



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

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

• الخطاب الديني في العصر الرقمي

أ. د. عبد الكريم عبد الجليل الوزا

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

أ. د. أمال حسن الغزالي

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

• استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التوعية الدينية

د. هشام خلف الله

• ضوابط وأخلاقيات نشر المحتوى الديني في وسائل التواصل الاجتماعي

د. ياسر يوسف عوض الكريم أبو القاسم

• جهود المؤسسات الحكومية في تحصين الوعي الديني وبثه في المجتمع

د. محمد عبادي

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثاني: يوليو ٢٠٢٣

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

• Religious Discourse in the Digital Age.
Prof. Dr. Abdel Karim Abdel Jalil Al-Wazzan

• Institutions and Religious Awareness of Youth in the
Digital Age: An Analytical Critical View.
Prof. Dr. Amal Hassan Al-Ghazzawi

• Religious Discourse on the Internet: Its Features and
Controls.
Prof. Dr. Qazi Din Mohammed

• Using Artificial Intelligence Techniques in Religious
Awareness.
Dr. Hisham Khalafallah

• Controls and Ethics of Posting Religious Content on
Social Media.
Dr. Yasser Youssef Awad Al-Karim Abu Al-Qasim

• Efforts of Government Institutions to Fortify Religious
Awareness and Spread it in Society.
Dr. Mohammed Abadi

Number Two
July
2023



العدد الثاني: يوليو ٢٠٢٣

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

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

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

مدير التحرير

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

أ.م.د. علا عبد القوي عامر

السكرتير الإداري

مي محمد سليم

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

مساعدو رئيس التحرير

أ.د. حسن علي محمد

الأستاذ المتفرغ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ.د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ.د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

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

تليفون: 0623523774

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

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

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

قواعد النشر:

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

متطلبات النص المقدم للنشر:

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

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

الفهرس

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

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

الوعي الديني لدى الشباب في العصر الرقمي

أ.د. أسامة عبد الرحيم علي

أستاذ الصحافة - قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

الوعي الديني لدى الشباب في العصر الرقمي أ. د. أسامة عبد الرحيم علي

مقدمة:

أحدثت الثورة الرقمية تغييراً في مناحي الحياة المختلفة، ولم يقتصر تأثيرها على الصناعة وطرق الإنتاج، بل امتد كذلك إلى المنظور المعرفي والثقافي.

ويعد الدين أحد الظواهر الأساسية التي تأثرت أكثر من غيرها بالثورة الرقمية الحالية، والدعوة باعتبارها أحد المبادئ الأساسية للإسلام ليست استثناءً لهذه الثقافة السيبرانية العالمية؛ من أجل الحفاظ على أهميتها ومعالجة احتياجات المجتمع المسلم المعاصر.

وتشير الدراسات العديدة إلى تنامي وتزايد استخدام الدعاة للمنصات الإعلامية الرقمية في الدعوة إلى الله، حيث تتميز هذه المنصات بمجموعة من الخصائص: تعدد الوسائل والتفاعلية - الاستغراق في عملية الاتصال - المشاركة والإنشاء - الحركة والمرونة - العالمية - الانتباه والتركيز - الأرشيفية والتخزين والحفظ.

فقد منحت الثورة الرقمية آفاقاً جديدة للدعوة مع إمكانية نشر رسالة الإسلام على نطاق واسع، ولكن في الوقت نفسه فإن لرقمنة الاتصال والثقافة آثاراً أخلاقية غير مسبوقه تتعلق بالثقافة الرقمية والأخلاقيات الرقمية.

ومن الضروري التأكيد على أن أسلوب إجراء الدعوة يجب أن يكون وثيق الصلة بالعصر الحالي، وفي نفس الوقت يجب أن يتوافق مع مبادئ وأخلاقيات الدعوة في القرآن والسنة.

وعلى الرغم من أن البيئة الرقمية قد أوجدت عدة إشكاليات أخلاقية لاستخدام الدعاة لمنصات الإعلام الرقمي فإن المبادئ العامة للقيم والأخلاقيات تكاد تتشابه في كل من البيئة الدعوية التقليدية (المسجد، المنتديات العامة، وغيرها..)، وإن كانت البيئة الرقمية قد أضافت قيماً وأخلاقيات جديدة لهذه المنظومة، فالقيم المهنية والأخلاقية واحدة بغض النظر عن طبيعة الوسيلة التي يقدم الداعية من خلالها رسالته للجمهور، والاختلاف بينهما يتمثل إما في كيفية ممارسة هذه القيم والأخلاقيات، وإما في إضافة قيم أخلاقية مشتقة من طبيعة البيئة الرقمية.

ومن متابعة الباحث للخطاب الإعلامي الديني للدعاة على المنصات الرقمية المختلفة (مواقع التواصل الاجتماعي: (الفيس بوك - اليوتيوب - التيك توك.... وغيرها)، وجد الباحث أن بعضها يفتقد للضوابط الأخلاقية الشرعية التي وضحها الإسلام وأكد عليها في مواطن كثيرة ومن أبرزها قوله تعالى: {ادْعُ إِلَىٰ

سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ { (١٢٥) سورة النحل.

كما لاحظ الباحث أن الإشكاليات الأخلاقية للدعوة في الواقع الحقيقي قد صدرها بعض الدعاة إلى الواقع الافتراضي؛ مما يستدعي التنكير بالأسس والضوابط الأخلاقية التي تحكم العمل الدعوي وتساعد الدعاة على الالتزام بالمنهج الإسلامي الصحيح، حتى يثمر الخطاب الدعوي وعياً حقيقياً يتوافق مع سماحة الدين الإسلامي الحنيف.

الدراسات السابقة:

١- دراسة Rosidi etal، 2022م دور مقاصد الشريعة كمبادئ أخلاقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أوضحت هذه الدراسة أن مقاصد الشريعة مناسبة جداً لتكون جوهر الأخلاق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ لأنها يمكن أن تتحكم في الضرر الناجم عن وسائل التواصل الاجتماعي

٢- دراسة فودة محمد علي (٢٠٢١م) والتي استهدفت التعرف على مستوى استخدام الدعاة لمنصات الإعلام الرقمي لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أن ٩١٪ من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً و٩٪ يستخدمونها أحياناً مما يشير إلى أن كل أفراد العينة (٢٠٠ مفردة) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- دراسة محمد حسام الدين إسماعيل (٢٠٢٠م) بعنوان: (تحليل ما بعد الحداثة لدعاة الإسلام الجدد في مصر): دراسة ثقافية لمنصات الإعلام الرقمي لمصطفى حسني، استهدفت الدراسة فحص خصائص ما بعد الحداثة لخطاب مصطفى حسني كما تظهر في مواد الإعلامية وتفحص الدراسة الخطاب الإسلامي المتسامح وغير العنيف.

٤- دراسة عادل صبري هندي (٢٠١٨م) استهدفت التعرف على الآداب التي ينبغي أن يتحلّى بها الدعاة عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وقد خلص الباحث إلى مجموعة من الآداب أهمها: الإخلاص وتجديد النية لله تعالى - مراقبة الله تعالى - الاعتدال والتوازن في المشي والمشاركة - الابتعاد عن تجريح الرموز الدينية والهيئات والدول والشعوب.

٥- دراسة بسيوني حمادة (٢٠١٦م) نحو نموذج عالمي لأخلاقيات الصحافة من منظور إسلامي استند النموذج على أربعة مبادئ استرشادية: احترام التعددية، التنوع الثقافي، حرية التعبير، العدالة والاعتدال.

مفاهيم الدراسة:

١- الضوابط الأخلاقية:

يعرف الباحث الضوابط الأخلاقية بأنها مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بالدعوة والتي يلتزم بها الدعاة في صناعة المحتوى في المنصات الرقمية، ونشره والتعليق عليه وفي طرحهم لأرائهم، والتي تحدد لهم ما هو صواب أو خطأ، في ضوء المبادئ الأساسية للدعوة الإسلامية التي حددها القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة.

٢- الإعلام الرقمي:

يعرفه الباحث إجرائياً: بأنه العملية التي يتم فيها إنتاج المحتوى (النصوص -الصور -الفيديوهات) وتوزيعها من خلال النظم الرقمية عبر المنصات المختلفة (مواقع التواصل الاجتماعي -تطبيقات الموبايل -المواقع المتخصصة).

مشكلة البحث:

تحدد مشكلة البحث في الإجابة على السؤال التالي:

ما الضوابط الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الدعاة في استخدام المنصات الرقمية؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات:

س١: ما مفهوم الضوابط الأخلاقية؟

س٢: ما الإطار المرجعي الذي تعتمد عليه الضوابط الأخلاقية للدعاة في استخدام المنصات الرقمية؟

س٣: ما التوصيات والآليات الفعالة لتطبيق الدعاة للضوابط الأخلاقية عند استخدام منصات الإعلام

الرقمي؟

أهداف البحث:

تحدد أهداف البحث فيما يلي:

- إلقاء الضوء على مفهوم الضوابط الأخلاقية للدعاة في العصر الرقمي.
- تحديد أهم الضوابط الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الدعاة عند استخدام المنصات الرقمية.
- التوصل إلى توصيات بشأن الآليات الفعالة لتطبيق الضوابط الأخلاقية لاستخدام الدعاة للمنصات الرقمية.

أهمية البحث:

تبدو أهمية البحث في النقاط التالية:

- المكانة الكبيرة التي أعطاها الإسلام للأخلاق، فالدين الإسلامي يشتمل على العقيدة والعبادة والأخلاق وقد جعلها رسول الله صلى الله عليه وسلم هدفاً رئيساً لبعثته فقال: (إنما بعثت لأتمم صالح الأخلاق) رواه أحمد.

- الإضافة العلمية لأدبيات البحوث البينية حيث تجمع الورقة البحثية بين الدعوة والأخلاقيات والإعلام الرقمي.

- الدعاة هم أبرز قادة الرأي في المجتمع والمؤثرين في المدعوين الذين يقتدي بهم بقية أفراد المجتمع وحينما يلتزم الدعاة بالضوابط الأخلاقية فإنهم يصبحون قدوة للآخرين وإن الداعية قد لا يتكلم كثيراً لكن أخلاقه وسيرته الحسنة تجعل الدعوة تؤثر في الآخرين.

- الأهمية التطبيقية التي تكمن في تقديم توصيات ذات دلالة واعتبار بشأن توظيف الدعاة للمنصات الرقمية.

منهج البحث:

اعتمد الباحث على منهج المسح من خلال الاطلاع على أدبيات البحث العلمي المرتبطة بأخلاقيات الدعاة، وأدبيات أخلاقيات استخدام الإعلام الرقمي.

أدوات الدراسة:

استخدم الباحث أداة التحليل من المستوى الثاني لاستخلاص المعايير والقواعد الأخلاقية الضابطة لاستخدام

الدعاة للمنصات الرقمية، كما استعان بالمقابلة غير المقننة مع مجموعة من الدعاة الأزهريين الذين يستخدمون منصات الإعلام الرقمي المختلفة.

أبرز النتائج:

توصل الباحث إلى مجموعة من الضوابط الأخلاقية لاستخدام الدعاة للمنصات الرقمية يمكن ذكرها كما يلي:

1- التركيز على القضايا الكلية التي تجمع ولا تفرق وعدم إثارة الفتنة بترويج الآراء الشاذة في المسائل الفقهية والالتزام بما توصلت إليه المجامع الفقهية.

- ٢- احترام الآخر سواء المغاير في العقيدة أو المخالف في المذهب ويعذر بعضنا بعضاً فيما اختلفنا فيه، ويتصل بذلك الدقة والأمانة في عرض الموضوع من كل جوانبه والآراء الفقهية المعتمدة فيه، وعدم التعصب لرأي على حساب الآراء الأخرى.
- ٣- التثبت في نشر الأخبار ونقلها وعدم الاعتماد على الأخبار الزائفة.
- ٤- البعد عن تبني العنف في الدعوة بجميع أشكاله سواء العنف اللفظي أو غيره.
- ٥- الالتزام بالقواعد الشرعية عند الحديث عن الجنس والعلاقات الزوجية (التلميح وليس التصريح).
- ٦- حسن اختيار الألفاظ والبعد عن الألفاظ البذيئة والسوقية والالتزام بالقول الطيب والبعد عن الفحش والبذاء من الأقوال.
- ٧- أن يكون متواضعاً مع الجمهور وعدم التسفيه من آرائهم أو السخرية منهم.
- ٨- الرجوع إلى الحق إن ظهر له خلافه ما قدم.
- ٩- الاعتماد على المصادر الموثوقة والصحيحة والبعد عن الضعيف والموضوع في تقديم الأحاديث النبوية.
- ١٠- احترام الخصوصية وعدم إفشاء أسرار الآخرين.
- ١١- البعد عن التعرض لمقاطع الفيديو التي تروج للرزيلة مثل: (المقاطع الإباحية).
- ١٢- الحفاظ على الوقت.
- ١٣- عدم النقل من مجاهيل الهوية على الفيس بوك.

التوصيات:

بناء على ما توصل إليه البحث يوصي الباحث بما يلي:

- ١- إعداد وبناء كود وميثاق شرف أخلاقي لاستخدام الدعاة لمنصات الإعلام الرقمي يشترك في بنائه الدعاة ويصدر عن الأزهر الشريف؛ وذلك على غرار ميثاق الشرف الصحفية والإعلامية وهذا الميثاق يجمع الضوابط الأخلاقية التي يلتزم بها الدعاة في المنصات الرقمية.
- ٢- أن يقوم الأزهر الشريف بإعداد وتنفيذ مجموعة من الدورات التدريبية التي تؤهل الدعاة للتعامل مع وسائل الإعلام الرقمية وتهدف تحقيق الثقافة الإعلامية والتربية الإعلامية الرقمية وكيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- يؤكد الباحث على ما توصلت إليه الدراسات السابقة من ضرورة تعاون المؤسسات الدينية في عمل دليل استرشادي للدعاة في استخدام المنصات الرقمية في العمل الدعوي.

المراجع العربية:

- ١- أحمد عادل درويش (٢٠١٩م) الفضاءات الافتراضية ودلالات العنف الرمزي في عصر العولمة ، المنصورة ، المكتبة العصرية ، ص ٥١-٥٤.
- أسامة عبد الرحيم علي (٢٠٢٠م) الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيق الضوابط الأخلاقية في الصحافة الرقمية، رؤية تحليلية نقدية، القاهرة، الوادي للثقافة والعلوم .
- ٢- السيد بخيت (٢٠٠٦م) أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام مجلد ٧ ، ع ١ ص ٣٢٥-٤٠١.
- ٣- عادل عبد الله صبري هندي (٢٠١٨م): وسائل الاتصال الاجتماعي وتوظيفها الدعوي الآداب والآثار ، حولية كلية الدعوة الاسلامية بالقاهرة ١٣ (عدد ٣٠) ٨٣-١٨٥.
- ٤- فودة محمد علي (٢٠٢١م) استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، ٥٧ (٤) ص ٦٤٧-٧٠٠.

المراجع الأجنبية:

- 1- Basyouni Ibrahim Hamada (2016): Towards a global journalism ethics model: an Islamic perspective, The Journal of International Communication, DOI: 10.1080/13216597.2016.1205506:
- 2- Mohamed Hossam Ismail (2020) Postmodern Analysis of New Preachers of Islam in Egypt: A Cultural Study of Mustafa Hosni's Digital Media Platforms. Media Watch 11 (1) 145-163, 2020 ISSN 0976-0911 | E-ISSN 2249-8818 DOI: 10.15655/mw/2020/v11i1/49759