية وهي نسبة معتبرة من العينة المبحوثة. إذا فوجود نسبة معتبرة من الأئمة ذوي قدرات اتصالية ولهم مصادر موثوقة أو متخصصة ومتابعة شبه دائمة لوسائل الإعلام ومواقع التواصل وباطلاعهم على مواضيع قريبة منهم ومواضيع تفرهم من الشأن العام فلا شك أن هذا يجعلهم ذوي صفات اتصالية كقادة للرأي.

3.5. الوظيفة الاستشارية لقادة الرأي: البيانات حول إجابات عينة البحث عن أسئلة المحور الثاني والتي عاجلت مدى ممارسة الأئمة للوظيفة الاستشارية لقادة الرأي أظهرت النتائج التالية:

1- إن 83.72 % من عينة الأئمة يطلب منهم تقديم الاستشارة بشكل دائم أو متقطع، وهذا دليل على مكانتهم الاجتماعية الكبيرة ودليل على ثقة الناس بهم، وأما عن طبيعة الاستشارات التي يقدمها الأئمة فإن 51.16 % منهم يقدمون استشارات خاصة بالشأن العام ورغم أن النسبة الأكبر منهم 66.28 % يقدمون استشارات شخصية لكن تعتبر نسبة مقبولة، خاصة مع تباين مستوياتهم التعليمية التي قد تسمح بولوج قضايا الشأن العام وقد لا تسمح، وكخلاصة فإن تعرض نسبة معتبرة لطلب الاستشارة، بل مبادرتهم لذلك واحتلالهم مكانة طيبة في المجتمع نتيجة قيامهم بمهمة الإصلاح، وكذلك طبيعة الاستشارات التي يقدمونها والثقة التي يحضون بها بين الناس والثقة التي يكتسبونها من شعورهم بالتأثير والقيادة كل هذا يجعل نسبة معتبرة منهم يؤدون الوظيفة الاستشارية لقادة الرأي .

4.5. كيفية متابعة الأئمة للأخبار: البيانات المتعلقة بالمحور الثالث للدراسة والتي تحاول معالجة وقياس كيفية تعامل عينة الأئمة مع الأخبار، قد خلصت إلى النتائج التالية:

1- تبين أن 70.93 % دائمي المتابعة يضاف إليهم 25.58 % متدبدي المتابعة، وهذا يفيد بأن أغلبية الأئمة متابعين للأخبار فهم جزء من المجتمع غير معزولين عنه، أما عن التأكد من الأخبار فإن 93.02 % من الأئمة يسعون للتأكد من الأخبار وهو مؤشر جيد على سلامة منهجهم واقتدائهم بمنهج النبي صلى الله عليه وسلم.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-204X

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

2- كما أن 63.93 % يقومون بالرجوع للمصادر الأصلية وهو غير ممكن لجميع الأخبار، لذلك لا بد من استعمال مصادر متعددة لمعرفة الاختلافات إن وجدت وهو ما استعمله 47.67 % والمزج بين مختلف الطرق هو الأنسب.

3- وجاءت نسبة 82.56 % يتابعون الأخبار الوطنية، كون الأحداث الوطنية الراهنة تم كل شرائح المجتمع، وهو دليل على معاشة الأئمة لواقعهم وواقع الأمة وكخلاصة لكل هذا فإن أغلبية الأئمة في العينة المدروسة هم متابعون جيدون للأخبار والأحداث التي تمهم والمجتمع الذي يسعون للتأثير فيه وتوجيهه، وهم مؤهلون لاستخدام هذه الأخبار في تحقيق ذلك نظرا لكم ونوع وطبيعة ومصادر وطرق متابعة هذه الأخبار من قبلهم.

5.5. كيفية تناول الأئمة للأخبار: بيانات وإحصاءات الإجابات عن أسئلة المحور الرابع للدراسة والذي عالج إشكالية كيفية تناول الأئمة الأخبار قد خلصت إلى النتائج التالية:

1- بالنسبة لإعادة نشر الأخبار فإن الأئمة حذرون في ذلك كون 74.42 % يفعلون ذلك أحيانا تحت قاعدة ليس كل ما يسمع يقال.

2- وأما نشر المعلومات فالغالبية تقوم به عبر الخطب والدروس بنسبة 62.79 % وهي وسيلة النبي صلى الله عليه وسلم الأولى، كما استعمل 45.35 % مواقع التواصل وهي وسيلة هذا العصر الأولى.

3- كما أن غالبية الأئمة ينشرون أخبار القضايا الدينية والتي ترجع إلى تخصصهم بنسبة 83.72 % وكذلك أخبار الأحداث التي يهتم بها الناس بنسبة 72.09 % وهي تدخل ضمن الانخراط في المجتمع والانشغال بمومه.

4- وأن غالبية 55.81 % يقومون بالإشارة للخبر، وأما عن الأساليب الأخرى فنسبها تقارب 50 % من الأئمة الذين في أغلبهم يتناولون الأخبار بجميع هذه الأساليب بتفاوت وهو يرجع إلى مدى وعي ونضج الإمام نفسه.

5- وفيما يخص مدى إبداء الأئمة لآرائهم اتجاه الأخبار فإن 70.93 % يفعلون ذلك أحيانا وهذا يعني أنهم يكونون آراء خاصة بهم لكن إبداءها يختلف من خبر لآخر.

6- وأظهرت نتائج الدراسة فيما يخص أهداف الأئمة من تناول الأخبار أن 84.88 % يهدفون إلى تصحيح المفاهيم وإبراز موقف الشرع، وهو المطلوب والمهمة الرئيسية لهم بالإضافة إلى توعية وتوجيه الناس والذي كان هدف 68.60 % من الأئمة.



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

وعموما من هذه النتائج يمكننا القول بأن غالبية الأئمة يقومون بإعادة نشر الأخبار بحذر وحيطة وعبر وسائلهم التي تلي أهدافهم، وأنهم يعتمدون مختلف الأساليب التي تتيح لهم التأثير والتوجيه من مختلف طرق الطرح من استدلال واستخلاص وإشارة وغيرها، ورغم وجود بعض النقائص فإن منهجهم في تناول الأخبار يتوافق ودورهم القيادي في المجتمع.

6. الخاتمة:

يمارس قادة الرأي دورا مهما في المجتمعات الحديثة خاصة في ظل التحديات التي تفرضها تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاتصال المتنوعة التي جعلت من الأخبار مادتها وموضوعها الذي من خلاله تؤثر على الرأي العام وتوجهه، وقد حاولت دراستنا الموسومة بـ "تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام" التعرف على مدى تناول الأئمة للأخبار في خطابهم باعتبارهم قادة للرأي في مجتمعاتهم، حيث تم أخذ عينة من أئمة ولاية قسنطينة وتم توزيع استمارات استبيان تتضمن بيانات حول هذا الإشكال، وقد خلصت الدراسة إلى أن الأئمة مخولون ليكونوا قادة للرأي لاتصاف غالبيتهم بصفات اتصالية مناسبة ولقيام غالبيتهم بالوظيفة الاستشارية، كما أنهم يتعاملون بشكل مقبول مع الأخبار ويدرجونها ضمن خطابهم، ويظهر هذا جليا عند فئة الجامعيين والشباب، وهو يتطلب جهدا من الجهات المختصة بالشؤون الدينية من أجل توسيع وجود هذه الفئة في موظفيها وتأهيل الفئات الأخرى من أجل تحسين دورهم القيادي في المجتمع.

7. قائمة المراجع:

1. ابن منظور، لسان العرب، ج12، ص216، - الكتب - لسان العرب - حرف القاف - قود- الجزء رقم12 - إسلام ويب.

https://library.islamweb.net/.../display_book.php?idfrom ..

1. Ibn Manzur, Lisan al-Arab, j12, s216, - al-Kutub - Lisan al-Arab - Harf al-Qaf - Qawd - al-Juz' 12 - Islam Web.

https://library.islamweb.net/.../display_book.php?idfrom ..

2. أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، ط1، عالم الكتب، ج1، القاهرة، مصر، 2008م.

2. Ahmad Mukhtar 'Umar: Mu'jam al-Lughah al-'Arabiyyah al-Mu'asirah, t1, 'Alam al-Kutub, j1, al-Qahirah, Misr, 2008m.

3. عبد الرزاق محمد الدليمي: الخبر في وسائل الإعلام، ط1، دار المسيرة، عمان، الأردن



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-204X

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 66-86

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

3. 'Abd al-Razzaq Muhammad al-Dulaymi: al-Khabar fi Wasa'il al-I'lam, t1, Dar al-Masirah, 'Amman, al-Urdun
4. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016م.
4. 'Abd al-Razzaq al-Dulaymi, Nazariyyat al-Ittisal fi al-Qarn al-Hadi wa al-'Ishrin, t1, Dar al-Yazuri al-'Ilmiyyah li al-Nashr wa al-Tawzi', 'Amman, al-Urdun, 2016m.
5. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي-دراسة مقارنة-، ط2، دار عالم الكتب، القاهرة. -
5. Faruq Abu Zayd, Fann al-Khabar al-Sahafi - Dirasah Muqaranah -, t2, Dar 'Alam al-Kutub, al-Qahirah.
6. فضيل دليو، مدخل إلى منهجية البحث العلمي، منشورات مخبر استخدام التلقي، نسخة إلكترونية، الجزائر، 2024م.
6. Fodil Deliou, Madkhal ila Manhajiyyat al-Bahth al-'Ilmi, Manshurat Makhbar Istikhdam al-Talaqqi, Nuskha Iliktruniyyah, al-Jaza'ir, 2024m.
7. كامل القيم: الوظيفة التفسيرية لمضمون وسائل الإعلام عن طريق قادة الرأي:
www.ahewar.org/s.asp 21 نوفمبر 2010
7. Kamil al-Qayyim: al-Wazifah al-Tafsiriyyah li-Madmun Wasa'il al-I'lam 'an Tariq Qadat al-Ra'y: www.ahewar.org/s.asp - 21 November 2010
8. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، العبيكان للنشر، الرياض، 2014م.
8. Muhammad bin Sa'ud al-Bishr, Nazariyyat al-Ta'thir al-'Ilami, t1, al-'Ubaykan li al-Nashr, al-Riyad, 2014m.
9. محمد بن سعود البشر: قادة الرأي في المجتمع السعودي، موقع الجزيرة، الرياض، 3 جوان 2007.
9. Muhammad bin Sa'ud al-Bishr: Qadat al-Ra'y fi al-Mujtama' al-Sa'udi, Mawqi' al-Jazirah, al-Riyad, 3 Juwan 2007.
10. معنى الحديث والخبر، إسلام ويب، 30-01-2008.
10. Ma'na al-Hadith wa al-Khabar, Islam Web, 30-01-2008.
- <https://www.islamweb.net/fatwa>
11. الإمامة في الاصطلاح



ISSN: 1112-4040 & EISSN: 2588-204X

رت م د: 1112-4040، رت م د: 2588-X204

تاريخ النشر: 2026-06-09

الصفحة: 86-66

السنة: 2026

العدد: 01

المجلد: 40

Date of Publication: 09-06-2026

pages: 66-86

Year: 2026

N°: 01

Volume: 40

تعامل الأئمة مع الأخبار في قيادتهم للرأي العام ----- عادل شويب

www.haydarya.com/maktaba_moktasah/18/book_60/01

11. al-Imamah fi al-Istilāh www.haydarya.com/maktaba_moktasah/18/book_60/01

12. الجريدة الرسمية، العدد 73: رئاسة الحكومة، «مرسوم تنفيذي 411-، 08، مؤرخ في 26 ذي الحجة عام

1429هـ الموافق لـ 24 ديسمبر 2008م.

12. al-Jaridah al-Rasmiyyah, al-'Adad 73: Riyasat al-Hukumah, "Marsum Tanfidi 411-08," Muwarrakh fi 26 Dhu al-Hijjah 'Am 1429H al-Muwafiq li 24 Disambar 2008m.