

# البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة: دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"

د. مصطفى شكري محمد علوان\*

## ملخص الدراسة:

في ضوء اهتمام الأزهر الشريف بإعداد برامج تدريبية متخصصة لتنمية مهارات التواصل الرقمي للدعاة؛ استهدف البحث التعرف على أوجه الاستفادة من تلك الدورات، ودورها تجاه تبني الدعاة للإعلام الجديد، وتوظيفهم لوسائله الرقمية دعوياً، وتحديد العوامل المؤثرة في استخدامهم لتلك الوسائل، وذلك في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا". وطُبقت الدراسة على عينة (٢٠٠) من الدعاة، ممن اجتازوا البرامج التدريبية الخاصة بالإعلام الرقمي في "أكاديمية الأزهر العالمية"، كما اعتمد الباحث على أداة المقابلة المتعمقة شبه المقننة مع (٧) من القيادات وواضعي السياسة التدريبية بـ"الأزهر الشريف".

**وتوصلت النتائج إلى:** تعدد أوجه الاستفادة الدعاة من البرامج التدريبية، والمتمثلة في (التعرف على سمات الإعلام الجديد وخصائص مستخدميه، القدرة على إنشاء وإدارة حسابات متعددة على وسائل التواصل الاجتماعي، إنتاج محتوى دعوي بمعايير المنصات الرقمية، فهم العلاقة التبادلية بين الدعوة والإعلام). وأكدت النتائج قابلية الدعاة المتدربين لتبني المستجدات التكنولوجية وتوظيفها في المجال الدعوي، كما أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية بين التحاق الدعاة بالبرامج التدريبية المتخصصة في مجال الإعلام وبين مستوى تقبلهم للتكنولوجيا واستخدام وسائلها التواصلية دعوياً.

**الكلمات المفتاحية:** الدعاة، برامج التدريب، أكاديمية الأزهر العالمية، مهارات التواصل الرقمي، الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، النية السلوكية.

\* المدرس بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام- جامعة الأزهر

## **Training programs in Al-Azhar Al-Sharif and their relationship to the development of digital communication skills for preachers: A field Study in the Framework of the Theory of "Unified Theory of the Acceptance and Use of Technology"**

### **Abstract:**

In accordance with Al-Azhar's interest in preparing specialized training programs to develop digital communication skills for preachers, this research aimed to identify the aspects of benefiting from these courses, and their role towards preachers' adoption of the new media, their use of its media and digital platforms in the field of da'wa. In addition to identifying the factors influencing their use of these platforms, within the framework of the "Unified Theory of Acceptance and Use of Technology". The study was applied to a sample of (200) preachers who passed the training programs for digital media at the Al-Azhar International Academy. The researcher relied on the semi-regulated in-depth interview tool with (7) leaders and policy makers of Al-Azhar Al-Sharif.

**The results highlighted**, the multiplicity of aspects that preachers benefit from the training programs, represented in (identifying the features of new media and the characteristics of its users, the ability to create and manage multiple accounts on social media, producing advocacy content according to the standards of digital platforms, understanding the interrelationship between da'wa and media). The results confirmed the ability of the trained preachers to adopt technological innovations and employ them in the da'wa field. The results also revealed a correlation between the preachers' enrolment in specialized training programs in the field of media and their level of acceptance of technology and the use of its communication means in da'wa.

**Keywords:** preachers, training programs, Al-Azhar International Academy, digital communication skills, expected performance, expected effort, societal impact.

## مقدمة:

مع استقرار تاريخ التواصل البشري، ووفقاً لرؤية "مارشال ماكلوهان" في نظرية "الاحتمية التكنولوجية"، يتضح أن كل مرحلة من مراحل "الدعوة" قد تمحورت حول أدوات ووسائل الاتصال المتاحة في كل عصر، فالعلاقة بين الدعوة والإعلام علاقة المحتوى بالوسائل، وقد تلازمت الوظيفة الدعوية مع البلاغ، إلى الحد الذي أصبح معه البلاغ يكاد يساوي جوهر الرسالة، قال الله تعالى ( يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك وإن لم تفعل فما بلغت رسالته.. ) (المائدة: آية ٦٧).

وكان "المنبر" ووظيفة الخطابة ملهماً لكل مسلم لكي ينال شرف التبليغ عبر هذه الوسيلة، التي بدأ بها النبي صلى الله عليه وسلم، ودعا إلى استثمار ما كان موجوداً من أدوات ووسائل التواصل المتاحة، ومن ثم تمحورت "مهارات الدعاة التواصلية" في كل عصر حول وسائل التواصل القائمة أو التي يمكن أن نتاح، بدءاً بالرقاع وما كتب عليها والعظام مروراً باختراع الورق ثم ثورة الطباعة، ووصولاً إلى وسائل الإعلام التقليدي، وانتهاءً بوسائل التواصل الرقمي.

والمأمل يجد أن القرآن الكريم والسنة النبوية قد وضعا من الأسس المتينة لعملية التواصل من الآيات والأحاديث والممارسات، ما يفرض على الدعاة لهذا الدين تطوير أنفسهم وقدراتهم؛ لتكون في مستوى قداسة الرسالة وغاياتها الكبرى، قال تعالى ( هو الذي أرسل رسوله بالهدى والبلاغ والحق ليظهره على الدين كله.. ) (الفتح: آية ٢٨)، وكيف يكون الظهور بدون التواصل إيجابية مع المخالفين، وقص القصص بأنواعه للاعتبار من الأحداث، وسوق التساؤلات الكبرى للعقل البشري لإدراك حقيقة الوجود وغاياته؛ ما هي إلا أساليب لنقل المعاني والمعتقدات والمبادئ والقيم بين البشر، بمعنى أن القرآن الكريم قد حفل بأساليب وطرق متعددة ومتكاملة تتواءم مع طبيعة الزمان والمكان وأحوال الإنسان.

فإذا كانت عملية التواصل الإنساني عملية تفاعلية لتبادل المعلومات والمشاعر والآراء والمواقف والقيم، فقد اعتنى الإسلام بأسس هذه العملية وسمات أطرافها من حيث المرسل والرسالة والمتلقي والوسيلة والأثر؛ وهذا يحتم على "الدعاة" التقاط تلك الأساليب من أي القرآن الكريم والأحاديث النبوية والعمل على تبنيها وتطويرها بما يوافق تطورات التقنية الاتصالية.

وكانت نشأة "الأزهر الشريف" مليةً لاحتياج الأمة إلى كيان علمي يؤسس لخطاب دعوى معتدل، يحقق للرسالة انتشارها، ويتجاوز في تعليم الدعاة وتأهيلهم مواطن الخلاف المذهبي والتباين العقدي؛ تحقيقاً لمفهوم الأمة الواحدة، فبدأ بالتواصل المباشر عبر علمائه ومشايخه من خلال الأروقة وخلق العلم والتأليف والإفتاء، وتطور عبر العصور، فتوسع في حفظ التراث وطباعة كل ما يتعلق برسالة الإسلام حين كان الكتاب هو الوعاء الأساسي ولغة التداول بين أهل العلم وطلابه، وحين ظهرت التقنيات الحديثة مثل الراديو عام (١٩٣٤م) والتلفزيون في مطلع الستينيات من القرن الماضي، كانت تلك الوسائل في احتياج لمحتوى تبثه للجمهور؛ ما جعلها تفسح حصصاً كبيرة للمحتوى الديني في أشكال إذاعية وتلفزيونية

أصبحت أكثر جماهيرية من مضامين وقوالب فنية أخرى، كبرنامج ( نور على نور، العلم والإيمان، حديث الروح، ..)، وأدى الاعتماد الكبير على دعاة الأزهر وعلمائه في الوسائل المتاحة إلى تراكم الخبرات التواصلية الاحترافية لديهم في حدود ما أتيح لهم من قنوات ووسائل تواصلية.

ومع مطلع الألفية عززت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من سرعة الدخول لمرحلة جديدة من التواصل الإنساني (مرحلة الإعلام الجديد)، الأمر الذي أدى إلى انتشار واستخدام وسائل التواصل الرقمي؛ وذلك نتيجة حتمية لاندماج الإنسان والآلة، وهيمنة تلك الوسائل التواصلية على كل مظاهر الحياة، دون التقيد بنموذج الاتصال التقليدي (مرسل/ متلقي)، أو الخضوع لمؤسسات الضبط الاجتماعي.

ويُمثل الدعاة إلى الله حلقة أساسية لإبلاغ الرسالة الإلهية إلى الناس جميعاً، باعتبارهم يمثلون عنصر "القائم بالاتصال" أو "المرسل" في العملية الاتصالية الدعوية. وبالنظر إلى تلك الوظيفة وخطورة انحرافها عن معايير الأداء المهني، وأخذاً في الحسبان ضرورة نشر الرسالة على أوسع نطاق وبأفضل السبل والوسائل، تبرز أهمية "البرامج التدريبية المتخصصة" في صقل وتنمية مهارات الدعاة التواصلية اللازمة لاستيعاب واستثمار كل ما يستجد من تقنيات وأساليب وتطبيقات تكنولوجية، وتوظيف ذلك في المجال الدعوي؛ لذا أنشأ "الأزهر الشريف" كياناً تدريبياً متخصصاً؛ للنهوض بالمستوى العلمي والعملية للأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى، ممثلاً في مؤسسة "أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى" عام ٢٠١٨م.

وإدراكاً من "أكاديمية الأزهر العالمية" للفجوة القائمة بين "الدعاة" و"الواقع الإعلامي الجديد"، ممثلاً في وسائل التواصل الرقمي، باعتبارها تستحوذ على اهتمام فئات كثيرة متعددة من الجماهير؛ قامت "الأكاديمية" بإعداد وتنفيذ مجموعة من البرامج التدريبية المتخصصة في مجال الدعوة والإعلام الجديد، وتوظيف أدواته ووسائله، إضافةً إلى تخصيص محاور للتدريب على تكنولوجيا التواصل ضمن البرامج التدريبية العامة الأخرى للأكاديمية؛ خدمةً لأهداف وغايات العمل الدعوي.

ويأتي هذا البحث لدراسة دور البرامج التدريبية المتخصصة في تنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة، والخروج بنتائج ومؤشرات تسهم في تطوير هذه البرامج.

#### مراجعة لأهم الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحث على العديد من الأدبيات المتاحة المرتبطة بموضوع البحث، تم تقسيم أهم الدراسات السابقة إلى محورين، على النحو التالي:

- المحور الأول: دراسات عنيت بالعلاقة بين الدعاة ووسائل التواصل الرقمي.

- المحور الثاني: دراسات عنيت بتدريب وتأهيل الدعاة.

### المحور الأول: دراسات عنيت بالعلاقة بين الدعاة ومنصات التواصل الرقمي.

مع تنامي استخدامات الإنترنت ووسائطه المتعددة، زاد الاهتمام الأكاديمي بدراسة العلاقة بين الدعاة والإعلام الجديد، خاصة ما يتعلق بالاستفادة من وسائطه وتطبيقاته الرقمية من ناحية الاستخدام، أو التوظيف في مجال التواصل مع الآخرين والدعوة إلى الله، أو تنمية معارفهم المتعددة، ومن أبرز تلك الدراسات: دراسة (لؤي محمد، ٢٠٢١م)<sup>(١)</sup> عن تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في الدعوة إلى الله، ودراسة (Sule & Abdulkareem, 2020)<sup>(٢)</sup> عن دور وسائل الاتصال الرقمي في نشر التعاليم الدينية، ودراسة (Briandana, )<sup>(٣)</sup> عن وجهة نظر جيل الألفية تجاه توظيف منصات التواصل في نشر التعاليم الدينية، ودراسة (خالد محمد، ٢٠١٩م)<sup>(٤)</sup> عن توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة الدعوة الإسلامية، ودراسة (عادل عبد الله، ٢٠١٨م)<sup>(٥)</sup> عن آليات توظيف شبكات التواصل الاجتماعي دعويًا، ودراسة (محمد حسني، ٢٠١٧م)<sup>(٦)</sup> عن توظيف الأئمة والدعاة لوسائل الإعلام الجديد في نشر ثقافة الوسطية والاعتدال ومواجهة الغلو والتطرف، ودراسة (أميرة محمد، ٢٠١٥م)<sup>(٧)</sup> عن دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب، ودراسة (فيروز قائد، ٢٠١٣م)<sup>(٨)</sup> عن أهمية النشر الإلكتروني في الدعوة إلى الله.

وفي السياق ذاته اهتم عديد من الباحثين بالتعرف على الإشباعات المتحققة للدعاة من استخدامهم لوسائط ومنصات التواصل الرقمي، كدراسة (Latepo, Suharto & Nurdin, 2021)<sup>(٩)</sup> التي سعت إلى معرفة مدى استخدام الطلاب المسلمين من الدعاة لوسائل التواصل الاجتماعي لأغراض الوعظ، ودراسة (ليلى محمد، ٢٠٢١م)<sup>(١٠)</sup> التي استهدفت التعرف على الإشباعات المتحققة للدعاة من توظيفهم لشبكات التواصل الاجتماعي في الدعوة إلى الله، ودراسة (فودة محمد، ٢٠٢١م)<sup>(١١)</sup> عن استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف، وهذا ما سعت إليه دراسة (محمد سيد، ٢٠٢٠م)<sup>(١٢)</sup> للتعرف على توظيف وعاط الأزهر لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني، ودراسة (Atiqah, Azlan, Abidin & Saahar, 2020)<sup>(١٣)</sup> عن استفادة الدعاة من استخدامهم لشبكة الإنترنت، خاصة مع انتشار منصات التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكدته دراسة (Zulhazmi & Hastuti, 2018)<sup>(١٤)</sup> عن ضرورة استفادة الدعاة من وسائل الإعلام الجديد، حيث أصبحت تلك الوسائل التواصلية قناة ضخمة يستخدمها الدعاة الإندونيسيون على مدار العقد الماضي، خاصة مع ما توفره تلك الوسائل من سمات وخصائص متعددة، ودراسة (محمود محمد، ٢٠١٧م)<sup>(١٥)</sup> التي استهدفت التعرف على استخدام قادة الرأي الدينيين للمواقع الإسلامية وعلاقته بتنمية معارفهم الدينية، ودراسة (نايف بن علي، ٢٠١٨م)<sup>(١٦)</sup> عن دور النخب الدينية في توجيه الرأي العام عبر شبكة تويتر، ودراسة (bdul Qayyum & Mahmood, 2015)<sup>(١٧)</sup> التي استهدفت التعرف على توظيف وسائل التواصل بهدف الوصول إلى الأشخاص غير المسلمين، ودراسة (إسلام عبد الرؤوف، ٢٠١١م)<sup>(١٨)</sup> عن اعتماد النخبة الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمعرفتهم السياسية.

### ثانياً: دراسات عنيت بتدريب وتأهيل الدعاة إلى الله.

اهتم عديد من الباحثين بدراسة أهمية برامج التدريب ودورها في إعداد الدعاة وتأهيلهم إيمانياً وعلمياً وفكرياً وسلوكياً، مثل دراسة (طالب بن أحمد، ٢٠١٨م)<sup>(١٩)</sup> عن مجالات الإعداد والتأهيل في العمل الدعوي، ودراسة (حسب الرسول، ٢٠١٣م)<sup>(٢٠)</sup> عن تأهيل وتدريب الدعاة بولاية الخرطوم، ودراسة (عبد المولى الطاهر، ٢٠١١م)<sup>(٢١)</sup> عن التأهيل الشرعي وأثره على واقع الدعوة في السودان.

وفي السياق ذاته تناولت عديد من الدراسات دور الجامعات الإسلامية في إعداد وتنفيذ برامج تدريبية للدعاة، كدراسة (حنان بنت منير، ٢٠٢٠م)<sup>(٢٢)</sup> عن دور جامعة "المجمعة" السعودية في تنمية الكفاءات الدعوية، ودراسة (التهامي محمد، ٢٠٠٩م)<sup>(٢٣)</sup> عن دور جامعة الأزهر في إعداد تصور مقترح لتطوير نظام إعداد الدعاة، ودراسة (مانع بن حماد الجهني، ١٩٨٧م)<sup>(٢٤)</sup> عن دور الجامعات الإسلامية في إعداد وتنفيذ برامج تدريبية للدعاة.

وفي سياق متصل تناولت عديد من الدراسات دور وأثر البرامج التدريبية المقدمة للدعاة، كدراسة (مصطفى شكري، ٢٠٢٢م)<sup>(٢٥)</sup> عن دور برامج التدريب بالأزهر العالمية في تعزيز القيم المجتمعية، ودراسة (عبيد بنت خالد، ٢٠١٩م)<sup>(٢٦)</sup> عن دور برنامج "مناظر" في تأهيل الدعاة لمعالجة الانحرافات العقدية، ودراسة (رمضان حميدة، ٢٠١٨م)<sup>(٢٧)</sup> عن دور التدريب في ضبط أداء الخطيب، ودراسة (موسى حسن، ٢٠١٢م)<sup>(٢٨)</sup> عن أثر مناهج التدريب الدعوي في جامعة أم درمان الإسلامية تجاه تنمية قدرات الدعاة.

### التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة، يمكن الخروج ببعض المؤشرات على النحو التالي:

- عدم وجود دراسة عربية أو أجنبية - في حدود علم الباحث - اهتمت برصد مراحل التدريب المقدمة للدعاة في الأزهر الشريف، على الرغم من اهتمام مؤسسة الأزهر بإعداد برامج تدريبية للدعاة منذ وقت مبكر - عام ١٩٨٥م - إضافة إلى مكانة مؤسسة الأزهر الشريف عربياً وإسلامياً؛ وهو ما يسعى البحث الحالي القيام به، خاصة فيما يتعلق بتسليط الضوء على الدور الإيجابي الفعّال لمؤسسة الأزهر الشريف في مجال تدريب وتأهيل الدعاة المصريين والوافدين.

- ندرة البحوث والدراسات التي تناولت أثر برامج التدريب في تطوير المهارات الاتصالية لدى الدعاة، وبالتحديد منذ دراسة الدكتور شعبان شمس عام (٢٠٠١م)<sup>(٢٩)</sup> التي استهدفت رصد الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته، وهو ما يمثل ثغرة في مجال البحث العلمي، وهو ما تسعى نتائج البحث الحالي القيام به، من خلال التعرف على علاقة برامج التدريب بتنمية وتطوير مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة، وذلك في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، خاصة مع تعدد وتنوع الوسائط الرقمية، والتنامي المتزايد لمستخدمي تلك الوسائط.

- تناول عدد من البحوث والدراسات السابقة -منذ وقت مبكر- دور الجامعات الإسلامية في إعداد وتنفيذ برامج تدريبية للدعاة، كجامعة الأزهر الشريف والجامعات السعودية وغيرها، وهذا يشير إلى أن العناية بتدريب الدعاة أمر قديم، ويشغل بال العلماء والمفكرين منذ فترات طويلة، كدراسة (مانع الجهني) وغيرها، كما يشير ذلك إلى التأخر النسبي في إنشاء كيانات مؤسسية متخصصة في إعداد برامج تدريبية للدعاة، مما حدا بالباحثين إلى التعامل مع الجامعات الإسلامية باعتبارها الجهة المنوط بها القيام بهذا الدور، ولعل إدراك المؤسسات الدينية في مصر -خاصة مؤسسة الأزهر الشريف- أهمية وضرورة إنشاء كيانات مؤسسية متخصصة لتدريب الدعاة، كان الدافع وراء إنشاء "أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى"، وغيرها من الأكاديميات المنوط بها إعداد برامج تدريبية متنوعة للدعاة؛ مما يحتم ضرورة دراسة وتقويم تلك البرامج التدريبية المقدمة في تلك الأكاديميات، ومعرفة مدى مواكبتها لتطورات العصر ومستجداته.

### أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

تحدد أوجه استفادة الباحث من الدراسات السابقة في زيادة الاطلاع على المجال البحثي الخاص بتدريب الدعاة، والبرامج التدريبية المتخصصة في مجال الاتصال واتجاهات الدعاة نحو مستحدثاته، وتحديد أبعاد البحث والأهداف التي يسعى لإنجازها، والتعرف على آخر النتائج التي توصل إليها الباحثون، كما تمكن الباحث استناداً إلى الدراسات السابقة من اختيار الإطار النظري الذي ساعد على تفسير النتائج لاحقاً.

### مشكلة البحث:

في إطار ما يمكن تسميته بـ"إعلام المواطن"، الذي أتاح لكل فرد استخدام التقنيات الحديثة؛ لإنتاج المحتوى وتوزيعه على جمهور الشبكات الاجتماعية الافتراضية، يأتي الدعاة إلى الله في مقدمة قادة الرأي والموجهين لجميع فئات المجتمع في الشأن الدعوي، بصفتهم الشخصية وبانتماءاتهم المؤسسية.

**ولاحظ الباحث** اتجاه عدد من الدعاة لإنتاج محتوى دعوي عبر وسائط التواصل الرقمي، قد لا يتوافق في الغالب مع معايير الإنتاج الإعلامي المهني؛ مما يجعل تأهيل وتدريب هذه الفئة المتخصصة والمسئولة عن التوعية أمراً في غاية الأهمية.

ونظراً لقلّة البحوث والدراسات التي اهتمت برصد العلاقة بين التدريب المهني من جهة وبين قدرات الدعاة على استخدام تكنولوجيا العصر في عملهم الدعوي وتواصلهم الجماهيري من جهة أخرى، فإننا أمام موقف مشكل يستحق البحث والدراسة.

وانطلاقاً من أن لكل عصر أساليبه وأدواته الاتصالية، تتحدد إشكالية البحث في الكشف عن مدى إسهام برامج التدريب المتخصصة في إكساب الدعاة المعارف الأساسية والمهارات التواصلية من خلال تكنولوجيا المعلومات والتواصل الرقمي.



وبناءً على ما سبق: تتحدد مشكلة البحث في التساؤل التالي: إلى أي مدى يمكن لبرامج التدريب  
إكساب الدعاة المعارف الأساسية والمهارات التطبيقية في استثمار التقنيات الحديثة في مجال  
عملهم الدعوي، وذلك في إطار نموذج "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"؟.

### أهمية البحث:

#### - الأهمية النظرية:

أ. يمكن أن تسهم نتائج هذا البحث في بلورة فهم واضح تجاه أهمية العملية التدريبية، باعتبارها  
آلية ضرورية لإكساب الدعاة أساليب استخدام المستجدات التقنية المتطورة بشكل متسارع؛  
لمواكبة مستجدات العصر، وذلك بالتطبيق على البرامج التدريبية في أكاديمية الأزهر  
العالمية، باعتبارها الجهة المعتمدة من الأزهر الشريف، والمنوط بها تدريب الدعاة من  
داخل مصر وخارجها.

ب. يستمد البحث أهميته من القوة البشرية المستهدفة من التدريب، كونهم من النخبة ذات التأثير  
الديني، التي تمثل حلقة أساسية لإبلاغ الرسالة الإلهية إلى الناس جميعاً، لذا يعد البحث  
واحداً من البحوث الارتدادية التي يمكن أن تمثل نتائجه نواة يسترشد بها الدعاة نحو ضرورة  
وأهمية استخدام المستجدات التقنية المتطورة في المجال الاتصالي، وتوظيف ذلك دعويًا؛  
لتحقيق التواصل الأمثل مع الجماهير.

ت. تكشف نتائج البحث عن آراء واتجاهات الدعاة نحو تبني وسائل الإعلام الجديد، ومدى  
تقبلهم لتوظيف تلك الوسائل في مجالهم الدعوي، وذلك في إطار "النظرية الموحدة لقبول  
وإستخدام التكنولوجيا" بعناصرها الخمسة.

#### - الأهمية التطبيقية:

أ. الخروج بمقترحات عملية أمام واضعي برامج التدريب؛ للإبداع في تشخيص الاحتياجات  
التدريبية وانتقاء أفضل السبل التشاركية والتفاعلية لتطبيقها، بما يلبي احتياجات المؤسسة.  
ب. يمكن أن تسهم نتائج هذا البحث في وضع سياسات تدريبية متجددة في المؤسسات الدينية، تستوعب  
مستجدات التكنولوجيا وتوظيفها دعويًا، بما يصب في تجديد الخطاب الديني للدعاة.

### أهداف البحث:

١. رصد مراحل تطور برامج تدريب الدعاة في الأزهر الشريف.
٢. التعرف على ماهية البرامج التدريبية التي يتلقاها الدعاة في أكاديمية الأزهر العالمية.
٣. التعرف على دور البرامج التدريبية بالأزهر الشريف في تنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة.
٤. التعرف على مدى تبني وقبول الدعاة لوسائل التواصل الرقمي وتوظيفهم لها دعويًا.
٥. تحديد العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الدعاة لوسائل التواصل الرقمي في المجال الدعوي.



### تساؤلات البحث:

#### أ. تساؤلات المقابلات المتعمقة:

١. ما مراحل تطور برامج تدريب الدعاة في الأزهر الشريف؟
٢. ما البرامج التدريبية المقدمة للدعاة في أكاديمية الأزهر العالمية؟
٣. ما الفئات المستهدفة للتدريب في أكاديمية الأزهر العالمية؟
٤. كيف يتم إعداد وتنفيذ وتقييم البرامج التدريبية في أكاديمية الأزهر؟

#### ب. تساؤلات البحث الميدانية:

١. ما أوجه استفادة الدعاة من دورات الإعلام المتخصصة في أكاديمية الأزهر العالمية؟
٢. إلى أي مدى يستخدم الدعاة بالأزهر الشريف وسائط التواصل الرقمي؟
٣. ما الأداء المتوقع لاستخدام الدعاة لوسائط التواصل الرقمي دعويًا؟
٤. كيف يدرك الدعاة مدى سهولة استخدام وسائط التواصل الرقمي دعويًا؟
٥. ما رؤية الدعاة للتأثير المجتمعي تجاه استخدامهم لوسائط التواصل الرقمي دعويًا؟
٦. هل تتوفر التسهيلات المتاحة لتوظيف وسائط الإعلام الرقمي في مجال الدعوة؟
٧. ما النوايا السلوكية للدعاة تجاه استخدام وتوظيف وسائط التواصل الرقمي دعويًا؟

#### فروض البحث:

١. توجد علاقة ارتباطية بين التحاق الدعاة بالبرامج التدريبية المتخصصة في مجال الإعلام، ومستوى تقبلهم واستخدامهم للتكنولوجيا في المجال الدعوي.
٢. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقبل المبحوثين (الدعاة) للتكنولوجيا واستخدام وسائطها الرقمية في المجال الدعوي؛ وفقاً لتنوع خصائصهم الديموجرافية (النوع، السن، الخبرة).
٣. توجد علاقة ارتباطية متبادلة بين العناصر الخمسة المكونة لـ "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا" (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير المجتمعي، النية السلوكية).

#### نوع البحث ومنهجه وأداته:

أ. نوع البحث: ينتمي البحث إلى البحوث الوصفية، التي تسعى لوصف طبيعة وسمات الظواهر أو المواقف أو الأشخاص؛ للوصول إلى نتائج معينة، ويتمثل ذلك من خلال التعرف على إدراك الدعاة لدور البرامج التدريبية المتخصصة في المجال الإعلامي،

وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لديهم مع مستخدمي وسائط التواصل الرقمي، وذلك في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا.

ب. **منهج البحث:** استخدم الباحث منهج المسح بنوعيه الكمي والكيفي، وتم توظيف هذا المنهج بهدف التعرف على العلاقة بين برامج تدريب الدعاة وتنمية مهارات التواصل الرقمي لديهم، وتم استخدام المنهج الكيفي؛ للتعرف على مراحل تطور برامج تدريب الدعاة بالأزهر الشريف، ونوعيتها، والفئات المستهدفة منها.

ت. **أدوات جمع البيانات:** في إطار مشكلة البحث وأهدافه وتساؤلاته، اعتمد الباحث على ثلاث أدوات لجمع البيانات على النحو التالي:

#### أ. المقابلة المتعمقة:

في إطار طرق البحث الكيفي، اعتمد الباحث على دليل مقابلة متعمقة (شبه مقننة) مع عدد (٧) من القيادات وواضعي السياسة التدريبية بالأزهر الشريف (♦)، وهم (أ.د/ نظير عياد، أمين عام مجمع البحوث الإسلامية، أ.د/ حسن الصغير، رئيس أكاديمية الأزهر العالمية والأمين العام لهيئة كبار العلماء، أ.د/ إلهام شاهين، الأمين العام المساعد لشئون الواعظات بالأزهر الشريف، ثلاثة من أعضاء المكتب الفني ومسئول إداري بأكاديمية الأزهر العالمية).

واشتمل دليل المقابلة على المحاور التالية:

- التطور التاريخي لتدريب الدعاة في الأزهر الشريف، منذ عام ١٩٨٥م حتى الآن.
- الفئات المستهدفة من التدريب من داخل مصر وخارجها.
- آلية إعداد الحقائق التدريبية المقدمة للدعاة في الأكاديمية.
- آلية تنفيذ الحقائق التدريبية المقدمة للدعاة.

#### ب. الاستمارة الميدانية:

تم تصميم أداة الاستمارة الميدانية؛ لقياس مدى استفادة الدعاة المتدربين من البرامج التدريبية المقدمة في الأكاديمية، واشتملت على محاور ثلاثة على النحو التالي:

- مدى استفادة الدعاة من برامج التدريب بأكاديمية الأزهر العالمية، وأوجه هذه الاستفادة من حيث فهم خصائص الإعلام الجديد ووظائفه وأشكاله وقنواته وسمات جمهوره، والتدريب العملي على إنتاج مضامين دعوية تناسب مستخدمي تلك الوسائط الرقمية.
- مدى استخدام الدعاة لوسائط التواصل الرقمي، وسنوات الخبرة لاستخدام تلك الوسائط المختلفة.
- تم وضع مقياس لمؤشرات النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، وتتمثل في (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير المجتمعي، النية السلوكية)، إضافة إلى المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين.

### ت. تحليل الوثائق:

قام الباحث بالتحليل الكيفي لعدد من الوثائق الخاصة بالبرامج التدريبية للدعاة في الأزهر الشريف؛ بهدف التعرف على نشأة وتطور مراحل تدريب الدعاة في الأزهر الشريف، وأعداد المتدربين وعناوين الحقايب التدريبية.

### مجتمع وعينة البحث:

يتحدد مجتمع البحث في الدعاة بالأزهر الشريف، ممن التحقوا بأكاديمية الأزهر العالمية؛ للاشتراك في البرامج التدريبية، وتم إعداد استمارة إلكترونية تم إرسالها عبر الإنترنت، من خلال مجموعات "الواتساب" التي أنشأتها الأكاديمية كوسيلة للتواصل بينها وبين الملتحقين بتلك البرامج، وتم توزيع وتجميع نتائج الاستمارات الميدانية في الفترة من الإثنين (٥) ديسمبر حتى يوم الخميس (٢٢) ديسمبر (٢٠٢٢م).

وتمثلت عينة المبحوثين في (٢٠٠) مفردة من الدعاة بالأزهر الشريف، وذلك من خلال عينة شملت (١٥٠) واعظاً، و(٥٠) واعظة، ممن اجتازوا البرامج التدريبية الخاصة بالإعلام الرقمي في أكاديمية الأزهر العالمية، تم فيها مراعاة المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، مدة ممارسة الدعوة)، وتم اختيار العينة بناءً على معايير مهنية وأكاديمية، ممثلة في اجتياز المبحوث لعدد كاف من البرامج التدريبية المتخصصة؛ التي تمكنه من تقييم توظيف التكنولوجيا في الحقل الدعوي، حيث تتطلب الاستجابة لمقياس "قبول التكنولوجيا" خلفية معرفية في إطار ما يسمى بـ"الدراسات البيئية" بين الدعوة والإعلام.

ويوضح الجدول التالي خصائص عينة الدراسة:

جدول (١) الخصائص الديموجرافية للمبحوثين

الفئة	البدائل	ك	%
النوع	ذكور	١٥٠	٧٥
	إناث	٥٠	٢٥
السن	من (٢٥) إلى أقل من (٣٥) سنة	٧٨	٣٩
	من (٣٥) إلى أقل من (٤٥) سنة	٨٩	٤٤,٥
	من (٤٥) إلى أقل من (٥٥) سنة	٢٦	١٣
	من (٥٥) سنة فأكثر	٧	٣,٥
مدة الدعوة	من (٦) إلى أقل من (١٠) سنوات	٥٣	٢٦,٥
	من (١٠) إلى أقل من (١٤) سنة	٦٢	٣١
	من (١٤) إلى أقل من (١٨) سنة	٧٦	٣٨
	من (١٨) سنة فأكثر	٩	٤,٥

- تشير بيانات الجدول السابق إلى أن عينة البحث تتوزع بين الذكور بنسبة (٧٥%)، مقابل (٢٥%) للإناث؛ ويرجع ذلك إلى قلة عدد الواعظات وحادثة عملهن في مجال التوعية الدينية، مقارنة بعدد الوعاظ في الأزهر الشريف.
  - بالنسبة لفئة السن: فإن العينة تتوزع بنسبة (٤٤,٥%) لذوي الأعمار من (٣٥ إلى أقل من ٤٥ سنة)، مقابل (٣٩%) لذوي الأعمار من (٢٥ إلى أقل من ٣٥ سنة)، ونسبة (١٣%) لذوي الأعمار من (٤٥ إلى أقل من ٥٥ سنة)، ونسبة (٣,٥%) لذوي الأعمار من (٥٥ سنة فأكثر).
  - بالنسبة لسنوات الخبرة: فإن العينة تتوزع بنسبة (٣٨%) من ذوي الخبرة (من ١٤ إلى أقل من ١٨ سنة)، مقابل (٣١%) من ذوي الخبرة (من ١٠ إلى أقل من ١٤ سنة)، مقابل (٢٦,٥%) من ذوي الخبرة (من ٦ إلى أقل من ١٠ سنوات)، مقابل (٩%) من ذوي الخبرة (١٨ سنة فأكثر).
- بناءً على ما تقدم يتضح تنوع أفراد العينة من حيث الخصائص الديموجرافية، مما يشير إلى تمثيل العينة للفئات المختلفة من مجتمع الدعاة العاملين في مؤسسة الأزهر الشريف، كما يلاحظ على بيانات فئة العمر غلبة الشريحة الشبابية على عينة البحث، وهو ما يمكن أن يؤثر في استجابات المبحوثين لمقاييس البحث في اتجاه معايشة الواقع، الذي تشكل تقنية التواصل الحديثة أهم ملامحه، كما تؤكد هذه النتيجة ظهور جيل جديد من الدعاة والوعاظ في الأزهر الشريف حريص على تطوير الذات والتأهيل العلمي، من خلال الالتحاق بالبرامج التدريبية المتخصصة في أكاديمية الأزهر العالمية؛ لمواءمة الخطاب الديني مستجدات العصر الرقمي وتطورات.

#### قياس الصدق والثبات:

قام الباحث بعرض الاستمارة الإلكترونية على عدد من الأساتذة المتخصصين في مجال الإعلام (♦♦)؛ لاختبار الصدق الظاهري، وتم قياس "ثبات" متغيرات الدراسة: (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير المجتمعي، التسهيلات المتاحة، النية السلوكية) عن طريق معامل "ألفا كرونباخ"، على النحو التالي:

جدول (٢) متغيرات الدراسة وفقاً لقيم ألفا كرونباخ

المتغير	معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات
أوجه الاستفادة من البرامج التدريبية	٠,٩٥٤	٩
الأداء المتوقع	٠,٨٩٣	١٠
الجهد المتوقع	٠,٦٩٠	٤
التأثير المجتمعي	٠,٨٠١	٤
التسهيلات المتاحة	٠,٧٦٦	٥
النية السلوكية	٠,٨٥٨	٥

اعتمد الباحث في اختبار الثبات أو الاتساق الداخلي - وهو درجة انسجام الإجابات ضمن كل سؤال أو ضمن كل محور أو ضمن الاستبانة ككل- على أسلوب ألفا كرونباخ (Alpha Cronbache)، وهو من الأساليب المستخدمة لقياس الثبات، وتراوحت قيمة معامل "الفا كرونباخ" ما بين (٠,٦٩٠ : ٠,٩٥٤)، وبلغ المتوسط الحسابي لمجموع هذه القيم (٠,٨٢٧) وهي قيمة مرتفعة تدل على اتساق الاستمارة وثباتها.

### التعريفات الإجرائية:

#### ١. البرامج التدريبية:

**التدريب:** "عبارة عن نشاط منظم، يركز على الفرد؛ لتحقيق تغير في معارفه ومهاراته وقدراته لمقابلة احتياجات محددة في الوضع الحاضر أو المستقبلي، في ضوء متطلبات العمل الذي يقوم به المرء وفي ضوء تطلعاته المستقبلية للوظيفة التي يقوم بها في المجتمع" (٣٠).

**ويقصد الباحث بالبرامج التدريبية:** تلك البرامج التي يعدها وينفذها الأزهر الشريف من خلال "أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والوعاظ"؛ بهدف النهوض بالمستوى العلمي والعملية للأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى من داخل مصر وخارجها؛ لتحسين أدائهم تجاه تبليغ الدعوة إلى الله.

#### ٢. مهارات التواصل الرقمي:

**التواصل الرقمي (Digital Communication)** "العملية التي يتم فيها التواصل عن بُعد، باستخدام وسائط رقمية، بين أطراف يتبادلون الأدوار في إرسال واستقبال الرسائل الاتصالية؛ لتحقيق أهداف معينة" (٣١).

**ويقصد الباحث** بمفهوم "مهارات التواصل الرقمي": "المهارات التي يجب أن يكتسبها الدعاة؛ لفهم واستيعاب وظائف وأدوار الإعلام الجديد، وتوظيف وسائطه ومنصاته الرقمية في المجال الدعوي، من خلال إنتاج محتوى دعوي ملائم لمستخدمي تلك الوسائط".

#### ٣. الأداء المتوقع (Performancy Expectance):

يشير هذا المصطلح إلى إدراك الأفراد لأهمية استخدام التكنولوجيا، خاصة فيما يحققه هذا الاستخدام في أدائهم الوظيفي (٣٢).

**ويقصد الباحث** بهذا المفهوم: مدى إدراك الدعاة لأهمية برامج التدريب المتخصصة في مجال الإعلام، ودورها في تحفيز الدعاة لتقبل واستخدام التكنولوجيا، لتنمية مهاراتهم التواصلية مع الجماهير، والفوائد المترتبة على ذلك لتحسين أدائهم الوظيفي في المجال الدعوي.

#### ٤. الجهد المتوقع (Effort Expectance):

يقصد الباحث بهذا المفهوم مدى إدراك الدعاة لسهولة الاستخدام (في الوقت والجهد) لوسائط التواصل الرقمي في المجال الدعوي، مقارنة باستخدامهم لوسائل تواصل أخرى تقليدية.

#### ٥. التأثير المجتمعي (Social Influence):

يقصد به المصطلح مدى اعتقاد الدعاة بوجود تأثير مجتمعي نحو ضرورة توظيف الدعاة للتكنولوجيا ووسائطها الرقمية للتواصل مع الجماهير، وقد يتأثر هذا التأثير من الرؤساء في العمل أو الزملاء والأصدقاء أو الجماهير.

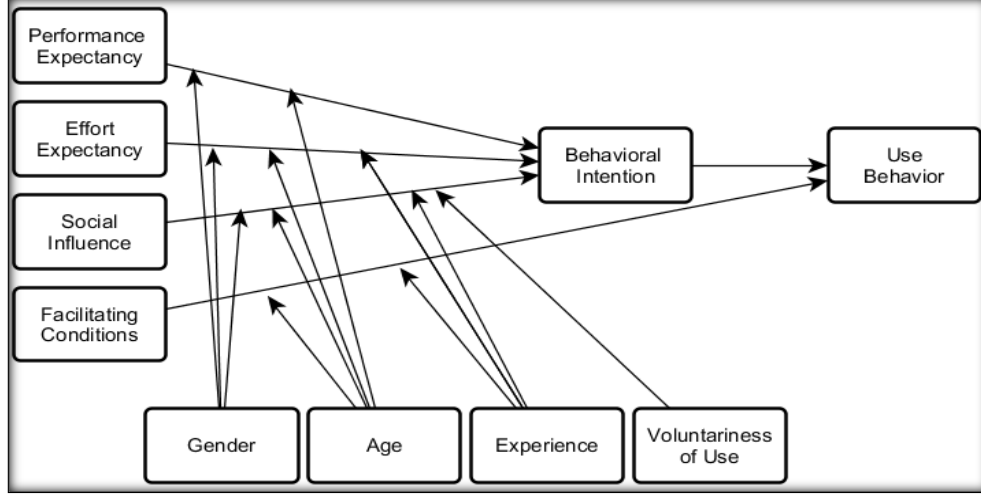
#### ٦. التسهيلات المتاحة (Facilitating Conditions):

يشير هذه المصطلح إلى مدى اعتقاد الدعاة بتوفر التسهيلات والإمكانات اللازمة لتعلم واستخدام وسائط التواصل الرقمي، وسماع المؤسسة التابعين لها باستخدام وتوظيف تلك الوسائط دعويًا.

#### الإطار النظري للبحث:

يعتمد البحث في إطاره النظري وبناء فروضه على " النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا" (UTAUT). وتم تطوير تلك النظرية على يد فينكاتش وآخرون (Venkatesh and others) عام (٢٠٠٣م)، وتشير النظرية إلى أن الاستخدام الفعلي للتكنولوجيا يتم تحديده من خلال " النية السلوكية"، باعتبارها مؤشراً لسلوك استخدام التقنية، وتعتمد الاحتمالية المتصورة لتبني التكنولوجيا على التأثير المباشر لأربعة عناصر رئيسة متمثلة في (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة)، حيث تقترح النظرية أن كلاً من (الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي) يؤثر بشكل مباشر في نية الاستخدام، كما تؤثر التسهيلات المتاحة أيضاً بشكل مباشر في سلوك الاستخدام بجانب نية الاستخدام<sup>(٣٣)</sup>. وقام فينكاتش بدمج النماذج الرئيسية التي تنتبأ بالنوايا السلوكية والاستخدام لتحقيق هذا الهدف، حيث تمت مراجعة أدبيات قبول نظم المعلومات الأساسية لرسم أوجه التشابه والاختلاف النظرية والسياقية بين نظريات قبول التكنولوجيا الناشئة من ثلاثة تيارات بحثية - أي علم النفس الاجتماعي وإدارة نظم المعلومات وعلم النفس السلوكي<sup>(٣٤)</sup>، وتدعم " النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية " نموذج تقبل التقنية" (TAM) الذي قدم عام (١٩٨٩م)، والذي يُعد من النماذج المهمة لفهم العوامل المؤثرة في تبني قبول التكنولوجيا في مجال الاتصال<sup>(٣٥)</sup>، وتقترح النظرية وجود تأثير لاختلاف السمات الديموغرافية للأفراد (النوع، السن، الخبرة، طوعية الاستخدام) تجاه قبول واستخدام التقنية كما هو موضح بالشكل التالي:

البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة  
دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"



شكل (١) النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)<sup>(٣٦)</sup>

#### استفادة الباحث من الإطار النظري:

استفاد الباحث من الإطار النظري في صياغة الفروض ووضع التساؤلات، وتم تطبيق مكونات "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، والمتمثلة في (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، النية السلوكية) في مفايس استمارة البحث الميداني؛ للتعرف على علاقة برامج التدريب في تطوير مهارات التواصل الرقمي للدعاة مع مستخدمي تلك الوسائط الرقمية.

#### التحليل الإحصائي للبيانات:

اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج (SPSS v.26)، وتمت المعالجة الإحصائية عبر تطبيق عدد من المعاملات، وتنوعت المتغيرات بين اسمية (Nominal)، ووزنية (Scale)، وقام الباحث بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي:



### أولاً: المقاييس الوصفية وتشمل:

١. الجداول والتوزيعات التكرارية: قام الباحث بعرض بعض المتغيرات في جداول؛ تهدف إلى الكشف عن التكرارات (Frequency) والنسب المئوية (Percent)، وتم ذلك في وصف عينة البحث وخصائصها.

٢. المتوسط الحسابي (Mean) الانحراف المعياري (std.Deviation)

### ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

بالنسبة للاختبارات الإحصائية التي تقيس وجود فروق بين متغيرات البحث، كانت على النحو الآتي:

### المتغيرات الوزنية:

- اختبار F (On Way Anova): لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- اختبار T (Independent samples t Test): لقياس الفروق بين المتوسطات بين عينتين مستقلتين.
- معامل ارتباط بيرسون (person Correlation): لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين كل منهما من البيانات المتصلة.

مستوى الدلالة المعتمد في هذا البحث: اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ (٠,٠٥) لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه، وتم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر.

### النتائج العامة للبحث

يمكن عرض نتائج البحث على النحو التالي:

### أولاً: نتائج المقابلة المتعمقة:

#### ❖ الإجابة عن التساؤل الأول:

ما مراحل تطور تدريب الأئمة والدعاة في الأزهر الشريف؟

أكدت نتائج المقابلات المتعمقة " أن الأزهر الشريف -منذ فترة مبكرة- مهتم بإعداد العديد من الحقايب التدريبية للدعاة من داخل مصر وخارجها؛ نظراً لكون الدعاة إلى الله -بحكم عملهم- من أهم الفئات التي يجب أن يتوافر لديها العديد من المهارات الاتصالية والدعوية اللازمة؛ للتواصل الفعّال مع الجماهير، وإيصال المعلومات والأفكار إليهم، والتأثير في مشاعرهم واتجاهاتهم، وتصحيح الآراء والمفاهيم الخاطئة"<sup>(٣٧)</sup>.  
وبالنسبة لمراحل تطور التدريب، تبين نتائج المقابلات المتعمقة أن التدريب بالأزهر الشريف مر بثلاث مراحل على النحو التالي:

- المرحلة الأولى: التدريب من خلال "الأمانة العامة للجنة العليا لشئون الدعوة الإسلامية":

توضح نتائج البحث الكيفي مسئولية "الأمانة العامة للجنة العليا للدعوة الإسلامية" القيام بتدريب الدعاة، وقد أنشئت "اللجنة العليا لشئون الدعوة الإسلامية في الأزهر الشريف" بموجب قرار رئيس مجلس الوزراء المصري رقم (١٢٥) لسنة (١٩٨٣م)، والذي ينص على تشكيل لجنة برئاسة شيخ الأزهر، وعضوية عدد من (السادة الوزراء والمسؤولين في المؤسسات الدينية والشخصيات الإسلامية المهمة بأمور الدعوة الإسلامية) (♦♦♦)، وتختص تلك اللجنة بعدد من المهام، منها: اقتراح خطط وسياسات الدعوة الإسلامية في الداخل والخارج، دراسة الوسائل والإمكانات التي تساعد على نشر الدعوة الإسلامية، كما نصت المادة الرابعة لهذا القرار على أن "يكون للجنة أمين عام يختاره شيخ الأزهر ويعين بقرار منه، يعاونه عدد كاف من العاملين الفنيين والإداريين، يتم ندبهم بقرار من شيخ الأزهر"، ومنذ ذلك الحين تولت "الأمانة العامة للجنة العليا للدعوة الإسلامية" بالأزهر الشريف مهمة إعداد وتنفيذ برامج تدريبية للسادة الدعاة المصريين والوافدين، وذلك على النحو التالي:

أ. **تدريب الأئمة الوافدين**، وذلك ابتداءً من عام (١٩٨٥م)، حيث أعدَّ الأزهر الشريف من خلال "الأمانة العامة للجنة العليا للدعوة الإسلامية" برنامجاً تدريبياً في "مناهج الدعوة الإسلامية والعلوم الشرعية واللغة العربية" على مدار شهرين كاملين، يحتوي هذا البرنامج التدريبي على (٢٤) محاضرة أسبوعياً، واستمر هذا البرنامج التدريبي ابتداءً من عام (١٩٨٥م) إلى عام (٢٠١٨م)، وذلك بواقع (١١٦) دورة تدريبية<sup>(٣٨)</sup>.

وتشير وثائق التدريب بالأكاديمية إلى أن "عدد الملتحقين بالدورات التدريبية من الدعاة الوافدين في الفترة الزمنية من عام (١٩٨٥م) إلى عام (٢٠١٨م) بلغ (٣٤١٣) متدرباً من جميع القارات، واحتلت قارة "إفريقيا" المرتبة الأولى من حيث عدد الدعاة المشاركين وذلك بنسبة (٦٣,٤%)، تلتها قارة "آسيا" بنسبة (٣٢,٢%)، وجاءت "أوروبا" في المرتبة الثالثة بنسبة (٣,٨%)، تلتها قارة "استراليا" بنسبة (٠,٤%)، وجاءت "الأمريكتان" في المرتبة الأخيرة<sup>(٣٩)</sup>.

وبناءً على ما سبق يُلاحظ تصدُّر قارة "إفريقيا" المرتبة الأولى بين القارات في أجندة اهتمام الأزهر الشريف، وهذا يرجع إلى كثرة وتنوع الدول الإفريقية المشاركة في تلك الدورات، والتي بلغت (٤٣) دولة، مما يعكس قدر الاهتمام المصري المعطى لقارة إفريقيا، من حيث إعطاء أولوية للمحيط الاستراتيجي، من خلال اتباع سياسة تدريب تعطي أولوية لدوائر القرب الجغرافي بدءاً بإفريقيا وآسيا ثم أوروبا والأمريكتين، فضلاً على أنها الأكثر احتياجاً لهذا النوع من الدورات.

ويرى الباحث أن إدراك قيادات الأزهر الشريف لمسئولية مصر عن العمل الدعوي وضرورة تطويره، باعتباره أحد مصادر القوى الناعمة، يُعد تكاملاً مع الإدراك السياسي الذي حاول الخروج بمصر إلى محيطها الحيوي في إفريقيا وآسيا وأوروبا بعد سنوات طويلة، ضعف فيها هذا الاهتمام بسبب الحروب المتتالية.

ب. **تدريب الدعاة المصريين.**

تشير وثائق التدريب بالأكاديمية إلى اهتمام الأزهر الشريف بإعداد برامج تدريبية لصقل مهارات الوعاظ المصريين ابتداءً من عام (٢٠٠٤م) إلى عام (٢٠١٤م)، من خلال إعداد برنامج بعنوان "مجال الدعوة وأعمال الفتوى" على مدار أسبوعين، يشتمل على (٢٤) محاضرة أسبوعياً، بواقع (٢٨٦) دورة تدريبية خلال تلك الفترة الزمنية، شارك فيها (٤٧١٠) واعظاً مصرياً.

ويرى الباحث أن هذه الفترة الزمنية تميزت بظهور عدد من القنوات الفضائية الخاصة ك(دريم، المحور)، وفتحت الباب أمام قنوات دينية متخصصة لاستيعاب توجهات الرأي العام المصري، وقد أدرك الأزهر الشريف أهمية مواكبة التطورات التقنية في البيئة الاتصالية محلياً وعالمياً، خاصة مع ظهور الجماعات المتطرفة وخطابها المسيء لصورة الإسلام الحضارية، إضافة إلى الحملة التي تبنتها الولايات المتحدة الأمريكية عقب أحداث (١١ سبتمبر ٢٠٠١م) فيما عرف بحملة "الحرب على الإرهاب"، لذا كان ضرورياً بالنسبة للأزهر الشريف إعداد برامج تدريبية متخصصة للوعاظ المصريين؛ لإبراز صورة الإسلام بوسطيته واعتداله واحترامه لمشئته الأخر، واعتماده على الحوار في إقرار الأمن والسلام العالميين، والرد على الشبهات المثارة ضد الإسلام.

#### ■ المرحلة الثانية: التدريب من خلال "الأمانة العامة المساعدة للدعوة والإعلام الديني".

أشارت نتائج المقابلات المتعمقة إلى إسناد تدريب الوعاظ المصريين لـ "الأمانة العامة المساعدة للدعوة والإعلام الديني" بمجمع البحوث الإسلامية، ابتداءً من عام (٢٠١٤م) حتى بداية عام (٢٠١٨م)، واقتصر دور "الأمانة العامة للجنة العليا للدعوة الإسلامية" على تدريب الدعاة الوافدين فقط حتى بداية عام (٢٠١٨م)<sup>(٤٠)</sup>، وتشير وثائق التدريب بمجمع البحوث الإسلامية إلى أن "الأمانة العامة للدعوة والإعلام" أعدت برنامجاً تدريبياً بعنوان "البرنامج التأسيسي للوعاظ العموم" شارك فيه (١٩٦) واعظاً على مدار ثلاث دورات، وفي العام (٢٠١٥م) تم إعداد برنامج بعنوان "البرنامج العلمي للوعاظ العموم" شارك فيه (١٨٠) واعظاً، على مدار (١٢) دورة تدريبية. وفي العام (٢٠١٦م) تم إعداد برنامج بعنوان (الفتوى الإلكترونية) شارك فيه (٢٧٠) واعظاً على مدار ثلاث دورات، إضافة إلى إعداد برنامج تدريبي للسادة الوعاظ خريجي أصول الدين والدعوة، شارك فيه (١٢٠) واعظاً على مدار دورتين، وتم إعداد برنامج تدريبي لتعليم الحاسب الآلي شارك فيه (١٠٠) واعظ، إضافة إلى إعداد برنامج متخصص للوعاظ المبتعثين خارج مصر، شارك فيه (٣٧٥) واعظاً. وفي العام (٢٠١٥م) تم إعداد برنامج بعنوان "الواعظ المعاصر" شارك فيه (١٠٥٥) واعظاً على مدار (١٤) دورة تدريبية، إضافة إلى برنامج بعنوان "إعداد مدرب معتمد" شارك فيه (٨٠) واعظاً على مدار دورتين.

#### - تدريب الواعظات المصريات:

ابتداءً من عام (٢٠١٧م) اهتمت "الأمانة العامة المساعدة للدعوة والإعلام الديني" بمجمع البحوث الإسلامية " بتدريب السيدات الواعظات المصريات بالأزهر الشريف، من خلال إعداد برنامج بعنوان "البرنامج التأسيسي الأول" شاركت فيه (١٤٣) واعظة، إضافة لبرنامج تدريبي بعنوان "العنف الأسري" شاركت فيه (١٢٠) واعظة<sup>(٤١)</sup>.

ويرى الباحث أنّ هذه المرحلة -خلال السنوات الأربع- شكلت مرحلة انتقالية بين منظومة تدريبية مقتصرة على المحتوى التدريبي العقدي والدعوي، وبين مرحلة الانفتاح الكامل لمواكبة مستجدات العصر تقنياً وموضوعياً، كما تميزت هذه المرحلة بإتاحة فرص التدريب للواعظات المصريات، للسماح للمرأة بالقيام بدورها التوعوي على بصيرة.

#### ■ المرحلة الثالثة: التدريب من خلال "أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والواعظ"

##### أ. قرار إنشاء الأكاديمية:

تم إنشاء "أكاديمية الأزهر العالمية" بموجب قرار فضيلة الإمام الأكبر شيخ الأزهر، رقم (١٣٤أ) بتاريخ ١٠/٧/٢٠١٨م، ويتكون القرار من إحدى عشرة مادة.

ونصت المادة الأولى من القرار على: "ينشأ بالأزهر الشريف أكاديمية تسمى (أكاديمية الأزهر الشريف لتأهيل وتدريب الأئمة والدعاة والواعظ وباحثي وأمناء الفتوى)، ويكون مقرها محافظة القاهرة، ولشيخ الأزهر إنشاء فروع لها بالمحافظات".

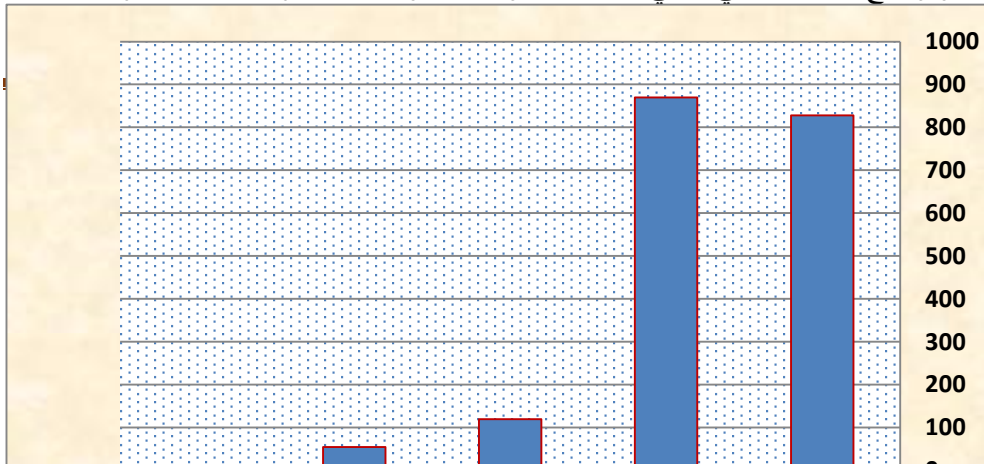
وتتمثل رؤية الأكاديمية " في إعداد الواعظ والداعي الرائد فكرياً وأكاديمياً، بما يتوافق مع رسالة الأزهر الشريف العالمية، من نشر الفكر الوسطي وتحقيق السلم العام، وترسيخ قيم التسامح والتعايش السلمي"، وتستهدف الأكاديمية " إخراج جيل من الواعظ والدعاة، يسهمون فكرياً وسلوكياً في إرساء دعائم الاستقرار في المجتمعات، من خلال مسابرة التطورات المحلية والعالمية، وإتقان التعامل مع الوسائل والتقنيات الحديثة<sup>(٤٢)</sup>، وانطلاقاً من عالمية الأكاديمية، فإنها تستهدف كذلك تدريب الدعاة الوافدين من جميع أنحاء العالم، والمشتغلين في مجالات الإمامة والوعظ والفتوى، وذلك من خلال التنسيق بين وزارة الخارجية المصرية وسفارات العالم المختلفة، بما يتناسب مع أعداد المنح المقدمة من الأزهر الشريف<sup>(٤٣)</sup>.

#### ❖ الإجابة عن التساؤل الثاني:

ما الفئات المستهدفة من التدريب داخلياً وخارجياً؟

##### ١. تدريب الدعاة الوافدين

يبين تحليل "الوثائق الخاصة بالتدريب" أعداد الدعاة الوافدين الذين اجتازوا برامج التدريب بالأكاديمية، وبلغ عددهم (١٨٧١) متدرّباً، منذ إنشاء الأكاديمية عام (٢٠١٨م) حتى (٣١) من أكتوبر (٢٠٢٢م)، وبلغ إجمالي عدد الدورات التدريبية خلال تلك الفترة (٣٧) دورة. ويوضح الشكل البياني التالي عدد الأئمة والدعاة الوافدين المتدربين من كل قارة:



شكل بياني (٢) يوضح أعداد الدعاة الوافدين من عام ١٩٨٥ إلى ٢٠١٨م

بناءً على بيانات الشكل البياني السابق، يرى الباحث أنه بينما احتلت دول القارة الإفريقية المرتبة الأولى في عدد المتدربين بالأزهر في (المرحلة الأولى)، يوضح تحليل الوثائق زيادة أعداد الدعاة المتدربين من "قارة آسيا" في (المرحلة الثالثة) بجانب أعداد المتدربين من "القارة الإفريقية" - التي لا تزال في مستويات مرتفعة-، وهذا يعبر عن بروز نشاط التدريب الاحترافي لـ"أكاديمية الأزهر العالمية" تحت مرجعية معتبرة لأهل السنة في العالم، كما تشير مؤشرات تلك الأعداد إلى الاهتمام المتزايد في كبريات الدول الإسلامية مثل (باكستان، بنجلاديش، إندونيسيا، الفلبين، ماليزيا، الصين، كازاخستان،..) نحو تدريب أئمتهم في أكاديمية الأزهر العالمية؛ مما يعد مؤشراً على الإدراك المتنامي للحاجة الدولية إلى الخطاب المتجدد المعتدل الوسطي الذي يمثله الأزهر الشريف، بعد أن تشوهت صورة الإسلام بسبب خطاب بعض الجماعات المتطرفة، واستخدام الغرب هذه الصورة النمطية لاتهام الدول الإسلامية بالإرهاب والتطرف.

٢. تدريب الأئمة والوعاظ المصريين.

يؤكد رئيس أكاديمية الأزهر العالمية " أن الأكاديمية حريصة أن يكون الدعاة على تماس مباشر مع الدولة والمجتمع، وذلك من خلال سياسة تدريبية تستهدف رفع كفاءتهم، وتطوير أساليب جديدة تتعاطى مع التغيرات التكنولوجية، التي مكّنت الفرد من إنتاج وتوزيع مخرجات إعلامية متميزة، وفي ذلك الإطار تم التوسع في استيعاب فئات وشرائح من المتدربين من خارج الأزهر مثل أئمة وواعظات وزارة الأوقاف"<sup>(٤٤)</sup>.

ويشير تحليل "وثائق التدريب" إلى أعداد الملتحقين بالبرامج التدريبية من الأئمة والوعاظ المصريين، وفقاً لكل عام تدريبي على النحو التالي<sup>(٤٥)</sup>:

جدول (٣) أعداد المتدربين سنوياً في أكاديمية الأزهر العالمية

العام	الفئة	وعاظ الأزهر	واعظات الأزهر	أئمة الأوقاف	واعظات الأوقاف
٢٠١٨ م		٨٢١	٢٢٠	-	-
٢٠١٩ م		١٦٤٤	٤٣٦	-	-
٢٠٢٠ م		١٥١٦	١٣٦	-	-
٢٠٢١ م		٢٦٢١	٤٤٥	١٢٤	-
٢٠٢٢ م		٣١٠٥	١٠٤٥	١٣٥	٣١

**بناءً على بيانات الجدول:** يتضح جلياً التنامي المتزايد بالنسبة لأعداد المستفيدين من البرامج التدريبية في أكاديمية الأزهر العالمية، إضافة إلى تنوع الشرائح والفئات المستفيدة من تلك البرامج، وهذا يؤكد على الدور المحوري للأزهر الشريف في نشر مبادئ الدين الإسلامي الوسطي المعتدل في أنحاء العالم، مما حدا بالمؤسسات المعنية بالشأن الدعوي -مثل وزارة الأوقاف- الاستفادة من خدمات الأكاديمية التدريبية، من خلال إلحاق العديد من "الأئمة والخطباء والواعظات بوزارة الأوقاف" بتلك البرامج التدريبية.

#### ❖ الإجابة عن التساؤل الثالث:

##### كيف يتم إعداد المحتوى التدريبي في أكاديمية الأزهر العالمية؟

تشير نتائج المقابلات المتعمقة إلى اعتماد الأكاديمية منهجية متخصصة، تراعي المعايير الأتية في إعداد المحتوى التدريبي<sup>(٤٦)</sup>:

١. تحديد الاحتياج التدريبي الفردي والمؤسسي والمجتمعي.
٢. صياغة الأهداف التدريبية وفقاً لآلية "سمارت"، بحيث يكون البرنامج التدريبي (محدداً، قابلاً للقياس، قابلاً للتحقيق، ملائماً، مرتبطاً بالوقت).
٣. مناسبة المحتوى التدريبي لخصائص المشاركين في التدريب.
٤. اشتمال المحتوى التدريبي على وسائل الإيضاح المناسبة.
٥. تكوين الفريق العلمي المنوط به إعداد المحتوى التدريبي من التخصصات ذات العلاقة بأبعاد المحتوى المطلوب التدريب عليه، مثل تخصص (العقيدة، الدعوة، الفقه والشريعة، اللغة العربية، التربية، علم النفس والاجتماع، الإعلام والاتصال، التخطيط الاستراتيجي، الطب، الفلك،..).
٦. مراعاة تغطية المحتوى التدريبي للجوانب المعرفية والمهارية والسلوكية.

٧. تقييم المحتوى العلمي المُعدّ من قِبَل المتخصصين، في ضوء المعايير العلمية لإعداد المحتوى التدريبي بالإكاديمية.
٨. اختبار المحتوى التدريبي على عينة ممثلة للمتدربين؛ للتأكد من تحقيق الأهداف التدريبية، من خلال المحتوى النظري والأنشطة العملية؛ إيداناً لاعتماد تلك البرامج التدريبية لمرحلة التنفيذ الفعلي.
٩. وضع الحقبة التدريبية في صورتها النهائية وتشتمل على ( دليل المدرب، دليل المتدرب، الأنشطة التدريبية، وأدوات التقييم).
- وتؤكد نتائج "المقابلات المتعمقة" على "حرص الأكاديمية في سياستها على أن تكون أهداف البرامج واضحة ومحددة ومعلنة للجميع، وأن تكون واقعية وممكنة القياس؛ بحيث تحدد المهارات التي يجب إتقانها بعد الانتهاء من البرنامج التدريبي، وأن تصاغ الأهداف بلغة المهارات التدريبية التي يحتاجها المتدرب في مجالات عمله المهنية، وأن تحدد الأهداف معايير الإتقان المقبولة"<sup>(٤٧)</sup>.

#### ❖ الإجابة عن التساؤل الرابع:

##### ما معايير التنفيذ الاحترافي للتدريب في أكاديمية الأزهر؟

تؤكد نتائج المقابلات المتعمقة "أنَّ الأكاديمية قد وضعت عدداً من المعايير لتنفيذ التدريب بأعلى جودة ممكنة لأكثر عدد من المستهدفين؛ تحقيقاً للأهداف المرجوة، وتتمثل تلك المعايير في"<sup>(٤٨)</sup>:

١. استقطاب الخبراء أصحاب التخصصات الدقيقة في موضوعات التدريب، حيث اعتمدت سياسة التدريب بالأكاديمية على مدربين مؤهلين علمياً، ذوي خبرة وكفاءة تدريبية عالية، ممن يبذلون أقصى جهد لإفادة المتدربين، ويجيدون إدارة وقت البرنامج بطريقة رشيدة، ويتميزون بالقدرة على نقل خبراتهم بكفاءة عالية، وإلمام كاف بموضوعات التدريب. كما تستعين الأكاديمية بمدربين يتسم أدؤهم بالجدب والتشويق للمتدرب، وإجادة أساليب تقويم المتدربين، وتحقيق التغذية الراجعة، وتحفيز المتدربين وإشعارهم بمدى أهمية التدريب، من خلال استخدام الأدوات والتقنيات بشكل فعّال، كما تشير نتائج المقابلات إلى الثراء العددي (♦) الخاص بأعداد السادة المدربين في برامج الأكاديمية، وذلك بواقع (٢٢٧) عضو هيئة تدريس -منذ إنشاء الأكاديمية حتى الآن- إضافة إلى عدد (٥٠) من ذوي المناصب القيادية في الدولة المصرية؛ وهذا يشير إلى اعتماد الأكاديمية في سياسة التدريب على مبدأ "التخصصية والتنوع"، ولذلك شملت هيئة التدريب محاضرين ومدربين من داخل وخارج جامعة الأزهر من مختلف التخصصات الشرعية والعربية والعلوم الإنسانية والمجالات التطبيقية، ومن خبراء الممارسة المهنية في التخصصات المشار إليها، مما حقق لبرامج التدريب ثراء معرفياً وتطبيقياً انعكس أثره على جودة التدريب، واستثماراً لنظرية انتقال المعلومات على أكثر من مرحلة من خلال النخبة ممثلة في الدعاة والوعاظ، كما استعانت الأكاديمية بعدد من ذوي المناصب العليا



وصانعي السياسات ليكون لهم عطاء علمي وإداري؛ يعمق أثر التدريب لدى المتدربين من واقع الممارسة العملية وتطبيق سياسات الدولة في إصلاح المجتمع.

٢. توفير بيئة ملائمة للتدريب مكاناً (قاعات التدريب المجهزة، الإسكان والإعاشة الملائمة)، وتوقيتاً (الانضباط في الحضور والانصراف، وضع نسبة حضور محددة لا تقل عن (٧٠%) كشرط لاجتياز الدورة التدريبية).

٣. تنفيذ عملية تقويم من خلال وسائل عصرية تواكب تقدم أساليب التدريب في العصر الرقمي؛ لتحقيق الاستفادة من المحتوى التدريبي، ويتم تنفيذ ذلك قبل بدء البرنامج التدريبي وأثناءه وبعد الانتهاء، وتشمل (مدى تحقق الأهداف التدريبية، مدى كفاية المادة العلمية، مدى كفاءة المدرب، إيجابيات وسلبيات البرنامج التدريبي، مقترحات التطوير)، ويستفاد في متابعة ذلك من تطبيقات وسائط التواصل الاجتماعي.

ويشير تحليل "سجلات التدريب" إلى تطور في عدد الحقائق التدريبية المقدمة للدعاة خلال السنوات الخمس الأخيرة، من (٥) حقائق تدريبية في عام (٢٠١٨) إلى (٢٥) حقيبة تدريبية في عام (٢٠٢٢م)، ويؤكد هذا التصاعد الكمي والنوعي على مواكبة برامج التدريب لقضايا الواقع والمشكلات الناشئة عن حركة المجتمع في مجالات مختلفة، تتطلب استئناف دور الأزهر وخطابه الوسطى المعتدل في معالجة النوازل بروية شرعية منضبطة، من خلال خطاب تواصلية متزن للدعاة تحت إشراف الأزهر الشريف.

وتشمل الحقائق التدريبية المقدمة للدعاة حقائق متخصصة في العلوم الشرعية والعقدية والفكرية، إضافة لحقائق متخصصة في مجال الإعلام والاتصال، ويبلغ عددها خمس حقائق تدريبية، إضافة لاشتمال غالبية الحقائق التدريبية الأخرى على محور الإعلام والتواصل ضمن مفرداتها.

وفيما يلي عناوين البرامج التدريبية كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (٤) يوضح عناوين البرامج العامة والبرامج الإعلامية المتخصصة

البرامج الإعلامية		البرامج غير الإعلامية	
مدة البرنامج	عنوان البرنامج	مدة البرنامج	عنوان البرنامج
أسبوع	التعامل مع ثورة المعلومات	أسبوع	أسس التعايش السلمي
أسبوعان	تنمية المهارات الإعلامية	شهران	إعداد الداعية المعاصر
أسبوع	فن الإتيكيت والمراسم	شهر	إعداد المفتي المعاصر
أسبوع	فن التحرير الصحفي	أسبوعان	إعداد مدربي تاهيل المقبلين على الزواج
أسبوع	الإنتاج الدعوي لمنصات الإعلام الجديد	أسبوعان	إعداد وتاهيل المصلح الأسري
		أسبوع	آليات التعامل مع ذوي الهمم
		شهران	البرنامج التأهيلي للوافدين

البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة  
دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"

	أسبوعان	تسوية الخصومات الثأرية
	٣ أيام	التغيرات المناخية
	أسبوعان	تفكيك الفكر المتطرف
	٣ أسابيع	التميز الدعوي
	أسبوع	علم الفلك الشرعي
	شهر	قضايا فقهية معاصرة
	أسبوع	قضية القدس والحق التاريخي
	اسبوعان	المبتعثين المحليين (المصريين)
	أسبوع	المبتعثين المحليين (الوافدين)
	أسبوعان	معالم المنهج الأزهرى
	أسبوع	الأحكام الفقهية والطبية المتعلقة بالعلوم البيطرية
	أسبوع	مناسك الحج ومستجداتها المعاصرة
	شهران	منهجية الرد على الشبهات

وتؤكد "نتائج المقابلات المتعمقة" مع رئيس الأكاديمية<sup>(٩)</sup> على أن اهتمام الأكاديمية بالبرامج الإعلامية المتخصصة، يُمثل (٢٠%) من إجمالي ما تنفذه من برامج، وذلك إدراكاً من الأكاديمية لمقتضيات عصر التواصل الاجتماعي والانفتاح على الآخر والتداخل بين الثقافات، لذا تم إعداد وتنفيذ حزمة من البرامج تهتم بمهارات التواصل الإنساني والتفاعل الاجتماعي مثل برنامج (التعامل مع ثورة المعلومات، الإنتاج الدعوي لمنصات الإعلام الجديد، تنمية المهارات الإعلامية، فن التحرير الصحفي، المراسم والبروتوكولات)، وركزت تلك البرامج على دعم قدرات الفرد التواصلية مع الذات ومع الآخر، باعتبار فهم الذات والآخر أساس نفسي واجتماعي لاستقرار العلاقات الاجتماعية في مستوياتها المختلفة، وقد تم التوسع في هذه البرامج انطلاقاً من كون التكنولوجيا تقود إلى التغيير الاجتماعي سلباً وإيجاباً، لذا ركزت البرامج على قيم حسن توظيف التكنولوجيا، والتعامل الأمثل مع وسائط التواصل الرقمي، إنتاج دعوي ملائم لمستخدمي تلك المنصات؛ بحيث لا يؤثر استخدام هذه التكنولوجيا بالسلب في القيم الذاتية للمجتمع المصري، ولا يكون الانفتاح على الآخر مصدر تهديد لهوية المجتمع الذاتية، كما سعت البرامج إلى بناء الضمير الديني لدى الفرد، وتعزيز قيمة الارتداع الذاتي المحقق للأمن المجتمعي بأقل تكلفة وأقل وقت وجهد. وأكدت تلك البرامج على قيمة التثبث من الأخبار الزائفة، والحذر من خطورة الشائعات وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ نظراً لخطورة تأثيرها في الأمن المجتمعي، كما ركزت البرامج على قيمة "العقل النقدي" في التعامل مع المحتوى الإعلامي للإعلام الجديد، وتوظيف واستخدام منصاته التوظيف الأمثل، خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي الآن تمثل أحد أهم المكونات الرئيسية في البناء الاجتماعي والتأثير فيه، مقارنة بالأسرة والمؤسسات التربوية والتعليمية الأخرى؛ مما يثير كثيراً من المخاوف تجاه مخرجات الأداء الإعلامي لتلك المواقع.

## ثانياً: نتائج البحث الميداني

تم إجراء البحث الميداني على عينة ممن اجتازوا البرامج التدريبية الخاصة بالإعلام في أكاديمية الأزهر العالمية، قوامها (٢٠٠) مفردة من الدعاة بالأزهر الشريف، شملت (١٥٠) واعظاً، و(٥٠) واعظة؛ بهدف التعرف على علاقة التدريب بتطوير مهارات التواصل الرقمي لديهم، وذلك من خلال استبانة إلكترونية تم إرسالها عبر مجموعات الواتساب، التي أنشئت كوسيلة للتواصل بين الأكاديمية وبين الملحقين بتلك البرامج التدريبية، وتم توزيع وتجميع نتائج الاستمارات الميدانية في الفترة من الإثنين (٥) ديسمبر حتى يوم الخميس (٢٢) ديسمبر (٢٠٢٢م)، وأسفرت الدراسة على عدد من النتائج، على النحو التالي:

### ❖ المحور الأول: استفادة الدعاة من البرامج التدريبية.

#### ١. استفادة الدعاة من برامج الإعلام الرقمي الأكاديمية:

أظهرت نتائج تحليل البيانات فيما يتعلق بحدود استفادة المتدربين من برامج التدريب توجهاً عاماً يؤكد تحقق الاستفادة لدى المتدربين بشكل مرتفع.

جدول (٥) مدى استفادة المبحوثين من دورات الأكاديمية

مستوى الاستفادة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
استفدت كثيراً	١٦٨	٨٤	٠,٨٤٠	٠,٣٦٧
استفدت إلى حد ما	٣٢	١٦		
لم أستفد شيئاً	٠	٠		
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

- أكدت نتائج البحث استفادة جميع الدعاة-عينة الدراسة- من برامج تدريب أكاديمية الأزهر العالمية وذلك بنسبة (١٠٠%)، حيث أشار (٨٤%) من المبحوثين إلى استفادتهم من برامج التدريب بشكل كبير، بينما جاء معدل الاستفادة "إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة (١٦%).

بناءً على ما سبق: يمكن القول أنّ استفادة الدعاة من البرامج التدريبية في مجملها مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٠,٨٤٠).

ومن ثمّ يفترض أن تكون قدرة المبحوثين على تقييم توظيف التكنولوجيا في الحقل الدعوي، من خلال التواصل الرقمي مع الجماهير مرتفعة.

#### ٢. أوجه الاستفادة من دورات الإعلام بالأكاديمية:

أكدت نتائج البحث تعدد أوجه استفادة الدعاة من برامج الإعلام في أكاديمية الأزهر العالمية، بحيث كانت الاستفادة في مجال "فهم خصائص جمهور الإعلام الرقمي"، و"معرفة أنواع منصات الإعلام الرقمي وخصائصها"، في مقدمة أوجه الاستفادة من البرامج التدريبية.

جدول (٦) أوجه استفادة الدعاة من برامج الإعلام بالأكاديمية

أوجه الاستفادة	درجة كبيرة		درجة متوسطة		درجة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
فهم خصائص جمهور الإعلام الرقمي	١٥	٧٥,٥	٤١	٢٠,٥	٨	٤	٢,٧١٥	٠,٥٣٤
معرفة أنواع منصات الإعلام الرقمي	١٥	٧٦	٣٨	١٩	١٠	٥	٢,٧١٠	٠,٥٥٤
التعرف على سمات الإعلام الجديد	١٤	٧٤,٥	٤٢	٢١	٩	٤,٥	٢,٧٠٠	٠,٥٤٩
القدرة على إنشاء حسابات متعددة على مواقع التواصل الرقمي	١٤	٧٣,٥	٤٢	٢١	١١	٥,٥	٢,٦٨٠	٠,٥٧٣
إنتاج البوست والتغريدة الدعوية	١٤	٧٢,٥	٣٩	١٩,٥	١٦	٨	٢,٦٤٥	٠,٦٢٥
إنتاج الفيديو الدعوي	١٤	٧٠,٥	٤٥	٢٢,٥	١٤	٧	٢,٦٣٥	٠,٦٥٣
إنتاج الإنفوجراف الدعوي	١٤	٧٢,٥	٣٧	١٨,٥	١٩	٩,٥	٢,٦٢٥	٠,٦١١
إنتاج الفيديو جراف الدعوي	١٣	٦٨,٥	٤٨	٢٤,٥	١٦	٨	٢,٦٠٠	٠,٦٣٤
فهم العلاقة التبادلية بين الدعوة وعلوم الاتصال والإعلام الرقمي	١٣	٦٧,٥	٤٦	٢٣,٥	١٩	٩,٥	٢,٥٨٠	٠,٦٦٠

تشير بيانات الجدول إلى تعدد وتنوع أوجه استفادة الدعاة من برامج الإعلام بالأكاديمية، مما يدل على احتواء تلك البرامج على العناصر اللازمة لفهم الدعاة لطبيعة الإعلام الجديد وكيفية توظيفه في المجال الدعوي". وتمثلت أوجه استفادة الدعاة من البرامج التدريبية في " فهم خصائص جمهور الإعلام الرقمي خاصة جمهور الشباب"، تلاه "معرفة أنواع منصات الإعلام الرقمي"، و"التعرف على سمات الإعلام الجديد"، تلاه " القدرة على إنتاج البوست والتغريدة الدعوية"، وجاء " إنتاج الفيديو الدعوي" في المرتبة الخامسة، تلاه " إنتاج الإنفوجراف الدعوي"، وجاء " إنتاج الفيديو جراف الدعوي" في المرتبة السابعة، بينما احتل " فهم العلاقة التبادلية بين الدعوة وعلوم الاتصال والإعلام الرقمي " المرتبة الأخيرة.

ويرى الباحث أن هذا الترتيب منطقي وعلي اتساق تام مع الواقع الفعلي للدعاة، من حيث تصدر "فهم خصائص جمهور الإعلام الرقمي" لأوجه الاستفادة من تلك البرامج؛ باعتبار الجمهور منطلق بناء الرسالة الدعوية، وباعتبار أن لكل وسيلة من وسائل الإعلام الجديد جمهورها الخاص بها، نظراً للسمات المميزة لكل من هذه الوسائل.

## ❖ المحور الثاني: استخدام الدعاة للوسائط الرقمية.

### ١. مدى استخدام الدعاة للوسائط الرقمية:

توضح نتائج الجدول التالي شيوع استخدام الدعاة للمنصات الرقمية، بمتوسط كمي من ( ثلاث سنوات فأكثر) لدى نسبة (٨٨%) من المبحوثين.

جدول (٧) خبرة استخدام الدعاة للوسائط الرقمية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ن = ٢٠٠		مدة الاستخدام
		%	ك	
٠,٧٠٠	٢,٥٣٥	١٢	٢٤	أقل من ثلاث سنوات
		٢٢,٥	٤٥	من ثلاث إلى خمس سنوات
		٦٥,٥	١٣١	أكثر من خمس سنوات
		١٠٠	٢٠٠	الاجمالي

تشير بيانات الجدول إلى استخدام الدعاة للوسائط الرقمية بنسبة (١٠٠%)، وذلك على النحو التالي:

- أشارت غالبية المبحوثين بنسبة (٦٥,٥%) إلى استخدامهم للوسائط الرقمية "أكثر من خمس سنوات"، وجاء معدل الاستخدام "من ثلاث إلى خمس سنوات" في المرتبة الثانية بنسبة (٢٢,٥%)، في حين بلغت نسبة استخدام المنصات الرقمية "أقل من ثلاث سنوات" (١٢%).

بناءً على ما سبق: يمكن القول أنّ خبرة استخدام الدعاة للمنصات الرقمية في مجملها مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٢,٥٣٥)، ومن ثمّ يفترض أن تكون قدرة المبحوثين على إدراك أهمية التواصل الرقمي مع مستخدمي تلك الوسائط، وخبرة استخدامهم لها ستكون مرتفعة، وهو ما يعد مؤشراً إيجابياً لصالح التوظيف الأمثل لهذه الوسائط في المجال الدعوي والتواصل الرقمي مع مستخدميها.

### ٢. الوسائط الرقمية الأكثر استخداماً لدى الدعاة:

أكدت نتائج البحث ما أثبتته كثير من الدراسات السابقة من تصدّر منصة "الفيس بوك" من حيث استخدامات الدعاة، يليه استخدام "واتساب"، وهو من السهولة وقلة التكلفة بحيث أصبحت المنصة الثانية بين الدعاة عينة الدراسة في مصر.

جدول (٨) الوسائط الرقمية المستخدمة من قبل الدعاة

الوسائط	دائماً	أحياناً	نادراً	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري

البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة  
دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"

		ك	%	ك	%	ك	%
الفيسبوك	١١٩	٥٩,٥	٦٨	٣٤	١٣	٦,٥	٢,٥٣٠
الواتساب	١٠٨	٥٤	٧٧	٣٨,٥	١٥	٧,٥	٢,٤٦٥
اليوتيوب	٧٨	٣٩	٩٤	٤٧	٢٨	١٤	٢,٢٥٠
تويتر	٥٢	٢٦	٨٦	٤٣	٦٢	٣١	١,٩٥٠
انستجرام	٣٣	١٦,٥	٧٣	٣٦,٥	٩٤	٤٧	١,٦٩٥
تليجرام	٢٩	١٤,٥	٦٢	٣١	١٠٩	٥٤,٥	١,٦٠٠
لينكدان	٢٢	١١	٧٣	٣٦,٥	١٠٥	٥٢,٥	١,٥٨٥

توضح بيانات الجدول السابق تصدّر منصة "الفيس بوك" حيث كانت الأكثر استخداماً من قبل الدعاة وذلك بمتوسط (٢,٥٣٠)، وجاءت منصة "واتساب" في المرتبة الثانية بمتوسط (٢,٤٦٥)، بينما احتلت منصة "يوتيوب" المرتبة الثالثة بمتوسط (٢,٢٥٠)، وجاءت منصة "تويتر" في الترتيب الرابع بمتوسط (١,٩٥٠)، بينما جاءت منصة "انستجرام" في المرتبة الخامسة بنسبة (١,٦٩٥)، تلتها منصة "تليجرام" بمتوسط (١,٦٠٠)، واحتلت منصة "لينكدان" المرتبة الأخيرة بمتوسط (١,٥٨٥).

ويرى الباحث أنّ هذا الترتيب منطقي وعلي اتساق تام مع الواقع الفعلي لاستخدام المنصات الرقمية في مصر، من حيث تصدّر "الفيس بوك" بين منصات ، حيث كان الأعلى استخداماً في مصر بين الفئة العمرية بين (٦٤ حتى ٦٤) عاماً، وذلك وفقاً للبيانات الصادرة عن منصة "we are social" لعام ٢٠٢٢م (٥٠)، بينما احتل تطبيق "الواتساب" المرتبة الثانية في نتائج هذا البحث، على خلاف ما توصلت إليه البيانات الصادرة عن منصة "we are social" لعام ٢٠٢٢م، والتي تضع فيها "اليوتيوب" في المرتبة الثانية، ولعل تفسير ذلك يرجع إلى خصائص المبحوثين من حيث الاستخدام البسيط لتلك الوسائل في نطاق عملهم الدعوي، إضافة إلى تميز الواتساب بالسهولة وقلة التكلفة.

### ❖ المحور الثالث: العوامل المؤثرة في قبول واستخدام الدعاة لوسائط الإعلام الرقمي.

#### ١. الأداء المتوقع:

في ضوء محور "الأداء المتوقع" في نظرية "استخدام وقبول التكنولوجيا"، جاءت استجابات المبحوثين مؤكدة أهمية توظيف وسائط الإعلام الجديد في المجال الدعوي؛ نظراً لما يحققه من انتشار أوسع لرسالة المؤسسة الدينية التي ينتمي إليها الدعاة، إضافة إلى تيسير التفاعل المباشر مع الجماهير، وتقديم خطاب دعوي متفاعل مع الواقع والأحداث.

#### جدول (٩) الأداء المتوقع لاستخدام الدعاة الوسائط الرقمية دعويّاً

البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة  
دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	ك	%	ك	%	ك	%		
تنوع الوسائط الرقمية يؤدي إلى التنوع في تقديم الرسالة الدعوية بما يتواءم مع طبيعة كل منها.	١٦	٨٢	٣	١٥	٦	٣	٠,٧٩٠	٠,٤٧٦
زيادة رصيد المؤسسة الدينية ومصداقيتها لدى الجماهير	١٦	٨٣,٥	٢	١١,٥	١	٥	٠,٧٨٥	٠,٥١٩
التفاعل المباشر مع الجماهير	١٦	٨٠	٣	١٧	٦	٣	٠,٧٧٠	٠,٤٨٨
الوصول إلى جمهور متعدد ومتنوع من مستخدمي هذه الوسائط	١٦	٨٢	٢	١٢,٥	١	٥	٠,٧٦٥	٠,٥٣٩
التعرف على وسائل جديدة في العمل الدعوي	١٥	٧٩	٣	١٧,٥	٧	٣,٥	٠,٧٥٥	٠,٥٠٦
تقديم خطاب دعوي متفاعل مع الواقع والأحداث	١٥	٧٨	٣	١٧,٥	٩	٤,٥	٠,٧٣٥	٠,٥٣٤
رصد ما ينشر من ظواهر عبر مواقع التواصل الرقمي؛ تمهيداً لمعالجتها دعويًا	١٥	٧٦	٤	٢٠,٥	٧	٣,٥	٠,٧٢٥	٠,٥٢٠
تكوين علاقات شخصية مع مستخدمي تلك الوسائط يعود بالنفع على اداني الدعوي	١٤	٧٤,٥	٤	٢١	٩	٤,٥	٠,٧٠٠	٠,٥٤٩
توفير الوقت والجهد في توصيل الرسالة الدعوية	١٤	٧٤	٤	٢١,٥	٩	٤,٥	٠,٦٩٥	٠,٥٥٠
تجربة نماذج من أصدقائي في استخدام الوسائط الرقمية في العمل الدعوي يشجعني على استخدام تلك الوسائط	١٤	٧٣	٤	٢٠,٥	١	٦,٥	٠,٦٦٥	٠,٤٤٥

تشير بيانات الجدول إلى رؤية الدعاة -عينة الدراسة- تجاه "الأداء المتوقع" لاستخدام الوسائط الرقمية دعويًا، حيث يرى غالبية الباحثين أن تنوع وسائط الإعلام الرقمي يؤدي إلى التنوع في تقديم وعرض الرسالة الدعوية، وأن استخدام المؤسسات الدينية لوسائط الإعلام الرقمي في التواصل مع الجماهير يزيد من مصداقية ورصيد تلك المؤسسات، حيث يساعد استخدام تلك الوسائط في التفاعل المباشر مع الجماهير، وتقديم خطاب دعوي متفاعل مع الواقع والأحداث، ورصد ما ينشر من ظواهر مجتمعية؛ تمهيداً لمعالجتها دعويًا.

كما اتفق غالبية الباحثين على أن استخدام وسائط الإعلام الرقمي يؤدي إلى توظيف أدوات ووسائل جديدة في العمل الدعوي، تسهل في تكوين علاقات شخصية مع مستخدمي تلك



الوسائط، وتساعد على توفير الوقت والجهد في توصيل الرسالة الدعوية. كما وافق غالبية الباحثين على أن نجاح تجربة بعض الدعاة في توظيف الإعلام الرقمي يشجعهم في استخدام تلك الوسائط وتوظيفها دعوياً.

بناءً على ما سبق، يتضح أن غالبية الدعاة يعتقدون أن توظيف الإعلام الرقمي في المجال الدعوي بات من الضرورة بمكان؛ نظراً للفوائد الإيجابية المتعددة والمتنوعة المترتبة على ذلك.

## ٢. الجهد المتوقع

وُكِدَ النتائج على قدرة وخبرة معظم الدعاة على التعامل مع وسائط الإعلام الرقمي بسهولة ويسر، وذلك لاعتيادهم على استخدام تلك الوسائط الرقمية؛ نتيجة لتراكم خبراتهم عبر سنوات الخبرة التي تزيد عن خمس سنوات لدى معظمهم، مما لا يشكل صعوبة تجاه توظيف تلك الوسائط دعوياً.

جدول (١٠) الجهد المتوقع لاستخدام الدعاة الوسائط الرقمية في المجال الدعوي

البيان رقم	النسبة المئوية	معارض		محايد		موافق		الجهد المتوقع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٤٨١	٠,٨٤٥	٥	١٠	٥,٥	١١	٨٩,٥	١٧٩	النشاط الدعوي عبر الوسائط الرقمية سهل التنفيذ
٠,٥٣٠	٠,٧٦٥	٥	١٠	١٣,٥	٢٧	٨١,٥	١٦٣	سهولة إنشاء حسابات متعددة على الوسائط الرقمية المتنوعة
٠,٥٣٠	٠,٧٦٥	٤,٥	٩	١٤,٥	٢٩	٨١	١٦٢	تفاعلي عبر الوسائط الرقمية واضح ومعبر عن المؤسسة التي أنتمي إليها
٠,٥٤٠	٠,٦٤٠	٣	٦	٣٠	٦٠	٦٧	١٣٤	استخدام الوسائط الرقمية في النشاط الدعوي مناسب لي

تشير بيانات الجدول إلى أن غالبية الباحثين يعتقدون سهولة ممارسة النشاط الدعوي عبر وسائط الإعلام الرقمي؛ نظراً لتمكنهم من إنشاء حسابات متعددة من خلال تلك الوسائط الرقمية المتنوعة، كما أن تواجدهم عبر تلك الوسائط وتفاعلهم مع مستخدميها من الجماهير يحقق الأهداف الدعوية للأزهر الشريف، باعتباره المؤسسة الدينية التي ينتمون إليها.

## ٣. التأثير الاجتماعي:

وفقاً لبعد "التأثير الاجتماعي" في نظرية "استخدام وقبول التكنولوجيا"، بالتطبيق على الدعاة عينة البحث، يمكن ملاحظة التوجهات الإيجابية للمجتمع المحيط بهم نحو ضرورة تقبل التكنولوجيا لتحقيق مهامهم الدعوية.

جدول (١١) التأثير الاجتماعي لاستخدام الدعاة الوسائط الرقمية

المعيار أو المتغير	النسبة المئوية	معارض		محايد		موافق		التأثير الاجتماعي
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٣٦ ٤	٠,٩٠ ٥	٢,٥	٥	٤,٥	٩	٩٣	١٨ ٦	تشجع المؤسسة الدينية التي أنتمي إليها على توظيف الوسائط الرقمية دعويًا
٠,٤٠ ٣	٠,٨٨ ٥	٣	٦	٥,٥	١١	٩١,٥	١٨ ٣	يتوقع رؤسائي في العمل توظيفي للوسائط الرقمية في المجال الدعوي
٠,٤٢ ٨	٠,٨٧ ٥	٣,٥	٧	٦	١٢	٩٠,٥	١٨ ١	يعتقد الأشخاص المهمون بالنسبة لي ضرورة استخدام الوسائط الرقمية دعويًا
٠,٥٣ ٧	٠,٨٠ ٥	٦,٥	١٣	٦,٥	١٣	٨٧	١٧ ٤	أمارس النشاط الدعوي عبر الوسائط الرقمية لاستخدام الزملاء الدعاة لها

تشير بيانات الجدول إلى تأكيد غالبية الدعاة -عينة الدراسة- على تشجيع الأزهر الشريف على توظيف الوسائط الرقمية والاستفادة من الإعلام الجديد في المجال الدعوي والتواصل مع الجماهير المختلفة من مستخدمي تلك الوسائط، كما اتفق غالبية الباحثين على وجود تأثير واضح للأشخاص المهمين في حياتهم تجاه تشجيعهم نحو استخدام الإعلام الجديد دعويًا، خاصة "الرؤساء في العمل" الذين يتوقعون من الدعاة مواكبة العصر والاستفادة من التقنيات الحديثة في مجال الاتصال والاستفادة من ذلك على النحو الأمثل في المجال الوظيفي. كما اتفق غالبية الباحثين على أن وجود نماذج من الدعاة الآخرين من زملائهم الذين يمارسون النشاط الدعوي من خلال الوسائط الرقمية المتعددة كان دافعاً لهم نحو ممارسة العمل الدعوي عبر تلك الوسائط.

ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء الإدراك المتنامي لصانعي السياسات الدعوية في الأزهر الشريف بضرورة مواكبة المستجدات العصرية لخدمة العمل الدعوي، والتجديد في الوسائل والأساليب الحاملة للخطاب الوسطي المعتدل. كما أن البيئة الاجتماعية المواتية تمثل عنصراً محفزاً للدعاة على قبول كل ما من شأنه تحقيق رسالتهم الدعوية على النحو الأمثل، إضافة إلى ذلك يمكن القول بأن برامج التدريب تحقق للمتدرب قيمة مضافة (added values) من خلال التلاقي بين ذوي الخبرة من القائمين على التدريب وبين الدعاة، بما يسمح بتبادل الخبرات وتحفيز القدرات لتقبل كل جديد.

#### ٤. التسهيلات المتاحة:

تنسق نتائج الجدول التالي مع ما يبذله الأزهر الشريف من جهود ملموسة تجاه تدريب الأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى، من خلال العديد من البرامج والدورات التدريبية؛ لتأهيلهم على التواصل الفعال مع الجماهير، ومواكبة أدوات ووسائل العصر الجديدة، وتوظيفها على النحو الأمثل دعوياً.

جدول (١٢) التسهيلات المتاحة للدعاة نحو استخدام الإعلام الجديد

المتغير	النسبة المئوية	معارض		محايد		موافق		التسهيلات المتاحة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠	١	٠	٠	٠	٠	١٠٠	٢٠	تتيح المؤسسة التي أنتمى إليها دورات متخصصة في استخدام الوسائط الرقمية
٠,٤٩	٠,٨٢	٥	١٠	٧,٥	١٥	٨٧,٥	١٧	لدي المعرفة المناسبة لاستخدام الوسائط الرقمية
٠,٤٨	٠,٨١	٤	٨	١١	٢٢	٨٥	١٧	هناك تشجيع "حكومي، مجتمعي" تجاه استخدام الوسائط الرقمية دعوياً
٠,٥٤	٠,٧٨	٦,٥	١٣	٨,٥	١٧	٨٥	١٧	يمكن لأي داعية استخدام الوسائط الرقمية في المجال الدعوي بسهولة
٠,٥٥	٠,٧٧	٦,٥	١٣	١٠	٢٠	٨٣,٥	١٦	الوسائط الرقمية وسيلة ملائمة للعمل الدعوي بالنسبة لي لأنها متاحة وميسرة

تشير بيانات الجدول إلى اتفاق جميع الباحثين على اهتمام "الأزهر الشريف" بتقديم العديد من التسهيلات التي تمكنهم من التعرف على الإعلام الجديد، والاستفادة من وسائحه المتعددة في تنمية المهارات التواصلية مع الجماهير، وذلك من خلال الدورات المتخصصة في كيفية استخدام الوسائط الرقمية وتوظيفها دعوياً، ومن ثم لدى الدعاة معرفة مناسبة نحو توظيف تلك المنصات وطريقة توظيفها، باعتبارها وسيلة ملائمة؛ نظراً لإتاحتها بدون تكلفة، إضافة إلى وجود توجه وتشجيع حكومي ومجتمعي للاستفادة من تلك الوسائل في المجال الدعوي.

ويمكن تفسير النتيجة في ضوء إحساس الدعاة بضرورة مساندة المناخ المواتي في المجتمع وفي المؤسسة، وذلك لتحقيق ذاته الدعوية، ودرءاً لشبهة التخلف عن مواكبة لغة العصر وأساليبه.

#### ٥. النية السلوكية

تعكس النتائج حرص غالبية الباحثين على استخدام الإعلام الجديد والاستمرار في توظيف الوسائط الرقمية مستقبلاً في المجال الدعوي؛ نظراً للأهمية المتزايدة لتلك الوسائل الإعلامية وتنامي عدد مستخدميها بصورة كبيرة.

جدول (١٣) النية السلوكية للدعاة نحو التعامل مع الوسائط الرقمية

البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة  
دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"

المعيار الإحصائي	النسبة المئوية	معارض		محايد		موافق		النتيجة السلوكية
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٣٩ ٣	٠,٨٩ ٥	٣	٦	٤,٥	٩	٩٢,٥	١٨ ٥	أستمر في توظيف الوسائط الرقمية في نشر ما يتصل بمؤسستي الدعوية التي أنتمي إليها
٠,٤٢ ٠	٠,٨٨ ٠	٣,٥	٧	٥	١ ٠	٩١,٥	١٨ ٣	أشجع زملائي الدعاة في الالتحاق بالدورات الإعلامية المتخصصة التي تعقدتها الأكاديمية
٠,٤٢ ٤	٠,٨٧ ٥	٣,٥	٧	٥,٥	١ ١	٩١	١٨ ٢	أوصي الآخرين بالاستفادة من الوسائط الرقمية في المجال الدعوي
٠,٤٠ ٤	٠,٨٧ ٠	٢,٥	٥	٨	١ ٦	٨٩,٥	١٧ ٩	أنوي تعلم كيفية استخدام تطبيقات الوسائط الرقمية في المجال الدعوي عبر الأجهزة المحمولة في المستقبل
٠,٤٦ ٤	٠,٨٤ ٠	٤	٨	٨	١ ٢	٨٨	١٧ ٢	أخطط للاستمرار في توظيف الوسائط الرقمية في المجال الدعوي

تشير بيانات الجدول إلى ميل معظم الدعاة -عينة البحث- نحو الاستمرار في استخدام الوسائط الرقمية وتوظيفها في نشر وترويج كل ما يتصل بـ"الأزهر الشريف" باعتباره المؤسسة الدعوية التي ينتمي إليها عينة المبحوثين، كما ينوي غالبية المبحوثين تشجيع الآخرين من زملائهم الوعاظ على الالتحاق بالدورات والبرامج التدريبية التي يعقدتها "الأزهر الشريف" خاصة الدورات الإعلامية المتخصصة؛ للاستفادة من الوسائط الرقمية وتوظيفها في التواصل الفعال والمباشر مع الجماهير، نظراً لكثرة مستخدمي تلك الوسائط وتنوع خصائصهم الديموغرافية، كما ينوي غالبية الدعاة الالتحاق مستقبلاً بدورات أكثر تخصصية؛ للاستفادة من تطبيقات الإعلام الجديد وخصائصه المتعددة في المجال الدعوي، والتواصل الآني والمؤثر مع الآخرين.

وتؤكد النتائج السابقة توجهاً إيجابياً واضحاً لدى الدعاة في الاستخدام الفعلي لوسائط الإعلام الرقمي على أوسع نطاق وبأكفأ طريقة، يفسر ذلك أيضاً دمج المتدربين أثناء الدورات التدريبية في أنشطة تقنية وتواصلية وتفاعلية أكسبتهم هذه المعاني بشكل تطبيقي؛ مما أشعرهم بيسر استخدام تلك التقنيات، وعظم الفوائد المترتبة عليها.

## نتائج اختبارات الفروض

### - الفرض الأول:

توجد علاقة ارتباطية بين التحاق الدعاة بالبرامج التدريبية المتخصصة في مجال الإعلام، وتقبلهم للتكنولوجيا واستخدام وسائطها الرقمية في المجال الدعوي.

جدول (١٤) يوضح العلاقة بين التحاق الدعاة بالبرامج التدريبية وتقبلهم لاستخدام التكنولوجيا دعويًا

تقبل الدعاة للتكنولوجيا وتوظيفها دعويًا (ن=٢٠٠)		المتغير
معامل الارتباط	**٠,٢٢٤	الأداء المتوقع
الدلالة المعنوية	٠,٠٠١	
معامل الارتباط	**٠,٢٤٥	الجهد المتوقع
الدلالة المعنوية	٠,٠٠٠	
معامل الارتباط	**٠,٥١٢	التسهيلات المتاحة
الدلالة المعنوية	٠,٠٠٠	
معامل الارتباط	**٠,٢٧٧	التأثير المجتمعي
الدلالة المعنوية	٠,٠٠١	
معامل الارتباط	*٠,١٦٨	النية السلوكية
الدلالة المعنوية	٠,٠١٧	

يتضح من بيانات الجدول ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية طردية بين التحاق الدعاة بالبرامج التدريبية المتخصصة في الإعلام وبين تقبلهم للتكنولوجيا وتوظيف وسائطها الرقمية دعويًا، وذلك على النحو التالي:

- توجد علاقة ارتباطية طردية بين "التحاق الدعاة" بالبرامج التدريبية، وبين "أدائهم المتوقع" تجاه تقبل الوسائط الرقمية دعويًا، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٤٤)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠١).

- توجد علاقة ارتباطية طردية بين "التحاق الدعاة" بالبرامج التدريبية، وبين "جهدهم المتوقع" تجاه استخدام الوسائط الرقمية دعويًا، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٤٥)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

- توجد علاقة ارتباطية طردية بين "التحاق الدعاة" بالبرامج التدريبية، وبين "التسهيلات المقدمة" لتقبل الوسائط الرقمية دعواً، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0,512)، وهي دالة عند مستوى معنوية (0,000).
  - توجد علاقة ارتباطية طردية بين "التحاق الدعاة" بالبرامج التدريبية، وبين "التأثير المجتمعي" لتقبل الوسائط الرقمية دعواً، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0,277) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,001).
  - توجد علاقة ارتباطية طردية بين "التحاق الدعاة" بالبرامج التدريبية، وبين "نيتهم السلوكية" لتقبل الوسائط الرقمية دعواً، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0,168) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,017).
- بناءً على ما سبق.. يتحقق صحة "الفرض الأول" بوجود علاقة ارتباطية بين الاستفادة الدعاة من البرامج التي تقدمها الأكاديمية وتقبلهم للتكنولوجيا واستخدام وسائطها الرقمية دعواً، مما يبرز تأثير المتغير المستقل (الاتحاق بالبرامج التدريبية) على المتغير التابع (مقياس قبول التكنولوجيا)، ويؤكد على أهمية الاعتناء بالبرامج الإعلامية المتخصصة في المجال الدعوي؛ لتشجيع الدعاة على الاندماج في بيئة التواصل الرقمي، وتوسيع الاستفادة منها وتعميق أثرها.

#### - الفرض الثاني:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تقبل المبحوثين (الدعاة) للتكنولوجيا واستخدام وسائطها الرقمية في المجال الدعوي؛ وفقاً لتنوع خصائصهم الديموجرافية (النوع، السن، الخبرة).
- وللتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار (T-Test)، و (One way anova)، وجاءت النتائج على النحو التالي:
- أ. توجد فروق دالة إحصائية وفقاً لمتغير "النوع".

جدول (١٥) الفروق بين "تقبل الدعاة" للتكنولوجيا وتوظيف وسائطها الرقمية دعواً، تبعاً لمتغير "النوع"

المتغير	النوع	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	مستوى المعنوية
الأداء المتوقع	ذكر	١٥٠	٢,٦٩٣	٠,٤٦٢	٠,٤٢٨	٠,٦٦٩
	أنثى	٥٠	٢,٦٦٠	٠,٥١٩		
الجهد المتوقع	ذكر	١٥٠	٢,٥٦٦	٠,٤٩٧	١,٥٢٦	٠,١٢٩
	أنثى	٥٠	٢,٤٤٠	٠,٥٤٠		

البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة  
دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"

٠,١٦٠	١,٤١٢-	٠,٣٦٧	٢,٨٤٠	١٥٠	ذكر	التأثير الاجتماعي
		٠,٢٧٤	٢,٩٢٠	٥٠	أنثى	
٠,٦٨١	٠,٤١١	٠,٢٩٥	٢,٩٢٠	١٥٠	ذكر	التسهيلات المتاحة
		٠,٣٠٣	٢,٩٠٠	٥٠	أنثى	
٠,٤٦٩	٠,٧٢٦	٠,٣٩٥	٢,٨٦٦	١٥٠	ذكر	النية السلوكية
		٠,٣٨٨	٢,٨٢٠	٥٠	أنثى	

**يتضح من بيانات الجدول عدم وجود فروق داله إحصائياً بين:**

- "النوع" و"الأداء المتوقع"، حيث بلغت قيمة (ت) (٠,٤٢٨)، عند مستوى معنوية (٠,٦٦٩).
- "النوع" و"الجهد المتوقع"، حيث بلغت قيمة (ت) (٣,٦٧٤)، عند مستوى معنوية (٠,١٢٩).
- "النوع" و"التأثير المجتمعي"، حيث بلغت قيمة (ت) (-٢,٠٣٤)، عند مستوى معنوية (٠,٠٤٣).
- "النوع" و"التسهيلات المتاحة"، حيث بلغت قيمة (ت) (٠,٤١١)، عند مستوى معنوية (٠,٦٨١).
- "النوع" و"النية السلوكية"، حيث بلغت قيمة (ت) (٠,٧٢٦)، عند مستوى معنوية (٠,٤٦٩).

واستناداً لهذه النتائج: يتضح عدم صحة هذا الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين "تقبل الدعاة" للتكنولوجيا وتوظيف وسائلها ومنصاتها الرقمية دعويًا، تبعاً لمتغير "النوع".

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء قابلية المتدربين - باختلاف أنواعهم - وإدراكهم لأهمية استخدام الإعلام الجديد وتوظيف وسائله الرقمية دعويًا، وعدم وجود معوقات نفسية أو اجتماعية تحول دون استخدام وتوظيف هذه المستحدثات، وهذا يتفق مع نتائج المقابلات المتعمقة، حيث أكد كل من الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية<sup>(٥١)</sup>، والأمين العام المساعد لشئون الواعظات<sup>(٥٢)</sup> على استعداد كل من وعاظ وواعظات الأزهر الشريف للتعلم الذاتي وتطوير مهاراتهم الدعوية، وتبني كل جديد من المستحدثات التكنولوجية في المجال التواصلية، خاصة مع ما تمر به الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي من تحديات، أبرزها ضعف الكوادر القادرة على التواصل بمعايير التقنية المتجددة مع الفئات المتعددة والمتنوعة لمستخدمي تلك الوسائط الرقمية، إضافة إلى حرص مؤسسة الأزهر الشريف على اعتبار تبني التكنولوجيا وحسن توظيف وسائلها الرقمية دعويًا أحد معايير التميز واختيار الكفاءات الدعوية؛ لتولي مهام نوعية في المجال الدعوي داخلياً وخارجياً.



ب. توجد فروق دالة إحصائياً وفقاً لمتغير العمر

جدول (١٦) الفروق بين "تقبل الدعاة" للتكنولوجيا وتوظيف وسائطها الرقمية دعوياً،  
تبعاً لمتغير "العمر"

المتغير	العمر	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى المعنوية
الأداء المتوقع	من (٢٥) إلى أقل من (٣٥) سنة	٧٨	٢,٨٤٦	٠,٣٦٣	١,٣٨٠	٠,٢٥٠
	من (٣٥) إلى أقل من (٤٥) سنة	٨٩	٢,٧٩٧	٠,٤٥٦		
	من (٤٥) إلى أقل من (٥٥) سنة	٢٦	٢,٦٥٣	٠,٤٨٥		
	من (٥٥) سنة فأكثر	٧	٢,٨٥٧	٠,٣٧٧		
	الاجمالي	٢٠٠	٢,٨٠٠	٠,٤٢٥		
الجهد المتوقع	من (٢٥) إلى أقل من (٣٥) سنة	٧٨	٢,٨٧١	٠,٣٣٦	٢,١٧٤	٠,٠٩٢
	من (٣٥) إلى أقل من (٤٥) سنة	٨٩	٢,٧٤١	٠,٤٦٥		
	من (٤٥) إلى أقل من (٥٥) سنة	٢٦	٢,٧٣٠	٠,٤٥٢		
	من (٥٥) سنة فأكثر	٧	٢,٥٧١	٠,٥٣٤		
	الاجمالي	٢٠٠	٢,٨٧٥	٠,٤٢٣		
التسهيلات المتاحة	من (٢٥) إلى أقل من (٣٥) سنة	٧٨	٢,٩٤٨	٠,٢٧٤	٠,٨٦٧	٠,٤٥٩
	من (٣٥) إلى أقل من (٤٥) سنة	٨٩	٢,٨٨٧	٠,٣١٧		
	من (٤٥) إلى أقل من (٥٥) سنة	٢٦	٢,٨٨٤	٠,٣٢٥		
	من (٥٥) سنة فأكثر	٧	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠		
	الاجمالي	٢٠٠	٢,٩١٥	٠,٢٩٧		
التأثير الاجتماعي	من (٢٥) إلى أقل من (٣٥) سنة	٧٨	٢,٧١٧	٠,٥٥٥	٠,٩٢٧	٠,٤٢٩
	من (٣٥) إلى أقل من (٤٥) سنة	٨٩	٢,٨٠٩	٠,٤٩٧		
	من (٤٥) إلى أقل من (٥٥) سنة	٢٦	٢,٧٦٩	٠,٤٢٩		
	من (٥٥) سنة فأكثر	٧	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠		
	الاجمالي	٢٠٠	٢,٧٧٥	٠,٥٠٥		
النية السلوكية	من (٢٥) إلى أقل من (٣٥) سنة	٧٨	٢,٨٩٧	٠,٣٨١	٠,٧٠٩	٠,٥٤٢
	من (٣٥) إلى أقل من (٤٥) سنة	٨٩	٢,٨٣١	٠,٤٠٥		
	من (٤٥) إلى أقل من (٥٥) سنة	٢٦	٢,٨٤٦	٠,٣٦٧		
	من (٥٥) سنة فأكثر	٧	٢,٧١٤	٠,٤٨٧		
	الاجمالي	٢٠٠	٢,٨٥٥	٠,٣٩٣		

يتضح من بيانات الجدول عدم وجود فروق داله إحصائياً بين:

- "الفئة العمرية" و"الأداء المتوقع"، حيث بلغت قيمة (F) (١,٣٨٠)، عند مستوى معنوية (٠,٢٥٠).
- "الفئة العمرية" و"الجهد المتوقع"، حيث بلغت قيمة (F) (٢,١٧٤)، عند مستوى معنوية (٠,٠٩٢).
- "الفئة العمرية" و"التسهيلات المتاحة"، حيث بلغت قيمة (F) (٠,٨٦٧)، عند مستوى معنوية (٠,٤٥٩).
- "الفئة العمرية" و"التأثير الاجتماعي"، حيث بلغت قيمة (F) (٠,٩٢٧)، عند مستوى معنوية (٠,٤٢٩).
- "الفئة العمرية" و"النية السلوكية"، حيث بلغت قيمة (F) (٠,٧٠٩)، عند مستوى معنوية (٠,٥٤٨).

واستناداً لهذه النتائج يتحقق عدم صحة هذا الفرض بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين الدعاة في تقبل التقنية واستخدامها في المجال الدعوي تبعاً لمتغير "الفئة العمرية" للمبحوثين.

ويمكن تفسير تلك النتيجة في ضوء شيوع سلوك قبول كل أبعاد النظرية، مما يعد مؤشراً على عمق أثر متغير الالتحاق ببرامج الأكاديمية.

#### ت. توجد فروق دالة إحصائية وفقاً لمتغير الخبرة.

جدول (١٧) الفروق بين "تقبل الدعاة" للتكنولوجيا وتوظيف وسائلها الرقمية دعواً، تبعاً لمتغير "الخبرة"

المتغير	ممارسة الدعوة	التكرارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى المعنوية
الأداء المتوقع	من (٦) إلى أقل من (١٠)	٥٣	٢,٧٧٣	٢,٤٢٢	١,٠٥١	٠,٣٧١
	من (١٠) إلى أقل من (١٤) سنة	٦٢	٢,٧٥٨	٠,٤٣١		
	من (١٤) إلى أقل من (١٨)	٧٦	٢,٨٢٨	٠,٤٤٣		
	أكثر من (١٨) سنة	٩	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠		
	الإجمالي	٢٠٠	٢,٨٠٠	٠,٤٢٥		
الجهد المتوقع	من (٦) إلى أقل من (١٠)	٥٣	٢,٧٩٢	٠,٤٠٩	٠,٨٧٠	٠,٤٥٨
	من (١٠) إلى أقل من (١٤) سنة	٦٢	٢,٧٥٨	٠,٤٦٨		
	من (١٤) إلى أقل من (١٨)	٧٦	٢,٧٧٦	٠,٤١٩		
	أكثر من (١٨) سنة	٩	٣,٠٠٠	٠,٠٠٠		
	الإجمالي	٢٠٠	٢,٧٨٥	٠,٤٢٣		
التسهيلات المتاحة	من (٦) إلى أقل من (١٠)	٥٣	٢,٩٤٣	٠,٣٠٤	١,٣٤٠	٠,٢٦٣
	من (١٠) إلى أقل من (١٤) سنة	٦٢	٢,٨٥٤	٠,٣٥٥		

البرامج التدريبية بالأزهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة  
دراسة ميدانية في إطار "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"

		٠,٢٢٤	٢,٩٤٧	٧٦	من (١٤) إلى أقل من (١٨)	
		٠,٣٣٣	٢,٨٨٨	٩	أكثر من (١٨) سنة	
		٠,٢٩٧	٢,٩١٥	٢٠٠	الاجمالي	
٠,٠٠٣	٤,٧١٣	٠,٥٥٩	٢,٧٣٥	٥٣	من (٦) إلى أقل من (١٠)	التأثير الاجتماعي
		٠,٦٠٤	٢,٦٤٤	٦٢	من (١٠) إلى أقل من (١٤) سنة	
		٠,٢٤٧	٢,٩٣٥	٧٦	من (١٤) إلى أقل من (١٨)	
		٠,٠٠٠	٣,٠٠٠	٩	أكثر من (١٨) سنة	
		٠,٥٠٥	٢,٧٧٥	٢٠٠	الاجمالي	
٠,٧٠٥	٠,٤٦٧	٠,٣٥٤	٢,٩٠٥	٥٣	من (٦) إلى أقل من (١٠)	النية السلوكية
		٠,٤١٢	٢,٨٣٨	٦٢	من (١٠) إلى أقل من (١٤) سنة	
		٠,٤٠١	٢,٨٤٢	٧٦	من (١٤) إلى أقل من (١٨)	
		٠,٤٤٠	٢,٧٧٧	٩	أكثر من (١٨) سنة	
		٠,٣٩٣	٢,٨٥٥	٢٠٠	الاجمالي	

**يتضح من بيانات الجدول عدم وجود فروق دالة إحصائية بين:**

- "مدة ممارسة الدعوة" و"الأداء المتوقع"، حيث بلغت قيمة (F) (١,٠١٥)، عند مستوى معنوية (٠,٣٧١).
- "مدة ممارسة الدعوة" و"الجهد المتوقع"، حيث بلغت قيمة (F) (٠,٨٧٠)، عند مستوى معنوية (٠,٤٥٨).
- "مدة ممارسة الدعوة" و"التسهيلات المتاحة"، حيث بلغت قيمة (F) (١,٣٤٠)، عند مستوى معنوية (٠,٢٦٣).
- "مدة ممارسة الدعوة" و"النية السلوكية"، حيث بلغت قيمة (F) (٠,٤٦٧)، عند مستوى معنوية (٠,٧٠٥).

بينما أشارت النتائج إلى وجود فروق بين "مدة ممارسة الدعوة" و"التأثير المجتمعي"، حيث بلغت قيمة (F) (٤,٧١٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية بلغت (٠,٠٠٣)

واستناداً لهذه النتائج: يتحقق هذا الفرض جزئياً بوجود فروق ذات دلالة احصائية بين "تقبل الدعاة للتكنولوجيا" وبين "التأثير المجتمعي"، لصالح أصحاب الممارسة الدعوية الأطول زمنياً.

ويمكن تفسير النتيجة السابقة في ضوء تراكم الخبرات السلبية، التي أنتجت لذوي الممارسات الدعوية الأطول قدراً من الإحباطات الناتجة عن استخدامهم لوسائل الاتصال التقليدية الأقل انتشاراً وتفاعلاً مع الجمهور، ومن ثم يري هؤلاء أن التأثيرات المجتمعية متمثلة في (الأصدقاء، الرؤساء في العمل) ينتظرون من هؤلاء الدعاة ذوي الممارسات الأطول

دعويًا تجاوز هذه المرحلة، واللاحق لمواكبة المستجدات التكنولوجية أسوة بالدعاة الأقل في سنوات الخبرة، الذين نشأوا في بيئة رقمية بعيدة عن المقارنة بالوسائل التقليدية المحدودة، وتحقيقاً للتوازن النفسي الذي يشعرون بأنهم ليسوا أقل من الفئات الأقل خبرة. وهذا يتماشى مع رؤية الخبير الإعلامي دون تابسكوت "Don Tapscott" للأجيال الرقمية - مؤلف كتاب **جيل الإنترنت.. كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا؟**- حيث يرى أن الأجيال الأصغر سنًا هم المواطنون الأصليون للتكنولوجيا "Native citizen" بينما الكبار هم المهاجرون إلى التكنولوجيا "Migration citizen".

### - الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية متبادلة بين متغيرات نظرية "استخدام وقبول التكنولوجيا".

جدول (١٨) العلاقة بين متغيرات نظرية "UTAUT"

السلوك	التأثيرات	التسهيلات	الجهد	الأداء	العوامل	
					المتغير	المتغير
٠,٢٩٧**	٠,٢٦٣**	٠,٢٣٤**	٠,٣٢**	١	معامل بيرسون	الأداء المتوقع
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠١	٠,٠٠٠		مستوى المعنوية	
٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	الاجمالي	
٠,٢٤٩**	٠,٢٤٢**	٠,١٤٤*	١	٠,٣٢**	معامل بيرسون	الجهد المتوقع
٠,٠٠٠	٠,٠٠١	٠,٠٤٢		٠,٠٠٠	مستوى المعنوية	
٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	الاجمالي	
٠,٤٠٣**	٠,٤٥٢**	١	٠,١٤٤*	٠,٢٣**	معامل بيرسون	التسهيلات المتاحة
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠		٠,٠٤٢	٠,٠٠١	مستوى المعنوية	
٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	الاجمالي	
٠,٣٦٤**	١	٠,٤٥٢**	٠,٢٤**	٠,٢٦**	معامل بيرسون	التأثير المجتمعي
٠,٠٠٠		٠,٠٠٠	٠,٠٠١	٠,٠٠٠	مستوى المعنوية	
٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	الاجمالي	
١	٠,٣٦٤**	٠,٤٠٣**	٠,٢٤**	٠,٢٩**	معامل بيرسون	النية السلوكية
	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	مستوى المعنوية	
٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٢٠٠	الاجمالي	

**يتضح من بيانات الجدول:**

١. وجود علاقة ارتباطية بين (الأداء المتوقع) وكل من (الجهد المتوقع، التسهيلات المتاحة، التأثير الاجتماعي، النية السلوكية)، على النحو التالي:
  - "الأداء المتوقع" و"الجهد المتوقع"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٣٢٥)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠).
  - "الأداء المتوقع" و"التسهيلات المتاحة"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٣٤)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠١).
  - "الأداء المتوقع" و"التأثير الاجتماعي"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٦٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠).
  - "الأداء المتوقع" و"النية السلوكية"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٩٧)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠).
٢. وجود علاقة ارتباطية بين (الجهد المتوقع) وكل من (التأثير المجتمعي، التسهيلات المتاحة، النية السلوكية) على النحو التالي:
  - "الجهد المتوقع" و"التسهيلات المتاحة"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,١٤٤)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٤٢).
  - "الجهد المتوقع" و"التأثير المجتمعي"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٤٢)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠١).
  - "الجهد المتوقع" و"النية السلوكية"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٢٤٩)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
٣. وجود علاقة ارتباطية بين (التسهيلات المتاحة) وكل من (التأثير المجتمعي، النية السلوكية) على النحو التالي:
  - "التسهيلات المتاحة" و"التأثير المجتمعي"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٤٥٢)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
  - "التسهيلات المتاحة" و"النية السلوكية"، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٣٦٤)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).
٤. وجود علاقة ارتباطية بين (التأثير المجتمعي) و(النية السلوكية)، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠,٤٠٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠).

واستناداً لهذه النتائج يتحقق صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية متبادلة بين متغيرات نظرية استخدام وقبول التكنولوجيا في المجال الدعوي.

ويمكن تفسير ذلك: بوجود اتساق داخلي لمؤشرات المقياس؛ مما يؤكد على الصدق الخارجي وصلاحيته لتطبيق ما وضع لقياسه.

### مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري ومقترحات التطوير

• استخلص الباحث من نتائج المقابلات المتعمقة مع ذوي العلاقة بالعملية التدريبية في "أكاديمية الأزهر العالمية" وبين نتائج الاستمارة التي تم تطبيقها على عينة من المتدربين المستهدفين ما يلي:

١. تمشياً مع التسارع الحاصل في تقنيات التواصل؛ تؤكد نتائج البحث على ضرورة وضع سياسات عصرية تتعلق بعملية رصد وتحديد الاحتياج التدريبي بشكل مستمر.

٢. نظراً لتشابك القضايا والمشكلات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية مع شبكات التواصل المعاصرة، تؤكد نتائج "البحث" التلازم الحتمي بين أداء كل المؤسسات المجتمعية وبخاصة "المؤسسات الدينية" وبين استخدام الوسائط الرقمية، مما يستلزم ابتكار برامج تدريبية للدعاة؛ لإكسابهم مهارات رصد وتحليل الواقع، وتقديم إنتاج دعوي عبر هذه الوسائط، يساهم في الحد من تفاقم تلك المشكلات.

٣. استخلص الباحث من نتائج البحث الميداني ما يؤكد قابلية المتدربين للمستحدثات التكنولوجية وتوظيفها دعوياً، وعدم وجود معوقات نفسية أو اجتماعية تحول دون حسن توظيف هذه المستحدثات، كما أكدت النتائج تعدد مجالات الاستفادة من البرامج التدريبية تجاه تنمية مهاراتهم التواصلية في العصر الرقمي، والتي تمثلت في (التعرف على سمات الإعلام الجديد وخصائص مستخدميه، القدرة على إنشاء وإدارة حسابات متعددة على وسائط التواصل الرقمي، إنتاج محتوى دعوي بمعايير الوسائط الرقمية، فهم العلاقة التبادلية بين الدعوة والإعلام).

٤. استخلص الباحث من نتائج المسح الميداني في بعد "الأداء المتوقع" ضمن "النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا" تطابق توقعات المبحوثين مع مقولات النموذج التي تشتمل على (التعرف على وسائل جديدة في العمل الدعوي، الوصول إلى جمهور متعدد ومتنوع، زيادة التواصل الجماهيري مع المؤسسة الدعوية التي ينتمون إليها، توفير الوقت والجهد، تقديم خطاب دعوي تفاعلي وتشاركي، إتقان مهارات الرصد والتحليل لما ينشر على تلك المنصات).

٥. فيما يتعلق ببعده "الجهد المتوقع"، تؤكد النتائج سهولة إنشاء حسابات متعددة على المنصات الرقمية المتنوعة؛ لاستخدامها وتوظيفها دعوياً، وإبراز هوية المؤسسة التي ينتمي إليها الدعاة.

٦. فيما يتعلق ببعده "التأثير الاجتماعي"، تؤكد النتائج الميدانية على إدراك المبحوثين الواضح لتشجيع مؤسساتهم الدينية لهم على استخدام وتوظيف الوسائط الرقمية في العمل الدعوي، إضافة لإدراكهم لأولويات صانعي السياسات الدعوية في الأزهر، المحفزة على استخدام الوسائط الرقمية وتوظيفها دعوياً، باعتبارها أحد معايير تقييم كفاءة الدعاة في ممارسة العمل الدعوي.

٧. يشكل بُعد "التسهيلات المتاحة" أحد العوامل المؤثرة في قبول أو عدم قبول استخدام التكنولوجيا، وتُظهر النتائج ارتفاع استجابات المبحوثين لهذا البعد، والذي ينطوي على (إتاحة المؤسسة التي ينتمون إليها دورات متخصصة في التواصل الرقمي، توفر المعرفة المناسبة لاستخدام المنصات، توفر الدعم المؤسسي والمجمعي لتوظيف المنصات الرقمية في العمل الدعوي).
٨. استخلص الباحث من نتائج المسح الميداني ارتفاع نسب استجابات المبحوثين لبنود مقياس "النوايا السلوكية" لاستخدام التكنولوجيا، ظهر أثر ذلك في مؤشرات سلوكية شملت (التخطيط المستمر لاستخدام تطبيقات المنصات الرقمية في المجال الدعوي، تعلم كيفية استخدام تطبيقات المنصات الرقمية على مختلف الوسائط لخدمة مؤسستي الدعوية، تشجيع للملاء على الالتحاق بالبرامج التدريبية المتخصصة بأكاديمية الأزهر العالمية).
٩. تؤكد نتائج اختبار الفروض صلاحية مقولات ومفاهيم وفروض "النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا"، في بيئة جديدة ومجالات بحثية مختلفة.
١٠. ما يتعلق بالاستخلاص التطبيقي لهذا البحث، يمكن رصده في المحاور التالية:
  - تسهم نتائج هذا البحث في وضع سياسات تدريبية متجددة في المؤسسات الدينية تستوعب مستجدات التكنولوجيا وتوظيفها دعويًا.
  - تقدم نتائج هذا البحث للمسؤولين على العملية التدريبية مؤشرات دالة على مستويات تقبل الدعاة لتكنولوجيا التواصل الرقمي وسهولة توظيفها لخدمة المؤسسة الدعوية، الأمر الذي يتيح لواعي برامج التدريب رصد وتشخيص الاحتياجات التدريبية للدعاة، وانتقاء أفضل السبل التشاركية والتفاعلية لتطبيقها؛ بما يلبي احتياجات المؤسسة.
  - يمكن لنتائج هذا البحث تسليط الضوء على أهمية "التعلم الذاتي المستمر" للدعاة في مجال إتقان توظيف المستجدات الرقمية في المجال الدعوي.
  - مراجعة نتائج هذا البحث في ضوء ما سبق من دراسات؛ تبين اتفاق نتائج هذا البحث مع النتائج السابقة التي أكدت الدور الإيجابي لوسائط التواصل الرقمي، ودورها في تسهيل التواصل بين الأفراد، وتوظيفها في المجال الدعوي، نتيجة لتعدد وتنوع تلك الوسائط، إضافة إلى يسر استخدامها، والتزايد المتنامي لأعداد مستخدميها، مما يستدعي ضرورة الاهتمام المستمر برصد الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته؛ بهدف إعداد وتنفيذ المزيد من البرامج التدريبية ذات الصلة بتطوير مهارات الدعاة الإعلامية، والاستفادة من المستجدات التقنية والتكنولوجية في المجال التواصلية، وإنتاج خطاب دعوي ملائم لسمات وطبيعة تلك الوسائط والمنصات الرقمية، ومناسب لمستخدمي الإعلام الجديد.

### التوصيات:

١. ضرورة إعداد "أكاديمية الأزهر العالمية" برامج تدريبية متخصصة لتدريب الدعاة على أساليب مكافحة الأخبار الزائفة على منصات التواصل الرقمي.
٢. بالنظر إلى الدراسات السابقة التي تناولت دور الجامعات الإسلامية في تقديم خدمات التدريب للدعاة؛ يوصي الباحث بتعظيم الاستفادة من كوادر جامعة الأزهر بفروعها المختلفة وتخصصاتها المتنوعة داخلياً وخارجياً.
٣. يوصي الباحث بمزيد من التنسيق والتكامل بين مراكز التدريب الخاصة وأكاديمية الأزهر العالمية؛ للاستفادة من الخبرات النوعية التي يتطلبها الإعلام الدعوي في العصر الرقمي.
٤. إجراء مزيد من الدراسات حول الاحتياجات التدريبية للدعاة في العصر الرقمي، واستثمارها في التخطيط المستقبلي للبرامج الموجهة للدعاة.



## المراجع:

- (١) عباينة، لؤي محمد نايف. (٢٠٢١). "دور وسائل التواصل الاجتماعي في الدعوة إلى الله تعالى"،  
المجلة الدولية أبحاث في العلوم التربوية والإنسانية والآداب واللغات، مج ٢، ع ٧٤، ٢٥٨-٢٨٥.
- (2) Sule, M. M., & Abdulkareem, L. (2020). **Muslim scholars and the world of social media: opportunities and challenges**. *Islamic Communication Journal*, 5(2), 223-238.
- (3) Briandana, R., Doktoralina, C. M., Hassan, S. A., & Hasan, W. N. W. (2020). **Da'wah communication and social media: The interpretation of millennials in Southeast Asia**. *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(1), 216-226.
- (٤) محمداني، خالد محمد. (٢٠١٩). "توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة الدعوة الإسلامية"،  
مجلة دراسات إعلامية، ع ٤٤، ١٥٩-١٨٥.
- (٥) هندي، عادل عبدالله صبره. (٢٠١٨). "وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها الدعوي".  
الآداب والآثار"، حولية كلية الدعوة الإسلامية بالقاهرة، ع ٣٠٤، ج ٢، ٨٣-١٨٥.
- (٦) محروص، محمد حسني حسين. (٢٠١٧). "توظيف الدعاة للإعلام الجديد في مواجهة الفكر المتطرف".  
مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع ١٦، ص ٧٧-١١١.
- (٧) محمد محمد سيد، أميرة. (٢٠١٥). "دور الصفحات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي الديني لدى الشباب".  
المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ٢٠١٥ (٣)، ١٥٣-٢١٨.
- (٨) الطيري، فيروز قائد صالح. (٢٠١٣). "النشر الإلكتروني وأهميته في الدعوة إلى الله عز وجل"،  
(رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة المدينة العالمية، كوالالمبور.
- (9) Latepo, I., Suharto, S., & Nurdin, N. (2021). **Understanding Muslim preaching students' use of social media**. *International Journal of International Relations, Media and Mass Communication Studies*, 7(1), 52-66.
- (١٠) أبو صقر، ليلي محمد أحمد، وأحمد عرابي حسين محمد الترك. "استخدامات الخطباء والدعاة  
لشبكات التواصل الاجتماعي في الدعوة إلى الله والإشباع المتحققة: دراسة ميدانية (رسالة  
ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة).
- (١١) محمد علي عيشة، فودة. (٢٠٢١). "استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته  
بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف".  
مجلة البحوث الإعلامية، ٥٧ (٤)، ١٦٤٧-١٧٠٠.
- (١٢) سيد محمد سيد، محمد. (٢٠٢٠). "توظيف وعاظ الأزهر لمواقع التواصل الاجتماعي في توعية  
الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني".  
مجلة البحوث الإعلامية، ٥٣ (٥٣-ج ٢)، ٧٢١-٧٦٤.
- (13) Azlan, N. A. M., Abidin, N. S. Z., Saahar, S., & Alimom, N. (2020). **Spiritualizing new media: The use of social media for da'wah purposes within Malaysian Muslim**. *International Journal of Advanced Research in Islamic and Humanities*, 2(3), 30-41.
- (14) Zuhazmi, A. Z., & Hastuti, D. A. S. (2018). **Da'wa, Muslim Millennials and Social Media**. Lentera.
- (١٥) فتحي، محمود محمد. (٢٠١٧). استخدام قادة الرأي الدينيين للمواقع الإسلامية وعلاقته بتنمية  
معارفهم الدينية، (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الأزهر، كلية الإعلام.

- (١٦) الشهري، نايف علي عبود آل زاحم، الحوشان. (٢٠١٨). دور النخب الدينية في توجيه الرأي العام عبر شبكة تويتر: دراسة تحليل المضمون (رسالة دكتوراه، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية).
- (17) Qayyum, A., & Mahmood, Z. (2015). **Role of social media in the light of Islamic teaching**. Al Qalam, (December), 27, 36.
- (١٨) عبد الرؤوف، إسلام. (٢٠١١). "اعتماد النخب الدينية على شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالمعرفة السياسية لديهم"، مجلة قطاع كليات اللغة العربية والشعب المناظرة لها، ع ١٠٤.
- (١٩) الهمامي، طالب بن أحمد بن سالم. (٢٠١٨). "مجالات الإعداد والتأهيل في العمل الدعوي". مجلة الدراسات الدعوية، ع ١١، ٨١-١٢٧.
- (٢٠) الأمين، حسب الرسول الشيخ الفكي. (٢٠١٣). تأهيل وتدريب الأئمة والدعاة بولاية الخرطوم: دراسة تحليلية في ضوء فقه الدعوة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية، أم درمان (المكي، عبد المولى الطاهر. (٢٠١١). "التأهيل الشرعي وأثره على واقع الدعوة الإسلامية في السودان". مجلة بحوث ودراسات العالم الإسلامي. ع ٨٤، ٢٨٧-٣٢٣.
- (٢٢) المطيري، حنان بنت منير. (٢٠٢٠). "تفعيل الجامعات السعودية للمساهمة في تحقيق رؤية ٢٠٣٠: دور جامعة المجمعة في تنمية الكفاءات الدعوية أنموذجاً وتصور مقترح لتفعيلها". مجلة العلوم الشرعية. مج ٤، ع ١٤، ٥٧٥ - ٦٢٩.
- (٢٣) عبد القادر، التهامي محمد إبراهيم، (٢٠٠٩). تصور مقترح لتطوير نظام إعداد الدعاة بجامعة الأزهر في ضوء المتغيرات المحلية والعالمية المعاصرة (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة الأزهر، القاهرة.
- (٢٤) الجهني، مانع بن حماد. (١٩٨٧م). "خصائص برامج تدريب الدعاة ودور الجامعات الإسلامية في إعداد هذه البرامج وتنفيذها". بحوث مؤتمر دور الجامعات الإسلامية في تكوين الدعاة ج ١، القاهرة: رابطة الجامعات الإسلامية وجامعة الأزهر، ٣٠١ - ٣١٥.
- (٢٥) علوان، مصطفى شكري محمد. (٢٠٢٢). دور الأزهر الشريف في تعزيز القيم المجتمعية (برامج أكاديمية الأزهر العالمية أنموذجاً) دراسة تحليلية. المؤتمر العلمي الدولي الثاني لكلية الشريعة والقانون بأسبوط بالتعاون مع مجمع البحوث الإسلامية. في الفترة ١٥-١٦ نوفمبر ٢٠٢٢. ج ١. ١٠٢١-١٠٨٤.
- (٢٦) الشلهوب، عبير بنت خالد بن محمد. (٢٠١٩). "تأهيل الدعاة إلى الله لمعالجة الانحرافات العقدية: برنامج منائر أنموذجاً". مجلة البحوث الإسلامية، س ٥، ع ٣٦٤، ٧٧-٩٨.
- (٢٧) أبو علي، رمضان حميدة محمد. "دور التدريب في ضبط أداء الخطيب". حولية كلية أصول الدين والدعوة الإسلامية بطنطا ع ١٠٤ (٢٠١٨): ٤٨٧ - ٥٦٢.
- (٢٨) عثمان، موسى حسن محمد. (٢٠١٢). "أثر مناهج التدريب الدعوي في تنمية قدرات الدعاة جامعة أم درمان الإسلامية أنموذجاً". مجلة معالم الدعوة الإسلامية. ع ٥٤ (٢٠١٢). ١٠-٥٥.
- (٢٩) شمس، شعبان أبو اليزيد. "الاحتياجات التدريبية للدعاة في مجال الاتصال واتجاهاتهم نحو مستحدثاته: دراسة ميدانية على عينة من الدعاة". مجلة البحوث الإعلامية ج ١٦ (٢٠٠١). ١٤-٧٦.
- (٣٠) أجرى الباحث عدداً من المقابلات المتعمقة مع عدد من القيادات وواضعي السياسة التدريبية بالأزهر الشريف، وهم:
- أ-د/ نظير عياد، أمين عام مجمع البحوث الإسلامية، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ الثلاثاء، ١٥ نوفمبر ٢٠٢٢م.

- أ.د/ حسن الصغير، رئيس أكاديمية الأزهر العالمية، والأمين العام لهيئة كبار العلماء، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ: الخميس، ١٠ نوفمبر ٢٠٢٢م.
- أ.د/ إلهام شاهين، الأمين العام المساعد لشئون الواعظات بالأزهر الشريف، مقابلة شخصية بمكتبها، بتاريخ: الأحد، ٦ نوفمبر ٢٠٢٢م.
- أ.د/ عادل عبد الله صبره، عضو المكتب الفني بأكاديمية الأزهر العالمية، مقابلة شخصية بمقر الأكاديمية، بتاريخ الإثنين، ٨ نوفمبر ٢٠٢٢م.
- د/ أبو الخير نشأت، عضو المكتب الفني بأكاديمية الأزهر العالمية، مقابلة شخصية بمقر الأكاديمية، بتاريخ الإثنين، ٧ نوفمبر ٢٠٢٢م.
- د/ علي طه، عضو المكتب الفني بأكاديمية الأزهر العالمية، مقابلة شخصية بمقر الأكاديمية، بتاريخ الثلاثاء، ٧ نوفمبر ٢٠٢٢م.
- أ/ نادر القاضي، مسئول إداري بأكاديمية الأزهر العالمية، مقابلة شخصية بمقر الأكاديمية، بتاريخ الإثنين، ٧ نوفمبر ٢٠٢٢م.
- (♦♦) قام الباحث بتحكيم علمي لاستمارة الاستقصاء لدى مجموعة من الأساتذة الأكاديميين التالي أسماءهم:
- أ.د/ عادل فهمي أستاذ الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د/ محمد حسام الدين إسماعيل، أستاذ الصحافة والإعلام الدولي، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أ.د/ أسامة عبد الرحيم علي، أستاذ الصحافة، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- أ.د/ أحمد أحمد زارع، أستاذ الصحافة المساعد، كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر.
- (٣٠) بكار، عبد الكريم. حول التربية والتعليم. ط٣، (دمشق، دار القلم، ٢٠١١م)، ص٣٢٥.
- (31) Esther Daga, **What is digital communication?**, available at: <https://powell-software.com/resources/blog/workplace-digital-communication/>, (accessed at 3 - 11- 2022 , 11:10 a.m).
- (32) Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). **User acceptance of information technology: Toward a unified view**. MIS quarterly, 425-478.
- (33) **Ibid.**
- (34) Marikyan, D. & Papagiannidis, S. (2021) **Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A review**. In S. Papagiannidis (Ed), TheoryHub Book. Available at <http://open.ncl.ac.uk> / ISBN: 9781739604400, , (accessed at 1 -1- 2022 , 9:44 a.m).
- (35) Morris, M. G., & Venkatesh, V.( 2000), **Age Differences in Technology Adoption Decisions Implicationsf or a Changing Workforce**.Personnel Psychology. pp. 375-403, available at <https://www.semanticscholar.org/paper/AGE-DIFFERENCES-IN-TECHNOLOGY-ADOPTION-DECISIONS%3A-A-Morris-Venkatesh/0e4be1fb213baf4c8fb6420eece7eb175b6ae4be>, (accessed at 12 -12- 2022, 9:30 a.m).

(36) Marikyan, D. & Papagiannidis, S. (2021) **Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, Ibid, p5.**

(٣٧) أ.د/ نظير عياد، أمين عام مجمع البحوث الإسلامية، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.  
(♦♦♦) نصت "المادة الأولى" من القرار على إنشاء لجنة عليا لشئون الدعوة الإسلامية برئاسة شيخ الأزهر وعضوية كل من وزير (الأوقاف، التعليم، الثقافة، الإعلام) إضافة إلى (وكيل الأزهر، مفتي الجمهورية، رئيس جامعة الأزهر، رئيس المجلس الأعلى للشباب والرياضة، شيخ مشايخ الطرق الصوفية، أمين عام مجمع البحوث الإسلامية، رئيس الإدارة المركزية لشئون الدعوة بوزارة الأوقاف، رئيس الإدارة المركزية للرعاية الاجتماعية بوزارة الشئون الاجتماعية، مدير عام المعاهد الأزهرية، مدير عام الوعظ بالأزهر، مدير عام المساجد بوزارة الأوقاف، مدير عام الإرشاد الديني والثقافة الإسلامية بوزارة الأوقاف، سكرتير المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، ممثل عن الجمعيات المهتمة بشئون الدين الإسلامي يختاره شيخ الأزهر ويعين بقرار منه لمدة سنتين قابلة للتجديد، خمس من الشخصيات الإسلامية المهتمة بأمر الدعوة الإسلامية يصدر بتعيينهم قرار من شيخ الأزهر بناءً على ترشيح وزير الدولة للأوقاف لمدة سنتين قابلة للتجديد)، وتم إعادة تشكيل اللجنة العليا لشئون الدعوة الإسلامية بموجب قرار رئيس مجلس الوزراء رقم (١٤٢٢) بتاريخ (٣٠ رجب ١٤٠٣هـ) الموافق (٤ سبتمبر ٢٠٠٥م).

(٣٨) أ. نادر القاضي، مسئول إداري بأكاديمية الأزهر العالمية، مقابلة شخصية بمقر الأكاديمية، مرجع سابق.

(٣٩) أ.د/ عادل عبد الله صبره، عضو المكتب الفني بالأكاديمية، مقابلة شخصية، مرجع سابق.

(٤٠) أ.د/ نظير عياد، أمين عام مجمع البحوث الإسلامية، مقابلة شخصي، مرجع سابق.

(٤١) أ.د/ إلهام شاهين، الأمين العام المساعد لشئون الواعظات بالأزهر الشريف، مقابلة شخصية، مرجع سابق.

(٤٢) أ.د/ حسن الصغير، رئيس أكاديمية الأزهر العالمية، مقابلة شخصية، مرجع السابق.

(٤٣) أ.د/ حسن الصغير، المرجع السابق.

(٤٤) أ.د/ حسن الصغير، المرجع السابق.

(٤٥) سجلات التدريب بأكاديمية الأزهر العالمية

(٤٦) أ.د/ حسن الصغير، رئيس أكاديمية الأزهر العالمية، مرجع السابق.

(٤٧) د/ أبو الخير نشأت، د/ علي طه، عضوا المكتب الفني بالأكاديمية، مقابلة شخصية، مرجع سابق.

(٤٨) أ.د/ حسن الصغير، رئيس أكاديمية الأزهر العالمية، مرجع السابق.

(♦) تشير بيانات سجلات التدريب إلى أعداد المدربين منذ نشأة الأكاديمية عام (٢٠١٨م) حتى (٣١ أكتوبر ٢٠٢٢م)، وتتمثل في (٢٢٧) عضو هيئة تدريس من (١٠) جامعات مصرية ممثلة في جامعة (الأزهر، القاهرة، عين شمس، قناة السويس، بني سويف، بنها، المنوفية، طنطا، المنصورة، دمياط)، إضافة إلى الاستعانة بعدد (٥٠) من ذوي المناصب القيادية وصانعي السياسات في الدولة المصرية، ما بين قيادات (دينية، أكاديمية، سياسية، أمنية، إعلامية)؛ ليكون لهم عطاء علمي وإداري من واقع الممارسة العملية، مما يمثل زخماً وثراءً في جودة مخرجات التدريب.

(٤٩) أ.د/ حسن الصغير، مقابلة شخصية، مرجع السابق.

(٥٠) متاح على الرابط التالي: <https://wearesocial.com/us?s=egypt>، تاريخ الاطلاع

(الثلاثاء، ١٣) من سبتمبر ٢٠٢٢م، الساعة ٨م).

(٥١) أ.د/ نظير عياد، الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية، مقابلة شخصية، مرجع سابق.

(٥٢) أ.د/ إلهام شاهين، الأمين العام المساعد لشئون الواعظات، مقابلة شخصية، مرجع سابق.