



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
معهد العلوم الإسلامية
قسم أصول الدين



توظيف قنوات اليوتيوب في الدعوة إلى الله - قناة دعوة أنموذجا -

مذكرة تخرّج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر
في العلوم الإسلامية - تخصص: دعوة وإعلام

إشراف الأستاذ:
إسماعيل عريف

إعداد الطالبتين:
رفيقة غنايم
الشيمااء مصطفىاوي

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
معمر قول	أستاذ محاضر "أ"	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
إسماعيل عريف	أستاذ متعاقد	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
هشام ميسه	أستاذ متعاقد	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	ممتحنا

السنة الجامعية: 1439 - 1440هـ / 2018 - 2019م



قال تعالى:

﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ

الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾

صدق الله العظيم

[النحل: 125]

إهداء

ننحني أمام الله العظيم الذي فتح باب المعرفة لنا وساعدنا على عبوره.

إلى من وقفوا بجانبنا وزادونا إصراراً لاستكمال مسيرة بحثنا

إلى من علمونا النجاح والصبر

إلى من ساندونا في مواجهة الصعاب

بعونهم ونصحهم وحنانهم والإلهام الذين ضحوا كثيراً لرؤيتنا فصل إلى هذا اليوم

والدينا الكرمين

إلى الإخوة والأخوات كل باسمه ووصفه

إلى روح صديقتنا في التخصص " نور الهدى نيهى " رحم الله مبسمها الجميل

إلى اللاتي تسكنُ صورهم وأصواتهم أجمل الأيام واللحظات التي عشناها

الصديقات والزميلات

إلى كل الدعاء إلى الله تعالى الذين بذلوا الغالي والنفيس من أجل إنقاذ الأمة من

العذاب الدنيوي والآخروي

إلى هؤلاء جميعاً نهدى ثمرة هذا العمل المتواضع

رفيقة والشيماء

شكر وندبر

قال تعالى: ﴿لِيَن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ﴾

نحمد الله على منته، وعظيم فضله، وسخاء كرمه وعلى جميع نعمه ما علمنا منها وما لم نعلم، واصلين شكرنا المتواضع وثنائنا عليه على ما منَّ به علينا من الانتهاء من إنجاز هذا البحث المتواضع، سائلين إياه أن يكون علماً نافعاً، وأجراً حسناً.

وانطلاقاً من قوله ﷺ «من لم يشكر القليل لم يشكر الكثير، ومن لم يشكر الناس لم يشكر الله»

نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ الفاضل "إسماعيل عريف" على تفضله بقبول الإشراف على بحثنا هذا، وعلى ما أسداه لنا من نصائح وإرشادات كانت بمثابة النبراس المنير في كل خطواتنا.

ولا يفوتنا في هذا المقام أن نوجه شكرنا واحترامنا للذين ساعدونا من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل ونخص بالذكر أساتذة تخصص الدعوة والإعلام :

د. مصطفى بلقاسمي، د. عبد الرحمان طيبي، د. علي خضرة، د. معمر قول، د. محمد الصديق قادري، أ. هشام ميسره، أ. الطاهر اعمار الأدم، وأستاذ اللغة الإنجليزية: فؤاد ملوكة، ومن كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية: د. رشيد خضير .

فنقول لهم جزاكم الله كل خير، وأثابكم الفردوس الأعلى

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة الموسومة بتوظيف قنوات اليوتيوب في الدعوة إلى الله - قناة دعوة أنموذجاً-، إلى بيان كيفية توظيف واستغلال موقع اليوتيوب في الدعوة إلى الله، وذلك من خلال تحليل محتوى قناة دعوة، وانطلاقاً من الإجابة على إشكالية مفادها: كيف يتم توظيف قناة دعوة على اليوتيوب في الدعوة إلى الله؟ وقد اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة تحليل المضمون لجمع البيانات، حيث كان مجتمع الدراسة مكوناً من 2647 مقطع فيديو، اخترنا منه 50 مفردة بطريقة قصدية، وجرى تحليلها وفقاً لاستمارة تحليل المضمون التي تم تحكيمها من طرف أساتذة مختصين في الدراسات الإعلامية، وتوصلنا من خلالها إلى أن قنوات اليوتيوب لها دور مهم وفعال في الدعوة إلى الله وبخاصة قناة دعوة على اليوتيوب ساهمت بشكل كبير في نشر الإسلام على هذا الموقع. الكلمات المفتاحية: توظيف، قنوات، اليوتيوب، الدعوة

Research Summary

This study is titled Employing YouTube Channels in the Call to Allah - call channel as a model -. It aims to show how to employ and exploit YouTube's website in the call to Allah by analyzing the content of the call channel from the answer to the problem: How to employ call channel on YouTube in the call to Allah? We have relied on the analytical descriptive approach, using the content analysis tool to collect data. The community of the study consisted of 2647 video clips; we chose 50 samples in a deliberate way. They were analyzed according to the content analysis form accordance with the content analysis form, which was judged by professors specialized in media studies. We have reached through that the channels of YouTube have an important role and effective in the call to Allah, especially call channel on YouTube which contributed significantly to the spread of Islam on this site.

Key words: Employing – Channels – YouTube – the Call

قائمة المختصرات

جزء	ج
صفحة	ص
هجري	هـ
ميلادي	م
طبعة	ط
دون طبعة	د.ط
دون مكان طبع	د.م
دون وجود ناشر	د.ن
دون تاريخ	د.ت
نسبة	%

مُقَلَّمَات

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وينوره تُشرقِ الظُّلمات، والصلاة والسلام على رسوله ورحمته للعالمين، وعلى آله وأصحابه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد:

شهدت السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً وتقدماً سريعاً في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث نتج عنه ظهور تقنيات جديدة ووسائل متطورة حديثة ساهمت بشكل كبير في تسهيل عملية الاتصال والتواصل بين الناس في كل مكان وزمان، وبالتالي تحوّلت التقنيات الحديثة من كماليات إلى ضروريات لا يمكن الاستغناء عنها، وقد أصبح الجميع يستخدم هذه الوسائل لتحقيق أهدافهم سواء كانت مشروعة أو غير مشروعة، ورغم أن علماء الفقه الإسلامي كانوا يعتبرون استخدام الوسائل التكنولوجية وبخاصة وسائل الإعلام والاتصال في أي مجال من المجالات رجساً من عمل الشيطان، نظراً لما تحويه من صور ذوات الأرواح وغير ذلك ممّا هو من هذا القبيل، إلا أن تفنن غير المسلمين في استعمالهم واستغلالهم لها في نشر وترسيخ قيمهم ومعتقداتهم في نفوس وعقول المسلمين، ومحاولتهم التأثير فيهم لإبعادهم عن دينهم، حثّم على علماء المسلمين مراجعة مواقفهم تجاهها وفتاويهم فيها والقول بجوازها مع وضع ضوابط لاستخدامها، وذلك لأجل مواجهة الإعلام الغربي الذي يُعدُّ ضرباً استعمارياً من أخطر أنواع الاستعمار الحديث، إنه الاستعمار الثقافي، الذي بات من الضروري التصدّي له ومجاوبته باستخدام الأسلحة ذاتها، أي باللجوء إلى استغلال الوسائل المعاصرة لخلق إعلام إسلامي يعمل على تحسين صورة الإسلام والمسلمين التي شوهدت للإعلام الغربي، وتذكير الأمة الإسلامية بدينها وبقيمها ودعوة غيرها من الأمم إلى هذا الدين الحنيف .

إن الأمة الإسلامية اليوم بأمرٍ الحاجة إلى دعاة يبلغون رسالة الإسلام ويمارسون الدعوة إلى الله تعالى من خلال التقنيات والوسائل المعاصرة، وأن لا يكتفوا بالوسائل

التقليدية وحسب، فالداعية الناجح لا بُدَّ له من تطوير ذاته وتحديث وسائله في إيصال رسالته الدعوية للناس كافة.

ومن بين هذه التقنيات أو الوسائل التي من شأنها تحقيق هذا الغرض مواقع التواصل الاجتماعي، كونها تحظى باهتمام بالغ وإقبال كبير من قبل رواد الشبكة العنكبوتية "الانترنت" في مختلف أنحاء العالم، وقد أحدثت هذه الوسائل نقلات نوعية في طبيعة العلاقات الإنسانية وفي سلم القيم والأفكار، حيث استطاعت أن تلغي حواجز المكان والزمان، وتسهل عملية تبادل الأفكار والآراء بسهولة ويسر، بالإضافة إلى تنوع مجالات استخدامها ما بين ترفيهية وتثقيفية وتعليمية واجتماعية وسياسية ودينية.. الخ

ويأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي شهرة وبروزاً (الفيسبوك، التويتر، الانستقرام، اليوتيوب) ويعتبر هذا الأخير أهم وسيلة من بين هذه المواقع وذلك لاختصاصه بمجموعة من المزايا منها مشاركة ورفع مقاطع الفيديو، حيث يوفر لأي شخص إمكانية فتح حساب على الموقع، و نشر الفيديوهات التي يريدها وبناء على هذا فإنه لا يجب على الداعية أن ينفصل عن هذا التقدم الحاصل في وسائل الاتصال المعاصرة، بل عليه أن يستفيد منها و يستغلها الاستغلال الأمثل بما يتناسب مع تعاليم الشريعة الإسلامية السمحة. وفي هذا الصدد لا يفوتنا أن نشير إلى كون الإسلام لم يجعل لنا طريقاً دعوياً محدداً، ولم يحصرنا في نهج واحد نسير عليه بحيث لا يمكن تجاوزه، بل إنه ترك لنا مساحة كبيرة للإبداع والابتكار، ووضع لنا قواعد ثابتة في السير على منهج الدين.

من هذا المنطلق سنحاول من خلال دراستنا هذه والموسومة بـ"توظيف قنوات اليوتيوب في الدعوة إلى الله" - قناة دعوة أنموذجاً-، معرفة سبل وطرائق توظيف قنوات اليوتيوب في الدعوة إلى الله وأثر ذلك وفاعليته في نشر وترسيخ القيم الإسلامية.

وللإحاطة بجوانب هذا الموضوع اعتمدنا خطة بحث منهجية إذ قسمناه إلى مقدمة وفصل منهجي وآخر نظري وثالث تطبيقي وأخيراً أتمناه بخاتمة وبعض اللواحق وقائمة المصادر والمراجع والفهارس.

حيث قمنا في الفصل الأول والذي تمثل في الإطار المنهجي للدراسة بإعطاء نظرة شاملة حول الإجراءات المنهجية لموضوع البحث، فطرحنا فيه إشكالية البحث، وحددنا أبرز تساؤلاته، وأهميته، وأهم الأهداف التي نرمي إلى بلوغها، كما وضعنا المنهج الذي اعتمدهنا ورأيناه الأنسب للدراسة، إضافة إلى تحديد مجتمع الدراسة وبيان أهم الدراسات السابقة في هذا المجال، دون إغفال الحديث عن فئات التحليل ووحداته، وتحديد مفاهيم الدراسة.

أما الفصل الثاني والمتمثل في الإطار النظري للدراسة، فقد تضمن على مبحثين، الأول منهما والمعنون بـ: "ماهية الوسائل الدعوية المعاصرة ومقتضياتها" خصصناه لبيان أهمية الدعوة واستخدام الوسائل الدعوية المعاصرة وحكمها وبيان ضوابطها في حين خصصنا المبحث الثاني معنون بـ: اليوتيوب وعلاقته بالدعوة للحديث عن موقع اليوتيوب (نشأته ومميزاته وعيوبه ودوره في الدعوة إلى الله).

وتمحور الفصل الثالث المتمثل في الإطار التطبيقي للدراسة حول القناة المختارة كأنموذج بين يدي هذا البحث، حيث شمل التعريف بقناة دعوة وتحليل النتائج الخاصة بالمضمون والشكل.

وذيلنا الدراسة بخاتمة تضمنت مجموعة من النتائج المتوصل إليها من خلال عملية البحث، وكذا جملة من التوصيات التي وجدناها ضرورية لإثراء هذا الموضوع مستقبلاً قصد تحقيق الأهداف التي سطرناها باختيارنا له.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة

ثانياً: تساؤلات الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أسباب اختيار الموضوع

سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة

سابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة

ثامناً: الدراسات السابقة

تاسعاً: صعوبات الدراسة

أولاً: إشكالية الدراسة:

يعتبر موقع اليوتيوب من أهم وأشهر مواقع الفيديو على شبكة الانترنت، ويستخدمه الكثير من الناس من أجل الترفيه أو متابعة الأخبار أو الأحداث العالمية، إلا أنه في الحقيقة يمكن استخدام هذا الموقع في مجالات أخرى أكثر فائدة ونفعاً للأمة الإسلامية منها المجال الدعوي.

وقد حاول بعض الدعاة استغلاله في الدعوة إلى الله، وذلك من خلال إنشاء قنوات على اليوتيوب تسعى لتبليغ رسالة الإسلام، ومن بين القنوات التي خصصت في هذا المجال نجد قناة دعوة، وهذه الأخيرة هي القناة المستهدفة في دراستنا، ومن هذا المنطلق وحتى نحصر موضوع بحثنا في إطار منهجي وعلمي محدد نطرح التساؤل الآتي:

كيف يتم توظيف قناة دعوة على اليوتيوب في الدعوة إلى الله ؟**ثانياً: تساؤلات الدراسة:**

يتفرع عن التساؤل الرئيسي المطروح آنفاً تساؤلات فرعية خاصة بالمضمون وأخرى خاصة بالشكل وهي على النحو الآتي:

1. تساؤلات المضمون (ماذا قيل؟):

- ما هي قناة دعوة؟
- ما هي أنواع الموضوعات التي تعالجها قناة دعوة؟
- ما هي أنواع القيم التي طرحتها قناة دعوة في عرض محتواها ؟
- ما هي الأهداف التي تسعى قناة دعوة إلى تحقيقها ؟
- ما هي مصادر الاستشهاد التي اعتمدت عليها قناة دعوة في عرض مضمونها ؟
- ما هي فئة الجمهور المستهدفة في قناة دعوة من خلال العينة المدروسة؟

2. تساؤلات الشكل (كيف قيل ؟):

- ما هي أكثر الأساليب الإقناعية المستخدمة في قناة دعوة؟
- ما هي اللغة المستخدمة في عرض محتوى قناة دعوة من خلال مفردة الدراسة؟

- ما هي أنواع القوالب الفنية المعتمدة في قناة دعوة لعرض موضوعاتها؟
- ما طبيعة الإخراج الفني لمحتوى قناة دعوة؟
- كم دقة وجودة الفيديو المعروض في قناة دعوة؟
- ما مدى الفترة الزمنية المحددة لمحتوى قناة دعوة؟
- ما هو حجم عنوان الفيديو في قناة دعوة؟
- ما مدى موافقة العنوان للصورة في المضامين التي تعرضها قناة دعوة؟
- ما هي وسائل وحجم تفاعل الجمهور مع المحتوى الذي تقدمه قناة دعوة؟

ثالثاً: أهمية الدراسة:

- تظهر أهمية هذه الدراسة في كونها تسلط الضوء على أحد أهم التقنيات المعاصرة التي يستخدمها ملايين البشر و التي تنقل إليهم الأفكار في لمح البصر، لتوضيح أهمية هذه الدراسة قسمناها إلى قسمين؛ أهمية علمية و أخرى عملية:
- ✓ **الأهمية العلمية:** تظهر الأهمية العلمية له ذه الدراسة كونها تتناول طرق الاستغلال الأمثل لموقع اليوتيوب وكيفية الاستفادة منه في الدعوة الإسلامية، وتتجلى في:
- ارتباط موضوع الدراسة بالدعوة التي هي وظيفة الأنبياء والرسول عليهم السلام.
 - يمكن أن تفيد الدراسة الحالية الدعاة والطلاب المهتمين بالدعوة إلى الله.
 - يمكن أن تسهم الدراسة الحالية في تطوير وسائل الدعوة ولو بالقليل.
 - حداثة الموضوع وتقديم إضافة علمية للتخصص.
- ✓ **الأهمية العملية:** وذلك من خلال:
- اكتساب الخبرة في أداة تحليل المضمون في التعرف على منهجها العلمي والتطبيقي من خلال دراسة محتوى قناة دعوة.
 - حاجة الأمة الإسلامية لمثل هذه القنوات الدعوية ذات القيم الأصيلة لخدمة الدعوة الإسلامية.

رابعاً: أهداف الدراسة: يصبو هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف تتوزع على نوعين من الأهداف بحيث يندرج بعضها ضمن الهدف الكلي، والآخر ضمن الهدف الجزئي.

✓ الهدف الكلي: ويتمحور حول:

- بيان كيفية توظيف اليوتيوب في الدعوة إلى الله.
- محاولة الإفادة من الجانب النافع من اليوتيوب وتفعيله أكثر.
- التأكيد على أن وسائل الدعوة متجددة وليست جامدة كما يتصور البعض.
- الوقوف عند أهم الوسائل المعاصرة التي تسمح بالتفاعل والمشاركة والنقاش كتابة وصوتا وصورة، وبيان كيفية الاستفادة الواقعية منها في مهمة الدعوة حتى يبقى الإسلام حياً ومتجدداً ومواكباً للعصر الحالي.
- التعرف على طبيعة المحتوى الذي تقدمه قناة دعوة.
- التعرف على مدى تفاعل متابعي قناة الدعوة مع المحتوى الذي تنشره على اليوتيوب.

✓ الهدف الجزئي: ويتمثل في:

- التعرف على أهم الموضوعات المتناولة في قناة دعوة.
- معرفة أهم القيم التي تتضمنها قناة دعوة.
- التعرف على الأهداف التي تسعى قناة دعوة إلى تحقيقها.
- معرفة المصادر المعتمدة في عرض موضوعات قناة دعوة.
- التعرف على وسائل وحجم تفاعل الجمهور المتابع لقناة دعوة.
- معرفة أكثر الأساليب الإقناعية المستعملة في محتوى قناة دعوة.

خامساً: أسباب اختيار الموضوع:

هناك مجموعة من الأسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع منها:

1. أسباب ذاتية: وتتمثل في:

- كثرة استخدامنا ومتابعتنا لقنوات اليوتيوب، أوجب علينا اختيار موضوع يتعلق به وربطه بتخصصنا الجامعي.

- إيماننا منّا بأن موقع اليوتيوب أبلغ الوسائل المعاصرة لإيصال الدعوة الإسلامية وأوفرها جهداً ووقتاً ومالاً.
 - حاجة الدعاة وطلبة العلوم الشرعية إلى مثل هذه المواضيع خاصة طلبة تخصصنا دعوة وإعلام.
2. أسباب موضوعية: وتتمحور حول:

- تعلق الناس بالتقنيات المعاصرة وتفضيلهم لها على الوسائل الأخرى.
- شهرة موقع اليوتيوب ورواج استخدامه من طرف مختلف فئات المجتمع.
- تفضيل الناس لموقع اليوتيوب عن بقية التقنيات الأخرى لأنه يتيح لهم مشاهدة ما يريدونه في الوقت الذي يفضلونه صوتاً وصورةً.
- انتشار ظاهرة إنشاء الأفراد لقنوات على اليوتيوب خاصة بهم.
- وقع اختيارنا على قناة "دعوة" كنموذج كونها - في حدود معرفتنا - من أشهر القنوات المتخصصة في مجال الدعوة ولتنوع المحتوى الذي تبثه.

سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة: يتضمن هذا العنصر مجموعة من النقاط منها:

1. نوع الدراسة ومنهجها:

أ. نوعها: تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية والتي تقوم على تصوير وتحليل وتقويم الظاهرة مهما كان تصنيفها، ووصفها وصفاً دقيقاً بهدف الحصول على معلومات كافية.

ب. منهجها: إنَّ المنهج في أدبيات البحث العلمي هو: "عبارة عن مجموعة من القواعد والإجراءات يتبعها الباحث للوصول أو الكشف عن الحقيقة، أو التي تقود إلى التوصل إلى نتائج سليمة في البحث"¹.

ويُعرَّفُ أيضاً بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة، حين نكون بها جاهلين أو من أجل البرهنة على الآخرين، حين نكون بها عارفين"².

1. إبراهيم رحمانى، خطوط رئيسية في كتابة البحوث الجامعية (ط:1، الوادي، مطبعة سخري ذ، 2013م) ص11.

2. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي (ط:3، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977م) ص4.

وقد رأينا بأن المنهج الأنسب لدراستنا هو "المنهج الوصفي التحليلي" لاعتماده على: "تجميع الحقائق والمعلومات، ثم وصفها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة"¹.

2. مجتمع الدراسة والعينة:

يُعرّف مجتمع الدراسة بأنه: "جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها"² ويقصد بمجتمع البحث في تحليل المحتوى "جميع الأعداد التي صدرت من الصحيفة أو مجموعة الصحف التي يتم اختيارها خلال فترة الدراسة أو جميع البرامج الإذاعية أو التلفزيونية أو جميع الأفلام أو المسرحيات التي أذيعت أو عرضت خلال فترة التحليل"³.

ويتكون مجتمع البحث في دراستنا من 2,647 مقطع فيديو موجود على قناة دعوة على اليوتيوب علماً بأن هذا العدد قد تم تحديده بتاريخ 2019/06/10.

ونظراً لكبر وضخامة مجتمع البحث وصعوبة إخضاع جميع مفرداته للدراسة قمنا باختيار 50 مفردة فقط من مجتمع البحث، واستخدمنا أسلوب العينة القصدية "وهي التي يختار الباحث أفرادها قصداً اعتقاداً منه بأنها تمثل مجتمع الدراسة"⁴.

3. أداة جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا على استمارة "تحليل المضمون" كأداة لتحليل الفيديوهات المختارة، ويُعرّف تحليل المحتوى على أنه: "أسلوب بحثي يهدف إلى الحصول على نتائج صادقة يمكن الحصول عليها من خلال إعادة الدراسة، وذلك من معلومات تتمثل في المحتوى"⁵.

1. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه (د.ط، د.م، د.ت) ص228.

2. محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها أساليبها ومجالاتها (ط:1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 1419هـ/1998م) ص71.

3. عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام (ط:2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1413هـ/1993م) ص156.

4. محمد بن عبد العزيز الحيزان، المرجع السابق، ص90.

5. المرجع نفسه، ص138.

4. تحديد فئات تحليل المضمون:

أ. فئة المضمون (ماذا قيل؟) ويحتوي على:

✓ فئة الموضوع (الفكرة): توجد العديد من الفئات التي تندرج تحت فئة المضمون، ولكن أكثر

الفئات عمومية هي فئة الموضوعات، لأنها تتعلق بالمحتوى الذي تدور حوله المادة

الإعلامية، ومن الموضوعات التي شملتها قناة دعوة نجد:

العقدية، التعبدية، الأخلاقية والتربوية، الأسرية والاجتماعية، الفكرية والثقافية، التراجم والسير

الوطنية والسياسية، الترفيحية.

✓ فئة القيم: اخترنا هذه الفئة كونها تتجلى في محتوى قناة دعوة وتشمل:

روحية، أخلاقية، إنسانية واجتماعية، فكرية وثقافية، وطنية

✓ فئة الأهداف: من بين الأهداف التي تسعى قناة دعوة تحقيقها نذكر:

- التقرب إلى الله.

- التحلي بالأخلاق الحسنة والتخلي عن الأخلاق السيئة.

- التنكير بالموت والدار الآخرة.

- التفكير والتدبر في آيات الله ومخلوقاته.

- الاقتداء بالأنبياء والرسل والصحابة والتابعين والصالحين.

- الثبات على الحق والصبر على المحن والرضا بقضاء الله.

- التربية السليمة وتكوين أسرة ناجحة.

- تثقيف المسلم وحثه على العلم النافع.

- بث الأمل والتفاؤل في النفوس.

- حب الوطن والولاء له.

✓ فئة المصادر: وهي ما استندت عليه قناة دعوة في عرض محتواها وتشمل:

آيات قرآنية، أحاديث نبوية، سير الأنبياء والرسل، سير الصحابة والتابعين والصالحين، أقوال

العلماء والفقهاء، الاستشهاد من الواقع، الاستشهاد من التاريخ، أرقام وإحصاءات، أدلة علمية

حديثية، أبيات شعرية، أقوال مأثورة.

✓ فئة الجمهور المستهدف: وهم الأفراد الذين توجه لهم الرسائل الإعلامية وهم:

- جمهور عام

- جمهور خاص: الرجال، النساء، الشباب، الأطفال، الآباء، الأزواج، الفقراء، الأغنياء.

ب. فئة الشكل (كيف قيل؟): ويتضمن:

✓ فئة الأساليب الإقناعية: تعتبر الأساليب الإقناعية وسيلة من الوسائل التي تستخدم في جذب

القارئ أو المستمع لمحتوى المادة الإعلامية وإقناعه بالفكرة.

فئة الأساليب الإقناعية العقلية: وتتمثل في:

الحجج والبراهين المنطقية، الاستشهاد بالأحداث والمعلومات الواقعية، بناء النتائج على

المقدمات، تقديم الأرقام والإحصاءات.

فئة الأساليب الإقناعية العاطفية: وتشمل:

القدوة الحسنة، النصيحة والموعظة، ضرب الأمثال، الترغيب، الترهيب والتحذير، القصة،

الأساليب اللغوية.

✓ فئة اللغات المستخدمة: وهي اللغات المستعملة في تقديم مضامين قناة دعوة وهي:

اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامية، اللغة الأجنبية، اللغة المختلطة.

✓ فئة قوالب العرض: وقد تمثلت في الأشكال التالية:

إلقاء، حوار، محاضرة، خاطرة، شعر، أنشودة.

✓ فئة الإخراج الفني: وتمثلت في الكيفية التي تم تصوير بها محتوى قناة دعوة وهي الآتي:

التصوير في المكان نفسه، التصوير في أماكن مختلفة.

✓ فئة جودة بث المحتوى:

.144p، 280p، 360p، 480p، 720p

✓ فئة زمن المحتوى:

قصير، متوسط، طويل.

✓ فئة طول عنوان المحتوى:

قصير، متوسط، طويل.

✓ فئة مدى موافقة العنوان والصورة المصغرة للمحتوى:

موافق، غير موافق.

✓ فئة وسائل وحجم تفاعل الجمهور مع المحتوى، وفيها:

عدد المشاهدات، عدد الإعجابات، عدد عدم الإعجابات، عدد التعليقات.

5. إجراءات الصدق :

تبعاً لما تتطلبه الإجراءات المنهجية للدراسة الخاصة باستمارة "تحليل المضمون"، فقد تم تصميم الاستمارة بناءً على ما تقدمه العينة المختارة من موضوعات مختلفة من حيث الشكل والمضمون، وقد عرضت الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين في جامعة الوادي على غرار: د. عبد الرحمن طيبي، د. معمر قول، أ. الطاهر الأدغم، أ. هشام ميسه، وذلك للتأكد من صدق صلاحيتها في عملية التحليل، وقد تم الموافقة عليها كما صُممت أول مرة.

6. مجال الدراسة: وينحصر في مجالين:

أ. المجال الزمني: تمت هذه الدراسة خلال فترة 5 أشهر بداية من شهر جانفي إلى غاية شهر ماي.

ب. المجال المكاني: موقع اليوتيوب، وبالضبط قناة دعوة

سابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة:

هناك عدة مفاهيم متعلقة بهذه الدراسة تحتاج إلى توضيح وبيان، هي:

1. تعريف توظيف:**أ. لغة:**

من الفعل وظّف يوظف توظيفاً أو وظيفة، فنقول وظّف الشيء على نفسه أي ألزمها إياه، والوظيفة ما يقدر له في كل يوم من رزق أو طعام أو علف أو شراب،¹ والتوظيف يعني تعيين الوظيفة.²

إذن التوظيف لغة يعني: الإلزام، الاستخدام، الاستعمال.

ب. اصطلاحاً:

التوظيف بالمعنى الاصطلاحي المؤسساتي، هو العملية المستمرة التي تقتضي البحث عن العناصر و ترغيبها للعمل، والمساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة.³ وهو أيضاً: اختيار وتعيين ووضع الشخص المناسب في المكان المناسب في المنظمة.⁴

ج. التعريف الإجرائي:

المراد بكلمة التوظيف في هذه الدراسة هو الاستعمال والاستغلال والاستثمار، أي كيف نستفيد ونستغل ونستعمل قنوات اليوتيوب في الدعوة إلى الله.

1. جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، ج9 (ط:3، بيروت، دار الصادر، 1414هـ) ص358.

2. مجد الدين الفيروز آبادي، القاموس المحيط، ج1 (ط:8، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1426هـ/ 2005م) ص860.

3. فريدة بن عمروش، كتاب الملتقى الدولي السنوي للبحث العلمي التربية على المواطنة وحقوق الإنسان (د.ط، طرابلس، مركز جيل البحث العلمي، 2018م) ص165.

4. شحاته صقر، إدارة العمل الدعوي (د.ط، اسكندرية، دار الخلفاء الراشدين ودار الفتح الإسلامي، د.ت) ص159.

2. تعريف القنوات:**أ. لغة:**

القنوات جمع قناة، وتعني الرمح الأجوف وكل عصا مستوية أو مُعوجة، كما تعنى مجرى الماء ضيقاً أو واسعاً.¹

والقناة: هي الآبار التي تحفر على الأرض متتابعة ليستخرج ماؤها ويسيح على وجه الأرض.²

ب. اصطلاحاً:

المراد بالقناة هنا: صفحة يمكن مشاهدتها من طرف الجمهور العام لموقع اليوتيوب، وتحتوي معلومات مفصلة عن المستخدم وتسجيلات الفيديو التي نشرها أو رفعها بالموقع والمقاطع المفضلة له.³

ج. التعريف الإجرائي:

القناة عبارة عن مساحة من موقع اليوتيوب يحصل عليها الفرد تلقائياً بمجرد تسجيله في الموقع، ويتسنى له من خلالها رفع وبت مقاطع الفيديو على اليوتيوب والتفاعل مع مقاطع الآخرين.

3. تعريف اليوتيوب:**أ. لغة:**

قيل: أن كلمة اليوتيوب (youtube) كلمة انجليزية معناها لك قناة.⁴

1. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، ج 2 (د.ط، اسكندرية، دار الدعوة، د.ت) ص764.

2. جمال الدين ابن منظور، مرجع سابق ص204.

3. عماد عيسى صالح محمد، الاستخدامات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو على شبكة الإنترنت (بحث مقدم إلى المؤتمر العشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات)، دار البيضاء، المغرب، 2009م ص7.

4. صالح زنداقي، عملية الاتصال الدعوي من خلال شبكة المعلومات العالمية (رسالة دكتوراه في تخصص الدعوة والإعلام) غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013م/ 2014م، ص229.

وقيل أيضا: كلمة "tube" معناها باللغة الإنجليزية : أنبوب أو قناة أو نفق، إلا أنها تستخدم في الولايات المتحدة للدلالة على جهاز التلفزيون، إذ يقول الأمريكيون "أشعل القناة" وليس "أشعل التلفزيون"، وأضاف مؤسسوا الموقع كلمة you التي تعني أنت، فيصبح المعنى "أنت على تيوب" أي "أنت على القناة للدلالة على أنّ كل شخص بإمكانه أن يصبح تلفزيونا، ويبث مقاطع مصورة.¹

إذن فمصطلح اليوتيوب مركب من كلمتين you و tube ويعني لغة: لك قناة أو أنت على القناة.

ب. اصطلاحا:

هناك مجموعة من التعريفات الاصطلاحية لموقع اليوتيوب منها:

تعريف (دوفي) حيث عرفه بأنه: " أكثر مواقع مشاركة الفيديو شهرة، والتي تمكّن المستخدمين من تحميل ومشاهدة، ومشاركة مقاطع الفيديو".

تعريف (كراش) في قوله هو: "أكثر مواقع استضافة الفيديو شيوعا، وهو مشابه لموقع جوجل فيديو، نستطيع من خلاله مشاهدة وتقييم مقاطع الفيديو التي يحملها أعضاء آخرون".²

تعريف (صالح زنداقي) بأنه: " هو موقع إلكتروني يقوم باستضافة مقاطع الفيديو وتنزيلها منه، سواء أكانت منتجة على المستوى الشخصي أم المؤسسي، في جميع أنحاء العالم".³

ونرى بأنّ التعريفات الثلاثة متشابهة في فحواها حيث أنها أجمعت على أن اليوتيوب أشهر موقع لاستضافة ومشاركة الفيديو على الإنترنت.

1. موقع جريدة عنب بلدي، "فيس بوك" و "يوتيوب" و "غوغل" وغيرها.. لماذا سميت هكذا؟

(www.enabbaladi.net/archives/138849) تاريخ التصفح: 2019/03/20.

2. أكرم عبد القادر عبد الله فراونة، فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية (رسالة ماجستير في تخصص تكنولوجيا التعليم) غير منشورة، كلية التربية، قسم مناهج وطرق التدريس، الجامعة الإسلامية، غزة، 1433هـ/ 2012م، ص46.

3. صالح زنداقي، مرجع سابق، ص229.

ج. التعريف الإجرائي:

اليوتيوب هو أشهر مواقع الويب المتخصصة في استضافة وبث الفيديوهات، حيث يسمح لجميع مستخدميه برفع ومشاهدة مقاطع الفيديو والتفاعل معها، وعنوان رابطته على شبكة الإنترنت www.youtube.com.

4. الدعوة:

أ. لغة:

الدعوة مشتقة من الفعل الثلاثي دعا يدعو دعوةً

و دَعَا بالشَّيْءِ دَعَا ودَعَا ودَعَا وَدَعَا وَدَعَا أَي: طلب إِحْضَارَهُ.¹

وَدَعَوْتُ اللهَ أَدْعُوهُ دُعَاءً أَي: ابتهلت إليه بالسؤال ورغبت فيما عنده من الخير، ودعوت زيدا أَي: ناديته.²

ودعا الرَّجُلُ دَعْوًا أَي: ناداه وصاح به، والدعاء بمعنى العبادة والاستغاثة لقوله تعالى:

﴿وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾ [البقرة: 23]، أَي اسْتَعِينُوا بِهِمْ.³

وفي قول الله عز وجل: ﴿أَجِيبْ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَاكَ﴾ [البقرة: 186]، يعني الدُّعَاءُ لله.⁴

و الدعاء : قوم يدعون إلى بيعة هدى أو ضلالة، والداعية: رجل يدعو الناس إلى دين أو بدعة.⁵

1. إبراهيم مصطفى وآخرون، مرجع سابق، ص 286.

2. أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير، ج 1 (د.ط، بيروت، المكتبة العلمية، د.ت) ص 194.

3. محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، ج 38 (د.ط، دم، دار الهداية، د.ت) ص 51.

4. محمد بن أحمد بن الأزهر الهروي، تهذيب اللغة، ج 3 (ط: 1، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 2001م) ص 76.

5. جمال الدين ابن منظور، مرجع سابق، ص 259.

ومن التعريفات اللغوية السابقة نجد أن للدعوة معانٍ كثيرة منها: الطلب، والسؤال، والنداء، والدعاء.

ب. اصطلاحاً:

عرف علماء الإسلام ومفكروه الدعوة بعدة تعريفات اصطلاحية فهناك من عرّف الدعوة بمعنى رسالة الإسلام وهناك من عرّفها بمعنى نشر وتبليغ الإسلام¹ وذلك على النحو الآتي:

- الدعوة بمعنى رسالة الإسلام:

عرفها محمد الرواي بأنها: " دين الله الذي ارتضاه للعالمين تمكينا لخلافتهم، وتيسيرا لضرورتهم، ووفاء بحقوقهم ورعاية لشئونهم، وحماية لوحدتهم، وتكريما لإنسانيتهم وإشاعة للحق والعدل فيما بينهم، هي الضوابط الكاملة للسلوك الإنساني وتقرير الحقوق والواجبات"²

وعرفها محمد الصواف بقوله: " هي رسالة السماء إلى الأرض وهي هدية الخالق إلى المخلوق، وهي دين الله القويم، وطريقه المستقيم، وقد اختارها الله وجعلها الطريق الموصل إليه سبحانه: ﴿إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ﴾ [آل عمران: 19]، ثم اختارها لعباده وفرضها عليهم، ولم يرض بغيرها بديلاً عنها: ﴿وَمَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَهُوَ فِي

الْآخِرَةِ مِنَ الْخَسِرِينَ﴾ [آل عمران: 85]"³

1. محمد بن عبد الرحمن بن عبد الله المرحوم، تعريف الدعوة لغة واصطلاحاً،

(www.alukah.net/sharia/0/109568/#_ftn6) تاريخ التصفح: 2019/3/20.

2. رؤوف شلبي، الدعوة الإسلامية في عهدها المكي مناهجها وغاياتها (ط:3، د.م، دار القلم، د.ت) ص23.

3. إسماعيل علي محمد، نحو تأصيل علمي لمصطلحات علوم الدعوة الإسلامية (ط:1، القاهرة، دار الكلمة للنشر والتوزيع، 1435هـ/2014م) ص14.

- الدعوة بمعنى نشر وتبليغ رسالة الإسلام:

عرفها أبو المجد نوفل بقوله: "هي قيام مَنْ عنده أهلية النصح والتوجيه السديد من المسلمين، في كل زمان ومكان، بترغيب الناس في الإسلام، اعتقاداً ومنهجاً، وتحذيرهم من غيرهم بطرق مخصوصة"¹.

وعرفها أحمد غلوش بقوله: "هي حركة تبليغ الإسلام ونشره بين الناس، والتذكير به، والدفاع عنه، والعمل على أن يكون منهج الحياة لكافة الأفراد وسائر المجتمعات، وهذه الحركة تتضمن الوسائل والأساليب والقائمين عليها والمخاطبين بها..."².

ومن وجهة نظرنا يمكننا القول بأنَّ تعريف الدَّعوة بمعنى التبليغ لكل من أبي مجد نوفل وأحمد غلوش هما الأفضل؛ لأنَّ هذين التَّعريفين شاملان إذ لم يقتصر على الدَّعوة كدين فقط كما في التَّعريفين الأوَّلين (أي تعريف محمد الراوي وتعريف محمد الصواف)، وإنما توسَّعا فيه ليشمل نشره وتبليغه للنَّاس بثتَّى الوسائل والأساليب المتاحة وجعله عقيدة ومنهجاً في حياتهم.

ج. التعريف الإجرائي:

الدعوة هي نشر الدين الإسلامي وأحكامه وتعاليمه وتبليغها للنَّاس وترغيبهم في تطبيقها في الحياة، ويكون ذلك بكل الطَّرُق والوسائل المشروعة الموائمة للعصر الذي يعيشون فيه.

ثامنا: الدراسات السابقة:

في حدود إطلاعنا وبعد رحلة بحث مطولة لم نجد دراسات سابقة عربية تناولت دراسة قناة على اليوتيوب، كما لم نجد دراسة تناولت توظيف اليوتيوب في الدعوة بشكل مفصل، ولكننا وجدنا دراسة واحدة فقط قامت بالتعرض إلى أثره في الدعوة بشكل غير موسع، وهناك

1 محمد أزهرى حاتم، الوسائل المشروعة والممنوعة في الدعوة إلى الله تعالى (رسالة ماجستير في تخصص الدعوة والإعلام) غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، قسم الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1420هـ/1421هـ، ص10.

2 أحمد أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها وسائلها وأساليبها في القرآن الكريم (د.ط، د.م، مؤسسة الرسالة، د.ت) ص32.

بعض الدراسات عرجت على دوره في الدعوة بصفة إجمالية في بضعة أسطر، وربما يرجع ذلك إلى حداثة عهد موقع اليوتيوب، وهذه بعض الدراسات التي تعتبر مشابهة لدراستنا إلى حد ما:

1. دراسة حصّة بنت عبد الكريم الزّيد (2013) بعنوان: "أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال الدعوة - موقع يوتيوب أنموذجاً - دراسة ميدانية في منطقة الرياض"¹

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهمية موقع اليوتيوب في الدّعوة إلى الله، وما مدى تأثر الفتيات بالتوجيهات الدّعوية الموجودة فيه، كما هدفت إلى التعرف على رأي الفتيات بالمقاطع الدّعوية على موقع اليوتيوب، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي في معالجة موضوع هذا البحث، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة عددها 141 فتاة سعودية من الرياض، وتحصلت على نتائج دراستها بتطبيق أداة واحدة وهي: الاستبانة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها ؛ هي أنّ مفردات العيّنة يستخدم موقع اليوتيوب باستمرار وأنهنّ غالبا ما يتأثرن بالمقاطع والمحاضرات والأفلام الدّعوية القصيرة التي تعرض على موقع اليوتيوب، وأنّ اليوتيوب فرصة دعوية لدعوة الآخرين.

لذلك يمكننا القول بأنّ هذه الدراسة تتطابق مع دراستنا في التطرق لموقع اليوتيوب من الجانب الدّعوي، وفي اعتماد كليهما على المنهج الوصفي، كما تتطابق معها في بعض النتائج المتوصل إليها منها أن لليوتيوب أثراً ودوراً مهماً وفعالاً في الدعوة إلى الله.

واختلفت دراستنا معها في اختيار مجتمع الدراسة والعينة وأداة جمع البيانات حيث اخترنا نحن عينة قصدية وأداة تحليل المحتوى لجمع البيانات بينما اختارت هي عينة عشوائية بسيطة والاستبيان لجمع المعلومات، إلا أننا استفدنا منها في الجانب المنهجي وفي إمدادنا بمعلومات عن أهمية ودور اليوتيوب في الدعوة إلى الله.

1. حصّة بنت عبد الكريم الزيد، أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال الدعوة (ط:1، الرياض، دار التدميرية، 1435هـ/2014م).

2. دراسة أشرف الدين بارش وصابر لعور (2016) بعنوان: "استخدام الطلبة الجزائريون¹ [الجزائريين] لليوتيوب والإشباعات المحققة منه - دراسة على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي أم البواقي"²

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة عادات وأنماط ودوافع استخدام الطلبة الجزائريين لموقع اليوتيوب والكشف عن الإشباعات المحققة من استخدامهم له، وقد اعتمد الباحثان على منهج المسح بالعينة، واختارا عينة قصدية قوامها 120 مفردة من طلبة جامعة العربي بن مهدي بمختلف الأطوار والتخصصات، واستخدما أداتين لجمع البيانات هما: الملاحظة والاستبيان، وتوصّلا إلى أنّ الطلبة الجامعيين في جامعة العربي بن مهدي يستخدمون اليوتيوب بشكل دائم، ودوافع استخدامهم له هي التسلية والترفيه أولا ثم التعليم والتنقيف ثانيا، أما الإشباعات المحققة منه فهي إشباعات اجتماعية بالدرجة الأولى ثم علمية بالدرجة الثانية ثم ترفيهية ثم إشباعات رياضية وآخرها إشباعات سياسية.

اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في متغير اليوتيوب وفي اختيار العينة القصدية من أجل الحصول على المعلومات المطلوبة، واختلفت دراستنا معها في جوانب استخدام اليوتيوب؛ حيث ركزنا نحن على جانب واحد لاستخدام اليوتيوب وهو المجال الدعوي، بينما ركز صاحبها على جميع جوانب استخدامه، كما كان الاختلاف مع دراستنا في مجتمع البحث وأداة جمع البيانات.

وبالرغم من أوجه الاختلاف بين دراستنا إلا أننا قد استفدنا من هذه الدراسة في معرفة أسباب استخدام الطلبة لليوتيوب ومعرفة المحتويات التي يفضلون مشاهدتها على الموقع.

¹ . هكذا وردت، والصواب ما أوردهنا [الجزائريين].

2. أشرف الدين بارش وصا بو لعور، استخدام الطلبة الجزائريون لليوتيوب والإشباعات المحققة منه (مذكرة ماستر في تخصص صحافة وإعلام إلكتروني) غير منشورة، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2015م/2016م.

3. دراسة سيد علي العابد وعبد الرؤوف بن يحيى (2017) بعنوان: "تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين - دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر قسم الإعلام والاتصال لجامعة قاصدي مرباح"¹

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين ومدى معالجتها وتناولها لمختلف القضايا، كما سعت إلى معرفة أسباب متابعة الطلبة الجامعيين إلى برامج البودكاست على اليوتيوب والإشباع المحققة منها، وقد اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، واختارا عينة قصدية أو تحكمية تتكون من 60 مفردة من طلبة السنة الأولى والثانية ماستر علوم الإعلام والاتصال، واستخدما أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة، وخلصت الدراسة إلى أنّ الطلبة الجامعيين يتابعون برامج البودكاست بصفة منتظمة على اليوتيوب، وأنّ دوافع متابعتهم لها من باب الترفيه وحب الإطلاع، كما توصلت أيضا إلى أنّ هذه البرامج تسهم في التوعية بقضايا المجتمع، وأنّ لها تأثيرا ايجابيا وسلبيا في الآن نفسه على الطلبة الجامعيين.

اشتركت دراستنا مع هذه الدراسة في دراسة الموقع نفسه وهو اليوتيوب وفي اعتماد كليهما على المنهج التحليلي الوصفي والعينة القصدية لدراسة موقع اليوتيوب، أما أوجه الاختلاف بينهما فتتمثل في أنّ دراستنا تهتم بجميع محتويات اليوتيوب الدعوية بينما هذه الدراسة تهتم بمحتوى واحد فقط وهو برامج البودكاست، كما تختلف دراستنا معها في مجتمع البحث وأداة جمع البيانات.

إلّا أنّنا استفدنا منها من الناحية المنهجية والنظرية والتطبيقية في الإحاطة بموضوع موقع اليوتيوب.

1. سيد علي العابد وعبد الرؤوف بن يحيى، تأثير اليوتيوب من خلال البودكاست على الطلبة الجامعيين (مذكرة ماستر في تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة) غير منشورة، كلية العلوم الإسلامية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016م/2017م.

4. دراسة عائشة ديس (2018) بعنوان: "دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات - دراسة ميدانية على عينة من طالبات علوم الاعلام والاتصال بجامعة الجيلاني بونعامه بخميس مليانة"¹

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى مساهمة اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات، ومعرفة العلاقة بين استخدام الطالبات لليوتيوب وتوسيع دائرة معارفهنّ، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي في دراستها وأجرت الدراسة على عينة قصدية عددها 70 مفردة من طالبات علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجيلاني بونعامه، وللوصول إلى أهداف الدراسة صممت الباحثة استمارة استبانة حتى تحصل على المعلومات المطلوبة، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها أن لليوتيوب دوراً معتبراً في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات وأن استخدامهنّ له لديه علاقة بتوسيع دائرة معارفهنّ. تشابهت دراستنا مع هذه الدراسة في التطرق إلى موقع اليوتيوب ومميزاته وفي اختيار العينة القصدية للحصول على المعلومات المطلوبة.

واختلفت دراستنا معها في دور اليوتيوب ومجالات استخدامه؛ حيث ركزت هي على دور اليوتيوب في التعليم واستخدامه في إكساب المعلومات الثقافية وتنمية الوعي الثقافي، بينما ركزت دراستنا على دور واستخدام اليوتيوب في الدعوة، كما اختلفت معها في مجتمع البحث وأداة جمع البيانات وفي النتائج المتوصل إليها بحيث توصلت دراستنا إلى أن لليوتيوب دوراً مهماً في الدعوة، بينما توصلت هي إلى أن لليوتيوب دوراً مهماً في تنمية الوعي الثقافي، غير أننا استفدنا من هذه الدراسة كثيراً في الجانب المنهجي والنظري والتطبيقي مع مراعاتنا لطبيعة دراستنا ومجتمع البحث والعينة المدروسة، ومن هنا نجد أن ما يميز دراستنا عنها هو تركيزها على مجال واحد فقط وهو استخدام واستغلال قنوات اليوتيوب في نشر الدعوة الإسلامية.

1. عائشة ديس، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات (مذكرة ماستر في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الجيلاني بونعامه، عين الدفلى، 2017م/2018م.

تاسعا: الصعوبات:

من الصعوبات التي اعترضتنا أثناء إنجاز هذه الدراسة:

- صعوبة تناول قناة دعوة بالدراسة التحليلية لاحتوائها على العديد من مقاطع الفيديو مع عدم وجود دراسات أخرى عربية - في حدود علمنا- قامت بدراسة قناة على اليوتيوب إسلامية أو غير إسلامية من قبل.
- التغير المستمر الحاصل في إحصائيات قناة دعوة على اليوتيوب ألزم علينا مراجعة محتواها أكثر من مرة لأجل تجديد الإحصائيات إلى أحدث تاريخ.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية الوسائل الدعوية المعاصرة ومقتضياتها

المطلب الأول: أهمية الدعوة واستخدام الوسائل الدعوية المعاصرة

المطلب الثاني: حكم الدعوة والوسائل الدعوية المعاصرة

المطلب الثالث: ضوابط الوسائل الدعوية المعاصرة

المطلب الرابع: تطويع الوسائل المعاصرة في الدعوة إلى الله

المبحث الثاني: اليوتيوب وعلاقته بالدعوة

المطلب الأول: نشأة اليوتيوب

المطلب الثاني: مميزات اليوتيوب

المطلب الثالث: عيوب اليوتيوب

المطلب الرابع: دور اليوتيوب في الدعوة إلى الله

تمهيد:

إن التطور الكبير في عالم التكنولوجيا، وتعدد وسائل الإعلام والاتصال ما بين السمعي والبصري، أوجب على الدعوة تطوير ذاتهم والارتقاء بالوسيلة المستخدمة في إيصال الرسالة الإسلامية إلى كافة الناس، مع الحفاظ على ثوابت الدعوة وأصولها، وقد وجدوا أن شبكة الانترنت خير وسيلة لنشر الدعوة لما تقدمه من خدمات مجانية لمستخدميها، من أهم هذه الخدمات التي توفرها موقع اليوتيوب، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل والذي يحتوي على مبحث خاص بالدعوة ومقتضياتها، وآخر بعنوان علاقة اليوتيوب بالدعوة.

المبحث الأول: ماهية الوسائل الدعوية المعاصرة ومقتضياتها

يحتاج الدّاعية إلى وسائل متطورة تواكب العصر الذي يعيشه المدعو ون لنجاح دعوته وتصل إلى أكبر عدد من النَّاس، وحاجة الدّاعية إلى وسائل معاصرة تستلزم معرفته بنوع الوسيلة وكيفية استخدامها وحكمها وضوابطها الشرعية التي يجب التقيد بها تجنباً للوقوع في المحرّمات، وسنتعرّف في هذا المبحث على حقيقة استخدام الوسائل الدعوية المعاصرة ومستلزماتها.

المطلب الأول: أهمية الدّعوة واستخدام الوسائل الدعوية المعاصرة

الفرع الأول: أهمية الدّعوة إلى الله تعالى

إنّ الدّعوة إلى الله تعالى وظيفه الأنبياء والرسل عليهم الصلاة والسلام، وتتجلّى أهميتها في الكثير من الأمور، نذكر منها:

- تبليغ رسالة الإسلام إلى جميع الناس،¹ ولولاها لما انتشر الإسلام ولما اهتدى العباد.²
- عبادة الناس لله وحده لا شريك له، وإخماد الشرك أو تقليبه في المجتمعات.
- إخراج الناس من الظلمات إلى النور وتبيين الحرام لهم من الحلال والحق من الباطل.³
- تعليم الناس أمور دينهم وأحكامه في العقود والمبايعات وجميع مناحي الحياة.
- تهذيب أخلاق الناس، وتقويم سلوكياتهم والتقليل من خصوماتهم وخلافاتهم والقضاء على أحقادهم.
- انتشار الخير وانقطاع الفساد وحفظ الأموال والأنفس والدماء والأعراض.
- إشاعة الأمن والسلام والرحمة بين العباد، وتحقيق العدل بين الأنام.⁴

1. فهد بن حمود العصيمي، الدعوة إلى الله وأهميتها ووسائلها (د.ط، د.م، دن، د.ت) ص14.

2. عدنان بن محمد آل عرعور، منهج الدعوة المعاصرة في ضوء الكتاب والسنة (ط:10، د.م، دن، 1432هـ) ص61.

3. فهد بن حمود العصيمي، المرجع السابق، ص14-15.

4. عدنان بن محمد آل عرعور، المرجع السابق، ص61-62.

الفرع الثاني: أهمية استعمال الوسائل الدعوية المعاصرة

إنّ استخدام الوسائل الدعوية المعاصرة الملائمة لمقتضيات العصر له أهمية كبرى لنجاح الدعوة الإسلامية ووصولها إلى جميع بقاع الأرض، وتكمن هذه الأهمية في مايلي:

- توفر الكثير من الجهد والوقت والمال؛ لأن من خلال هذه الوسائل يستطيع الداعية تقديم أي مادة دعوية بصورة سهلة وميسورة.¹
 - تساعد في فهم وإدراك المعلومة بتحويلها من المستوى المجرد إلى المحسوس.
 - تسهم في شدّ انتباه المدعويين لما تشمله هذه الوسائل من عناصر تشويق وإثارة.
 - تحافظ على بقاء أثر المعلومة الدعوية لمدة طويلة.
 - تسهم في زيادة رغبة المدعويين نحو التعلم والتعرّف أكثر على مزايا هذا الدين، كما تزيد من دافعيتهم في تطبيق ما يدعوهم إليه الإسلام.
 - ترفع من مستوى كفاءة الداعية أمام المدعويين، وتجعلهم أكثر حيوية ونشاطا وتفاعلا.
 - تساعد في تعزيز بعض القيم والأخلاق التي يدعو إليها الإسلام مثل: التعاون، والاحترام، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، عن طريق الصوت والصورة.
 - تعمل على ضبط وتعديل سلوكيات الأفراد والجماعات، مما يقلل من التصرفات والسلوكيات الخاطئة والمنحرفة التي غرقت فيها حياتنا المعاصرة.²
- ومن هنا فإن أهمية الدعوة إلى الله هي تأكيد وجود إلهية مطلقة وأن الوسائل الدعوية المعاصرة من أهم مصادر القوة في عصرنا لما لها من قدرة على التأثير في الناس.

1. محمد أزهري حاتم، مرجع سابق، ص90.

2. سالم أحمد سلامة، التقنيّة وأثرها في خدمة الدعوة الإسلامية (بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر) غير منشور، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، 1426هـ/2005م، ص388 - 339.

المطلب الثاني: حكم الدعوة والوسائل الدعوية المعاصرة

لمّا كانت الدعوة إلى الله تعالى وكذا وسائلها، يشتركان في بعض الأحكام والمبادئ والمستلزمات، كونهما مرتبطين ارتباط الغاية بالوسيلة، ارتأينا جمع حكمها في مطلب واحد.

الفرع الأول: حكم الدعوة إلى الله تعالى

إنّ الدعوة إلى الله تعالى واجبة على كل مسلم ومسلمة، كلّ بحسب قدرته وعمله وهي من فروض الكفاية لقوله تعالى: ﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ [آل عمران: 104]، فقد أمر الله تعالى في هذه الآية بالدعوة إلى الإسلام، والأصل في الأمر الوجوب على من خُوطب به بحسب القدرة والحال، وما يؤكد ذلك أنّ الفعل في الآية جاء مقترنا بلام الأمر، فدل على تأكيد الأمر، ووجوب القيام بوظيفة الدعوة إلى الله بحسب الأهلية والقدرة.¹

إذن فلا بد من قيام مجموعة من المؤمنين من فيهم كفاية في القرية أو المدينة بمهمة الدعوة إلى الله تعالى بحيث إذا قام بها البعض وتحقق المقصود سقط الإثم عن الباقين، أما إذا تقاعس الجميع أئتموا على التقصير في الواجب.²

وقال الشيخ عبد العزيز بن باز رحمه الله: "وصرح العلماء أنّ الدعوة إلى الله عز وجل فرض كفاية، بالنسبة إلى الأقطار التي يقوم فيها الدعاة، فإنّ كل قطر وكل إقليم يحتاج إلى الدعوة وإلى النشاط فيها، فهي فرض كفاية إذا قام بها من يكفي سقط عن الباقين ذلك الواجب، وصارت الدعوة في حق الباقين سنّة مؤكدة... إذا لم يقم أهل الإقليم، أو أهل القطر المعين بالدعوة على التمام، صار الإثم عاما، وصار الواجب على الجميع، وعلى كل إنسان أن يقوم بالدعوة حسب طاقته وإمكانه، أما بالنظر إلى عموم البلاد، فالواجب: أن يوجد طائفة منتسبة تقوم بالدعوة إلى الله جل وعلا في أرجاء المعمورة"³.

1. عبد الله بن صالح القصير، تبصرة الهداة بشأن الدعوة والدعاة (ط:2، دم، دن، 1430هـ / 2009م) ص19.

2. المرجع نفسه، ص20.

3. عبد العزيز بن عبد الله بن باز، مجموع فتاوى ابن باز، ج1 (د.ط، دم، دن، د.ت) ص330-331.

ومن الأدلة التي تثبت وجوب الدعوة إلى الله تعالى في الكتاب والسنة ما يلي:

- قوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

﴿[النحل: 125]

- وقوله أيضا: ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ ﴿[التوبة: 71]

- وقوله ﷺ: « لِيُبْلَغَ الشَّاهِدُ الْعَائِبَ، فَإِنَّ الشَّاهِدَ عَسَى أَنْ يُبْلَغَ مَنْ هُوَ أَوْعَى لَهُ مِنْهُ»¹

- وقوله كذلك « بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً»²

الفرع الثاني: حكم استعمال الوسائل الدعوية المعاصرة

ذكر العلماء والباحثون أن حكم الوسائل الدعوية المعاصرة لا يخرج عن هذه الحالات

الثلاث:

الحالة الأولى: إذا كانت الوسيلة منصوص على إباحتها ومشروعيتها في الكتاب والسنة

وحكمها توقيفي، فهي مشروعة ولا يجوز لأحد منعها أو تحريم استخدامها، ومثال ذلك قوله

تعالى: ﴿وَلَا تَجِدُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ﴾ [العنكبوت: 46]

وقوله أيضا: ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ [البقرة: 83]

الحالة الثانية: إذا كانت الوسيلة منصوص عليها بالتحريم أو المنع في الكتاب والسنة

وحكمها توقيفي، فهي غير مشروعة وممنوعة ولا يجوز استخدامها والاستعانة بها في الدعوة،

مثل: الكذب والزور³ لقوله تعالى: ﴿وَأَجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ﴾ [الحج: 30]

1. محمد بن إسماعيل البخاري، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه، ج1 (ط:1)،

بيروت، دار طوق النجاة، (1422هـ) باب قول النبي ﷺ، كتاب العلم، الرقم: 67، ص24.

2. المرجع نفسه، ج4، باب ما ذكر عن بني إسرائيل، كتاب أحاديث الأنبياء، الرقم: 3461، ص170.

3. عبد الرحيم بن محمد المغدوي، الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية (ط:2)، الرياض، دار الحضارة للنشر

والتوزيع، 1431هـ/ (2010م) ص690-691.

الحالة الثالثة: إذا كانت الوسيلة غير منصوص عليها بالإباحة أو بلمنع في الكتاب أو السنة، فالحكم فيها اجتهادي وتدخّل ضمن دائرة المباح أصلاً لأن الأصل في الأشياء الإباحة، مع مراعاة بعض الضوابط الشرعية التي سنذكرها في المطلب الموالي¹.

ونستنتج مما سبق أنّ الدعوة إلى الله واجبة وجوباً كفائياً، فإذا قام بها من يكفي من الدعاة أو طلاب العلم، سقط الإثم عن بقية المسلمين، وأنّ حكم الوسائل الدعوية له ثلاث حالات لا يخرج عنها وهي المذكورة سابقاً.

المطلب الثالث: ضوابط الوسائل الدعوية المعاصرة

هناك مجموعة من الضوابط ينبغي مراعاتها حتى نضمن مشروعية الوسائل الدعوية ونحافظ عليها من الفساد، وهذه الضوابط هي:

- أن تكون الوسيلة غير مخالفة لنصوص الشرع.
- أن تؤدي الوسيلة إلى المقصد المشروع.
- أن يكون المقصود من الوسيلة مشروعاً فإذا كان المقصد ممنوعاً شرعاً فإن جميع الوسائل المؤدية إليه ممنوعة ومحرمة.
- أن ينتج عن استعمال تلك الوسائل مصلحة أكبر من المفسدة، فإن كانت تسبب ضرراً كبيراً أكثر من المصلحة المرجوة فلا يجوز استعمالها لأنّ درء المفسدات الراجحة أولى من جلب المصلحة المرجوة².
- أن يتقن الداعية استعمال هذه الوسيلة الدعوية وفهمه لها، ومناسبتها لحال المدعويين ونفعهم وإفادتهم بها³.

¹ عبد الرحيم بن محمد المغذوي، المرجع السابق، ص 691.

² مصطفى بن كرامة الله مخدوم، قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية (ط:1، الرياض، دار اشبيليا للنشر والتوزيع، 1420هـ/1999م) ص 347-348، 350.

³ عبد الرحيم بن محمد المغذوي، مرجع سابق، ص 699.

وعليه فإن الوسائل الدعوية لا بد أن تكون مضبوطة بأحكام الإسلام في المنهج والوسيلة والأسلوب ومن تجاهل حكم هذه الضوابط فسينحرف عن مسار الدعوة، وبالتالي لا يفلح في تحقيق هذا المقصد النبيل الذي جاءت النصوص الشرعية داعية إليه ومحفزة عليه.

المطلب الرابع: تطويع الوسائل المعاصرة في الدعوة إلى الله

إنّ وسائل الدعوة المعاصرة كثيرة ومتعددة ولا يمكن حصرها في وسيلة واحدة فقط، ولقد ركزنا في هذا المطلب على أهم الوسائل وهي: (الصحف والمجلات، الإذاعة، التلفاز والقنوات الفضائية، شبكة المعلومات الدولية) باعتبار أنها أكثر الوسائل تأثيراً من جهة ، وللاختصار من جهة أخرى، مع عدم التقليل من شأن وأهمية الوسائل الأخرى.

الفرع الأول: الصحف والمجلات

تعتبر الصحف والمجلات من الوسائل القديمة من ناحية ظهورها إلا أنّها معاصرة من ناحية استخدامها وتطورها، حيث ظلت تتجدد مع كل زمنٍ وحدثٍ وتستفيد من التقنيات المعاصرة، حتى أنّها تحولت من صحف ومجلات ورقية إلى إلكترونية، وتعدّ الصحف والمجلات سلاحاً قوياً إذا ما أحسن استغلالها لصالح الدعوة الإسلامية على النحو التالي:

- استخدامها في نشر تعاليم الإسلام وتوصيله للنّاس.
- تزويد النّاس بالثقافة والمعرفة الإسلامية.
- اتخاذها منبراً لبيان أحكام الإسلام والإجابة عن تساؤلات الناس لحل مشاكلهم من منظور إسلامي.¹
- نشر المواد الإسلامية من أخبار وتفسيرات لها وآراء وتحقيقات.
- مناقشة القضايا الإسلامية خاصة تلك التي اختلف النّاس حولها في العصر الحالي.²
- الرد على جميع الشبهات التي يثيرها الأعداء ضد العقيدة والشريعة الإسلامية.¹

1. فتحة حشاش، أساليب ومهارات التنمية البشرية وعلاقتها بالدعوة الإسلامية (رسالة دكتوراه في تخصص الدعوة والثقافة الإسلامية) غير منشورة، كلية العلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2013م/2014م، ص148.

2. أحمد أحمد غلوش، مرجع سابق، ص445.

الفرع الثاني: الإذاعة

تعتبر الإذاعة من أيسر الوسائل الدعوية وأسهلها استعمالاً وأقل تكلفة، وهي تصل إلى جميع شرائح المجتمع من رجال ونساء، ومتقنين وعوام، والإذاعة لا تُلزم المستمع لها التوقف عن عمله بل يمكنه الاستماع لها أثناء أدائه لمهامه اليومية لأنها تعتمد على حاسة السمع فقط، ولصغر حجم المذياع وسهولة اصطحابه إلى أي مكان في أي وقت تكون أنفع وأيسر استعمالاً، ويمكن تطويع الإذاعة في الدعوة على النحو التالي:

- طرح الموضوعات الهامة التي تخص الأمة وتشغل بالها.²
- تقديم دروس اللغة العربية لغير الناطقين بها؛ من أجل تعليمها للجاليات الإسلامية.³
- متابعة الأحداث والمناسبات من طرف الدعوة وإيصالها للناس مع تحليلها وبيان حكمتها الدينية كشهر رمضان وعيد الأضحى.
- مناقشة قضايا المرأة والعمل والتجارة والشباب وتقديم الحلول لها.⁴
- بث البرامج المتنوعة كالقرآن الكريم والآذان والمحاضرات الدينية.⁵
- إبراز الصورة الحقيقية والصادقة المشرفة للأمة الإسلامية.
- تصحيح الصورة الذهنية والمفاهيم الخاطئة عن الإسلام والمسلمين في الغرب.
- مواجهة الحملات المغرضة التي شنّها بعض الأجهزة الإعلامية الغربية على الإسلام والمسلمين.⁶

1. فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة (ط:1، بيروت، مؤسسة الرسالة، د.ت) ص427.

2. عدنان بن محمد آل عرعور، مرجع سابق، ص414.

3. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثي (ط:1، د.م، الدار العالمية، 2003م) ص167.

4. أحمد أحمد غلوش، مرجع سابق، ص438 - 439.

5. هند بنت مصطفى شريقي، أثر الإذاعة المدرسية والأشرطة والتسجيلات السمعية في الدعوة

(www.alukah.net/social/0/82954) تاريخ التصفح: 2019/2/2.

6. جامعة الإيمان، ندوة الإيمان الثانية (1426هـ)، الفصل الخامس: وسائل وأساليب الدعوة المعاصرة

(www.jameataleman.org/main/articles.aspx?selected_article_no=1867) تاريخ التصفح: 2019/2/2.

الفرع الثالث: التلفاز والقنوات الفضائية

يعتبر التلفاز من أكثر الوسائل انتشاراً، وأقواها تأثيراً على المجتمعات البشرية لجمعه بين حاستي السمع والبصر، وهو وسيلة لإيصال المعلومات ونقل الحدث بالصورة والصوت، بهدف إكساب الفرد كمّاً من المعلومات والتأثير عليه سلباً أو إيجاباً، ويمكن الاستفادة منه في الدعوة عن طريق:

- إطلاق قمر صناعي إسلامي في منطقة أو مناطق عديدة من العالم بهدف نشر الإسلام و إفادة المسلمين في كل مكان في تحديد الأشهر والقبلة ومواعيد الصلاة...
- إنشاء قنوات خاصة بالإسلام، تنشر عقيدته وتبين شريعته وتوضح عباداته وأخلاقه.
- تخصيص برامج تُبين سماحة الإسلام ويُعده عن التطرف والإرهاب والعنف.
- تخصيص برامج هادفة للأسرة والطفل والطلاب وذوي الاحتياجات الخاصة.¹
- ظهور الدعوة في التلفاز لنشر دين الله وبيان الشرك ووسائله والتحذير منه، والرد على أهل الباطل.
- استخدام الصورة والحركة لإرشاد المسلمين وتعليمهم ما ينفعهم مثل: كيفية أداء الصلاة وشعائر الحج... الخ.²
- تحرير العقل الإسلامي من قيود الأوهام والخرافات وتغيير المفاهيم الخاطئة عن الإسلام التي تراكمت بتأثير الإعلام المعادي، وخاصة الغربي.
- الترفيه عن النفس من التعب بأسلوب أخلاقي نظيف عن طريق المشاهد التي تُبين عظمة الخالق، والقصص التاريخية التي تُبرز بطولات المسلمين والقصص الاجتماعية التي تُظهر السلوك الإسلامي النبيل.³

1. عبد الرحيم بن محمد المغذوي، مرجع سابق، ص 910.

2. سعيد بن علي بن وهف القحطاني، العلاقة المثلى بين الدعوة ووسائل الاتصال الحديثة في ضوء الكتاب والسنة (ط: 1، الرياض، مطبعة سفير، 1432هـ) ص 72 - 74.

3. فهمي قطب الدين النجار، وسائل الإعلام (التلفزيون)، (www.alukah.net/culture/0/73370) تاريخ التصفح: 2019/2/2.

الفرع الرابع: شبكة المعلومات الدولية

تعتبر الإنترنت من أهم وأسرع التقنيات التي نتجت عن التطور التكنولوجي وأقلها تكلفة، كما تقدم هذه التقنية العديد من الخدمات المجانية للملايين من الناس في جميع أنحاء العالم، ويمكن استغلال الخدمات التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية في الدعوة كما يلي:

أولاً: المنتديات والمواقع الإلكترونية: وتسهم في:

- إنشاء مواقع إسلامية دعوية، وتضمينها بمجموعة هائلة من الكتب الفقهية والشرعية والترجمات لمعاني آيات القرآن الكريم إلى الكثير من اللغات العالمية.¹
- إنشاء المنتديات الإسلامية لسد الفراغ الموجود في الكثير من المواضيع الشرعية وتقسيمها إلى أقسام وفروع وتخصيص كل علم من علوم الشريعة بقسم أو فرع خاص به مثل: (قسم العقيدة- الفقه- علوم القرآن).
- مساعدة الأعضاء الذين يطرحون مشاكلهم في المنتدى أملاً في إيجاد حل لها، والتي في الغالب يكون سببها نقص الوازع الديني والفراغ الروحي، وذلك عن طريق تقديم حلول لحالتهم بأسلوب مناسب.²
- فتح الدعاة الم زوّدين بالعلم الشرعي أبواب الحوار مع أصحاب الفكر المتطرّف في المنتديات، ومحاورتهم وبيان فساد ما ذهبوا إليه، وتصحيح أفكارهم المنحرفة.
- مشاركة الدعاة في كلّ منطقة في المنتدى المحلي الذي يمثلها، والاستفادة من تلك المشاركة عن طريق تصحيح الأفكار الخاطئة والعادات المخالفة للشرعية التي تظهر من أبناء تلك المنطقة المسجلين في المنتدى.³

1. الجوهرة بنت محمد العمراني، وسائل دعوة غير المسلمين 3-3

(main.islammessage.com/newspage.aspx?id=29216)، تاريخ التصفح: 2019/2/2.

2. تركي بن أحمد العصيمي، كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت (د.ط، الرياض، دار المعارج للنشر والتوزيع، 1421هـ) ص117، 118-119.

3. إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية وكيفية استخداماتها الدعوية (رسالة دكتوراه في تخصص الدعوة والاحتساب) غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1427هـ، ص229، 233.

ثانياً: البريد الإلكتروني: يساعد على:

- مراسلة الآخرين عبر البريد الإلكتروني، وإرسال رسائل دعوية لهم مع إرفاقها بصور أو مقاطع فيديو إسلامية إن أمكن ذلك.¹
- مراسلة غير المسلمين عن طريق البريد الإلكتروني ودعوتهم إلى الإسلام.
- استخدام البريد الإلكتروني في استقبال أسئلة المستفتين والإجابة عن السائلين.²
- مراسلة من تظهر منهم مخالفات شرعية ولهم بريد إلكتروني مثل الكتّاب والصحفيين، والتجار وغيرهم، وتذكيرهم بالله عز وجل.
- مراسلة مؤسسي القوائم البريدية العرب المختصة قوائمهم في نشر الصور الإباحية، والنكت الساخرة، وغيرها من المواضيع اللا أخلاقية عبر البريد الإلكتروني الخاص بهم، ودعوتهم إلى التوبة النصوحة، وتذكيرهم بالعذاب الأليم الذي ينتظرهم في الدنيا والآخرة إذا لم يتركوا هذه المحرمات الشرعية.³

ثالثاً: مواقع التواصل الاجتماعي: ومنها:

1 - الفيسبوك: وهو من أهم مواقع التواصل الاجتماعي في العصر الحالي ومن بين أهم الفوائد التي يقدمها في المجال الدعوي نذكر:

- فتح الدعاة صفحات شخصية خاصة بهم على الفيسبوك، ومخاطبة الجماهير ونشر الدين الإسلامي داخل وخارج الوطن العربي.
- إنشاء مجموعات تدعو إلى الحث عن الفضيلة والقيم النبيلة ونشرها بين الناس.
- مراسلة الداعية جميع الصفحات الموجودة لديه بما يريد توصيله من قيم وأخلاق وأعمال فاضلة.⁴

1. تركي بن أحمد العصيمي، المرجع السابق، ص 91 - 92.

2. عبد الرحمن بن معاوية الشهري، الدعوة إلى الله عبر الإنترنت أساليبها ووسائلها (د.ط، د.م، د.ن، 1432هـ) ص 24.

3. إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، المرجع السابق، ص 139، 153.

4. عادل عبد الله الهندي، تطويع وسائل التكنولوجيا الحديثة في الدعوة إلى الله (main.islammmessage.com/newspage.aspx?id=5587)، تاريخ التصفح: 2019/2/2.

- التواصل مع غير المسلمين عن طريق الدردشة (Chat) بلغتهم وتوضيح صورة الإسلام الصحيحة التي شوهدا الغرب عبر إعلامهم.
- التصدي للمجموعات والصفحات التي تقوم بتشويه صورة الإسلام والضغط على إدارة الفيسبوك لإغلاقها.¹

2 - التويتر:

التويتر هو الآخر من الوسائل أو المواقع المهمة في هذا المجال ، و يمكن استغلال التويتر في الدعوة إلى الله عن طريق التغريدات والوسم -الهاش تاق- ورمزه # ؛ حيث يقوم الداعية بالبحث عن أكثر الهاش تاقات الأجنبية نشاطا واستعمالا ويجمعها كلها في تغريدة واحدة، ثم يختار عنوانا جذابا ومناسبا باللغة التي يريد دعوة أهلها إلى الإسلام، ويرفق التغريدة بمقطع فيديو يدعو إلى الإسلام أو بتلاوة مؤثرة، ويجب أن يكون هذا المقطع مصحوبا بترجمة لمعاني القرآن الكريم باللغة الإنجليزية أو بلغة المدعوين، وبعدها يقوم بنشر التغريدة على حسابه بالتويتر لتظهر للمشاركين في التويتر الذين يتابعون ذلك الوسوم الموجود في التغريدة، وإذا وصلت الداعية استفسارات من قراء التغريدة فيمكنه إحالتهم إلى مواقع إسلامية.²

وعلى ضوء ما سبق يمكننا القول بأن الدعوة إلى الله لا تقتصر على الوسائل التقليدية فقط، فمع التقدم الحادث في عالم التكنولوجيات يتوجب على الدعاة التجديد في الوسائل الدعوية لتحقيق رسالة الإسلام، فالداعية مطالب بأن يطور ذاته ويطور من الوسيلة المستخدمة في دعوته.

1. عادل عبد الله الهندي، مرجع سابق، تاريخ التصفح: 2019/2/2.

2. صالح زنداقي، مرجع السابق، ص 226- 227.

المبحث الثاني: اليوتيوب وعلاقته بالدعوة

يعتبر موقع اليوتيوب أحد أهم الخدمات المجانية التي تقدمها شبكة المعلومات الدولية لمستخدميها، وقد تنبّه بعض الدعاة إلى أهميته في الدعوة إلى الله وفعاليته في إيصال رسالة الإسلام إلى جميع الناس في جميع أنحاء العالم بمختلف أجناسهم ولغاتهم، كونه يعتمد على الصوت والصورة معاً، ولتوفره على عدّة مزايا تميزه عن بقية خدمات الإنترنت الأخرى والتي سنذكرها لاحقاً، وسنحاول في هذا المبحث التعرف على ماهيته ودوره في الدعوة إلى الله تعالى، وذلك من خلال:

المطلب الأول: نشأة اليوتيوب

أنشئ موقع اليوتيوب في شهر فيفري سنة 2005م بواسطة ثلاثة موظفين كانوا يعملون لدى شركة البايبل -paypal- المختصة في التجارة الالكترونية وهم: الأمريكي تشاد هيرلي والتايواني ستيف تشين والبنغالي جاود كريم.¹

وقد جاءت فكرة إنشاء هذا الموقع عندما كان هؤلاء الأصدقاء الثلاثة في حفلة لأحد الأصدقاء بولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث قاموا بالتقاط بعض مقاطع الفيديو وأرادوا أن يرسلوها إلى أصدقائهم عن طريق البريد الإلكتروني لكنهم لم يستطيعوا لأن البريد لا يقبل الملفات ذات الحجم الكبير، ومن هنا تبلورت فكرة إنشاء موقع اليوتيوب لمشاركة ملفات الفيديو على شبكة الإنترنت.²

كانت أول انطلاقة تجريبية للموقع في ماي 2005م، أما الانطلاقة الرسمية فكانت في شهر نوفمبر من العام نفسه،³ وأول فيديو رفع ونشر على اليوتيوب كان من طرف جاود كريم بعنوان "Me at the zoo" أي "أنا في الحديقة" وذلك بتاريخ 23 أبريل 2005م،

1. عائشة ديس، مرجع سابق، ص66.

2. رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على الإنترنت، دراسة منشورة ضمن وقائع مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لواقع جديد، جامعة البحرين، بتاريخ 7 - 9 أبريل 2009، ص521.

3. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (ط:1)، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، (2004م) ص90.

وكانت مدّة الفيديو 19 ثانية فقط، ومنذ ذلك الوقت بدأ اليوتيوب ينتشر انتشاراً سريعاً في شتى أنحاء العالم بسبب عدد مقاطع الفيديو التي تبث عليه وعدد مشاهدتها التي وصلت إلى الملايين.¹

في عام 2006م قامت شركة جوجل - Google - بشراء موقع اليوتيوب بصفقة ضخمة قيمتها حوالي 1.65 مليار دولار، وأعلنت أن مستخدميه يرفعون كل دقيقة حوالي 35 ساعة فيديو، أي ما يعادل 50400 ساعة في اليوم، وهذا الأمر يفوق ما تقوم به أكبر ثلاث محطات تلفزيونية أمريكية مجتمعة في مدة 60 عاماً تعمل ليلاً ونهاراً دون انقطاع.

وقد أشارت بعض الإحصائيات لعام 2010م أنّ عدد مشاهدات الفيديوهات على اليوتيوب بلغت 700 مليار مشاهدة، وعدد ساعات الفيديو التي رفعت عليه وصلت إلى 13 مليون ساعة، وفي عام 2011 بلغ عدد زواره 800 مليون زائراً شاهدوا 90 مليار مشاهدة، وعدد ساعات التحميل وصلت إلى 60 ساعة فيديو كل دقيقة أي ما يعادل 08 سنوات من العرض المستمر يومياً،² أما عام 2012م فقد بلغت عدد الساعات المحمّلة إلى اليوتيوب 72 ساعة كل دقيقة، وبلغ عدد المتفاعلين مع مقاطع الفيديو بواسطة الإعجاب به أو مشاركته 100 مليون شخص كل أسبوع.³

ومما سبق نلاحظ أن اليوتيوب تطور بسرعة كبيرة في فترة وجيزة ليصبح أول وأهم موقع مجاني لمشاركة الفيديو على الإنترنت، يقوم على شعار وفكرة مبدئية مفادها: بث نفسك أو عبّر عن نفسك broadcast yourself.⁴

1. خالد غسان يوسف مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ط:1، الأردن، دار النفائس، 1434هـ/ 2013م) ص 43.
2. علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص 90 - 91.
3. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة (ط:1، عمان، دار البداية، 2014م/ 1435م) ص 342.
4. مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (رسالة ماجستير في تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011م/ 2012م، ص 64.

المطلب الثاني: مميزات اليوتيوب

يتميز موقع اليوتيوب بعدة خصائص ينفرد بها عن بقية المواقع الأخرى الموجودة على شبكة المعلومات الدولية، ومن أهم هذه المميزات نذكر:

- توفره على ميزة الصوت والصورة معاً في الوقت ذاته، مما يجعله أكثر تأثيراً على المتصفحين للموقع.
- يمتاز بالعمومية والمجانية؛ حيث يستطيع أي شخص من خلاله تحميل وتنزيل ما يشاء من الأفلام، شرط التسجيل فقط في الموقع والالتزام بضوابط التحميل.¹
- سهولة استعماله من طرف العامة ومشاهدة مقاطع الفيديو التي يبثها.
- وسيلة مجانية رائعة للترويج للأفكار الخاصة وشرحها للعامة من دون تكاليف، ومناسبة لجميع الأفراد والشركات.²
- يضم مقاطع الفيديو المنتجة على المستوى الشخصي أو المؤسسي.
- يسمح لجميع المتصفحين للموقع بمشاهدة مقاطع الفيديو سواء كانوا مشتركين في الموقع أو غير مشتركين.³
- يمكن إنشاء قنوات منفصلة لكل مستخدم مسجل في اليوتيوب، ويُسمح له بالاشتراك في أي قناة على اليوتيوب يريدّها حتى تصله رسالة على بريده الإلكتروني تُعلمه بوجود مقاطع فيديو جديدة نُشرت في هذه القناة.
- توفره على ميزة تحرير الفيديو مباشرة على الإنترنت وتعديله، حيث أصبح بإمكان المستخدمين لليوتيوب الاستغناء عن برامج تحرير الفيديو خاصة لمن ليس لديهم خبره في التعامل مع تلك البرامج.⁴

1. هناء قاسمي وآخرون، استخدامات الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية (مذكرة ماستر في تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2015م/2016م، ص 99.

2. خالد غسان يوسف مقدادي، مرجع سابق، ص 44 - 45.

3. صالح زندق، مرجع سابق، ص 230.

4. أكرم عبد القادر عبد الله فراونة، مرجع سابق، ص 47 - 48.

- توفره على خاصية مشاركة مقاطع الفيديو ونشرها على صفحات المدونات والشبكات الاجتماعية لتتم مشاهدتها بشكل فوري.
- يسمح للمستخدمين بترك تعليقاتهم على معظم مقاطع الفيديو.¹
- يقدّم خدمة التوثيق للأحداث بالتفصيل؛ بمجرد وقوع حدث من الأحداث يتم تصويره وتوثيقه لحظة وقوعه من طرف من شاهدوا هذا الحدث ومن ثمة بثّه على اليوتيوب كالمجازر وجرائم القتل والدمار والتشريد التي تعرضت لها الكثير من الدول خاصة العربية والإسلامية، وتوثيق الأحداث والصّور عن طريق اليوتيوب يفضح الكذب والتزوير، ويكشف الحقائق التي من مصلحة البعض إخفاؤها.²
- إمكانية ترجمة الفيديوهات المنشورة على اليوتيوب إلى عدّة لغات ترجمة فورية، ممّا يتيح لأيّ مستخدم مهما كانت لغته الاستفادة ممّا يُبث على اليوتيوب.³
- توفره على ميزة البث المباشر؛ وهي خاصية أتاحت للكثير من محطات البث والقنوات التلفزيونية عرض برامجها مباشرة على اليوتيوب، وسمحت للمشاهدين متابعة البث المباشر من أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول يدعم هذه التقنية.⁴
- إمكانية كسب المال عن طريق اليوتيوب؛ حيث يمكن لأي شخص يمتلك قناة على اليوتيوب تحتوي على مقاطع فيديو أصلية ومميزة وعليها إقبال من طرف المتصفحين أن يشترك في نظام الشراكة مع اليوتيوب فيعرض هذا الأخير إعلانات بجوار وداخل الفيديوهات التي تبثها تلك القناة وبعدها يتم تقسم الأرباح بين اليوتيوب وصاحب القناة التي عُرضت فيها الإعلانات.⁵

1. حصة بنت عبد الكريم الزيد، مرجع سابق، ص30.

2. علي خليل شقرة، مرجع سابق، ص92 - 93.

3. المرجع نفسه، ص96.

4. خالد غسان يوسف مقدادي، مرجع سابق، ص45.

5. كنزة مناخ، استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة منه (رسالة ماجستير في تخصص اتصال وعلاقات عامة) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016م/ 2017م، ص88.

ومن كل هذا نستخلص أنّ أهم ما يميّز موقع اليوتيوب على بقية المواقع الأخرى أنّه يجمع بين ميزة الصوت والصورة والحركة، كما يعتبر منصّة إعلامية فعالة وممتازة للاستخدام الشخصي والترويج للأفكار الخاصة.

المطلب الثالث: عيوب اليوتيوب

بالرغم من تعدّد مميزات موقع اليوتيوب إلا أنّ له مجموعة من العيوب تواجه مستخدميه نذكرها في النقاط التالية:

- عدم وجود رقابة أخلاقية على مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب، فإذا أراد المتصفح مشاهدة فيديو دعوية قد تواجهه صور محرّمة.¹
- بث اليوتيوب لأفلام تحتوي على العنف، وهذه الأفلام لها تأثيرات سلبية على تصرفات وسلوكيات المتصفحين للموقع.
- بث اليوتيوب لمواد سياسية محظورة مثل تلك التي تصور رؤساء الدول أو الحكومات في مواقف غير مرغوبة لهذه الشخصيات أو الأنظمة، ممّا أدى إلى حجب الموقع من طرف بعض الدول منها: أرمينيا عام 2008م عندما عرض مشاهد تُظهر قمع المتظاهرين، وكذلك حدث هذا الأمر في إيران عام 2009م.²
- عدم مراعاة اليوتيوب لحقوق الملكية والنشر، حيث تلقى الموقع العديد من الشكاوى والانتقادات بسبب فشله في إخضاع جميع محتوياته لقوانين حقوق النشر والتأليف.³
- احتواء اليوتيوب على إعلانات وتعليقات لبعض المستخدمين غير لائفة.
- افتقار الكثير من مقاطع الفيديو المنشورة على اليوتيوب إلى المصداقية والدقة العلمية.
- احتياج المُشاهد لمقاطع الفيديو على اليوتيوب إلى وجود إضافة الفلاش Adobe Flash Player في المتصفح، وهذه المشكلة التقنية تُعيق مستخدمي اليوتيوب خاصة أولئك الذين لا يملكون خبرة كافية في هذا المجال.⁴

1. صالح زنداقي، مرجع سابق، ص 230.

2. كنزة مناخ، مرجع سابق، ص 84 - 85.

3. حصة بنت عبد الكريم الزيد، مرجع سابق، ص 30.

4. أكرم عبد القادر عبد الله فراونة، مرجع سابق، ص 54.

- عدم وجود خاصية أو أيقونة تحميل الفيديوهات من اليوتيوب إلى الحاسوب أو الهاتف ؛ حيث يمكن تحميلها عن طريق برامج أو متصفحات تدعم تحميل فيديوهات اليوتيوب إلى أجهزة الكمبيوتر والهاتف وغيرها.¹

ومما سبق يتضح لنا أن أكثر العيوب خطرا على متصفح موقع اليوتيوب هو احتواء الموقع على إعلانات غير أخلاقية ومقاطع فيديو إباحية.

المطلب الرابع: دور اليوتيوب في الدعوة إلى الله

يمكن الاستفادة من المميزات التي يتمتع بها اليوتيوب في نشر الدعوة الإسلامية على أوسع نطاق ممكن وذلك عن طريق:

- نشر أكبر عدد ممكن من المقاطع الإسلامية في اليوتيوب وذلك من أجل التقليل من

نسبة ظهور المقاطع السيئة، وأيضا من أجل أن تنصدر المقاطع الإسلامية الواجهة في المقاطع المصغرة المقترحة.

- رفع التلاوات القرآنية للمقرئين المتميزين على اليوتيوب حتى تعم الفائدة.

- تسجيل ونشر المحاضرات والدروس التي تُلقى في المساجد والجامعات وغيرها على اليوتيوب، حتى يتمكن جميع زُواد الموقع من مشاهدتها في كل زمان ومكان.

- تسجيل الرحلات الدعوية² والمواعظ والخطب والفتاوى ونشرها على اليوتيوب ليستفيد منها المسلمون في شتى أنحاء العالم.

- تنفيذ العديد من البرامج الدعوية التفاعلية بالصوت والصورة على اليوتيوب.³

- رفع مقاطع الفيديو ذات المحتوى الدعوي كالمناظرات المفيدة، والأناشيد الإسلامية، والأمسيات الشعرية، والأفلام... الخ.⁴

- نشر الداعية لإنتاجه المرئي والصوتي على اليوتيوب، وعليه أن يحرص على تسجيل كل أنشطته الدعوية حتى لا يضيع جهده وتستفيد منه الأجيال القادمة.¹

1. أكرم عبد القادر عبد الله فراونة، مرجع سابق، ص 55.

2. صالح زنداقي، مرجع سابق، ص 231 - 232 - 233.

3. حصة بنت عبد الكريم الزيد، مرجع سابق، ص 29.

4. صالح زنداقي، المرجع السابق، ص 232.

- توظيف طاقات المونتاج في إنتاج مرئيات دّعوية باللّغة العربية والأجنبية لليوتيوب، وذلك بالاعتماد على متطوعين يحترفون هذه الصنعة من دون الإخلال بالقواعد الشرعية.²
- إنشاء قنوات خاصة على اليوتيوب وجعل لكل قناة اختصاص معين، كأن تكون هناك: قناة مختصة بنشر الخطب، وأخرى خاصة بالأنشطة الدّعوية، وأخرى للأنشطة الترفيهية الهادفة... الخ.³
- فتح قنوات تدعو إلى الإسلام لغير الناطقين باللّغة العربية مع اختيار لها عنوان ج ذاب لها.⁴
- فتح قنوات بث مباشر للدّعوة إلى الله بكل اللّغات المُمكنة والتواصل الصوتي والمرئي مع أهل تلك اللّغة بواسطة دّعاة متمكنين من اللّغة والعلم الشرعي.
- التّعريف بالجهات الخيرية والدّعوية عن طريق اليوتيوب؛ حيث تقوم هذه الجهات بتصوير وتوثيق أعمالها بالكاميرا ثمّ نشرها على اليوتيوب حتّى يتمكّن المهتمون من أي مكان في العالم من مشاهدتها والتعليق عليها.⁵
- تسجيل لحظة دخول الغرب إلى الإسلام وعمل حوار معهم حول أسباب إسلامهم وما النّصائح التي يُوجهونها لغير المسلمين.⁶
- تعليم مناسك الحج والعمرة والصّلاة لغير المسلمين تطبيقياً عن طريق الفيديو، بحيث يقوم شخص بأداء الصّلاة بينما يقوم شخص آخر بشرح كل خطوة فيها.⁷

1. صالح زنداقي، مرجع سابق، ص 232.

2. حسين أحمد عبد القادر، الخريطة الدعوية للنشر على الشبكات الاجتماعية (ar.islamway.net/article/67691) تاريخ التصفح: 2019/3/1.

3. صالح زنداقي، المرجع السابق، ص 232.

4. إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، مرجع سابق، ص 256.

5. عبد الرحمن بن معاضة الشهري، مرجع سابق، ص 17- 18.

6. صالح زنداقي، المرجع السابق، ص 232- 233.

7. سعيد بن علي بن وهف القحطاني، مرجع سابق، ص 78.

ولتكون الدّعوة إلى الله تعالى عن طريق اليوتيوب ناجحة وفعالة يجب أخذ هذه النصائح بعين الاعتبار:

- مراقبة ما يتم نشره والتأكد من خلوه من المخالفات الشرعية
- يفضل أن تكون مقاطع الفيديو الدّعوية قصيرة حتّى لا تملها النفوس وتنفر منها.
- تنويع أماكن التّصوير ويفضل أن يتم التّصوير في أماكن طبيعية جميلة.
- الاهتمام باللّغات الأجنبية حتّى تصل الفائدة إلى أكبر عدد ممكن من النّاس.¹

ومن هنا نؤكد على ضرورة استغلال الدعاة والشباب لموقع اليوتيوب في الدعوة إلى الله وفي كل ما هو نافع وغير ضار إيصال الرسالة الدّعوية كونه يُعدّ من أيسر الوسائل التي تربط الصوت بالصورة والذي يمكن من خلاله تنفيذ العديد من البرامج الدّعوية التفاعلية صوتاً وصورة.

1. صالح زنداقي، مرجع سابق، ص 234 - 235.

خلاصة الفصل:

نستنتج ممّا سبق أنّ موقع اليوتيوب موقع مهم جداً وهو سلاح ذو حدين، إذ أنّه يحتوي على ما هو نافع وضار ، وهذا الأمر متوقف على طبيعة استخدام الشخص له، فهو نعمة ومنفعة عظيمة لمن أحسن استخدامه في المجال الصحيح ، ونقمة وآفة كبرى لمن أساء استخدامه، لذلك يمكن استغلاله في الدّعوة إلى الله تعالى وتحويله من وسيلة لنشر الضلالة والبدع إلى وسيلة لنشر الخير والحق والفضيلة في جميع بقاع الأرض ، وهذا هو مكن العلاقة الإيجابية بينه وبينها، أي بين اليوتيوب والدعوة.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة

بطاقة فنية عن قناة دعوة

عرض نتائج الدراسة التحليلية

• فئات المضمون ماذا قيل؟

• فئات المضمون كيف قيل؟

نتائج الدراسة التحليلية


تمهيد:

تحدّثنا في الفصلين السابقين عن أهمية الوسائل المعاصرة في الدعوة إلى الله خاصة شبكة الإنترنت لما يترتب عن استخدامها في هذا المجال من فائدة ونفع كبيرين ، وتُقدم هذه الشبكة خدمات متنوعة يمكن تطويعها في نشر الدعوة الإسلامية، ومن بين الخدمات التي تقدمها موقع اليوتيوب، حيث يمكن اعتباره منبرا دعويا ناجحا ومؤثرا، يُمكن من خلاله توجيه رسائل دعوية متنوعة إلى عدد كبير من الناس من مختلف البقاع والأجناس لتعليمهم أحكام الإسلام أو دعوتهم إلى الدخول فيه، واليوتيوب موقع يتوفر على عدّة مزايا، وذكرنا منها سابقا ميزة إنشاء قنوات خاصة، ومن بين القنوات المفيدة التي أنشئت بهدف خدمة الإسلام نجد "قناة دعوة" ، والتي نحن بصدد دراسته ا في هذا الفصل، بحيث نرمي فيما يأتي من صفحات إلى تحليل محتواها بشكل تفصيلي يتيح للقارئ والباحث معرفتها عن قرب، وكذا الاطلاع على ما تبثه من برامج توعوية دعوية، كل ذلك انطلاقاً من استقنات جمة حول محتوى هذه القناة ونوعية برامجها ووسائلها في النشر، وأيضاً نوعية جمهورها ولغتها.

قناة دَعوة على اليوتيوب هي: قناة تابعة لقناة دَعوة الفضائية، وهي قناة إسلامية وسطية تدعو إلى الوسطية ونبذ العنف والإرهاب، وتقدم القناة الكثير من البرامج الدينية المتنوعة الهادفة إلى بث تعاليم الإسلام ونشر قيم الحب والتسامح.

وترددها على النايل سات 12687، استقطاب أفقي، ومعدل الترميز الخاص بها 27500، أما معامل التصحيح فهو $3/4$ ¹.

أولاً: بطاقة فنية عن قناة دعوة:²

- اسم القناة: دعوة
- رابط القناة: www.youtube.com/channel/UCS-5zNi0XNr-E99EePwN7tQ
- عدد مشتركى القناة: 34,011.
- عدد فيديوهات القناة: 2,647 فيديو.
- عدد مشاهدات القناة: 1,063,272 مشاهدة.
- تاريخ إنشاء القناة: 2016/06/01.
- شعار القناة: دعوة لنهدي.
- رمز القناة: 

1. زياد محمود، تردد قناة دعوة الفضائية (www.7adramout.net/egypt-news/2243995) تاريخ التصفح: 2019/5/30.

2. قناة دعوة على اليوتيوب، (www.youtube.com/channel/UCS-5zNi0XNr-E99EePwN7tQ) تاريخ التصفح: 2019/6/10.

ثانياً: عرض نتائج الدراسة التحليلية:

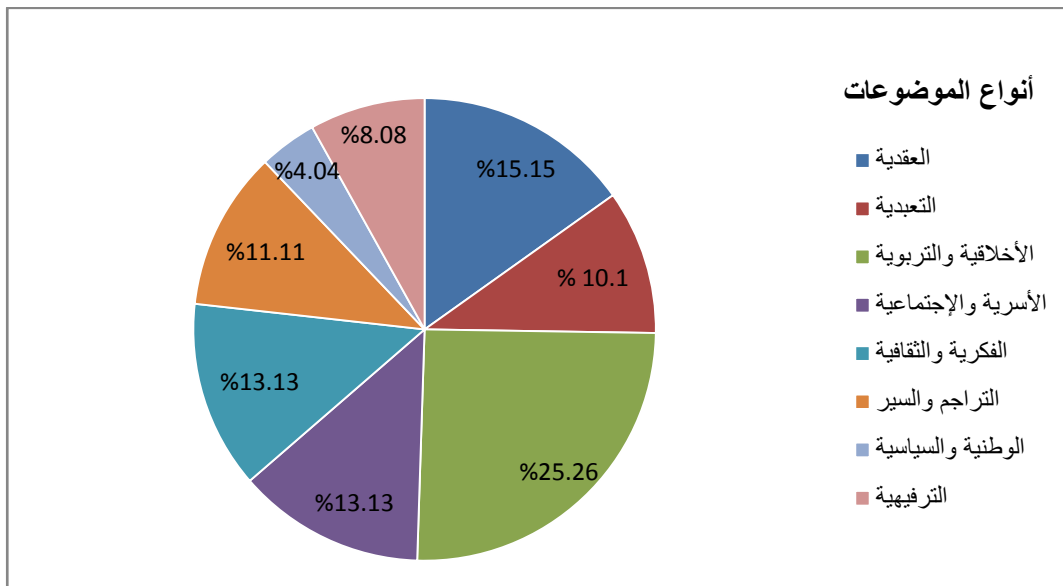
1: فئات المضمون (ماذا قيل؟):

أ. فئة أنواع الموضوعات:

الجدول 01: يوضح توزيع أنواع المواضيع التي تناولتها قناة دَعوة

النسبة %	التكرار	الموضوعات
15.15	15	العقدية
10.10	10	التعبدية
25.26	25	الأخلاقية والتربوية
13.13	13	الأسرية والاجتماعية
13.13	13	الفكرية والثقافية
11.11	11	التراجم والسير
04.04	04	الوطنية والسياسية
08.08	08	الترفيهية
%100	99	المجموع

الشكل 01: الترجمة البيانية لجدول أنواع الموضوعات



يتبين من الجدول أعلاه أن عينة الدراسة تدل على أن غالبية محتوى قناة دعوة يتناول **المواضيع الأخلاقية والتربوية** بالدرجة الأولى بنسبة 25.26% ثم تليها **الموضوعات العقدية** بالدرجة الثانية بنسبة 15.15%، ثم **الموضوعات الأسرية والاجتماعية** والموضوعات **الفكرية والثقافية** بالدرجة الثالثة بنسبة 13.13%، وتليهم **موضوعات التراجم والسير** بالدرجة الرابعة بنسبة 11.11%، ثم تأتي بعدها **الموضوعات التعبدية** بالدرجة الخامسة بنسبة 10.10%، أما **الموضوعات الترفيهية** فقد جاءت في المرتبة السابعة بنسبة 8.08%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت **الموضوعات الوطنية والسياسية** بنسبة 4.04%.

ونلاحظ مما سبق أن قناة دعوة على اليوتيوب ركزت بشكل كبير على **الموضوعات الأخلاقية والتربوية**؛ كون الأخلاق والتربية من أهم القيم الإسلامية، حيث اعتنى بهما الإسلام عناية فائقة، ويعود اهتمام الإسلام بالأخلاق لكون أن الله جعلها الهدف الأساسي من بعثة النبي ﷺ لقوله ﷺ: «إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق»¹، أما اهتمام الإسلام بالتربية فيظهر لنا عندما نقرأ التوجيهات التربوية ووصايا لقمان لابنه التي ذكرها الله تعالى في القرآن الكريم منها: تحذيره من التكبر والافتخار عن الناس في قوله تعالى: ﴿وَلَا تَصَعَّرْ خَدَكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ﴾ [لقمان: 18]، وأمره ببر الوالدين في قوله: ﴿وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ حَمَلَتْهُ أُمُّهُ وَهْنًا عَلَىٰ وَهْنٍ وَفِصَالُهُ فِي عَامَيْنِ أَنِ اشْكُرْ لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَى الْمَصِيرِ ﴿١٤﴾ وَإِنْ جَاهَدَاكَ عَلَىٰ أَنْ تُشْرِكَ بِي مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ فَلَا تُطِعْهُمَا وَصَاحِبْهُمَا فِي الدُّنْيَا مَعْرُوفًا﴾ [لقمان: 14-15]

ومن هنا نلاحظ أن القناة أولت اهتماما كبيرا للمواضيع الأخلاقية والتربوية لأن فيها جوانب دعوية تجذب غير المسلمين إلى الإسلام وترغبهم فيه، فالكثير ممن أسلموا كانوا بسبب تأثرهم بأخلاق المسلمين.

1. أحمد بن الحسين الخراساني البيهقي، السنن الكبرى، ج10 (ط:3، بيروت دار الكتب العلمية، 1424هـ/2003م) باب بيان مكارم الأخلاق ومعاليها التي من كان متخلقا بها كان من أهل المروءة التي هي شرط في قبول الشهادة على طريق الاختصار، كتاب الشهادات، رقم: 20782، ص323.

وبعد الموضوعات الأخلاقية والتربوية جاء اهتمام قناة دعوة **بالموضوعات العقيدية** بالمرتبة الثانية لأن العقيدة هي أساس قبول الأعمال الصالحة للإنسان، فلا يقبل عمل إنسان وهو على كفر وشرك ولن تنفعه أعماله يوم الحساب إلا إذا كان مسلماً، لذلك حاولت هذه القناة من خلال محتواها ترسيخ العقيدة الصحيحة في النفوس عن طريق الصور المتحركة والأساليب المتنوعة كالفصص والقصص والقدوة الحسنة.

وفي المرتبة الثالثة نجد اهتمام قناة دعوة **بالموضوعات الأسرية والاجتماعية** والموضوعات **الفكرية والثقافية** بنفس النسبة؛ وسبب تطرقها للمواضيع الأسرية والاجتماعية يرجع إلى أن الأسرة هي الأساس في بناء المجتمع فإن كانت الأسرة متماسكة نتج عنها مجتمع متماسك وإن كانت غير ذلك نتج عنها مجتمع متفكك ضعيف، لذا دعا الإسلام إلى المحافظة على الأسرة وتقوية الروابط بين أفرادها حيث نجده من خلال نصوصه الشرعية يحرص على برّ الوالدين وتربية الأبناء ورعايتهم وعلى المودة والرحمة بين الأزواج في قوله تعالى: ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ﴾ [الروم: 21]، أما اهتمامها بالمواضيع الفكرية والثقافية إنما هو من أجل تحقيق الرقي الدائم للمجتمع العربي المسلم، وتنشئة وتكوين مجتمع واعي متعلم ومثقف بالثقافة الإسلامية الأصيلة لا الثقافة الغربية.

ومن المواضيع التي تبثها قناة دعوة على اليوتيوب **موضوعات التراجم والسير** حيث تطرقت فيها إلى سير بعض الأنبياء والرسل والصحابة والتابعين والعلماء الصالحين، وذلك من أجل الإقتداء بهم والتعلم منهم، ذلك أن التطرق لمثل هذه الموضوعات يسهل على كل من لم يعاصرهم معرفة مكانتهم وأخلاقهم وجهودهم الدعوية ومن ثمة السير على نفس خطاهم والالتحاق بهم ومواصلة ما بدأوه.

ونلاحظ من خلال الجدول أن **الموضوعات التعبدية** احتلت المرتبة الخامسة، ومن المواضيع التعبدية التي تكلمت عنها القناة بكثرة، الصلاة والزكاة لأنهما من شعائر الإسلام، فالصلاة وسيلة تقرب العبد من ربه وتقوي صلته به، أما الزكاة فهي تبين عدالة الإسلام وعنايته بالفقراء واليتامى والمعوزين وتحقق التكافل بين أفراد المجتمع الواحد.

كما نجد أن لقناة دعوة **موضوعات ترفيحية** متمثلة في: الشعر الهادف، والأناشيد القيمة التي تحمل رسالة سامية للمجتمع والفرد، وذلك من أجل الترويح عن النفس بما هو مفيد في أوقات الفراغ والقضاء على الملل.

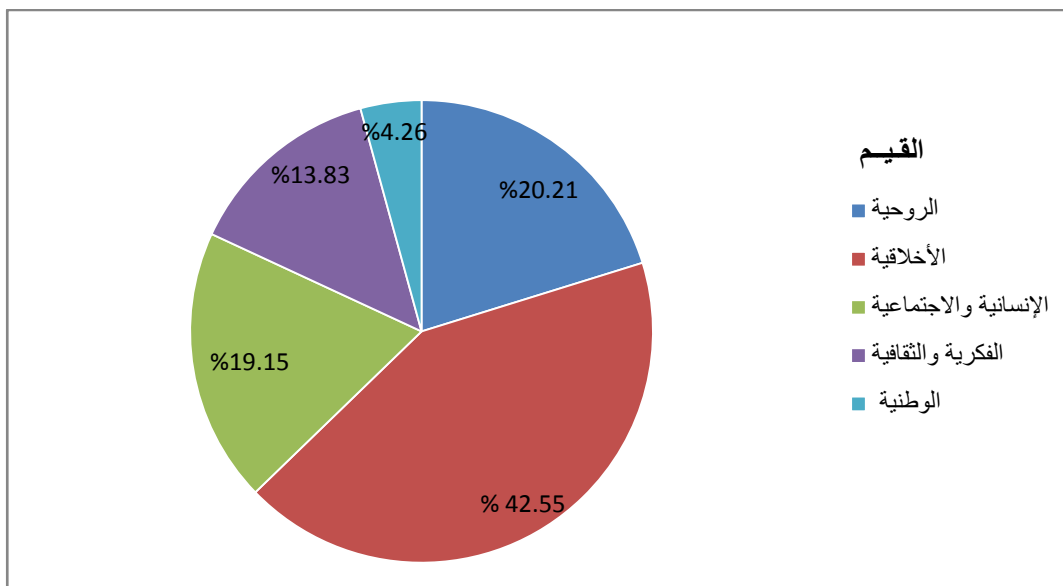
وتطرقت القناة **للموضوعات الوطنية والسياسية** ك: الاتحاد لدفع الظلم والبلاء، وقول كلمة الحق في وجه السلطان الجائر، والثبات على نصرته الحق، والسعي للانتصار على العدو.

ب. فئة القيم:

الجدول 02: يوضح توزيع القيم في قناة دعوة

النسبة %	التكرار	القيم
20.21	19	الروحية
42.55	40	الأخلاقية
19.15	18	الإنسانية والاجتماعية
13.83	13	الفكرية والثقافية
04.26	04	الوطنية
%100	94	المجموع

الشكل 02: الترجمة البيانية لجدول القيم



نلاحظ من الجدول أعلاه أن قناة دعوة تضمنت **قيم أخلاقية** بالدرجة الأولى بنسبة 42.55%، ثم **قيم روحية** بالدرجة الثانية بنسبة 20.21% ثم تليها **قيم إنسانية واجتماعية** بالدرجة الثالثة بنسبة 19.15%، ثم **قيم فكرية وثقافية** بالدرجة الرابعة بنسبة 13.83%، ثم جاءت **القيم الوطنية** بالدرجة الأخيرة بنسبة 4.26%.

ويتبين لنا من الجدول السابق أن **القيم الأخلاقية** جاءت في الصدارة من ناحية التكرار؛ لأنّ الأخلاق في الإسلام عبادة يؤجر عنها المسلم أجراً عظيماً، قال ﷺ «مَا مِنْ شَيْءٍ أَنْقَلَ فِي مِيزَانِ الْمُؤْمِنِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ حُسْنِ الْخُلُقِ»¹ وقوله أيضاً: «إِنَّ أَحَبَّكُمْ إِلَيَّ وَأَقْرَبُكُمْ مِنِّي فِي الْآخِرَةِ مَحَاسِنُكُمْ أَخْلَاقًا»² ومن القيم الخلقية التي دعت إليها قناة دعوة: العطاء، الرحمة، التسامح، الوفاء، التناصح، إصلاح ذات البين، مساعدة الفقراء، الحث على فعل الخير.

وفي المرتبة الثانية جاءت **القيم الروحية** والتمثلة في دعاء الله، والتوكل عليه، والاستعانة به، والتضرع والتوسل واللجوء إليه، وكل تلك الأمور تقرب العبد من ربه وتزيد من ثقته في قدرة الله تعالى على جلب المنافع ودفع المضار، قال تعالى: ﴿وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ﴾ [غافر: 60]، وقوله أيضاً: ﴿وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَلِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا﴾ [الطلاق: 3].

كما تضمنت قناة دعوة مجموعة من **القيم الإنسانية والاجتماعية** منها: التعاون، العدل، حب الآخرين، وقد يرجع سبب اهتمامها بهذه القيم هو غيابها -أي هذه القيم- في الواقع، ودليل ذلك ما نعيشه اليوم من صراعات وحروب وظلم وعداوة وكراهية.

وحاولت القناة غرس مجموعة من **القيم الفكرية والثقافية** منها: الحث على أعمال العقل والتفكير والتّمعن في الأمور للتمييز بين الحق والباطل والنافع والضار، والحث على قراءة الكتب والاستنتاج والاستنباط.

1. أحمد بن محمد بن حنبل، مسند الإمام أحمد بن حنبل، ج45 (ط:1، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1421هـ/2001م) مسند القبائل، بقية حديث أبي الدرداء رضي الله عنه، رقم: 27518، ص510.
2. المرجع نفسه، ج29، مسند الشاميين، حديث أبي ثعلبة الخشني، رقم: 17732، ص267.

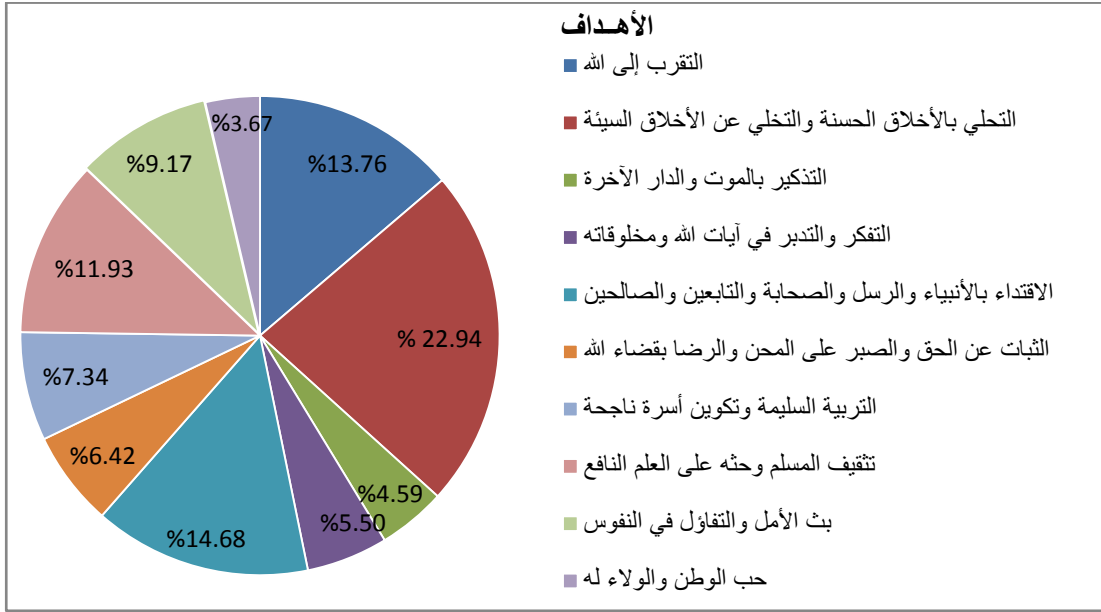
أما القيم الوطنية التي اشتملت عليها القناة فتتمثل في: محبة الوطن والولاء له والتضحية في سبيله، ومواجهة المفسدين له، والحفاظ على الهوية الوطنية، والهدف من كل هذه القيم الوطنية هو محاولة ترسيخها في وجدان أفراد المجتمع المسلم؛ لأنها تمثل صفة من صفات المواطنة الصالحة، ولأنها تقوي روح التلاحم والترابط بين أبناء الوطن الواحد.

ج. فئة الأهداف:

الجدول 03: يوضح توزيع الأهداف في قناة دعوة

الأهداف	التكرار	النسبة %
التقرب إلى الله	15	13.76
التحلي بالأخلاق الحسنة والتخلي عن الأخلاق السيئة	25	22.94
التذكير بالموت والدار الآخرة	05	04.59
التفكير والتدبر في آيات الله ومخلوقاته	06	05.50
الافتداء بالأنبياء والرسل والصحابة والتابعين والصالحين	16	14.68
الثبات عن الحق والصبر على المحن والرضا بقضاء الله	07	06.42
التربية السليمة وتكوين أسرة ناجحة	08	07.34
تنقيف المسلم وحثه على العلم النافع	13	11.93
بث الأمل والتفاؤل في النفوس	10	09.17
حب الوطن والولاء له	04	03.67
المجموع	109	%100

الشكل 03: الترجمة البيانية لجدول الأهداف



نلاحظ من الجدول أعلاه أن الهدف الأول الذي سعت قناة دعوة لتحقيقه هو **التحلي بالأخلاق الحسنة والتخلي عن الأخلاق السيئة** ونسبته 22.94%، ثم يليه الهدف الثاني وهو **الإقتداء بالأنبياء والرسل والصحابة والتابعين والصالحين** ونسبته 14.68%، ثم يليه الهدف الثالث وهو **التقرب إلى الله** ونسبته 13.76%، ثم جاء بعده الهدف الرابع وهو **تنقيف المسلم وحثه على العلم النافع** ونسبته 11.93%، أما الهدف الخامس للقناة هو **بث الأمل والتفاؤل في النفوس** وبلغت نسبته 9.17%، والهدف السادس **التربية وتكوين أسرة ناجحة** ونسبته 7.34%، والهدف السابع **الثبات عن الحق والصبر على المحن والرضا بقضاء الله** وتقدر نسبته بـ 6.42%، أما الهدف الثامن هو **التفكر والتدبر في آيات الله ومخلوقاته** ونسبته 5.50%، وجاء بعده الهدف التاسع **التذكير بالموت والدار الآخرة** بنسبة 4.59%، وفي الأخير جاء **هدف حب الوطن والولاء له** بنسبة 3.67%.

ومما سبق يتبين لنا أن أكثر هدف سعت قناة دعوة لتحقيقه هو **التحلي بالأخلاق الحسنة والتخلي عن الأخلاق السيئة**؛ لأنّ الناس لا ينظرون إلى دين الشخص ولا عبادته وإنما ينظرون إلى أخلاقه وأسلوب تعامله معهم فيحكمون على دينه من سلوكياته وأخلاقه، لذلك نجد أن هذه القناة تحث عن الأخلاق الفاضلة وتحذّر من الأخلاق السيئة، ومثال ذلك في الفيديو الذي بعنوان: "كن كريم النفس عاشقا للخير" فإن فيه دعوة إلى فعل الخير

والتصدّق والكرم والعطاء والدعاء للمرضى في الغيب، كما نجد في الفيديو الذي هو بعنوان: "احذر الكلام مع النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي" تحذيراً من خُلُقٍ سيء وهو الكلام مع النساء والتلاعب بمشاعرهنّ وإفساد دنياهنّ وأخرتهنّ.

كما هدفت القناة إلى حثّ الناس على الإقتداء بالأنبياء والرسل والصحابة والتابعين ، وذلك بالوقوف على سيرتهم من اعتقاد وأقوال وأفعال، ومن ثمة إتباعهم والسير على خطاهم وأخذ العبرة منهم، قال تعالى: ﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَّتْهُمْ أَلْتَدَةُ﴾ [الأنعام: 90]، حيث نجد في الفيديو الذي هو بعنوان: "إبراهيم عليه السلام يلقي في النار والقوم شهود" دعوة إلى الإقتداء بالنبي إبراهيم عليه السلام في الصبر على الابتلاء لما جُمع له الحطب وأوقدت فيه النار وألقي فيها، و في فيديو آخر بعنوان: "الرسول قدوتنا" تلمح الحث على الإقتداء برسول الله صلى الله عليه وآله وسلم في جميع أمور الحياة.

ومن الأهداف الأخرى التي سعت قناة دعوة إليها التقرب إلى الله بالصلاة والدعاء والتوسل إليه والتوكل عليه وشكره على النعم؛ لأنّ التقرب إلى الله تعالى يجعل المسلم يشعر بالراحة والطمأنينة، ويجعله أكثر ربحاً وحظاً في الدنيا، كما أنّه سبب من أسباب كسب رضاه والفوز بالجنة في الآخرة.

ومن الفيديوهات الداعية إلى التقرب إلى الله نجد فيديو بعنوان: "فإذا أردت حياة ذات معنى فعش مع الله" والرسالة التي يحملها هذا الفيديو هي الثقة بالله عند الخوف، والتوكل على الله عند الفقر، والاستعانة بالله عند العجز، واللجوء إلى الله عند القلق... الخ.

ومن أهداف القناة أيضاً تثقيف المسلم وحثه على العلم النافع ، فالعلم هو مصباحٌ يبينر به الإنسان طريقه، وهو أحد الطرق الموصلة إلى الله عزّ وجل، وقد كان المسلمون قديماً يرحلون إلى جميع أنحاء العالم من أجل طلب العلم النافع سواء كان هذا العلم من علوم الدين أو من علوم الدنيا، ويعتبر الإسلام هو الدين والوحيد الذي يدعو إلى طلب العلم بصريح العبارة حيث قال تعالى: ﴿أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ﴾ (١) ﴿خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ﴾ (٢) ﴿أَقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ﴾ (٣) ﴿الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ﴾ (٤) ﴿عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمُ﴾ [العلق: 1-5] ، وقال عز وجل: ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ

الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ﴿[المجادلة: 11]، وقال أيضا: ﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْمَلُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْمَلُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ ﴿[الزمر: 9]، والمسلم المثقف إنسان واعي متوازن يكون ذا معرفة واسعة في جميع مجالات الحياة، ويكون على دراية تامة بهموم الأمة الإسلامية ومشاكلها، ومن ثمة يحاول جاهدا إيجاد حلول مناسبة لها.

ومن أهدافها الأخرى، **بث الأمل والتفاؤل في النفوس**؛ لأن الأمة الإسلامية في الوقت الراهن بأمس الحاجة إليهما، بسبب المصائب والمحن والابتلاءات التي تعيشها من فتن وصراعات وحروب، فالتفاؤل والأمل يدفعان بالإنسان إلى العمل، ويزيدان من إصراره وعزمته وثقته بنفسه، وهما يبعثان في النفس الطمأنينة والراحة، و بهما يستطيع الإنسان تجاوز المحن، ومن الآيات القرآنية التي تبعث الأمل والتفاؤل في نفوس المسلمين قوله سبحانه وتعالى: ﴿إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿[الشرح: 6]، وقوله أيضا: ﴿وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿[البقرة: 216]

وتهدف قناة دعوة إلى **تحقيق التربية السليمة وتكوين أسرة ناجحة** عن طريق بيان أساليب وطرق التربية الصحيحة للأبناء وكيفية التعامل معهم، وتقديم نصائح مهمة لتأسيس أسرة ناجحة، وطرح الحلول للمشاكل الزوجية والأسرية، ومن الأمثلة عن التربية السليمة في محتواها نجد فيديو بعنوان: "حبيبة أبيها كيف يرببها" ويتناول هذا الفيديو كيفية التعامل مع البنات وطرق تربيتهم ورعايتهم حتى تخرج للمجتمع ابنة وامرأة صالحة، أما الفيديوهات التي تتكلم عن تكوين أسرة ناجحة نجد فيديو بعنوان: "إلى كل زوج وكل زوجة أتشتكون من جفوة الحياة الزوجية؟ إليكم" وقد قدّم هذا الفيديو نصائح وحلول ذهبية للتخلص من الملل والجفاء في الحياة الزوجية.

كما تسعى هذه القناة إلى دعوة المسلمين إلى **الثبات على الحق والصبر عن المحن والرضا بقضاء الله**، حتى ينتصروا على الضعف والفتن التي حلت بهم، وعلى المصائب التي غلبتهم، خاصة في هذا الزمن الذي كثر فيه الظالمون الذين يسجنون ويعتقلون ويعذبون ويكذبون الدعاة والعلماء والمسلمين، فواجب على كل مسلم التمسك بالحق والصبر على

الابتلاء والرضا بقضاء الله، وقد قال تعالى: ﴿وَلَنَبَلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ﴾ [البقرة: 155]، ومن الفيديوهات التي تدعو إلى الثبات والصبر نجد فيديو بعنوان: "تعلموا طول الأنفاس تعلموا الصبر والثبات فإن بيننا وبين الله عهد" أما الفيديوهات التي تدعو إلى الرضا بقضاء الله نجد فيديو بعنوان: "إرض بما قسمه الله لك تكن أغنى الناس".

وسعت القناة أيضا إلى حثّ النَّاسِ عَلَى التَّفَكُّرِ وَالتَّدْبِيرِ فِي آيَاتِ اللَّهِ وَمَخْلُوقَاتِهِ ، لِأَنَّ التَّفَكُّرَ وَالتَّدْبِيرَ عِبَادَةٌ عَظِيمَةٌ، وَطَرِيقٌ مُّوَصَّلٌ لِلَّهِ عَزَّ وَجَلَّ، وَدَلِيلٌ عَلَى وَحْدَانِيَّتِهِ سُبْحَانَهُ وَتَعَالَى: وَقَدْ قَالَ تَعَالَى: ﴿إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَّاءٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ وَتَصْرِيفِ الرِّيْحِ وَالسَّحَابِ الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ﴾ [البقرة: 164]، ومثال ذلك من قناة دعوة نجد فيديو بعنوان: "لا تحزن" وقد تحدث الفيديو عن السحاب الأسود كيف ينقشع، والليل البهيم كيف ينجلي، والريح الصرصر كيف تسكن، والعاصفة كيف تهدأ... الخ.

وهدفنا القناة كذلك إلى تذكير النَّاسِ بِالْمَوْتِ وَالدَّارِ الْآخِرَةِ حتى لا ينشغلوا ويغفروا بالحياة الدنيا الفانية، ويتوبوا ويصلحوا ويعملوا من أجل آخرتهم، وقد قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا النَّاسُ أَنْفُورًا رَبُّكُمْ وَأَحْشَوًّا يَوْمًا لَا يُجْزَى وَالِدَعْنَ وَلِدِهِ، وَلَا مَوْلُودٌ هُوَ جَازٍ عَنِ وَالِدِهِ شَيْئًا إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ فَلَا تَغُرَّنَّكُمُ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا وَلَا يَغُرَّنَّكُم بِاللَّهِ الْغُرُورُ﴾ [لقمان: 33] ، وقال أيضا: ﴿وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا﴾ [القصص: 77]، ومن الفيديوهات التي تذكر بالموت والدار الآخرة نجد فيديو بعنوان: "غريب أنت أترك لا تدري" وقد تم التذكير في هذا الفيديو بالموت وعالم البرزخ والبعث والحساب.

ومن أهدافها أيضا غرس حب الوطن والولاء له في نفوس المسلمين، والمقصود هنا من الوطن ليس دولة واحدة فقط وإنما العالم الإسلامي كله، لأن المسلمين إخوة لقلوبهم لقلوبهم:

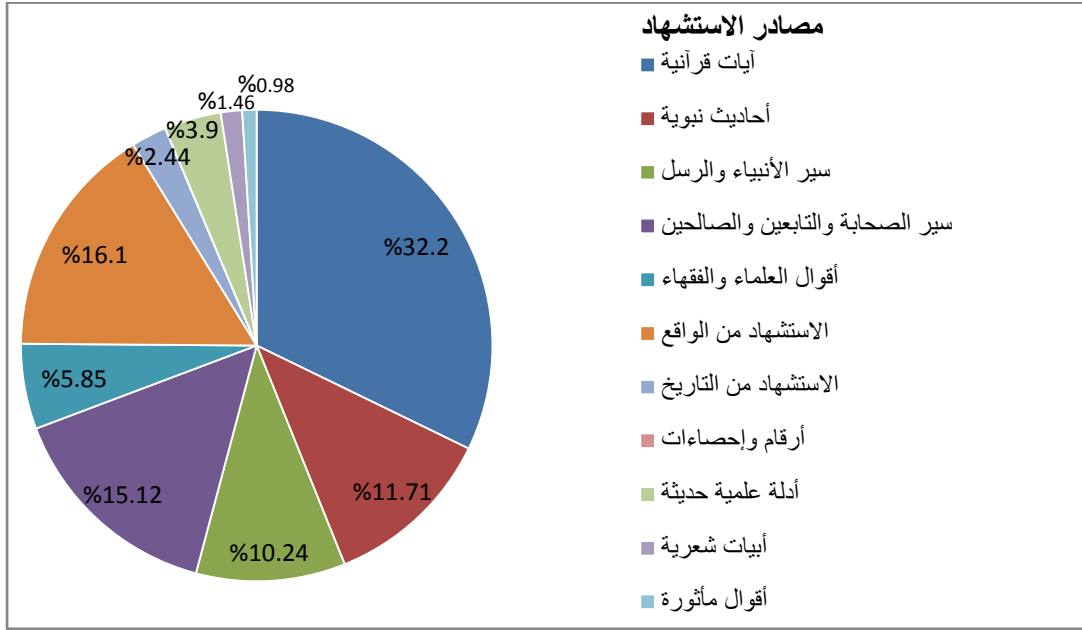
﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ ﴾ [الحجرات: 10]، فالواجب على كل مسلم الإخلاص لوطنه والدفاع عنه والتضحية من أجله بالغالي والنفيس، ومن الفيديوهات التي هدفت إلى غرس حب الوطن والولاء له فيديو بعنوان: "موطني".

د. فئة مصادر الاستشهاد:

الجدول 04: يوضح توزيع مصادر الاستشهاد في قناة دعوة

النسبة %	التكرار	مصادر الاستشهاد
32.20	66	آيات قرآنية
11.71	24	أحاديث نبوية
10.24	21	سير الأنبياء والرسل
15.12	31	سير الصحابة والتابعين والصالحين
05.85	12	أقوال العلماء والفقهاء
16.10	33	الاستشهاد من الواقع
02.44	05	الاستشهاد من التاريخ
00	00	أرقام وإحصاءات
03.90	08	أدلة علمية حديثة
01.46	03	أبيات شعرية
00.98	02	أقوال ماثورة
%100	205	المجموع

الشكل 04: الترجمة البيانية لجدول مصادر الاستشهاد



نلاحظ من الجدول أعلاه أن الآيات القرآنية تصدرت جميع مصادر الاستشهاد بنسبة 32.20، ثم جاء الاستشهاد من الواقع في المرتبة الثانية بنسبة 16.10%، وجاء الاستشهاد بسير الصحابة والتابعين والصالحين في المرتبة الثالثة بنسبة 15.12%، وفي المرتبة الرابعة جاء الاستشهاد بالأحاديث النبوية بنسبة 11.71%، وفي المرتبة الخامسة جاء الاستشهاد بسير الأنبياء والرسل بنسبة 10.24%، وفي المرتبة السادسة جاء الاستشهاد بأقوال العلماء والفقهاء بنسبة 5.85%، وفي المرتبة السابعة جاء الاستشهاد بالأدلة العلمية الحديثة بنسبة 3.90%، وفي المرتبة الثامنة جاء الاستشهاد بالتاريخ بنسبة 2.44%، وفي المرتبة التاسعة جاء الاستشهاد بالأبيات الشعرية بنسبة 1.46%، أما الاستشهاد بالأقوال المأثورة جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 0.98%، بينما نسبة الاستشهاد بالأرقام والإحصاءات كانت معدومة بنسبة 0%.

وقد تعمدت قناة دعوة الاستشهاد بالآيات القرآنية بكثرة؛ لأنّ القرآن الكريم أقوى الحجج والبراهين تأثيراً على الجمهور، وأسرعها إقناعاً لهم، والاستدلال به يزيد من قوة تأثير

المحتوى لأنه حجة قاطعة لا يمكن ردها ولا مناقشتها، وقد شمل هذا الكتاب كل عناصر الإقناع المناسبة لجميع أصناف البشر ولجميع أمور الحياة.

كما تعمدت القناة **الاستشهاد من الواقع** من أجل تقريب المعنى للجمهور وإقناعهم بسهولة، فنجد في الحلقة الخامسة من برنامج "ذكرى وعبرة 2" المنشورة في هذه القناة على اليوتيوب استشهاداً من الواقع عندما تحدث محمد فاضل سليمان مقدم الحلقة عن زينة الحياة الدنيا وبيّن أن الإنسان لا يتذكر يشكر النعمة إلا عند زوالها وذكر في ذلك قصة واقعية لرجل صاحب أموال وشركات لم يرزق بأولاد مع أن الأطباء أكدوا أنه بإمكانه هو وزوجته إنجاب الأولاد ولا يوجد عقم أو مشاكل صحية تمنع ذلك، فاقترح عليه طبيب أن يتصدق من أمواله لوجه الله عسى أن يرزق بولد يرثه، لكنه رفض بقوله: "إن الله لم يرزقني بالمال وإنما أنا ورثته من أبي واستثمرته بذكاء وجهد حتى تحول إلى ثروة كبيرة، وأنا لا أريد من الله مالا، وإنما أريد منه ولداً فقط"، وبعد مدة طويلة حملت زوجته بثلاثة توأم ذكور، لكن بعد حملها فقد الرجل كل ثروته بسبب الأزمة التي حدثت في جنوب شرق آسيا فاضطر لبيع كل شركاته، وبعد هذه المصيبة بفترة قصيرة جاءت مصيبة أخرى حيث أخبره الأطباء بالتوقيع على إجهاض الأجنة الثلاث، واستئصال رحم زوجته إذا استلزم الأمر، فوقع الرجل على الأرض وهو يقول: "يا رب أنا من فعلت بنفسى هذا الشيء"، فضاع منه المال والبنون زينة حياة الدنيا في أسابيع فقط وهذا كله بسبب عدم شكره للنعم وتحديه لله سبحانه وتعالى.

ومن مصادر استشهاد قناة دعوة نجد استشهادها بسير الصحابة والتابعين والصالحين لأن هؤلاء ورثوا خلق وسمات الرسول ﷺ، فالاستشهاد بسيرهم يجعل المتابعين لمحتوى القناة يقتدون بهم ويسيروا على منوالهم وبهذا الصدد نجد في الفيديو الذي هو بعنوان "كيف تكون من عباد الله الصالحين" استشهاداً بعثمان بن عفان ؓ و جعفر بن أبي طالب ؓ وعبد الله بن عمر بن خطاب ؓ.

كما استشهدت القناة **بالأحاديث النبوية** باعتبارها ثاني مصادر التشريع بعد القرآن الكريم، وذلك من أجل إقناع الجمهور والتأثير فيه، وقد أمرنا الله تعالى بالأخذ عن رسول الله ﷺ بقوله في القرآن الكريم ﴿وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا﴾ [الحشر: 7].

وبعدها يأتي **الاستشهاد بسير الأنبياء والرسل** عليهم الصلاة والسلام من أجل التأسي بهم، وإتباع هداهم في المعاملات والأخلاق والصبر، وإتباع منهجهم في الدعوة إلى الله، من أجل الالتقاء من التهلكة ومعرفة أسباب النصر والفوز بالجنة، وقد أُسْتُشِهد في الفيديو الذي بعنوان: "أعظم أخلاق الدنيا الوفاء" بسيرة النبي محمد ﷺ عندما كان وفيًا لزوجته خديجة وأصحابه حتى بعد مماتهم حيث كان يكرم صديقاتها وكما كان يزور قبور أصحابه ويزور أهاليهم...

ومن مصادر الاستشهاد نجد كذلك **الاستشهاد بأقوال العلماء والفقهاء** لأن هؤلاء هم محط أنظار الكثير من الناس، وهناك من يتمثلون بهم ويقروون لهم ويستمعون إليهم، ومن أقوال العلماء التي استشهدت بها القناة نجد استشهادها بقول ابن تيمية عندما قال: "أن تلتمس حلاوة الطاعة في عبادتك فإن لم تجدها فاتهم قلبك فإن الرب شكور" والاستشهاد بقول ابن عطاء الصوفي عندما قال: "المحنة عين المنحة".

واستشهدت قناة دعوة **بالأدلة العلمية الحديثة** وربطتها بالنصوص القرآنية من أجل بيان صدق ما جاء به القرآن الكريم، فالأدلة العلمية تعتبر من أكثر الحجج إقناعاً لجميع الفئات العمرية وجميع البشر، خاصة غير المسلمين، ومن الأدلة التي استشهدت بها القناة هي: انعكاس الصور أثناء النظر وتحولها إلى ذبذبات، والاستشهاد بدقات القلب والعمليات الكيميائية التي تحصل في الكلى من أجل تنظيف الجسم من السموم.

ومن مصادر الاستشهاد الأخرى التي تطرقت لها القناة **الاستشهاد من التاريخ** لأجل استخلاص الدروس منه، وأخذ العظة والعبرة والاستفادة من الدروس التي استخرجناها منه

في حياتنا ومسير نهضتنا، ومن بعض الشواهد التاريخية المذكورة في القناة: دخول التتار إلى بغداد، وما ارتكبه هتلر قائد الحزب النازي الألماني في الأرض.

أما الاستشهاد **بالأبيات الشعرية والأقوال المأثورة** فقد كان بنسبة قليلة جداً، ومن الأبيات الشعرية التي استشهد بها عن قيمة الأخلاق:

إنني لتطربني الخلال كريمة طرب الغريب بأويةٍ وتلاقي
وتهزني ذكر المروعة والندى بين الشمائل هزة المشتاق
فإذا رزقت خليفة محمودة فقد اصطفاك مقسم الأرزاق
فالناس هذا حظه مال وذا علم وذاك مكارم الأخلاق
والمال إن لم تدخره محصنا بالعلم كان نهاية الإملاق
والعلم إن لم تكتنفه شمائل تعليه كان مطية الإخفاق
لا تحسبن العلم ينفع وحده ما لم يتوج ربه بخلاق¹

ولم تكن هناك أية أرقام وإحصاءات كمصادر استشهاد ضمن عينة المحتوى الذي اخترناه للدراسة.

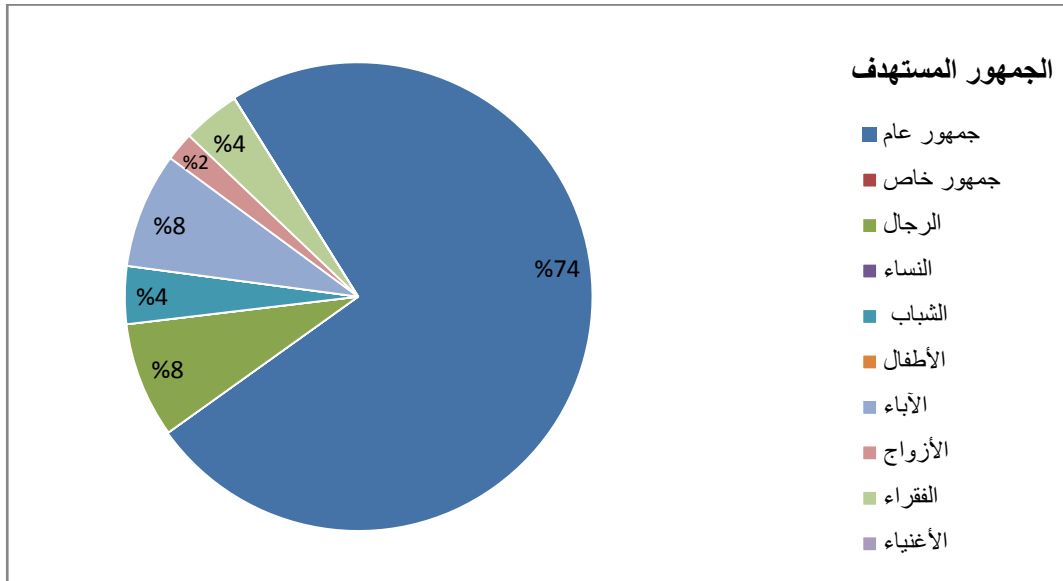
1. قناة دعوة، الحلقة الأولى من برنامج "ديناً قيماً" مع د محمد راتب النابلسي و د عمر عبد الكافي، (تاريخ النشر: 2017/05/27). (<https://youtu.be/bBeM--WJAcQ?t=112>)

هـ. فئة الجمهور المستهدف:

الجدول 05: يوضح توزيع الجمهور المستهدف من طرف قناة دعوة

النسبة %	التكرار	الجمهور المستهدف
74	37	جمهور عام
		جمهور خاص
08	04	الرجال
00	00	النساء
04	02	الشباب
00	00	الأطفال
08	04	الآباء
02	01	الأزواج
04	02	الفقراء
00	00	الأغنياء
%100	50	المجموع

الشكل 05: الترجمة البيانية لجدول الجمهور المستهدف



نلاحظ من الجدول أعلاه أن قناة دعوة استهدفت **الجمهور العام** بشكل كبير بنسبة 74%، ثم استهدفت **الجمهور الخاص** والمتمثل في **الرجال والآباء** بنسبة 8%، ثم يليهما **جمهور الشباب وجمهور الفقراء** بنفس النسبة والمقدرة بـ: 4%، ثم **الأزواج** بنسبة 2%، بينما كانت نسبة استهداف جمهور **النساء والأطفال والأغنياء** معدومة بنسبة 0%.

يتبين لنا أن قناة دعوة كانت في أغلب محتواها تستهدف **الجمهور العام** من كبار وصغار ونساء ورجال...، ويتبين لنا أيضا أن أكثر **جمهور خاص** استهدفته قناة دعوة هم **الرجال والآباء**، حيث وجهت القناة إلى الرجال رسائل تُبين لهم فيها قيمة الأخت ومكانتها في الإسلام، كما وجهت لهم رسائل أخرى تحذرهم من الكلام مع النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتلاعب بعواطفهن، أما **الآباء** فحثتهم على التربية السليمة للأبناء، كما حثتهم على العدل بين الأولاد البنات، وبينت لهم مكانة البنت وفضلها على والدها عند الله تعالى إذ هي من أسباب دخوله الجنة.

واستهدفت القناة في بعض محتواها **الشباب و الفقراء**، فحثت ونصحت الشباب بالتعجيل بالزواج؛ لأنّ الزواج يأتي بالأرزاق، كما حرصت القناة على بعث الأمل والتفاؤل في نفوس الفقراء، مؤكدة لهم أن الله هو الرازق القادر على كل شيء يرزق من يشاء قدر ما يشاء، فما عليهم إلا الاستغاثة به واللجوء إليه والتوكل عليه، والرضا بقضائه وقدره.

أما فئة **جمهور الأزواج** فقد استهدفته القناة بنسبة قليلة جدا، وكانت الرسالة الموجهة إليهم هي حلول ونصائح للتخلص من جفوة الحياة الزوجية، بينما لم يكن هناك أي استهداف لفئة **جمهور النساء والأطفال والأغنياء** ضمن العينة التي اخترناها، إنما كان هناك استهداف لها في محتوى آخر خارج إطار عينة الدراسة.

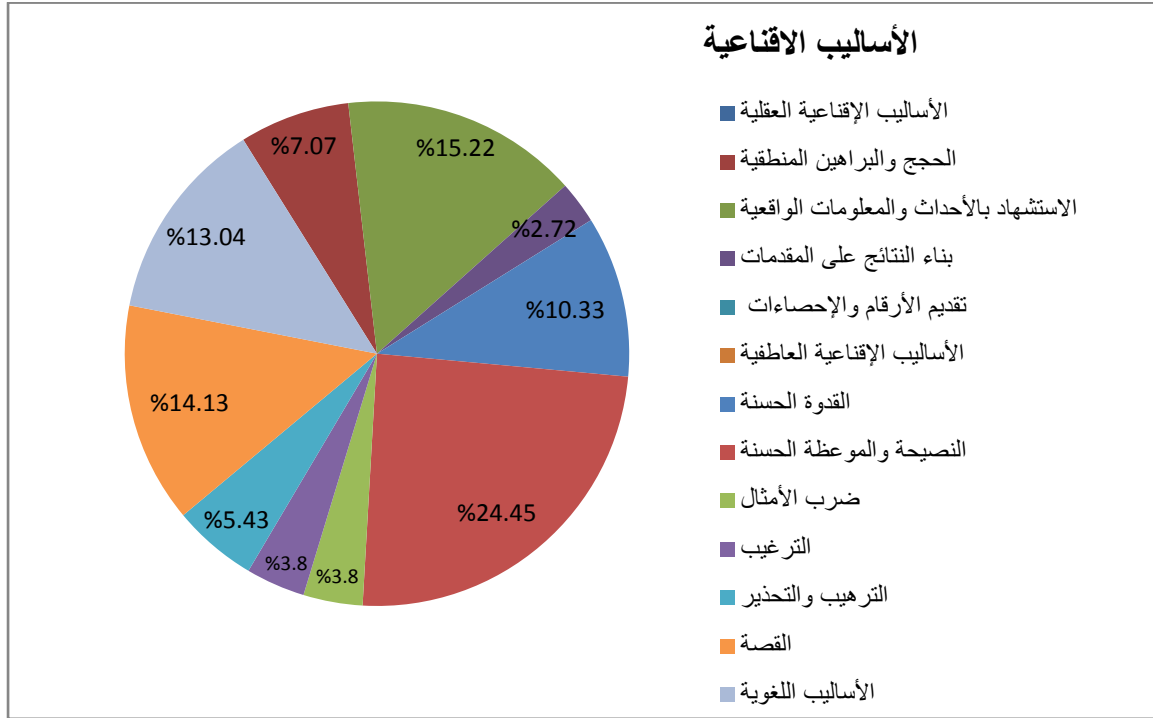
ثانيا: فئات الشكل (كيف قيل؟):

أ. فئة الأساليب الإقناعية:

الجدول 06: يوضح توزيع الأساليب الإقناعية المستخدمة من طرف قناة دعوة

النسبة %	التكرار	الأساليب الإقناعية
الأساليب الإقناعية العقلية		
07.07	13	الحجج والبراهين المنطقية
15.22	28	الاستشهاد بالأحداث والمعلومات الواقعية
02.72	05	بناء النتائج على المقدمات
00	00	تقديم الأرقام والإحصاءات
الأساليب الإقناعية العاطفية		
10.33	19	القدوة الحسنة
24.46	45	النصيحة والموعظة الحسنة
03.80	07	ضرب الأمثال
03.80	07	الترغيب
05.43	10	الترهيب والتحذير
14.13	26	القصة
13.04	24	الأساليب اللغوية
%100	184	المجموع

الشكل 06: الترجمة البيانية لجدول الأساليب الإقناعية



نلاحظ من الجدول أعلاه أن قناة دعوة استخدمت أساليب إقناعية عقلية وأخرى عاطفية، حيث تصدر أسلوب النصيحة والموعظة الحسنة أعلى مرتبة بنسبة 24.46%، وجاء أسلوب الاستشهاد بالأحداث والمعلومات الواقعية في المرتبة الثانية بنسبة 15.22%، وفي المرتبة الثالثة جاء أسلوب القصة بنسبة 14.13%، واحتلت الأساليب اللغوية المرتبة الرابعة بنسبة 13.04%، أما المرتبة الخامسة جاء فيها أسلوب القدوة الحسنة بنسبة 10.33%، واحتلت الحجج والبراهين المنطقية المرتبة السادسة بنسبة 7.07%، وجاء أسلوب الترهيب والتحذير في المرتبة السابعة بنسبة 5.43%، ثم جاء أسلوب الترغيب وأسلوب ضرب الأمثال في المرتبة الثامنة بنسبة 3.80%، أما أسلوب بناء النتائج على المقدمات فقد جاء في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.72%، بينما أسلوب تقديم الأرقام والإحصاءات كانت نسبته معدومة 0%.

ويتبين لنا مما سبق أن قناة دعوة اعتمدت على أسلوب النصيحة والموعظة الحسنة بشكل كبير؛ لأنّ هذا الأسلوب يكون مصحوباً بالرفق واللين والكلمة الطيبة مما يجعله أكثر وقفاً وأعمق تأثيراً على الجمهور المتابع، وقد قال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ

وَالْمَوْعِظَةُ الْحَسَنَةُ وَحَدِّلْهُمْ بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴿﴾ [النحل: 125]، وقال رسول الله ﷺ «الدين النصيحة»¹.

كما اعتمدت القناة أسلوب الاستشهاد بالأحداث والمعلومات الواقعية من أجل تقريب المعاني المجردة إلى الجمهور وإعطائها سياقات واقعية يسهل على الجمهور إدراكها وفهمها، ومن أمثلة ذلك نجد أن فاضل سليمان ذكر في أحد المحتويات على قناة دعوة أن اسم الله "الواحد" اقترن باسم "القهار" في 6 مواضع من القرآن، ولم يذكر اسم القهار إلا مع كلمة "الواحد" وأن الأمر ليس مجرد صدفة، وإنما القهار لا يكون إلا واحداً، والواحد لا يكون إلا قهاراً، فلا يمكن أن يكون اثنان قهاران، وهذا دليل على وحدانيته سبحانه وتعالى وعلى غلبته لكل شيء، ومن يستطيع قهر كل الأشياء هو الأحق بالعبادة.

واعتمدت القناة أيضاً أسلوب القصة، لأنه أسلوب مرغوب فيه من طرف جميع الأفراد صغاراً وكباراً، فهو أسلوب مشوق يشد انتباه السامعين ولا يورث الملل، كما أن هذا الأسلوب يعتبر الأكثر نفعاً وفائدة، فمن القصص يمكن استخلاص العبر، قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَتْ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِأُولِي الْأَلْبَابِ﴾ [يوسف: 111]، وقد قصت قناة دعوة في الكثير من الفيديوهات مجموعة من القصص من القرآن الكريم ومن غيره، وكل القصص كانت تحمل عبر ومعاني ورسائل دعوية تخدم الإسلام والمسلمين.

ومن أساليب الإقناع الأخرى التي اعتمدت عليها قناة دعوة الأساليب اللغوية، من أجل توضيح المعنى وتبسيطه حتى يفهمه الجمهور، بغية إعطاء جمالية للكلام المنطوق لشد انتباه السامع، ومن الأساليب اللغوية التي تكررت بكثرة نجد التشبيه والاستعارة، حيث شبه الاحتلال الصهيوني باليوم في فيديو "يا قدس مالي أرى في العين أسئلة"، وشبهت الأم بالأخت في فيديو "ومن كالأخت"، كما نجد توظيفاً للاستعارة في قول: "ياسجين التجربة" فقد شبهت التجربة بالسجن وحذف المشبه به -السجن- وأبقى على قرينة دالة عليه وهي: "ياسجين"، ونجد توظيفاً آخراً للاستعارة في الحلقة الأولى من برنامج التربية الإيمانية لفاضل

1 مسلم بن الحجاج، المسند الصحيح المختصر بنقل العدل عن العدل إلى رسول الله ﷺ، ج 1 (د.ط، بيروت، دار إحياء التراث، د.ت) باب بيان أن الدين نصيحة، كتاب الإيمان، رقم: 95، ص 74.

سليمان عند قوله: "المسجد يصرخ" فقد شبه المسجد بالإنسان وحذف المشبه به - الإنسان - وأبقى على لازمة دالة عليه وهي: الصراخ.

كما استعملت القناة أسلوب القدوة الحسنة باعتباره أنجح أسلوب لغرس القيم والمبادئ؛ لأن البشر مهيوون دائماً لتقليد ومحاكاة من هم أعلى منهم كما لا لإعجابهم بهم. لذلك اختارت قناة دعوة الرسل والأنبياء والصحابة والتابعين كقدوة للجمهور من خلال سرد سيرتهم والتركيز على أخلاقهم و سلوكياتهم وأقوالهم... وهم خير قدوة للناس، قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ [الأحزاب: 21].

واستخدمت القناة كذلك الحجج والبراهين المنطقية من أجل إثبات صحة وحدانية الله وقدرته على كل شيء، قصد بيان صدق ما جاء به القرآن الكريم وقطع الشك، ومن الحجج المنطقية هذه والمبثوثة في القناة نجد في فيديو بعنوان "اركب معنا 5 لمازن سلام" استخدام لدليل عقلي قاطع للشك وهو: عند سؤال الملك لشيبان ما إذا كان هناك أحد قبل الله عز وجل، رد عنه شيبان قائلاً: عدّ معي يا ملك، فبدأ الملك بالعدّ: واحد، اثنان، ثلاثة... قاطعه شيبان هل هناك شيء قبل الواحد؟، رد عنه الملك: لا يوجد، فقال له شيبان: لقد أجبت عن سؤالك يا مولاي فهو الواحد الأحد ولا شيء قبله... وذلك يعتبر أحد الأدلة المنطقية القاطعة على وحدانية الله تعالى.

كما استخدمت القناة أسلوب الترهيب والتحذير من أجل تخويف الكفار والعاصين لأوامر الله، والمعرضين عن الحق والمتهاونين في الطاعات من خلال لفتهم إلى عذاب يوم القيامة من نار وجحيم وذل، والتحذير من غضب الله ونقمته وسخطه، ومن نماذج استعمالات هذا الأسلوب التي نكرتها القناة قوله تعالى: ﴿يَوْمَ نَقُولُ لِجَهَنَّمَ هَلِ امْتَلَأَتْ وَنَقُولُ هَلْ مِنْ مَّزِيدٍ﴾ [ق: 30]، وقوله أيضاً: ﴿يَوْمَ يَفِرُّ الْمَرْءُ مِنْ أَخِيهِ ۗ وَأُمُّهُ وَأَبِيهِ ۗ وَصَاحِبَتُهُ وَبَنِيهِ ۗ لِكُلِّ امْرِئٍ مِنْهُمْ يَوْمَئِذٍ شَأْنٌ يُغْنِيهِ﴾ [عبس: 34-37].

واستخدمت القناة أسلوب الترغيب من أجل تحفيز الناس على فعل الخير والامتثال لأوامر الله ونواهيها والاستجابة للحق والإعراض عن الباطل، وذلك من خلال وصف الجنة

ونعيمها وحسن العاقبة في الدنيا والآخرة، ومن نماذج استعمال هذا الأسلوب في قناة دعوة استعماله في ترغيب الآباء في الإحسان إلى البنات وحسن معاملتهن فمن يفعل ذلك يدخل الجنة لقوله ﷺ: «مَنْ كَانَ لَهُ ثَلَاثُ بَنَاتٍ أَوْ ثَلَاثُ أَخَوَاتٍ، أَوْ ابْنَتَانِ أَوْ أُخْتَانِ، فَأَحْسَنَ صُحْبَتَهُنَّ وَاتَّقَى اللَّهَ فِيهِنَّ فَلَهُ الْجَنَّةُ»¹، وقوله أيضا: «مَنْ ابْتُلِيَ مِنَ الْبَنَاتِ بِشَيْءٍ فَأَحْسَنَ إِلَيْهِنَّ كُنَّ لَهُ سِتْرًا مِنَ النَّارِ»²

أما أسلوب **ضرب الأمثال** فقد استخدمته قناة دعوة لتقريب صور المعاني البعيدة والغامضة إلى عقول المتابعين، حتى يدركوها ويفهموها فمها صحيحا، خاصة الذين لا يمتلكون درجة ثقافية كافية، ويعتبر هذا الأسلوب من الأساليب القرآنية فقد قال تعالى:

﴿وَتِلْكَ الْأَمْثَلُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴾ [الحشر: 21]، وقوله أيضا: ﴿وَلَقَدْ صَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ﴾ [الروم: 58]، وقد قامت القناة بضرب المثل برسول الله ﷺ في الوفاء لزوجته وأصحابه الأحياء والأموات، وضربت المثل بالنبي إبراهيم عليه السلام في الصبر على الأذى والبلاء.

ومن آخر الأساليب الدعوية التي استعملتها القناة أسلوب **بناء النتائج على المقدمات** ومن هذه الاستعمالات أن عدم شكر النعم يؤدي إلى زوالها وهو ما قاله فاضل سليمان في حلقة برنامج "ذكرى وعبرة 2"، وذكر الدكتور راتب نابلسي في الحلقة الأولى من برنامج "دينا قيما" أن رجلاً عرف الله والتزم منهجه وأحسن إلى خلقه، سلم وسعد في الدنيا والآخرة، ورجلا غفل عن الله وتفلت من منهجه وبنى حياته عن الأخذ شقي في الدنيا والآخرة، أي أنه قد قام ببناء النتائج وهي: السعادة والشقاء في الدنيا والآخرة، على مقدمات وهي: معرفة الله والغفلة عنه.

1. محمد بن عيسى بن الضحاك الترمذي، سنن الترمذي، ج4 (ط:2)، مصر، شركة مكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي، 1395هـ/1975م) باب ما جاء في النفقة على البنات والأخوات، أبواب البر والصلة، رقم: 1916، ص320.
2. مسلم بن الحجاج، مرجع سابق، ج4، باب فضل الإحسان إلى البنات، كتاب البر والصلة والآداب، رقم: 2629، ص2027.

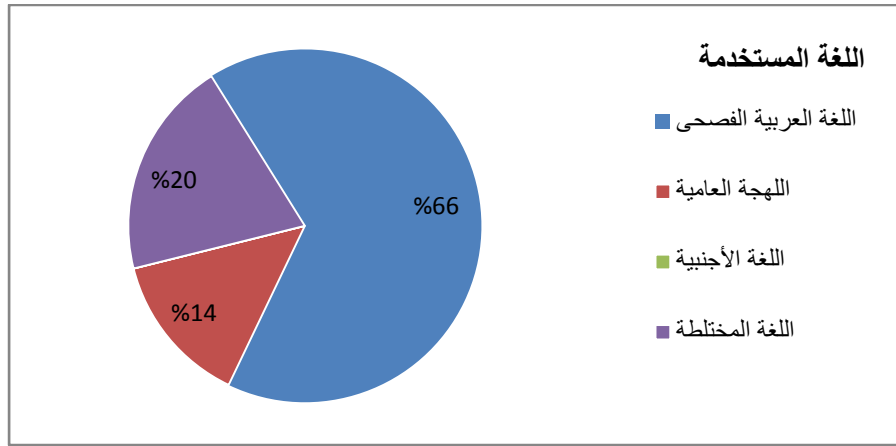
أما أسلوب تقديم الأرقام والإحصاءات لم يكن له أي استخدام ضمن العينة التي اخترناها.

ب. فئة اللغة المستخدمة:

الجدول 07: يوضح توزيع اللغة المستخدمة في قناة دعوة

اللغات المستخدمة	التكرار	النسبة %
اللغة العربية الفصحى	33	66
اللهجة العامية	07	14
اللغة الأجنبية	00	00
اللغة المختلطة	10	20
المجموع	50	%100

الشكل 07: الترجمة البيانية لجدول اللغة المستخدمة



نلاحظ من الجدول أعلاه أن اللغة العربية تصدرت المرتبة الأولى من ناحية الاستخدام بنسبة 66%، ثم تليها اللغة المختلطة بنسبة 20%، ثم اللهجة العامية بنسبة 14%، أما اللغة الأجنبية فنسبتها كانت 0%.

ويتبين لنا من الجدول السابق أن جل محتوى قناة دعوة كان باللغة العربية الفصحى؛ لأنّ اللغة العربية هي لغة الإسلام، وهي اللغة التي نزل بها كتاب الله القرآن الكريم، ولأنّ اللغة العربية لغة حيوية، تتميز بالسعة والقدرة على استيعاب جميع المعاني الحسية

والمعنوية، كما أنها لغة غنية بالمفردات وثرية بالصور والأساليب البلاغية من استعارة وكناية وتشبيه وسجع... الخ.

واستعملت قناة دعوة في محتواها **اللغة المختلطة** وهي: مزيج بين اللغة العربية واللغة الأجنبية واللهجة العامية، من أجل شرح بعض المصطلحات، ومن استعمالات اللغة المختلطة نجد استعمال الدكتور راتب نابلسي لها في برنامج "دينا قيما" عندما شرع في شرح السلوك النفعي عند غير المسلمين، فشبّهه بالتجارة حيث وصفه كلمة "بيزنس" - business - الإنجليزية، أما **اللهجة العامية** فقد تم استعمالها من أجل تبسيط المعاني والكلمات، وتسهيل عملية فهمها لدى الجمهور المتابع للقناة.

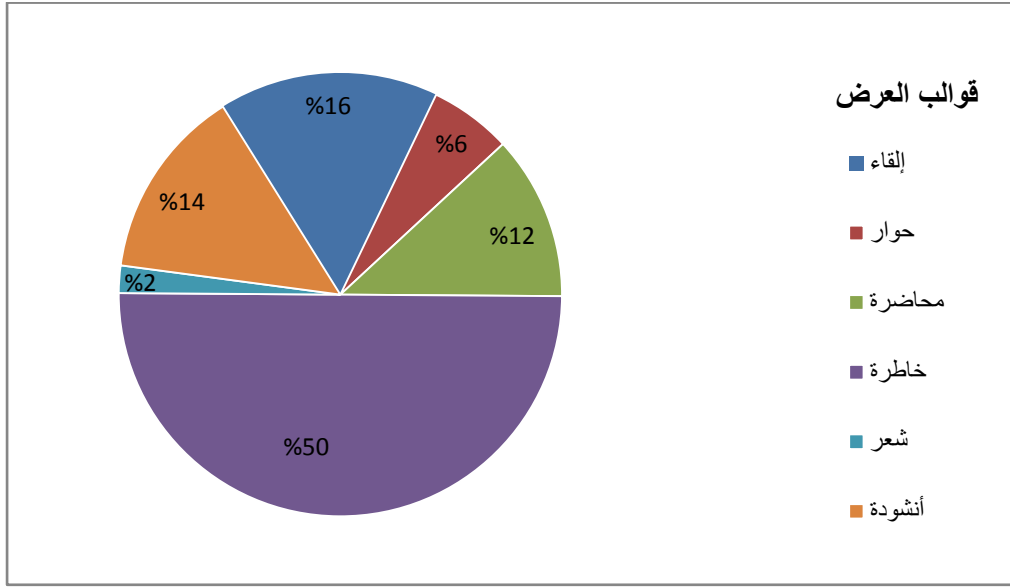
بينما لم يكن هناك أي محتوى **باللغة الأجنبية** في قناة دعوة ضمن عينة الدراسة، وحتى خارج الدراسة -في حدود علمنا- ولو أنه كان من الأفضل أن يكون هناك محتوى موجه للأجانب الذين لا يتكلمون باللغة العربية حتى تعم الفائدة.

ج. فئة قوالب العرض:

الجدول 08: يوضح توزيع قوالب العرض في قناة دعوة

النسبة %	التكرار	قوالب العرض
16	08	إلقاء
06	03	حوار
12	06	محاضرة
50	25	خاطرة
02	01	شعر
14	07	أنشودة
%100	50	المجموع

الشكل 08: الترجمة البيانية لجدول قوالب العرض



نلاحظ من الجدول أعلاه أن هناك تنوع في قوالب عرض محتوى قناة "دعوة"، وقد تصدر المرتبة الأولى قالب الخاطرة بنسبة 50%، ثم جاء في المرتبة الثانية قالب الإلقاء بنسبة 16%، وفي المرتبة الثالثة قالب الأنشودة بنسبة 14%، وفي المرتبة الرابعة قالب المحاضرة بنسبة 12%، أما المرتبة الخامسة فكانت قالب الحوار بنسبة 6%، وفي المرتبة الأخيرة جاء قالب الشعر بنسبة 2%.

ويتبين لنا مما سبق أن أكثر قوالب العرض استخداماً هو قالب الخاطرة؛ لأن الخواطر تكون نابعة من القلب فتصل بسهولة إلى أحاسيس الآخرين وتتلقى قبولاً لديهم، لهذا استغلت قناة دعوة قالب الخاطرة في محتواها بكثرة، حتى تصل الرسالة الإيمانية أو الأخلاقية أو التربوية إلى قلوب الآخرين فيتأثروا بها، ومن الخواطر التي بُنت على قناة دعوة نجد: "ومن كالأخت" و "إذا أردت حياة ذات معنى فعش مع الله".

كما استعملت القناة قالب الإلقاء حتى يظهر للجمهور أن المُلقى للمحتوى يخاطبهم مباشرة، ويشعروا بأن الكلام موجه لهم، وهذا الأمر يشدّ انتباه المتابعين نحو المُلقى للكلام، ومثال هذا القالب على قناة دعوة نجد "اركب معنا لمازن سلام".

ومن قوالب العرض الأخرى التي استخدمتها القناة قالب الأنشودة؛ لأنّ الأنشودة تُقدم رسالة مفيدة بطريقة ممتعة وسهلة، فهي أسلوب ترفيهي وتعليمي هادف، يستفيد منها المتابع

ويروح عن نفسه في الوقت نفسه، ومن الأناشيد التي تبثها قناة دعوة نجد: "اهدنا لمحمد عباس" و"بشرى لنا" للمنشد التركي مصطفى جقماقجي.

واستعملت القناة قالب المحاضرة من أجل شرح وتفصيل بعض المواضيع الإيمانية لعدد كبير من الناس، وقد كانت جميع المحاضرات المنشورة على قناة دعوة مسجلة في المساجد والمؤسسات الدينية، وتناولت تلك المحاضرات التربية الإيمانية والسيرة النبوية بالتفصيل.

أما قالب الحوار فقد استخدمته القناة في البرامج التي هي عبارة عن مقابلة مع دكتور أو داعية ما، من أجل النقاش حول موضوع معين، ومثال هذا القالب من قناة دعوة "الحلقة الأولى من برنامج دينا قيما" حيث كان الحوار عن الأخلاق، وأيضا برنامج "معالم إرشادية" وقد كان الحوار فيه حول العلم النافع.

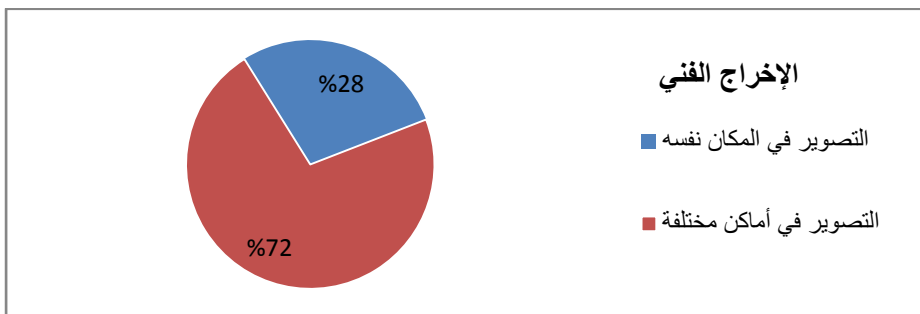
واستعملت القناة قالب الشعر بنسبة قليلة جدا، وربما الهدف من استعماله الترفيه عن السامع أو المتابع للقناة وفي نفس الوقت استفادته منها ومحاكاته للقضايا الوطنية، ومثال هذا الأخير شعر "يا قدس مالي أرى في العين أسئلة".

د. فئة الإخراج الفني:

الجدول 09: يوضح توزيع الإخراج الفني في قناة دعوة

النسبة %	التكرار	الإخراج الفني
28	14	التصوير في المكان نفسه
72	36	التصوير في أماكن مختلفة
%100	50	المجموع

الشكل 09: الترجمة البيانية لجدول الإخراج الفني



نلاحظ من الجدول أعلاه أن التصوير في أماكن مختلفة كان في المرتبة الأولى بنسبة 72%، ثم يليه التصوير في المكان نفسه بنسبة 28%.

ويتبين لنا من الجدول السابق أن جل محتوى قناة دعوة اعتمد على التصوير في أماكن مختلفة؛ لأن التنوع في أماكن التصوير يعطي جاذبية للمحتوى، ويبعد الملل عن المشاهد.

وفي بعض الأحيان تلجأ قناة دعوة إلى التصوير في المكان نفسه لأن طبيعة المحتوى يتطلب ذلك كالمحاضرة والحوار.

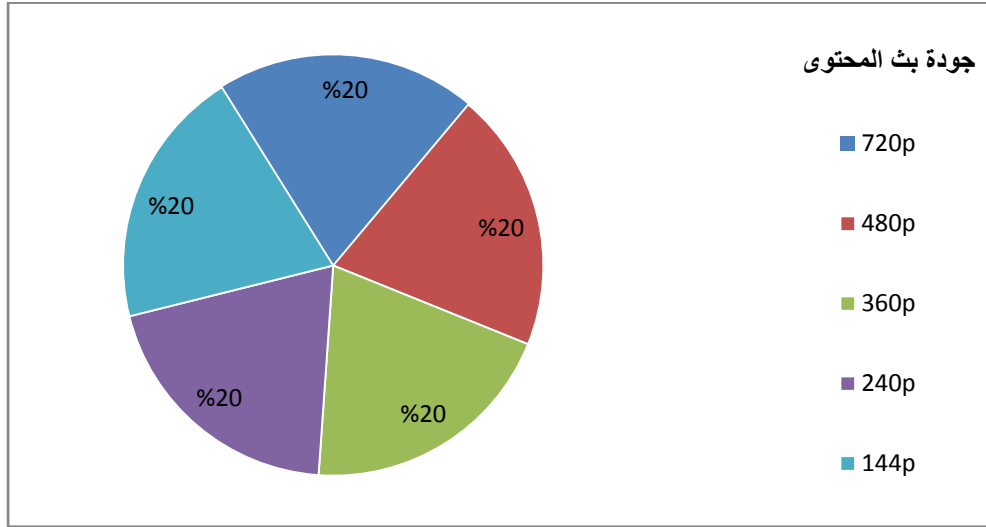
هـ. فئة جودة بث المحتوى:

الجدول 10: يوضح توزيع جودة بث المحتوى -الفيديو- في قناة دعوة

النسبة %	التكرار	جودة بث المحتوى
20	50	720p
20	50	480p
20	50	360p
20	50	240p
20	50	144p
100%	250	المجموع

ملاحظة: حرف "p" اختصار لكلمة Pixel - بكسل - وهي وحدة لقياس دقة أو جودة الصور المتحركة والثابتة.

الشكل 10: الترجمة البيانية لجدول جودة بث المحتوى



نلاحظ من الجدول أعلاه أن دقة أو جودة بث الفيديوها على قناة دعوة كلها جاءت بنفس النسبة وهي 20%.

ويتبين لنا مما سبق أن كل فيديو موجود في قناة دعوة على اليوتيوب يحتوي على خمسة جودات وهي كالتالي: **720p ، 480p ، 360p ، 240p ، 144p**.

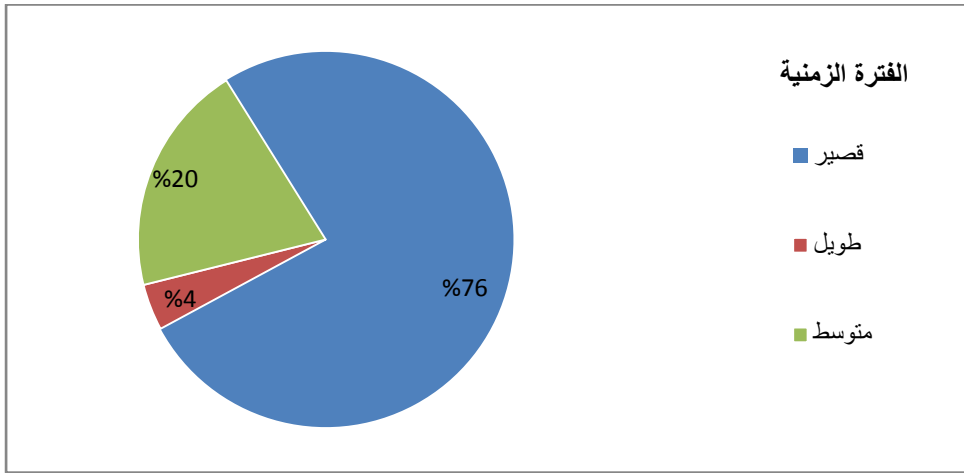
وهذا الأمر يعتبر نقطة ايجابية للقناة لأنها بذلك تراعي سرعة تدفق الإنترنت لدى كل منطقة أو دولة، فالأماكن التي تكون فيها شبكة الإنترنت بطيئة لا يمكن للمقيمين فيها مشاهدة الفيديوهات بدقة **720p** أو **480p** ، بينما يمكنهم مشاهدة المحتوى الذي هو بجودة **144p** و **240p** و **360p**، أما المناطق التي تتوفر على تدفق سريع لشبكة الإنترنت يمكنها مشاهدة المحتوى بدقة **720p** و **480p** ، ومن هنا نلاحظ أن القناة أعطت لمتابعيها حرية اختيار جودة الفيديوهات التي يودون مشاهدتها، وبذلك تصل الرسالة لأكبر عدد ممكن من الجمهور.

أ. فئة زمن المحتوى:

الجدول 11: يوضح توزيع الفترة الزمنية للمحتوى في قناة دعوة

النسبة %	التكرار	زمن المحتوى
76	38	قصير
04	02	متوسط
20	10	طويل
%100	50	المجموع

الشكل 11: الترجمة البيانية لجدول الفترة الزمنية



نلاحظ من الجدول أعلاه أن المحتوى القصير لقناة دعوة كان في المرتبة الأولى بنسبة 76%، ثم جاء في المرتبة الثانية المحتوى الطويل بنسبة 20%، وفي المرتبة الأخيرة جاء المحتوى المتوسط 4%.

ويتبين لنا مما سبق أن جُل محتوى قناة دعوة قصير من ناحية الفترة الزمنية؛ لأنّ معظم مستخدمي شبكة الإنترنت يملؤون من المحتويات الطويلة، ويميلون إلى المحتويات القصيرة من أجل بلوغهم الهدف من مشاهدة المحتوى بسرعة من دون مقدمات ولا شرح ولا إطناب، خاصة من كان في عُجالةٍ من أمره ولا يريد تضييع وقته على الشبكة العنكبوتية.

أمّا المحتوى الطويل لقناة دعوة فقد جاء بالدرجة الثانية، ذلك أنّ بعض المحتويات تستلزم الإطالة فيها، كالمحاضرات والسلاسل التعليمية فهي تتطلب الشرح والتفسير، وفي

نفس الوقت تقدم معلومات أكثر من المحتوى القصير وفوائد أكبر، إلا أن متابعي المحتوى الطويل أقل من متابعي المحتوى القصير.

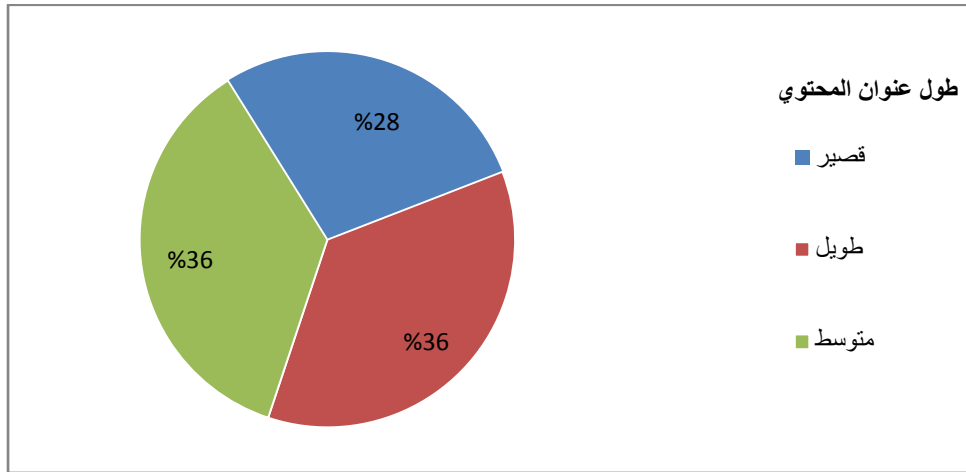
أما المحتوى ذو الفترة الزمنية المتوسطة كان بنسبة قليلة جداً، وكان هذا المحتوى عبارة عن برنامجين أحدهما برنامج قصصي بعنوان: "اركب معنا لمانز سلام" والآخر برنامج موجه للآباء بعنوان: "حبات القلوب لخالد حمدي".

و. فئة طول عنوان المحتوى:

الجدول 12: يوضح توزيع طول عنوان المحتوى في قناة دعوة

النسبة %	التكرار	طول عنوان المحتوى
28	14	قصير
36	18	متوسط
36	18	طويل
%100	50	المجموع

الشكل 12: الترجمة البيانية لجدول طول عنوان المحتوى



نلاحظ من الجدول أعلاه أن معظم عناوين محتوى قناة دعوة كانت بين المتوسطة والطويلة حيث جاء كلٌّ منهما بنسبة 36%، أما العناوين القصيرة كانت بنسبة 28%.

ويتبين لنا مما سبق أن قناة دعوة ركزت على العناوين المتوسطة والطويلة، وذلك من أجل أن يتوافق العنوان مع المحتوى، وكذلك من أجل أن يكون العنوان ذا قيمة ويحمل معنىً

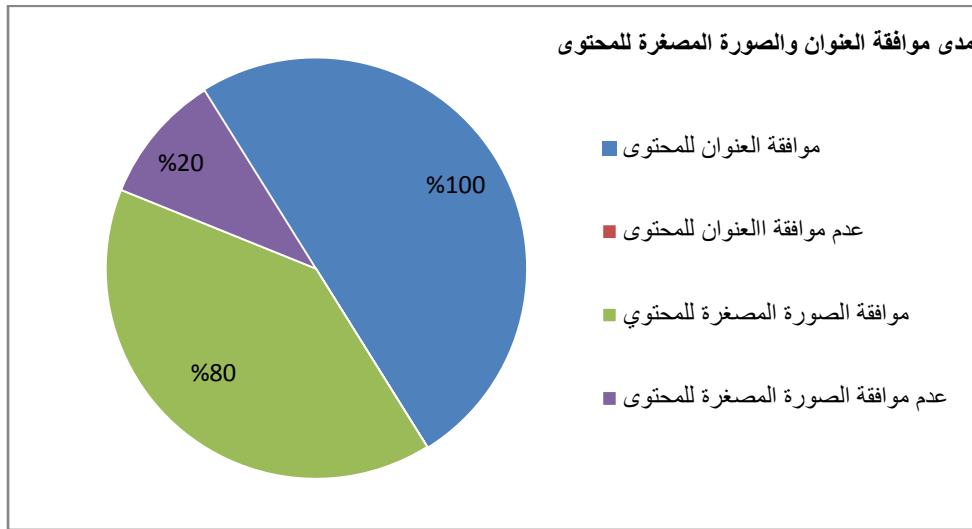
يجذب الجمهور لمشاهدة المحتوى، لكن من وجهة نظرنا لو استخدمت القناة **العناوين القصيرة أفضل**؛ لأنّ غالبية المتصفحين لشبكة الإنترنت يفضلون العناوين القصيرة التي تبرز لهم ما يتضمنه المحتوى، ويستتفون عن العناوين الطويلة.

ز. فئة مدى موافقة العنوان والصورة المصغرة للمحتوى:

الجدول 13: يوضح توزيع مدى موافقة العنوان والصورة المصغرة للمحتوى (الفيديو)

الصورة المصغرة		العنوان		الخيارات	الاتجاه
النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار		
80	40	100	50	موافق	
20	10	00	00	غير موافق	
%100	50	%100	50	المجموع	

الشكل 13: الترجمة البيانية لجدول مدى موافقة العنوان والصورة المصغرة للمحتوى



نلاحظ من الجدول أعلاه أن **عناوين الفيديوهات الموافقة** لمحتوى الفيديوهات كانت بنسبة 100%، بينما **الصور المصغرة موافقة** لمحتوى الفيديوهات بنسبة 80%، وعدم موافقة الصورة المصغرة للمحتوى كان بنسبة 20%، أما نسبة عدم موافقة العناوين للمحتوى كان بنسبة 0%.

ويتبين لنا مما سبق أن جميع الفيديوهات التي تبثها قناة دعوة **عناوينها موافقة** لمحتواها، ولا وجود لأي تضليل في العنوان وهذا الأمر يزيد من مصداقية القناة، ويدل على اهتمامها بأدق تفاصيل المحتوى وحرصها على ذلك.

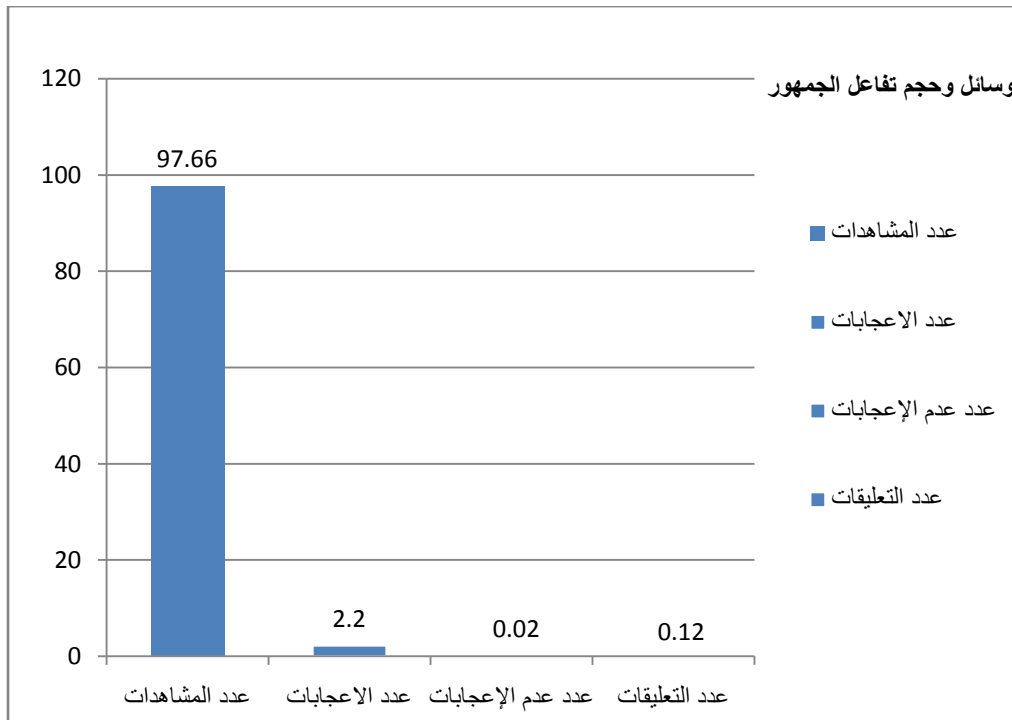
كما نلاحظ أن غالبية **الصور المصغرة للفيديوهات موافقة** للمضمون وترمز له، باستثناء بعض الصور القليلة التي وضعت بطريقة تلقائية.

ح. فئة وسائل وحجم تفاعل الجمهور:

الجدول 14: يوضح توزيع وسائل وحجم تفاعل الجمهور.

النسبة %	التكرار	وسائل وحجم تفاعل الجمهور
97.66	544797	عدد المشاهدات
02.20	12245	عدد الإعجابات
00.02	136	عدد عدم الإعجابات
00.12	663	عدد التعليقات
%100	557841	المجموع

الشكل 14: الترجمة البيانية لجدول وسائل وحجم تفاعل الجمهور



نلاحظ من الجدول أعلاه أن **عدد المشاهدات** لمحتوى قناة دعوة قدّر بنسبة 97.66%، أما **عدد الإعجابات** قدرت بنسبة 2.20%، وقدّر **عدد التعليقات** عن المحتوى بنسبة 0.12%، أما **عدد عدم الإعجاب** فقدّر بنسبة 0.02%.

ويتبين لنا من الجدول السابق أن للقناة جمهوراً كبيراً، إلا أن غالبية هذا الجمهور يشاهدون المحتوى من دون أن يُعبّروا عن رأيهم فيه سواءً **بالإعجاب** أو **بعدم الإعجاب** أو **ترك تعليق**، ويظهر ذلك من خلال الفارق الكبير بين عدد المشاهدات وعدد الإعجابات وعدد عدم الإعجابات وعدد التعليقات، كما نلاحظ أن عدد المعجبين بالمحتوى الذي تبثه القناة أكثر من عدد الذين لم يعجبهم المحتوى.

ثالثاً: نتائج الدراسة التحليلية:

بعد عرض وتحليل بيانات الدراسة التطبيقية، توصلنا من خلالها إلى مجموعة من النتائج نوجزها في النقاط التالية:

1. الموضوعات التي تناولتها قناة دعوة على اليوتيوب كانت متنوعة، بين الموضوعات العقديّة والتعبديّة والأخلاقيّة والتربويّة والأسريّة والاجتماعيّة، وكذلك الموضوعات الفكرية والثقافية والتراجم والسير والموضوعات الوطنية والسياسية والترفيهية، إلا أن جلّ تركيزها كان على الموضوعات الأخلاقية والتربوية؛ لأن الأخلاق والتربية منبعهما الإسلام وبهما نستطيع تمييز التصرفات الإنسانية عن التصرفات الحيوانية.
2. القيم التي شملتها قناة دعوة على اليوتيوب كانت متعددة ومتنوعة منها: القيم الروحية والأخلاقية، والإنسانية والاجتماعية، والفكرية والثقافية، والوطنية، إلا أن أكثر القيم تكراراً هي القيم الأخلاقية، والمتمثلة في العطاء والوفاء ومساعدة الفقراء، والتسامح والتناصح وفعل الخير.
3. الأهداف التي سعت قناة دعوة على اليوتيوب إلى تحقيقها كثيرة جداً، إلا أن أبرزها هو هدف التحلي بالأخلاق الحسنة والتخلي عن الأخلاق السيئة؛ لأن ذلك من أسباب انتشار المحبة والمودة والتعاون، وانتهاء البغض والقطيعة والتفرقة.

4. مصادر الاستشهاد التي وظفتها قناة دعوة على اليوتيوب كثيرة ومتنوعة منها: الآيات القرآنية، والأحاديث النبوية، وسير الأنبياء والرسل والصحابة والتابعين... إلا أن أكثر مصادر الاستشهاد استعمالاً الآيات القرآنية؛ لأن القرآن الكريم أول مصدر للتشريع الإسلامي وفيه حجج قاطعة لا يمكن ردها وإنكارها.
5. الجمهور المستهدف من طرف قناة دعوة على اليوتيوب هما جمهوران: جمهور عام وآخر خاص، إلا أن الجمهور العام كان الأكثر استهدافاً من الجمهور الخاص؛ لأن الرسائل الدعوية لقناة دعوة موجهة إلى جميع فئات المجتمع، وغير مقتصرة على فئة محددة.
6. الأساليب الإقناعية التي استعملتها القناة هما نوعان: أساليب إقناعية عقلية وأخرى عاطفية، ومن أبرز الأساليب العقلية المستعملة نجد أسلوب الاستشهاد بالأحداث والمعلومات الواقعية، أما أبرز الأساليب العاطفية نجد أسلوب النصيحة والموعظة الحسنة.
7. اللغة المستخدمة في محتوى قناة دعوة على اليوتيوب كانت اللغة العربية الفصحى، أما اللهجة العامية واللغة المختلطة كان استخدامهما نادراً جداً؛ لأن اللغة العربية الفصحى هي اللغة التي نزل بها القرآن الكريم، وهي لغة غنية بالمفردات وقادرة على استيعاب جميع المعاني المعنوية والحسية.
8. قوالب العرض المستخدمة في محتوى قناة دعوة على اليوتيوب متعددة ومختلفة منها: قالب الإلقاء والحوار والمحاضرة والخاطرة، وكذلك قالب الشعر والأنشودة، إلا أن أكثر القوالب استخداماً هو قالب الخاطرة؛ وذلك من أجل أن تصل الرسالة الدعوية إلى قلوب الآخرين وأحاسيسهم وتلقى قبولهم.
9. الإخراج الفني الذي اعتمده قناة دعوة على اليوتيوب وهو نوعان: التصوير في المكان نفسه والتصوير في أماكن مختلفة، إلا أن جلّ محتواها يعتمد على التصوير في أماكن مختلفة؛ وذلك من أجل إعطاء لمسة جمالية للمحتوى وحتى لا يمل المتابع أثناء المشاهدة.

10. جودة بث الفيديو المستخدمة في قناة دعوة على اليوتيوب كانت شاملة للجودات التالية: وهي: 720p و 480p و 360p و 240p و 144p؛ وذلك مراعاةً لسرعة تدفق الإنترنت في كل دولة أو منطقة.
11. الفترة الزمنية لمحتوى قناة دعوة على اليوتيوب كانت مختلفة بين الفترة الزمنية القصيرة والمتوسطة والطويلة، إلا أنّ غالبية المحتوى كان ذو فترة زمنية قصيرة؛ حتى لا يملّ المتابعون ويفرّون من مشاهدة المحتوى.
12. طول عنوان المحتوى لقناة دعوة على اليوتيوب كان متنوعاً، بين العنوان القصير والمتوسط والطويل ويعود ذلك إلى طبيعة المحتوى.
13. عناوين فيديوهات قناة دعوة على اليوتيوب كانت كلها موافقة للمحتوى، والأمر نفسه بالنسبة للصور المصغرة باستثناء 10 صور فقط، وهذا ما يثبت مصداقية ما تبثه القناة.
14. وسائل تفاعل جمهور قناة دعوة على اليوتيوب هي: المشاهدات والإعجابات وعدم الإعجاب والتعليقات، أما حجم الجمهور المتفاعل كان كبيراً جداً؛ ويظهر ذلك من خلال مجموع التكرار الذي بلغ 557841.
- ويتضح لنا ممّا سبق أنّ قناة دعوة على اليوتيوب توجه مجموعة كبيرة من الرسائل الدعوية المتنوعة، من خلال الفيديوهات التي تبثها على موقع اليوتيوب، وتشمل رسائلها الدعوية جميع فئات وشرائح المجتمع المختلفة.

كَلِمَاتٍ
مُتَشَابِهَاتٍ
مُتَشَابِهَاتٍ
مُتَشَابِهَاتٍ

بعد جولة فاحصة في ثنايا فصول هذه الدراسة ومباحثها ومطالبها، واحتكاماً للمنهجية العلمية، وتتويجاً لما سبق ذكره من معلومات ومعارف خاصة بموضوع بحثنا، توصلنا إلى جملة من النتائج بخصوصه وكذلك بعض التوصيات.

أولاً: النتائج: ونوجزها في النقاط الآتية:

- وجوب الدعوة إلى الله تعالى باستخدام جميع الوسائل المتاحة المشروعة والمباحة.
- مشروعية استعمال التقنيات المعاصرة في الدعوة إلى الله شريطة الالتزام بضوابط مشروعيتها.
- وسائل الدعوة إلى الله تعالى متعددة ومتجددة وغير مقتصرة على وسائل محددة.
- ضرورة الاستفادة من شبكة الانترنت وما تقدمه من خدمات في نشر الإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقاً وفكراً وثقافة.
- لموقع اليوتيوب دور مهم وفعال في نشر الإسلام لتوفره على مجموعة من الخصائص والمميزات المجانية التي تجذب الملايين من المتابعين من كل أنحاء العالم.
- موقع اليوتيوب منبر دعوي ناجح شامل وجامع للصوت والصورة معا.
- إمكانية إنشاء قنوات على اليوتيوب وتوظيفها في الدعوة إلى الله عن طريق نشر ومشاركة ملفات الفيديو الدعوية.
- مساهمة قناة دعوة على اليوتيوب في نشر رسالة الإسلام من خلال ما تبثه من مقاطع فيديو دعوية وهادفة.
- إقبال الجمهور على قناة دعوة على اليوتيوب لتمييزها بالوسطية والاعتدال والتنوع فيما ما تبثه.
- مصداقية ما تبثه قناة دعوة على اليوتيوب وبعدها عن التعصب والتضليل الإعلامي وتزييف الحقائق الدينية والفكرية.

ثانياً: التوصيات: ونلخصها فيما يأتي:

- ضرورة المشاركة في الدعوة إلى الله عبر الإنترنت لأهميتها وفعاليتها ومجانيتهما.
- لا بد من توعية الشباب والطلاب بالاستخدام النافع لموقع اليوتيوب وبضرورة استغلاله في الدعوة إلى الله.
- وجوب من الترويج للقنوات الدعوية على اليوتيوب وتشجيعها عن طريق مشاركة محتواها والتفاعل معه حتى تحقق انتشاراً أكبر وأوسع وتصل الرسالة الدعوية إلى الجمهور المستهدف.
- تخصيص دروس ودورات تعليمية لتدريب الدعاة والشباب على كيفية توظيف موقع اليوتيوب في الدعوة الإسلامية.
- كما نوصي بإعداد مقرر دراسي بالجامعات خاص بطلبة الدعوة والإعلام يتناول توظيف الوسائل المعاصرة في الدعوة ومن بين الوسائل التي يتناولها موقع اليوتيوب، ونقترح أن يكون اسم المقرر الدراسي - المقياس - "الوسائل الدعوية المعاصرة".
- ضرورة إكساب طلبة الدعوة والإعلام مهارات استخدام الوسائل المعاصرة في الدعوة خاصة مهارات استخدام موقع اليوتيوب.
- نوصي لذلك المؤسسات العلمية الإسلامية الحكومية وغير الحكومية بأن تفتح قنوات على اليوتيوب، وهذا ما نوصي به كذلك معهد العلوم الإسلامية بجامعة الوادي.
- نوصي أيضاً بطلبة العلوم الإسلامية عامة وطلبة الدعوة والإعلام بصفة خاصة بفتح قنوات دعوية على موقع اليوتيوب، والمساهمة في نشر مقاطع الفيديو النافعة.
- كما نوصي بتكثيف البحوث العلمية التي تتناول كيفية استغلال التقنيات المعاصرة في الدعوة خاصة البحوث المتعلقة بموقع اليوتيوب.

وفي الأخير نرجو أن نكون قد وفّقنا في إنجاز هذا البحث على أكمل وجه وأجمل

صورة، وهذا ما أفدّرنا الله على جمعه بخصوصه، فما كان فيه من توفيق وسداد فمنه وحده، وما كان فيه من سهو ونقصان وخطأ فمناً ومن الشيطان.

وآخر دعوانا أن الحمد لله ربّ العالمين

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ رَسُوْلُهُ
عَلَيْهِ السَّلَامُ

وَإِلَّا تَدْعُوا لَدُنَّ
مَلِكًا يَوْمَئِذٍ

قائمة المصادر والمراجع

✓ القرآن الكريم؛ رواية روش عن نافع.

أولاً: الكتب العامة:

1. إبراهيم رحمانى، خطوط رئيسية في كتابة البحوث الجامعية (ط:1، الوادي ، مطبعة سخري ، 2013م).
2. إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، (د.ط، اسكندرية، دار الدعوة، د.ت).
3. أحمد أحمد غلوش، الدعوة الإسلامية أصولها وسائلها وأساليبها في القرآن الكريم (د.ط، دم، مؤسسة الرسالة، د.ت).
4. أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، (د.ط، دم، د.ت).
5. أحمد بن محمد بن علي الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير (د.ط، بيروت، المكتبة العلمية، د.ت).
6. إسماعيل علي محمد، نحو تأصيل علمي لمصطلحات علوم الدعوة الإسلامية (ط:1، القاهرة، دار الكلمة للنشر والتوزيع، 1435هـ/2014م).
7. تركي بن أحمد العصيمي، كيف نخدم الإسلام من خلال الإنترنت (د.ط، الرياض، دار المعارج للنشر والتوزيع، 1421هـ).
8. جمال الدين ابن منظور، لسان العرب (ط:3، بيروت، دار الصادر، 1414هـ).
9. حصة بنت عبد الكريم الزيد، أثر استخدام الانترنت على الفتايات في مجال الدعوة (ط:1، الرياض، دار التدميرية، 1435هـ/2014م).
10. خالد غسان يوسف مقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية (ط:1، الأردن، دار النفائس، 1434هـ/2013م).
11. رؤوف شلبي، الدعوة الإسلامية في عهدها المكي مناهجها وغاياتها (ط:3، دم، دار القلم، د.ت).
12. سعيد بن علي بن وهف القحطاني، العلاقة المثلى بين الدعاة ووسائل الاتصال الحديثة في ضوء الكتاب والسنة (ط:1، الرياض، مطبعة سفير، 1432هـ).

13. شحاته صقر، إدارة العمل الدعوي (د.ط، إسكندرية، دار الخلفاء الراشدين ودار الفتح الإسلامي، د.ت).
14. عاطف عدلي العبد وزكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام (ط:2، القاهرة، دار الفكر العربي، 1413هـ/1993م).
15. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، (ط:3، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977م).
16. عبد الرحمن بن معاضة الشهري، الدعوة إلى الله عبر الإنترنت أساليبها ووسائلها (د.ط، دم، دن، 1432هـ).
17. عبد الرحيم بن محمد المغذوي، الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية (ط:2، الرياض، دار الحضارة للنشر والتوزيع، 1431هـ/2010م).
18. عبد العزيز بن عبد الله بن باز، مجموع فتاوى ابن باز، ج1 (د.ط، دم، دن، د.ت).
19. عبد الله بن صالح القصير، تبصرة الهداة بشأن الدعوة والدعاة (ط:2، دم، دن، 1430هـ/2009م).
20. عدنان بن محمد آل عرعور، منهج الدعوة المعاصرة في ضوء الكتاب والسنة (ط:10، دم، دن، 1432هـ).
21. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (ط:1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلاء ناشرون وموزعون، 2004م).
22. فريدة بن عمروش، كتاب الملتقى الدولي السنوي للبحث العلمي التربية على المواطنة وحقوق الإنسان (د.ط، طرابلس، مركز جيل البحث العلمي، 2018م).
23. فهد بن حمود العصيمي، الدعوة إلى الله وأهميتها ووسائلها (د.ط، دم، دن، د.ت).
24. فؤاد توفيق العاني، الصحافة الإسلامية ودورها في الدعوة (ط:1، بيروت، مؤسسة الرسالة، د.ت).
25. مجد الدين الفيروز آبادي، القاموس المحيط (ط:8، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1426هـ/2005م).
26. محمد بن أحمد بن الأزهر الهروي، تهذيب اللغة (ط:1، بيروت، دار إحياء التراث العربي، 2001م).

27. محمد بن إسماعيل البخاري، الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه (ط:1، بيروت، دار طوق النجاة، 1422هـ).
28. محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية أسسها أساليبها ومجالاتها (ط:1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، 1419هـ / 1998م).
29. محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس (د.ط، دم، دار الهداية، د.ت).
30. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير (ط:1، دم، الدار العالمية، 2003م).
31. مصطفى بن كرامة الله مخدوم، قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية (ط:1، الرياض، دار اشبيليا للنشر والتوزيع، 1420هـ / 1999م).
32. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة (ط:1، عمان، دار البداية، 2014م / 1435م).

ثانياً: الدراسات والرسائل الجامعية:

1. إبراهيم بن عبد الرحيم عابد، وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية وكيفية استخداماتها الدعوية (رسالة دكتوراه في تخصص الدعوة والاحتساب) غير منشورة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1427هـ.
2. أكرم عبد القادر عبد الله فراونة، فعالية استخدام مواقع الفيديو الالكترونية في اكتساب مهارات تصميم الصور الرقمية (رسالة ماجستير في تخصص تكنولوجيا التعليم) غير منشورة، كلية التربية، قسم مناهج وطرق التدريس، الجامعة الإسلامية، غزة، 1433هـ / 2012م.
3. رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على الإنترنت، دراسة منشورة ضمن وقائع مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لواقع جديد، جامعة البحرين، بتاريخ 7 - 9 أبريل 2009.

4. سالم أحمد سلامة، التقنية وأثرها في خدمة الدعوة الإسلامية (بحث مقدم لمؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر) غير منشور، كلية أصول الدين، الجامعة الإسلامية، غزة، 1426هـ/2005م.
5. صالح زنداقي، عملية الاتصال الدعوي من خلال شبكة المعلومات العالمية، (رسالة دكتوراه في تخصص الدعوة والإعلام) غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013م/2014م.
6. عائشة ديس، دور اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالبات الجامعيات (مذكرة ماستر في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الجيلاني بونعامة، عين الدفلى، 2017م/2018م.
7. عماد عيسى صالح محمد، الاستخدامات المهنية لمواقع مشاركة الفيديو على شبكة الأنترنت (بحث مقدم إلى المؤتمر العشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات)، دار البيضاء، المغرب، 2009م.
8. فتيحة حشاش، أساليب ومهارات التنمية البشرية وعلاقتها بالدعوة الإسلامية (رسالة دكتوراه في تخصص الدعوة والثقافة الإسلامية) غير منشورة، كلية العلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2013م/2014م.
9. كنزة مناخ، استخدام المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباع المحققة منه (رسالة ماجستير في تخصص اتصال وعلاقات عامة) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016م/2017م.
10. محمد أزهرى حاتم، الوسائل المشروعة والممنوعة في الدعوة الى الله تعالى (رسالة ماجستير في تخصص الدعوة والإعلام) غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام، قسم الدعوة والاحتساب، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، 1420هـ/1421.
11. مريم نريمان نومان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية (رسالة ماجستير في تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة) غير

منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011م/2012م.

12. هناء قاسمي وآخرون، استخدامات الفيديو في البيئة الإعلامية الرقمية (مذكرة ماستر في تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع) غير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2015م/2016م.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

1. جامعة الإيمان، ندوة الإيمان الثانية (1426هـ)، الفصل الخامس: وسائل وأساليب الدعوة المعاصرة
(www.jameataleman.org/main/articles.aspx?selected_article_no=1867).
2. حسين أحمد عبد القادر، الخريطة الدعوية للنشر على الشبكات الاجتماعية
(ar.islamway.net/article/67691).
3. عادل عبد الله الهندي، تطويع وسائل التكنولوجيا الحديثة في الدعوة إلى الله
(main.islammessage.com/newspage.aspx?id=5587).
4. فهمي قطب الدين النجار، وسائل الإعلام (التلفزيون)،
(www.alukah.net/culture/0/73370).
5. محمد بن عبد الرحمن بن عبد الله المرحوم، تعريف الدعوة لغة واصطلاحاً،
(www.alukah.net/sharia/0/109568/#_ftn6).
6. موقع جريدة عنب بلدي، "فيس بوك" و"يوتيوب" و"غوغل" وغيرها.. لماذا سميت هكذا؟
(www.enabbaladi.net/archives/138849).
7. هند بنت مصطفى شريف، أثر الإذاعة المدرسية والأشرطة والتسجيلات السمعية في الدعوة
(www.alukah.net/social/0/82954).
8. قناة دعوة، الحلقة الأولى من برنامج "ديناً قيماً" مع د محمد راتب النابلسي و د عمر عبد الكافي، (تاريخ النشر: 2017/05/27).
(https://youtu.be/bBeM--WJAcQ)

9. الجوهرة بنت محمد العمراني، وسائل دعوة غير المسلمين 3-3
(main.islammessage.com/newspage.aspx?id=29216).