

مجلة أنثروبولوجية (الأوبان) المجلد 19 العدد 01 2023/01/05

ISSN/2353-0197 EISSN/2676-2102

الخطاب الديني والتغيير الاجتماعي (دراسة سوسيو- أنثروبولوجية لممارسات المصلين في المسجد)  
Religious discourse and social change (a socio-anthropological study of  
(the practices of worshipers in the mosque

نضيرة صحراوي\*

جامعة وهران 2 محمد بن أحمد-الجزائر

sa7r\_nad@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2022/04/05

تاريخ الاستلام: 2022/01/10

ملخص:

تهدف هذه الدراسة الميدانية إلى معرفة مدى مساهمة الخطاب الديني (خطبة الجمعة) في التغيير الاجتماعي، من خلال ترقية وعي المتلقين له، وإحداث تغيير في أفكارهم وقناعاتهم، ومن ثم سلوكياتهم. كما ترمي أيضا إلى محاولة معرفة مستوى التغيير الاجتماعي الذي يصل إليه تأثير الخطاب الديني (خطبة الجمعة) حسب رأي المتلقي. والبحث عن الأسباب التي يمكن أن تعيق فاعليتها في التغيير الاجتماعي، كأداة اتصال فعالة في المجتمع. أظهرت نتائج الدراسة أن تأثير الخطاب الديني (خطبة الجمعة) يكون بشكل كبير على مستوى أفكار المتلقين، ما يشير إلى أنه يساهم بشكل محدود فقط في عملية التغيير الاجتماعي، باعتبار البعد السلوكي هو البعد الذي يحدد بصورة فعالة حدوث التغيير الاجتماعي. الكلمات الدالة: الخطاب الديني، ديني، خطبة الجمعة، المسجد، التغيير الاجتماعي.

#### Abstract:

This practical study aims to know the effect of mosque's speakers (Friday; speech) on the social chngement. Through the development of the receivers consciousness and to make a change in their ideas in their behaviors and in their Contentment's. It aims to know the level of social chngement that the Friday's speech arrive to according to the conference's opinion. It also aims to look for the reasons that can fail the effect of the mosque's speakers in the social chngement as a mean of communication in the society.

The results of this study showed that the effect of the mosque's speaker happen on the level of the receivers' ideas without their behaviors which show that it

---

\*المؤلف المرسل: نضيرة صحراوي، الايميل: sa7r\_nad@yahoo.fr

participates limitedly only on the social chagement; that's all, concerning behavior, it is the dimension that show effectively the social chagement's happening .

**Keywords:** mosque's speakers; Speech; Friday's speech; the mosque; the social chagement.

#### مقدمة:

يمتلك الخطاب الديني بما في ذلك المتضمن في خطبة الجمعة، أهم شروط نجاحه وفاعليته، بما يحمل من منظومة قيم مرتبطة بتعاليم الدين، إضافة إلى قداسة المكان، وهيبة الموقف، اللذان يمكنان الخطيب من ممارسة سلطة روحية على المتلقين، ويكسبه قوة ومصداقية، رسالته شاملة تتجاوز الدور الديني إلى الأدوار الاجتماعية، الثقافية والتربوية، إضافة إلى كونه إلزامي مباشر ومتكرر أسبوعيا، ما يجعله أكثر القنوات إقناعا واستمالة مقارنة مع أي منبر آخر، ويجيز لنا إدراجه ضمن دائرة وسائل الاتصال الجماهيرية، واعتبار ما يحدث داخل المسجد من خلال (خطبة الجمعة) عملية اتصالية تستوفي شروط الاتصال ومقوماته.

إلا أنه مع تزايد البدائل المتمثلة خصوصا في الفضائيات والانترنت، التي تعاضم دورها وتنامت قدرتها على التأثير في قنوات وأفكار، وحتى سلوكيات شرائح مهمة من المجتمع، بما وصلت إليه من تقنيات فاعلة موجهة نحو فكر الإنسان وعقيدته، ممارسة بذلك فعلها الإيجابي والسلبي، أصبحت مؤسسات التنشئة الاجتماعية التقليدية من أسرة ومدرسة ومسجد غير قادرة وفق طرق أدائها الحالية على حماية وتأمين المجتمع من الاختراق الثقافي الذي مسّ نسق القيم ومنظومة المعايير والعلاقات الاجتماعية المتوارثة عبر الأجيال. فثقافة العولمة تتخطى كل الحدود وتتجاوز الثقافات المحلية، من خلال عملية دقيقة ومخطط لها بقصد التأثير في متلقيها. وهذا ما يؤكد أسعد وطفة في قوله: "تؤدي وسائل العولمة، إلى تقليص فرص المؤسسات التعليمية ذات الأداء التقليدي،" (وطفة، 2008، صفحة 333). ما أدى إلى انتشار وترسيخ قيم جديدة، تولد عنه صراعا بين ما هو مألوف وبين ما هو جديد ودخيل، ما أشار إليه محمد عابد الجابري في قوله "اليوم لا أحد ينكر بأن صراع القيم أصبح حقيقة قائمة في عالمنا المعاصر، نظرا لصغر العالم واختلاطه بالشعوب والثقافات الأخرى التي تعرض قيما على وسائل الإعلام والاتصال" (الجابري، 1988، صفحة 63).

والمتتبع لما يحدث يرى أن دور الخطاب الديني تراجع كعامل ضبط، خاصة أنه لم يعد المصدر الوحيد لتلقي المعارف ولا نماذج السلوك، فبات التناقض واضحا بين ما تلميه خطبة الجمعة كل أسبوع، وبين ما هو

مجسد في سلوكيات جمهور الخطبة. الأمر الذي دفع المهتمين للتساؤل عن الدور الوظيفي والأساسي الذي يمكن أن يلعبه الخطاب الديني "خطبة الجمعة" في ظل العولمة الثقافية والفكرية، وفي خضم الزخم الكبير من المؤثرات المتنوعة والحديثة، التي تروج لأنماط فكرية ونماذج سلوكية مجملها أجنبية وبناء على ما سبقحاولنا في هذاالدراسة الوقوف على واقع الخطاب ومميزاته، وعيوبه من منظور المتلقي، وما مدى مساهمته فيالتغيير الاجتماعي من خلال تكريس وتفعيل النسق القيمي والأخلاقي في المجتمع عبر الفاعلين الاجتماعيين المتمثلين في المتلقي له والخطيبوما مدى قدرته على تصحيح الكثير من المفاهيم خاصة

وأته يعتمد على الدين كمرجع أساسي، في وقت يرى فيه أكبر المفكرين والعلماء، أن المرجعية الشرعية باتت ضرورية لتقويم سلوك البشري؟ ومن ثم كان السؤال الإشكالي التالي:

إلى أي مدى يساهم الخطاب الديني (خطبة الجمعة) في ترقية وعي المتلقين، وإحداث تغيير في أفكارهم وقناعاتهم وسلوكياتهم؟ وإلى أي مستوى من التغيير الاجتماعي يصل تأثير المسجد من خلال خطبة الجمعة حسب رأي المتلقي؟

#### تساؤلات الدراسة:

- هل يجد الخطاب الديني (خطبة الجمعة) من يجسد ما يدعو إليه في ظل العولمة الفكرية والثقافية، التي باتت تتحدى مضمونه؟ .

- إلى أي مستوى من التغيير الاجتماعي يصل تأثير المسجد من خلال خطبة الجمعة حسب رأي المتلقي؟  
- وما هي الأسباب التي يمكن أن تعيق فاعلية الخطاب الديني "خطبة الجمعة" في التغيير الاجتماعي، كأداة اتصال فعالة في المجتمع؟

#### أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- الوقوف على واقع العلاقة بين المسجد والمجتمع.
- معرفة مدى مساهمة الخطاب الديني في التغيير الاجتماعي في المجتمع.
- تحديد مستوى التغيير الذي يحدث.
- الوقوف على المشاكل التي تعيق فاعلية الخطاب في إحداث التغيير الاجتماعي.

- توفير بيانات إحصائية واستنتاجات حول آراء المصلين المتعلقة بدور الخطاب الديني والتي قد تفيدنا في فهم هذا التغيير وهذا التأثير بين المسجد والمجتمع.
- معرفة الخطاب الديني الذي يريد المتلقي سماعه.
- تحديد أهم الخطوات المنهجية وحجج الإقناع التي تعتمد عليها خطبة الجمعة ومدى قدرتها على الإقناع.
- التعرف على أهم القيم والمجالات التي تركز عليها خطبة الجمعة حسب المتلقي.

#### أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع:

تنبع أهمية الدراسة من طبيعة الموضوع الذي تناوله، حيث يعتبر المسجد إحدى المؤسسات التي بإمكانها المشاركة في أداء وظائف اجتماعية وتربوية من خلال ما يقدمه المسجد عبر منبر الجمعة من مواعظ ودروس وإرشادات تقدم للفرد القيم الدينية والاجتماعية الصحيحة ما يضمن له الاحتفاظ بأساليب السلوك السليمة. فالمسجد إضافة إلى كونه بيت عبادة ومنبع للإشعاع الروحي، هو أيضا منبع للإشعاع التربوي والثقافي يصلح للناس ويرفع من مستوياتهم الأخلاقية والسلوكية إذا ما أحسن استعمال وزنه الديني، ليجذب الوافدين إليه، وفي غمرة المنافسة التي نشهدها من طرف وسائل الإعلام المختلفة في تشكيل نماذج سلوكية أغلبها غريبة وجديدة عن ثقافتنا وديننا وأيضاً ما يحدث حولنا سواء على مستوى المحلي أو العالمي من تغيرات ما جعل الحديث عن الخطاب الديني يلوح في الأفق، الأمر الذي دفعني لاختيار هذا الموضوع، وهذا في محاولة مني للوقوف على مدى مساهمة الخطاب الديني (خطبة الجمعة) لما لها من مكانة وصدى في تغيير أفكار واتجاهات المتلقين لها، وتشكيل سلوكياتهم، كما أن اختصاصنا في علم الاجتماع يفرض علينا الاهتمام بكل ما يتعلق بمؤسسات التنشئة الاجتماعية وأفراد المجتمع، إضافة إلى ملاحظة التناقض في سلوكيات المتلقين للخطاب الديني بين ما يمليه الخطاب والممارسة.

#### مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

بنيت هذه الدراسة على مجموعة من المفاهيم التي تشكلت منها الإشكالية والفرضيات. ولتوضيح هذه المفاهيم وضعنا تعاريف إجرائية خاصة معتمدة في هذا البحث.

**1- الخطاب الديني:** في هذه الدراسة يقصد به الخطاب الذي تتضمنه خطبة الجمعة، وهناك فرق بين الخطاب والخطبة، فالخطاب ما يعني باللغة الفرنسية (Discours) والخطبة (prêche)، وهي شعيرة من شعائر الإسلام تلقى في المسجد، تأتي قبل صلاة الجمعة، تتكون من خطبتين منفصلتين باستراحة قصيرة

للخطيب، تدور حول ما يهّم الجماعة الإسلامية ويشغل بالهم، من الأمور المستحدثة والمسائل الجارية والقضايا التي تتصل بمصالحهم، حيث "ينبغي أن يكون وثيق الصلة بحياة الجماعة، و يتناول أوضاعها الراهنة" (غلام، 2007، صفحة 3)، وهي إلزامية متكررة أسبوعياً، وركن من أركان الصلاة لا تصح إلا بها، ولا تقوم إلا بوجود جمهور كبير. وجمهورها متنوع وغير متجانس يحضرها الصغير والكبير، والمتعلم والأمي والغني والفقير.

**2- التغيير الاجتماعي:** في المجتمعات المعاصرة أصبح التغيير الاجتماعي يهدف للتأثير على سلوك الفرد، وفق قيم اجتماعية وإنسانية، تُخدم المصلحة العامة وفق الفلسفة السياسية للدولة (قبراط، 2007) ويجمع علماء الاجتماع على أنّ التغيير الاجتماعي، هو أهم ما يميز المجتمعات البشرية لارتباطه بفلسفة التأثير على السلوك الفردي والجماعي، وعلى العلاقات الاجتماعية المختلفة. في هذه الدراسة يقصد بالتغيير الاجتماعي، التغيير والتبدل على مستوى أفكار وقناعات، وسلوكيات المتلقي لخطبة الجمعة.

**3- المتلقي للخطاب:** فئة المصلين الرجال من 18 سنة إلى 45 سنة وهي الفئة الغالبة على جموع المصلين.

**4- التمثيل:** يقصد بالتمثيل في اللغة العربية التصوّر، والتمثل من مثل، تمثيلاً الشيء لفلان، أي صوّره له بالكتابة ونحوها كأنه ينظر إليه وتمثيل الشيء شبيهه به وجعله مثله (المنجد في اللغة والأعلام، 2007، صفحة 746). في هذه الدراسة يقصد بالتمثيل، نظرة أو تصوّر المتلقي لخطب الجمعة والمسجد كفضاء (مسجد، خطبة، خطيب) ومدى ممارسته لها في الواقع الاجتماعي، والتمثيلات هي مجموع الآراء والتصورات والأفكار التي يكوّنها الأفراد عن الأشياء.

**5- الانتماء الهوياتي:** يقصد به في هذه الدراسة، التوجهات والانتماءات الحزبية السياسية.

الخلفية النظرية:

تعتبر النظرية بالنسبة إلى العلم بمثابة البوصلة للمكتشف، إنها دليل لا غنى عنه في اختيار المسالك والطرق التي سيعبرها الباحث، حيث تسمح له بتنظيم الملاحظات الكثيرة وتبرر الأدوات التي يستخدمها، باختصار إنها توجه البحث (أنجوس، 2004، صفحة 55). وبناء على إشكالية الدراسة المتكوّنة من بعدين، الأول الخطاب الديني كمتغير مستقل، والبعد الثاني التغيير الاجتماعي كمتغير تابع. اعتمدنا المقاربة البنوية الوظيفية، خصوصا نظرية الأنساق الفرعية لتالكوتبارسونز. تنظر هذه النظرية إلى المجتمع باعتباره نسقا اجتماعيا مترابطا ترابطا داخليا، وحسب بارسونز، يتكون الواقع الذي يعيش في نطاقها الفرد، من مجموعة أنساق، هذه الأخيرة تتكون من مجموعة أنساق فرعية، تعمل في مجملها متساندة وظيفيا، لتحقيق الاستقرار والتوازن الاجتماعي، وتشكل هذه الأنساق الواقع الاجتماعي، وهي النظام الاقتصادي والنظام الثقافي (القيمي) والسياسي والاجتماعي، وهذه الأنساق الفرعية تتكوّن من مؤسسات تعمل في مجملها لتحقيق أهداف النسق العام التي تعمل في سياقه، وكلّ خلل في وظائف الأنساق الفرعية يؤثر على النسق العام ومنه على المجتمع ككل، ويميّز بارسونز بين أربعة أنساق فرعية للمجتمع: (André, 1999, p. 520)

- النسق الفرعي الأول: وهو ما يعبر عنه النسق الفرعي البيولوجي وهو الذي يعنى بتهيئة الأفراد للتكيف مع واقعهم.
- النسق الفرعي الثاني: وهو ما يطلق عليه النسق الفرعي النفسي وهو الذي يعنى بتحديد أهداف الفعل ومتابعة مدى تحقق هذه الأهداف.
- النسق الفرعي الثالث: وهو ما يطلق عليه النسق الفرعي الاجتماعي وهو الذي يعنى بإدماج الفاعلين في الجماعة الاجتماعية بصفة عامة.
- النسق الفرعي الرابع: وهو ما يطلق عليه بالنسق الفرعي الثقافي: وهو الذي يعنى بالحفاظ على النموذج الثقافي المسيطر في المجتمع عن طريق منظومة القيم والمعايير والأفكار والمعارف التي تتضمنها الثقافة المسيطرة. ومن خلال مفهوم النسق الذي نخته بارسونز، يرى هذا الأخير أن الأفراد كجزء من النسق الاجتماعي، تتم تنشئتهم اجتماعيا عن طريق مؤسسات التربية التي تسعى إلى إعدادهم لممارسة الأدوار الاجتماعية المتوقعة منهم (السيد، 2002، صفحة 54)

ومن بين المفاهيم المستعملة في هذه الدراسة والتي تقوم عليه النظرية هناك:

أ: **التفاعل الاجتماعي**: عادة ما يشار للتفاعل على أنه تلك العمليات المتبادلة بين طرفين اجتماعيين في وسط أو موقف معين، ويعرفه سعد جلال بأنه "علاقة تبادلية بين فردين أو أكثر يتوقف سلوك أحدهما على سلوك الآخر، أو يتوقف سلوك كل منهما على سلوك الآخرين" (جادو، 1998، صفحة 88)

ب: **العلاقات الاجتماعية**: يمكن تعريف العلاقات الاجتماعية على أنها نتيجة التفاعل الاجتماعي، التأثير والتأثر أو الأخذ والعطاء بين شخصين يشغلان موقعين اجتماعيين داخل الجماعة أو التنظيم أو المؤسسة الاجتماعية " (معين، 1999، صفحة 71).

#### منهج الدراسة:

يرتبط المنهج الملائم للبحث ارتباطاً وثيقاً بكل من موضوع البحث وأهدافه، وللحصول على نتائج موضوعية اعتمدنا على منهج "دراسة الحالة" الذي يدخل ضمن "المناهج الكيفية". كما حاولنا الجمع بين الكمي والكيفي من خلال معرفة آراء ومواقف الشباب حول الخطاب الديني، وفهم الدور الذي يلعبه هذا الأخير في حياتهم وما مدى مساهمته في التغيير الاجتماعي.

#### مجال الدراسة:

##### أ- المجال المكاني:

يبلغ عدد المساجد التي تقام فيها الجمع في ولاية تلمسان 455 مسجداً تختلف طاقة الاستيعاب من مسجد لآخر حسب مساحة كل مسجد، حيث أن كل واحد متر مربع يتسع لمصلين. تمت هذه الدراسة في مسجد "علي ابن أبي طالب" بمدينة تلمسان، يقع في حي النهضة ببلدية منصور وسط المدينة مساحة قاعة الصلاة به 5000 متر مربع، تقدر طاقة الاستيعاب به 10000 مصلي والمسجد مكون من ثلاث طوابق، به مكتبة ومدرسة قرآنية وقاعة محاضرات.

والمسجد "الكبير" بمدينة ندرومة يقع في وسط المدينة في حيّ يسماالتربيعة، مساحة قاعة الصلاة به 2060 متر مربع، طاقته الاستيعابية هي 4120 مصلي، ومن المرافق التابعة للمسجد نجد مدرسة قرآنية، مكتبة وسكن الإمام، وهذا المسجد مسجل ضمن المساجد الأثرية.

تم اختيار هذين المسجدين لوجودهما في حاضرتين وكذا وقوعهما وسط المدينتين.

ب- المجال الزمني:

بدأ العمل الميداني في شهر جوان 2011م بداية بدراسة استطلاعية من خلال إجراء بعض المقابلات التي تهدف إلى التحقق من ميدان البحث وانتهى في شهر جويلية 2012م.

ج- المجال البشري :

لمعرفة مدى مساهمة الخطاب الديني في التغيير الاجتماعي والإجابة عن الإشكالية المطروحة اشتغلنا على فئة المصلين الذين تتراوح أعمارهم بين ثمانية عشرة إلى أربعين سنة لأنها الفئة الغالبة على جموع المصلين بحكم التركيبة البشرية للمجتمع الجزائري الذي يتكون من أكثر من 75٪ شباب.

نوع العينة:

اعتمدنا في هذه الدراسة العينة غير الاحتمالية، والتي تتمثل في صنف العينة العرضية باتباع طريقة الفرز الموجه، هو نوعا ما أكثر دقة من الفرز العشوائي، إننا نختار عناصر تبدو أنها تمثل جزءا من مجتمع البحث المستهدف (إحسان، 1987، صفحة 314). وهي لا تتضمن أخطاء كثيرة (إحسان، 1987، صفحة 311)

يتكون مجتمع الدراسة من 28 عشرين فردا، يتوزعون بالتساوي بين المسجد الكبير بندرومة ومسجد علي ابن أبي طالب بتلمسان.

1- توزيع العينة حسب السن:

جدول رقم (01) يوضح توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	فئات السن
28.57%	8	[25-18]
42.85%	12	[30-26]
17.85%	5	[35-31]
10.71%	3	[40-36]
100%	28	المجموع

2- المستوى التعليمي لأفراد العينة:

جدول رقم (02) يوضح متغير المستوى التعليمي للعينة

النسبة	التكرار	المستوى
7.14%	2	ابتدائي
10.71%	3	متوسط
35.71%	10	ثانوي
46.42%	13	جامعي
100%	28	المجموع

5- مجالات اهتمامات المتلقي:

جدول رقم (03) يوضح متغير مجالات اهتمامات العينة

النسبة	التكرار	
64.28%	18	الدينية
14.28%	04	السياسية
32.14%	09	الاجتماعية
21.42%	06	إجابات أخرى
100%	28	المجموع

جدول رقم (04) يوضح أهم مصادر ثقافة العينة

متابعة الفضائيات		استخدام الإنترنت		مطالعة الكتب		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
50%	13	57.14%	16	21.42%	06	كثيرا
3.57%	01	17.85%	05	67.85%	19	لا
46.42%	14	25%	07	10.71%	03	أحيانا
100%	28	100%	28	100%	28	المجموع

**التقنيات البحثية:**

**المقابلة الرسمية:** هي إحدى التقنيات المستعملة في العلوم الاجتماعية، وهي ذلك الاتصال والتفاعل الذي يقع بين المقابل والمبحوث حول موضوع معين، ويستعين المقابل أثناء الاتصال والتفاعل بالأوراق الاستبائية التي تعتبر الدليل أو المرشد أو الموجه للمقابلة منذ بدايتها إلى نهايتها (إحسان، 1987، صفحة 99)، كما أنها أفضل التقنيات لكل من يريد اكتشاف الحواجز العميقة للأفراد واكتشاف الأسباب المشتركة لسلوكهم من خلال خصوصية كل حالة (أنجرس، 2004، صفحة 197).

**الدراسات السابقة:**

تحقق الدراسات السابقة استفادة كبيرة للباحث، إذ تعتبر النتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات مقدمات ينطلق منها بحثه الجديد. فهو لا يبدأ من فراغ بل يبدأ مما توصل إليه غيره. من هذا المنطلق كانت الدراسات التي اعتمدها في بحثنا كالتالي :

1- دراسة بعنوان " أثر وسائل الدعوة و أساليب الاتصال " وهي دراسة نظرية ميدانية للدكتور إبراهيم أحمد عرقوب والدكتور إبراهيم محمد الجوارنة بجامعة اليرموك سنة 2009م على عينة تقدر 74 طالب وطالبة من قسم الدعوة والإعلام الإسلامي في كلية الشريعة استعمل الباحث المنهج الوصفي و كانت الأداة الاستبائية، هدف الدراسة كان معرفة مدى تأثير وسائل الاتصال الشخصي وجها لوجه ( الأسرة، المسجد، المؤسسات العلمية على اختلافها و الأصدقاء.....) وكذلك الاتصال الجماهيري (كتب وصحف وإذاعة القرآن الكريم والتلفاز) في زيادة تدين طلبة قسم الدعوة والإعلام الإسلامي. وتوصلت الدراسة إلى أن من أهم العوامل التي زادت من تدين أفراد العينة هي: الأم، المدرسة، الأساتذة، المنهاج الجامعي، النشاطات الدينية، صلاة الجماعة، جمعية المحافظة على القرآن الكريم، النوادي الإسلامية. أما عن حالة الدعوة عبر وسائل الاتصال الجماهيري فقد كان الدور الأبرز للكتب والمجلات الدينية وإذاعة القرآن الكريم والتلفاز والرسائل القصيرة عبر الخلوي.

ومن أبرز أساليب الخطاب الدعوي الناجحة التي توصلت إليها الدراسة هي : المعاملة الحسنة، توجيه الشباب إلى القيام بأنشطة هادفة والتركيز على قضايا الشباب المعاصرة واستخدام اللهجة العامية.

2- دراسة تحمل عنوان " القيم الدينية في المجتمع الجزائري(بين الثابت الشرعي و المتحول الثقافي)"

هي دراسة أنثروبولوجية للباحث محمد حمري بجامعة تلمسان، قسم الثقافة الشعبية، سنة 2006-2007، استخدم الباحث تحليل المضمون طرح الباحث إشكاليته حول طبيعة العلاقة التي تجمع بين أفراد المجتمع وبين القيم الدينية التي يتمثلونها، ويتخذونها ضابطا لسلوكياتهم وتصرفاتهم، فصيغ الإشكال كالتالي: هل حافظت القيم الدينية في المجتمع الجزائري على ثباتها؟ كما جاءت بها أصولها ومصادرها أم عرفت شيئا من التغيير، وما هي يا ترى أسباب الثبات وإن وجدت وما هي أسباب التغيير وإن حدث؟ وما طبيعة الوظيفة التي تضطلع بها القيم الدينية في المجتمع الجزائري؟

حاول الباحث رصد بعض القيم الدينية في المجتمع من منظومة الفتوى الشرعية ووصف موقعها من الثابت الشرعي الذي يمثل الوحي السماوي بنوعيه القرآن والسنة ومدى موافقتها له أو تأثرها بما جد من تغيرات ثقافية.

انطلق الباحث من فرضية أولى مفادها أن القيم الدينية المستمدة من مصادر الثقافة الإسلامية من أهم الضوابط المحددة لمعايير سلوك الأفراد وهويتهم في المجتمع الجزائري. وفرضية ثانية مفادها أن أي تغير في البناء الاجتماعي للمجتمع الجزائري قد يؤدي إلى تغيرات أخرى تمتد إلى ثقافة أفرادها في التعامل مع القيم الدينية. وأهم ما توصل إليه الباحث هو أن التناقضات الاجتماعية التي تصاحب التغير الاجتماعي والثقافي يمكنها أن تسلب القيم الدينية وظيفتها التوجيهية التي يفترض أن تضطلع بها فتجعلها مناقضة للثواب الشرعية وإن بقيت بعض الثواب شائعة على المستوى النظري لحياة الأفراد إلى أنهم لا يمتثلون إليها في سلوكهم الفعلي.

3- دراسة الباحث بن عون بن عتو بعنوان "الدين وتحليلاته في السلوك الاجتماعي في المجتمع الجزائري بعد الاستقلال" لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة سيدي بلعباس، قسم علم الاجتماع، سنة 2007م -2008م. تناول الدراسة موضع الدين في سلوك الاجتماعي في المجتمع الجزائري في فترة ما بعد الاستقلال ويرى الباحث أن الدين قبل و بعد الاستقلال يظهر عبر ثلاث أنماط، نمط الممارسة الدينية والاجتماعية الصوفية الطرقية، نمط الممارسة الدينية والاجتماعية والإصلاحية السلفية ونمط الممارسة الدينية والاجتماعية الإسلامية السياسية، ظهرت هذه الأنماط اعتبارا من عدة عوامل ومظاهر و كرد فعل لها. اقترح الباحث كانطلاقة لبحثه الفرضية التالية: السياق الاجتماعي الثقافي بكل أبعاده المجتمعية والسياسية والاقتصادية، هو العامل الأساسي في تحديد تمثل جماعات المؤمنين لفكرة الدينية، وهذا التمثل هو الذي يترجم إلى ممارسات طقوسية.

ويرى الباحث أن الحقل الديني في الجزائر هو نتيجة حتمية لسياسة مدروسة ومتبّعة للسلطة ومؤسساتها. وتوصلت الدراسة إلى أن السلطة السياسية في الجزائر ظهرت كطرف في الصراع مع الجماعات الدينية بما تملك من مؤسسات ومرجعيات دينية.

4-دراسة للباحث بلحضر بيولوفة، عنوانها "الخطاب الديني واستراتيجية التواصل، دراسة فن الإلقاء" لنيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، قسم علم الإجماع، تخصص الثقافة والاتصال سنة 2005-2006، استخدم الباحث أداة المقابلة، وقد طرح الباحث الإشكالية التالية: هل الاستراتيجيات التي يتبناها الخطاب الديني الإسلامي لتحقيق فاعليته في التأثير وإدراك التواصل تكن في مضمونه أم في أسلوبه وأدائه؟ وصف الباحث بإسهاب طريقة إلقاء الإمام للخطبة.

ومن أهم ما توصلت إليه الدراسة هو أن مضمون النص في الخطاب الديني الإسلامي لا يستطيع التأثير في الأفراد رغم قدسيته ومكانته ولا الأسلوب والإلقاء لوحدهما بل مرهون بكافة العناصر، حتى تتحقق الغاية في التأثير والإقناع وإدراك التواصل.

#### الإطار النظري

#### أولاً: الخطاب الديني (خطبة الجمعة) في المجتمع المسلم

##### 1- مفهوم وماهية الخطبة

الخطابة في اللغة مصدر كالخطاب، توجيه الكلام نحو الغير للإفهام. وفي اصطلاح الحكماء مجموع قوانين يقتدر بها على الإقناع الممكن في أي موضوع يراد، والإقناع حمل السامع على التسليم بصحة المقول و صواب الفعل أو الترك(محمفوظ، دت، صفحة 13)

وفي عرف الأدباء تقال على معنيين أحدهما: أنه كالخطبة بضم فس يكون اسم للكلام المنثور، سجعا كان أو مرسلا و ثانيهما : أنها إلقاء الكلام المنثور مسجوعا كان أو مرسلا ، لاستمالة المخاطبين إلى رأي أو ترغيبهم في عمل، وهذا ما يريدونه في قولهم : فلان يقوم على الخطابة أكثر مما يقوم على الكتابة(محمفوظ، دت، صفحة 14).

أما "أرسطو طاليس" فيعرفها بأنها " قوة تتكلف الإقناع الممكن في كل واحد من الأشياء المفردة، ومعناها أن الخطاب ملكة يطبق صاحبها لإقناع المخاطبين في أي أمر يدعي أنه غرض صحيح " (طاليس، 1979، صفحة 15).

ويعتبر الخطاب كل قول يفترض، متكلماً ومستمعاً، ويكون لدى المتكلم مقصد التأثير مقصد التأثير في الآخر على نحو ما (Sarfati، 1997، صفحة 12.14)، ومن جهة أخرى يشير أيضاً إلى أن "الخطاب كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم... وتفترض نية التأثير على السامع" (Benveniste، 1974، صفحة 13).

والخطاب هو أيضاً "مجموعة من المنتجات الفكرية، التي يراد إيصالها إلى متلق عبر نصوص مكتوبة أو مسموعة أو مرئية، والتي تقدم موقفاً شمولياً أو جزئياً من قضية أو مشكلة قائمة أو مفترضة، أي ما يقدم من الفكر في وجهة نظر حول موضوع ما" (مفتاح، 1983، صفحة 5).

أما بيار بورديو "P. Bourdieu" يرى "أن الخطاب ليس رسالة يجب فك رموزها فحسب، فهو كذلك منتج نعرضه على تقييم الآخرين، وأن قيمته ستحدد من خلال علاقته بمنتجات أخرى أكثر ندرة أو أكثر رواجاً. ويعتبر أن الخطابات فضلاً عن كونها أوعية للمعنى، فإنها تبلغ لكي تقوم وتطاع، وأن البنية الاجتماعية حاضرة في الخطاب (كالفني، 2006، الصفحات 81-82)، وعرفها "عبد الجليل عبده شلي،" أنها فن مخاطبة الجماهير بطريقة إقناعية تشتمل على الإقناع والاستمالة" (شلي، 1986، صفحة 13). وأصبحت اليوم علماً مهماً من العلوم الذي تعتمد عليها الأمم كثيراً، وقد أخذ أشكالاً عدة، وتسمى بأسماء مختلفة من فن التأثير، ويعتمد هذا الفن على أسس وعلى قواعد معينة من المعرفة والدراسة والتجربة، والدراسة بأحوال الأمم والأفراد، ورغبات الجماعات والشعوب، وقياس الاتجاهات والميول، والمواقف، ومعرفة الأحداث والوقائع، والتقاليد والعادات. تتناول المسائل الجادة والواقعية وتقوم على الحقائق الملموسة، وتجنح إلى استعمال الدليل والاستعانة بالحجة والمنطق كعناصر أساسية فيها، وإن كانت تطعم بعد ذلك بشيء من العاطفة والخيال البراق في بعض جوانبها، كما أن الخطبة غايتها الإقناع والاستمالة والانقياد لفكرة الخطيب التي يدعو إليها. (الواعي، 1999، صفحة 21).

أما خطبة الجمعة (بضم الخاء)، يقصد بها ما يلقي على المنابر يوم الجمعة. وهي شعيرة وفريضة دينية لقوله سبحانه وتعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ [الجمعة: 09]. وقد أولى الحديث الشريف أهمية كبيرة للخطبة، وحث على الإنصات لها ونهى عن العبث، والكلام والحركة ولو قليلة، حتى نهي عن مسّ الحصى فعن أبي هريرة - رضي الله عنه - عن النبي - صلى الله عليه وسلم - قال: "إذا قلت لصاحبك: أنصت، يوم الجمعة، والإمام

يخطب، فقد لغوت" (سابق، 1983، صفحة 264) وذلك لضمان حسن الاستماع للجميع ، وتمام الاستفادة، فكانت هذه الخطبة من أبلغ ما يؤثر في سلوك المسلم، ولها في الشرع أعلى مكانة وأشرف منزلة، ما يوجب الاهتمام بها، واختيار المواضيع المهمة التي تلامس حاجات الناس، مع اختيار الخطيب المتمكن ذو الكفاءة.

## 2- خصائص ومقومات الخطبة

خطبة الجمعة شعيرة من شعائر الإسلام لا تصح صلاة الجمعة إلا بها، ومن هنا كان تقدير أهل العلم للخطبة، تقديرا مبنيًا على الوجوب والتحتيم، فحضورها فرض عين على كل مسلم بالغ عاقل، لما لها من أهمية ليس فقط في توضيح ما يجوز وما لا يجوز، والتذكير بأحكام العبادات، بل "المنتظر منها هو إعادة صياغة وجدان الإنسان المسلم، بما يجعله يعي حقيقة الإسلام ويتحرك في إطارها، ويعيشها فكريا و عقيدة وسلوكا، وفق تحولات الواقع المتغير و الحاجات المتجددة" (فضيل، 2003، صفحة 28)، ومن أجل هذا جعلها الشرع إلزامية متكررة، بتنوع جمهورها من حيث مستوياتهم العلمية والاجتماعية، وتتسم خطبة الجمعة أكثر من غيرها بالاستمرارية والثبات حيث تتضمن ما هو ثابت كالنص الديني من قرآن وحديث شريف، وبوجوب الإنصات لها،<sup>1</sup> ونبذ اللغو حينها، حيث يقول ابن القيم (الخاصة التاسعة) : " الإنصات للخطبة إذا سمعها وجوبا في أصح القولين، فإن تركه كان لاغيا، ومن لغا فلا جمعة له " (الجوزية، 1994، صفحة 365). و من مظاهر أحكام هذه الشعيرة لزوم حضورها جماعاً، والنهي عن البيع عند النداء لها، لقوله سبحانه وتعالى: { ... وَذُرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ تَعْلَمُونَ } [ الجمعة: 09]، كما يتأهب المسلم لها بالتطهر والتبكير، وأخذ الزينة والطيب والاعتسال والسواك لقوله - صلى الله عليه وسلم-: " حق على كل مسلم الغسل والطيب والسواك يوم الجمعة" (سابق، 1983، صفحة 252) مما يهيئ المتلقي نفسيا للاستماع والاستفادة.

وتمتلك خطبة الجمعة خصائص خاصة، إضافة إلى أخرى تشترك فيها مع سائر الخطب من جنسها، حيث تعد بالأساس خطبة دينية باعتبارها تتعامل مع المقدس، وتحمل الرسالة الإلهية، وتتناول الدين الإسلامي بالتفصيل، إلا أنها تتناول القضايا الدنيوية، حيث تستلزم مراعاة مستجدات العصر، ومعايشة ما يفرض نفسه على حياة الناس، كما تملك الحجج والبراهين، إذ تستعمل الدين في الإقناع سواء تعلق الأمر بالمسائل الدنيوية أو الفقهية الدينية، إضافة إلى قداسة المكان ما يضيف على الموقف هالة من التقديس والهبة ويعطي

الخطيب سلطة روحية. ما يحافظ على قدسيتها واحترامها لدى المتلقين. وهي كرسالة تعتبر المدخل المناسب لنشر المثل والقيم السامية، وأداة فعالة تؤثر إيجاباً في تثقيف الفرد المسلم وتنوير المجتمع، من خلال التأثير في أفكاره وسلوكه، حيث "يمضي الخطاب الديني في مدفعالية النصوص الدينية إلى كل المجالات" (العالم، 1993، صفحة 395)،

فمنبر الجمعة مسؤولية شرعية ورسمية، يجب أن يعيها القائمون عليه ويرعوه، وأن يضاعفوا من جهدهم للوصول بخطبة الجمعة إلى مكانتها اللائقة، حتى يتأكد الدور الوظيفي والأساسي الذي يمكن أن تقوم به.

### 3- وظيفة خطبة الجمعة وأهميتها

تعتبر خطبة الجمعة واحدة من أسمى أهم سبل التواصل بين الأفراد، كونها مباشرة وجهها لوجه، " يمكن أن تصنّف ضمن ما يعرف بالاتصال الجماهيري، الذي يقوم على إرسال رسالة معينة إلى جمهور عريض من الناس، قصد التأثير على معلوماتهم أو اتجاهاتهم أو سلوكهم" (عقوب، 1993، صفحة 128)، فهي تمارس تأثيراً مباشراً في الوجدان الجمعي للمسلمين لشمولها على ما هو مقدس، وتسعى خطبة الجمعة إلى تفتيقه جمهورها بحقائق دينية تذكيرها بالمعاني الربانية التي ترشد النفوس عن طريق الموعدة التي " تمثل في عالم المسلمين الراهن مخزوناً للهوية المهددة، ومقاومة شرعية لعمليات الاستلاب الفظيع، التي تمر علينا وهي المغيث بالمعرفة الإسلامية لأغلب الشرائح، وحتى الفئة المثقفة منها (...). ومن هنا تسد هذه الموعدة فراغاً كبيراً، ومساحة عظيمة لم تكن لتماً لولاها إثمًا - الموعدة الحسنة - (النعيم، 2003، صفحة 39)، التي تتضمن الدعوة إلى الصلاح والإصلاح، والالتزام بأمر الشريعة وإقامة الحق، بما يعرضه الخطيب من أفكار تجعل المصلين يتمسكون بما هم عليه من عقيدة، إضافة إلى نشر العدل والفضائل، وتسكين الفتن وتهدئة النفوس الثائرة، وهذا كله يهدف إلى غاية كبرى هي تعزيز الانتماء للإسلام.

فخطبة الجمعة تترجم التوجيه الديني والأخلاقية التي يتبناها المؤسسة الدينية، ومن ورائها المجتمع والجهاز المشرف على نشاط هذه المؤسسة، كما تشجع على التحلي بالمنظومة الأخلاقية الإنسانية النبيلة حيث "تعلمهم كيف يتعاملون مع بعضهم، وكيف يتعايشون مع الحياة بجوانبها المختلفة المادية والمعنوية (فضيل، 2003، الصفحات 27-28)، وتدبير شؤونهم من خلال تحديد المسؤوليات المنوطة بالفرد وجماعته. " فالنصوص الدينية إنما تسعى إلى أن يحتل الدين مكانه الصحيح في الحياة والمجتمع، وفي سلوك الأفراد وعاداتهم وأخلاقهم (العالم، 1993، صفحة 395)

ومن وظائف الخطاب الديني (خطبة الجمعة) أيضا أنه يلعب دورا اجتماعيا بارزا إذ يعمل على تقوية الرابطة الاجتماعية وزيادة احتكاك الأفراد ببعضهم البعض، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد (بدوي، 1999، صفحة 19)، ما يعزز التماسك والتلاحم الأسري، و يصون العائلة من التشتت، كما أنه من الأمور التي لا يستطيع الخطاب تجاوزها، القضايا المتعلقة بحياة الناس وواقعهم مباشرة، كالبطالة والتعليم والفقر والجهل...، إضافة إلى القضايا المعاصرة، خاصة تلك التيتمخضت عن الحياة العصرية الحديثة، حيث يجد الخطيب أمامه موضوعات تختلف عن الموضوعات التي كان يجدها منذ حقبة من الزمان، ما يحتم عليه متابعة الأحداث التي تشغل بال الناس، وكذلك ما يخص مختلف الأوضاع الاقتصادية، والاجتماعية، والسياسية، والثقافية. فالإنسان ليس كائنا منعزلا عن الناس ولا عن الحياة الاجتماعية، ولا هو بعيد عن تأثيرات النشاط الذي يجري حوله والحراك الحضاري، الذي يفرض عليه أن يسايره ويتفاعل معه، بل هو جزء من هذا الوجود المتنوع يتأثر به ويؤثر فيه، وما على المسؤولين عن تربيته وتوجيهه، والقائمين على شؤون مجتمعه، إلا مراعاة ذلك في معالجة اهتمامات الفرد والجماعة، وقضاياهم المصيرية العاجلة والآجلة (فضيل، 2003، صفحة 30). فهو يعتد خطاب واقعي، نابع من الواقع ويتماشى معه، يشخص مشكلاته ويعالجها.

#### -4- خطبة الجمعة كاتصال جمعي مباشر

يعرف التواصل بما يحمله من معان، " بأنه عملية نقل المعلومات من المرسل إلى المتلقي بواسطة قناة، مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار طبيعة التفاعلات التي تحدث أثناء عملية التواصل، وكذا أشكال الاستجابة للرسائل، والسياق الذي يحدث فيه التواصل" (عبو، 2001، الصفحات 17-18)، كما يعرف توماس ستشدل "Thomas.S" الاتصال الخطابي، بأنه "العملية التي تحدث عندما يتفاعل المتكلم والمستمع، من خلال الرسائل اللفظية وغير اللفظية في محيطات اتصالية" (Thomas.S، 1976، صفحة 5).

فالالاتصال هو عملية دينامية، تتصل عناصره ببعضها البعض، ما يسهل تحقيق هدف الرسالة، وتمتلك خطبة الجمعة أهم شروط نجاحها، من هيبة الموقف و قداسة المكان، اللذان يمكنان المرسل (الخطيب) من ممارسة سلطة روحية على المتلقين، إضافة إلى أنها متكررة أسبوعيا، و إلزامية وبالتالي يصل توجهها إلى جمهور متنوع بمختلف شرائحه ومستوياته، فيكون تأثيرها على جميع مستويات الحاضرين، وغالبا ما يصل إلى كل بيت، و هذا ما يميز إدراج - خطبة الجمعة - ضمن دائرة وسائل الاتصال واعتبار ما يحدث داخل المسجد من خلال خطبة الجمعة عملية اتصالية تستوفي شروط الاتصال ومقوماته وعناصره، حيث

عرف "كارل هوفلاند" الاتصال بأنه " العملية التي ينقل بموجبها الفرد ( القائم بالاتصال، المرسل) منبهات (رموز لغوية،رسالة ) بقصد تعديل أو تغيير سلوك فرد أو أفراد آخرين ( مستقبل الرسالة )(عمر، 2001، صفحة 30).

#### 5-عناصر الاتصال في خطبة الجمعة

توجد في خطبة الجمعة بشكل عام خمسة عناصر أساسية هي: المرسل الذي يعلن ويوصل الرسالة، والمستقبل الذي توجه له الرسالة ويستقبلها ويستوعبها ويسعى ليطبّق ما تلقاه، والرسالة التي تحتوي على مضمون ما يريد المرسل أن يوصله إلى الآخرين، ثم وسيلة الاتصال التي قد تكون شفوية، أو مكتوبة، وأخيرا رجوع الصدى أو ما يسمى أيضا بالتغذية الراجعة.

#### 5-1- المرسل ( الخطيب)

هو مؤدي الرسالة، وفي خطبة الجمعة هو الخطيب، يحتل المركز الرئيسي في المسجد، يقوم بدور الإرشاد و الوعظ و التوجيه. له سلطة معنوية أخلاقية على بقية الأفراد، هو من خيار الناس وأئمتهم، يعد المصدر والركيزة الأساسية في عملية الاتصال داخل المسجد، ما يجعل مسؤولية نجاح التواصل وتحقيق هدف الخطبة يتوقف على إمكاناته وقدراته. وهذا النجاح مرهون بمزايا وخصال خاصة، يتوجب توفرها في الخطيب. أولها ما أرشد إليها النبي صلى الله عليه وسلم، وهي العفة والعلم الشرعي. ومن أهم السمات التي يفترض أن تتواجد لدى الخطيب نذكر ما يلي:

- سعة الإطلاع: أي أن يكون على إطلاع واسع بالمعرفة وأن يواكب الأحداث، وبلغ الواقع الذي يعيشه المتلقين، فتلامس موضوعاته حياتهم اليومية، فالخطابة تتناول جميع الشؤون الدينية والدينيوية، و"مسالك القول فيها متشعبة كمسالك الكتابة، فكما يكون الكاتب ملما بكل العلوم كذلك يكون الخطيب"(محفوظ، دت، صفحة 44). خاصة في عصر العولمة، حيث لم يعد خطيب المسجد المصدر الوحيد للمعلومة الدينية، ما يدفعه إلى الاطلاع من المصادر الصحيحة، والتواصل مع مختلف القنوات العلمية المعرفية قصد الارتقاء بثقافته ومعرفته، حتى تكون موضوعاته دقيقة ما يجعله يكسب ثقة المتلقي. وبالتالي يصبح في نظره مصدر المعلومة الصحيحة.

- حسن السيرة و الاستقامة في عمله: يعتبر الخطيب قدوة في المجتمع المسلم بحكم مكانته واتصاله المباشر مع المتلقين، وكذا دوره في تصحيح معارفهم وترقيتها وتكوين اتجاهاتهم وتعميقها، ما يشترط عليه أن

تكون أخلاقه عالية و سيرته حسنة ليكون عند حسن ظنهم به، فلا يريهم منه أي نقص أو تهاون، حيث اشترط أرسطو في الخطيب قدرا من الأخلاق يبعث الثقة فيه ويوجب الاهتمام بما يقول، وعد أخلاق الخطيب ذات أثر قوي في إقناع سامعيه، وما أكثر ما يصح هذا في خطباء الاجتماع وخطباء المواعظ والنصح والإرشاد (حسن، 1968، صفحة 25).

فالإعجاب والتقدير وحسن السمعة للواعظ تلعب دورا مؤثرا في كلامه للمستمعين، فهي كالمقدمة للاقتناع بقوله، إذ أن مكانته الخلقية العالية تبعث على تصديقه (رشاد، 1996، صفحة 361).

**- حسن الهيئة والفصاحة:** يجدر بالخطيب العناية بمظهره كون له دورا قياديا داخل المسجد وخارجه، فهو مطمح أنظار المتلقين، فعادة ما يعكس المظهر معلومات تقرأ من خلال شخصية الخطيب وأخلاقه، ويشكل المتلقي من خلالها انطباعه الأول عن الخطيب. وبالتالي يحدد موقفه منه، "فعندما يراه المستمع في صورة لائقة ترتاح لها العين، ولا تؤدي مشاعره قبل أن يبدأ حديثه حينذاك يعيره انتباهه وسمعه، وذلك لأن الصلة تتحد بين الخطيب ومستمعيه بناء على ما تنقله الحواس والصور (رشاد، 1996، صفحة 361). فحسن هيئة الخطيب وطيب رائحته من الأمور التي تلفت انتباه الجمهور المتلقي، خاصة في بث الإعجاب وكسب قلوبهم"، فالنفس تتغذى بحسن الحديث كما تتغذى بحسن الترتيب " (فراج، دت، صفحة 57). والترتيب يشمل أيضا أفكار الخطيب وعباراته إضافة إلى حسن الإلقاء وهذا بموافقة الصوت والحركات ما يضمن جودة الأداء.

**- الإلمام بأحوال الناس وواقعهم:** من بين الجوانب المهمة التي يجب على الخطيب الاهتمام بها، هي أن تربط الخطبة بنصوص ومبادئ العقيدة الدينية بواقع الحياة المعاصرة من مستجدات وتغيرات بأسلوب وفهم متجدد، فيتناول الموضوعات القريبة من اهتمامات المتلقين، بحيث يكون المتلقي وواقعه محور موضوع خطبته، حتى لا يشعر بأنه يعيش فصاما وتناقضا بين واقعه خارج المسجد وبين المثال داخله، فتقطع خطوط التواصل والاتصال بين واقع الخطاب الداخل مسجدي وحقيقة واقع الخارج. فعلى المرسل أن يعرف خصائص المستقبل وطبيعته، حتى يتمكن من مخاطبته، ويستحوذ على قلبه وعقله " (جادو، 1998، صفحة 103)، فمعرفة الخطيب للناس والتعامل معهم في إطار المعرفة الواعية يساعد على زيادة درجة انتباههم.

**- صدق العاطفة ومعرفة نفسية السامعين:** على الخطيب أن يكون صاحب حس مرهف، يشعر بما يشعر به الجمهور، لأنّ المتلقي يتفاعل مع مشاعر الخطيب وانفعالاته الصادقة، فيجدد به أن يكون مطلعا

على آمال وآلام المتلقين، حتى يضرب على الوتر الحساس الذي يهزهم ويعرف سبيل استمالتهم وإقناعهم، وبالتالي يختار الكلمات والعبارات وحتى الأحداث المناسبة المثيرة لعواطفهم، ومن ثم صياغة رسالته بحيث تحتوي على مثيرات تضمن استمرار انتباه المستقبل وتشوقه لمتابعة الرسالة. ولهذا لا يكفي أن يوجه الخطيب كلامه إلى القوى العقلية فقط، بل عليه أن يثير عواطف وميول المتلقي، أي مخاطبة العقل والوجدان معا.

### 5-2- الرسالة ( الخطبة )

هي الخطبة، وتعد أساسا من صنف الخطب الدينية، باعتبار الدين هو المحور الأساسي الذي تركز عليه، وتمثل محتوى الاتصال ومضمون ما يريد المرسل (الخطيب) أن يوصله للآخرين، و"الرسالة تعني المعلومات، أو الخبرات، أو الأفكار، أو الاتجاهات، أو القيم التي يرغب المرسل في توصيلها للمستقبل" (عمر، 2001، صفحة 34).

وتتميز عن غيرها من الخطب الدينية الأخرى في اشتمالها على خطبتين اثنتين، يبدأ الخطيب خطبته " بالحمد لله... ثم يتبعها بالصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم مسبقة بالشهادتين، ثم يوصي بتقوى الله سبحانه، ثم يشرع بالدخول في الموضوع الذي يريد أن يتحدث به في خطبته، مقسما إياه إلى فقرات مرتبة، ثم ينهي خطبته الأولى بخاتمة يحتم بها الموضوع، وبهذا يكون قد حقق بناء موضوع خطبته بكامل مراحلها. ثم يجلس بين الخطبتين جلسة صغيرة ليقوم إلى الخطبة الثانية ويبدأها كما هو الشأن في الخطبة الأولى" (مكتبي، 2001، الصفحات 192-193).

والخطبة كرسالة تقوم بتزويد المتلقين بمجموعة من التعاليم الدينية والأمور الدنيوية المهمة، ونقل مجموعة من القيم الإيجابية، بهدف ترقية المعارف الدينية وتوجيه السلوك.

### 5-3- الوسيلة

هي القناة أو القنوات أو المنهج الذي تمر خلالها، أو تنقل بها الرسالة من المرسل إلى المستقبل، أي أنها عبارة عن قنوات الاتصال ونقل المعرفة، وهي مثل اللغة اللفظية والإشارات والحركات والصور (عمر، 2001، صفحة 69)، وفي خطبة الجمعة تكون الوسيلة الأساسية هي اللغة. وتعتبر الجانب المهم الذي يجعل من الاتصال عملية اجتماعية لها كيان اتصالي اجتماعي" (عمر، 2001، صفحة 158)، إضافة إلى الإشارات والإيماءات التي تصدر عن الخطيب، "والمقصود بالحركة أو الإيماء هو كل حركة جسمية اكتسبت معنى" (عمر، 2001، صفحة 152)، وحتى تصل الرسالة خالية من أي تناقض، وبعيدة عن أي لبس، ويتمكن المتلقي من

فهم وإدراك محتواها بشكل جيد، يجب أن يقوم الخطيب (المرسل) باختيار الكلمات والعبارات بصورة دقيقة وواضحة.

#### 5-4- المستقبل (المتلقي للخطبة الجمعة)

المستقبل هو غاية الرسالة وهدف عملية الاتصال، وفي خطبة الجمعة مستقبلي الرسالة أعدادهم كبيرة، ما يسمى بجمهور المتلقين، وهو جمهور غير متجانس مكون من شرائح وفئات مختلفة من المجتمع رجال ونساء، صغار وكبار، مثقفين وأميين، إضافة إلى وجود اختلاف وتفاوت من حيث المستويات الثقافية والمعرفية وحتى الاجتماعية، وكذا الاستعدادات والقدرات الذهنية. غير أن جلهم تجمعهم هيئة واحدة تقريبا، كالتطهارة الواجبة والتجمل المستحب والسكينة والوقار. والمستقبل لخطبة الجمعة ملزم بالصمت والإنصات طبقا لحكم شرعي وهي عوامل مشجعة لنجاح التواصل مع الإمام والاستجابة لرسالته.

والمتلقي أو المستقبل هو الشخص أو الجهة التي توجه له الرسالة، فيقوم بفك رموزها بغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها، لينعكس ذلك على أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها، فالإتصال اللفظي يتجاوز كونه مجرد عملية لنقل الأفكار والمعلومات من خطيب إلى متلقي، حيث يتم قياس نجاح عملية الإتصال بما يقوم به هذا المتلقي من سلوكيات وليس بما يقدمه المرسل.

#### 5-5- الاستجابة أو التغذية الراجعة

الاستجابة هي مدى قبول الرسالة أو رفضها، أي الأثر الذي ينتج عن وصول الرسالة إلى المستقبل في عملية الاتصال، وأن رد الفعل هذا يعتبر دليل على أن الرسالة التي قام المرسل بإرسالها لتحقيق هدف معين، قد وصلت إلى الغاية المنشودة، إلى المستقبل، هذا يؤكد للمرسل أن الرسالة قد وصلت وما صدق قبولها ورفضها(عمر، 2001، صفحة 72). وتحدث عملية الاتصال في إطار نفسي اجتماعي وثقافي معين بين المرسل والمتلقي، حيث ترتبط استجابة المتلقي بعدة عوامل، أولها خصائصه النفسية التي تتحكم في سلوكه وتحدد طبيعته. فالمستقبل عندما يتلقى الرسالة وتصل الفكرة المقصودة لديه يتلقاها بالطريقة التالية(عمر، 2001، الصفحات 74-75):

- يسترجعها على ضوء الوعي الكامل.
- يسترجعها ن خلال اللاشعور أي العقل الباطني.
- يراها من خلال العادات والتقاليد التي شب عليها.

- يقوم بفحصها من وجهة نظر المعتقدات الدينية التي يؤمن بها ويتقبلها.
- يحاول أن يقارنها مع الأفكار الموجودة لديه.
- يقارن بينها وبين نوع الحياة التي يعيشها والثقافة التي يسير عليها.
- يراها ويزنّها من خلال الآمال التي يود أن يحققها.
- يقوم بربطها مع النواحي والجانب

ثانيا: الدراسة الميدانية.

من خلال المعطيات التي جمعناها عن طريق المقابلات مع أفراد مجتمع البحث، سنحاول الإجابة عن سؤال الإشكالية، والتحقق من الفرضيات المطروحة، سنحاول في المبحث الأول التعرف على نظرة وتمثلات المتلقي للخطاب الديني (الخطاب المتضمن في خطبة الجمعة)، ورصد طبيعة العلاقة بين المتلقي والمسجد كفضاء (مسجد، خطيب، خطبة)، ومدى تأثير هذه التمثلات على فاعلية الخطاب الديني في التغيير الاجتماعي. أما في المبحث الثاني، سنقف عند الانتماءات السياسية للمتلقي وموقفه من تسييس الخطاب الديني، وما مدى مساهمة هذه الانتماءات في تشكيل وبلورة حكمه على الخطاب الديني، وتأثيرها على درجة اقتناعه بمحتواه وما مدى ممارسته لها في الواقع الاجتماعي.

### 1- واقع العلاقة بين المتلقي والمسجد

يعتبر الدين الإطار العام الذي يحكم العلاقات الاجتماعية بين البشر، من حقوق وواجبات. والمسجد باعتباره مرتبطا بالدين الإسلامي هو مكان خصص لنشأة وتطور جانب مهم من تطور العلاقات ونشر القيم الدينية وأتماط السلوك المشتقة من تعاليم الدين الإسلامي، إذ "تتميز دور العبادة بثبات وإيجابية المعايير السلوكية التي تعلّمها للأفراد والإجماع على تدعيمها" (جادو، 1998، صفحة 240).

والمسجد له مزايا خاصة، لا تتوفر في أي مؤسسة اجتماعية أخرى، وهو أحد أهم الدعائم التي قام عليها تكوين الفرد المسلم، يحتل منزلة ومكانة عظيمة في حياة المسلمين، فإضافة إلى كونه مكان للعبادة يشكل المسجد همزة وصل ومركز التقاء بين أبناء المجتمع حيث يجمع المسلمين خمس مرات في اليوم، في جو تسوده السكينة والوقار.

للقوف على طبيعة العلاقة بين المتلقي للخطاب الديني (خطبة الجمعة) والمسجد كفضاء قمنا بطرح مجموعة من الأسئلة دارت مجملها حول نظرة المتلقي للمسجد ووظيفته.

جدول رقم (05) يوضح تمثلات أفراد العينة للمسجد.

النسبة	التكرار	الإجابة
85%	24	مكان مقدس
10.71%	03	مكان للعبادة
3.57%	01	مكان للتوجيه والإرشاد

يتّضح من الجدول أنّ أكبر نسبة من الباحثين 85% تنظر إلى المسجد على أنّه مكان مقدس، وهذه المكانة يستمدّها من الدين الإسلامي، فالمسجد هو بيت الله ورغم التطور المستمر وتغير حياة الأفراد المادية والروحية ورؤيتهم للواقع، ووجود مؤسسات اجتماعية أخرى متخصصة تراحم المسجد في وظيفته ودوره، إلا أنه لا زال يحتفظ بالكثير من المزايا أهمها إحاطته بمهالة من التقديس لدى الباحثين باختلاف مستوياتهم التعليمية والاجتماعية.

الجدول رقم (06) يوضح إجابات الباحثين بشأن أداء المسجد لوظيفته.

النسبة	التكرار	الإجابة
14.28%	04	نعم
35.71%	10	لا
46.42%	13	إلى حد ما

يتبين من نتائج الجدول أنّ أكبر نسبة 46.42% من أفراد العينة صرّحت أن المسجد يؤدي وظيفته إلى حد ما فقط، في حين صرّح ما نسبته 35.71% أنه (المسجد) لا يؤدي وظيفته، ويرى ما نسبته 14.28% أن المسجد يؤدي وظيفته. ويرى الباحثون الذين صرّحوا أن المسجد يؤدي وظيفته إلى حد ما فقط، وكذا الذين صرّحوا أن المسجد لا يؤدي وظيفته، بضعف مستوى الأئمة وتكررت هذه الإجابة عند (13) حالة. وكنموذج للإجابة صرّحت الحالة رقم (08) "الإمام مستواه ضعيف لا يقنعني ولا يقدم لي أي جديد". في حين برز آخرون ذلك بعدم تأدية الإمام لدوره على الوجه الأكمل، (07) تكرارات، وكنموذج للإجابات صرّح الباحث رقم (4) قائلاً: "المسجد يخضع للرقابة والإمام لا يقوم بدوره تسعون في المائة" أما الباحث رقم (27) فجاءت إجابته كالتالي: "الإمام أصبح يخاف من الدولة لا من الحق"، فيما قال الباحث رقم (3)

"المسجد لا يؤدي وظيفته بسبب الظروف السياسية والاجتماعية وأنتم تعلمون ما يجري". فيما أجاب آخرون أن المسجد همّش وحصرت مهامه في أمور العبادة فقط (04) تكرارات. وفي ذات السياق سألنا المتلقي عن المؤسسة التي تؤثر أكثر من غيرها على أفكاره واتجاهاته وسلوكياته من بين المسجد والفضائيات والإنترنت، فصرّح أغلب المبحوثين بنسبة 64.28٪، أن للمسجد دور مؤثر أكثر من الفضائيات والإنترنت.

يتّضح من تصريحات أفراد العينة أنه رغم تزايد البدائل المتاحة المتمثلة في وسائل الاتصال الحديثة التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الأجهزة الإيديولوجية الأكثر تأثيراً وفعالية في نشر أفكار وقيم وحتى سلوكيات جديدة، إلا أن المتلقي للخطاب الديني (خطبة الجمعة) لا زال يثق في مؤسسة المسجد، ويرى أن باستطاعته القيام بأدوار ريادية في المجتمع.

وبخصوص النسبة 28.57٪ التي ترى أن للفضائيات دوراً أكثر تأثيراً من المسجد، تنوعت تبريراتها، فالمبحوث رقم (09) قال: "الفضائيات أقرب إلى الواقع"، أما المبحوث رقم (04) فصرح قائلاً: "الفضائيات مسموعة ومرئية تقدم الصورة والصوت والشرح والدليل" وتكررت هذه الإجابات بمعدل (07) تكرارات، فالتلفزيون عن طريق الصورة والصوت يجسد الواقع ويقدمه في قالب يبدو قريب من الحقيقة، ويعتبر من "أكثر أجهزة الاتصال تأثيراً في الأفراد، فهو يجذب انتباه الصغير والكبير، إذ يجمع بين الصوت والصورة المتحركة" (جادو، 1998، صفحة 235) والتكرار. كما تقوم الفضائيات بتقديم النموذج الإيجابي في كافة مجالات الحياة، وبالتالي خلق المثل الاجتماعي للاقتداء به، فوسائل الاتصال المختلفة التي يتفاعل معها المتلقي تؤثر على أفكاره واتجاهاته وسلوكه، حيث تحاول أن تلقنه أنماط معينة من التفكير والسلوك، ما يؤدي إلى انصهار قيمه في صورة تتناسب مع معاييرها وقيمها، فدور وسائل الإعلام قد تعاضم بشكل هائل، وفي ضوء ذلك يذهب البعض إلى أن "التغير الثقافي ما هو إلا ثمرة من ثمرات وسائل الإعلام" (جادو، 1998، صفحة 234)

فيما برّر آخرون الدور المؤثر للفضائيات بالوجود الكبير للعلماء، حسب تصريح المبحوث رقم (15): "يوجد كثير من العلماء وشيوخ ودكاترة و أنا أثق فيهم" وتكررت هذه الإجابة لدى المبحوث رقم (5)، (17)، (22)، (23). يتبين من هذه الإجابات أن المتلقي مهتم بالمستوى المعرفي والعلمي، إذ يبحث عنه في فضاءات أخرى، إذ لم يجده في المسجد حسب تصريحاته بخصوص الجدول رقم (12) تغيير رقم

الجدول، إذ أرجعوا سبب عدم تأدية المسجد لوظيفته إلى ضعف مستوى الخطباء، وهذا ما وفرته الفضائيات والإنترنت، فأصبحت مركزا هاما للتنشئة وترسيخ القيم لدى جمهور واسع، لما لها من خصائص تجعلها تتفوق على الوسائل الأخرى. فالمتلقين للخطاب الديني تعددت مشاربهم ولم يعد المسجد القناة الوحيدة التي تدمهم بالمعلومة خاصة الدينية منها، كما ارتفعت مستوياتهم المعرفية والثقافية بشكل يسمح لهم بالمقارنة أولا، وبالنقد ثانيا، ومن هنا " يجدر بالخطيب أن يعرف الوسط الثقافي الذي يخطب فيه، وطبيعة البشر، (...) كي تؤدي كلمته أثرها وتؤتي أكلها" (الجابر، 2006، صفحة 69)، ولا تفقد فاعليتها وقدرتها على التغيير للأفضل.

## 2- واقع العلاقة بين المتلقي والخطيب.

يعتبر الخطيب مصدر الخطبة والمرسل لها، وهو البؤرة والأساس في العملية الخطابية داخل المسجد، تتوقف فاعلية دوره على كفاءته، كما أنه لن ينجح في أدائه الوظيفي دونما الاهتمام بالعلاقات مع جمهوره داخل المسجد وخارجه. وللتعرف على واقع العلاقة بين المتلقي والخطيب، جاء بإجابات أفراد العينة عن سؤال ماذا يمثل لك الخطيب؟ الموضحة في الجدول التالي.

### جدول رقم (07): يوضح إجابات المبحوثين عن سؤال ماذا يمثل لك الخطيب؟

النسبة	التكرار	الإجابات
3.75%	01	مثل أعلى
67.85%	19	شخص له سلطة روحية
28.57%	08	شخص عادي
100%	28	المجموع

يتبين من الجدول أن أغلب المبحوثين، بنسبة 67.85%، أن الخطيب شخص له سلطة روحية. تؤكد هذه التصريحات أنّ الخطيب لا زال يمتلك تلك الرمزية والسلطة الروحية المستمدة من الدين الإسلامي، باعتباره رجل الدين ويتحدث باسمه. وبخصوص سؤال متصلصرح أغلب المبحوثين بنسبة 28.89%، أنهم يشعرون بالاحترام اتجاه الإمام، وهذا مرجح لكونهم أكدوا أنّ الخطيب له سلطة روحية، وكانت تبريراتهمكونه حافظ لكتاب الله. وكنموذج جاءت إجابة المبحوث رقم (17) " أحترم الخطيب لأنه إمام

المسجد وأنا أحترم ما يقول من كلام الله ورسوله ". لقد كان منصب الإمام و الخطيب من أجلّ المناصب في الإسلام، وليس أدلّ على ذلك من أنه لم يتولى الإمامة في العهد الأول، إلا الرسول صلى الله عليه وسلم ومن يخلفه من كبار الصحابة وعلمائهم، ولم نعلم أحدا صلى بالمسلمين في حضرته حتى في مرض موته، فالخطيب والإمام يبقى دائما يحظى بقدر من الاحترام

في مجال رصد العلاقة بين المتلقي والخطيب دائما، حاولنا معرفة إن كان للخطيب دورا فاعلا في ارتباط المتلقي بالمسجد فتحصلنا على الإجابات الموضحة في الجدول التالي

جدول رقم (08) يوضح إجابات العينة عن دور الإمام في ارتباطهم بالمسجد

النسبة	التكرار	الإجابات
78.57%	22	نعم
10.71%	3	لا
10.71%	3	إلى حد ما
100%	28	المجموع

يتضح من الجدول أنّ أغلب المبحوثين ممثلين في النسبة 78.57% صرّحوا أن دور الخطيب فاعل في

ارتباطهم بالمسجد.

وبخصوص سؤالنا حول المميزات التي يرى المتلقي أنه يجب توفرها في الخطيب الناجح، فقد اتفق أغلب المبحوثين (12) تكرارا على أن أهمّ صفة ينبغي أن تتواجد في الخطيب هي، أن يوافق قوله عمله وفي هذا السياق وكنموذج عن الإجابات المماثلة قالت الحالة رقم (02) " الخطيب الناجح هو الذي يفعل ما يقول"، أما الحالة رقم (13) فقالت " الخطيب ينجح عندما تتوافق أفعاله أقواله ". فالخطيب بصفته واعظا وموجّها يكون محطّ أنظار جمهوره، فينبغي أن تكون تصرفاته مضبوطة وبعيدة عن التناقض. " ولعلّ قدرا كبيرا من انحرافات الشباب سببها أنهم، يجدون سلوكا مخالفا لما يقال لهم ممن يعلمونهم عموما وبصفة خاصة معلمي الدين " (رشاد، 1996، صفحة 395).

لقد أجمع المبحوثين على أن هذه الميزة، هي أهم ما يجب أن تتوفر في الخطيب وهذا لكونه شخصية دينية يرون فيها المعلم والمربي، الذي يفترض به أن يوجههم ويعلمهم القيم المثلى والسلوك الحسن. فلا ينبغي أن يسلك مسلكا بعيد عما يدعوا إليه، حتى لا تكون هناك فجوة عميقة بين ما يقول ويفعل، فالخطيب

الذي يخالف قوله فعلة يفتقد جانب القدوة، فيفقد ثقة جمهوره ما يعود على رسالته بالفشل، وقد أثبتت التجارب أن " المصدر الموثوق به تستطيع الاقتناع بالآراء التي يقولها إلى درجة تبلغ ثلاثة أضعاف ونصف تلك الدرجة التي يبلغها المصدر الأقل ثقة(عمر، 2001، صفحة 41).

وحول هذا الجانب قدّمت جمعية إدارة الأعمال الأمريكية، مجموعة نصائح إرشادات للمرسل يمكن التقييد بها لضمان فعالية الاتصال أهمها أن يجعل تصرفاته تؤيد اتصالاته، " فالاتصال المقنع ليس هو ما تقول بل ما تفعله، فحينما تتناقض تصرفاتك مع أقوالك، فهذا يضعف القناة بالاتصال الذي قمت به(عقيلي، 1997، صفحة 405) وعليه يفترض بالخطيب أن يتحلى بالانسجام بين قوله وفعله، ما يحقق الاحترام لشخصه والإقتداء به.

أما الميزة الثانية التي رآها المبحوثين مهمة وضرورية لنجاح الخطيب، هي توفر المستوى الثقافي والعلمي في الخطيب، وتكررت هذه الصفة بمعدل (07) مرات. ومن بين نماذج الإجابات صرّحت الحالة رقم (06): " الكفاءة والجرأة"، والحالة (07): " أن يكون مثقف جدا ومتواضع ". فيما قالت الحالة (09): " الأهم المستوى العلمي والثقافي".

يرى المبحوثين أن الجانب المعرفي للخطيب وكفاءته من مقومات نجاحه، لأنّ " الخطيب المتفوق في ميدان تخصصه، والمؤهل مهنيا على نحو جيّد، هو الأكثر تأثيرا وفعالية"(رشاد، 1996، صفحة 359) وهو مصدر موثوق لأخذ المعلومة بالنسبة للجمهور.

وعن الصفة الثالثة التي أكدّ المبحوثين على ضرورة توفرها في الخطيب، هي الإلقاء الجيد مثل ما صرحت به الحالة (11): " الإلقاء والأسلوب هو الذي يشدني للخطبة " والحالة رقم (23): " أنا من جهتي طريقة الإلقاء تهمني"، يتبيّن من النتائج أن الإلقاء يحظى باهتمام من طرف المتلقين للخطاب فمن العوامل المساعدة أيضا على نجاح المرسل، القدرة اللغوية على سرد المعلومة وإبلاغها، والقدرة على التعبير بوضوح عن الأفكار و المعلومات المراد إرسالها، فعدم وضوح المعنى يؤدي إلى سوء الفهم، وبالتالي عدم الإقناع و التأثير في المستقبل.

أما الميزات الأخرى التي أولاهها المبحوثين اهتماما، ويرو أنها تزيد من نجاح الخطيب وفعالية رسالته، تنوعت بين التواضع والصراحة، والالتزان، واللبونة في السلوك، وهي تعتبر من السمات والخصائص الشخصية التي تجعل من الخطيب شخصية اجتماعية.

وعن سؤالنا حول توفر تلك الصفات في خطيب مسجدهم كانت الإجابات موضحة في الجدول

التالي:

جدول رقم (09) يوضح إجابات المبحوثين بشأن توفر الصفات المطلوبة في الخطيب

النسبة	التكرار	الإجابات
21.42%	06	نعم
78.75%	22	لا
100%	28	المجموع

نلاحظ من الجدول أن أكبر نسبة 78.75% من أفراد العينة، صرحت أن صفات الخطيب الناجح، غير متواجدة في خطيب مسجدهم، في المقابل يرى ما نسبته 21.42% أن هذه الصفات متواجدة فيه.

### 3- طبيعة العلاقة بين المتلقي والخطاب

يلعب الخطاب الديني (خطبة الجمعة) دورا مهما في تأسيس نسق القناعات لدى الفرد المسلم، ولعرفة تمثلا لمتلقي للخطاب الديني الحالي (خطبة الجمعة) كان أول سؤال طرحناه عليه حول مدى رضاه عن الخطاب الديني، فأجاب أغلب أفراد العينة مانسبته 60%، أنهم غير راضين عن الخطاب الديني (خطبة الجمعة) الحالي.

وتبعاً لذلك سألنا المبحوثين عن مدى اتصال مواضيع الخطب بانشغالهم وهمومهم، فجاءت إجاباتهم

كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (10) يوضح مدى اتصال الخطاب بمحوم المبحوثين

النسبة	التكرار	الإجابات
3.57%	01	نعم
17.85%	05	لا
78.57%	22	أحيانا
100%	28	المجموع

نلاحظ أن أغلب المبحوثين 78.57% صرّحوا أن الخطاب الحالي يتطرق أحيانا فقط لانشغالهم،

فيما صرح ما نسبته 17.85% بأنه لا يتطرق إلى انشغالهم. ويرر المتلقين إجاباتهم بأن الخطاب الديني (خطبة

الجمعة) يركّز كثيرا على القضايا الشرعية مع التعرّيج بقلة على مشاكل الشباب والواقع الاجتماعي الذي يعيشونه. وكنموذج الحالة (9) التي قالت أن " ما تقوله الخطبة شيء والواقع شيء آخر"، والحالة (6) " صرّحت أن" المسجد همّش اليوم وانحصر دوره في أمور العبادة".

يتبيّن من التصريحات أن المتلقي يحاول الربط بين الخطاب ودلالاته وبين واقعه المعاش، فبات يشعر أن هناك فجوة بين الخطاب وما يحدث في الشارع، لأنه يراه منشغلا بأمور وقضايا صارت بالنسبة إليه من المسلمات، " فالموضوعات التي تناقش لا تلامس الحياة اليومية المعيشة مما يخلق هوة وفراغا بين الخطيب وبين المتلقي، إذ لكل منهما عالم مختلف وما إن يخرج المسلم من المسجد إلى معترك الحياة حتى يصطدم بعالم آخر وحياة أخرى" (النعم، 2003، صفحة 44). كأنّ المتلقي يريد من الخطيب أن يتوّع في مواضيع خطبه، لتمس مختلف اهتماماته، أي يجبّد أن يتفاعل الخطاب الديني (خطبة الجمعة) مع الشارع بطريقة فعالة، حتى تكون هناك مشاركة بينه وبين الخطيب تمكّن هذا الأخير من القيام بأدوار اجتماعية، من خلال الاطلاع والتعرف على واقع جمهوره "فإذا كان الخطاب مثلا عن شؤون الأسرة والحياة الزوجية والمشكلات الاجتماعية، التي تمّ كل بيت بل تمّ كل فرد في المجتمع، كان أثر ذلك واضحا على وجوه المستمعين، فالكل يصغي ويعيش معك ويتجاوب مع خطابك وبعد الخطبة يتأكد الأثر" (الجار، 2006، صفحة 73).

ودائما في سلسلة الأسئلة الخاصة بالخطبة كان السؤال الموالي حول مدى استفادة المتلقي من خطبة الجمعة. فجاءت الإجابات كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (11) يوضح مدى استفادة المبحوثين في حياتهم من الخطبة

النسبة	التكرار	الإجابات
25 %	07	نعم
10.71 %	03	لا
64.48 %	18	أحيانا
100 %	28	المجموع

صرّح أغلب المبحوثين ممثلين في النسبة 64.28% أنهم يستفيدون من الخطبة أحيانا فقط، فيما صرّحت نسبة 10.71% بأنهم لا يستفيدون من الخطبة.

وفي نفس السياق حاولنا الوقوف علمدى تأثير الاتجاهات السياسية على مصداقية الخطاب الديني ومن ثمّ على فاعليّته في التغيير الاجتماعي، باعتبار أنّهاك تداخلا بين الديني والسياسي والاجتماعي. بداية كان سؤالنا عن توجهات المتلقين السياسية فكان سؤالنا بالصيغة التالية: هل لديكم توجهات سياسية معينة، فكانت الإجابات كما يوضّحه الجدول التالي:

الجدول رقم (12) يوضح توجهات الباحثين السياسية

الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	04	%14.28
لا	24	%85.71
المجموع	28	%100

يتضح من الجدول أنّ ما نسبته 85.71% من الباحثين أجابوا بالنفي، فيما أجاب ما نسبته 14.28% بأنّ لهم توجهات سياسية. ما يشير إلى أن أغلب الباحثين ليست لهم توجهات سياسية، وغير مهتمين بالسياسة وهذا ما يوضّحه أيضا الجدول رقم (03) حيث احتلّت السياسة المرتبة الأخيرة ضمن مجالات اهتمامات المتلقين، وما لاحظناه أثناء طرحنا لهذا السؤال أن الباحثين مجرد سماعه كلمة سياسة يهز برأسه قاصدا التقي دون إكمالنا لشرح السؤال، فجعل الباحثين أكدوا أنّهم غير منخرطين في أي حزب سياسي. وما لفت انتباهنا أيضا أن الكل أجمع على الإجابة التالية: "لا يوجد سياسية وكل واحد من الأحزاب يخدم مصلحته"، حيث يرى المتلقي بأن غالبية الأحزاب ترفع شعارات تحاول جذب واستقطاب الناس لها لتحقيق مكاسبها الشخصية والسياسية دون الاهتمام بمصالح الناس. فالمبجوثين لاحظوا تناقضات بين الأهداف المعلنة للأحزاب والواقع المعاش، مما خلق نوع من التردد وعدم الثقة في الأحزاب، وأضعف مشاركته في القضايا السياسية وحتى الاجتماعية.

وفي نفس السياق أردنا معرفة رأي المتلقي حول التوجّه السياسي الخطاب الديني (خطبة الجمعة).

فكانت الإجابات موضّحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): يوضح إن كان للخطاب الديني (خطبة الجمعة) توجّهًا سياسيًا من وجهة نظر المتلقي.

الإجابات	التكرار	النسبة
نعم	21	75%
لا	07	25%
المجموع	28	100%

يتبين من الجدول أن نسبة 75% من الإجابات اعتبرت أنّ الخطاب الديني (خطبة الجمعة) ذو توجه سياسي، وفي المقابل صرّح ما نسبته 25% أن الخطاب لا ينتهج أيّ توجه سياسي معين. وتعليقًا عن إجاباتهم سألنا الباحثين عن الاتجاه السياسي الذي ينتحله الخطاب الديني، فكانت إجاباتهم تدور في نفس المنحى، وكنماذج لإجاباتهم قالت الحالة رقم (23) "سياسي حكومي" والحالة رقم (12) أجابت: "الخطاب موجّه من طرف الدولة لتحقيق أهدافها وليس لخدمة الشعب"، والحالة رقم (13) صرّحت: "خدمة مصالح الدولة"، أما الحالة رقم (20) قالت: "الدولة هي التي تطرح المواضيع". وتكرر هذا النوع من الإجابات لدى ستة عشرة (16) حالة.

من خلال مختلف الإجابات يتّضح أنّ المتلقي يرى أنّ الخطاب الديني (خطبة الجمعة) مسيّر، ومسخر لخدمة أهداف ومصالح السلطة (الحكومة)، حيث يجعل من ميولاتها واتجاهاتها السياسية قاعدة ارتكاز في تأويل النصوص الشرعية، وتوظيفها بعض الوقائع والمواقف الدينية بعيدا عن أصلها، ما يؤدي إلى تحوير رسالة الخطاب عن غايتها. ويجدر بنا الإشارة إلى أنّه خلال المقابلات لم يذكر الباحثين لا بالتلميح ولا التصريح أي حزب أو جهة سياسية بعينها، وقد أكد لنا ثلاث مفتّشين من مديرية الشؤون الدينية، أن الخطاب غير مفروض من طرف الدولة، وكذا إماما المسجدين أكدنا ذلك، إلا أن المتلقي يرى أن الخطاب يخضع لسلطة الدولة، و يخدم مصالحها فقط و هذا حسب تصريحاتهم.

وبخصوص سؤالنا عن موقف الباحثين حول الصبغة السياسية للخطاب الديني (خطبة الجمعة)

جاءت إجاباتهم كما هي موضّحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14) يوضح موقف المبحوثين من الصبغة السياسية للخطاب الديني (خطبة الجمعة)

النسبة	التكرار	الإجابات
14.28%	04	أقبل
85.71%	24	أرفض
100%	28	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أنّ ما نسبته 85.71% من المبحوثين صرّحوا بالرفض، في حين أجاب ما نسبته 14.28% بالقبول، من خلال هذه التصريحات يتضح أن المتلقي يرفض أن يصطبغ للخطاب الديني (خطبة الجمعة) بأيّ صبغة سياسية، وعن مبرراتهم لهذا الرفض صرحت الحالة رقم (19) كنموذج: "أرفض تسييس الخطاب لأني أرفض تفرقة الناس" وتكررت هذه الإجابة عند (10) حالات، حيث ترى تسييس الخطاب مرادفا لتفرقة الناس ونشوب الصراعات، فالانتماءات الضيقة قد تكون عامل تأزم و فرقة إذا تحولت إلى هدف في حد ذاته، ولعل ما عاشته الجزائر سنوات التسعينات لا زال عالقا بأذهان الجزائريين وهو وراء رفضهم تسييس الخطاب الديني (خطبة الجمعة)، حيث تم احتكار المساجد من خلال استغلال النصوص الدينية، و توظيفها سياسيا بما يتلاءم مع اتجاهاتهم ومصالحهم الضيقة، وهذا ما جعل المتلقي يرى أنّ كل ما يطرحه ويقدمه الخطاب الديني (خطبة الجمعة) يدخل ضمن مشاريع الدولة، رغم ما يحمله من نصوص دينية، ما جعل الخطاب يفقد مصداقيته لدى المتلقي، الذي يرى أن كلّ القوى بما فيها الاجتماعية، و السياسية، و الاقتصادية، تستخدم الدين لدعم مصالحها وإعطاء النصوص الصورة التأويلية التي تخدم موقعها، وتتجلى علاقة الدين بالسلطة من خلال (العزير، 2000، الصفحات 62-63):

- إعطاء تصور محدد للعالم، والتصور أصل السلوك بحسب فيبر

-مساعدة الفرد في الاندماج داخل المجتمع.

-فرض مجموعة سلوكيات تبعا لثنائية المقدس والمدنس.

-إعطاء القداسة لبعض الأفراد والأشياء والدعوة لطاعتهم والخضوع لهم.

أما الحالة رقم (13) فقالت: "أرفض التوجهات السياسية للخطاب لأن الدولة تريد مغالطة عامة الناس"، أي توجيههم الوجهة التي تناسبها وتخدم مصالحها ولا تخدم مصالح العامة"، يتضح من خلال

إجابات الباحثين، أن المتلقي يريد أن يبقى المسجد بعيدا عن خدمة أي جهة سياسية أو حزبية، ويريد خطابا يؤمن بواقع الاختلاف بين الناس في المجالات السياسية. ويضع اهتمامات المتلقي ومصالحه ضمن أولوياته.

وفي نفس الغاية سألنا الباحثين عن مدى تأثير الصبغة السياسية للخطاب على اختيارهم للمسجد، فكانت الإجابات الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15) يوضح مدى تأثير الصبغة السياسية للخطاب على اختيار الباحثين للمسجد

النسبة	التكرار	الإجابات
64.28%	18	نعم تؤثر
21.42%	06	لا تؤثر
14.28%	04	إلى حد ما
100%	28	المجموع

يتضح من نتائج الجدول أن الصبغة السياسية للخطاب تؤثر على اختيار المتلقي للمسجد، وهذا حسب ما صرحت به أكبر نسبة من الباحثين 64.28%. فيما أجاب ما نسبته 21.42% أن الصبغة السياسية للخطاب لا تؤثر على اختيارهم للمسجد، والنسبة 14.28% المتبقية صرحت أنه يؤثر أحيانا فقط. وفي نفس الهدف حاولنا معرفة إذا كانت للصبغة السياسية للخطاب علاقة بدرجة تأثر المتلقي بمحتواه، فكانت إجابات الباحثين كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (16) يوضح مدى تأثير الصبغة السياسية للخطاب على اقتناع المتلقين

النسبة	التكرار	الإجابات
57.14%	16	نعم تؤثر
28.57%	08	لا تؤثر
14.28%	04	أحيانا
100%	28	المجموع

أجاب أغلب الباحثين وهو ما نسبته 57.14%، أن الصبغة السياسية للخطاب تؤثر على درجة اقتناعهم بالخطبة، وعن مبرراتهم أجابت الحالة رقم (07) "عندما تتحدث الخطبة عن السياسة أحس أنني

لست في المسجد وأشعر بالغضب"، يرى هذا المبحوث أن السياسة مكانها خارج المسجد، وقالت الحالة رقم (02): "عندما يتحدث الخطيب عن السياسة لا يصبح إمام ولا يثق الناس فيه لأنه يصبح تابع للدولة". فيما أجاب ما نسبته 28.57% أن هذه التوجهات لا تؤثر على درجة اقتناعهم بالخطبة، وكنموذج لإجاباتهم بررت الحالة رقم (26) "الإمام يقول ما يجب أن نلصق به لئلا نؤذي". فيما صرح ما نسبته 14.28% أن هذه التوجهات تؤثر أحيانا فقط على درجة اقتناعهم بالخطبة.

تشير هذه الإجابات إلى أن الصبغة السياسية للخطاب الديني (خطبة الجمعة) تُفقد الخطيب ثقة جمهوره، وتؤثر على درجة اقتناعه بالخطبة، كما تؤثر على اختيارهم للمسجد ما يوضحه الجدول رقم (15). فالمتلقي بات مقتنعا حسب تصريحاته أن الخطاب الديني (خطبة الجمعة) ممل على الخطيب ويعكس إيديولوجية السلطات الرسمية، ومسخر لخدمة مصالحها، وهذا الانحياز يرفضه المتلقي. كما أن الحديث عن أمور بعيدة عن اهتماماته واتجاهاته، تحدث تصادما بينه وبين الخطيب ما يشتت فكر المتلقي ويسبب نفوره من الخطاب، "فمن المؤثرات السلبية للاتصال، إضافة الرقابة على الاتصال وقنواته (خواجة، 2007، صفحة 125) حيث يؤثر التحيز السياسي للخطيب (المرسل) سلبا في عملية الاتصال، ويجول حاجزا بين المتلقي والخطيب، ما يعيق تحقيق الهدف وهو الإقناع والتغيير.

دائما في نفس السياق سألنا المبحوثين عن مدى حرصهم على تطبيق ما تقدمه الخطبة فكانت إجاباتهم كالتالي:

الجدول رقم (17) يوضح مدى حرص المبحوثين على تطبيق تعاليم الخطب

النسبة	التكرار	الإجابات
29.28%	11	نعم
7.14%	02	لا
63.57%	15	أحيانا
100%	28	المجموع

يظهر لنا من خلال الجدول أنّ نسبة 63.57% من الإجابات صرّحت أنّها تطبّق إلى حد ما فقط ما تتضمنه الخطبة من قيم، وكنموذج للإجابة صرحت الحالة (09) "أحيانا لأن الخطاب لا يوافق الواقع

المعاش " بعيدة عن الواقع، فهذا المتلقي يشير إلى أنه يعيش فصاما بين واقع يعيشه خارج المسجد وواقع آخر يرويه الخطاب. وصرّحت نسبة 29.28% بأنها تحرس على تطبيق ما تتضمنه الخطبة، وكنموذج للإجابة قالت الحالة رقم (03): " أطبق الذي يقوله الله ورسوله " وأما الحالة رقم (07) فقالت: " واجب عليّ تطبيق ما قاله الله ورسوله "، في حين صرحت النسبة المتبقية 7.14% بأنها لا تحرس على تطبيق ما تتضمنه الخطبة، وكمثال عن الإجابات قالت الحالة رقم (13) " لا أحرس لأنها تملئ من الحكومة والمديرية " والحالة رقم (18) صرحت " لا أحرس لأن الإمام ضعيف".

وفي نفس المحور جاءت إجابات الباحثين بخصوص مستوى التغيير الذي يصل إليه تأثير

الخطاب، الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18) يوضح مستوى التغيير الذي يصل إليه تأثير الخطاب لدى المتلقي

النسبة	التكرار	الإجابات
67.85%	19	الأفكار
21.42%	06	القناعات
10.71%	03	السلوك
100%	28	المجموع

يوضّح الجدول أن النسبة الأكبر 67.85% من الباحثين يصل تأثير الخطاب الديني (خطبة الجمعة) إلى أفكارها فقط، وما نسبته 21.42% يصل تأثير الخطاب الديني (خطبة الجمعة) إلى قناعاتها، وما نسبته 10.71% صرّحوا أن الخطبة غيّرت من سلوكهم.

يتضح من هذه النتائج أن تأثير الخطاب الديني (خطبة الجمعة)، لا يتعدى مستوى الأفكار عند أغلب الباحثين، أي يساهم بشكل محدود في عملية التغيير الاجتماعي، وهذا باعتبار تغيير السلوك يترجم عمليا تغيير أفكار وقناعات الأفراد، "فسلوك المتلقي هو المظهر والدليل على نجاح الرسالة (بدوي، 1999، صفحة 28). وهذا يعتبر نتيجة لمحدودية الاستفادة من الخطاب التي يتلقاها في المسجد، حسب ما صرّحت به أكبر نسبة 64.28% الجدول رقم (11)، وأيضا إلى عدم حرس المتلقي على التطبيق حسب تصريحاته السابقة الجدول رقم (17)، حيث أكدت أكبر نسبة 63.57% أنها تحرس على تطبيق ما تقدمه الخطبة أحيانا فقط. فالرسالة

تحقق هدفها عندما يطابق سلوك المتلقي الهدف المنشود، لأن السلوك يعطي المظهر والدليل على تحقيق الهدف" (Meyer، 1998، صفحة 168).

#### خاتمة

حاولنا في هذه الدراسة رصد مدى مساهمة الخطاب الديني (الخطاب الذي تتضمنه خطبة الجمعة) في عملية التغيير الاجتماعي (التغيير والتبدل على مستوى سلوكيات المتلقي لخطبة الجمعة). من خلال المعطيات المتوصل إليها عن طريق المقابلات الميدانية، وبناءً على مناقشتها، اتضح أن المسجد يحظى بمكانة خاصة لدى المتلقي إذ يراه مكاناً مقدساً (85٪) وأكثر مصداقية (78.57٪)، كما يحظى الخطيب باحترامه (89.28٪) حيث صرح المتلقي أنّ دوره فاعل في ارتباطه بالمسجد (78.57٪). وبخصوص مضمون الخطاب الديني (الخطاب المتضمن في خطبة الجمعة) أبدى المتلقي عدم رضاه عن محتواه (60٪)، وصرح أنّه يستفيد منه أحياناً فقط (64.28٪)، وأرجع ذلك إلى أنّ الخطاب الدينين يتطرق أحياناً فقط لانشغالاته (78.57٪)، واعتبره مسيئ (75٪)، وأبدى رفضه لذلك (85.71٪)، وأظهرت النتائج أنّ الصبغة السياسية للخطاب الديني تؤثر على درجة اقتناعه بمحتواه (57.14٪)، ما جعل تأثيره يصل إلى أفكارهم (67.85٪)، فيما ما نسبته (21.42٪) يصل التأثير إلى قناعاتهم، و ما نسبته (10.71٪) صرّحوا أنّ الخطبة غيرت من سلوكياتهم.

جاءت هذه النتائج مؤكدة أنّ تمثيلات المتلقي للمسجد كفضاء (مسجد، خطيب، خطبة) تساهم كثيراً في إضعاف فاعلية الخطاب الديني، وأنّ هناك تأثير سلبي للتوجهات السياسية للخطاب على فاعليته في التغيير الاجتماعي. فرغم الخصائص والمميزات التي يحظى بها الخطاب الديني (خطبة الجمعة) التي تؤهله ليكون أكثر تأثيراً من غيره، ورغم الحضور الدائم للنص الديني فيه كبرهان قطعي في كل الأمور الدينية والدينيوية، لما له من قداسة ووقع كبير على نفوس المتلقين، إلاّ أنّه يساهم بشكل محدود في عملية التغيير الاجتماعي، إذ يقيمتأثيره الكبير مقتصر على أفكار المتلقي، وهذا باعتبار مقدار التزام المتلقي مؤشراً مهم لتقييم فاعلية الخطاب الديني (خطبة الجمعة)، إذ يعدّ البعد السلوكي هو البعد الذي يحدد بصورة فعالة حدوث التغيير الاجتماعي، وبقدر توافق سلوكيات المتلقين مع هدف الخطاب.

وهذا نتيجة لانعزاله عن واقع المتلقي وعجزه عن السعي لإيجاد حلول للقضايا الجوهرية بالنسبة له، في غياب تواصل جدّي وبناء بين المتلقي والخطيب، هذا الأخير الذي يتحمل المسؤولية الكبيرة في فشل

تفعيل رسالة الخطاب الديني، كونه منتج الخطاب ومسير العملي الاتصالية داخل المسجد. حيث يمكنه استغلال سلطته الروحية التي يستمدّها من الشرعية الدينية، في أن يتصدر المجتمع داخل المسجد وخارجه ليتبنى مشروعه، وهذا ليس بالاهتمام بالأفكار الدينية في حدّ ذاتها لكن بالطرق التي من خلالها تستطيع هذه الأفكار توجيه سلوك المتلقين للخطاب. وأمر كهذا لا يستلزم الكثير من الجهد في المجتمع الجزائري، الذي لا يحتاج المتلقي فيه إلى غرس مبادئ وقيم اجتماعية جديدة، وإنما إلى تعزيزها فقط، فأكثر إخفاقات الخطاب الديني سببها أنّ الخطيب لم يستطع الدخول إلى عالم المتلقين، لمعرفة ما يحفزهم على الاستجابة، وفهم الظروف المحيطة بهم والضغوطات التي تفرضها عليهم الحضارة المادية الحديثة.

#### قائمة المصادر والمراجع:

#### – المراجع باللّغة العربية:

#### \*القرآن الكريم

1. إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، 1993.
2. ابن القيم، الجوزية، زاد المعاد في هدي خير العباد، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط 27، 1994.
3. إبراهيم محمد عبد الجابر، المفيد للخطيب الجديد، دار ابن حزم للطباعة والنشر، بيروت، ط1، 2006.
4. السيد سابق، فقه السنة، المجلد الأول، دار الفكر بيروت، ط4، 1983.
5. إحسان محمد الحسن، الأسس العلمية لمناهج البحث الاجتماعي، ط2، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، ط2، 1987.
6. محمد عابد الجابري، تكوين العقل العربي، دار الطليعة، لبنان، د ط، 1988.
7. محمد عبد الغني حسن، الخطب والمواعظ، دار المعارف، مصر، ط2، 1968.
8. محمد مفتاح، تحليل الخطاب الشعري، " إستراتيجية التناسل"، المركز الثقافي العربي، المغرب، ط1، 1983.
9. محمد أمين العالم، الأصوليات الإسلامية الراهنة في عصرنا الراهن، مصر، قضايا فكرية للنشر والتوزيع، ط3، 1993.
10. معين خليل عمر، البناء الاجتماعي أنساقه ونظمه، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، دط، 1999.
11. ندير محمد مكتبي، خصائص الخطبة والخطيب، دار البشائر الإسلامية، ط1، 2001.
12. صالح محمد علي أبو جادو، سيكولوجية التنشئة الاجتماعية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 1998.
13. سلوى عثمان الصديقي، هناء حافظ بدوي، "أبعاد العملية الاتصالية، رؤية نظرية وعلمية وواقعية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، دط، 1999.
14. عمر عبد الرحيم نصر الله، مبادئ الاتصال التربوي والإنساني، دار وائل للنشر، الأردن، ط1، 2001.
15. فيراط محمد، تشكيل الوعي الاجتماعي، دور وسائل الإعلام في بناء الواقع وصناعة الرأي العام، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، د ط، 2007.
16. توفيق الواعي، الخطابة وإعداد الخطيب، دار اليقين للنشر والتوزيع، مصر، ط3، 1999.

17. علي محفوظ، فن الخطابة وإعداد الخطبة، مطبعة المعارف، الجزائر، دط، دت،
18. عبد الجليل عبده شلبي، الخطابة وإعداد الخطيب، دار الشروق، القاهرة، ط2، 1986،
19. عقيلي عمر وصفي، الإدارة، أصول وأسس ومفاهيم، دار زهران، عمان، دط، 1997.
20. رشاد علي عبد العزيز موسى وآخرون، علم النفس الديني، مؤسسة مختار للنشر، مصر، د ط، 1996.
- المراجع المترجمة:
21. أرسطو طاليس، الخطابة، (ت) عبد الرحمان بدوي، بيروت، دار القلم، دط، 1979.
22. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، (ت) بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.
- المراجع باللغة الفرنسية:
23. BENVENISTE.(E), Problèmes de linguistique générale, aris, Ed Gallimard, VOL, I, 1974.
24. Meyer. (B), Les pratiques de communication, de l'enseignement supérieur à la vie professionnelle, Armand colin, Paris, 1998.
25. SARFATI Georges-elia , Eléments d analyse du discours ;édition NATHAN Universit, paris,1997
26. Thomas.(S),speech communication and human interaction,Glenview,Scott Foresman and company,1976.
- المعاجم:
27. المنجد في اللغة والأعلام، دار المشرق، بيروت، ط42، 2007.
- المجالات:
29. أسعد وطفة " التربية العربية و العولمة بنية التحديات و تقاطع الإشكاليات"، مجلة عالم الفكر، أكتوبر - ديسمبر 2008
30. بو عبد الله غلام الله، "مكانة المسجد في المجتمع"، رسالة المسجد، العدد (02)، فيفري 2006.
31. محمد أمير ناشر النعم، "خطبة الجمعة بين الواقع والمثالي"، رسالة المسجد، العدد (02) سبتمبر 2003.
32. محمد السيد علي، "التربية الأسرية بين الضوابط الشرعية والمتطلبات العصرية"، مجلة المنهل، يناير 2000
33. عبد القادر فضيل، "منهجية بناء الخطاب المسجد،" رسالة المسجد، العدد(02)، سبتمبر 2003.
34. عبد القادر عبو، "الوسائل الإعلامية في التواصل البيداغوجي"، المجلة الأكاديمية، العدد (02)، إصدار قسم التعليم للغات، كلية الأدب، جامعة الجزائر، 2001.
- الرسائل الجامعية:
35. خواجة عبد العزيز، الضبط الاجتماعي ومعوقاته، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد علم الاجتماع، الجزائر، 2000.