



الدعوة الإسلامية واستخدام الإعلام الرقمي: الفرص والتحديات

إعداد: د أمينة بوبصلة

قسم الإعلام والاتصال - جامعة جيجل (الجزائر)

Amina.boubesla@univ-jijel.dz

الملخص:

اقتضت إرادة الله عز وجل أن تكون الدعوة إلى الإسلام حالة ملازمة للإنسانية ومستمرة في الزمان والمكان، لذلك يوصف المجتمع الإسلامي بحكم طبيعته وتكوينه بأنه مجتمع "دعوة دائمة"، فإذا كانت هذه الدعوة ثابتة الأصول إلا أنها متجددة الأدوات والوسائل والأساليب كونها تعتمد في جوهرها على منهج "التبليغ" الذي يستهدف أفضل طرق التأثير والإقناع، وأحسن أساليب الجذب إلى دين الله وإرشاد الناس إلى معرفته وتوحيده ومن ثم ممارسة الحياة بإيجابية منتجة للسلام والخير والعدل والإحسان...، قال تعالى: ﴿وقولوا للناس حسناً﴾. (البقرة/83)

ولما كان الاتصال بين الناس هو الأساس الذي تقوم عليه المجتمعات البشرية والذي من خلاله تنشأ وتتطور صيغ التفاعل الإنساني مصداقا لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ (الحجرات / 13).

فإن الإعلام يمثل أداة أساسية من الأدوات الحديثة والمهمة في عملية التبليغ، لذلك يمكن القول أن ثمة علاقة وطيدة بين الدعوة والإعلام.

فالدعوة تمثل محتوى رساليا مهما، ورافدا أساسيا من روافد الإعلام، في حين يمثل الإعلام وسيلة حديثة مثلى لتبليغ الدعوة.

إنّ التحول الكبير الذي يشهده ميدان الإعلام والاتصال في مطلع الألفية الثالثة والقفزة العملاقة التي أحدثتها ثورة الاتصالات وتكنولوجيا الإعلام في حياة الشعوب والمجتمعات يجعلنا كمسلمين نطرح جملة من التساؤلات حول واقع الدعوة الإسلامية ومستقبلها في ظلّ الاستخدام الرقمي وظهور ما يعرف بالإعلام الجديد في إطار مفهوم "القرية الكونية".

وكذا الفرص المتاحة أمامها للوصول إلى المجتمعات الإنسانية المختلفة ضمن هذا السياق، إضافة إلى التحديات وطبيعة العراقيل التي قد تحول دون تقدمها بالشكل المطلوب.

Abstract:

It was Alah's will that the call for Islam is inherent to humanity, continuing in space and time that's why the Islamic society in regard to its nature and its structure is said to be a persistent society in the call for Alah, despite the fact that the call has constant origins, it is renewing on the other hand when it comes to means and methods for the reason that its essence depends on conveying that aims at the best ways of influencing and convincing ways to attract others to the religion of Allah as well as guiding them to know him and recognize his oneness thus they live their life in a positive way that generates peace, good, justice and benevolence as Alah said in the Holly Quran " **Speak kindly to all people**".

Given the fact that communication between people is a pivot on which human societies are built and through which human interactions take place and develop accordingly to Alah's saying " **O mankind we have created you from male and female and made you people and tribes that you may know each other...**". Nowadays **media are** a good means to convey the last divine message of Alah, the call to Alah represents a message content and a stream of information where as the information represents an ideal means to convey the call to Alah mission.

The turning point that has taken place in the field of information and communication at the beginning of the third millennium as well as the giant leap achieved by the revolution of the information and communication technology in people's life and societies leads Muslims to ask many questions about the reality of the call to Islam and its future especially that we are living the age of digitalization and the appearance of what we call "**The New Media**" withing the framework of the so called "**Global Village**", this leads also to wonder " What opportunities are available to reach different human societies as well as challenges and nature of obstacles that may hinder its development .

مقدمة:

الحمد لله ربّ العالمين والصلاة والسلام على رسول الهدى و الرحمة المهداة للخلق أجمعين.

من أجلّ النعم وأعظم الفضائل أن منّ عز وجلّ على أمة محمد ﷺ بأن جعلها خير أمة أخرجت للناس، وجعل عقيدتها -عقيدة التوحيد- أصحّ العقائد وأيسرها في مخاطبة العقل البشري، كما جعل شريعته أسهل الشرائع وأكثرها تعبيراً وانسجاماً مع سلامة الفطرة الإنسانية، وأختار الدعوة الإسلامية لتكون دعوة عالمية شاملة تستهدف البشرية جمعاء ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾ (الأنبياء/107)، وقال أيضاً: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً

لِلنَّاسِ بِشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿28﴾ (سبأ/28).

فالدعوة إلى الله تعالى هي المهمة التي أوكلها الله عزّ وجلّ إلى أشرف خلقه (الأنبياء والرسل) عليهم الصلاة والسلام، ثم عهد بها إلى أمة من العلماء والدعاة والصالحين من بعدهم في كل عصر من العصور.

والدعوة الإسلامية في هذا العصر، وهي تستقبل الألفية الثالثة تجد نفسها مجبرة أن تدخلها من بوابة الثورة التكنولوجية والتحول الرقمي في مجال الإعلام والاتصال التي جعلت الكرة الأرضية قرية كونية صغيرة.

لقد أفرزت التطورات التكنولوجية المتسارعة في مجال الاتصال نمطاً إعلامياً جديداً هو ما بات يصطلح عليه "بالإعلام الرقمي" أو الإعلام الجديد أو البديل، مستفيداً من ثورة المعلومات من خلال الشبكة العنكبوتية العالمية (الانترنت)، ليكون وسيلة حديثة لنقل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور على نطاق واسع جداً، عبر وسائطه الاتصالية المتنوعة، حيث أضحي منبراً للعديد من فئات وشرائح المجتمع لاسيما فئة الشباب، يتم من خلاله تحرير مواقفهم، والتعبير عن آرائهم باستخدام تقنيات الصور والأشكال والرسومات وكذا الفيديوهات، مع إمكانية التفاعل الفوري والتعليق على مختلف المضامين والرسائل والأخبار.

من هذا المنطلق يمكن القول: لقد أصبح من الضرورة بمكان الاستثمار في الفرص المهمة التي أتاحتها هذا التطور في مجال الإعلام والاتصال، لنشر الدعوة الإسلامية، والتعريف بالإسلام، وإخضاع هذه التقنية الحديثة لما فيه خير وصلاح الناس، فالدعوة إلى الله مطالبة بأن تواكب روح العصر وأن تستفيد من كل جديد يتيح نشرها وتبليغها بأقوى الطرق وأفضل الأساليب، وإن كان هذا الفضاء الرقمي لا يخلو في المقابل من تحديات وصعوبات، على الدعوة أيضاً أن تواجهها بأفضل السبل وأنجع الحلول، وعليه فإن هذه الورقة العلمية المقدمة إلى هذا المؤتمر الكريم تضطلع بمهمة البحث في بعض الفرص المتاحة أمام الدعوة الإسلامية في الزمن الرقمي وكيفية الاستفادة منها ومناقشة بعض التحديات والعقبات التي تترصدها وسبل مواجهتها وتذليلها.

وتمّ تقسيم هذه الورقة العلمية على ثلاثة مباحث وفق الترتيب الآتي:

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي لمصطلحات الدراسة.

المبحث الثاني: وسائل الإعلام الرقمي والفرص المتاحة أمام الدعوة الإسلامية.

المبحث الثالث: الدعوة الإسلامية والإعلام الرقمي: التحديات وسبل المواجهة.

خاتمة

قائمة المراجع.

المبحث الأول: مصطلحات الدراسة: مدخل مفاهيمي

أولاً: مفهوم الدعوة

1-تعريف الدعوة لغة:

الدعوة مصدر للفعل الثلاثي "دَعَا"، تقول دَعَا يَدْعُو دَعْوَةً، وتدور مادة الكلمة ما بين النداء والطلب والإلحاح والاستمالة.

قال ابن فارس -رحمه الله- "الدال والعين والحرف المعتل أصل واحد، وهو أن تميل الشيء إليك بصوت وكلام يكون منك، وهذا هو الأصل في مفهوم الدعوة أن يعتمد على البيان والكلام".¹

ولقد أجمل الأستاذ جمعة أمين عبد العزيز أبرز معاني الدعوة في اللغة كما يلي:

- النداء يقال: دعا فلان فلانا إذا ناداه، ودعوت الرجل إذا صحت به.
- الدعاء إلى الشيء: يعني الحث على قصده.
- الدعوة إلى قضية يراد إثباتها أو الدفاع عنها سواء كانت حقا أو باطلا.
- المحاولة القولية أو الفعلية لإمالة الناس إلى مذهب أو ملة.
- الابتهاال والسؤال، جاء في المصباح المنير، دعوت الله أدعوه دعاءً؛ أي أبتهل إليه بالسؤال وأرغب فيما عنده من الخير.²

2- تعريف الدعوة في الاصطلاح:

كلمة الدعوة من الألفاظ المشتركة التي تطلق على الإسلام تارة وعلى عملية نشره وتبليغه تارة أخرى، وإن كان سياق بحثنا ينصرف إلى المعنى الثاني أي: نشر الإسلام وتبليغه للعالمين، ومن أشهر التعريفات التي ترد في هذا السياق ما أورده شيخ الإسلام بن تيمية - رحمه الله - حين قال: "الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به وبما جاءت به رسله بتصديقهم فيما أخبروا به وطاعتهم فيما أمروا وذلك يتضمن الدعوة إلى الشهادتين وإقام الصلاة وإيتاء الزكاة وصوم رمضان وحج البيت والدعوة إلى الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله، البعث بعد الموت والإيمان بالقدر خيره وشره والدعوة إلى أن يعبد العبد ربه كأنه يراه".³

أما المفهوم العام للدعوة الإسلامية فيتجه إلى العلم الذي يهتم بنشر الدعوة وبلاغها إلى الناس جميعا، وهذا ما ذهب إليه الدكتور أحمد غلوش عندما قال: "بأنها العلم الذي به تعرف كافة المحاولات الفنية المتعددة الرامية إلى تبليغ الناس الإسلام بما حوى من عقيدة وشريعة وأخلاق، أو كما عرفها الإمام محمد الغزالي -رحمه الله- حين قال: الدعوة عبارة عن "برنامج -منهج- متكامل يضم في أطوائه جميع المعارف التي يحتاج إليها الناس؛ ليبصروا الغاية من محياهم، وليستكشفوا معالم الطريق التي تجمعهم راشدين".⁴

ثانياً: مفهوم الإعلام والإعلام الرقمي

1- مفهوم الإعلام في اللغة:

جاء في لسان العرب: علم وتفقه، أي تعلم وتفقه وتعلمه الجميع أي علموه ويقال: استعلم لي خبر فلان وأعلمتنيه إياه⁵ قال تعالى: ﴿وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾ (القصص/51)، أي بلغنا لهم الأمر.

وروي في الأثر عن النبي ﷺ أنه قال: "يَلْغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً وَحَدِيثُوا عَن بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَا حَرْجَ وَمَنْ كَذَّبَ عَلَيَّ مَتَعَمَدًا فَلْيَتَّبِعُوا مَقْعَدَهُ مِنَ النَّارِ"⁶، فاعلم وأبلغ وبين وأوصل تعني إشاعة المعلومات وإذاعتها، وبثها وتعميمها، ونشرها بين الناس في كافة المجتمعات والشعوب.

2- الإعلام في الاصطلاح:

هو تزويد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة.⁷

3- العلاقة بين الإعلام والدعوة:

الإعلام وثيق الصلة بالدعوة، فالدين الإسلامي دين إعلامي بطبعه وكل مسلم في الأرض مكلف بأن يدعو لدينه الإسلام حسب قدرته وطاقته قال تعالى: ﴿وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ﴾ (البقرة/110).

"لقد أصبح الإعلام ضرورة ماسة للمسلمين، ليس فقط من أجل عملية البناء الاجتماعي والتنمية الوطنية بل أيضاً لأمر الدعوة الإسلامية⁸، وهناك من الباحثين من يرى أن الإعلام هو الدعوة والدعوة هي الإعلام يقول الدكتور إبراهيم إمام: "الدعوة هي البديل لكلمة الإعلام في القرآن الكريم، ويوازي مفهومها مفهوم الإعلام، لأنها بالإعلام بالإسلام، فقد ألزم الله تعالى أنبياءه بدعوة أقوامهم إلى الإيمان بالله"⁹.

إن هذه الرؤية للدعوة والإعلام هي التي أنتجت ما بات يطلق عليه بالإعلام الإسلامي الذي يعرفه الدكتور محي الدين عبد الحلیم بالقول: "هو جهد فني علمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فرداً، لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام، وهيئاته النوعية وأفراده بكافة الإمكانيات ووسائل الإعلام والإقناع، وذلك بغرض تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعبادته ومعاملته"¹⁰.

4 مفهوم الإعلام الرقمي Digital Media:

هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تُمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل.¹¹

وللإعلام الرقمي عدة مرادفات منها:

- الإعلام الجديد: وهو العملية الاتصالية الناتجة عن اندماج ثلاثة عناصر: الكمبيوتر، الشبكات،

- الإعلام التفاعلي: Interactive media جاءت هذه التسمية لتوافر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الانترنت والتلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الانترنت وغيرها من النظم التفاعلية الجديدة.

- الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media.

- الوسائط السيبرونية Media Cyber.

- إعلام المعلومات Info Media.

- إعلام الوسائط التشعبية Hyper Media.

- إعلام الوسائط المتعددة Multimedia.¹²

المبحث الثاني: وسائل الإعلام الرقمي والفرص المتاحة أمام الدعوة الإسلامية

أولاً: منهج النبي ﷺ في استثمار وسائل الإعلام والاتصال لتبليغ الدعوة

أعطى الإسلام لمفهوم الاتصال تطوراً جديداً لم يعرفه من قبل " إذ هو يرى أن الاتصال نزعة فطرية في المجتمع البشري ولذا جعله فرضاً من فروض الكفاية؛ فقد أمر النبي ﷺ بالقيام بالدعوة وأمر بالقراءة ثم أمر المسلمين كلهم بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وجاءت الأحاديث النبوية لتؤكد وجوب الاتصال بجميع أنواعه حتى تكون كلمة الله هي العليا".¹³ قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ﴾ (المائدة/67).

لقد أدرك النبي ﷺ بفطرته، ونظريته الإستراتيجية لمستقبل الإسلام أهمية الاستفادة من وسائل الإعلام المتاحة في شبه الجزيرة العربية في عصره "فقام باقتباس بعضها أو تعديل مسارها وتطويرها وتوظيفها لخدمة الدعوة الإسلامية، بعد أن كانت موظفة لبحث الخلافات وإثارة القلاقل والفتن بين القبائل العربية ومن أبرز هذه الوسائل، القصيدة الشعرية، والخطابة، والمناداة، والأسواق، وكذلك استخدام الاتصال الشخصي في مواجهة الكثير من المشكلات التي اعترضته، وهي من الوسائل التي انفردت بها الدعوة الإسلامية، إضافة إلى خطبة الجمعة والأعياد، ودروس الوعظ والإرشاد، والآذان وإقامة الصلاة، والقدوة الحسنة".¹⁴

ولما كان حسن التواصل والتعارف الاجتماعي بين البشر جزءاً من الأهداف السامية التي ينشدها الدين الإسلامي قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ (الحجرات/ 13)، فقد حرص النبي ﷺ -باعتباره المرجع الأساسي للمسلمين في تطبيق تعاليم الإسلام ونشرها- على توظيف واستثمار مختلف الوسائل في سبيل جودة التواصل مع الناس دعويًا فاستخدم عليه الصلاة والسلام الوسائل التعليمية المباشرة مثل: الرسم التوضيحي على الأرض لمقاربة

مفهوم الوسطية والاعتدال الذي يمثل منهج الإسلام كما ثبت في حديث عبد الله بن سعود رضي الله عنه، حين قال: "خَطَّ رسولُ الله ﷺ خَطًّا بِيَدِهِ، ثم قال: هذا سَبِيلُ اللَّهِ مُسْتَقِيمًا"، قال: ثم خَطَّ عن يَمِينِهِ وَشِمَالِهِ، ثم قال: "هذه السُّبُلُ وليسَ منها سَبِيلٌ إِلَّا عَلَيْهِ شَيْطَانٌ يَدْعُو إِلَيْهِ"، ثم قرأ: ((وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ)).

تأسيساً على ما سبق، واقتداءً بمنهج النبي ﷺ في توظيف وسائل الإعلام المختلفة لخدمة الدعوة الإسلامية وضمان وصولها إلى الناس جميعاً، يتوجب على الدعاة اليوم أن يستثمروا في الفرص الجديدة والوسائل التي أتاحتها الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال التي عرفت مع بداية الألفية الثالثة طفرة نوعية غير مسبوقة في تاريخ الإعلام والاتصال البشري، حيث أمكن جمع سكان الأرض على سطح الكون الإلكتروني صغير، قد يكون حاسوباً، أو لوحةً إلكترونية أو هاتفاً ذكياً محمولاً في يد مستخدمه.

فالدعاة - في العصر الرقمي - مُجْبَرُونَ على تطوير وسائلهم الدعوية تماشياً مع روح العصر الجديد واستيعاب لغته، لكن في إطار الضوابط والقواعد والأصول الشرعية التي بينها العلماء والفقهاء وكبار الدعاة في مصنفاتهم العلمية.

ويجدر بنا القول في هذا المقام أن الإسلام ترك باب الإبداع والابتكار والمبادرة والتجديد مفتوحاً أمام الدعاة إلى الله، كي يصل نور هُدْيِهِ إلى البشرية بطرق وأساليب متنوعة تعكس تنوع البشر واختلاف الأمصار والعصور من منطلق القاعدة القرآنية الثابتة التي تتجلى من خلالها وسطية الإسلام وسماحته ورحمته دون إفراط أو تفريط، قال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ (النحل/125).

ثانياً: الدعوة الإسلامية والفرص المتاحة من خلال الإعلام الرقمي

1- فرصة الانتشار والتفاعل العالمي:

ونقصد بذلك إمكانية وصول الدعوة الإسلامية إلى ملايين الناس والتفاعل معهم بأقل جهد ووقت وتكلفة، من خلال تطبيقات الإعلام الرقمي؛ فالدعوة الإسلامية في جوهرها دعوة عالمية، يجب أن تصل إلى كافة وعموم البشر، وهي دعوة إنسانية لا تحمل العنصرية، ولا العصبية ولا تتبنى أي شكل من أشكال التمييز بين البشر، وقد بين الله عز وجل وأكد عالمية الدعوة في مواطن عديدة من القرآن الكريم، قال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ (سبأ/28). وقال أيضاً: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾ الأنبياء/107

وإذا ما تعثرت هذه الدعوة في السابق، بسبب عجز الدعاة عن التنقل من مكان إلى آخر لظروف متعددة، أو بسبب عجز الوسيلة عن حمل المعلومة أو عرض المحتوى الرسالي بالشكل المطلوب للناس، فإن التطورات المذهلة للإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، تقدم في عصرنا الحالي أدوات فكرية ووسائل مادية وتقنيات متطورة يمكن تسخيرها للمساعدة في اتصال أكثر جودة وأكثر فعالية وأوسع انتشار.

إنَّ فرصة التقاء دعوة عالمية ذات محتوى ربّاني محفوظ من التحريف، واضح، شامل يروم تحقيق الخير

والسعادة للإنسان في كل مكان، بوسيلة عالمية أُسقطت حواجز الزمان والمكان، تملك قدرة الوصول إلى ملايين البشر في ثوان معدودة، مختصرة الجهد والوقت والمال.

إنّ هذا الاندماج بين عالمية الرسالة وعالمية الوسيلة يعدّ سانحة غير مسبوقه في تاريخ الدعوات يُتاح اليوم أمام الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي، وتُفتح الأبواب والنوافذ أمام الدعاة لمخاطبة العالم بهذه الدعوة من خلال أشكال متنوعة من الوسائل والوسائط الرقمية نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

- المواقع الالكترونية web sites:

وهي مجموعة من الصفحات الالكترونية المتضمنة معلومات خاصة بمجال معين، ومرتبطة ببعضها البعض لتشكيل الموقع، ومن ميزات هذه المواقع أنها توفر الجهد والوقت في الوصول إلى المعلومات بجميع أنواعها مثل: المقالات والصور والفيديوهات... الخ، وبالتالي تحقيق الاستفادة من مشاهدة المواد العلمية، أو الدورات التدريبية، من خلال المواقع والمنصات المختلفة، إضافة إلى التواصل مع العالم الخارجي بسهولة.

والمواقع الالكترونية أشكال وأنواع متعددة منها: محركات البحث، والبوابات الالكترونية، ومواقع الشركات الكبرى، والمواقع الحكومية، والمواقع التعليمية، والمواقع الإخبارية، ومواقع الخدمات المختلفة، والمدونات... الخ.

لكن تظلّ مواقع التواصل الاجتماعي أشهر وأكثر هذه المواقع استقطابا للبشر، فهي تجذب الناس إليها من كافة أنحاء المعمورة وهذا الوضع يتناسب تمامًا مع طبيعة الدعوة الإسلامية التي تستهدف العنصر البشري وتعمل على استقطابه كمتلقٍ لهذه الدعوة، ويمكن أن نعرض في هذا المقام البحثي لأحد أو بعض هذه المواقع ذات الاستقطاب العالي.

نموذج الانتشار العالمي من خلال موقع التواصل الاجتماعي فايس بوك Face book:

يعدّ موقع Face book أبرز منصات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا في العالم، أنشأه "مارك زوكربيرغ" وفريق من زملائه عامي 2004-2006¹⁵، يبلغ عدد مستخدميه النشطين حاليا (عام 2024) أكثر من ثلاثة مليارات مستخدم شهريا، فيما تمتلك شركة Meta Plat forms أربعة من أكبر منصات الوسائط الاجتماعية ولكل منها مليار مستخدم نشط شهريا Face book المنصة الأساسية، Face book messenger، whatsapp، وInstagram.

مقره الرسمي في الولايات المتحدة الأمريكية في ولاية كاليفورنيا، مع العلم أن معظم الشبكات الاجتماعية ذات التصنيف الأعلى والتي تضمّ أكثر من 100 مليون مستخدم نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن خدمات مثل الشبكات الاجتماعية الصينية wechat أو QQ أو تطبيق مشاركة Douyin اكتسب أيضا جاذبية سائدة في مناطقها بسبب السياق والمحتوى المحلي، وقد أدت شعبية Douyin إلى قيام المنصة بإصدار نسخة دولية من شبكتها: تطبيق صغير يسمى tik tok¹⁶.

لقد تنبّه بعض الدعاة في عصرنا الحالي إلى أهمية الاستثمار في هذا الموقع وأمثاله من المواقع التي تُيسرُ للمستخدم الانتشار العالمي وتم إنشاء صفحات شخصية لهم يخاطبون الجماهير الواسعة من خلالها وعرض

الدعوة إلى الله أو الدعوة إلى دين الإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقا وسلوكا إيجابيا في ممارسة الحياة وقد لاقت هذه الصفحات تجاوبا كبيرا داخل العالم العربي والإسلامي وخارجه.

ومع ذلك يظلّ التوظيف الدعوي لهذه المواقع قاصرا، لا يفي بحجم المخزون المعرفي والقيمي الذي تمتلكه الدعوة الإسلامية، من هنا نرى أن تتحول الدعوة في هذا العصر الرقمي إلى مشروع إستراتيجي للأمة تستثمر فيه جميع الطاقات والقدرات الفكرية من جهة والتقنية من جهة أخرى للوصول بالدعوة عبر هذه التكنولوجية الاتصالية إلى كل الناس وبأفضل الأساليب والطرق، مثل إنشاء شبكة عالمية إسلامية تضاهي في إتقانها ما هو مطروح في الساحة العالمية حاليا.

وينبغي ألا نقلل من قيمة المحتوى الذي يقدمه المسلمون على هذه المواقع وتأثيره على الرأي العام العالمي، ولقد بدأنا نلاحظ بعض تجلياته على النخب في الجامعات العالمية، ولعل أبرز مثال على ذلك قضية "الحرب على غزة" وسردية طوفان الأقصى التي استطاعت أن تسقط السردية الصهيونية الكاذبة وتعبئة شعوب العالم لمناهضة الإبادة الجماعية التي يرتكبها قادة الإجرام العالمي في أمريكا وإسرائيل وبعض الدول الغربية بحق الشعب الفلسطيني المظلوم.

إنّ الحديث عن شعبية وجماهرية موقع الفاييس بوك وقدرته على جذب الملايين حول العالم ينسحب على كثير من هذه المواقع مثل موقع تويتر Twitter ، وهو أحد المواقع التي تقدم خدمات مجانية للتواصل الاجتماعي والتدوين المصغّر، ويسمح للمستخدمين بإرسال أهم اللحظات في حياتهم في شكل تدوينات أو تغريدات نصية لا تزيد عن 140 حرفا، وذلك من خلال خدمة الرسائل النصية القصيرة SMS، ومن جماليات النشر الدعوي من خلال تويتر: عرض صورة مرافقة للقيمة الدعوية المعبرة عن المضمون.

إضافة إلى ما سبق يمكن الإشارة أيضا إلى موقع واتس آب whatsapp الذي يمثل أحد أوسع الخدمات انتشارا حول العالم والذي يمكن استغلاله في العمل الدعوي عن طريق عمل مجموعات عبر wats لإرسال رسائل دورية في أمور العقيدة والعبادة والأخلاق ونشر الخطب والمحاضرات صوتيا أو عن طريق الفيديو أو عبر روابط تحميل على الانترنت؛ لنشر كل ما هو خير للناس وتيسير الحصول على المعلومات الدينية في الفروع المختلفة.¹⁷

كما يمثل تطبيق الانستجرام Instagram موقع المشاهير والمؤثرين وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور، يتم تحميله عن طريق "غوغل" أو "المتجر بلاي" من خلال الهواتف الذكية، ويتيح لمستخدميه التقاط صورة، ومن ثم عرضها ونشرها وكذا موقع يوتيوب Youtub والذي هو الموقع الإلكتروني للمستخدمين الذين يرغبون في مشاهدة مقاطع الفيديو والذي يحتل المرتبة الثانية بين أكثر مواقع الويب شعبية في العالم بعد موقع غوغل Google، إن مثل هذه المواقع التي تعتمد الصورة معيارا للتأثير، يمكن للدعاة توظيفها في تحويل الأفكار والقيم ونشرها على هيئة صور لبث الأفكار الإيجابية الراقية وإبداء الرأي في المواقف والأحداث الجارية على الساحة العالمية.¹⁸

2-فرصة التفاعل الرقمي مع جمهور الدعويين:

تعدّ التفاعلية Intreacitivity من أبرز خصائص ومواصفات الإعلام الرقمي التي يتيحها المستخدم، والتي تعني تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل من خلال التفاعل مع الرسائل والمضامين، وعرفها رفائيل Rafael: "بأنها إحدى القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة".¹⁹

ولم تعد التفاعلية سمة للوسيلة بقدر ما هي عملية ترتبط بالاتصال نفسه، لذا فإن "التفاعلية الحقيقية ينبغي لها أن تشجع المتلقي على المشاركة بإيجابية في تلقي المادة الإعلامية".²⁰

ومن هنا يمكن القول أن وسائط الإعلام الرقمي يسّرت فرصة فارقة في إحداث التفاعل بين مقدمي الخطاب الدعوى وجمهور المتلقين، وذلك من خلال توفير مساحة للحوار والنقاش والردشة والتعليق، ثم إمكانية التواصل المباشر والفوري مع الدعاة داخل هذا الفضاء الرقمي.

وأمام هذا الانفتاح الواسع لباب الخطاب الدعوى للعالم عن طريق تكنولوجيا الاتصال الرقمي بات من الملح على الدعاة أن يتعرفوا جيدا على طبيعة الجمهور الرقمي ومواصفاته وسماته، لانتقاء أفضل السبل وأكثرها تأثيرا لمخاطبته والتفاعل معه ولعلّ من أهم الشروط الواجب مراعاتها لأجل تحقيق هذه الغاية نذكر ما يلي:

- وجوب تحلّي الدعاة بالروح الإسلامية الاحتوائية النبيلة التي تدعو إلى الانفتاح على الآخر، وتقبله كما هو الاستعداد لفتح باب الحوار والنقاش معه، والاستعداد لتلقّي واستقبال جميع الآراء والمواقف وردود الأفعال على قاعدة قوله تعالى: "ادفع بالتي هي أحسن".

- التزوّد بالعدة الفكرية الكاملة، وامتلاك الثقافة الشاملة، يقول الداعية الشيخ يوسف القرضاوي (رحمه الله)، ولقد تبين لي أن الداعية في حاجة إلى مجموعة من الثقافات هي: الثقافة الإسلامية، والثقافة التاريخية، والثقافة الأدبية واللغوية، والثقافة الإنسانية، والثقافة العلمية، والثقافة الواقعية، والمطلوب من الداعية الناجح أن يتمثل هذه الثقافات ويهضمها.²¹

- التحلّي بالموضوعية والأمانة العلمية والتزام الصدق في طرح القضايا المختلفة والتجرّد من المصالح الذاتية، ومخالفة هوى النفس ونزغ الشيطان.

- احترام مبدأ حرية التفكير وحرية التعبير، وحسن التعامل مع هذا المبدأ الإنساني المهم دون مصادرة أو إقصاء.

والتفاعلية تتيح للداعية المستخدم للإعلام الرقمي كثير من المزايا نجمل أهمها فيما يلي:

- تتيح له إمكانية الاختيار بين العديد من مضامين الخطاب الدعوي، ومن ثم التعرّض للمحتوى أو المضمون الذي يختاره الجمهور ويتفاعل معه.

- تتيح للجمهور المتلقي إمكانية التفاعل المباشر مع الداعية والتواصل معه، كما تتيح إمكانية تفاعل الجماهير مع بعضها البعض عبر غرف الحوار، وساحات النقاش ومساحات التعليق والمنتديات.

- إتاحة الفرصة للجمهور لإثراء الموضوع المطروحة للنقاش بإضافة معلومات جديدة أو أداء أو تعليقات ومواقف.

• نماذج عن بعض وسائل الإعلام الرقمي في تحقيق التفاعلية:

أ- البريد الإلكتروني (E-mail):

يعدّ البريد الإلكتروني من أبرز ما يميز الإعلام الرقمي، كما يعد شريان الحياة بالنسبة لشبكة الانترنت.

وهو عبارة عن صفحة خاصة عبر مواقع البريد والمراسلات الخاصة، ومن أشهر تلك التطبيقات البريدية المتخصصة: Hotmail، Yahoo، Gmail وإن كان هذا الأخير يفوق حالياً النوعين الآخرين في الأداء والسرعة والحماية.

ويدخل البريد الإلكتروني ضمن التكنولوجيات التفاعلية التي تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي، ولعلّ أبسط تعريف للبريد الإلكتروني هو ما قدمته Jean Andrews بقولها: "إن البريد الإلكتروني: هو برنامج عميل/ خادم (a client/ Server application) يستخدم في إرسال الرسائل النصية لأفراد أو مجموعة أفراد.

من هذا المنطلق يمكن أن يعدّ البريد الإلكتروني وسيلة مثالية للدعوة الفردية بين المرسل والمستقبل، أو نشر فكرة إسلامية معينة، أو إرسال رسالة مثيرة تصحح مفهومًا أو تعدل سلوكًا أو تدعو إلى قيمة.

• مجموعات الحوار أو مجموعات النقاش Discussion Group:

وهي خدمة تفاعلية يتم تقديمها على شبكة الانترنت حتى يستطيع مجموعة من الأشخاص وضع مقالات وردود على هذه المقالات ومشاركة بعضهم البعض فيها، وتعدّ هذه المجموعات التفاعلية فرصة لتوظيف الخطاب الدعوي وتطويره ضمن هذه المجموعات الحوارية.

• إمكانية عن الأسئلة والاستفسارات ضمن المنتديات Forums:

كلما تفاعل المستخدم مع المضمون، زاد اندماجه فيه وتأثر به، بل إنه كلما زادت وتنوعت أشكال المشاركة وتبادل الآراء كلما أوجدت نوعًا من الانتماء والارتباط، وكلما كان المستخدم قادرًا على طرح أسئلته وطلب معلومات ووجد الإجابة والتفاعل فإن مستوى استقباله وإدراكه لها سيكون أعلى.

المبحث الثالث: الدعوة الإسلامية والإعلام الرقمي التحديات وسبل المواجهة

أولا-التحديات سنة من سنن التدافع في الأرض

ونقصد بالتحديات التي تواجه الدعوة في العصر الرقمي تلك العراقيل والصعوبات التي تعيق عمل الدعاة والمؤسسات والهيئات الدعوية في سبيل الوصول بالمعلومة الصحيحة عن الإسلام إلى المجتمع الإنساني من خلال الاستخدام الشبكي وظهور ما يسمى بمجتمع المعلومات والمجتمع الرقمي والمواطن الرقمي، فمنذ أن ظهرت الدعوة الإسلامية في شبه الجزيرة العربية، والمضي في التبشير بعقيدة الإسلام الصافية النقية من شوائب الشرك، وشريعته السمحاء المعبرة عن الفطرة الإنسانية في أبهى تجلياتها، وقيمه الأخلاقية العليا التي ترقى بمستوى إنسانية الإنسان وحفظ كرامته وحرية وحقوقه، منذ ذلك الحين اصطفت أعداء الإسلام من الكفار والمشركين، وأهل الضلال والمغضوب عليهم صفا واحدا لمواجهة هذه الدعوة والرغبة الجامحة في الإطاحة بها، ولكن إرادة الله في إظهار الإسلام على الدين كله، كانت وستظلّ وعدًا قائما إلى أن يرث الله الأرض ومن عليها قال تعالى: ﴿الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتْمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ﴾ (المائدة/03).

تأسيسا على هذه الخلفية نرى أنه يقع على عاتق كل مسلم مكلف في الأرض أن يدعو إلى الإسلام من موقعه الذي أقامه الله فيه، يدعو بعلمه وعمله وأخلاقه مع الناس وحركته الإيجابية بينهم وإنجازاته الحضارية، وإن كانت مسؤولية الدعوة إلى الله تعظم أكثر بحق علماء الإسلام ودعاته المكلفون تحديدا بتبليغ دين الله إلى الناس بمختلف الطرق والأساليب الفعالة ومواجهة كل الصعاب والتحديات في سبيل ذلك.

وفي ظلّ التطور التكنولوجي الحاصل في عالمنا اليوم وتحول الإنسان إلى عالم الاستخدام الرقمي في كل مجالات حياته ونشاطه، ظهرت هناك أخطار كثيرة تهدد الدعوة الإسلامية منها ما هي تحديات داخلية تتعلق بالوضع العام الذي يعيشه المسلمون ودعاة الإسلام في البلاد العربية والإسلامية ومنها ما يتعلق بالوضع الخارجي المهيمن والمسيطر على إدارة العالم من خلال الفضاء الرقمي وتسخيره لمواجهة المشروع الإسلامي وتسويق هذه المواجهة تحت عناوين مختلفة.

أبرز التحديات التي تواجه الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي:

• العولمة والإسلام الرقمي:

والعولمة مصطلح يشير إلى مركزية العالم في حضارة واحدة، أي إعادة إنتاج العالم وفقا لثقافة واحدة هي ثقافة الجهة صاحبة المشروع²²، أو هي السيطرة المطلقة على العالم وهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية على مقدراته.²³

فبعد سقوط الاتحاد السوفياتي عام 1989 وتراجع مشروعه السياسي والثقافي في العالم، اشتدت سطوة الغرب بزعامة الولايات المتحدة الأمريكية وبدأت تتجه إلى إعادة صياغة العالم وفق الرؤية الأحادية الأمريكية على القاعدة الفرعونية (لا أريكم إلا ما أرى) ووفق ثقافة التسليح والاستهلاك وفرض هذه الثقافة، ثقافة السوق

على جميع الشعوب لاسيما شعوب العالم العربي والإسلامي باعتبارها واحدة من أكثر البلاد ثراء في العالم ليس من حيث المقدرات المادية والموقع الجيوستراتيجي فحسب، ولكن من حيث البنية الثقافية والدينية.

ولقد مثل الإسلام على الدوام مشروعًا حضاريًا لهضبة الأمة لذلك ظلَّ مُستهدفًا من طرف الغرب، وكانت الدعوة إليه تشكل عقبة حقيقية في وجه الأطماع الغربية، وكثيرا ما صرح قادة الغرب أنهم أسقطوا الخطر الأحمر (ممثلا بالشيوعية) ولا بد لهم من القضاء على الخطر الأخضر (ممثلا بالإسلام).

وظهر الإعلام الرقمي مع بداية الألفية الثالثة، ليُحدث تحولات عميقة مسّت مختلف مجالات الحياة، وامتدّت ظلال هذا التأثير لتشمل ما هو اقتصادي واجتماعي وفكري وثقافي وأخلاقي وديني، وبدأ توجه دعاة الإسلام إلى مخاطبة العالم من خلال الشبكة العالمية والتعريف بالدين الإسلامي.

ورأى البعض أمام هذا التحول الرقمي أن أسلوب الدعوة يكون في كل عصر بما يناسبه حتى تقوم الحجة لله على عباده، ويتحقق إبلاغ الناس دين الله بطريقة تحرك فيهم دواعي الاقتناع والقبول.²⁴

وأثمرت جهود بعض الدعاة والهيئات الإسلامية في محاولة تسخير هذه التقنية الجديدة لخدمة الدعوة على ظهور بعض المواقع الإسلامية مثل:

- إسلام ويب <http://www.islamweb.net> :

موقع إسلامي دعوي يعنى بمختلف الموضوعات تأسس في سنة 1999 مقره العاصمة القطرية الدوحة، قال عنه الشيخ يوسف القرضاوي (رحمه الله) في لقاء الافتتاح إن هذا الموقع هو "جهاد العصر" بامتياز، ونريد به ترحيل المعلومة الإسلامية الصحيحة وتعليم المسلمين الإسلام الصحيح المتوازن، الإسلام الوسط، الإسلام الإيجابي، الإسلام البناء، لا إسلام الخرافات، ولا إسلام الأضرحة والموالد.²⁵

- موقع لجنة التعريف بالإسلام <http://ipc.org.kw> :

ولجنة التعريف بالإسلام هي إحدى اللجان التابعة لجمعية النجاة الخيرية بالكويت، وكانت فكرة لعدد من الشباب الغيور على دينه لنشر الفكرة الإسلامية.

إنّ هذه المواقع الإسلامية وغيرها من مواقع بعض الدعاة المنتشرة على شبكة الانترنت لم تف بالغرض المطلوب، في ممارسة الدعوة الإسلامية نظرا للارتجالية وعدم التخطيط الممنهج للتعامل مع تكنولوجيا الاتصال الحديثة في نشر الدعوة عبر الانترنت.

لقد قامت الانترنت بعملية اختزال الدين وتسطيحه إلى المدى الذي أصبح كل شخص يرى في نفسه الأهلية ليكون داعية على الشبكة ولذلك أفرز هذا الوضع حالة غير مريحة على المستوى الدعوي

إنّ الوجود الرقمي للإسلام -أو ما يطلق عليه Digital Islam- يتنوع بين محاولة تصحيح النظرة الخاطئة عن الإسلام عبر الانترنت، على اعتبار أنها فرصة مهمة للتعريف به بشكل صحيح، وبين محاولة رسم صورة عن الذات المسلمة ضمن السياق الافتراضي المتنقل من الواقعي؛ وبالتالي تقديم الهوية المسلمة من خلال إنشاء الهوية الافتراضية، وتحديد معالمها بناء على البيانات المطلوبة.

وهكذا أصبحت وجهات النظر لمفهوم الدين المتنقل من الواقع إلى الافتراض مختلفة، والنظرة إلى رموز الالتزام متعددة، فساهمت في رسم تصورات جديدة عن الطريقة التي يجب أن تتمثل بها الذات المسلمة لذاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.²⁶

لقد أصبح محرك البحث مفتيا عالميا، ولم تعد علوم الشريعة تؤخذ فقط من الجامعات والمدارس والمساجد والمشايخ؛ فقد تراجع دورهم لدى الجيل الرقمي، باكتساح التقنية الرقمية لمجال الفتوى والتعليم، لأن العلاقة بين المسلم من الجيل الرقمي والويب (web)، علاقة مباشرة بثقة جد عالية، أقصت العلاقة التقليدية بين المتعلم والمعلم، وبين المؤسسة الدينية والمنخرطين، وأنهت الرقابة والمتابعة وضمان الجودة والأهلية، إنَّ عوامة فهم علوم الشريعة، على أنها سهلة المنال، والخوض فيها لأي كان - كما يصرح الكثير من الحدائين والعلمانيين والتنويريين الجدد، ومتسلقو مشروع تجديد الخطاب الديني-، هو سعي لإقصاء علوم القرآن وعلوم السنة والفقه وأصوله، والحط من جهود كل العلماء؛ تحت ذريعة نقد التراث البشري، وانتهاء صلاحية التراث الزمانية، والاكتفاء بالقرآن كمصدر لاستنباطات معاصرة.

هذا الطرح يمكن لفكرهم المبسط لعلوم الشريعة-وفق نظرية التسويق- الدعائية من الانتشار بسرعة، والتغلغل في صفوف الجيل الرقمي الذي يفتقد إلى الحصانة العلمية والفكرية، حيث تدفعهم الثقافة الرقمية نحو استهلاك منتجات السوق الدينية الرقمية دون احتياطات علمية، ولا تكوين في الغالب، لأنها سريعة الاستهلاك، وتناسب الرغبات والأمزجة والأذواق والمستويات الثقافية والعلمية.²⁷

ومن المهم في هذا السياق أن نلفت النظر إلى ما بات يميزه علماء اجتماع الدين بين الدين في العالم الرقمي Religion online وبين الدين الرقمي Online Religion، فالعبارة الأولى تحيل على مجمل المعلومات الحاضرة في العالم الرقمي عن الدين وقضاياها المختلفة بينما تحيل العبارة الثانية على التجارب والممارسات الدينية التي تتم بطريقة رقمية، ومن هنا يمكن القول أن العوامة الثقافية والإعلامية بشكل خاص تعمل جاهدة لفرض أسواقها الاستهلاكية على كل شيء حتى على الدين نفسه وجعل كل شيء قابل للتسليع والاستهلاك، وأكثر من ذلك فالعوامة "دعوة جديدة لإزالة مفهوم الأمة والدولة وإلغاء الحدود بين دار الإسلام ودار الكفر، وجمع المسلمين والديانات الأخرى تحت مفاهيم واحدة وراية واحدة تقودها العلمانية والعالمية؛ لإطلاق الحريات تحت شعارات حقوق الإنسان على الطريقة الغربية، ونشر الإباحية وتثبيت جوهر المدنية الغربية تحت شعار وحدة الأديان، أو السلام العالمي، أو الانفتاح الحضاري وهذه دعاوى يقاومها الإسلام ويعارضها ولا يقبل منها شيئا.²⁸

ولقد ظهر زيف هذه العناوين الكاذبة لدى شعوب العالم أجمع مع حالة الإبادة الجماعية والمجازر المروعة التي تستهدف الفلسطينيين في قطاع غزة والضفة الغربية والتي تنقل كل يوم عبر الشاشات الالكترونية والفضائية.

لقد كشف "طوفان الأقصى" حجم المؤامرة الغربية على العالم العربي والإسلامي ومحاولة سحق كل صوت مقاوم أو رافض للمشروع الغربي في المنطقة العربية والإسلامية، ومحاربة كل سردية تنتصر لمظلومية الشعب الفلسطيني عبر الإعلام الرقمي مما يؤكد سيطرة الشركات الكبرى على مصادر هذا الإعلام وتوجيهه في خدمة الإمبريالية والصهيونية العالمية.

ولأن المقاومة الإسلامية في جوهرها مؤسسة على التعاليم الدينية الصحيحة التي ترفض كل أشكال عبودية الإنسان، وتنشد الحرية النابعة من منتهى إخلاص العبودية لله عز وجل وحده والانتصار لقيم الكرامة والحقوق الإنسانية، وهذا الاتجاه هو أحد التجليات الحقيقية للدعوة الإسلامية على الأرض فقد بات تشويه صورة الإسلام والدعوة الإسلامية هدفا رئيسيا للقوى الغربية، وليس هناك من طريق أفضل اليوم وأكثر اختصارا من الإعلام الرقمي في إنتاج دعوة إسلامية موازية غير مؤصلة تغرق السوق الرقمية بحالة جديدة يصطلح عليها بالإسلام الرقمي أو إسلام السوق والتي نعدّها من أكثر التحديات التي تواجهها الدعوة الإسلامية في العصر الرقمي.

• غياب إستراتيجية واضحة لنشر الدعوة الإسلامية:

صحيح أن أصل الإستراتيجية مصدر مستمدّ من فن تنسيق القوى العسكرية والسياسية والاقتصادية والمعنوية في زمن الحروب، لكن ذلك لا يمنع من انسحاب المعنى على الدعوة الإسلامية، إذا ما قصدنا إلى الخطة الموحدة والشاملة والمتراصة للهيئات والمؤسسات المسؤولة عن تبليغ الدعوة الإسلامية ونشرها بين الناس.

فالدعوة الإسلامية "تكليف شرعي على الأمة القيام بها على أكمل وجه، ولا يتم لها ذلك ما لم تحسن استخدام مواردها البشرية والمادية في أحسن صورة ممكنة ضمن خطة محكمة".²⁹

والدعوة الإسلامية أيضا ينبغي أن ينظر إليها كمشروع إستراتيجي، يهدف إلى استئناف الدور الحضاري للأمة الإسلامية في العالم، برغم التردّي والانحطاط الذي تشهده هذه الأمة في كل المجالات، وهذا المشروع الكبير يحتاج إلى جهود ضخمة وقرار إسلامي موحد يضطلع به كل أبناء الأمة (شعوبا وحكومات)، كما يحتاج إلى رصد مالي كبير لإيجاد الكوادر والنخب القادرة على إدارة هذا المشروع بكفاءة عالية من خلال المعاهد والكليات والأكاديميات التي تؤسس خصيصا لمواجهة هذا العصر الرقمي الذي تسيطر فيه الشركات والمراكز والمنظمات الغربية.

ولعلّ من أهم التحديات المطروحة في هذا السياق:

• مسألة تأهيل الدعاة للعصر الرقمي:

إنّ قوة وفعالية الإعداد والتأهيل لأيّ مشروع تعدّ من عوامل تمكينه وإنجاحه، ونظرا لعظم مسؤولية الدعوة إلى الله في تصحيح عقائد الناس وتقويم أخلاقهم، وتعديل سلوكهم بما يتوافق مع الصورة التي يريدّها الله لعبادة المؤمنين، كانت مسألة تكوين الدعاة وتأهيلهم تأهيلا يتناسب مع عظم هذه الدعوة من جهة وطبيعة العصر الرقمي الذي بلغته البشرية في زماننا الحالي من جهة أخرى.

ولقد تنبه أعداء الإسلام إلى أهمية إعداد دعائهم "فمدارس التبشير في أوروبا تقوم باختيار تلميذها بشروط معينة، ثم تعزله عن مجتمعه لتكونه تكوينا خاصا في بيئته تصنعها له، وبعد ذلك تخرجه للناس ملتزما بأوامرها، وبرامجها، ومذاهبها مهما بعدت عن الحث والصواب".³⁰

ولقد سارع القائمون على هذه المعاهد والمدارس التبشيرية إلى توظيف تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة لخدمة مشاريعهم، فقد أكد الباباجون بول الثاني على أهمية ذلك عندما صرح: بأن الكنائس ومجموعات

الإيمان التي ترفض التكيف مع عصر الاتصالات لن تبقى على قيد الحياة.

وأما العالم الديني الكاثوليكي توم بيدون فيقول في كتابه "الإيمان التخيلي" الصادر عام 1998: "الانترنت دعوة للناس الشكاكة لتلقي كافة الإجابات عن أسئلتها الدينية التي يريدون بها استكشاف جوهر الدين"³¹، فالديانة المسيحية "اعتبرت الانترنت كأحد شركائها في نشر تعاليم الدين المسيحي"³².

إنَّ اهتمام وتوجه الهيئات والمؤسسات المسيحية للتبشير عن طريق الانترنت هو ما يفسر الحجم الكبير للمواقع التنصيرية على الشبكة والتي تزيد عن المواقع الإسلامية بمعدل 1200%، فقد أشارت دراسة حديثة إلى أن المنظمات المسيحية هي صاحبة اليد الطولى في الانترنت؛ إذ تحتل نسبة 62% من المواقع، وبعدها في الترتيب جاءت المنظمات اليهودية، في حين تساوى المسلمون مع الهندوس بنسبة 9% فقط.³³

وعطفا على ما سبق يمكن القول أن الداعية وهو محور نجاح أو فشل الدعوة لأنه بمثابة المبرشر أو المنذر للناس والقائم على سلامة وتبليغ الدين، والدعوة إليه، والدفاع عنه، ورد الشبهات التي تثار حوله، لا بد أن يكون معداً علمياً ونفسياً واجتماعياً لأداء هذه المهمة العظيمة، متخرجاً بكفاءة عالية من الكليات والمعاهد والمؤسسات المعنية بالدعوة إلى الله، حتى لا يظل عمل الدعاة مجرد جهد فردي ضائع.

● سبل مواجهة التحديات القائمة في وجه الدعوة الإسلامية:

ليس هناك من سبيل أنسب للمواجهة من تحصين البيت الداخلي لذلك وجب ما يلي:

- وجوب إعادة النظر في مسألة التأهيل الحقيقي للدعاة في هذا العصر الرقمي، من خلال إنشاء مراكز ومؤسسات وأكاديميات دعوية متخصصة في إعداد دعاة أكفاء على يد متخصصين مهرة ومدربين، ذوي علم واسع ومعرفة استشرافية وتجربة ميدانية ميدان الدعوة إلى الله.

- إصدار قوانين خاصة ملزمة ومشتركة بين جميع الدول الإسلامية، تتعلق بالعمل الدعوى المشترك، مثل قانون استقلالية مؤسسات الدعوة والدعاة عن النظم السياسية والحكومات وكذا قوانين استثمار الأموال الوقفية وإنفاق مداخيلها على مشاريع الدعوة ومراكزها ودعاتها، حتى لا تتحول الدعوة نفسها إلى مشاريع ربحية خاصة لبعض الدعاة فتستغل كأداة للمتاجرة، وليس كمشروع حضاري للأمة.

- الاستثمار في الفرص التي يتيحها الإعلام الرقمي وتكنولوجيا الاتصال الحديثة في مخاطبة العالم، بل وضرورة التفكير في إنشاء شركات إسلامية كبرى تعنى بوضع نظام اتصالي شبكي عالمي على غرار ما فعلته الدولة الصينية لحماية خصوصيتها، عندما صممت برنامجاً للمراقبة الرقمية، والذي يعد الأعقد عالمياً، عبر نظام لامركزي، مكون من مئات الشركات الالكترونية الخاصة والرسمية والأمنية الصينية، كتطبيق (wechat) الذي أطلقته في 2011 والذي يستخدمه 850 مليون صيني.³⁴

- وإذا كانت الدولة الصينية وضعت هذا النظام للمراقبة القمعية ومصادرة الحريات السياسية والحقوق لبعض الجهات فإن الأمة الإسلامية مطالبة من خلال الدعوة الإسلامية بتعزيز حرية الإنسان في التفكير والتعبير والاجتهاد والابتكار والإبداع وتعزيز حقوقه وإعلاء كرامته وأدميته.

- ضرورة التنبه إلى أن الصراع الدائر بين أصحاب المشروع الدعوي الإسلامي وأصحاب المشروع الغربي الإمبريالي هو صراع عقول وإرادات والأمة الإسلامية التي سجّلت حضورها الحضاري الوزان في التاريخ، لا ينقصها ذكاء العقل ولا توفر الإرادة، ولعلّ المعجزات المذهلة التي يسطرها أبناء الأمة من أبطال المقاومة الإسلامية في فلسطين وجنوب لبنان والعراق واليمن تشكل نموذجاً ماثلاً للعيان لا يراه إلا أعمى ولا ينكره إلا متآمر، من كان ليصدق أن قاذفة بسيطة مثل قذائف الياسين 105 التي لا تتعدى تكلفتها 200 دولار يمكن أن تفجر دبابة الميركافا M4 التي تزيد تكلفتها على 7 ملايين دولار وتشكل تهديداً حقيقياً لكل التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي الذي يتخفى وراءه المجرمون.

- إننا نعيش محطة تاريخية فاصلة وفارقة كمسلمين، لقد بات العالم كله اليوم مستعداً ومتطلعاً بشغف كبير للتعرف على العالم العربي والإسلامي عقيدة وشريعة وتاريخاً ولغة وفكراً وقيماً أخلاقية، وهذه فرصة تاريخية سانحة أمام الدعوة الإسلامية لتصدر الواجهة العالمية، وإظهار صورة الإسلام الوضيئة، وإسقاط حملات التشويه التي طالت الإسلام والدعوة الإسلامية ونالت من دعاة الإسلام، لاسيما منها تلك الصورة النمطية المسيئة التي ظلت ت ربط الإسلام بالإرهاب العالمي، والتي تمّ تسويقها إلى شعوب العالم بأساليب وأشكال متنوعة، ليتبين اليوم أن الحضارة الغربية ليست أمينة على الإنسان وحرّيته، وحقوقه، وكرامته، وأن الإرهاب الحقيقي هو ما تصنعه آلة الحرب الأمريكوصهيونية وحلفائها من الدول الغربية، من مجازر وإبادة جماعية للشعوب لاسيما في فلسطين والبلاد العربية والإسلامية.

خاتمة:

الدعوة الإسلامية دعوة عالمية ذات صبغة إنسانية لا تحمل في طياتها أي شكل من أشكال التحيز أو العنصرية أو العصبية، الناس في منظورها سواء وشعارها العام قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ (الحجرات/13).

والداعي إلى الله لا ينبغي له بحال من الأحوال أن ينفصل عن التطور الحاصل في وسائل الدعوة وأن يستفيد في التقنيات الحديثة وأن يسلك سبيل الإسلام ومنهم النبي ﷺ في تطويع جميع الوسائل المتاحة لخدمة الدعوة والوصول بها إلى جميع الأمم والشعوب، ولقد قدمت الوسائل التكنولوجية الحديثة كثير من الأدوات والفرص التي تمتلك جاذبية العرض وسرعة الوصول والانتشار العالمي، حيث أصبحت الرسالة الإعلامية تصل إلى الملايين في العلام بنقرة زر في ثوان معدودة وفي المقابل قد تنطوي هذه التكنولوجيا على مخاطر ومحاذير تستوجب المواجهة.

والدعوة الإسلامية في مهبّ الثورة الرقمية كما يطلب منها الاستثمار في الفرص، يطلب منها في المقابل مواجهة التحديات ولا يكون ذلك إلا أن تتحول إلى مشروع إستراتيجي وحضري للأمة تتبناه مؤسسات دعوية كبرى وأكاديميات عالمية تجمع جهود أبناء الأمة في سبيل الوصول بهذه الدعوة إلى أوسع مدى للانتشار والتقبل في الأرض لأجل خير وسعادة الإنسان المعاصر من شفاء الحضارة الغربية وجرائمها.

قائمة المراجع:

1. أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي أبو الحسين: مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، بيروت، لبنان، 1979، المجلد الثاني.
2. جمعة أمين عبد العزيز: الدعوة قواعد وأصول، ط2، دار الصديقية للنشر، حسين داي الجزائر، 1989.
3. تقي الدين أحمد بن عبد الحلیم بن عبد السلام أبو العباس بن تيمية الحراثي: مجموع الفتاوى، جمع وترتيب عبد الرحمان بن محمد بن قاسم، ط1، دار عالم الكتب، الرياض، السعودية.
4. محمد الغزالي: مع الله دراسات في الدعوة والدعاة، (د ط)، 2003.
5. جمال الدين بن مكرم أبو الفضل بن منظور: لسان العرب، (د ط)، دار لسان العرب، بيروت، لبنان، (د ت)، ج2، مادة علم.
6. محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي: الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، ط1، دار طوق النجاة، 2000.
7. عبد اللطيف حمزة: الإعلام تاريخه ومذاهبه، (د ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965.
8. محمود محمد سفر: الإعلام موقف، (ط1)، دار الكتاب العربي السعودي، السعودية، 1982.
9. إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفوية، (د ط)، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1980.
10. معي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، (د ط)، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، دار الرفاعي بالرياض، 1984.
11. جمال الدين قوعيش: التربية الإعلامية والإعلام الرقمي مبحث في التحديات والإستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد 03.
12. محمد علاوة: الإعلام الجديد المفهوم، الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات، المجلد 01، العدد 02، 1917.
13. زهير إحدادن: لعولم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
14. محمد منير سعد الدين: الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، (د ط)، دار بيروت المحروسة للطباعة والنشر، بيروت-لبنان، 2002.
15. أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني: مسند الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: أحمد محمد شاكر، ط1، دار الحديث، القاهرة، 1995، ج4، رقم الحديث 4437.
16. محمد علي البسيوني: دولة الفيس بوك، ط1، دار الشروق القاهرة، 2009.
17. عادل عبد الله هندي: وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها الدعوي الآداب والآثار، حولية كلية الدعوة الإسلامية، المجلد 2، العدد 30، القاهرة، مصر.
18. خالد بن عبد الله: الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، ورقة علمية مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، 2012.
19. نجوى عبد السلام فهيم، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 02، العدد 04، أكتوبر-ديسمبر 2001.

20. يوسف القرضاوي: ثقافة الداعية، (د ط)، دار البعث، قسنطينة، الجزائر، 1984.
21. أحمد صدقي الدجاني: العرب والعملة، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، أبريل 2000.
22. عمرو عبد الكريم: العملة عالم ثالث على أبواب قرن جديد، (د ط)، المنار الجديد، العدد 03، (د ت).
23. عبد الله شحاتة: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، ط2، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986.
24. مريم ناريمان نومار: التدين الرقمي وبناء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية دراسة تحليلية لرموز الالتزام الديني الافتراضي في فيسبوك، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 20 (02).
25. عبد الكريم بليل: التدين الشبكي الرقمي الإسلامي: دراسة نقدية، مجلة الشهاب، المجلد 08، العدد 01.
26. عابد بن محمد السفيناني: العملة وخصائص دار الإسلام ودار الفكر، ط1، دار الفضيلة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001.
27. عبد الوالي مكي: التخطيط للدعوة الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود، 1993.
28. أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، 1987.

الحواشي والإحالات:

- 1 - أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي أبو الحسين: مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، بيروت، لبنان، 1979، المجلد الثاني، ص 279.
- 2 - جمعة أمين عبد العزيز: الدعوة قواعد وأصول، ط2، دار الصديقية للنشر، حسين داي الجزائر، 1989، ص 13.
- 3 - تقي الدين أحمد بن عبد الحلیم بن عبد السلام أبو العباس بن تيمية الحراثي: مجموع الفتاوى، جمع وترتيب عبد الرحمان بن محمد بن قاسم، ط1، دار عالم الكتب، الرياض، السعودية.
- 4 - محمد الغزالي: مع الله دراسات في الدعوة والدعاة، (د ط)، 2003، ص 13.
- 5 - جمال الدين بن مكرم أبو الفضل بن منظور: لسان العرب، (د ط)، دار لسان العرب، بيروت، لبنان، (د ت)، ج2، مادة علم، ص 871.
- 6 - محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي: الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه، تحقيق: محمد زهير بن ناصر الناصر، ط1، دار طوق النجاة، 2000.
- 7 - عبد اللطيف حمزة: الإعلام تاريخه ومذاهبه، (د ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1965، ص 30.
- 8 - محمود محمد سفر: الإعلام موقف، (ط1)، دار الكتاب العربي السعودي، السعودية، 1982، ص 64-65.
- 9 - إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي: المرحلة الشفوية، (د ط)، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1980، ص 29.
- 10 - محي الدين عبد الحلیم: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، (د ط)، مكتبة الخانجي، القاهرة، مصر، دار الرفاعي بالرياض، 1984، ص 147.
- 11 - جمال الدين قوعيش: التربية الإعلامية والإعلام الرقمي مبحث في التحديات والإستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 02، العدد 03، ص 2017.
- 12 - محمد علاوة: الإعلام الجديد المفهوم، الخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات، المجلد 01، العدد 02، 1917.
- 13 - إحدازهير إحدادين: لعلوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص 22.
- 14 - محمد منير سعد الدين: الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلامي، (د ط)، دار بيروت المحروسة للطباعة والنشر، بيروت-لبنان، 2002، ص 41.
- 15 - أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني: مسند الإمام أحمد بن حنبل، تحقيق: أحمد محمد شاكر، ط1، دار الحديث، القاهرة، 1995، ج4، رقم الحديث 4437، ص 257.
- 16 - محمد علي البسيوني: دولة الفيس بوك، ط1، دار الشروق القاهرة، 2009، ص 11.
- 17 - مؤنس حواس: بحث على الانترنت "فيس بوك يتصدر بـ3 مليار مستخدم".

18 - عادل عبد الله هندي: وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها الدعوي الآداب والآثار، حولية كلية الدعوة الإسلامية، المجلد 2، العدد 30، القاهرة، مصر، ص 115.

19 - خالد بن عبد الله: الإعلام الجديد وتأثيراته في تشكيل الرأي العام، ورقة علمية مقدمة في المنتدى السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، جامعة الملك سعود، الرياض، 2012.

20 - نجوى عبد السلام فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 02، العدد 04، أكتوبر-ديسمبر 2001، ص 221.

21 - يوسف القرضاوي: ثقافة الداعية، (د ط)، دار البعث، قسنطينة، الجزائر، 1984، ص 8.

22 - أحمد صدقي الدجاني: العرب والعملة، ط3، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، أبريل 2000، ص 62.

23 - عمرو عبد الكريم: العملة عالم ثالث على أبواب قرن جديد، (د ط)، المنار الجديد، العدد 03، (د ت)، ص 13.

24 - عبد الله شحاتة: الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، ط2، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1986، ص 33.

25 - عبد الصمد الديالمي: مقال على الانترنت "الإسلام الرقمي مصدر تيه أخلاقي، سبتمبر 2019.

<https://www.mominoun.com/articles>

26 - مريم ناريمان نومار: التدين الرقمي وبناء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية دراسة تحليلية لرموز الالتزام الديني الافتراضي في فيسبوك، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 20 (02)، ص ص 363-382.

27 - عبد الكريم بليل: التدين الشبكي الرقمي الإسلامي: دراسة نقدية، مجلة الشهاب، المجلد 08، العدد 01، ص ص 591-614.

28 - عابد بن محمد السفيناني: العملة وخصائص دار الإسلام ودار الفكر، ط1، دار الفضيلة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2001، ص 161.

29 - عبد الوالي مكي: التخطيط للدعوة الإسلامية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود، 1993.

30 - أحمد غلوش: الدعوة الإسلامية أصولها ووسائلها، ط2، دار الكتاب المصري، القاهرة، مصر، 1987، ص 437.

31 - يوسف ربابعة: التدين الرقمي من التسبيح الإلكتروني إلى الصلاة المليونية، موقع عمان نت، منشور بتاريخ: 2017/03/02، على الرابط:

<https://www.ammannet.net.php>

32 - susangeorge, religion and technology in the 21ST Century : Faith in the E-world, I dea Group hc.

33 - أحمد محمود أبو زيد، الدعوة الإسلامية عبر الانترنت، مقال منشور على الانترنت بتاريخ: 2008/03/15، على الرابط:

<https://www.alukah.net>

34 - مهيب الرفاعي، رحلة اضطهاد الإيغور في الصين، من الجواسيس إلى الكاميرات، مقال منشور على الانترنت بتاريخ: 2021/02/08، العربي الجديد على الرابط:

<https://alaraby.co.uk>