



# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فطرية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثاني: يوليو ٢٠٢٣

• الخطاب الديني في العصر الرقمي

أ. د. عبد الكريم عبد الجليل الوزا

• المؤسسات والوعي الديني للشباب في العصر الرقمي: رؤية تحليلية نقدية

أ. د. أمال حسن الغزالي

• الخطاب الديني في شبكات الإنترنت: سماته وخطوطه  
بروفيسور دكتور قاضي دين محمد

• استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التوعية الدينية

د. هشام خلف الله

• ضوابط وأخلاقيات نشر المحتوى الديني في وسائل التواصل الاجتماعي

د. ياسر يوسف عوض الكريم أبو القاسم

• جهود المؤسسات الحكومية في تحصين الوعي الديني وبثه في المجتمع

د. محمد عبادي

**Digital Media Research Journal**  
Quarterly Scientific Journal issued by  
The Faculty of Media and Communication  
Technology - Suez University

- **Religious Discourse in the Digital Age.**  
Prof. Dr. Abdel Karim Abdel Jalil Al-Wazzan
- **Institutions and Religious Awareness of Youth in the Digital Age: An Analytical Critical View.**  
Prof. Dr. Amal Hassan Al-Ghazzawi
- **Religious Discourse on the Internet: Its Features and Controls.**  
Prof. Dr. Qazi Din Mohammed
- **Using Artificial Intelligence Techniques in Religious Awareness.**  
Dr. Hisham Khalafallah
- **Controls and Ethics of Posting Religious Content on Social Media.**  
Dr. Yasser Youssef Awad Al-Karim Abu Al-Qasim
- **Efforts of Government Institutions to Fortify Religious Awareness and Spread it in Society.**  
Dr. Mohammed Abadi

Number Two  
July  
2023



العدد الثاني: يوليو ٢٠٢٣

# مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

## الهيئة الاستشارية:

أ.د/ حسين أمين	الأستاذ بكلية الإعلام - الجامعة الأمريكية بالقاهرة
أ.د/ حمدى حسن أبو العينين	أستاذ الإعلام بالجامعات المصرية
أ.د/ سامى عبد العزيز	أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ سامي محمد ربيع الشريف	أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة
أ.د. سهير صالح إبراهيم	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق
أ.د/ سيد بهنسي	أستاذ الإعلام بكلية الآداب- جامعة عين شمس
أ.د / عادل عبد الغفار	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ عادل فهمي البيومي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د. عبد الرحمن محمد الشامي	أستاذ الإعلام بجامعة قطر - دولة قطر
أ.د. عبد الرحمن بن نامي المطيري	الأستاذ بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- المملكة العربية السعودية
أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي	الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية- المملكة الأردنية
أ.د/ محمد رضا أحمد	أستاذ الإعلام - بجامعة المنصورة
أ.د/ محمد علي شومان	أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر
أ.د/ محمد سعد إبراهيم	أستاذ الصحافة - قسم الإعلام - جامعة المنيا
أ.د/ مني سعيد الحديدي	الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ هويدا مصطفى	أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام الأسبق - جامعة القاهرة

مجلة بحوث الإعلام الرقمي  
دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام  
وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

مدير التحرير

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

أ.م.د. علا عبد القوي عامر

السكرتير الإداري

مي محمد سليم

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

مساعدو رئيس التحرير

أ.د. حسن علي محمد

الأستاذ المتفرغ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ.د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ.د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام  
وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس - السويس - مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

## أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمي المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يعدّها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمي.
- توفير فرصة التقويم العلمى للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذى يأخذ على عاتقه تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمى، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمى.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمى، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمى.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصاً التحول الرقمى.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمى ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمى في مصر والعالم العربى والعالم.

## قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألا يكون البحث مقدماً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلآت منه.

## متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع بمقاس A٤ / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وتُرقم ترقيماً متسلسلاً، وتُكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وتُرقم ترقيماً متسلسلاً وتُكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتُكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتُذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوي البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضاً بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويُكتب الملخصان في صفتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمي باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

## الفهرس

- 10 ..... تقديم أ. د. سامي الشريف، الأمين العام لرابطة الجامعات الإسلامية
- 12 ..... كلمة أ. د. محمد مختار جمعة، وزير الأوقاف
- 13 ..... كلمة أ. د. السيد عبد العظيم الشرقاوي، رئيس جامعة السويس
- 15 ..... كلمة أ. د. شوقي علام، فضيلة المفتي
- 18 ..... كلمة أ. د. أسامة العبد، الأمين العام
- 21 ..... كلمة أ. د. نظير عياد
- 24 ..... كلمة أ. د. عصام الكردي
- 26 ..... كلمة أ. د. أمين سعيد، عميد كلية الإعلام بجامعة السويس
- ..... أ. د. محمد بشاري، الجرائم الإلكترونية ودورها في التحريض على الإرهاب والعنف  
31 ..... والتطرف
- 41 ..... السفير أشرف عقل، رقمنة الخطاب الديني الإسلامي
- 49 ..... أ. د. عبد الكريم عبد الجليل الوزان، الخطاب الديني في العصر الرقمي
- 57 ..... د. محمد الشيخ عبد الله، الفتوى المعاصرة بين الضوابط الشرعية والتحديات الرقمية ...
- ..... أ. د. أسامة عبد الرحيم علي، الضوابط الأخلاقية لاستخدام الدعاة لمنصات الإعلام  
71 ..... الرقمي
- ..... د. عبد الله حسين الشيعاني، دور رابطة الجامعات الإسلامية في نشر الوعي الثقافي  
79 ..... والتعليمي، منصة (تويتر) نموذجاً: دراسة تحليلية
- ..... د. خالد حامد أبو قوطة، فعالية منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني  
89 ..... لدى الشباب الفلسطيني
- ..... أ. د. محمود السيد داود، شبهات الخلاف الفقهي والتعامل الصحيح معها في العصر  
109 ..... الرقمي
- 127 ..... أ. د. موسى طه تاي الله الحداد، قنوات الدعاة: التحديات والأولويات
- 137 ..... د. هشام خلف الله، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التوعية الدينية
- ..... د. ياسر يوسف عوض الكريم أبو القاسم، ضوابط وأخلاقيات نشر المحتوى الديني في  
143 ..... وسائل التواصل الاجتماعي
- 151 ..... أ. رفعت فياض، الوعي الديني لدى الشباب في ظل الرقمنة



155	✍ بروفييسور دكتور قاضي دين محمد، الخطاب الديني في شبكات الإنترنت: سماته وضوابطه .....
163	✍ أ. د. آمال حسن الغزاوي، المؤسسات والوعي الديني للشباب في العصر الرقمي: رؤية تحليلية نقدية .....
171	✍ د. عبد الله بن ناصر الحمود، أسس وتطبيقات تسويق القيم الثقافية عبر وسائط التقنية الرقمية المعاصرة .....
181	✍ د. محمد عبادي، جهود المؤسسات الحكومية في تحصين الوعي الديني وبثه في المجتمع .....
191	✍ د. يوسف أحمد عمر، مهارات التعليم الرقمي .....

قنوات الدعاة - التحديات والأولويات

أ.د. موسى طه تاي الله الحداد

أستاذ الإعلام ونائب المدير السابق - جامعة إفريقيا العالمية - السودان



## قنوات الدعاة: التحديات والأولويات أ. د. موسى طه تاي الله الحداد

### مدخل:

لا شك أن للإعلام الرقمي دورا كبيرا في خدمة الدعوة الإسلامية بمختلف مجالاتها وكذلك التوعية بمخاطر التطرف والغلو، كما أنه يلعب الدور الأكبر في توعية الشباب بالالتزام واكتساب القيم الفاضلة وتصحيح الفهم للدين، كما أن هذه القنوات قد ساعدت على التواصل بين الشعوب الإسلامية والشعوب الأخرى والمجتمعات المختلفة.

أيضاً أصبح الإعلام الرقمي أحد الموضوعات المقلقة لكثير من الشعوب والمجتمعات للتوسع والانتشار الكبير في مساحات مهمة ومنها التأثير على فئات الشباب، نسبة لاستخدامه في الجوانب السالبة والهدامة من دعوة للفتنة الطائفية والدينية والصراعات بين الجماعات المسلمة والمجتمعات وبالتالي أضعاف اللحمة بين الشعوب المسلمة والتغريب بالشباب المسلم ودفعه أحياناً الي التطرف.

وتستهدف هذه الورقة التعرف على أهمية القنوات الرقمية الدعوية وعلى التحديات التي تواجه هذه القنوات الإعلامية في تبصير الشباب المسلم بالممارسة الصحيحة لتعاليم الإسلام بوساطة بعيداً عن التطرف والغلو الذي وقع ضحيته العديد من الشباب في المجتمعات المسلمة وغيرها وكذلك تتناول الورقة أولويات التداول والخطاب من خلال هذه النوافذ الرقمية.

### أهمية القنوات الرقمية الدعوية:

لا يخفى علي أحد اثر القنوات الرقمية البالغ علي الافراد والجماعات بل علي المؤسسات والدول وفي العصر الحالي أصبحت الفضائيات تلعب دورا كبيرا في صناعة الحدث، والواقع يدل علي أن نفوذ القنوات أصبح قوة لا يستهان بها، فهي توجه الرأي العام وتتسلط علي السياسة والاقتصاد وأصبح قطاع الشباب من أكثر الفئات في المجتمع التي تتأثر بالقنوات الرقمية نسبة لأنهم الأكثر متابعة لهذه القنوات ولديهم المقدرة علي التفاعل والتواصل والتأثير عبرها.

فإن ثورة التكنولوجيا وانتشارها السريع في العلم في هذا القرن والمتمثلة في تطور وسائل حديثة من شبكة الإنترنت والقنوات الفضائية أصبح أكثر تأثيرا في التواصل بين أمم العالم، حيث تحول العالم إلي قرية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية ، من خلال ما تبثه من علوم نافعة والتأثير في التوعية الدينية، فانتفع المسلمون حول العالم بالقنوات الفضائية الهادفة والدينية الإسلامية الرشيدة ، فانتشرت بذلك عقيدة الإسلام، واستبان شريعته ، واتضحت أحكامه ، وعباداته ، وأخلاقه ،

وآدابه ، وأميط اللثام علي حضارة الإسلام ، كما عنيت الفضائيات بتخصيص مساحات وافية للأسرة ، والطفل ، والشباب ، والطلاب ،وعنيت أيضا بذوي الاحتياجات الخاصة، وأصبحت هذه القنوات الفضائية الإسلامية ذات أهمية بالغة في نشر الدعوة الإسلامية في المجتمع<sup>57</sup> .

ولاشك أن استخدام الوسائل النافعة الناجعة يفضي إلي النتائج المرغوبة والمطلوبة ، والدعاة إلي الله - تبارك وتعالى - هم أولي الناس بالوسائل التي تقربهم وتصلهم بالناس وتصل بدعوتهم الخلق جميعا. والوسائل كثيرة ومتنوعة - فأن منها ما يتوصل به إلي أمر معنوي ومنها- ما يتوصل بها إلي أمر مادي، فمن هذه الوسائل -الوسائل الفنية العلمية ، كوسيلة الإذاعة، والتلفزيون- والقنوات الفضائية، وما إلي ذلك؛ لذا يجب الاستفادة منها؛ لأنها وسيلة مهمة وفعالة في الدعوة إلي الله عز وجل<sup>58</sup> .

تشهد الساحة الإعلامية الحالية تطورات هائلة مست أطراف العملية الاتصالية خاصة بعد اقترانها بالميزات التي أتاحتها شبكة الإنترنت و ظهور الإعلام الإلكتروني،الذي فرض على الصحفي المحترف واقعا مهنيا يختلف في بعض جوانبه عن الإعلام التقليدي ،ما استوجب عليه التطوير من مهاراته التقنية تناسبا و طبيعة الوسيلة الإعلامية وهذا بالنظر للتنافس الذي يشهده العمل الإعلامي المحترف مع ما يعرف بصحافة المواطن التي جعلت المستخدم مرسلا ومستقبلا للمعلومات، كل هذه التحديات المهنية والتقنية خلقت تحديا آخر وهو التحدي الأخلاقي الذي استوجب وضع موثيق وضوابط أخلاقية تنظم النشر عبر الإنترنت حيث تضبط التنظيمات المهنية وكيفية تعامل الصحفي المحترف مع الميديا الجديدة من جهة، وتؤطر عمل الصحفي الهاوي من جهة أخرى خاصة في ظل التجاذب القائم بين الإعلام التقليدي و الجديد<sup>59</sup> .

وتأتي أهمية هذه القنوات من أنها أصبحت منصات للشباب وخاصة من الدعاة الذين أصبحوا يقدمون برامج دينية لها أثرها علي الشباب المسلم وغير المسلم وبعضهم يسهم بصورة ملحوظة في نشر الدعوة الإسلامية عبر هذه القنوات الرقمية.

وأيضاً تأتي أهمية القنوات الرقمية الدعوية في توعية الشباب بالدين الوسطي الصحيح الذي بدوره يعمل علي خلق توازن داخل المجتمع المسلم ويعمل علي حفظ السلم الاجتماعي والابتعاد عن الصراعات المذهبية والطائفية وخاصة خلال هذا العصر الذي أصبح يشهد نوعا من الصراعات الدينية ليست بين الإسلام والديانات الأخرى بل داخل الإسلام نفسه بين الفرق والجماعات المسلمة.

57 - خالد سعد النجار الإعلام الاسلامي بين الواقع والمأمول، صيد الفوائد، ٢٠٢١م.

58 - أهمية الإعلام، النجاح نت، ٤ سبتمبر ٢٠١١م.

59 - عبد الستار فتح الله سعيد، الغزو الفكري والتيارات المعادية للإسلام، ٢٠٢٢م.

وأصبحت فئة الشباب من أكثر الفئات المستهدفة في المجتمعات؛ لأنها تمثل الحاضر والمستقبل وكثير من هذه القنوات الدعوية الرقمية كأن لها الاثر الايجابي والسلبي داخل المجتمع وخاصة وسط الشباب الذين تأثروا كثير بما تعرضه هذه القنوات<sup>60</sup>.

ويمكن القول إن القنوات الرقمية الدعوية اكتسبت أهميتها من أنها تتسم بالمصداقية رغم التحديات والعقبات التي تواجهها لأنها ببساطة إعلاما يتسم بالطهر وينسجم مع الفطرة السوية، وتهمل هذه القنوات علي نشر المفاهيم الدينية والقيم الإسلامية الصحيحة بالأسلوب التقني الجذاب حتي يظهر الإسلام علي صورته الحقيقية كي يؤدي دوره الحقيقي.

#### التحديات التي تواجه القنوات الدعوية داخليا وخارجيا:

إن القنوات الرقمية الدعوية صارت ركيزة أساسية للحياة المعاصرة في ظل المتغيرات المتسارعة في مختلف مناحي حياة المجتمع التي تجعل مفاهيم الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي موضع تساؤل، وتواجه القنوات الرقمية الدعوية مجموعة من التحديات الداخلية والخارجية التي تتمثل في التالي:

#### أولاً: التحديات الداخلية

يعاني الإعلام الدعوي من جانبيه النظري والعملي من إشكالات نشوب بعض عناصره تؤدي إلى انحرافه في بعض الأحيان عن القيام بدوره الحقيقي المنشود خاصة في ظل ما تعيشه المجتمعات المسلمة من تحديات سياسية واقتصادية واجتماعية، ومن أهم التحديات التي تواجه القنوات الدعوية التالي:<sup>61</sup>

١. أن الوعي بأهمية دور القنوات الدعوية الرقمية جاء متأخراً إلى حد ما ولم يواكب التطور التقني والمهني للطوفان الإعلامي المعاصر، ويرجع ذلك إلى ضعف التدريب للكوادر العاملة.

٢. ركزت القنوات الدعوية في بدايتها علي الإعلام الوعظي والتربوي كأشبه ما يكون بخطبة الجمعة ودروس المساجد.

٣. التمويل واقتصراره في غالب الأحيان علي المؤسسات الخيرية، تعاني أغلب القنوات الدعوية من نقص في التمويل والسيولة المطلوبة لسير العمل، واستمراره، في ظل ضغوط تفرضها طبيعة العمل الإعلامي خلال هذه الفترة التي تعاني فيها دول عدة من أوضاع اقتصادية صعبة من ناحية، وعمل العديد من القنوات الخاصة بدون ترخيص، وهنا المسألة أشد تعقيداً فبعد أن كانت وسائل الإعلام لا تفكر في موضوع التمويل، وهي مسألة مهمة وحيوية لاستمرار عمل أية وسيلة

<sup>60</sup> - عبد الوهاب كحيل، الاسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، ٢٠١٩م.

<sup>61</sup> - بوابة الهدف الاخبارية، الإعلام الرقمي الخصائص، التحديات، الفرص، ١٢/١٠/٢٠٢٢م.

إعلامية، وجدت هذه الوسائل نفسها أمام معادلة صعبة هي الحصول على تمويل يمكنها من الاستمرارية والتطور مع الحفاظ على الاستقلالية<sup>62</sup>.

٤. ضعف التخطيط وغياب الخطط الاستراتيجية وندرة البحوث والدراسات المتعلقة بحيثياته.

٥. القيود التي تضعها الأنظمة السياسية الحاكمة على القنوات الدعوية الرقمية.

٦. التصنيف والانطباعات الأولية وهي إشكالية كبيرة تواجه القنوات الدعوية.<sup>63</sup>

٧. التأثير في الاتجاه أو الصورة العقلية: يقيم الإنسان المعلومات التي يتقبلها ثم يقرر قبولها أو رفضها وهو غالبا ما يقبل المعلومات التي تتفق مع ميوله وأهدافه ومخزونه المعرفي أما إذا تناقضت المعلومات مع المخزون المعرفي فإن الإنسان يرفض هذه المعلومات ولا يقبلها أو ربما يعدلها أو يغيرها أو بشكل يتناسب مع مخزونه المعرفي أما إذا قيل بها كليا فذلك يؤدي إلى إحداث تغيير جوهري أو جزئي في طبيعة المخزون المعرفي للإنسان، وأن الأفكار الجديدة التي يقبلها عقل الإنسان سوف تطرد الأفكار القديمة مما يؤدي إلى أداة تشكيل وحدات المخزون المعرفي من جديد والخاصة أن المعلومات التي يستقبلها الفرد من وسائل الإعلام تقوم بدور مهم في التأثير على اتجاهاته وآرائه التي يعتنقها والتي تكونت على مر الأيام ولكن هذا التأثير الناجم عن المعلومات التي ترد عبر الاتصال الجماهيري قد لا يكون حاسما أي قويا مثل التأثير الذي يحدثه الاتصال الوجاهي مع الأصدقاء والأقرباء وقادة الرأي<sup>64</sup>.

٨. أفراد المجتمع اصحاب المواقف والاتجاهات ومدى صمود تلك المواقف يتعلق باتجاهات الجمهور ومواقف إذا كان الجمهور في مرحلة بناء تلك الاتجاهات والمواقف فالأمر سهلا أما إذا كان أفراد الجمهور أصحاب مواقف واتجاهات وكانت هذه الاتجاهات مرنة فإن تأثير وسائل الإعلام تكون أسهل وأكثر جدوى، والاتجاه المرن معناه الاتجاه الذي هو في طريق التكوين والتشكيل أو التكون، والذي ما زال خاضعا للتغير والتطور ومن جهة أخرى إذا كانت تلك الاتجاهات والمواقف صلبة فمعنى ذلك أن على وسائل الإعلام مهمة صعبة وأحيانا تكون مستحيلة؛ لأن تلك المواقف والاتجاهات تكونت ونمت في إطار مغلق يحولها إلى مواقف جامدة يصعب التأثير فيها، لكن تظل هناك حالات أفراد يمكن النفاذ عبرها إلى الجمهور صاحب المواقف الجامدة الصلبة، وعلى هؤلاء

<sup>62</sup> -محمد عمارة، الاعلام الاسلامي والتحديات المستقبلية، ص ١١٥-١١٨.

<sup>63</sup> - علي عبدالفتاح كنعان، ادارة المؤسسات الاعلامية رقم (٢٤) بعنوان الاعلام الاسلامي مشكلات في خط المواجهة ٢٠٢٢م.

<sup>64</sup> - د. كامل خورشيد، مدخل الى الراي العام، ص ١٣٠-١٣١.

الأفراد يجب التركيز واستمرار توجه وسائل الإعلام إليهم<sup>65</sup>.

٩. عدم تحديد طبيعة الجمهور المستهدف، وهو ذلك الجمهور الذي يؤمن بفكرة ورأي أو مذهب معين، أم أن الجمهور هو عموم الأمة بمختلف تنوعاته، وهذا يضع خطاباً مزدوجاً داخل المؤسسة نفسها فيظهر تناقضات علي صفحاتها وعبر شاشاتها.

## ثانياً: التحديات الخارجية

إن التحديات الخارجية التي تواجه القنوات الرقمية الدعوية كثيرة وتتمثل في الآتي:

١. القنوات الدعوية ليست الوحيدة في الساحة الإعلامية، بل هناك إعلام منافس ومعادي وهو الذي يملأ الفضائيات ويبث بصورة مكثفة وبكل اللغات.

اتهام القنوات الدعوية بالإرهاب وهو أكبر التحديات الخارجية، حيث أصبح كل من يتحدث عن الإسلام والدعوة عبر القنوات الفضائية يطلق عليه لفظ إرهابي في العالم الخارجي.

٢. عدم توحيد الخطاب الإعلامي الإسلامي الموجه للخارج عبر القنوات الدعوية الرقمية، مما خلق تشويشاً علي المتلقي المسلم وغير المسلم، حيث هناك مجموعة كبيرة من القنوات الدعوية التي تتبع مذاهب وطوائف دينية مختلفة وكل منها يدعي أنه يتحدث باسم الإسلام الصحيح وأنه الفئة الناجية.

٣. الغرب يعتبر الإسلام الخطر القادم ويطلق عليه الخطر الأخضر، والغرب ليس كله كتلة صماء، بل يمكن تقسيمه إلى أعداء وأصدقاء<sup>66</sup>.

أولويات الخطاب الإعلامي لهذه القنوات من حيث تناول والمحتوى:

لا شك أن للقنوات الدعوية أولوية في تناول الموضوعات المهمة التي تشغل الأمة الإسلامية جميعاً كتوحيد الصف المسلم وقضايا التطرف والغلو والإلحاد وسط الشباب والهجرة غير الشرعية والخلافات المذهبية والطائفية والصراعات الإثنية والعرقية، إضافة إلى القضايا الأخرى المتعلقة بالآتي<sup>67</sup>:

١. بناء الشخصية

٢. مواجهة النسوية

٣. مواجهة ثقافة وحدة النوع الجنسي وحرية الميول الجنسية

٤. بعث الأمل

٥. تعزيز الإيمان

<sup>65</sup> - بسام عبد الرحمن المشاقبة، الاعلام والسلطة، ص ١١٦

<sup>66</sup> - منصور عثمان محمد زين، قضايا وهموم الاعلام الاسلامي ص ٢٠٠/١٩٩.

<sup>67</sup> - المصدر نفسه، ٢١٠.



٦. استعادة الهوية وترسيخ الانتماء

٧. مقاومة الإلحاد

٨. ترميم البناء الأخلاقي

**الخاتمة:**

رغم التحديات والعثرات التي تواجه القنوات الدعوية الرقمية إلا أن هذا لا يعني إخفاقها في أداء المهمة الموكلة إليها، فقد أثبتت وجودها في الساحة الإعلامية بقوة ووجود خلل في المؤسسات لا يعني أنها مستسلمة، فهي في حالة سعي دائم نحو التخلص من الإخفاقات وتطوير ذاتها.

ومن خلال الدور والأثر الكبير الذي يمكن أن تلعبه وتحديثه القنوات الدعوية يمكننا القول بأن المحتوى المعتدل في تناول القضايا والموضوعات المرتبطة بالشباب المسلم هي التي تحدد مدى فائدة هذه القنوات وسلبيتها في القيام بالدور الإيجابي المطلوب منها، من تثقيف وتوعية بالمنهج الصحيح والسليم الذي يجب أن تبنى عليه قيم الشباب وتنشئتهم، وبالتالي اكتساب القيم المعتدلة التي تقود هؤلاء الشباب إلى التعاون والتصالح والبعد عن التطرف وتشكيل حائط صد قوي في حماية المجتمعات من أمراض التطرف والإرهاب والسلوك الهدام، وبالتالي يقع العبء الأكبر على الدعاة الذين يعملون على إنتاج وبث هذا المحتوى الرقمي باعتبارهم من يشكلون قيم وتوجهات الشباب نتيجة ما يبث رقمياً من مواد إعلامية وبرامج.

**التوصيات:**

**يوصي الباحث بالآتي:**

١. يجب أن يتبنى المسلمون المنهج الأقوم في التعامل مع المستجدات عموماً، والمستجدات في حقل الإعلام خصوصاً؛ لأن الحكمة ضالة المؤمن أنا وجدها فهو أولى الناس بها، ومن الحكمة استغلال كل مفيد مباح في وسائل الاتصال باعتبار أن الإعلام اليوم هو أسلحة العصر، والتردد في امتلاك ناصيته، وتسخير طاقاته خدمة لدين الله تردد غير لائق ولا مقبول، ومن ذلك القنوات الفضائية موضوع هذا البحث.

٢. علي قنوات الإعلام الدعوية عكس القيم الروحية والدينية والصورة الصحيحة عن الإسلام والمسلمين عبر القنوات الإعلامية حتي تجد أمتنا التقدير والاحترام.

٣. يجب علي القنوات الدعوية الاتفاق علي تناول وسطي لكي تحقق التوازن في تدفق المعلومات الموجه للداخل والخارج.

٤. على مالكي هذه القنوات الاهتمام بالمحتوى من ناحية تنوعه وتوافر عناصر الجذب فيه موضوعياً وفنياً.

٥. يجب أن يخاطب محتوى هذه القنوات الشباب بشكل رئيس باعتبارهم مستقبل الأمة وأكثر الفئات تعرضاً للغزو الثقافي والفكري.

#### المصادر والمراجع:

- ١) خالد سعد النجار الإعلام الإسلامي بين الواقع والمأمول، صيد الفوائد، ٢٠٢١م.
- ٢) أهمية الإعلام ، النجاح نت، ٤ سبتمبر ٢٠١١م.
- ٣) عبد الستار فتح الله سعيد، الغزو الفكري والتيارات المعادية للإسلام، ٢٠٢٢م.
- ٤) عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي، ٢٠١٩م.
- ٥) بوابة الهدف الإخبارية، الإعلام الرقمي الخصائص، التحديات، الفرص، ١٢/١٠/٢٠٢٢م.
- ٦) محمد عمارة، الإعلام الإسلامي والتحديات المستقبلية، ص ١١٥-١١٨.
- ٧) علي عبدالفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية رقم (٢٤) بعنوان الإعلام الإسلامي مشكلات في خط المواجهة ٢٠٢٢م.
- ٨) د. كامل خورشيد، مدخل إلى الراي العام، ص ١٣٠-١٣١.
- ٩) بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام والسلطة، ص ١١٦.
- ١٠) منصور عثمان محمد زين، قضايا وهموم الإعلام الإسلامي ١٩٩/٢٠٠.