



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية العلوم الإسلامية

قسم أصول الدين



تحديات المرأة الداعية في الإعلام الجديد - دراسة وصفية -

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

المشرفة:

د. فهيمة بن عثمان

الطالبة:

زينب رويسي

لجنة المناقشة

| الاسم واللقب | الرتبة | الجامعة | الصفة |
|-------------------------|-----------------|--------------------------------|--------------|
| د. محمد الصديق قادري | أستاذ محاضر - أ | جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي | رئيسا |
| د. فهيمة بن عثمان | أستاذ محاضر - أ | جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي | مشرفا ومقررا |
| د. يعقوب عماري | أستاذ متعاقد | جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي | ممتحنا |

السنة الجامعية: 1444 - 1445هـ / 2022-2023م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ

الْمُفْلِحُونَ ﴾

آل عمران: [104]

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال في عمرهما وأدام عليهما الصحة والعافية.

إلى روح أختي "هاجرة" الحبيبة رحمها الله.

إلى أخواتي وإخوتي وأصدقائي، ومن كانوا برفقتي ومصاحبتي أثناء الدراسة.

وإلى جميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل ما يملكون.

زينب

شكر وعرّفان

الحمد لله الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم، الحمد لله المنان، الملك القدوس السلام مدبر الليالي والأيام، مصرف الشهور والأعوام فأجراها على أحسن نظام الحمد لله على ما أنعم به علينا من فضله الخير الكثير والعلم الوفير وأعانني على إنجاز هذا العمل الذي أحسبته عبادة من العبادات جعلها الله خالصة لوجهه الكريم.

وبعد حمد الله تعالى وشكره على إتمامي لهذه الدراسة أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذة المشرفة: الدكتورة "بن عثمان فهيمة" على ما قدمته لي من عطاء متميز وإرشاد مستمر، منذ كان الموضوع عنوانا إلى أن صار - رسالة وبحثا فلها الشكر كله والتقدير والعرّفان.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى كل الأساتذة وأخص بالذكر الدكتور: د. "الطاهر عمارة الأدغم"، و"د. نبيل صوالح محمد"، د: "علي خضرة"؛ على ما قدموه لي من نصائح.

كذلك أتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من بعيد أو قريب.

الطالبة:

زينب

الملخص

في دراستي التي تحمل عنوان: تحديات المرأة الداعية في الاعلام الجديد كان الهدف منها إبراز العوائق التي تعترض المرأة الداعية في عملها الدعوي عبر وسائل الاعلام الجديد، وتختلف هذه العوائق لاعتبارات عدة منها ما هو متعلق بالمرأة الداعية نفسها ومنها ما هو متعلق بجمهور المدعوين وما يرتبط من أحوال، ومنها ما هو متعلق بالرسالة الدعوية والوسيلة المستخدمة في ايصالها.

كل هذه العوائق تقف حاجزا أمام المرأة الداعية وقد تحد من مسيرتها الدعوية الإعلامية، ولكن ينبغي على الأخت الداعية أن تتجاوز هذه المعوقات وتستغل كل وسائل الإعلام المعاصرة وتوظيفها لصالح الدعوة، وتستعين بها على تحقيق أهدافها، خاصة وقد أصبح التحكم في هذه الوسائل في عصرنا علما قائما بذاته، حيث استفاد هذا العلم من كل ما انجزه الانسان عبر التاريخ، ودمج بين الوسائل القديمة والتقنيات الحديثة بطريقة لم يشهد التاريخ مثلها، وأرقى منها.

ومن أمثلة هذه الوسائل مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات المرئية، والمواقع الإلكترونية... الخ.

وفي هذا العصر عصر التطور والتقنيات الحديثة وجدت قضايا ونوازل تغد من اصعب التحديات التي تعترض المرأة الداعية في عملها الدعوي الإعلامي.

لذا أصبح من الضروري مضاعفة جهودها والسعي الجاد لإيجاد حلول مناسبة تساعدنا على تجاوز تلك العوائق واستثمار وسائل الاعلام الجديد في قيامها بواجب الدعوة إلى الله.

والإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة تتمحور في السؤال الآتي: ماهي التحديات التي تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد؟

وقد توصلت في هذه الدراسة إلى النتائج الآتية:

- أن مشاركة المرأة الداعية في الإعلام الجديد ذا أهمية كبيرة لما تمتلكه من تأثير عاطفي ولعة تواصل اجتماعي قادرة على استيعاب العقول وفهم شخصيات المجتمع وخاصة المجتمع النسائي؛ فهي ملتزمة لهذا الواقع لأنها جزء منه، فتكون أداة معرفية صحيحة في معالجة القضايا النسائية وطرح المستجدة منها.

- أن المرأة الداعية تواجه العديد من التحديات في الميدان الإعلامي سواء على مستوى العمل الدعوي الإعلامي ككل أو على مستوى المرأة الداعية بصفة خاصة، فمن أهمها عدم التزام المرأة الداعية بضوابط توظيف وسائل الإعلام الجديد في الدعوة، مما أدى ذلك إلى غياب صورة المرأة الداعية الملتزمة بشرع الله تعالى عن الظهور كقدوات في العمل الإعلامي ونشر الرسالة، مما جعل الفرصة سهلة لظهور المرأة بصورة مغايرة وفق الطريقة والرؤية التي يريدونها الغير وبعض المتغربين فكريا، وعندها فقدان الهوية الإسلامية. وهذا راجع إلى عقبة ضعف العلم الشرعي لدى الداعية وما يحويه من تعاليم وضوابط محكمة وكذا بطء مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وتطويعها في خدمة الدعوة.

- أن المرأة الداعية ولله الحمد خطت خطوات حميدة في توظيف وسائل الإعلام الجديد في الدعوة، وليس ذكر هذه العوائق تحجيما لها أو غضا منها، وإنما لمعرفة هذه التحديات والوقوف على أسبابها وبيان سبل تخطيها وعلاجها للرفي بالعمل الدعوي الإعلامي النسائي.

الكلمات المفتاحية: تحديات - المرأة الداعية - الإعلام الجديد.

Abstract :

In my study entitled: The Challenges of the Calling Woman in the New Media, the aim was to highlight the obstacles faced by the preacher woman in her preaching work through the new media. Conditions, including what is related to the missionary message and the means used to deliver it.

All these barriers pose significant challenges for preacher woman and may limit her media advocacy career, but the preacher sister must overcome these obstacles and take advantage of all contemporary media and apply them in the interest of the call, and use them to achieve her goals, especially since the mastery of these means has evolved into a well-established science by itself, as this science benefited from everything that man has accomplished throughout history, the merge of ancient means with modern technologies represent a historical landmark in media integration and exemplifies the finest utilization of available resources.

Examples of these means are social networking sites, video blogs, websites...etc.

In this era of development and modern technologies, there are issues and problems that become one of the most difficult challenges facing the preacher woman in her advocacy and media work.

Therefore, it became necessary to double her efforts and strive to find appropriate solutions that would help her overcome these obstacles and invest in the new media in carrying out the duty of calling to God.

The main problem of this study revolves around the following question:

What are the challenges facing women preachers in the new media?

In this study, the following results were achieved:

- The participation of the preacher woman in the new media is of a importance because of the emotional impact she possesses and the way of social communication capable of understanding minds and personalities of society, especially the women's society; She is keen on this reality because she is part of it, so she is the correct cognitive role in addressing women's issues and bringing up the ones.

The preacher woman faces many challenges in the media field, whether at the level of the media advocacy work as a whole or at the level of the preacher woman in particular. God Almighty forbids appearing as role models in media work and dissemination of the message, which made the opportunity easy and convenient for women to appear in a different way according to the desire and the vision that others want and some with west thinking want, and then the loss of Islamic identity. This is due to the obstacle of the preacher's weak forensic knowledge and the constrained teachings and controls it contains, as well as the slow pace of keeping up with modern technological developments, especially social networking sites, and adapting them in the service of advocacy.

- Praise be to God, the woman preacher has made good progress employing the new media in advocacy, and not mentioning these obstacles is not to belittle her or turn a blind eye to her, but rather to know these challenges and face their causes and indicate ways to overcome them and treat them for the advancement of women's media advocacy work.

Keywords: challenges - the preacher woman - the new media.

قائمة الرموز

قائمة الرموز المستخدمة في المذكرة:

| الرمز | المعنى |
|---------|----------------------------|
| ج | جزء |
| ص | الصفحة |
| هـ | هجري |
| ت | توفي |
| م | ميلادي |
| تحق | تحقيق |
| لا. ن | لا ناشر |
| لا. م | لا مكان طبع |
| د. ت | بدون ذكر تاريخ |
| لا. ط | لا طبعة |
| ط | طبعة |
| (...) | كلام متواصل |
| ﴿ ... ﴾ | رمز مستخدم للآيات القرآنية |
| [...] | رقم الآية |

مقدمة

مقدمة

إن الحمد لله نحمده ونستعينه ونستغفره ونتوب إليه، ونعوذ بالله من شرور أنفسنا ومن سيئات أعمالنا، من يهده الله فلا مضل له ومن يضلل فلا هادي له وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له، وأشهد أن محمدا عبده ورسوله صلى الله عليه وسلم أما بعد:

لاشك أن الدعوة إلى الله تعالى من أجل الوظائف؛ لأنها وظيفة الأنبياء والرسل، ولأن غايتها حمل المجتمع المسلم على فهم صلاحهم، شريطة أن تكون الدعوة على بصيرة وهدى من خلال الوسائل الشرعية.

والوسائل الدعوية هي الأداة المستخدمة لإيصال الدعوة للمدعو، وهذه الوسائل تتجدد بتجدد الزمان، ومع تسارعها بوتيرة عالية أصبحت تحل بعض الوسائل محل أخرى في أوقات وجيزة، ولم تعد الدعوة مقتصرة على خطبة الجمعة فقط، فكما هو معلوم أن الدعوة لها وسائل متعددة كالدرس الديني والندوة والمناظرة، مروراً بوسائل الإعلام الجديد، كمواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها والمدونات المرئية والكتابية والتسجيلات الصوتية وغيرها، والتي ظهرت متزامنة مع التطور التكنولوجي المتسارع المرتبط بظهور الأنترنت والذي تخطت شهرته حدود العالم في جميع المجالات، وأصبح موجهاً أساسياً للأفكار والآراء وذلك من خلال وسائله التقنية الحديثة التي حولت العالم إلى قرية صغيرة، وأصبحت مسيطرة ومؤثرة على الأفراد والمجتمعات في تكوين اتجاهاتهم ومبادئهم وقيمهم، وقد استغل الدعاة والعلماء وسائل الإعلام الجديد لإيصال الدعوة إلى الله تعالى بكل الأساليب واللغات إلى جميع الناس.

وفي هذا السياق فإن واقعنا يشهد بقوة على الدور النسائي في الدعوة إلى الله تعالى في التقنيات الحديثة، والريادة في تبليغ رسالة الإسلام، فبجهودهن لا تقل عن نظرائهن من الرجال. حيث كان للمرأة الداعية دور بارز في خدمة دينها من خلال وسائل الإعلام الجديد، وهي بذلك تحتل مكانة معتبرة في العمل الدعوي الإعلامي كمشاركتها الفعالة في البرامج التلفزيونية

المهادفة وكذا عبر وسائل التواصل الاجتماعي كإنشائها الصفات والمواقع الإلكترونية التي تنشر من خلال الأفكار الدعوية وتعاليم الإسلام الصحيحة ورد الشبهات عنه.

وكما هو معلوم بأن طريق الدعاة طريق طويل شاق حافل بالتحديات والأشواك محفوف بالفتن والأذى والابتلاء، حيث تعرضت المرأة الداعية للعديد من العقبات في الميدان الإعلامي مما عرقل ذلك مواصلة أداءها لمهامها الدعوية أحيانا وفي أحيان أخرى وكثيرة تراجعت وانصرفت عن المشاركة في المجال الدعوي ككل والإعلامي بصفة خاصة.

ولكن تظل هذه التحديات محدودة يمكن تجاوزها وإيجاد حلول مناسبة لها فلكل داء دواء، ولا يكون ذلك إلا من خلال الإخلاص التام لله تعالى والسعي والاجتهاد الجاد في علاجها.

أولا: اشكالية الدراسة:

إنَّ السؤال الرئيسي الذي تطرحه الدراسة هو:

- ماهي التحديات التي تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد؟

ثانيا: التساؤلات الفرعية:

- ما هو الإعلام الجديد؟ وما هي وسائله؟
- ما أهمية الإعلام الجديد في الدعوة؟ وما هي ضوابطه؟
- ما مدى أهمية قيام المرأة الداعية بالدعوة في الإعلام الجديد؟
- ما ضوابط وعوامل نجاح المرأة الداعية في الإعلام الجديد؟
- فيما تتمثل المعوقات التي تواجه المرأة الداعية عبر الإعلام الجديد المتعلقة بذاتها؟ وما هي العوائق المتعلقة بجمهور المدعوين؟

- فيما تتمثل المعوقات التي تعترض المرأة الداعية في الإعلام الجديد المتعلقة بمضمون الرسالة الدعوية؟ وما هي المعوقات المتعلقة بالوسيلة المستخدمة لإيصالها؟
- ما هي أبرز الحلول المناسبة لتحديات المرأة الداعية في الإعلام الجديد؟

ثالثا: منهج الدراسة:

نظرا لطبيعة الموضوع ومن أجل الوصول إلى الهدف المنشود والاجابة عن تساؤلات البحث والإمام بجوانب الموضوع، اعتمدت على المنهج الوصفي في إبراز التحديات المتعلقة بالمرأة الداعية في الإعلام الجديد، هذا وقد تفاوتت أحجام المباحث وذلك حسب المادة العلمية وكثرتها أو قلتها في الموضوع.

رابعا: أهداف الدراسة:

- يهدف البحث إلى بيان أهمية الدعوة عبر وسائل الإعلام الجديد، وهي أعظم عمل يقوم به الإنسان خاصة في هذا العصر عصر التطور والتقنيات الحديثة، لبيتغي به الأجر من الله سبحانه وتعالى.
- يهدف البحث إلى بيان أهمية الجهود الدعوية للمرأة الداعية في استثمار التقنيات الحديثة ووسائل الإعلام الجديد في خدمة الدعوة.
- يهدف البحث إلى بيان أهم التحديات التي تعترض المرأة الداعية أثناء عملها الدعوي عبر وسائل الاعلام الجديد.
- تهدف الدراسة إلى تقديم حلول لمعوقات المرأة الداعية في الإعلام الجديد وبيان سبل الارتقاء بالعمل الدعوي الإعلامي النسائي.

خامسا: أهمية الدراسة

- تكتسب الدراسة أهميتها في كونها تعالج موضوعا يتعلق بتبليغ رسالة الإسلام.
- تكمن أهمية الدراسة في أهمية مشاركة المرأة الداعية في تبليغ الدعوة إلى الله بنطاقها الواسع عبر وسائل الاعلام الجديد.
- إمكانية المرأة الداعية أكبر لمخاطبة المدعويين عبر التقنيات الحديثة وخاصة لبنات جنسها وهي أعرف بمشكلاتهن وتلمس حاجتهن ومرونة تواصلها.
- كما تكمن أهمية الدراسة في إبراز وعرض أهم تحديات المرأة الداعية في الواقع المعاصر التي تعترضها بتوظيف تقنيات المعلومات الحديثة في خدمة الدعوة.
- عرض لبعض الحلول المتعلقة بالمعيقات التي تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد وكيفية تخطيها.

سادسا: أسباب اختيار الموضوع

- الحرص على معرفة ودراسة أهم المشكلات التي تعترض الدعوة عبر الإعلام الجديد.
- رغبتني في دراسة تحديات المرأة الداعية في الاعلام الجديد لأن للمرأة مشاركة فعالة لنشر الدين الإسلامي عبر التقنيات الحديثة في العصر الحاضر.
- كثرة المعوقات التي تواجه المرأة الداعية في عملها الدعوي عبر وسائل الإعلام الجديد.
- قلة الدراسات العلمية المتخصصة في العمل الدعوي الإعلامي للمرأة الداعية.
- كون تخصصي تخصص دعوة وإعلام أقدمت على هذه الدراسة.
- الحاجة للوقوف على واقع معوقات الجهود الدعوية الإعلامية للمرأة المسلمة لإيجاد الحلول المناسبة لها.
- روح الفضول التي أمتلكها وتحفيزات المشرفة لتناول هذا الموضوع المشوق.
- اعجابي بشساعة هذه الدراسة وطموحي لإكمالها في مرحلة الدكتوراه.

سابعاً: الدراسات السابقة:

فيما يخص الدراسات السابقة فيمكن ذكر الدراسات التي تم توظيفها في إطار دراستي:

1- أمل بنت فهد بن جاسر الجليل: عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها- مع دراسة ميدانية على عينة مختارة من المجتمع النسائي في مدينة الرياض- رسالة ماجستير في العلوم الإسلامية، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، قسم الدعوة والاحتساب، 1430-1431.

سعت هذه الدراسة لإبراز العوائق التي واجهت المرأة الداعية في العديد من ميادين الحياة أثناء أعمالها الدعوية، مع إبراز السبل اللازمة لتجاوزها ومعالجتها.

حيث ركزت هذه الرسالة على تسليط الضوء على الجوانب التالية:

-الجهود الدعوية للمرأة المسلمة في كثير من الميادين، مع ذكر ضوابط عملها الدعوي في الميادين الدعوية المختلفة.

-عرض العوائق التي واجهت المرأة الداعية في عملها الدعوي على النطاق الفردي والجماعي في بعض المؤسسات أو الهيئات الدعوية سواء منها العوائق الشخصية أو الأسرية أو المحلية أو الخارجية.

-تقديم حلول واقتراحات تعين المرأة الداعية على تخطي العوائق التي تعترضها أثناء قيامها بالدعوة الى الله - سبحانه وتعالى-.

2- حفيظة لجدل علي- ليلة غمام عمارة: الدور الجوّاري للمرأة الداعية -دراسة وصفية لخمسة داعيات بولاية الوادي- رسالة ماستر في العلوم الاسلامية تخصص: دعوة وإعلام واتصال، جامعة الشهيد حمه لخضر: معهد العلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، 1439هـ - 1440هـ / 2018-2019م.

تمحورت إشكالية الدراسة حول الكشف عن الدور الحوارى للمرأة الداعية وذلك من خلال إجراء مقابلات شخصية مع خمسة داعيات في ولاية الوادي ووصف تجربتهن في المجتمع السوفى.

خلصت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- أن المرأة الداعية مكانة كبيرة في العمل الدعوى بحيث تشارك في المجالات التي تناسب طبيعتها، لأن هناك مجالات لا تستطيعها إلا المرأة.
- رغم اختلاف في درجة مستوى الداعيات والمعوقات التي جاءت في صفوفهن إلا أنهن حققن نجاحا وافرا في العمل الدعوى الجوارى لولاية الوادي.
- أن الدور الجوارى يزيد من قوة الصلة والتعارف أكثر بين الداعية والمدعوة.
- 3- عدائكة راضية- عاد الرميضاء: معوقات العمل الدعوى للمرأة المسلمة-دراسة ميدانية-رسالة ماستر في العلوم الإسلامية تخصص: دعوة وإعلام، جامعة الشهيد حمه لخضر، معهد العلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، 2021/2020م.

سعت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المعوقات التي تواجه المرأة المسلمة أثناء العمل الدعوى أبرزها الإشكالات الأسرية وكذلك المادية وغياب العامل التحفيزى لممارسة العمل الدعوى بأكمل وجه وعدم الحصول على الاهتمام من طرف المدعوات، ومن أهم النقاط التي تم استخلاصها في نهاية الدراسة هي:

- أن هناك عقبات حقيقية متنوعة تواجه الأخت الداعية عليها أن تواجهها بعزيمة وإرادة وشجاعة، وأن تتخطاها إن أرادت تنجح في دعوتها.
- أن أبرز العوائق التي تواجه المرأة المسلمة منها عائق صعوبة التوفيق بين مسؤولية المرأة المسلمة الداعية اتجاه عائلتها وعائق انشغالها بمتطلبات ومهام الوظيفة التي تعمل بها.

- تبين أن الداعيات ثروة وكثر عظيم، ينبغي أن نحرص عليهن، ولا يقف الرجال عقبة في طريقهن، والاهتمام بهن وبأوضاعهن وأحوالهن، ويقدموا لهن المعرفة اللازمة المادية والمعنوية.

واستفدت من هذه الدراسات الثلاثة:

- التعرف على أهمية المعوقات والتحديات التي واجهت المرأة الداعية بصفة عامة في أغلب الميادين.

- كما استفدت من هذه الدراسات في طريقة تصنيف العوائق التي واجهت المرأة الداعية في عملها الدعوي (ذاتية - اجتماعية - ثقافية - فكرية وعلمية - اقتصادية).

- كما استفدت من بعض العوائق والحلول العامة للمرأة الداعية التي تم طرحها في هذه الدراسات ثم قمت بإسقاطها على الجانب الإعلامي بما يخدم موضوعي.

ولكن يبقى الفارق الرئيسي بين دراستي الحالية وهذه الدراسات السابقة أن هذه الدراسات تناولت التحديات التي تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد، بنسبة ضئيلة.

كما هناك العديد من الدراسات الأخرى اعتمدت عليها في دراستي لكن لا يسعني المقام لذكرها كلها.

ثامنا: الخطوات الإجرائية.

وقد اعتمدت في دراستي على مجموعة من النقاط المنهجية في إتمام فقرات الدراسة والتي منها:

قد اعتمدت في كتابة الآيات القرآنية على مصحف الكتروني بجامعة الملك سعود اسم السورة ورقمها بعد ذكر الآية، كما اعتمدت في تخريج الأحاديث النبوية المطهرة على التخريج الآلي.

قد اعتمدت في التهميش على الخطوات التالية: اسم ولقب المؤلف، عنوان الكتاب (الطبعة: الرقم، المكان: المطبعة أو الناشر، التاريخ)، الصفحة ورقمها، كما اعتمدت على بعض الكتب ذات أجزاء.

بعض المعلومات الخاصة بالمراجع قد تكون غير موجودة فقد وضعنا اختصارات ورموزا لها.

تاسعا: صعوبات البحث.

وقد واجهت أثناء إعداد هذه الدراسة جملة من العقبات يمكن تلخيصها فيما يلي:

- الخوف من عدم جمع الكم المناسب للمعلومات.
- الصعوبة في جمع عدد أكبر من المصادر والمراجع.
- قلة المصادر والمراجع التي تناولت العمل الدعوي للمرأة الداعية في مجال الإعلام الجديد بصفة خاصة.
- ندرة المصادر والمراجع التي تطرح التحديات والحلول التي تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

عاشرا: تحديد مفاهيم الدراسة.

أولاً: مفهوم الدعوة:

أ. مفهوم الدعوة لغة:

جاء في المعجم الوسيط: "(الدعوة) يقال هو منى دعوة الرجل يبني وبينه قدر ما يبني وبين الذي أدعوه وبني فلان الدعوة على غيرهم يبدأ بهم في الدعاء لأخذ العطاء وما يُدعى إليه من طعام أو شراب يُقال نحن في دعوة فلان ويقال كنا في دعوة فلان في ضيافته والادعاء"¹.
وجاء في معجم اللغة العربية المعاصرة: "دعو: دعا، يدعُو، ادعُ، دُعَاءً ودعوةً ومدعَاءً، فهو داعٍ، والمفعول مدعُو."

دعا الشخص إلى وليمة: استضافه، طلبه ليأكل عنده (...).²

وفي المحيط في اللغة: "رجل مدعُوٌ ومدعِيٌ، جميعاً. وهو داعي قومٍ وداعيتهم: أي يدعوهم إلى هدى أو ضلال. والمؤذن: داعي الله"³.

"والدعوة في اللغة: «الطلب، يقال: دعا بالشيء: طلب إحضاره، ودعا إلى الشيء: حثه على قصده، يقال: دعاه إلى القتال، ودعاه إلى الصلاة، ودعاه إلى الدين، وإلى المذهب: حثه على اعتقاده وساقه إليه»

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. (لا. ط؛ القاهرة: دار الدعوة، د. ت)، ص 287.

² أحمد مختار عبد الحميد عمر (ت: 1424هـ) بمساعدة فريق عمل، معجم اللغة العربية المعاصرة، ج: 4، (ط: 1؛ لا. م: عالم الكتب، د. ت)، ص 748.

³ إسماعيل بن عباد بن العباس، أبو القاسم الطالقاني، المشهور بالصاحب بن عباد (ت: 385هـ)، المحيط في اللغة، ج: 1، (لا. ط؛ لا. م: لا. ن، د. ت)، ص 115.

ومنه يمكن استخلاص معنى الدعوة بأنه: «الطلب والحث على الشيء، والسوق إليه...»
فيتضمن معنى الدعوة إلى الإسلام طلب الناس وسوقهم إليه، وحثهم على الأخذ به".¹

ب. اصطلاحاً:

وهي: "الدعوة إلى الله، أي: إلى دينه وهو الإسلام الذي هو الاستسلام والخضوع والانقياد لله رب العالمين من خلال الاعتقاد بأركان الإيمان الستة وتطبيق أركان الإسلام، فالدعوة لله تعالى لا تعني الدعوة الفئوية أو الحزبية أو المذهبية؛ لأن هذه الدعوات ضيقة لا تتناسب مع سعة الإسلام وجلال رب العالمين".²

الدعوة هي: "تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة".³

وفي تعريف آخر: "إبلاغ الناس دعوة الإسلام في كل زمان ومكان بالأساليب والوسائل التي تتناسب مع أحوال المدعوين".⁴

والدعوة: "هي تبليغ هداية الله تعالى إلى خلقه في ضوء ما جاء في القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف والسيرة النبوية العطرة، وما أثر عن رسول الله صلى الله عليه وسلم وخلفائه الراشدين المهديين...".⁵

¹ محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، (ط: 3؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1415هـ-1995م)، ص 16.

² بسام العموش، فقه الدعوة، (ط: 1، عمان-الأردن: دار النفائس، 1425هـ-2005م)، ص 07.

³ محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، مرجع سابق، ص 40.

⁴ علي بن صالح المرشد، مستلزمات الدعوة في العصر الحاضر، (رسالة لنيل شهادة الماجستير في تخصص الدعوة بقسم

الدراسات العليا)، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، السعودية، ص 21.

⁵ أحمد عمر هاشم، الدعوة الإسلامية منهجاً.. ومعالها، (لا. ط: لا. م: مكتبة غريب، د. ت)، ص 06.

الإمام الطبري عرف الدعوة بـ: "الدعوة هي دعوة الناس إلى الإسلام بالقول والعمل".¹

وعرفها شيخ الإسلام ابن تيمية: "الدعوة إلى الله هي الدعوة إلى الإيمان به وبما جاءت به رسله بتصديقهم فيما أخبروا به وطاعتهم فيما أمروا به".²

رابعاً: مفهوم التحديات

أ. لغة:

"تحدى يتحدى، تحدّ، تحدياً، فهو متحد، والمفعول مُتحدّى.

تحدى فلانٌ فلاناً: غالبه وباراهُ "تحداه أن يحل لغزاً - تحدى الشعب الاستعمار"

أتحدى: تعبير يُقصد به إنذار شخص بفعل شيء مع التلميح إلى عدم قدرته عليه.

تحدى الموت: - رفض الاستسلام وجابهه، تحدى الصعاب: قاومها".³

"تحدّ [مفرد]: ج تحديات (لغير المصدر).

- مصدر تحدى

- ما يواجه من عقبات أو أخطار "كثرت تحديات العالم الأخيرة - التحدي يثير العداة [مثل

أجنبي]: يمثاله في المعنى المثل العربي: المزاح لقاح الضغائن"

- التحدي والاستجابة: نظرية في فلسفة التاريخ مؤداها: أن الحضارة تنشأ عندما يواجه شعب

ما تحدياً يهدد كيانه فيواجه هذا التحدي ببذل جهد مضاعف استجابة لحب البقاء".⁴

¹ مناهج جامعة المدينة العالمية، أصول الدعوة، ج: 1، (رسالة ماجستير، قسم: الدعوة وأحوال المسلمين)، جامعة المدينة، ص131.

² المرجع نفسه، ص131.

³ أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص461.

⁴ مرجع نفسه، ص462.

ب. التحديات اصطلاحاً

التحديات هي: "أزمة تنجم عن شيء جديد، ويأخذ صفة المعاصرة لحين ظهور غيره، يولد الحاجة لدى المجتمع الذي يندفع بها نحو التغلب عليه ويتطلب تغييراً شاملاً في شتى مناحي الحياة".¹

«التحديات هي تطورات أو متغيرات أو مشكلات أو صعوبات أو عوائق نابعة من البيئة المحلية أو الإقليمية أو الدولية».²

ومنه يمكن تعريف التحديات بأنها: "تطورات أو متغيرات أو مشكلات أو صعوبات أو عوائق اجتماعية أو اقتصادية أو تنموية أو غير ذلك في مناحي الحياة المتعددة وهي عادة ما تكون نابعة من البيئة المحلية أو البيئة الإقليمية وهي تشكل خطر أو تهديد على مستقبل الفرد أو المجتمع".³

- التعريف الإجرائي للتحديات:

هي العوائق والعقبات والمشكلات والموانع التي تحد مسار الفرد عن بلوغ هدفه أو تُؤخره عن الوصول إليه في الوقت المحدد.

¹ محمد عبد الله عيسى حمد المطر، التحديات العقدية المعاصرة دراسة تحليلية نقدية، (رسالة دكتوراه)، كلية دار العلوم، جامعة المنيا، ص1020.

² محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، (لا. ط؛ لا. م: دار حميد للنشر والترجمة، 2017م)، ص61.

³ فارس محمد العمارات، دور المرأة الأردنية في الحياة العامة، (ط: 1؛ الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع، 2021م)، ص176.

ثالثاً: مفهوم المرأة الداعية

1. تعريف المرأة

أ. لغة: "امرأة [مفرد]: ج نساء (من غير لفظها) ونسوة (من غير لفظها)، مذ امرؤ: أنثى الرجل "اشترى لامرأته خاتماً ثميناً - وراء كل رجل عظيم امرأة - ﴿وَأَمْرَأَتُهُ حَمَّالَةَ الْحَطَبِ﴾ سورة المسد [04].

- والمرأة: تطلق - عند تعريفها بال- بمعنى أنثى الرجل".¹

- وجاء في لسان العرب: "وللعرب في المرأة ثلاث لغات، يقال: هي امرأته وهي مرأته وهي مرثته".²

- وجاء في معجم متن اللغة: "المرأة أنثى المرء، وجمعها على غير لفظها نساء، وقد يترك الهمز فيقال، مرّة ومرأة وهذا قليل وتصغيرها مُرَيْثَةٌ ومُرِيَّةٌ".³

ب. اصطلاحاً:

المرأة هي "أنثى الإنسان البالغة، كما الرجل هو ذكر الإنسان البالغ ولكن عند اختلاف الثقافات فإن التعريف بالتأكيد سيكون مختلفاً وتستخدم (المرأة) لتمييز الفرق الحيوي (البيولوجي) بين أفراد الجنسين أو للتمييز بين الدور الاجتماعي بين المرأة والرجل في الثقافات المختلفة".⁴

¹ أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص2088.

² ابن منظور، لسان العرب، مج 6، ج. 46، ص4166.

³ أحمد رضا، معجم متن اللغة. (لا. ط، بيروت: دار مكتبة الحياة، 1380هـ-1960م)، ص269.

⁴ جنان التميمي، مفهوم المرأة بين نص التزليل وتأويل المفسرين. (لا. ط، لا. م: شبكة اللغويات العربية، 2009م)، ص08.

ومنه يمكن تعريف المرأة اصطلاحاً: "هي ذلك الكائن اللطيف، الذي يتحد مع الرجل في أمل الخلقة ويختلف معه في الفيسيولوجية".¹

2. تعريف الداعية:

أ. الداعية لغة:

"داع [مفردة]: ج داعون ودُعاة ودواع (لغير العاقل):

داعية، من يدعو إلى دين أو فكرة؛ ﴿يَقَوْمَنَا أَجِيبُوا دَاعِيَ اللَّهِ﴾ سورة الأحقاف [31]، وقيل معنى داعية: [مفردة]: ج دُعاة ودَوَاعٍ (لغير العاقل): من يدعو ويعلم ويرشد إلى دين أو فكرة (التناء للمبالغة: داعية حرب/ سلام- داعية إسلامي".

والداعي إلى الصلاة: المؤذن".²

"دعا إلى الأمر: حث على اعتقاده، نادى به" ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ﴾ النحل: [125]، وفي قوله عز وجل: ﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ﴾ آل عمران: [104]."³

"وجاء في المعجم الوسيط، "«الذي يدعو إلى دين أو فكرة (الهاء للمبالغة) والتي تدعو إلى نفسها، وقد عرفت بالفساد والسبب يقال هو داعية إلى كذا وداعية اللبن داعية ج. دواع ويقال أصابته دواعي الدهر صروفه»".⁴

¹ ظاهر مهدي البليبي، دور المرأة في الدعوة واصلاح المجتمع. (لا. ط، بروكسل: أكاديمية العلوم الإسلامية، د. ت)، ص 02.

² أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص 749.

³ المرجع نفسه، ص 747.

⁴ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. (ط: 1، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، (1425هـ/2004م)، ص 287.

ومنه يمكن تعريف الداعية بأنه: "الداعي إلى الإيمان بالله، وبما جاءت به رسله، بتصديقهم فيما أخبروا به، وطاعتهم فيما أمروا الحاحا للناس على الخير والهدى".¹

ب. الداعية اصطلاحاً:

وعرف الداعية في الاصطلاح بأنه: «المبلغ للإسلام، والمعلم له، والساعي إلى تطبيقه»، فهو القائم بالدعوة، قال تعالى: ﴿يَأْتِيهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾ الأحزاب: [45-46].

والداعية هو: "المؤهل القائم بترويج الناس في الإسلام وحثهم على التزامه بالوسائل المشروعة".²

والداعية هو: "هو الذي يسير إلى الناس ويذهب إليهم قال الله تعالى -عز وجل- عن أهل النار موجاً: ﴿الْمَ يَأْتِكُمْ نَذِيرٌ ﴿٨﴾ قَالُوا بَلَىٰ قَدْ جَاءَنَا نَذِيرٌ ﴿٩﴾ الملك: [08-09]، فهو الذي يبذل ويعطي ويكد ويتعب حتى يبلغ دعوته".³

وعرف عبد الكريم زيدان الداعية بـ: "«هو كل مسلم بالغ عاقل من الأمة الإسلامية وهي المكلفة بالدعوة إلى الله مكلف بهذا الواجب ذكراً أو أنثى".⁴

¹ مجموعة من المؤلفين، معجم مصطلحات العلوم الشرعية، مج1. (ط: 2، لا. م: لا. ن، 1439هـ/2017م)، ص772.

² شكري هارون إبراهيم مانلين، "ثقافة الداعية في عصر العولمة". (مذكرة ماجستير في الدعوة)، جامعة المدينة العالمية، كلية العلوم الإسلامية، قسم الدعوة وأصول الدين، ماليزيا، سبتمبر 2014م، ص02.

³ عبد الملك القاسم، الدعوة إلى الله فوائد وشواهد، كتاب منشور على شبكة الأنترنت، (http://www.ktibat.com)، 2023/05/16، 14:20.

⁴ عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة. (ط: 9، بيروت: مؤسسة الرسالة، 1423هـ-2002م)، ص309.

وفي تعريف آخر للداعية "هو من دعى إلى الحق وعمل به، وأنكر الباطل وحذر منه وتركه، ومع ذلك صرح بما هو عليه، ولم يخجل مغتبطاً وفرحاً بما من الله له عليه"¹.

3. تعريف المرأة الداعية:

المرأة الداعية هي "التي تحمل رسالة الدعوة في مجتمعتها، وتدعو إلى دين الله عز وجل بأداء واجبها والقيام بمسؤوليتها، بحكمة وصبر وصدق"².

ومنه المرأة الداعية: "هي التي تصبر على الدعوة إلى الله والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وتصبر على إصلاح عيوب أخواتها، ولا تتعجل ولا تظن بأحد الكمال، بل تنصح للطريق وتتابع باهتمام ولا تهمل"³.

التعريف الإجرائي للمرأة الداعية:

هي كل امرأة تقوم بواجب الدعوة إلى الإسلام وتبليغه، وتبذل جهداً في تعليمه للناس، وتسعى لتطبيقه في الواقع باستخدام وسائل وأساليب مباحة.

التعريف الإجرائي لتحديات المرأة الداعية:

هي التحديات التي تواجه المرأة الداعية أو الحواجز التي تعرقل أو تمنع عملها الدعوي والتي تسعى بدورها لتخطيها وتجاوزها بغية إيصال رسالة الإسلام إلى أكبر عدد ممكن من المدعوين، وهذه التحديات سواء كانت على المستوى الشخصي للداعية أو على مستوى الرسالة والوسيلة المستخدمة أو على مستوى جمهور المدعوين.

¹ عبد العزيز بن عبد الله بن باز، الدعوة إلى الله وأخلاق الدعاة. (ط: 4، الرياض: إدارة البحوث العلمية والإفتاء: 1423هـ-2002م)، ص21.

² محمد حسن بريغش. المرأة الداعية والأسرة المسلمة. (ط: 1، بيروت: مؤسسة الرسالة، 1423هـ-2002م)، ص19.

³ دار القاسمي، المرأة الداعية كيف تنجح في دعوتها. (لا. ط، ك. م: لا. د، د. ت)، ص04.

رابعاً: مفهوم الإعلام الجديد

أ. مفهوم الإعلام لغة: "هو في الحديث أن يعلم الشيخ تلميذ بأن الحديث المشار إليه أو الكتاب من ضرورياته وقد سمعه من فلان".¹

- ويقال: "أعلمه الأمر/ أعلمه بالأمر: أخبره به وعرفه إياه، أطلع عليه"، أعلمه بما حدث - أعلمه بنتيجة الامتحان- ﴿سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا﴾ البقرة: [32]

- إعلام [مفرد]: مصدر أعلم.

نشر بواسطة الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة.²

والرجل الذي يمتحن الإعلام يسمى: "إعلامي" [مفرد]:

اسم منسوب إلى إعلام. شخص يتولى النشر أو النقل في الإذاعة أو التلفزيون أو الصحافة.³

ب. مفهوم الإعلام اصطلاحاً:

"يعرفه الدكتور سالم ذبيان بأنه: العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة المخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديدة بالنشر والنقل، ثم تتالى مراحلها فتجمع المعلومات من مصادرها، نقلها، التعاطي معها وتحريرها، ثم نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة التلفزة إلى طرف معني بها ومهتم لوثائقها".⁴

¹ هيثم هلال، معجم مصطلح الأصول. (ط: 1، بيروت: دار الجيل، 1424هـ/2003م)، ص 39.

² أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص 1541.

³ المرجع نفسه، ص 1542.

⁴ لؤي عبد الحميد شرداخ، أصل أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية، كتاب من إهداء شبكة الألوكة، (www.aloukah.net)، لا. ط، لا. م: لا. د، لا. ت، ص 05-06.

ويعرف الإعلام أيضا بـ: «هو كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق | أو مشاعر أو عواطف أو أفكار أو تجارب قولية أو سلوكية شخصية أو جماعية إلى فرد أو جماعة أو جمهور بغية التأثير، سواء أكان الحمل مباشراً بواسطة وسيلة اصطلح على أنها وسيلة إعلام قديماً أو حديثاً».¹

ويعرف العالم الألماني (توجروت) الإعلام بأنه: «التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت».²

والدكتور حمزة عبد اللطيف يعرف الإعلام بأنه: «هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم».³

ج. مفهوم الجديد:

في اللغة يقال:

- جديد [مفرد]: ج أَجْدَدٌ وَجُدَدٌ وَجُدُدٌ: صفة مشبهة تدل على الثبوت من جَدٍّ: مبتكر، مستحدث، خلاف القديم، ﴿إِنْ يَشَأْ يُذْهِبْكُمْ وَيَأْتِ بِخَلْقٍ جَدِيدٍ﴾ فاطر: [16].
- جديد عليه: لم يعرفه مسبقاً (...). وجه جديد: يُرى لأول مرة، ظهر حديثاً.⁴

¹ محمد عباس عبد الرحمان المغني، الإعلام الإسلامي ودوره في حماية المجتمع في الإرهاب. (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع بعنوان القانون والإعلام)، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 23-24/04/2017م، ص10.

² عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، (ط. 2، اليمن: دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، 1414هـ-1993/1994م)، ص75.

³ عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، (ط. 2، القاهرة: دار الفكر العربي، 1397هـ-1978م)، ص75.

⁴ أحمد مختار عبد الحميد عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص349.

ومنه يمكن القول: "الجديد هو شيء لم يكن بعد وقوع حديثا، والشيء الجديد هو الذي لم تأت عليه الأيام بعد، أي مازال جديدا وبقي على عهده ومنه يسمى كل ما جاء حديثا جديدا".¹

د. تعريف الإعلام الجديد "كمصطلح":

يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه "اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة".²

ويعرف القامون الحر الإعلام الجديد بـ: "الإعلام الجديد يشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية والتي تتيح لمجموعات الجمهور الصغيرة امكانية الالتقاء والتجمع عبر الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم للعالم أجمع".³

والاعلام الجديد: "هو إعلام متعدد الوسائط، حيث يتم عرض المعلومات في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو؛ مما يجعل المعلومة أكثر قوة وتأثيرا، وهذه المعلومات هي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما يتميز بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال".⁴

¹ أحمد فارس بين زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسن، معجم مقاييس اللغة. تحق: عبد السلام محمد هارون، ج: 6، (لا. ط. لا. م: دار الفكر، 1399هـ-1979م)، بالتصرف، ص 409.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (لا. ط. الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، د. ت)، ص 31.

³ عبد المحسن حامد أحمد عقيلة، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. (ط. 1، المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2015م)، ص 19.

⁴ ياس خضر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. (ط. 1، عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 1435هـ-2014م)، ص 315.

ويمكن تعريف الاعلام الجديد بأنه: "مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحا لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته.

وتضع كلية شريدان التكنولوجية تعريفا علميا للأعلام الجديد بأنه:

كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، وهنالك حالتان تميزان الجديد عن القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته".¹

- التعريف الإجرائي للإعلام الجديد:

- هو مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من انتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال أجهزة إلكترونية متصلة أو غير متصلة بالإنترنت، وتعد ميزة التفاعلية من أبرز سماته والفارق الرئيسي بينه وبين الإعلام التقليدي.

من أجل معالجة دراستي اتبعت الخطة الآتية، حيث بنيت على مقدمة وأربعة مباحث وخاتمة.

المبحث الأول معنون بماهية الإعلام الجديد ويندرج ضمنه ستة مطالب فالمطلب الأول: نشأة وتطور الإعلام الجديد، والمطلب الثاني: يتضمن نقاط الالتقاء والتقارب بين الإعلام الجديد والتقليدي، المطلب الثالث: وسائل الإعلام الجديد، ثم المطلب الرابع: خصائص الإعلام الجديد،

¹ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص33.

والمطلب الخامس: وظائف الإعلام الجديد، والمطلب السادس: إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد.

أما المبحث الثاني المعنون بالإعلام الجديد والدعوة، ويندرج ضمنه خمسة مطالب، فالمطلب الأول تطرقنا إلى مشروعية الإعلام الجديد في الدعوة، ثم المطلب الثاني: أهمية الإعلام الجديد في الدعوة والمطلب الثالث: ضوابط الإعلام الجديد في الدعوة، المطلب الرابع: أثر الإعلام الجديد في الدعوة، المطلب الخامس: مشكلات الدعوة في العلام الجديد.

أما المبحث الثالث المعنون بدور المرأة الداعية في الإعلام الجديد، ويندرج ضمنه أربعة مطالب فالمطلب الأول: تطرقنا إلى أهمية مشروعية المرأة الداعية في الإعلام الجديد ثم المطلب الثاني: ضوابط المرأة الداعية في الإعلام الجديد، المطلب الثالث: عوامل نجاح المرأة الداعية في الإعلام الجديد، والمطلب الرابع: إسهامات المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

أما بالنسبة للمبحث الأخير المعنون بمعوقات المرأة الداعية في الإعلام الجديد وحلولها ويندرج ضمنه خمسة مطالب المطلب الأول تطرقنا إلى معوقات المتعلقة بالمراسل "المرأة الداعية"، ثم المطلب الثاني، المعوقات المتعلقة بالملتقي "المدعويين"، المطلب الثالث معوقات متعلقة بالرسالة "المضمون"، والمطلب الرابع: معوقات متعلقة بالوسيلة المستخدمة "وسائل إعلام الجديدة"، المطلب الخامس: حلول تحديات المرأة الداعية الإعلام الجديد.

وفي الأخير خاتمة الدراسة تضمنت النتائج التي توصلت إليها، وكما قمت بتقديم بعض التوصيات.

خطة الدراسة

مقدمة

المبحث التمهيدي

أولاً: الإشكالية

ثانياً: التساؤلات

ثالثاً: منهج الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أهمية الدراسة

سادساً: أسباب اختيار الموضوع

سابعاً: الدراسات السابقة

ثامناً: الخطوات الإجرائية

تاسعاً: صعوبات البحث

عاشراً: تحديد مفاهيم الدراسة

المبحث الأول: ماهية الإعلام الجديد.

تمهيد

المطلب الأول: نشأة وتطور الإعلام الجديد.

المطلب الثاني: نقاط الالتقاء والتنافر بين الإعلام الجديد والقديم.

المطلب الثالث: وسائل الإعلام الجديد.

المطلب الرابع: خصائص الإعلام الجديد.

المطلب الخامس: وظائف الإعلام الجديد.

المطلب السادس: إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد.

خلاصة

المبحث الثاني: الإعلام الجديد والدعوة.

تمهيد

المطلب الأول: مشروعية الإعلام الجديد في الدعوة.

المطلب الثاني: أهمية الإعلام الجديد في الدعوة.

المطلب الثالث : ضوابط الإعلام الجديد في الدعوة.

المطلب الرابع: أثر الإعلام الجديد في الدعوة.

المطلب الخامس: مشكلات الدعوة في الإعلام الجديد.

خلاصة.

المبحث الثالث: دور المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

تمهيد

المطلب الأول: أهمية مشروعية المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

المطلب الثاني: ضوابط المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

المطلب الثالث: عوامل نجاح المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

المطلب الرابع: إسهامات المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

خلاصة

المبحث الرابع: معوقات المرأة الداعية في الإعلام الجديد وحلولها.

تمهيد

المطلب الأول: معوقات متعلقة بالمرسل " المرأة الداعية"

المطلب الثاني: معوقات متعلقة بالملتقي " المدعوين"

المطلب الثالث: معوقات متعلقة بالرسالة "المضمون"

المطلب الرابع: معوقات متعلقة بالوسيلة المستخدمة " وسائل الإعلام الجديدة"

المطلب الخامس: حلول تحديات المرأة الداعية في الإعلام الجديد

خلاصة

خاتمة

المبحث الأول: ماهية الإعلام الجديد

تمهيد

المطلب الأول: نشأة وتطور الإعلام الجديد

المطلب الثاني: نقاط الالتقاء والتنافر بين الإعلام الجديد والتقليدي

المطلب الثالث: وسائل الإعلام الجديد

المطلب الرابع: خصائص الإعلام الجديد

المطلب الخامس: وظائف الإعلام الجديد

المطلب السادس: سلبيات وإيجابيات الإعلام الجديد

خلاصة

تمهيد:

عرفت المجتمعات الانسانية الإعلام وممارسته منذ أن كانت تعيش في قبائل بدائية، فليس الإعلام وليد الساعة فهو عملية قديمة قدم الإنسان نفسه، لكنه وجد بصورة بسيطة، وظل الإعلام يتطور عبر العصور، متخذا أشكالا متعددة وصورا متنوعة، وتطورا عبر الأجيال ليصل إلى ما وصل عليه في العصر الحاضر، وبات يمتلك القدرة على تغيير المفاهيم والأفكار بشكل ملحوظ، حتى أطلق عليه، (السلطة الرابعة) لما له من أثر على المجتمعات، إن حقبة التطور التكنولوجي المتسارع والمستمر ساعدت وساهمت في إفراز إعلاما جديدا تغمس وتغلغل وترسخ وأثبت وجوده في الحياة، وذلك من خلال (انتشار شبكات الإعلام الجديد المرتبطة بظهور الأنترنت، حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي ووسائلها المختلفة التي تخطت شهرتها حدود العالم من أئمن منتجات تكنولوجيا الاتصال عبر العصور، وأكثر شعبية ورواجا.

ومنه أطرح الأسئلة الآتية:

ما هو الإعلام الجديد؟ وما هي وسائل وخصائص الإعلام الجديد ووظائفه؟ وما هي إيجابياته وسلبياته؟

وهذا ما سوف أحاول الإجابة عليه في هذا المبحث بإذن الله تعالى.

المطلب الأول: نشأة وتطور الإعلام الجديد

"لا يوجد تاريخ محدد يمكن لنا أن نشير عبره بالدقة إلى ظهور مصطلح الإعلام الجديد وتداوله، لكن أولى الإشارات بشأن هذا المفهوم كانت مع اختراع المطبعة في 1447م من قبل العالم الألماني غوتنبرغ، (...). هذا الاختراع الذي أحدث نقلة كبيرة أسهمت في ولادة أحد أهم

وسائل الإعلام الجماهيري المتمثلة في وسائل الإعلام المطبوعة (صحف، مجلات) وطبعتها وتوزيعها بشكل تجاري".¹

بينما الباحثان "Gitelman" وبنغري "Pingree" يعودا بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التلغراف في حوالي 1740، وبنيا فكرتهما على مبدأ الحالة الإنتقالية للإعلام التي ناقشها المؤتمر بالاسم نفسه: Media in Transition Conference عقده معهد ماسوشيتس الأمريكي للتكنولوجيا MIT".²

"وبقي المختصون والجمهور يصنفون كل اختراع يتعلق بالاتصال على أنه وسيلة إعلام جديدة، كما حدث مع اختراع الراديو 1918 والتلفزيون 1925، ويشير بعض الباحثين إلى أن برامج الحوار (TV/Talk Radio) التي بدأت بالبث في العقد الرابع من القرن الماضي، ما هي إلا نمطاً من أنماط الإعلام الجديد، وكان الرئيس الأمريكي (فرانكلين روزفلت) يستخدمها للتواصل مع الجمهور بشكل كبير وواسع، واستمرت هاتان الوسيلتان بتجديد نفسيهما عبر إنتاج برامج حية مباشرة تتواصل مع الجمهور".³

ويعتبر الباحث الإتصالي مارشال مكلوهان Marshall Mcluhan أول من استخدم مصطلح الإعلام الجديد وذلك عام 1953، وقد استخدم المصطلح عندما تحدث عن

¹ غالب كاظم جياذ الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة. (ط: 1؛ عمان- الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016)، ص53.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (لا. ط؛ عمان- الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، د. ت)، ص29.

³ غالب كاظم جياذ الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة، مرجع سابق، ص54.

تكنولوجيا الاتصالات Technology of Communication وقدرتها على جمع المعلومات إلكترونيا Electronic information pathering وتوصيلها عالمياً.¹

- (...)- وازدادت وتيرة استخدام هذا المصطلح 1960 مع تصاعد إنتاج البرامج الحية في الراديو والتلفزيون، وارتفاع مستوى تناوّه مع ظهور برامج أخرى مثل برامج الصباح في أميركا، واستمرّ التجديد مع برامج مثل أوبرا والتابلويد، وظهور التلفزيون التفاعلي الذي يتسم بالتفاعلية، التي تعدّ إحدى أهمّ خواصّ الإعلام الجديد، فضلاً عن امكانية استخدامه بواسطة منصة الأنترنت كـ(متغير) جديد".²

"وعلى الرغم من اختراع الأنترنت في النصف الثاني من القرن الماضي وظهور بعض أشكال الاتصال بواسطة الشبكة العنكبوتية ونقل المعلومات لاحقاً، إلا أن استخدام مصطلح الإعلام الجديد بشكل واسع كان في 1990 إذ أطلق على التكنولوجيا الرقمية المستحدثة (Digital Technologies)، وباتت هذه التكنولوجيا علامة فارقة للتمييز بين الإعلام التقليدي (Old media) وبين الإعلام الجديد (New media)، ومع استمرار التطورات التكنولوجية وحصول اكتشافات هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وظهور شبكات التواصل الاجتماعي التي منحت حيزاً افتراضياً للمستخدمين للتعبير عن أنفسهم ازداد استخدام هذا المفهوم.

وتعزز مفهوم الإعلام الجديد مع استمرار ظاهرة تفجر المعلومات بشكل لم يكن متوقعاً، فضلاً عن تطور أساليب الاتصال، ومن ثمّ ظهور وسائل التواصل الاجتماعي مثل اليوتيوب (You Tube)، والمدونات (Blogs)، والفيس بوك (Facebook)، وتويتير (Tweeter)، ومحركات البحث السريع وغيرها، التي اتاحت للجمهور مجالاً افتراضياً كبيراً،

¹ عبد المحسن حامد أحمد عقيله، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. (ط. 1؛ المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2015)، ص11.

² غالب كاظم جواد الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة، مرجع سابق، ص54.

وأسهمت في إلغاء المسافات الجغرافية، وكان لها دور جوهري في تعزيز الحوارات والنقاشات، بين الجمهور بغض النظر عن الثقافة والعرق والقومية وباتت عابرة للحدود".¹

ومنه يمكن القول "أن الإعلام الجديد تولد من التزاوج بين تكنولوجيا الاتصال والبث الجديدة والتقليدية مع الكمبيوتر وشبكاته² ويأخذ هذا الاسم (الإعلام الجديد) لأنه لا يشبه وسائط الاتصال التقليدية لا في الوسيلة ولا في التطبيقات فقد نشأت داخله حالة تزامن في إرسال النصوص والصور المتحركة والثابتة والأصوات.³

"وأن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستخدمة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية (Individuality) والتخصيص (Customization) وهما تأتیان نتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية. فإذا كان الإعلام الجماهيري والإعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم إعلام القرن العشرين، فإن الإعلام الشخصي والفردى هو إعلام القرن الجديد، فالإنترنت وهي واحدة من أدواته، جعلت في مقدور أي إنسان البحث عن الأغنية والبرنامج التلفزيوني والفيلم السينمائي والمعلومات الصحفية والعلمية التي يريد في الوقت الذي يريد.

ولكن يجب أن أنوه "بأن الإعلام الجديد ليس إنترنت فقط، فبعض تطبيقاته بعيدة كلياً عن المبادئ التي تقوم عليها تكنولوجيا الإنترنت، فالإعلام الجديد يستبطن عدداً من التكنولوجيا الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني من نص وصور ساكنة في نظم الكمبيوتر والشبكات المبكرة، إلى تطبيقات الاتصال غير المسبوقة على شبكة الإنترنت".⁴

¹ غالب كاظم جواد الدعمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة، مرجع سابق، ص55.

² مرجع نفسه، ص55.

³ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، مرجع سابق، ص29.

⁴ مرجع نفسه، ص34.

المطلب الثاني: نقاط الالتقاء والتنافر بين الإعلام الجديد والتقليدي

"إن للعملية الإعلامية ثلاثة عناصر: مؤثر ومتأثر ووسيلة تأثير. وكان للإعلام التقليدي اتجاهها واحداً مؤثراً، والمتلقي متأثراً، والوسيلة الإعلامية المستخدمة إما صحافة أو تلفاز أو إذاعة، وفي كل الحالات الثلاث يبقى المتلقي متأثراً بشكل سلبي، لذلك كان لهذه الوسائل الإعلامية أهمية كبيرة في صياغة وتشكيل الرأي العام في أي قضية، ولذلك تغير الوضع في الإعلام الجديد، حيث حصل تحول مذهل في وسائل الاتصال خلال العقد الأخير، وقد لامس الوسيلة الإعلامية بشكل مباشر، الأمر الذي أعاد صياغة المعادلة السابقة من مؤثر ومتأثر إلى مؤثر، والمتأثر أصبح أيضاً مؤثراً.

فالكاتب في الجريدة الورقية أو المجلة سابقاً يكتب مقالة، فيقرأها الناس بقدر كبير من السلبية، حيث يستوي المؤيد والمعارض، فلم تكن هناك وسائل معينة بقدر كبير من السلبية، حيث يستوي المؤيد والمعارض، فلم تكن هناك وسائل معينة لقياس مدى تقبل القراء لكاتب وعدم تقبلهم لآخر إلا من خلال التعليقات التي ترسل إلى الجريدة ذاتها، ومعنى هذا أن الكاتب الصحفي كان تأثيره كبيراً في السابق، وهو المتحكم في المعلومة أو الفكرة التي يسوغها للجمهور، بينما في الإعلام"¹ "الجديد بإمكان المتأثر أن يكون فاعلاً ومؤثراً من خلال ردوده السريعة وتعقيباته التي يراها الجمهور بعد نشر مقال الجريدة أو المجلة مباشرة"².

وأشار الدكتور سامي زهران أستاذ الإعلام المساعد بجامعة القصيم إلى "أهم الفروق بين الإعلام الجديد والتقليدي مركزاً على قضية (الحرية الفردية) التي تعد الفرق الجوهرية بين هذين

¹ محمد محمود كالو، الإعلام الجديد في خدمة القرآن المجيد. (لا. ط؛ لا. م: دار النهضة العلمية، 2018م)، ص17.

² المرجع نفسه، ص18.

الشكلين من الإعلام. فكل شخص عبر وسائل الإعلام الجديد صار رئيس تحرير ومدير قناة يضع ما يريد".¹

"بينما يرى فريق المختصين والخبراء أن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي يتصف بعدة صفات تميزه عن الإعلام التقليدي منها أنه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيات الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميه، وتخطي حدود الدول، ويسرع تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى، وحرية تداول المعلومات، وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي".²

أما الدكتور أحمد عاشور الخبير في مجال الإعلام حدد نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني كما يلي:

1. "أن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الإعلامية الإلكترونية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الإلكترونية في الثمانينات من القرن الماضي وبدأت الخدمات التفاعلية مثل (نيويورك تايمز، يواس توداي) وغيرها من الصحف الأوسع انتشاراً.

2. العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي ولكن يختلف كل منها في شكل تداول الأخبار والمعلومات.

3. تعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتماداً على شبكة الأنترنت والأسرع انتشاراً نظراً لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الإلكتروني.

¹ قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني. (ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة «الإعلام والأمن الإلكتروني»)، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، مايو 2012، ص12.

² المرجع نفسه، ص14.

4. أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، والتيلفزيون، والإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على موقعها الإلكتروني في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.
5. يجب التفريق العلمي بين الإعلام الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي فكلاهما له أدواته ومميزاته عن الآخر فصناعة الإعلام لها مدخلات ويعتمد على تنظيم مؤسسي بينما قنوات التواصل الاجتماعي مثل (Facebook, Twitter, Youtube, Blogs) فهي قنوات لا تخضع لأي ضوابط أو تنظيم يدعم الثقة في استقاء أخبارها ومعلوماتها المتداولة ويجعلها عرضة لبعض السلبيات الفردية.
6. الإعلام التقليدي مرّ بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإمكانية تفاعله مع الجمهور ليكون ضمن منظومة الإعلام الجديد، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعي لتصبح أكثر تنظيمًا وضبطًا بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة".¹
7. "عدم خضوع الإعلام الإلكتروني لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي وهي حرية التعبير، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهو ما أحدث فرقاً شاسعاً، في إعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدي حتى وإن كانت إلكترونية.
8. هياً الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص لم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على حوض التجربة الإعلامية، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية.
9. مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن اغفاله، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي.

¹ قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص 16.

10. في عالمنا العربي ينبغي أن ندرك أن هناك عوامل أخرى تعطي السبق في قنوات الاتصال الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، فإن الرقابة دائماً ما تكون سبباً مقنعاً لتنافر الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية.
11. أتاحت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق مزيج من الثقافات أحياناً يكون سلبياً، ولكنه يفوض نفسه على واقع الإعلام التقليدي.
12. تتميز وسائل الإعلام الإلكتروني عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي وتشير الإحصائيات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدية¹.

المطلب الثالث: وسائل الإعلام الجديد

"تعد شبكة الأنترنت أحد إنجازات الثورة التكنولوجية التي سادت الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة والتي بدورها وسيلة من وسائل الإعلام الحديثة التي يقوم عليها وتميزه عن الإعلام التقليدي وما تتيحه للإعلاميين من فرصة كبيرة لتقديم موادهم بطريقة إلكترونية بحتة والتي ترفع الحاجز بين المرسل والمستقبل².

"ومع ارتباط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الأنترنت وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحتها Webc.o ، وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة المحتوى والأفكار والخبرات. ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة، فإن المفاهيم الإعلامية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالاً جديدة وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الأنترنت"³. فتشكلت لدينا

¹ قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص17.

² انظر: عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد.(ط. 1؛ عمان- الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012م-1433هـ)، بالتصرف، ص176-177.

³ قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، مرجع سابق، ص09.

وسائل الإعلام جديدة ومتطورة بتقنيات حديثة وأيضا وسائل إعلام تقليدية تكنولوجية حديثة أهمها:

أولاً: تعريف بشبكة الأنترنت كمنجز حضاري

"بدأت فكره انشاء شبكة المعلومات من قبل إدارة الدفاع الأمريكية في 02/01/1969م عن طريق تمويل مشروع من أجل تقديم خدمات للقوات المسلحة، وعدد كبير من الجامعات التي تعمل على أبحاث مموله من القوات المسلحة"¹. "وتعد الأنترنت كما يجمع جل المتخصصين - من أبرز المنجزات الحضارية التي شهدها عالمنا المعاصر لقد استطاع الأنترنت ومنذ خروجها في مطلع العقد الأخير من القرن المنصرم من نطاق الاستخدامات الأكاديمية والخاصة إلى نطاق الاستخدامات العامة، أن تنتشر انتشاراً واسعاً في أرجاء العالم المختلفة، وأن تدخل مفاصل الحياه كافة، حتى أصبحت جزءاً أساسياً من عمل المؤسسات وحياة الكثير من الأفراد في أنحاء المعمورة.

والأنترنت هو عبارة عن شبكة كونية عملاقة تتكون من ملايين الحواسيب التي ترتبط مع بعضها البعض عن طريق تقنيات الاتصالات المتطورة، والتي تتيح تبادل وتناقل كمّ هائلاً من المعلومات بأشكالها كافة في مجالات الحياة المختلفة باستخدام مجموعة القواعد التي يطلق عليها البروتوكولات.² "ومسمى الأنترنت **Internet** مشتق من مسمى شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها في اللغة الانجليزية **Interternnational Net Work** ، كما يطلق على الأنترنت عده تسميات منها **The Net** أو الشبكة العالمية **World Net** أو الشبكة

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. (ط. 1؛ عمان- الأردن: دار البداية ناشرون وموزعون، 2014م-1435هـ)، ص123.

² حسين علي الفلاح، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. (ط. 1؛ عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013م)، ص156.

العنكبوتية The Web ، أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات Electronic Super High Way¹.

"فإنترنت كوسيله اتصال نمت وتطورت بسرعة مذهلة خالفت كل توقعات مخترعيها وأصبحت في فترة وجيزة أمماً ليس فقط لوسائل الاتصال وإنما لوسائل الإعلام أيضاً وأصبحت هي التليفون، التلفزيون والصحيفة بالنسبة للفرد العادي كما أنها أيضا وسيلة للترفيه والحصول على المعلومات.

وكمصدر للمعلومات أوصلت الأنترنت الفرد العادي بمصادر المعلومات المختلفة بحيث أصبح الفرد بشكل أو بآخر يعتمد عليها في الحصول على المعلومات بحرية وسهولة، وفرضت الأنترنت واقعاً جديداً كوسيلة توزيع من أهم سماته رخص تكلفة التوزيع وتجاوز أطر الزمان والجغرافيا سواء في آليات نشر المعلومات والأخبار أو توزيعها وظروف تعرض القارئ للمواضيع المختلفة من خلالها .

كما أن الأنترنت أتاحت الفرصة لكل من الأفراد والمؤسسات في نقل الآراء والمعلومات بحرية كاملة متجاوزة كثيراً من أنظمة وقوانين النشر التي كانت تخضعها الدول أو المسيرين في مجال النشر على وسائل الإعلام فأصبح عالم النشر أكثر ديمقراطية"².

¹ محمد عبد البديع السيد، نشأة وسائل الإعلام وتطورها. (محاضرات)، مطبعة مجدي -بناها- القليوبية، 2005م، ص164.

² سميشي وداد، الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية. (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع صحافة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009 - 2010، ص109.

ثانياً: إذاعة الأترنت «راديو الأترنت»

"الإذاعة هي إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية تختلف عن بقية الوسائل الأخرى - المكتوبة والسمعية البصرية-، فهي تعتمد على الأذن وجمهور المستمعين، هذه الوسيلة التي استفادت وتأثرت بشبكة الأترنت، حيث أصبح صحافيوها يعتمدون عليها للحصول على المعلومات والأخبار الساخنة خصوصاً منها الدولية .

كما استفادت هذه الوسيلة بصفة كبيرة من البث الإذاعي عن طريق شبكة الأترنت، وقد تم تطوير أولى إذاعات الأترنت عام 1933م بواسطة كارل مالود وفي فيفري عام 1995م بدأ بث أول راديو أترنت على مدار الساعة، وهو راديو "Badio Hk"، وقد أنشأه نورمان هاجر من معمل نيوميديا (هي شركة إعلانات في كاليفورنيا).¹

وإذاعة الأترنت باختصار هي "عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كمبيوترية يتم استخدامها للبث عبر الشبكة اعتماداً على تكنولوجيا تدفق المعلومات Streamig لتشغيل المواد الصوتية Audio أو الفيديو Video، فلم تعد الإذاعة عملية مركبة تحتاج إلى شغل قناة محددة في أوقات محددة".²

يقول محمد عارف في كتابه: تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزه الإعلام الصوتية: "إن راديو الأترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام

¹ برنيس نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأترنت في عصر ثورة المعلومات - دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري. (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، ص127.

² صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد. (ط. 1؛ القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012م)، ص111.

قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الأنترنت، وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية".¹

ثالثاً: تلفزيون الانترنت

ويستخدم البث التلفزيوني عبر الأنترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعاً لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، ويتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكون مجتمعة الملف المراد بثه ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتحول إلى هيئة العرض، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى أحد ملقمات الأنترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري. وتُشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون، مثال ذلك شبكة سي إن CaBLENEWS Network .

كما استفاد البث التلفزيوني عبر الأنترنت في كافة المواد الفيلمية التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهة معينة سواء التي ترتبط بعمليات عسكرية (...). أو حتى التي تصور من خلال كاميرا أجهزة الهاتف المحمول.²

"كما استغل التلفزيون كبقية الوسائل الإعلامية المساحات الافتراضية المتوفرة على شبكة الأنترنت، وخلق موقع له لاستغلاله في بث رسائله وبرامجه وانتاجه الإعلامي ككل، وايصاله إلى جميع أنحاء العالم، بما يحقق العالمية والشهرة، ويخلق فرصة تفاعلية مع جمهور المشاهدين. فحتى وقت قريب، كان التلفزيون يبث فقط عن طريق الأنظمة الأرضية والكوابل والأقمار الصناعية، ومع تقدم التكنولوجيا والتطور في سرعة الاتصال بالأنترنت، وزيادة استخدامها، وانخفاض

¹ صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص111.

² مرجع نفسه، ص112.

تكلفة الاستخدام بشكل عام، أصبح من الشائع الحصول على المواد التلفزيونية التقليدية على الشبكة، وقد ظهرت بالإضافة إلى هذا النوع من البث الشبكي أنواع تلفزيونية مستحدثة على الأنترنت، تحمل محتوى لتلفزيون خاص، لا يث بالكوابل، ولا عبر الأقمار الصناعية، ولا عبر نظام البث الأرضي المعروف، هذا التلفزيون يث مباشرة عبر¹ "الأنترنت إلى الكمبيوتر، تطبيقاً لما أطلق عليه قبل مدة "التلفزيون الذكي" الذي يكون في أشكال مختلفة، والذي خلق نمطاً جديداً من المشاهدة تحول فيها المشاهد إلى مشارك بشأن كل التطبيقات الإعلامية الجديدة.²

رابعاً: النشر الإلكتروني «الصحافة الإلكترونية»

ويقصد به النشر الإلكتروني للصحف والمجلات ومواقع المعلومات وسواها والذي ابتداءً مع مطلع تسعينات القرن العشرين مع شيوع الأنترنت وخروجه من إطار الاستخدامات الحكومية والجامعية المحدودة، كما أفاد من النشر الإلكتروني العديد من المؤلفين والباحثين ودور النشر بالإقدام على نشر إنتاجهم عبر شبكة الأنترنت من خلال تقنية الكتاب الإلكتروني (E-BOOKS) الذي يشهد إقبالاً واسعاً من قبل المستخدمين لاقتناء هذه الكتب والإنتاجات التي تشمل مجالات الحياة المختلفة.

لقد أتاحت تقنية النشر الإلكتروني عبر الأنترنت ظهور نوع جديد من الصحافة يطلق عليه صحافة الأنترنت³ أو الصحافة الإلكترونية التي تتمثل في "وسيلة متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الأنترنت بشكل دوري وبرقم متسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات

¹ برنيس نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت في عصر ثورة المعلومات - دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري، مرجع سابق، ص128.

² مرجع نفسه، ص139.

³ حسين علي الفلاحي، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مرجع سابق، ص159.

التفاعلية وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة.¹

- التأثير الإيجابي للصحافة الإلكترونية:

1. فتحت أبوابا كبيرة للربح للمؤسسات الصحفية عليها أن تستغلها بتعديل الأساليب الإنتاجية والتحريرية بما يتلاءم مع المتغيرات في التكنولوجيا ورغبات القراء.
2. ظهور الوسائط المتعددة من نص وصوت وصورة وفيديو وتقنيات الإعلام الجديد وقنوات الاتصال الأخرى مثل Chatting .
3. توفر كمًا ضخماً من المعلومات.²
4. توفر فرصاً للوصول إلى مجالات شديدة التخصص تعني مجموعات محددة من القراء.
5. خاصية التنوع أي يسمح بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام وباستخدام النص المترابط أو النص الفائق "Hypertext"، هي المحرك لهذا التنوع في الإعلام.
6. خاصية المرونة ويتم ذلك بنقل وتحميل وتخزين المواد بمختلف الأشكال والطرق.³

خامساً: مواقع وكالات الأنباء

حيث لا تختلف أية وكالة أنباء عالمية كانت أم محلية عن حجز مواقع لها على شبكة الأنترنت، فأسماء الوكالات الكبيرة كرويترز والأسوشيتدبرس ووكالة الأنباء الفرنسية وشينغوا ويونايتد برس توفر جنباً إلى جنب مع وكالات إقليمية وقومية ومحلية خدماتها إخبارية بمختلف أنواعها شاملة على النصوص والصور، بعضها مجاناً وبعضها بالمقابل.

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سابق، ص 179.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 246.

³ مرجع نفسه، ص 247.

وتقدم بعض الوكالات خدماتها الإخبارية السياسية والاقتصادية والرياضية، بلغات عالمية مختلفة كوكالة الصحافة الفرنسية ورويترز وشينغوا كما تمتاز خدمات هذه الوكالات بتقديم منتجات شبكية من خدمات الصور والرسوم بالإضافة إلى خدمة تلفزيونية تقدم نماذج للقطات تلفزيونية.¹

سادساً: الأرشيف الإلكتروني

"الأرشيف الإلكتروني أو كما يطلق عليه بالأرشفة الإلكترونية (أو كما يطلق عليها كذلك الأرشفة الآلية) (نظم إدارة الوثائق) وهي إمكانية تصوير وفهرسة الوثائق وتحويل بياناتها وفي ذات الوقت توفر للمستخدم طرق كثيرة لاسترجاعها والاطلاع عليها وتداولها إلكترونياً بسهولة. ويتيح نظام الأرشفة الإلكترونية أرشفة الوثائق والاحتفاظ بها على شكل ملفات إلكترونية مما يسمح باستغلال الأماكن المخصصة لحفظ الوثائق الورقية واستخدامها لأموال حيوية أخرى ولزيادة فاعلية أنظمة الأرشفة الإلكترونية إمكانية تطبيقها على مستوى الشبكة الداخلية في الإدارة وإمكانية توسيعها في المستقبل دون أي عائق"² "بحيث يمكن لكل مستخدم استعراض الوثائق حسب الصلاحيات الممنوحة له من قبل مدير النظام".³

- مزايا الأرشفة الإلكترونية

1. المساعدة في الحفاظ على الوثائق النادرة والسريعة العطب من دون حجب الوصول إليها من الراغبين في دراستها.

¹ صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص111.

² مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل. (ط: 1؛ عمان: دار الاعصار للنشر والتوزيع، 2013م)، ص217.

³ مرجع نفسه، ص218.

2. إظهار تفاصيل لا يمكن رؤيتها مباشرة على الوثيقة لا تظهر على المخطوط بسهولة حيث يستطيع الباحثون تفحص المخطوط على الأترنت بينما تبقى المخطوطة محفوظة بأمان في المكتبة.¹
3. عندما تحول الوثائق إلى الشكل الرقمي يمكن للمرء استرجاعها في ثوانٍ، بدلاً من عدة دقائق. كما يمكن لعدد كبير من الأشخاص قراءة الوثيقة الواحدة في الوقت نفسه يمكن للباحثين الاطلاع عبر الأترنت بدل الحضور شخصياً إلى دار الوثائق ومكابدة مشاق السفر.²
4. "السرعة الفائقة حيث يتم الإرسال خلال مدة وجيزة من الزمن.
5. يتم استلام الرد خلال زمن قياسي".³
6. "يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد رجال الأعمال الذين يسافرون كثيراً بحكم عملهم، كما يفيد الناس جميعاً، حيث يمكنهم أثناء اجازاتهم الاطلاع على الرسائل الواردة إليهم.
7. يستطيع المستفيد من إرسال العديد من الرسائل إلى جهات مختلفة في الوقت نفسه.
8. يمكن ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني".⁴

تاسعاً: مواقع التواصل الاجتماعي

"تعرف وسائل التواصل بأنها: تلك المواقع التي توجد على شبكة الأترنت العالمية... وتتيح للمستخدمين إنشاء حسابات شخصية... وتكوين علاقات مع مستخدمين آخرين للمواقع

¹ مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، مرجع سابق، ص219.

² مرجع نفسه، ص220.

³ مرجع نفسه، ص107.

⁴ مرجع نفسه، ص108.

نفسها.. ويتم من خلالها تفاعل المستخدمين مع بعضهم بعضاً وتواصلهم مع أصدقائهم وعائلاتهم وزملائهم..."¹

"ولا ينحصر استخدام هذه الوسائل أو المواقع على الاستخدام الشخصي والاجتماعي فقط بل تستخدم لأهداف تجارية... فقد أصبحت هدفاً للذين يسعون إلى جلب المزيد من الزبائن والعملاء. وتفاوتت هذه المواقع في شعبيتها ورواجها بين المستخدمين"².

- مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة:

1. فيسبوك (Facebook):

"الفيسبوك عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة (ميتا) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها؛ فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم"³.

"وقد أنشئ موقع فيسبوك عام 2004م بواسطة مارك زوكربيرغ في جامعة هارفارد.

"وكان الموقع في البداية متاحاً لطلاب جامعة هارفارد فقط ثم افتتح لطلبة الجامعات وبعدها الثانوية وعدد من الشركات وأخيراً تمت إتاحتها لأي شخص يرغب في فتح حساب له"⁴.

¹ حسان شمسي باشا- ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق. (ط: الأول؛ دمشق: دار القلم، 1441هـ- 2020م)، ص23.

² مرجع نفسه، ص24.

³ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سابق، ص390.

⁴ حسان شمسي باشا- ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، مرجع سابق، ص25.

"ولا ينحصر دور الفيس بوك في الدردشة والبحث عن الأصدقاء والترفيه وقتل الفراغ، بل يُسهم في تبادل المعلومات، والتشارك والتشاور بشأن القضايا والإسهام بجلها، واتخاذ القرارات المناسبة إزاءها، فضلاً عن التدريب والتعليم وتبادل الأفكار والآراء وتلقي النصح والارشاد عبر نصوص مجردة وصور مرفقة مع نصوص أو فيديوهات تتعلق بحدث معين يهم الجمهور (...).

ولأهمية شبكة الفيس بوك لجأت القنوات الفضائية والمحطات الإذاعية والصحف ووكالات الأنباء إلى إنشاء صفحات خاصة بها، تعلن عبرها عن برامجها وموعد نشراتها وأسماء ضيوفها¹ وغيرها من الاستخدامات الأخرى التي طغت على جل ميادين الحياة السياسية الاقتصادية ثقافية... الخ.

"ويرجع تسمية الموقع (Face book) إلى اسم «الدليل» الذي تُسلمه بعض الجامعات الأمريكية لطلابها المستجدين وفيه أسماء وصور زملائهم القدامى ومعلومات مختصرة عنهم حتى لا يشعر المستجدون بالاغتراب..²

"وتتميز الفيسبوك كشبكة اجتماعية بعدة خصائص أهمها:

1. خاصية Wall أو لوحة الحائط وهي عبارة عن ساحة متخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم أو الكتابة على حائط المستخدم.
2. خاصية Pokes أو نكرة (غمزة) تتيح إرسال نكرة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض وهي عبارة عن إشهار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.
3. خاصية Status أو الحالة تتيح إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

¹ غالب كاظم جواد الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة، مرجع سابق، ص 83.

² حسان شمسي باشا- ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، مرجع سابق، ص 25.

Notes.4 أو التعليقات وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد مكن المستخدمون من جلب أو ربط المدونات".¹

2. اليوتيوب (You Tube):

"يوتيوب (You Tube) هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة الفيديو بشكل مجاني.

تأسس في 14 فبراير سنة 2005م بواسطة ثلاثة من موظفين سابقين في شركة باي بال هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجادو كريم، في مدينة سان برونون سان مائتو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية.

ويستخدم تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة وغيرها".²

"ويعتبر الفيديو المرفوع من قبل «جادو كريم» بعنوان: «أنا في حديقة الحيوان»، أول فيديو تم رفعه على موقع اليوتيوب، بتاريخ 23/إبريل/ نيسان/ 2005م وبلغت مدته (18) ثانية".³

"ومع تطور أجهزة الموبايل والهواتف الذكية أصبح بإمكان الفرد مشاهدة الأفلام بواسطتها، ومتابعة الأحداث التي تحصل في العالم في مكان عمله، وفي أي مكان آخر يصله ولم يعد بحاجة إلى منزل أو مقر ثابت كما يحصل مع التلفزيون لمتابعة الأحداث، فضلاً عن ارتفاع نسب مشاهدة الأفلام في اليوتيوب مقارنة بالتلفزيون، وتحول الجمهور بواسطة هذه الوسيلة الجديدة

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سابق، ص392-393.

² محمد علي البطة، وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي وآثارها الدينية والفكرية "دراسة دعوية، مجلة كلية الشريعة والقانون الأشرف _دقهلية، مصر: جامعة الأزهر كلية الشريعة والقانون تفهنا الأشرف، ع:3، 30 يونيو أحزيران 2018، ص 1830.

³ حسان شمسي باشا- ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، مرجع سابق، ص28.

من مستقبل للأحداث إلى صانع لها ومؤثرًا فيها، وربما يمارس بعض أدوار حارس البوابة عن طريق تجاهله بعض الأحداث وتركيزه على أخرى.

وفي إشارة لأحد خبراء الإعلام الجديد فإنه يؤكد أن اليوتيوب قد أعتصب دور التلفزيون في التأثير على الجمهور ونقل الأحداث بدقة وسرعة عاليتين".¹

3. تويتر (Twitter):

"تويتر (Twitter) هو موقع الشبكات الاجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغرة والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات "Tweets" عن حالتهم بحد أقصى 280 حرف للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسائل نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيسبوك و TwitBird و Twitterrific و Twhirl و twitterfox".²

"تأسس الموقع في عام 2006م على يد أربعة شبان هم جاك دورسي ونوح غلاس وبيز ستون وإيفان ويليامز، - والذين لم يكونوا على وجهه اليقين يعرفون كيف سيكون شكل الموقع، هل سيكون مدونة؟ أم شبكة اجتماعية؟ أم ماذا؟

وسرعان ما اتضحت رؤيتهم وأصبح تويتر البوابة الأولى للتدوين المصغر والمصدر الأهم للأخبار العاجلة في العالم حيث يمكن لأي مستخدم متابعة أي قضية أو مؤتمر بشكل آني عبر متابعة ما ينشره المستخدمون في مكان الحدث وخاصة الآن تم تطوير إعدادات تويتر بكتابة رسائل أطول".³

¹ غالب كاظم جواد الدعمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة، مرجع سابق، ص 85-86.

² ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سابق، ص 400.

³ حسان شمسي باشا- ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، مرجع سابق، ص 26-

"ولقد اسهمت مميزات تويتر من تعزيز الأفكار المعروضة عن طريق استخدام طريقة التجزئة أو ما يسمى (الوسوم)، التي تعني استخدام مختصرات الأحداث التي يرغب المغرد التغريد بشأها ويقرنها بعلامة الشباك ومن ثم تنظم تلقائياً إلى التعليقات التي تناقش هذا الحدث، فضلاً عن أن استخدام إشارة (#) قبل اسم الشخص المراد التواصل معه يسهل وصول الرسالة إليه بشكل أسهل".¹

"ولم يعد موقع تويتر مجرد أداة تواصل شخصي بين الأصدقاء بل أصبح نافذة يطل منها المشاهير السياسيين و الكتاب والرياضيين وغيرهم من جماهيرهم، كما أصبح منصة إعلامية يتسابق من خلالها الصحفيون مع المدونين في تسجيل السبق الإخباري ومنصة تسويقية لمن يعرف كيف يستخدمها بشكل سليم.

4. واتس آب (Whats app):

هو تطبيق للهواتف الذكية (Smart phones) والحواسيب وغيرها ويُتيح لمستخدميه إنشاء محادثات مع المستخدمين الآخرين ويُمكنهم من إرسال الصور والصوتيات ومقاطع الفيديو والملفات وقد أصدر عام 2010م.

ويعتبر واحداً من أهم تطبيقات التراسل الفوري حول العالم إذ بلغ 2 مليار مستخدم شهرياً حول العالم وقد أدى استخدامه إلى تقليل أرباح شركات الاتصالات من خدمة التراسل «SMS».²

"وبعد النجاح الذي حققه التطبيق تم إصدار نسخة أخرى من التطبيق على منصة بلاكبيرى BlackBerry، وتوالى دعم باقي أنظمة التشغيل ليصبح الآن التطبيق متوفراً على جميع

¹ غالب كاظم جواد الدعمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة، مرجع سابق، ص 87.

² حسان شمسي باشا- ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، مرجع سابق، ص 27.

أنظمة تشغيل الهواتف المحمولة (...) وهو كذلك متوفر بنحو 60 لغة مختلفة بما فيها اللغة العربية".¹

المطلب الرابع: خصائص الإعلام الجديد

"للإعلام الجديد العديد من الخصائص منها ما يشترك فيها مع وسائل الإعلام التقليدية ومنها ما يمتاز به عن بقية وسائل الإعلام، ومن هذه الخصائص:

- 1. التفاعلية:** تعد التفاعلية من أهم خصائص الإعلام الجديد إذ أتاحت للمتلقي أن يشارك مناقشة المادة التي تعرضها هذه الوسائل سواءً كانت خبراً أم إعلاناً أم معلومة ويدي برأيه فيها ويعلق عليها" حيث يستطيع المتلقي لها من خلال عدة طرق كالدردشة والتعليق وغيرها.
- 2. اندماج الوسائل:** أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى وذلك لأنها ألغت الحدود الفاصلة بينها إذ أن التلفزيون والإنترنت اندجما بشكل شبه كامل.
- 3. الحرية الواسعة:** بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدي خاضعة لسيطرة الحكومات بالسماح أو المنع لما قد ينشر فيها، جاء الإعلام الجديد بوسائله المتعددة وقدرته على اختراق جميع الحواجز الحدودية والزمانية ليعطي حريةً أوسع بكثير في تناول المواضيع والقضايا"².
- 4. "الكونية وعالمية الوصول:** إن ارتباط الإعلام الجديد بالشبكة العنكبوتية جعل بإمكان أي شخص أن يصبح ناشراً وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، إضافة إلى أن

¹ محمد علي البطة، وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي وآثارها الدينية والفكرية "دراسة دعوية"، مرجع سابق، ص1831.

² وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. (ط:1، الامارات: دار الكتاب الجامعي، 1437هـ—2017 م)، بالتصرف، ص 99 - 100.

- الإعلام الجديد يجمع كل المستخدمين له من كافة بقاع العالم رغم اختلاف ثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم ولا يمكن للحدود الجغرافية أن تكون حاجزاً أو عقبة في طريقهم".¹
5. "الحركية: تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها.
6. اللّاتزامنية: وتعني إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه.
7. تفتيت الاتصال: وتعني أن الرسالة الاتصالية بإمكانها الوصول لفرد واحد دون غيره أو إلى جماعة واحدة معينة وليس إلى جماهير ضخمة كما في الماضي وكذلك كيفية وصول الرسالة من مرسلها إلى مستقبلها مباشرة".²

المطلب الخامس: وظائف الإعلام الجديد

- حدد البعض عدداً من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام وقد تم الاتفاق على وجود 14 وظيفة أو مهمة رئيسية. "وقد ولدّ تطور الحاجات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمجتمعات المختلفة وظائف للإعلام الجديد منها:
1. تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني.

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. مرجع سابق، ص 101.

² غضبان إكرام، عبد السلامي فاطمة الزهراء، دور الإعلام الجديد في معالجة قضايا الطفل الاجتماعية: "صفحة فيسبوك شبكة ندى لحماية حقوق الطفل أنموذجاً"، (رسالة ماستر في الإعلام والاتصال)، جامعة أحمد دراية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، أدرار، الجزائر، 2021م/2022م، ص18.

2. سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية وتنشر الوقائع والأحداث التي تتمّ في بقاع كثيرة من العالم لحظة وقوعها.

3. القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو الوقف والقضايا والأفراد في وقت معين يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيه مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع اسم المواقع الرقمية التعبوية التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.

4. غياب المصادر وتحري المصدقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية والتي تسهم بدورها في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة والتبعية وغيرها".¹

"من جهة أخرى ومن منطلق وظيفي أدائي بحت، حدّدت الأدبيات الكلاسيكية أن وظائف الإعلام تتجسّد في التثقيف والتوجيه والإعلام والترفيه، لكن بروز مجتمع المعلومات ورقمنة المعلومة بما فيها المعلومة الصحفية جعل من وسائل الاعلام على قدر استغلالها وتطورها في عصر التكنولوجيا، حيث أصبحت وظيفة الاعلام تعرف أقسى درجات ممارستها بقياس الثانية بعد أن أصبح نشر المعلومة عن الأحداث اليومية ينشر في اللحظة نفسها عبر التلفاز والإذاعة ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها (...). وذلك جعل من وظيفة الإعلام الآني سيدة الوظائف لكنها مقابل هذا أصبحت وسائل الإعلام هشة وعرضة للأخبار الكاذبة والتهكير وغيرها".²

¹ نسرین حسونة، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، (كتاب إهداء من شبكة الألوكة www.alukaah.net)، بالتصرف، ص 12-13.

² آمال قوساس، مدخل لوسائل الإعلام والاتصال، ملخص درس أعمال موجهة، كلية العلوم والاتصال، جامعة الجزائر، ص 03.

المطلب السادس: إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد

فرع 1: إيجابيات الإعلام الجديد

- زيادة سرعة الحصول على المعلومات، حيث تنتشر المعلومات عبر وسائط التواصل الاجتماعي بطريقة سريعة لا تجاريتها أي من الوسائط الأخرى.
- نشر الأخبار والمعلومات بسرعة، وذلك في حال حدوث كوارث أو أزمات.
- تسهيل الوصول إلى مصادر المعرفة والتعلم المختلفة والتي لم يكن من الممكن الوصول إليها سابقاً.¹
- أسهم هذا النوع من الإعلام أن يكون الفرد على تواصل دائم مع الأهل والأصدقاء مزيلا الحدود والمسافات بينهم.
- توعية الجمهور وتثقيفهم وزيادة إطلاع الناس ومعرفتهم بالأمر المتنوعة والمختلفة في جميع المجالات وتعرضها بطريقة بصرية.
- مساحة لعرض المواهب المختلفة والإنجازات.
- الدعاية للمنتجات وهو ما يمكن أن يزيد الطلب على المنتجات المعروضة وبالتالي يرفع مبيعاتها.
- التعرف على الثقافات والدول والحضارات الموجودة في مختلف أنحاء العالم والاطلاع على عاداتهم وأسلوب حياتهم.
- وتعدّ برامج الأطفال التعليمية على وسائل الإعلام مادة مهمة للأطفال لأنها تعرض المعلومات بطرق مميزة يحفظها الأطفال وترسخ في عقولهم.²

¹ سناء اللويكات، إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام، مقال منشور على شبكة الإنترنت (https://mawdoo3.com) 2023/04/20 .

² حسن بوعلام، إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام، مقال منشور على شبكة الإنترنت (https www SCRIBD .com) تاريخ التصفح 26/04/2023 .

فرع 2: مساوئ وسلبيات الإعلام الجديد

أ. المساوئ

"وتتمثل مساوئ الإعلام الجديد في عدم تمحيص الموارد المنتشرة وعدم الثقة بالأخبار والمواد الموجودة. حيث إن أهم تحدّيين يواجههما الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى، أما عن أشكال المخاطر الأمنية المتأتية عن الإعلام الجديد فهي: مخاطر متعلقة بالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف، مخاطر متعلقة بإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة (...)"¹.

ب. السلبيات

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والارهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتيت دائرة المتلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية.

¹ محمد بلحوت، دور الإعلام الجديد في تصحيح الصورة الذهنية "مقارنة نظرية". مجلة أكاديمية للدراسات السياسية، تونس: معهد الصحافة وعلوم الأخبار، ع:5، 30/12/2021، ص 70.

- ارتكاب الجرائم الالكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.¹

خلاصة:

أستنتج بأن الإعلام الجديد هو إعلام الحاضر والمستقبل وهو بمثابة التطور الطبيعي للتقنيات الإعلامية التي تلائم وتواكب مجريات الحياة العصرية السريعة، وذلك من خلال أدواته التي غيرت الكثير من صياغة الأحداث في حياتنا، كما أن الإعلام الجديد رغم اختلافاته عن الإعلام التقليدي، إلا أنه يلتقي معه في عدة نقاط مشتركة منها أن كل من الإعلاميين يكمل الآخر حيث يعتمد كل منهما على الآخر من حيث صناعة الأخبار والمعلومات ولكن يختلفان في شكل وطريقة تداولها وتناولها.

كما يتميز الإعلام الجديد بعدة خصائص ووظائف مستجدة زادته أكثر قوة وتفاعلية وارتفاع نسبة استخدامه، كما أن لهذا الإعلام العديد من الإيجابيات وله أيضا العديد من السلبيات التي تتجلى من خلال استخداماته الشائعة، وإن على عاتقه المسؤوليات الكبرى التي تتطلب التطور والمعرفة والرقى وتوصيل ما يجب إيصاله.

فالإعلام الجديد من أحد نعم الله تعالى علينا التي يجب أن نشكر الله سبحانه وتعالى عليها.

¹ محمد بلحوت، دور الإعلام الجديد في تصحيح الصورة الذهنية "مقارنة نظرية"، مرجع سابق، ص 71.

المبحث الثاني: الإعلام الجديد والدعوة

تمهيد

المطلب الأول: مشروعية الإعلام الجديد في الدعوة

المطلب الثاني: أهمية الإعلام الجديد في الدعوة

المطلب الثالث: ضوابط الإعلام الجديد في الدعوة

المطلب الرابع: أثر الإعلام الجديد في الدعوة

المطلب الخامس: مشكلات الدعوة في الإعلام الجديد

خلاصة

تمهيد:

تعد وسائل الإعلام الجديد من الأمور المستجدة التي يسهل تسخيرها في مجال الدعوة إلى الله لأن الدعوة لا تقتصر على الصورة النمطية المعهودة، كما أن وسائل الإعلام الجديد قد انتشرت بكثافة بين قطاع عريض من الناس. ولم يحدد الله سبحانه على الدعاة استخدام وسائل معينة أو وسيلة واحدة فكان من المشروع والواجب على الدعاة عدم إغفال وسائل الإعلام الجديد كونها وسيلة من وسائل الدعوة إلى الله في ظل انتشار الفساد الإعلامي، وما يحمله من أفكار هدامة تبث وتنتشر دون رقيب أو حسيب.

ومن هنا تبرز أهمية استغلال وسائل الإعلام الجديد المباحة المتاحة لإيصال المادة الدعوية للمدعويين مع ضرورة الالتزام بجملة من الضوابط لضمان سيرورة العمل الدعوي الإعلامي دون الحياد عن الهدف السامي ألا وهو تبليغ رسالة الإسلام.

فتوظيف التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله حقق الدعاة آثار قيمة ساهمت في الدين الإسلامي، ولكن ومع ذلك لا يخلو الطريق الدعوي من المشكلات التي تواجه وتعرقل العمل الدعوي.

وهذا ما جعلني أطرح التساؤلات التالية: ماهي مشروعية الإعلام الجديد؟ وما هي أهمية الإعلام الجديد في الدعوة؟ وما هي ضوابطه؟، وما أثر الإعلام الجديد في الدعوة؟ وما هي مشكلات الدعوة في الإعلام الجديد؟

أحاول أن أجيب في هذا المبحث عن هذه التساؤلات إجابة وافية قدر المستطاع.

المطلب الأول: مشروعية الإعلام الجديد في الدعوة

"كانت الوسيلة المتبعة لدى الدعاة من الأنبياء والمرسلين (المشافهة) والقول، وعندما ظهرت الكتابة في حياة الناس، استخدمها الأنبياء عليهم الصلاة والسلام، ونزلت بعض الكتب

والصحف السماوية مكتوبة، فكان منهج الأنبياء والرسل عليهم الصلاة والسلام في جانب الوسائل، استخدام الوسائل المتوفرة في عصرهم ما دمت لا تخالف شرعاً ولا خلقاً".¹

"وقد يختلف بعض الدعاة في الحكم الشرعي لبعض وسائل الدعوة اختلافاً اجتهادياً سائغاً، وقد يكون الاختلاف في جدوى بعض الوسائل ونفعها، فيكون هذا من اختلاف التنوع لا اختلاف التضاد، ويكون لهذا الاختلاف مصلحة في أن يتفرغ طائفة من الدعاة لبعض الوسائل التي يرون شرعيتها وجدواها فيبدعون فيها، ويُنكرون على إخوانهم الآخرين الذين اختاروا وسائل أخرى.

وقد قال الله تعالى: ﴿ وَمَا كَانُ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾ [التوبة: 122].²

"وفي هذا يقول الشيخ أمين أحمد إصلاحي في كتابه «منهج الدعوة إلى الله»: «إذاً، فلا بد أن يراعي الداعي الحق، الطرق المعروفة في زمانهم، حتى تكون دعوته أكثر وقعاً وتأثيراً في النفوس والقلوب، فليجتمع بالناس كما يجتمعون، وليتحدث إليهم كما يجوبون (..) فلو وطئ اليوم أحدُ بلاد أوروبا وأمريكا ينشر فيها الدعوة لوجب عليه أن يختار من وسائل الاتصال بالناس، والاستئناس بهم، وبث آرائه وأفكاره فيهم (..) فإن تنكر لهذه الوسائل وألح على رفضها، فسوف تذهب جهوده سُدى (..)».³

¹ محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة. (ط: 3؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1415هـ-1995م)، ص340-341.

² إبراهيم عبد الرحيم عابد، "وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية الأنترنت وكيفية استخدامها الدعوية". (رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب-، جامعة الطائف، كلية المعلمين، 1427/05/07هـ، ص17.

³ محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، المرجع السابق، ص341.

"فالداعية الناجح لا يترك وسيلة لعرض دعوته إلا واستعملها (...) ومع ما يشهده العصر الحديث من تقدم وتطور مذهل في عالم التقنيات الحديثة والتي صارت ضرورة أساسية في التواصل بين الناس وجب على الداعية تطويع هذه التقنيات لخدمة الدعوة الإسلامية ومخاطبة الناس بلغة العصر وأسلوبه".¹

"ولا يحصر نفسه في دائرة ضيقة من الوسائل، مع الحفاظ على ثوابت الدعوة وأصولها، والداعية الناجح يأخذ بالتنوع في وسائله الدعوية، وبما يتناسب مع الزمان والمكان والأشخاص والأحوال وشعاره: أمرنا أن نخاطب الناس على قدر عقولهم".²

"خاصة أن الإسلام لم يجعل وسائل الدعوة أمراً محددًا لا يمكن تجاوزه، بل جاء بالإطار العام لمنهج الدعوة ووسائلها يقول الله سبحانه وتعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ [النحل: 125]، فال المطلوب في الدعوة هو الحكمة، ومنها الحكمة في استخدام الوسيلة المناسبة".³

"ومما يؤكد مشروعية استخدام وسائل الإعلام الجديدة في الدعوة إلى الله تعالى أن الوسائل الدعوية في الشبكة الدولية هي امتداد لوسائل سابقة فمثلاً:

البريد الإلكتروني صورة عصرية وأسلوب حديث للمراسلات، والمراسلة وسيلة أصيلة من وسائل الدعوة إلى الله تعالى، فقد استخدمها النبي صلى الله عليه وسلم حينما كتب إلى

¹ ميساء روابدة. "التحديات المعاصرة التي تواجه الدعوة الإسلامية وطرق مواجهتها". (بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول "لتطوير علوم الدعوة والتنمية البشرية المعاصرة")، جامعة البلقاء التطبيقية: كلية الأميرة عالية الجامعية، ماليزيا، 15-2013/05/16م، ص10.

² جبرنو أحمد جالو، دور الراديو في نشر الدعوة الإسلامية دراسة تطبيقية على إذاعة طيبة في الخرطوم. (لا. ط؛ الخرطوم: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2008م-2009م)، ص28.

³ مرجع نفسه، ص27.

الملوك والأعيان الذين عاصروهم في داخل الجزيرة العربية وخارجها، ممن كانت ممالكهم مجاورة للجزيرة، وأثر ذلك الاستخدام ثماراً طيبة حيث أسلم جمع ممن راسلهم، ومنهم من عرف صدق بعثة النبي صلى الله عليه وسلم وردّ ردّاً جميلاً (...).¹

المطلب الثاني: أهمية الإعلام الجديد في الدعوة

"إنّ العالم اليوم يموج من حولنا بتيارات وعقائد متباينة كلُّ يبغى السيطرة والسيادة عبر الكلمة المكتوبة والمسموعة. وأدركت الأمم الكافرة أهمية وسائل الإعلام فسخرتها لنشر سمومها وأباطيلها، إيماناً منها بالدور الفعال الذي تلعبه وسائل الإعلام في نشر الأفكار وتغيير العقائد. ويزداد ذلك يوماً بعد يوم -في الداخل والخارج- أمام تيار الدعوة الإسلامية".²

ونظراً للمكانة التي يحتلها الإعلام الجديد في العالم ككل، تبرز مدى أهمية وجوب استغلال الدعوة لهذه الوسائل الحديثة وخاصة ما تقدمه للداعية المسلم من تقنيات حديثة تساعده في تبليغ رسالة الإسلام، وتأكيداً لذلك قول الشيخ يوسف القرضاوي في تبيان فضل وسائل الإعلام الجديد على الدعوة: "فيسمي الدعوة إلى الله تعالى عبر الشبكة الدولية جهاد العصر ويصفها بأنها الشبكة الجبارة التي تستطيع أن تدخل على الناس في كل مكان في العالم دون استئذان من أحد، ودون حاجة إلى جيوش وقتال، وهذه نعمة من الله علينا تستحق أن نشكره عليها (...). وأنها قد فتحت الأبواب لإبلاغ كلمة الله تعالى إلى الناس، وهو الأمر الذي لم يكن ليتيسر في الماضي".³

¹ إبراهيم عبد الرحيم عراد، وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية الأترنت وكيفية استخدامها للدعوة"، مرجع سابق، ص 27.

² لؤي عبد الحميد شنداخ، أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية. (ورقة بحثية من إهداء شبكة الألوكة www.alukah.net)، ص 41.

³ إبراهيم عبد الرحيم عراد، وسائل العودة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية الأترنت وكيفية استخدامها للدعوة"، مرجع سابق، ص 29.

كما تكمن أهمية الإعلام الجديد في الدعوة من خلال "تصحيح مفاهيم الإسلام والدعوة إلى مبادئه السمحة وقيمه الأصلية النافعة، بطريقة علمية وفنية، لتكون هذه القيم منهاج حياة كل مسلم في بيته وعمله (...). وأن العمل على ترسيخ ذلك لا يعتمد على أجهزة الإعلام الدينية المتخصصة فقط، بل هو مسؤولية كل أجهزة الإعلام في الدول الإسلامية".¹

ومنه فإن أهمية الإعلام الجديد في الدعوة "تتجاوز التثقيف والتوعية وفتح القنوات المعرفية أمام أجيال المسلمين، إلى التحفز ووضع الخطط المناسبة في التصدي للغزو الفكري والأخلاقي الذي تتعرض له الأمة الإسلامية، وسط شيوع وسائل الإعلام العابرة للقارات، والتي تؤثر في المجتمعات وتنقل أفكار وفلسفات وأخلاقيات شعوب العالم إلى كل مكان".²

ومزاحمة المتطرفين أصحاب الأباطيل والملل المنحرفة في استغلال وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى الله تعالى وتبليغ رسالة الإسلام حتى لا يترك لهم المجال سائحاً لنشر دعواتهم وأفكارهم الضالة المضللة التي تشوه الإسلام والمسلمين، وخاصة الدعاة كي ينفروا كل كافر من الدخول في الإسلام أو من كان له رغبة في اعتناقه وزعزعة صفوف المسلمين وإيمانهم بإثارة الشكوك في الدين وحول معتقداتهم.

تظهر أهمية الإعلام الجديد في الدعوة من خلال الآثار الطيبة التي ظهرت من خلال الاستغلال الأمثل لهذه الوسائل في خدمة الإسلام وتبليغ رسالته نذكر منها:

1. "متابعة الأحداث الجارية بالكلمة والصوت والصورة يمكن من خلالها التعرف على أحداث العالم الإسلامي والوقوف على بينات وحقائق وآراء أكثر من خلال المواقع التي تعني بشؤون المسلمين (...). ومن ثم يمكن الدعاة الاستفادة منها في الإحاطة بأحداث العالم الإسلامي والعالم

¹ لؤي عبد الحميد شنداخ، أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية، مرجع سابق، ص42.

² مرجع نفسه، ص43.

أجمع بما يمكن الداعية من مواكبة الأحداث وهو ما ينعكس إيجابياً في معالجتهم لمفردات خطابهم الموجه للمسلمين.

2. مصدرًا للمعلومات الدينية والثقافة الإسلامية حيث تقدم العديد من المواقع ألوًا كثيرة من الثقافة الدينية التي تتنوع بين العبادات والعقائد والمعاملات والأخلاق.

3. وسيلة للدعوة الإسلامية يمكن استخدامها في هذا المجال على أكثر من مستوى:

الأول: التعريف بالدين والإسلام: عقيدة وشريعة وأخلاق.

الثاني: بيان أنشطة المؤسسات الدعوية والخدمات التي تقدمها".¹

"الثالث: دحض الأفكار الضالة عن صحيح العقيدة الإسلامية وتوعية المسلمين بمخاطرها وتصحيح المفاهيم الدينية الخاطئة.

الرابع: مناقشة قضايا الدعوة في داخل العالم الإسلامي وخارجه (لدى الأقليات المسلمة) ومشاكل الدعاة وسبل التغلب عليها وعرض التجارب الدعوية الناجحة وتقويمها.

4. تقديم خدمات خاصة يحتاجها المسلمون في مختلف العالم مثل: تحديد أوقات الصلاة في كل مدينة على حدة وتحديد أوائل الشهور العربية والإجابة عن التساؤلات والاستفسارات الدينية".²

وغيرها من الآثار الناجحة التي بينت للمسلمين مدى أهمية استغلال هذه التقنيات الحديثة في الدعوة إلى الله تعالى والتي تتجدد مع كل عصر وتظهر بأشكال ومميزات مختلفة.

¹ محمد علي البطة، وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي وآثارها الدينية والفكرية، مرجع سابق، ص1851.

² مرجع نفسه، ص1852.

المطلب الثالث: ضوابط الإعلام الجديد في الدعوة

"إن استخدام الإعلام الجديد بمختلف وسائله المقروءة والمسموعة والمرئية في مجال الدعوة إلى الله تعالى، مرتبط بالعديد من الضوابط التي لا بد من مراعاتها عند ممارسة العمل الدعوي الإعلامي.

فهي عبارة عن مجموعة من الأساسيات والقيم التي يجب على الداعية أن يتحلى بها حتى يضمن لعمله الدعوي الإعلامي النجاح والتأثير في جمهور المتلقين، وإلا عد عمله ضرباً من الدجل، والإفك والتضليل.

ومن أهم هذه الضوابط:¹

1. "التثبت من الأخبار قبل البلاغ والنشر: من أهم الضوابط التي يجب مراعاتها في الخطاب الدعوي والإعلامي التثبت من الأخبار والتحقق من صدقها قبل نشرها وإبلاغها للجماهير عملاً بقوله تعالى: ﴿يَتَأْتِيَ الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِمِجْهَلَةٍ فَتُصْحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ الحجرات، الآية [06].

2. "مراعاة أحوال المخاطبين العقلية والوجدانية والبيئية: فمن الحكمة أن تُراعي أحوال المخاطبين في كافة الوسائل الإعلامية، فما يصلح من الخطاب الإعلامي لبيئة لا يصلح لأخرى، وما يتناسب مع فرد قد لا يتناسب مع آخر".²

¹ محمد عباس عبد الرحمان المغني، الإعلام الإسلامي ودوره في حماية المجتمع من الإرهاب. (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي

الرابع)، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 23-24 أبريل 2017م، بالتصرف، ص27.

² المرجع نفسه، ص28.

3. "مراعاة الزمان والوقت في الخطاب الإعلامي: فقد تكون المعلومة صحيحة وموثوقة لكنها ليست مناسبة للوقت والزمان التي قيلت فيها فتحدث فتنة وضرراً، فليس كل ما يعلم يقال ولا كل ما يقال حضر وقته".¹

4. "الموضوعية والتزاهة: والموضوعية صدق تصوير الواقع وبيان مختلف الأوجه على حقيقتها ودقة استخدام الألفاظ حتى لا توهم السامع أو القارئ بغير الحق، والموضوعية معناها الالتزام بحقائق الموضوع فلا تخرج عنه إلى مواضيع جانبية أو لا علاقة لها بالموضوع أو أن ينحرف تناول الموضوع عن الروح العلمية بجوانب القضية".²

بالإضافة إلى مراعاة مجموعة من الضوابط والأسس الأخرى حتى يكون استخدام وسائل الإعلام الجديدة خالصة لوجه الله تعالى وفي خدمة الدعوة الإسلامية منها:

1. "أن تكون وسيلة التقديم مباحة خالية من المحرمات أو الدعوة إليها أو تزيينها ولو بالحركة أو الإيماء أو اللفظ كمشاهد الغزل التي تقحم حتى في مسلسلات أو أفلام تتحدث عن الصحابة أو التابعين أو العلماء والفقهاء والقضاة.
2. أن تخلو من أي معاني تخالف تعاليم الإسلام وعقيدته أو تهزأ منها أو تحرفها مثل السخرية بالقضاء والقدر أو الغيبات أو التوحيد أو علم ما من الدين.
3. أن تتحرر من الناحية الفقهية فمثلاً من يمثل دور صحابي يصلي ويضع يده اليسرى على اليمنى (...)"³.

¹ محمد عباس عبد الرحمان المغني، الإعلام الإسلامي ودوره في حماية المجتمع من الإرهاب، مرجع سابق، ص 29.

² سمير جميل راضي، "الإعلام الإسلامي رسالة وهدف". دعوة الحق كتاب شهري يصدر عن رابطة العالم الإسلامي، لا.

م: طبع بمطابع رابطة العالم الإسلامي في مكة المكرمة، ع 172، 15 ربيع الأول 1417هـ، ص 73.

³ مرجع نفسه، ص 57.

4. حسن اختيار الألفاظ وابعاد الكلمات التي يابها الإسلام أو ورد فيها فهي (...) كاستخدام ألفاظ ساقطة وسوقية أو ذوات تلميحات جنسية رخيصة فما هو محرم أو مكروه من القول يسري على الإعلام أيضاً.
5. البعد عن استغلال الإثارة لتحريك العواطف وإلهاب المشاعر واستغلال الغرائز أو الشهوات.
6. عدم التركيز على الإثارة لتحريك العواطف وإلهاب المشاعر إلا فيما فيه مصلحة مؤكدة التحقيق أو دفع ضرر مؤكد".¹

وكل هذه الضوابط والأسس كلها تسعى للاستغلال الأمثل وضبط وسائل الإعلام الجديدة لتبليغ رسالة الإسلام ونشر الدعوة الإسلامية، على ضوء ما جاء في كتاب الله تعالى وسنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم مع مسابته لوسائل العصر المتجددة وضبط ما جاء فيها من انحرافات وزلل وخاصة كما قيل بأنها «سلاح ذو حدين». فإن لم يتم ضبطها بقواعد صارمة سيختلط فيها الحابل بالنابل مما يعود ذلك بالسلب على الدعوة الإسلامية ويحد من انتشارها في وسائل الإعلام.

المطلب الرابع: أثر الإعلام الجديد في الدعوة

ولعل من أهم سبل نشر الدعوة الإسلامية الخالدة والدفاع عنها في هذا العصر هو استخدام أسلحة الاتصال العصرية والمستحدثات التكنولوجية والإعلامية، وعلى رأسها وسائل الإعلام الجديدة وذلك للإمكانيات الهائلة لهذه الوسائل في الاتصال، فعن طريقها نستطيع الذود عن الإسلام ضد الاتجاهات الرخيصة والسوداء التي تتسم بالقوة والفاعلية أحياناً والتنظيم والتأثير أحياناً أخرى ولهذا لا بد من طرق هذه الأبواب.²

¹ سمير جميل راضي، "الإعلام الإسلامي رسالة وهدف"، مرجع سابق، ص58.

² لؤي عبد الحميد شنداخ، أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية، ورقة بحثية منشورة على شبكة الأنترنت، www.alukah.net بتصرف، ص26.

ومن خلال الامتيازات التي تمتلكها وتمتاز بها وسائل الإعلام الجديدة وبعد اجتهاد الدعاة في محاولة توظيفها في خدمة الدعوة الإسلامية حققت انجازات وآثارا باهرة سهلت العملية الدعوية على الدعاة ويسرت وصول الرسالة الدعوية للمدعوين بطريقة مبتكرة تجذب اهتمامهم بغية إقناعهم وقبولهم لرسالة الإسلام في أوقات وجيزة.

فمن هذه الآثار أذكر منها:

- 1" ساعدت وسائل الإعلام الجديدة على تنظيم المادة الدعوية وتقديمها للمدعوين بأسلوب مشوق وميسر مما يؤدي إلى سهولة تعلمها والوصول إليها.
- 2 ساهمت الوسائل الإعلامية في تنمية الميول الايجابية للمدعوين من خلال كبار الدعاة المتمكنين والمتخصصين تخصصات علمية واستعمال التسجيلات السمعية والتلفزيونية والنت والأقراص وغير ذلك.
- 3 شجعت وسائل الإعلام تبادل المعلومات والأفكار والخبرات في كافة المجالات¹.¹ حول العالم وتفعيل نافذة إعلامية حديثة— غير مكلفة ماديا أو بشريا أو إداريا، وتكوين شبكة علاقة واسعة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي بين الدعاة وأصحاب الخبرة.
- 4 وكذلك شجعت الباحثين والدعاة على الالتزام واحترام القوانين والتحلي بالأمانة العلمية واحترام الملكية الفكرية للمعلومات التي يطلعون عليها ويتبادلونها في ما بينهم ونقلها إلى المدعوين بكل صدق وأمانة مما يعزز ذلك قبولهم للدعوة الإسلامية ودخولهم للإسلام.²

¹ خالد بن سعد بن عبد الرحمان الزهراني، توظيف التقنية الحديثة في خدمة الدعوة إلى الله، بحث مدعوم من عمادة البحث العلمي (تكمال11)، جامعة الأزهر، كلية أصول الدين والدعوة الإسلامية، المنوفية، بتصرف، ص24.

² خالد بن سعد بن عبد الرحمان الزهراني، توظيف التقنية الحديثة في خدمة الدعوة إلى الله، (الأهمية، الضوابط المجالات)، مرجع سابق، بتصرف، ص24.

5" ساهمت وسائل الإعلام الجديدة الدعاة إلى إنشاء مواقع دعوية واستخدام البريد الإلكتروني والمشاركة الفعالة والإيجابية في ساحات منتديات الحوار، والحوار في غرفة الدردشة، وإنشاء صفحات ومجموعات ومواقع دعوية على شبكات الاجتماعية مثل: (الفيسبوك، تويتر، واليوتيوب)، وتفعيل الحملات الدعوية التي تعزز الأخلاق والقيم عبر وسائل الإعلام الجديدة".¹

6" أعانت وسائل الإعلام الجديدة والتقنيات الحديثة على تبليغ الدين ونشره والتعريف بالعبادة الإسلامية الصحيحة، وسنة النبي صلى الله عليه وسلم وسيرته العطرة، وخاصة أن التعامل مع هذه التقنيات لا يعد ترفاً بل أصبح واقعا معاشاً لأكثر سكان المعمورة فيها يتواصلون وعن طريقها يتناقلون المعلومات والأخبار، بأسرع وقت وأيسر طريق وفق أحدث التقنيات تطورا، ومنه لقد برز مجموعة لنخبة طلبة العلم والدعاة حضورهم المميز في المواقع والمنتديات الإلكترونية من خلال الإشراف والمشاركة المميزة والتنوع الذي أضفي على الشبكة العالمية (إنترنت) نسبة لا بأس بها من الخدمات التي تقدم للمسلمين وغيرهم تصب في خدمة الدعوة إلى الله تعالى بلغات العالم المتعددة".²

7 ساهمت في انبهار المدعوين خاصة فئة الشباب بجدية الوسائل الدعوية والإقبال عليها والتعلق بها.

8 ساعدت على مواجهة المذاهب الهادمة والرد على أفكارها، حيث أنها قد اعتمدت في الدعوة إلى مناهجها ونشر أفكارها على الوسائل الإلكترونية الحديثة.

¹ لؤي عبد الحميد شنداخ، أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية، مرجع سابق، بتصرف، ص30.

² مرجع نفسه، بتصرف، ص31.

9 سهلت الوصول إلى الفئات الشبابية التي أصبحت بمعزل عن المجتمع وتقوقعها في عالم افتراضي لا يمت للواقع بصلة.¹

10 تقديم برامج ورسوم متحركة (كرتون) للأطفال لعرض قصص الأنبياء والصحابة الكرام وعلماء الإسلام الأجلاء.

11 تطبيقات دعوية متنوعة متعلقة بالأجهزة الذكية بشكل متقن ومجانية، وتهتم بكل ما يحتاجه المسلم في يومه.²

12 بث الخطب المنبرية والدروس الدينية والندوات العلمية والمساجد الكبرى بثا مباشرا لتعميم الاستفادة منها.³

المطلب الخامس: مشكلات الدعوة في الإعلام الجديد

فرغم الإنجازات والآثار القيمة التي حققها الدعاة في استغلالهم لوسائل الإعلام الجديدة في خدمة دين الله تعالى وتبليغ رسالته الإسلامية إلا أنهم لم يرقوا بعد لمواجهة المشكلات والتحديات التي تعترضهم وتعترى عملهم الدعوي الإعلامي سوى على المستوى الداخلي أو الخارجي حيث تمثل عائقا يحول دون أدائهم وتبليغهم الرسالة الدعوية الإسلامية.

¹ عبد الباسط محمد السيد الأزهرى، ورقة بحثية بعنوان: الدعوة الإلكترونية (الأهمية، معوقات، سبل الاستفادة)، مرجع

سابق، بتصرف، ص5.

² مرجع نفسه، بتصرف، ص8.

³ مرجع نفسه، ص9.

ويمكن تصنيف هذه المشكلات إلى قسمين كالآتي:

الفرع الأول: المشكلات الداخلية

1" ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع الإسلامي يشكل عائقا أساسيا يحول دون أداء الإعلام الدعوي لرسالته كاملة، ويسبب إهدار نسبة كبيرة من المادة الإعلامية.

2 بناء المؤسسات الإعلامية في الدول الإسلامية كان متأخرا، حيث اعتمدت المناهج الإعلامية الغربية في إنشائها مما أورث تناقضا بين الوضع الحالي لهذه المؤسسات ومتطلبات المجتمع الإسلامي ودعوته.

3 تكرار حدوث الأخطاء في طريق الدعوة وعدم الاستفادة من التجارب السابقة".¹

4 ضعف المحتوى العلمي في المادة المقدمة، وعدم مواكبتها لجميع تخصصات المستمعين.

5 عدم الإلمام الكافي بالنواحي الفنية وضعف الحرفية والمهارات التقنية والإخراج الشكلي النهائي للمادة المرئية أو المكتوبة.

6 الإختصار في الدعوة الإلكترونية على اللغة العربية فحسب مما يجعل فوائدها مقتصرة على المتحدثين بها.²

7 انصراف كثير من الشباب عن الدعوة النمطية بصورتها المعهودة (فيديو مطول، منشورات مطولة، نصائح مباشرة).

¹ سعد بكوش، تحديات الإعلام الدعوي في ظل العولمة "دراسة نظرية"، (مذكرة ماستر في العلوم الإسلامية تخصص: الدعوة وإعلام واتصال)، جامعة الشهيد حمه لخضر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، (1435هـ-2014/2015م)، ص55.

² مرجع نفسه، ص7

- 8 عدم وجود ميزانية محددة كافية لتغطية نفقات الدعوة الإلكترونية.¹
- 9 الصراع الإعلامي في التعصب المذهبي والفكري بين المسلمين مما أدى على ضعف وحدتهم وضعف دعوتهم.
- 10 إشتغال الإعلاميين الدعويين بالرد على بعضهم البعض، عوض العمل على توحيد الصف لإنجاح الدعوة.
- 11 شيوع ظاهرة انفصال العلم عن العمل، والفكرة عن التطبيق، عند كثير ممن يعتلون المنابر الإعلامية للدعوة مما شوه كامل الدعوة وأفقد الثقة لدى المدعويين في هذه المنابر وروادها.
- 12 التخلف عن ميادين التقنية والتكنولوجيا وعن دراسة وسائل الإعلام المختلفة نظريا وتطبيقيا.²

الفرع الثاني: المشكلات الخارجية

- 1 تراجع الاستقلالية الفكرية وسيطرة: (الحكومات) على بعض المؤسسات الإعلامية: "كان هناك قنوات فضائية إسلامية كان لها دور جيد في كشف بعض الحقائق وإمالة للإثم في تصحيح بعض المفاهيم، وتعرية التصورات الفاسدة، وتكوين قالبا وقلبا نابضا لقلب هذه الأمة المحترق على وضعها العقائدي والسياسي، مما أدى لأن تأتي بعض الحكومات وتأمّر بإغلاق هذه القنوات الفضائية ومحاربتها باسم: (مكافحة الإرهاب)³

¹ سعد بكوش، تحديات الإعلام الدعوي في ظل العولمة، مرجع سابق، ص6.

² مرجع نفسه، ص55.56.

³ حجاب بن مروان الحمد، الإعلام الإسلامي مشكلات في خط المواجهة، مقال منشور على شبكة الأنترنت، (http:saaid.org)، 2023/05/15.

2 المهجمة الشرسة الإعلامية الغربية على الإعلام الإسلامي: هناك رقابة شديدة تحاول قدر الإمكان أن تصد الإعلام الإسلامي على التكتل والوحدة، حتى لا يتفاعل مع قضايا الجماهير، بل هناك احتكار واضح واستعمار (استخراب فكري) في شتى الوسائل الإعلامية الإسلامية للتضييق عليها.¹

3 تشويه الإعلام الغربي صورة الدعوة والدعاة: وجه أعداء الله العديد من حملات الإعلامية نحو الدعوة الإسلامية والدعاة المصلحين، بهدف تشويه الدعوة ذاتها، وتشويه الإسلام، وتشويه صورة الدعاة والمصلحين في المجتمعات، والتشهير بهم وتلفيق الأكاذيب والتهم حولهم، ليمنع المدعويين من رؤية الحق والاستجابة له، أو التأخير للاستجابة له.²

4 استغلال قضايا المرأة في تشويه الإسلام "عملت وسائل الإعلام الغربية على استخدام المرأة المسلمة كأداة توظف في تشويه الإسلام والمسلمين، فغرست صوراً مضللة وغير واقعية عنها في أذهان مجتمعاتهم، أظهرتها في صورة امرأة مسلوقة الإرادة والحرية، مهضومة الحقوق ومقهورة من الرجال قصد الافتراء على الإسلام وتشريعاته، وطمعا في هدم الدعوة إلى الإسلام".³

5 وكذلك من المشكلات الخارجية التي تواجه الدعوة الإسلامية في وسائل الإعلام الجديدة "ظهور العديد من الصفحات والمواقع الهدامة التي تتخذ من الإسلام ستارا لمرائب مذهبية أو شخصية محدودة"⁴، تدعو لمغالطات وأفكار باطلة لا صلة لها بالإسلام ولا بأحكامه المحكمة،

¹ حباب بن مروان الحمد، العلام الإسلامي مشكلات في خط المواجهة، مقال منشور على شبكة الأترنت، 2023/05/15.

² ميساء روابدة، التحديات المعاصرة التي تواجه الدعوة الإسلامية وطرق المواجهة، مرجع سابق، بتصرف، ص25.

³ المرجع نفسه بتصرف ص27.

⁴ عبد الباسط محمد السيد الأزهرى، الدعوة الإلكترونية. (الأهمية، المعوقات، سبل الاستفادة)، مرجع سابق، بتصرف، ص6.

وتتخذ من الشبهات قواعد أصيلة وتشير التزايدات حول القضايا المختلف أحكامها لزعة الصف الإسلامي وهدمه.

خلاصة:

أستنتج أنه من مشروعية استخدام الداعية لكل وسائل عصره المباحة المتاحة كان لزاما عليها وواجبا استخدام وسائل الإعلام الجديد في الدعوة، ومن خلال هذا الواجب تظهر مدى أهمية التعامل مع وسائل الإعلام الجديد وتطويعها في مجال الدعوة إلى الله في الواقع المعاصر. ملزما في توظيفها بضوابط الدين الإسلامي وأحكامه الشرعية، لأن الخروج عليها يولد الإحباط وينشر الفساد ويخلو المجال لأصحاب الملل والأهواء الباطلة لنشر أفكارهم الهدامة.

ومما توصلت إليه أن طريق الدعوة الإعلامية محفور بالكثير من المشاكل والتحديات على المستويين الداخلي والخارجي، حيث تعرقل وتحد من وصول الرسالة الدعوية للمدعوين ونفورهم منها وعدم الإقبال عليها، والتي أهمها عدم تدريب الدعاة جيدا على الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الجديد لغايات سامية تخدم الدين الإسلامي وتبلغ دعوته، وكذلك الحملات الإعلامية التي تزداد كل يوم طغوة وشراسة لتشوه صورة الدين الإسلامي السمحة وتعابيره المثلى.

المبحث الثالث: دور المرأة الداعية في الإعلام الجديد

تمهيد

المطلب الأول: أهمية مشروعية المرأة الداعية في الإعلام الجديد

المطلب الثاني: ضوابط المرأة الداعية في الإعلام الجديد

المطلب الثالث: عوامل نجاح المرأة الداعية في الإعلام الجديد

المطلب الرابع: إسهامات المرأة الداعية في الإعلام الجديد

خلاصة

تمهيد:

لقد أوجب الله سبحانه وتعالى الدعوة إلى دينه الإسلامي الحنيف على كل الأمة الإسلامية سواء رجالاً أم نساءً كما جاء في قوله تعالى: ﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ [آل عمران: 104].

ولا يشترط الله - سبحانه وتعالى - وسائل محددة وجب استخدامها في الدعوة. لذا يجب على الداعية استخدام كل الوسائل المتاحة المتاحة في عصره، وخاصة الآن في عصر المعلومات وتطور الوسائل الحديثة، فعلى المرأة الداعية استغلال هذه الوسائل وتطويعها لخدمة الإسلام، مع ضرورة التزامها بجملة من الضوابط والعوامل التي تعتمد عليها في نجاح دعوتها الإعلامية، بغية تحقيق انجازات دعوية إعلامية تعود بالنفع والخير على الأمة الإسلامية.

وهذا ما جعلني أتساءل عن ماهية مشروعية المرأة الداعية في الإعلام الجديد؟ وما هي ضوابطها؟ وما هي عوامل نجاحها؟ وما هي اسهاماتها؟

وهذا ما سوف أحاول الإجابة عليه في هذا المبحث قدر المستطاع.

المطلب الأول: أهمية مشروعية المرأة الداعية في الإعلام الجديد

"لقد كرم الإسلام المرأة وجعل لها حقوقاً وجعل عليها واجبات، وأناط بها أعظم وأهم وظيفة، ألا وهي القيام على إعداد الأجيال الذين سيكونون هم حملة هذا الدين (...).، إن دور المرأة في التربية هو النواة الأساسية لقيام المجتمعات القوية المترابطة والمتماسكة، وكذلك في مجال الدعوة إلى الله".¹

¹ شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي. (لا. ط؛ الإسكندرية: دار الخلفاء الراشدين - دار الفتح الإسلامي، د. ت)،

"ويعد العمل الدعوي للمرأة المسلمة حاجة ملحة تفرضها أحكام الشريعة الإسلامية، وتحث عليها بعض النصوص الواردة في الكتاب والسنة النبوية المطهرة، وتؤكد لها الأحداث والوقائع التي تعيشها الأمة الإسلامية، خاصة حملات تغريب المرأة المسلمة التي تستهدف المرأة المسلمة في عقيدتها وفكرها وسلوكها".¹

قال الله تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ [يوسف: 108]؛ "قال الشيخ الشوكاني رحمه الله في تفسير قوله تعالى: ﴿أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي﴾؛ أي يدعو إليها من اتبعني واهتدى بهدي، وفي هذا دليل على أن كل متبع لرسول الله صلى الله عليه وسلم من الرجال والنساء حق عليه أن يقتدي به في الدعاء إلى الله".²

فمن خلال وجوب الدعوة إلى الله سبحانه وتعالى يظهر أهمية العمل الدعوي للمرأة المسلمة على أنه أمر إلهي من الله سبحانه وتعالى يجب الأخذ به.

"ففي صفوف النساء، يتهج القلب بجهود رائعة في الدعوة إلى الله تزخر بها الساحات، فمن أنشطة في المؤسسات التعليمية، إلى إطلالة متميزة في عالم القلم والصحافة، إلى جهود محتسبة في تعليم القرآن، ومحاضرات ودروس تشهد إقبالاً كبيراً، وملتقيات قوية تقوم بها مؤسسات دعوية رائدة".³

والآن في عصر التطور وعصر شبكة المعلومات يعد دخول المرأة الداعية إلى وسائل الإعلام ذا مكانة هامة "يعود بالنفع على المرء في الدنيا والآخرة، وفتح ذلك آفاقاً واسعة للمرأة

¹ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، "عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها". (مع دراسة ميدانية على عينة مختارة من المجتمع النسائي في مدينة الرياض)، (رسالة ماجستير في العلوم الإسلامية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، المملكة العربية السعودية، 1430هـ-1431هـ)، ص21.

² مرجع نفسه، ص23.

³ رقية بنت محمد المحارب، "رؤية مستقبلية للدعوة النسائية". (مقال منشور على شبكة الأترنت <http://saaid.org>), تاريخ التصفح: 2023/04/26.

للمشاركة في ميدان الدعوة وتبليغ هذا الدين، لتستفيد منها المرأة في تربية نفسها ودعوة الآخرين وخاصة النساء، حيث أن المرأة أصبح لها وجود ملموس على هذه الشبكة، وهناك أن بعض الدراسات تفيد أن مستخدمي الأنترنت من النساء يفوق عدد المستخدمين للأنترنت من الرجال هذه الإحصائية لو ثبتت فهي مؤشر إنذار للمؤسسات التربوية والدعوية في عدم إغفال هذا الأمر، من هنا كان لابد من الاهتمام بقضية المرأة (دعويًا وتربويًا) من خلال هذه الشبكة".¹

ومنه يمكن القول بأننا بحاجة ماسة لمشاركة الداعيات الجيدات في وسائل الإعلام المختلفة لما لذلك من فوائد عظيمة خاصة "أن المرأة بحكم معاشتها للوسط النسائي يكون إدراكها لخصوصيات النساء وما يخص ذلك من أحكام سواء ما تعلق منها بالعقائد أو العبادات المفروضة أو السلوك".²

والفائدة الأعظم من ذلك فعند طرح الداعية لهذه الأخطاء وتصويبها على وسائل الإعلام الجديدة تكون الفائدة أكثر ويستفيد منها جمع كبير من الناس والنساء بصفة خاصة، ومن هنا تبرز أهمية مشروعية مشاركة المرأة الداعية في الإعلام الجديد ودخولها الساحة الإعلامية الإسلامية.

¹ أحمد السيد الكردي، "العمل الدعوي الإلكتروني للمرأة المسلمة". (مقال منشور على شبكة الأنترنت: <https://kenanaonline.com>) ، بتصرف، تاريخ التصفح: 2023/04/26.

² أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، "عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها"، مرجع سابق، بالتصرف، ص37.

المطلب الثاني: ضوابط المرأة الداعية في الإعلام الجديد

"لما كانت وسائل الدعوة متجددة في كل عصر، فإن مواكبة هذا التجدد واستثماره من أوجب واجبات الدعاة للدعوة إلى سبيل الله ودينه القويم، ولقد أجمع الراسخون في العلم على أن وسائل الدعوة اجتهادية غير توفيقية"¹.

"ولعل من أبرز تلك الوسائل العصرية النافعة تقنية المعلومات على اختلافها فقد اثبتت التجربة نفعها الكبير في الدعوة والتأشير بها.

ونظراً للتوسع الكبير الذي شهدناه مؤخراً في السعي لتوظيف هذه التقنيات في الدعوة إلى الله. وقد أثمرت من الجهود في هذا المضمار"².

"وكتطور طبيعي أصبح للنساء دورهن في هذا الركب، بل كدن أن يكن هن الرائدات لما يملكن من وقت أكبر من الفراغ ولما وجدنه من متنفس لهن، وهنا ومع هذه الانتفاضة النسائية الأترنتية لزم وضع ضوابط لها تسير في أطرها الصحيحة وتؤدي هدفها النبيل بوسيلة صحيحة"³.

لذا وجب على الداعيات الالتزام بعدة ضوابط أثناء المشاركة في وسائل الإعلام الجديدة منها:

1. "إذن الزوج أو ولي الأمر.

¹ محمد بن خالد البداح، "الضوابط التطبيقية لتوظيف تقنية المعلومات في خدمة الدعوة". مجلة العلوم الشرعية، السعودية:

جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والاعلام، ع: 19، ربيع الاخر 1432، ص371.

² مرجع نفسه، ص372.

³ شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، ص1572.

2. أن تتمسك المرأة بحجابها - وهذا في حالة الأخوات الداعيات أمر مفروغ منه-، ومن كانت منهن منتقبة فإن هناك عددًا من القنوات تسمح بخروج المرأة منقبة أو من وراء حجاب فينبغي ألا تغيب المرأة الداعية الواعية عن المشاركة إذاً.
3. أن تلتزم بالضوابط الشرعية فلا خلوة، ولا خضوع بالقول، ولا تفريط في الاستمساك بأوامر الإسلام فالغاية عندنا لا تبرر الوسيلة.
4. ألا تشارك المرأة في القنوات الفضائية إلا إذا نضحت ثقافتها، وكان عندها قدر لا بأس به من العلم الشرعي، والوعي بما يجري فإن المقام صعب".¹
5. النساء في الحمل يندفعن خلف عاطفتهن قبل تحكيم عقلمن، وهنا لا بد من وقفة فليس كل موقع إسلامي أو غرفة هي ذات عقيدة سليمة صافية نقية فتشبي من ذلك قبل أي خطوة تحطينها، وغرف المحادثة الصوتية خاصة الجدلية منها احذريها وابتعدي عنها ما دامت لم تكن درسًا لعالم ثقة أو علمًا نافعًا، فتركها والبعد عنها أسلم وأولى.²
6. "وتجنبي المراسلات الخاصة مع الرجال وإن كان المنتدى عامًا فالمشاركة في المنتديات النسائية أفضل، وإن كان لا بد فلتضع مشاركتها وتنسحب ولا تخضع لقليل وقال فيطمع من في قلبه مرض.
7. في المنتديات الحوارية العامة وغرف الدروس العامة الصوتية الأسلم أن تنتقي اسمًا لا يدل على أنك أنثى فيطمع بك طامع، والأسلم ألا تشاركي بها أو تدخلها إلا لمنفعة ومصلحة تغلب مفسدة.
8. كوني جادة محتشمة لا تشغلي بقليل وقال وسفاسف وتفاهات، بل ضعني نصب عينيك الدعوة وهدفك لكي لا تستكيني وتركيني.

¹ محمد موسى الشريف، المرأة الداعية. (لا. ط: 1؛ لا. م: دار الأندلس الخضراء، 1426هـ-2005م)، ص 48-49.

² شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، ص 1572.

9. اعلمي أن الدعوة الإلكترونية قد تكون جاذبة فلا تشغلك عن دينك وعبادتك وأسرتك، والأهم ألا تشغلك عن الدعوة الواقعية في محيطك فلا تكوني مؤثرة إلكترونياً خاملة حياتياً".¹
10. "ألا تشارك إلا إذا دعت الحاجة لذلك، كأن تكون هناك قضية ملحة تحسن هي مناقشتها وعرضها، أو أن تثور مشكلة خاصة بينات جنسها فتعرض الرأي الإسلامي السديد فيها وهكذا حتى لا تصبح المشاركة في وسائل الإعلام شهوة نفسية".²
11. "وأعلمن أن كل شيء بقدر وقليل دائم خير من كثير منقطع فلتنظمن الأوقات لتحفظنها ولا تضيعنها.
12. الدعاء والتوجه إلى الله قبل كل وأي عمل بأن يرزقك التوفيق والسداد، واستخارته سبحانه مما قد يواجهك من إشكالات".³

¹ شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، ص1573.

² محمد موسى الشريف، المرأة الداعية، مرجع سابق، بالتصرف، ص49.

³ شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، ص1574.

المطلب الثالث: عوامل نجاح المرأة الداعية في الإعلام الجديد

على المرأة الداعية أن تلتزم بعوامل أساسية تتماشى مع ما توصل إليه العالم من تطور وتقدم؛ فالداعية الناجحة لا تترك وسيلة لعرض دعوتها وكسب الأنصار لها إلا استعملتها، وهي تستفيد من كل ما أتيح لها من وسائل حديثة ومن مستجدات العصر في الدعوة إلى الله، فهي تدعو عبر القنوات الفضائية وعن طريق شبكة المعلومات الدولية -الإنترنت)، وكل ما يستجد من وسائل وتقنيات حديثة، ولا تحصر نفسها في دائرة ضيقة من الوسائل، مع الحفاظ على ثواب الدعوة وأصولها.¹

فمن هذه العوامل التي على الداعية اتباعها نذكر منها:

أولاً: الإخلاص

ينبغي للمرأة الداعية إلى الله عز وجل عبر وسائل الإعلام أن تخلص نيتها لله، وأن تطمع في الثواب من الله وحده وأن لا تشتري الدنيا بعمل الآخرة، فلا ينبغي أن تكون دعوتها الإعلامية قصد كسب مادي أو تحقيق شهرة من عملها الدعوي، لأن الدعوة إلى الله تعالى عبادة وعمل، ولا يقبل الله من العمل إلا ما كان خالصاً لوجهه الكريم، قال تعالى: ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءً﴾ [البينة: 05].

ثانياً: الصدق

بمعنى أن تكون الداعية صادقة في إرادة إنقاذ هذا الشخص من النار، وأن تكون مشفقة عليه، راجية له الخير في الدنيا والآخرة.

¹ جمال نصار، الداعية الناجح والاستفادة من وسائل العصر الحديثة. (مقال منشور على شبكة الإنترنت، <https://www.wikhwanonline.com>)، تاريخ النصف: 2023-05-15.

ولنا مثل في إبراهيم - عليه السلام - الذي قال: ﴿يَتَأْتِي إِيَّيَ أَخَافُ أَنْ يَمَسَّكَ عَذَابٌ مِّنَ الرَّحْمَنِ﴾ [مريم: 45].¹

ولهذا يجب أن يظهر هذا الشعور الصادق على المرأة الداعية عبر وسائل الإعلام من خلال كلامها وتعاملها وخطابها لمن تدعوهم وكذلك ينبغي أن تكون صادقة في إرادة النفع بها.

ثالثاً: العلم والفهم

لابد على الداعية أن تكون ذات فهم صحيح وعلم نافع ولا بد من البصيرة، قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ [يوسف: 108].

ولأن للساحة الإعلامية مجالاً واسعاً للطغوى في الدين وخلق الشبهات والمغالطات حولها، ولمواجهة هذه الافتراءات ينبغي على الداعية أن تكون ذات علم وفهم وليس القصد من ذلك يجب أن تكون محدثة فقيهة عالمة بالأصول والفروع وإن كان هذا خيراً بلا شك ولكن المقصود الحد الأدنى لها كداعية تقوم بهذا الدور، فمن زادت عن الحد الأدنى فهو أفضل وأدعى إلى نجاح الدعوة.²

رابعاً: الحكمة

يجب على المرأة الداعية أن تتحلى بالحكمة أمام ما يواجهها من مواقف مختلفة عبر وسائل الإعلام الجديد كتعرضها للسب والإهانة والتقليل من شأنها... الخ، فتستغل تلك المواقف لصالحها، لإبراز مظاهر الحكمة الصحيحة بوضع الشيء في موضعه والوعي والتقدير

¹ زيد بن عبد الكريم الزيد، الحكمة في الدعوة إلى الله. (بحث منشور على شبكة الأنترنت، <https://islamhouse.com>)، بالتصرف، تاريخ التصفح: 2023-05-15.

² عطية عدلان، العوامل المؤثرة في نجاح الدعوة الفردية، مرجع سابق، بالتصرف، تاريخ التصفح: 2023-05-15.

للموقف، ثم التفاعل مع الحدث تفاعلاً مثمراً لا يخرج عن نهج الحق والصواب الذي اتضحت معالمه بنور القرآن وسير الأنبياء، فطريق الحكمة حينئذ ليس طريق متاهة وضياح، ليس عليه علامات ومنازل، وكذلك فهو ليس طريقاً محدداً جامداً، لا يفرق بين مدعوٍ وآخر، ولا زمن وزمن، أو مكان ومكان، ولا يقيم للظروف والأحوال قيمتها واعتبارها، قال الله تعالى: ﴿يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ [البقرة: 269].¹

خامساً: القدوة الحسنة

"إن التزام الداعية المسلمة بأن تكون قدوة صالحة على طريق الدعوة إلى الله تعالى، أمر يوجبه الشرع، ويفرضه الدين، وكذلك تحتمه العقول السليمة، وتراه ضرورياً لإنجاح الدعوة الإسلامية، وبلوغ أهدافها المرجوة، والتمكين لمبادئها كي تسود وتطبق في دنيا الناس.

لقد أكدت نصوص القرآن والسنة على وجوب التزام الداعية بتطبيق ما يدعوا إليه ورغبت في ذلك، وحذرت تحذيراً قاطعاً من مخالفته²، قال الله تعالى: ﴿فَلِذَلِكَ فَادْعُ وَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ﴾ [الشورى: 15].

فإن تكون المرأة الداعية قدوة حسنة للمدعوين والمتابعين لها عبر وسائل الإعلام الجديد يعود بالنفع الكثير على الدعوة إلى الله، وخاصة الداعيات حديثي الدخول للمجال الدعوي، لأن "الداعية القدوة يتأثر الناس بدعوتهما ويتفاعلون معها فإذا بهم ينهضون مجيئين لها، ومنفذين

¹ زيد بن عبد الكريم الزيد، الحكمة في الدعوة إلى الله. (بحث منشور على شبكة الأنترنت، <https://islamhouse.com>)، بالتصرف، تاريخ التصفح: 2023-05-15.

² إسماعيل علي محمد، القدوة وأثرها في الدعوة إلى الله تعالى. (ط: 2؛ القاهرة: دار الكلمة للنشر والتوزيع، 1435هـ-2014م)، ص11.

إلى ما تدعوهم إليه وتنصحهم به، حيث أن القول يتعزز ويتقوى بالفعل"¹. قال الله تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ [الأحزاب: 21].

سادساً: وكذلك من أهم العوامل المساهمة في نجاح المرأة الداعية في عملها الدعوي عبر الإعلام، التزام الداعية بالضوابط الشرعية كعدم الخضوع في القول حتى لا تقع بالفتن وكذلك الالتزام باللباس الشرعي وما فيه من ضوابط بأنه لا يصف جسدها ويشف والابتعاد عن كل ما يجلب الأنظار، وأيضا تجنب الاختلاط والحلوة من دون فائدة للدعوة أو فعل... الخ.

سابعاً: وهناك عوامل أخرى تساعد المرأة الداعية على نجاح رسالتها الدعوية الإعلامية: أو هي:

1. "على الداعية ربط الرسالة الإعلامية بحاجات المستقبل مع اقتراح حلول مشبعة لها، بشرط ألا تتنافى مع العادات والتقاليد، والقيم والمعايير الاجتماعية.
2. مراعاة الحالة النفسية للمستقبل، ومراعاة الدقة في اختيار الوقت والمكان المناسبين، والوسيلة المجدية حسب نوع وقدرة المستقبل.
3. على الداعية الاهتمام باستعمال الألفاظ وتقديم الصور التي يستطيع المستقبل فهمها والاستجابة لها حسب إطاره المرجعي وخلفيته الاجتماعية والاقتصادية.
4. يجب على الداعية التخلص من عوامل التشويش التي تقف في التفاهم بين المرسل والمستقبل (من أمثلة ذلك: صعوبة فهم رسالة المرأة الداعية الإعلامية، أو سرعة تقديمها أو انعدام وسيلة نقلها... الخ)².

¹ إسماعيل علي محمد، القدوة وأثرها في الدعوة إلى الله تعالى، مرجع سابق، ص61.

² جمال نصار، الداعية الناجح والاستفادة من وسائل العصر الحديثة، مرجع سابق، بتصرف، تاريخ التصفح

المطلب الرابع: إسهامات المرأة الداعية في الإعلام الجديد

لقد حققت المرأة الداعية من خلال مشاركتها الفعالة في الإعلام وتوظيف تقنياته الحديثة في خدمة الدعوة إلى الله، إنجازات باهرة أهمها:

1. "قيام المرأة الداعية بتصوير مقاطع مرئية توضح فيها تعاليم الإسلام وما يتعلق به من أحكام، على سبيل المثال أركان الإسلام الخمسة بشكل كامل؛ كالصلاة والحج والصيام والزكاة، تنشرها في أوقات محددة، مع إمكانية ترجمتها لعدة لغات.
2. إنشاء المرأة الداعية قناة تلفزيونية إلكترونية على موقع "اليوتيوب"، تنشر عليه جميع المواد الدعوية، فما لا ينبغي إغفاله إنشاءها لقناة فضائية للغاية ذاتها.
3. إنشاء المرأة الداعية موقع خاص على الشبكة العنكبوتية بالشأن الدعوي تنشر عليه كل ما يتعلق بالدعوة من قريب أو بعيد، مع عمل دعاية ممنهجة لزيادة عدد المتفاعلين وجلب انتباههم.
4. إقامة المرأة الداعية أستوديو تصوير خاص، لعمل مقاطع دعوية بحرفية وتقنية عالية مع جودة الإخراج الشكلي، مع مراعاة أن تكون المقاطع أو السلاسل الدعوية قصيرة.
5. إنجاز المرأة الداعية مكتبة علمية دعوية إلكترونية في مواقع التواصل الاجتماعي، تنشر فيها الكتب العلمية والدعوية بصيغة (pdf).
6. عمل المرأة الداعية مقارئ جماعية للقراء، وتعليم القارئات عن بعد، دون الإخلال بقواعد القراءة والإجازة ونحوها.
7. عمل المرأة الداعية صفحات متنوعة على (الفيسبوك) لنشر آداب الإسلام الحنيف وتعليماته السمحاء والفتاوى المهمة، مع وجود فريق متخصص للفتوى والرد على

الشبهات والأفكار المغلوطة عن الإسلام وأحكامه الثابتة، لتوضيح صورة الإسلام
المشرقة.¹

هذا ورغم هذه الإسهامات التي قامت بها المرأة الداعية في العمل الدعوي عبر وسائل
الإعلام الجديد، فإنها تبقى محدودة وليس بالحجم الكافي لتغطي احتياجات ومتطلبات الدعوة في
العصر الحديث وذلك راجع لعدة تحديات وعقبات تواجه المرأة الداعية التي سنتطرق لها في
المبحث الموالي بإذن الله.

¹ عبد الباسط محمد السيد الأزهرى، الدعوة الإلكترونية. (الأهمية - المعوقات - سبل الاستفادة)، ورقة بحثية منشورة على
شبكة الأنترنت، (<https://www.wikhwanonline.com>)، بالتصرف، تاريخ التصفح: 2023-05-15.

خلاصة:

أستنتج أن مشاركة المرأة الداعية في الإعلام الجديد ذات أهمية بالغة تعود بالنفع الكثير على الأمة الإسلامية ككل وخاصة على النساء المدعوات لخصوصية بعض الأمور المتعلقة بهم كنساء، كان من الأفضل أن تطرح من طرف امرأة داعية احتراماً لهن ولخصوصيتهن.

وأن هناك جملة من الضوابط التي من الواجب على كل امرأة داعية تخوض غمار الدعوة الإلكترونية معرفتها والالتزام بها لأن الخروج عنها يوقعها في مظان ومفاسدة كبيرة.

وأيضاً مما توصلت إليه بعد عرضي عدة عوامل ساهمت في انجاح المرأة الداعية في عملها الدعوي الإعلامي، والتي أهمها اخلاص الداعية في العمل الدعوي لوجه الله تعالى ابتغاء الأجر واخراج الناس من الظلمات إلى النور. ومع ذلك وصعوبة توظيف التقنيات الحديثة في الدعوة إلا أن المرأة الداعية حققت إنجازات دعوية معتبرة في وسائل الإعلام الجديد. استفادت منها الأمة الإسلامية ككل والنساء المدعوات بصفة خاصة.

المبحث الرابع: معوقات المرأة الداعية في الإعلام الجديد وحلولها

تمهيد

المطلب الأول: المعوقات المتعلقة بالمرسل "المرأة الداعية"

المطلب الثاني: المعوقات المتعلقة بالمتلقي "المدعوين"

المطلب الثالث: معوقات متعلقة بالرسالة "المضمون - المحتوى"

المطلب الرابع: معوقات متعلقة بالوسيلة المستخدمة "وسائل الإعلام الجديد"

المطلب الخامس: حلول تحديات المرأة الداعية في الإعلام الجديد

خلاصة

تمهيد:

العوائق تعترض مسيرة كل داعية مسلم سواء كان رجلا أو امرأة، إلا أن العوائق التي تواجه المرأة الداعية أكبر من تلك التي تواجه أخاها الرجل الداعية¹ في مجال وسائل الإعلام الجديدة والتقنيات الحديثة، سواء أكانت مكتوبة أو مسموعة أو مرئية رغم ما فيها من خدمات جديدة توفرها كتسهيلات للعملية الإعلامية ولكن بعضها يقف حاجزا أمام العمل الدعوي الإعلامي للمرأة الداعية.

وهذا ما جعلني أطرح التساؤلات التالية: ما هي المعوقات المتعلقة بالمرسل (المرأة الداعية) في الإعلام الجديد؟ وما هي التحديات المتعلقة بالمتلقي (المدعوين) في الإعلام الجديد؟ وما هي العوائق المتعلقة بالرسالة الدعوية (المضمون) في الإعلام الجديد؟ وما التحديات المتعلقة بالوسيلة المستخدمة (وسائل الإعلام الجديد)؟، وفيما تتمثل حلول تحديات المرأة الداعية في الإعلام الجديد؟

وهذه الأسئلة سأحاول الاجابة عليها في هذا المبحث قدر الإمكان.

المطلب الأول: المعوقات المتعلقة بالمرسل "المرأة الداعية"

تعرض المرأة الداعية في العمل الدعوي الإعلامي لجملة من التحديات والمشاكل التي تحد أو تعرقل من استمرار عملها الدعوي، سواء أكانت هذه التحديات على المستوى الذاتي الذي يختص بالمرأة الداعية نفسها، أو على المستوى الاجتماعي بما يتعلق بالمجتمع والعادات والتقاليد، أو على المستوى الفكري والثقافي كضعف التعليم والازاد الثقافي، أو على المستوى الاقتصادي لعدم توفر دخل مادي تعتمد عليه في حياتها.

كالاتي:

¹ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، ص73.

الفرع الأول: التحديات الذاتية والنفسية

أولاً: عقبة الشعور بالتقصير:

"وهذا المرض صعب والداعية إن غلب عليها هذا الشعور أحبطها وأيئسها وقنطها من نجاح دعوتها"¹، "فكثير من الداعيات يشعرهن بأنهن لسن على مستوى المسؤولية التي أقيت عليهم"².

"فعند إقدام الداعية على القيام بالأعمال الدعوية عبر وسائل الإعلام تشعر بالدونية والضييق والعجز وعدم القدرة على القيام بأي مهارات إعلامية دعوية، حيث تشعر بأنها رافضة للإبداع والتطور وترفض القيام بذلك بطرق وأساليب حديثة.

والداعية التي تعاني من هذه المشكلة تجدها دائماً ما تنظر لإنجازات الداعيات الأخريات التي تجوب كافة وسائل الإعلام، فتعقد في نفسها مقارنات معهم وتشعر دائماً بأنها أقل شأنًا منهن"³.

ويعود شعور الداعية بالتقصير إلى عدة أسباب منها: "الهروب من الواقع، الفشل، الجهل، الانطواء، الفراغ، عدم الشعور بوجود الأمل، تكرار الجهل، الأفكار السلبية، الخمول وعدم ممارسة الرياضة، وعدم الثقة بالنفس والتأثر بكلام الآخرين"⁴.

¹ عدائكة راضية، عاد الروميساء، معوقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة "دراسة ميداني، (رسالة ماستر في تخصص: دعوة وإعلام)، جامعة الشهيد حمه لخضر، معهد العلوم الإسلامية، ولاية الوادي، 2020-2021، ص44.

² مجلة البشرية، المرأة الداعية، مقال منشور على شبكة الأنترنت، <http://Said.org>، تاريخ التصفح: 09-05-2023.

³ لا. ك، الشعور بالنقص، مقال منشور على شبكة الأنترنت، <https://labayh.net>، بالتصرف، تاريخ التصفح: 09-05-2023.

⁴ جنا زعبلاوي، جلد الذات "المستمرة": ما أسبابه وكيف يمكن التخلص منه، مقال منشور على شبكة الأنترنت. <https://www.aljazeera.net>، تاريخ التصفح: 09-05-2023.

ثانياً: عقبة عدم الثقة في النفس

وهي أخطر العقبات التي تواجه المرأة الداعية في عملها الدعوي في وسائل الإعلام الجديد، فعدم ثقتها في نفسها تشكل لديها حالة من الشعور بضعف الذات وعدم الإيمان بالنفس ولا بإمكانيتها الدعوية، مما يؤدي ذلك إلى الشعور بحالة من القلق والخوف والتوتر من التعامل مع الآخرين في وسائل الإعلام، فيعيق ذلك إيصال الرسالة الدعوية بطريقة سليمة تحقق الغاية المرجوة منها آلا وهي استجابة المدعوين لرسالة الإسلام، لأن "هناك ارتباطاً وثيقاً بين ثقة الداعية في نفسه، وثقة الجمهور فيه، حيث أن صورته البيئية عن نفسه ستنتقل لا شعورياً منه إلى الجمهور، وتقلل بالتالي من مدى تقبلهم لدعوته، والعكس. إذا كانت هذه الثقة قائمة.

وهذا نفس ما فعلته أجهزة الإعلام بالدعوة فقد نجحت في التسلسل إلى داخل نفوس الدعاة لدرجة جعلت من العمل في الدعوة حلماً بغيضاً لكثير من الشباب وبالتالي فحين يعملون في محيطها لا يكون لهم تأثير يذكر"¹.

"ومنه يمكن القول أن اتجاه الداعية نحو نفسها ينعكس على نوع الرسالة التي تصنعها، وعلى الجمهور الذي تتوجه إليه، فإن كان اتجاهها سلبياً يعد ذلك عائقاً أمام إيصال الرسالة المرادة"².

ثالثاً: ضعف الهمة وقلة الصبر

فضعف الهمة وقلة الصبر من أحد العوائق التي تواجه المرأة الداعية في مسيرتها الدعوية خاصة في مجال الإعلام والتقنيات الحديثة وما تحويه من قضايا مستجدة في كل عصر تتطلب من الداعية إعادة شحن الهمم، وضبط النفس وتحفيزها.

¹ محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ - النظرية- التطبيق. (ط: 1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع،

2002م)، ص 227.

² مرجع نفسه، بالتصرف، ص 227.

فهذه المشكلة تعاني منها العديد "من النساء بأهن ينقصن الدأب والهمة العالية، فسرعانما يئسن وينقطعن، وهذا مشاهد معلوم وربما يكون ذلك لغلبة العاطفة عليهن".¹ وهذا ما نهي عنه الله سبحانه وتعالى في قوله: ﴿وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ سورة آل عمران، [139].

"وفي ظل متطلبات الحياة اليومية، تظل المرأة تتقاذفها الهموم وتتجاوزها الأحداث، حتى يعلو الشيب الرأس، ويعتلي الانحناء الظهر، وتَسكن الأمراض الدعوي الجاد، والهمة الإيمانية القوية، والنشاط والحيوية والتفاني في خدمة الدعوة، تجد من تسلم نفسها لضغوط الحياة ومسايرة الواقع الأليم الذي لا تنتهي مشاغله ولا تنقضي حوائجه".²

في أسباب بروز هذا العائق أمور منها:

1. "عدم استشعار كثير من النساء حاجة الأمة، وبالأخص النساء، إلى القيام بواجب الدعوة إلى الله تعالى.
2. عدم شعور كثير من النساء أنهن معنيات بالدرجة الأولى للقيام بالدعوة إلى الله تعالى.
3. المجتمع المحيط بالمرأة قد يضعف همتها؛ لأن هذا المجتمع قد يكون ممن يهتم بسفاسف الأمور وقشورها.
4. وقد تكون هذه العوائق كلها مجتمعة سبباً في ضعف همة كثير من النساء للقيام بواجب الدعوة إلى الله تعالى".³

¹ محمد موسى الشريف، المرأة الداعية، مرجع سابق، ص105.

² تيار الإصلاح، "أسباب ضعف همة المرأة المسلمة" مقال منشور على شبكة الأنترنت، (https://noslih.com/article)، 08/05/2023.

³ خالد بن إبراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول. (ط: 1، الرياض: مكتبة دار المنهاج للنشر والتوزيع، 1428هـ-)، ص46.

رابعاً: عقبة احتقار الذات

فعدم تقبل المرأة الداعية لذاتها واحتقارها لنفسها يولد حاجزاً أمام قيامها بعملها الدعوي في وسائل الإعلام الجديد، حيث يولد احتقار الذات "كراهية النفس وعدم احترامها ويتم زيادة هذا الشعور بتبني بعض المعتقدات الذاتية والأفكار المضللة"¹ التي تروجها وسائل الإعلام وتدعوا إلى تبنيها بصورة مركبة توهم المرأة الداعية بأنها بتلك الصورة المشوهة التي لا تمد لها بصلة.

"وهي في الأصل عوائق موهومة في كثير من الأحيان من نسيج خيالات الشيطان وتثبيطه، لذلك فكثيراً ما نسمع بعبارة: من أنا حتى أكون داعية؟"²

ويعود عائق احتقار الذات إلى عدة أسباب منها:

1. اعتقاد البعض أنها لا بد أن تملك علماً كثيراً، حتى ينطبق عليها وصف الداعية.

2. اعتقاد البعض أن الدعوة تنحصر في الكلمة، والمحاضرة، ولذا فهي ترى أنه لا قدرة لها على مواجهة المدعوات، والتحدث أمامهن، ولذا يجب أن تفهم الأخت المباركة أن وسائل الدعوة إلى الله كثيرة، في غالبها لا تحتاج إلى مواجهة مجتمع النساء، والتحدث معهن"، وقد غفلت عن هذا الكثير من النساء، وخاصة في العصر الحالي بتوفر التقنيات الحديثة، التي تسهل عملية الدعوة للمرأة في مجال الإعلام ككتابة المقالات ونشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي في المدونات أو على صفحات الفيسبوك... الخ.

¹ هناء الوديان، "علامات احتقار الذات"، مقال منشور على شبكة الأنترنت، (<https://mawdoo3.com>).

2023/05/08.

² خالد بن إبراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول، بالتصرف، ص49.

خامساً: عقبة الحياء والخجل

الحياء نوعان - حياء محمود وحياء مذموم- فالحياء المحمود من أعظم الأخلاق الحميدة التي ينبغي للمرأة الداعية أن تتحلى بها. وذلك كما في قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: [الحياء لا يأتي إلا بالخير]¹، وقوله أيضا صلى الله عليه وسلم: [الحياء شعبة من شعب الإيمان]².

أما الحياء المذموم على عكس ذلك فهو يمنع المرأة الداعية من القيام بالحق والواجبات والمأمورات مما يعيق ذلك عملها الدعوي، وربما قد يدفعها لفعل المحرمات أو الوقوع فيها.

كما أن "هذا العائق الموهوم المصطنع، أبقى كثيرا من النساء صرعى على جنبات الطريق، كم من امرأة يغيظها رؤية المنكرات، ولكنها تسكت عنها تحت ذريعة الحياء والخجل".

"حتى أن بعض النساء ربما تعرضت لبعض المنكرات عبر وسائل الإعلام كمقاطع فيديو مخلة بالحياء أو نشر مقالات مكذوبة عن الدين الإسلامي وغيرها، كان من الواجب أن ترد عليها وتنهاى عنها، لكنها للأسف تركت ذلك، ليس اقراراً منها بفعله، ولا رضى، ولكنه الحياء"³.

¹ أخرجه البخاري في كتاب الأدب "باب الحياء"، حديث (6117)، وأخرجه مسلم، حديث (37).

² أخرجه البخاري، كتاب الإيمان، باب أمور الإيمان، برقم (9)، ومسلم، كتاب الإيمان، باب شعب الإيمان، برقم (35)، واللفظ له.

³ خالد بن ابراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول، مرجع سابق، ص 52.

عن أبي سعيد الخدري رضي الله عنه قال سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول: [من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلمه وذلك أضعف الإيمان].¹

"فرسول الله صلى الله عليه وسلم كان أشد حياءً من العذراء في خدرها، ومع ذلك: لم يكن يمنعه ذلك من إنكار المنكر إذا انتهكت محارم الله عز وجل، بل كان يُعرف الغضب في وجهه عليه الصلاة والسلام".²

سادساً: عقبة الأمراض القلبية (النفسية)

"مثل الكبر والغرور والتعالي والحسد والغل والحقد وسوء الظن والتشاؤم إلى آخر تلك القائمة السوداء التي قد تصاب بها الداعية بشيء منها مما يؤدي إلى اخفاقها وربما إنهاء حياتها الدعوية (...). قال تعالى: ﴿وَلَمَّا جَاءَهُمْ كِتَابٌ مِّنْ عِنْدِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِّمَا مَعَهُمْ وَكَانُوا مِنْ قَبْلُ يَسْتَفْتِحُونَ عَلَى الَّذِينَ كَفَرُوا فَلَمَّا جَاءَهُمْ مَا عَرَفُوا كَفَرُوا بِهِ فَلَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكَافِرِينَ﴾ سورة البقرة [89]."

والهوى يغلب العقل ونعوذ بالله من اتباع الهوى قال تعالى: ﴿وَأَصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدْوَةِ وَالْعِشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ، وَلَا تَعْدُ عَيْنَاكَ عَنْهُمْ تُرِيدُ زِينَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَلَا تُطِعْ مَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبَهُ عَن ذِكْرِنَا وَاتَّبَعَ هَوَاهُ وَكَانَ أَمْرُهُ فُرُطًا﴾ سورة الكهف [28]."

"فكم من داعية تجدها داعية للعلم متعالية مستغنية عن أي نصح، فعند تقديم خطبة دعوية على سبيل المثال حول موضوع ما عبر وسائل الإعلام الجديد كمشاركة حلقات الفيديو على قناة

¹ اخرجته مسلم كتاب الإيمان، باب بيان كون النهي عن المنكر من الإيمان، وان الإيمان يزيد وينقص، وان الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر واجبان، (1/69)، رقم (49).

² خالد بن ابراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول، مرجع سابق، بتصرف، ص 54

اليوتيوب، فكأنها تنشر أو تدعوا وتنصح نفسها، فتكون متشددة ومتحيزة لرأيها إذا سكتت تريد من الجميع سماع سكوتهم، وإذا تحدثت فعلى الجميع قبول كل ما تقول بسعادة وسرور، فهي صوت الحق.

وفي حقيقة الأمر هي أقرب إلى التشبيه القرآني في قوله تعالى: ﴿مَثَلُ الَّذِينَ حُمِّلُوا التَّوْرَةَ﴾ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا بِئْسَ مَثَلُ الْقَوْمِ الَّذِينَ كَذَبُوا بِآيَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴿ سورة الجمعة [05]، فهي رغم تعلمها وتفقهها في الدين الإسلامي وتعاليمه إلا أنها لا تفهم المقاصد والغايات منه ولا تعمل بتعاليمه".¹

"وأيضاً من الأمراض القلبية التي قد تصيب المرأة الداعية في الإعلام ألا وهي غرور النفس بما وصلت به من مراتب ودرجات في العلم والتدين وما قامت به من انجازات دعوية باهرة جعلتها "على السمع والبصر في شتى الوسائل الإعلامية، والمشكلة هنا أنها قد لا تعد نفسها حين تريد أن تتحدث للناس إعداداً جيداً، ولذا فقد تتحدث بما لا تعرف، وتقع فيما لا يحمد عقباه، خاصة أن زلة أمثالها خطيرة، لا تنعكس على المجتمع الذي تنشر فيه دعوتها فقط بل على الملايين من المشاهدين والمتابعين عبر وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي، ولذا فإنها تكون وبالاً على الدعوة، وعبئاً ثقيلاً عليها تأخذ منها ولا تعطيها، تسيء إليها من حيث تظن أنها محسنة".²

¹ تيار الإصلاح، غرور التدين، مقال منشور على شبكة الإنترنت (<https://www.noslih.com>)، بالتصرف،

2023/05/09.

² تيار الإصلاح، غرور التدين، مرجع سابق، بتصرف، 10/05/2023.

الفرع الثاني: التحديات الاجتماعية

أولاً: عقبة عدم إذن ولي أمر المرأة الداعية

إن قيام المرأة المسلمة بالأعمال الدعوية الإعلامية يستلزم في أغلب الأحيان خروجها من المنزل لإلقاء المحاضرات والخطب وكذلك حضور وتصوير البرامج والملتقيات.

والآن وخاصة في عصر أصبحت فيه وسائل الإعلام الجديد تغطي على جميع ميادين الحياة وعرضها ونشرها في الساحة الإعلامية، وهذا ما يشكل عائقاً لدى بعض النساء الداعيات عند رفض ولي أمرها لها في المشاركة الدعوية وحضورها والمشاركة فيها، أو من ناحية ظهورها في وسائل الإعلام المختلفة كتنشيط أو تقديم برنامج تلفزيوني أو تصوير مقاطع فيديو عبر وسائل التواصل الاجتماعي ونشرها على تطبيق الفيسبوك واليوتيوب.

"وفي هذه الحالة وجوب طاعة واستئذان المرأة الداعية ولي أمرها في ظهورها في وسائل الإعلام وخوض غمار الدعوة الإلكترونية قياساً على وجوب استئذائها في أخذ الإذن من خروجها. ودل على هذا عموم النصوص الواردة في الكتاب العزيز والسنة النبوية المطهرة الدالة على قوامة الرجل على المرأة ووجوب طاعة المرأة لولي أمرها، كما في قوله تعالى: ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ بِمَا فَضَّلَ اللَّهُ بَعْضَهُمْ عَلَى بَعْضٍ وَبِمَا أَنْفَقُوا مِنْ أَمْوَالِهِمْ فَالَّذِينَ حَسِبْتُمْ أَن لَّمْ يَكْفُرُوا بِاللَّغَيْبِ بِمَا حَفِظَ اللَّهُ وَاللَّذِينَ تَخَافُونَ نُشُوزَهُمْ فَعِظُوهُمْ وَأَهْجُرُوهُمْ فِي الْمَرْجِعِ وَاضْرِبُوهُمْ فَإِنِ اطَّعَنَكُمْ فَلَا نَبْعُوا عَلَيْهِنَّ سَبِيلًا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيمًا كَبِيرًا﴾ سورة النساء [34].

فنص الله سبحانه وتعالى على جعل القوامة للرجل على المرأة تدبيراً وحفظاً لها من وقوعها في الفتن والشبهات وخاصة أن الساحة الإعلامية لا تخلو من نشر الشبهات والإشاعات والمغالطات التي تشوه وتخل بصورة المرأة الداعية بصفة خاصة لكثرة ظهورها¹.
فمن خوف وليها عنها تحدث عقبة منعها من المشاركة الدعوية الإعلامية.

ثانياً: عقبة العادات والتقاليد

"فالعادات والتقاليد هي مجموعة من الطقوس التي يتوارثها الأجيال عبر الزمان لتكون جزءاً مهماً من عقيدتهم، وهي عبارة عن مجموعة من قواعد للسلوك التي تنتج عن اتفاق مجموعة من الأشخاص وتستمد قوتها من المجتمع"².

عادتنا وتقاليدنا يجب أن تكون موافقة لديننا الإسلامي الحنيف بما فيه الكتاب والسنة النبوية المطهرة، حيث يمكن توريثها للأجيال القادمة على عكس العادات والتقاليد السلبية التي توارثها الناس والأفراد في المجتمع والتي تخالف الدين الإسلامي ورسخت في عقولهم وصعب الحياض عنها: كما جاء في قوله تعالى: ﴿وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ تَعَالَوْا إِلَىٰ مَا أَنزَلَ اللَّهُ وَإِلَىٰ الرَّسُولِ قَالُوا حَسْبُنَا مَا وَجَدْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أُولَٰئِكَ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ شَيْئًا وَلَا يَهْتَدُونَ﴾ سورة المائدة [104].
حيث خلفت في المجتمع العديد من الآثار السلبية أهمها التقليل من شأن المرأة ومحاولة القضاء على دورها الفعال.

"فكثيراً ما نسمع عن عادات المجتمعات في إقصاء المرأة الداعية في العملية الدعوية الإعلامية بأنها خارجة على أعراف البلاد، وبعضهم يعتبر العمل الدعوي الإعلامي للمرأة الداعية حركة من

¹ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، بالتصرف، ص46.

² عرين البيروني، مفهوم العادات والتقاليد سييسولوجيا، مقال منشور على شبكة الأنترنت (https://e3arabi.com)، بالتصرف، 2023/05/11.

الحركات التي تدعوا إلى التحرر وجعل المرأة تنازع الرجل في الميدان الإعلامي ودوره التوعوي والنهضوي في نشر الدين الإسلامي.

ووصل الأمر في بعض المجتمعات إلى حرمان المرأة من تعليمها ورفض خروجها من المنزل وقيامها بالوظائف العامة، قبل الشروع في القول بضرورة قيامها بالعمل الدعوي¹.

وكذلك أيضا من العوائق والعقبات الاجتماعية التي تواجه المرأة الداعية عبر وسائل الإعلام الجديد أهمها:

1. "عقبة المفاضلة العامة عند الكثير من الناس للمرأة المتفرغة للبيت والزوج على المرأة الداعية المتقلبة على رأي أغلبهم، فهي مقصورة بحق بيتها وواجبها أمام أهلها، حتى عند اختيار المرأة الداعية للزواج.

2. عقبة اعتبار الدعوة عمل خيرى وجهد ثانوي لا يتطلب الالتزام إلا في حدود الاستطاعة فيما فضل من وقت المرأة كاستغلال أوقات فراغها في كتابة مقالات على صفحات الإنترنت ومشاركة مقاطع فيديو لخطب دعوية.

3. عقبة ضعف الوعي وقصور النظر عند كثير من أولياء الأمور أباً أو زوجاً وغيرهم على أهمية عمل المرأة الدعوي والتشكيك بقدرتها الدعوية، بل إنك لتجد بعض النساء ممن يحملن الشهادات العليا في العلم الشرعي والإعلام والاتصال ومن يملكن كفاءات عالية في إلقاء الخطب ومواجهة الناس والجمهور وظهورها في وسائل الإعلام، فنجدهن عزفن عن الدعوة لتعنت الأولياء وتعسفهم لسلطتهم المكتسبة"².

¹ جميلة عبد القادر الرفاعي، أمل سمير الجبور، دور المرأة المسلمة في العمل الدعوي، "التجربة الأردنية حقائق وتطلعات. (ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر رابطة علماء الأردن - 2015)، بالتصرف، ص17.

² جميلة عبد القادر الرفاعي، أمل سمير الجبور، دور المرأة المسلمة في العمل الدعوي، "التجربة الأردنية حقائق وتطلعات، مرجع سابق، بالتصرف، ص18.

ثالثاً: عقبة الميل إلى المحاكاة والتقليد

الميل إلى المحاكاة والتقليد "خاصية من خواص الإيحاء تجعل الفرد يتأثر بمشاهدة الآخرين وهم يسلكون سلوكاً معيناً أو يقومون بعمل من الأعمال وخاصة إذا كان ذا مركزاً اجتماعياً متميزاً".¹

فالمتابعة المفرطة لبعض النساء للداعيات عبر وسائل الإعلام الجديد "وحبهم الشديد لهن، يجدن أنفسهن مدفوعات للعمل الدعوي بسبب العاطفة الجياشة والحماسة المتقدة دون أي اعتبار للقناعة العقلية بوجوب الدعوة وأهميتها، مما يجعلها تُقبل على العمل الدعوي دون النظر إلى إمكانياتها وقدراتها، ومدى مناسبتها لبعض صور العمل الدعوي أو عدم مناسبتها لها".²

"مما يؤدي ذلك إلى وقوع المرأة الداعية في زلات وأخطاء لا تغتفر لأنها تربط عملها الدعوي بتقليدها وتأثرها بفلانة الداعية فتغيب إن غابت وتحضر إن حضرت وهذا يبعتها عن الإخلاص في العمل، فهي لا تقبل على العمل الدعوي رغبة وطلباً للأجر من الله وحده، بل تقبل لوجود فلانة وحب فلانة".³

وأحياناً تميل إلى محاكاة أعمال دعوية إعلامية فيما لا تستطيع عليه صبرا ويحمل عليها في ذلك مشقة ولا تؤدي المطلوب منها في ابلاغ الرسالة الدعوية الإسلامية قال تعالى: ﴿لَا يَكْفُرُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾ البقرة، [286].

¹ محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ- النظرية- التطبيق، مرجع سابق، ص220.

² أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، بالتصرف، ص89.

³ مرجع نفسه، ص89.

الفرع الثالث: التحديات العلمية والفكرية والثقافية

أولاً: عقبة ضعف العلم الشرعي

تواجه المرأة الداعية في حوض غمار الدعوة الإعلامية العديد من المشكلات والعقبات التي تمنعها من مواصلة عملها الدعوي، "حتى وإن كانت متميزة في طرحها الدعوي، ذات شخصية قوية مؤثرة ولكن سبب ضعفها في مسائل من العلم الشرعي مهمة وحيوية فإنها تفقد جزءاً من تأثيرها وبريقها لدى الأخرى، وقد تستولي على عقولهن امرأة أخرى أقل شأنًا منها وأضعف تأثيراً ومكانة، وقد تكون مشوشة ثقافياً وفكرياً ودعويًا".¹

فقلة العلم الشرعي لدى بعض الداعيات، يوقعهن في حرج وقد يصل الأمر إلى إيصال أفكار مغلوطة وأحكام موضوعة، فينعكس سلبيًا بفقدان الثقة من تمكن الداعيات مما لديهن وما يعطين للمدعويين.²

"ولذا يمكننا القول أن العلم الشرعي هو الحصن الحصين للمرأة الداعية، يقيها شر الانتكاس وحمأة الإرتكاس، ويقوي دينها، ويرفعها منزلة تقربها من الله تعالى درجة، قال تعالى: إِنَّمَا ﴿وَمِنَ النَّاسِ وَالْذَوَابِّ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ كَذَلِكَ﴾ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ﴿﴾ فاطر [28]."

وكذلك العلم الشرعي يعظم يقين الداعية ويطلعها على أساسيات لا بد من فهمها إن أرادت ضبط دعوتها واحسان عملها. لأن قلة العلم الشرعي لدى الكثير من النساء الداعيات، عقبة كبيرة في طريقها الدعوي، فكيف تستطيع أن تدعوا الناس عبر وسائل الإعلام إلى دين الله دون أن يكون لها رصيد من العلم والمعرفة بهذا الدين وأحكامه؟

¹ شحاته صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، ص1530.

² جميلة عبد القادر الرفاعي، أمل سمير الجبور، دور المرأة المسلمة في العمل الدعوي، "التجربة الأردنية حقائق وتطلعات، مرجع سابق، بالتصرف، ص21.

فيؤدي ذلك بطبيعة الحال إلى تعطيل كثير من الأعمال الدعوية -الإعلامية خاصة- للمرأة الداعية أو فتورها أو عدم وجود رؤى واضحة ومنهجية سليمة، لأن هذه الدعوة مبنية على العلم وكتابه ورسوله صلى الله عليه وسلم".¹

ثانياً: عقبة ضعف الثقافة المجتمعية لدى بعض الداعيات

"إغفال بعض الداعيات الاطلاع عن مستجدات القضايا التي تشغل حيزاً معتبراً من الاهتمام عبر وسائل الإعلام ومستحدثات العلوم المختلفة التكنولوجية والثقافية والصحية... الخ، التي لها أثرها ووقعها في المجتمع، فأغفالتها من قبل الداعية وعدم طرحها والتكلم فيها يشكل لدى الداعية فجوة بين الواقع وما تدعوا إليه.

ثالثاً: عقبة التعصب المذهبي

"إن تمسك الداعية بمذهبها الفقهي دون آخر وعدم تقبل الآراء، يؤدي في أغلب الأحيان إلى إيقاع الناس في حرج ومشقة دون النظر إلى سعة الشريعة الإسلامية ومرونتها في الأحكام الفرعية الاجتهادية، وعدم الالتفات إلى المذهب المعتمد في الدولة".² مما يؤدي ذلك إلى حصر المتابعين للمرأة الداعية عبر وسائل الإعلام في أصحاب المذهب المشترك معها.

¹ شحاته صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، بالتصرف، ص1529.

² المرجع نفسه، ص20.

رابعاً: عقبة التنوع الثقافي والفكري في المجتمع

تنوع الثقافات الدخيلة على مجتمعاتنا في ظل التطور التكنولوجي والانفتاح العالمي وتبادل المعارف والثقافات والعلوم المختلفة، مما يجعل مهمة الداعية صعبة لتكون مؤثرة وجذابة في الأفكار وطرحها، مع هذا الزخم الثقافي النافع منه الضار".¹

الفرع الرابع: التحديات الاقتصادية

"عدم توفر المال أمر واقعي تعاني منه النساء خاصة في الدول الفقيرة، حيث يكابد الدعاة ويجاهدون من أجل توفير الحد الأدنى من المال اللازم لتحقيق ما لا بد من تحقيقه من أمور الدعوة، أما في الدول الغنية فإن مشكلة الكثرة الكاثرة من المتبرعين أنهم يريدون بناء المساجد - ولو في بلد فيها من المساجد ما يفيض عن حاجتها الآنية والمستقبلية- ويريدون كفالة الأيتام وبناء المدارس، وكل ذلك حسن، لكن المتبرع لنقل أفكار الدعوة إلى مشاريع مهمة عدد قليل جداً".²

فقلة المال للداعية "عقبة كؤود تتحطم لديها الجهود الدعوية وتتبخر معها الآمال فكم من داعية يمتلئ رأسها بأفكار كثيرة ومشروعات نافعة، ولديها من الهمة والحماس والرشد ما يكفل نقل تلك الأفكار والمشروعات من عالم المثليات إلى عالم الواقع عبر وسائل الإعلام الجديد، ماثلة للأنظار، لكن مشكلة ندرة المال اللازم لتحقيق ذلك غير متوفرة".³

وتعود أسباب هذا العائق - قلة المال - إلى عدة عوامل منها:

¹ -دراسة وصفية لحمسة داعيات بولاية الوادي- رسالة ماستر في العلوم الاسلامية تخصص: دعوة وإعلام واتصال، جامعة الشهيد حمه لخضر: معهد العلوم الإسلامية، قسم أصول الدين، 1439هـ -1440هـ / 2018-2019م، ص32.

² شحاته صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، بالتصرف، ص1535.

³ محمد موسى الشريف، المرأة الداعية، مرجع سابق، بالتصرف، ص97.

1. "قلة الدعم المادي المقدم للعمل الدعوي للمرأة فأكثر الأعمال الدعوية تقدمها جهات خيرية، ليس لها دخل ثابت ولا مورد مستقبلي؛ بالإضافة إلى التوجه في العمل الخيري إلى بناء المساجد وحفر الآبار وغيرها من أبواب الصدقات والوقف والهبات دون النظر إلى أهمية التكفل بالعمل الدعوي وخاصة الإعلامي.

2. تمهيش دعم العمل الدعوي الإعلامي في الميزانيات المالية الموضوعة في المؤسسات الحكومية والخاصة من لها علاقة بالعمل الدعوي أو لا كتقديم الدعم للمشاريع الدعوية من خلال تبني المؤسسات لأبرز الأعمال الدعوية المتعلقة بالمرأة والسعي على تعزيز الشراكة المجتمعية بين المؤسسات الرسمية أم الخاصة، والداعيات أفراداً أم مؤسسات دعوية.

3. ضعف المهارات التسويقية لدى المرأة الداعية عبر وسائل الإعلام لجذب الدعم المادي لعملها الدعوي الإعلامي، ولا يقصد بذلك الخروج عن ضوابط الشرع في ترويج الفكرة الدعوية، بل يعني بذلك أن المرأة الداعية في الغالب تفتقر إلى المهارات الإعلامية والاتصالية والمهارات الاقتصادية من حيث بيان الميزانية المقترحة والمصروفات وكيفية الترويج لمشروعها الدعوي لتتلقى الدعم المادي من الفئات المستهدفة".¹

فهذه العوائق الاقتصادية تدفع بالمرأة الداعية "إلا أن تشارك عملها الدعوي الإعلامي مع داعيات ومؤثرات يملكن المال في المساهمة في برامج تلفزيونية، أو في تصوير فيديوهات دعوية"² ولكن في غالب الأحيان تتلقى الرفض من قبل الداعيات الأخريات، أو خروجها بمحض إرادتها لتنفك عن السيطرة وتمارس عملها الدعوي بكل حرية.

كذلك عائق "تبعية المرأة الاقتصادية للرجل نتيجة عدم وجود دخل مادي يغطي احتياجات العمل الدعوي وما يحدث من وراء ذلك من مخالفات مع الرجل.

¹ جميلة عبد القادر الرفاعي، أمل سمير الجبور، دور المرأة المسلمة في العمل الدعوي، "التجربة الأردنية حقائق وتطلعات، مرجع سابق، بالتصرف، ص18-19.

² شحاته صفر، إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق، بالتصرف، ص1535.

كذلك من العوائق المهمة التي تواجه الداعيات سوء الأحوال الاقتصادية للمرأة مما يدفعها ذلك إلى التوقف عن القيام بالأعمال الدعوية".¹

"إن عدم توفر المال عند المرأة المسلمة الداعية لا يمكنها من الحصول على مصادر المعلومات المطلوبة لإعداد محاضرة أو درس دعوي، كشرء كتاب أو شريط.

"قلة المال تعيق المرأة المسلمة من إقامة بعض الملتقيات أو المراكز الدعوية بكامل تجهيزاتها ومعداتها التي يمكن الاستفادة منها.

كذلك عدم توفر المال لا يمكن للمرأة المسلمة الداعية من تطوير مهاراتها الدعوية ويعيقها في تنمية الابداع والتميز في بناء مهاراتها الدعوية الإعلامية، كما يمنعها من الانضمام في دورات حكومية تتعلم فيها مهارات وطرق الاستفادة من الوسائل والأساليب الحديثة في الأعمال الدعوية.

وأيضاً من عقبات قلة المال عدم القدرة على توفير وسيلة مواصلات مناسبة تستخدمها المرأة الداعية للالتحاق بالميدان الدعوي الذي تقدم فيه أعمالها الدعوية الإعلامية".²

المطلب الثاني: المعيقات المتعلقة بالمتلقي "المدعويين":

الفرع الأول: تأثير المدعويين بالغزو الفكري:

يعد تأثير المدعويين بالغزو الفكري من أهم التحديات التي تواجه المرأة الداعية في تبليغ دعوتها الإسلامية عبر الإعلام، لأن "الغزو الفكري داء عضال يفتك بالأمم ويذهب شخصيتها

¹ فارس محمد العمارات، دور المرأة الأردنية في الحياة العامة، مرجع سابق، بالتصرف، ص163.

² أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، بالتصرف، ص97.

ويزيل معاني الأصالة والقوة فيها والأمة التي تبتلى به لا تحس بما أصابها ولا تدرى عنه ولذلك يصبح علاجها أمرا صعبا وإفهامها سبل الرشد شيئا عسيرا¹.

حيث قال الله تعالى: ﴿وَلَا يَزَالُونَ يُقْتَلُونَكُمْ حَتَّىٰ يَرُدُّوكُمْ عَن دِينِكُمْ إِنِ اسْتَطَعُوا وَمَنْ يَرْتَدِدْ مِنْكُمْ عَن دِينِهِ فَمَا لَهُ مِنْ شَيْءٍ عَلَى اللَّهِ وَأُولَٰئِكَ الْأُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَصْحَبُ النَّارَ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾ سورة البقرة، [217].

"تواجه المجتمعات الإسلامية غزوا فكريا يتسلل عبر وسائل الإعلام المختلفة المكتوبة والمسموعة والمرئية الأجنبية موجه باللغة العربية"² غالبا ما يكون الهدف منها تحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية على حساب تشويه العالم الإسلامي وبث الدعايات الباطلة عنه على الصعيد الدولي.

كذلك إضعاف معنويات العالم الإسلامي واستنزاف طاقاته من خلال بث بذور الفرقة والخلاف بين مجتمعاته.³

قال الله تعالى: ﴿وَيَمْكُرُونَ وَيَمْكُرُ اللَّهُ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكْرِينَ﴾ الأنفال، [30].

والعائق هنا متمثل في تشبع أذهان وعقول جمهور المدعويين بالأفكار الغربية التي تسلت عبر وسائل الإعلام المختلفة التي غزت كافة البيوت الإسلامية مما يشكل حاجزا يعيق تقبل المدعويين لتعاليم الدين الإسلامي الصحيحة نتيجة تشرّبهم للأفكار الغربية المضللة، التي تظهر الدين الإسلامي لا يتماشى مع مستجدات العصر ولا يواكب مستحدثاته كذلك تظهره بصورة

¹ إيمان رويس، خديجة شيخة مبروك، "موقف مالك بن نبي من قضايا عصر الاستشراق والغزو الفكري أمودجا"، مذكرة ماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة والإعلام، جامعة الشهيد حمه لخضر معهد العلوم الإسلامية، (الوادي)، 56.

² محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، (ط: 1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004م)، بالتصرف 120.

³ المرجع نفسه، 121.

دونية على أنه جامد لا يتسم بالمرونة، لا يصلح لكل مكان وزمان. كل هذا يؤدي إلى ضياع وفشل جهود الداعية في محاولة إقناعهم "المدعويين" وإرشادهم إلى الطريق القويم.

وكذلك من العوائق التي واجهت المرأة الداعية في عملها الدعوي الإعلامي تأثير المدعوات "النساء" بالغزو الفكري حيث ركز أعداء الإسلام إلى توجيه مخططاتهم العلمانية والغربية لغزو فكر المرأة المسلمة وإفساد أخلاقها معتمدين في ذلك عدة طرق وأساليب خبيثة متنوعة قال تعالى: ﴿ وَقَدْ مَكَرُوا مَكَرَهُمْ وَعِنْدَ اللَّهِ مَكَرُهُمْ وَإِنْ كَانَتْ مَكْرُهُمْ لِيَرْزُلَ مِنْهُ الْجِبَالُ ﴾ سورة إبراهيم [46].

فمن أهم هذه الأساليب "استغلال وسائل الإعلام الحديث بمختلف أنواعها، من صحافة وإذاعة وتلفاز وأترنت وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي، لأن للإعلام قدرة على صنع الآراء وتشكيل العقول وتوجيهها، ولقوة تأثير وسائل الإعلام على سائر شرائح المجتمع اتخذت قضية المرأة موضوعاً إعلامياً للتأثير على المرأة المسلمة، بل وسائر أفراد المجتمع المسلم فقدم الإعلام المرأة بصورة مبتدلة عابثة فتاجر بجسدها وجمالها وعفتها وقدمها على أنها غانية لعوب لا هم عندها ولا قضية لها إلا العناية بجمالها والركض خلف دور الأزياء والاهتمام بتوافه الأمور."¹

وذلك بغية تحقيق الأهداف الآتية:

1 "ترويح الإعلام الغربي للأفكار المنحرفة لكي تتبناها المرأة المسلمة دون نظر فاحص وتأمل دقيق، مما يؤدي إلى ضياع هويتها وتبديد لمستقبلها، فضلاً عما في ذلك من صرفها عن المنهج الصحيح المستمد من القرآن الكريم وسنة النبي صلى الله عليه وسلم.

¹ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق بتصرف، 112-

2 تشويه الإعلام الغربي صورة الإسلام السمحة قصد إضعاف مثله وقيمته، العليا في نفس المرأة المسلمة من جانب، واثبات تفوق المثل الغربية وعظمتها من جانب آخر، وإظهار أي دعوة للتمسك بالإسلام بمظهر الرجعية والتأخر.

3 المواجهة الشرسة التي يشنها الإعلام الغربي اتجاه المجتمعات الإسلامية خاصة المرأة المسلمة والذي يهدف إلى إفساد أخلاقها وإفساد سلوكها الاجتماعي والفردي، وذلك لأن الأخلاق في أفراد الأمم تمثل الثوابت التي بها تقوم عليها الروابط الاجتماعية، ويصلح بها السلوك العام لإفراد المجتمع، ومتى انعدمت هذه الثوابت أو ضعفت في النساء ظهر التفكك الاجتماعي وظهر معها الانحلال الأخلاقي الذي كان مبدأه تخلي المرأة المسلمة عن أخلاقها الإسلامية¹.

ومنه أن تأثر المدعويين النساء خاصة بالغزو الفكري يعد عقبة أمام المرأة الداعية المسلمة، فبسببه تجد المرأة الداعية الإعراض والصد عن قبول نصحتها وإرشادها وإبلاغ دعوتها من قبل المتأثرات والمتأثرين بالغزو الفكري حتى أنه ربما بمواصلة إعراضهم ينهي المسيرة الدعوية للمرأة الداعية لما تواجهه من صعوبة في ذلك.

قال الله تعالى: ﴿لَيْسَ لَهُمْ يَكِيدُونَ كَيْدًا ۝١٥ وَأَكِيدُ كَيْدًا ۝١٦ فَمَهْلِكُ الْكَافِرِينَ أَهْلَهُمْ رُوبًا ۝١٧﴾ سورة الطارق، [15 - 17].

الفرع الثاني: كيد المدعويين

فمن المعروف منذ القديم أن الداعي مستهدف من قبل الأعداء فإنهم يحاولون إبعاد الناس عن الداعي إلى دين الله بالطعن في شخصه، وسلوكه، وسيرته، ويحاولون إصاق التهم به وهذا ما حصل مع الأنبياء والرسل السابقين والرواد الأوائل، القائمين بالدعوة إلى الله، فاتهموا باتهامات باطلة لا أصل لها من الصحة وكأنهم يواصلون بذلك الافتراء فأخبر عنهم الله عز وجل

¹ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، بتصرف، 111.

بقوله: ﴿كَذَلِكَ مَا آتَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا قَالُوا سَاحِرٌ أَوْ مَجْنُونٌ ﴿٥٢﴾ أَتَوَصَّوْا بِهِ بِلَمْ هُمْ قَوْمٌ طَآغُوتٌ ﴿٥٣﴾﴾ سورة الذاريات، [52-53].¹

ويعد كيد المدعويين من أكثر العقبات التي تواجهها المرأة الداعية في عملها الدعوي الإعلامي، فكم من داعية لفقت إليها التهم والتهكمات والسخرية والاستهزاء وغير ذلك مما لا يعلم حدوده ومداه إلا الله، فكم من خيرة أهتمت باختلاس بعض أموال المشروعات زورا وبهتانا وكم من داعية تتعرض لأقص أنواع الإذلال والإهانة والاحتقار.²

والأسوء من هذا يتم نشر وإشاعة هذه الأكاذيب والاتهامات عبر الوسائل الإعلامية وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي التي كانت الغاية الأصلية منها تعزيز الترابط والتواصل بين المجتمعات والأنا أصبحت للتفرقة بين المجتمعات فهي الآن كمتنافس لنشر الافتراءات، "حتى يتمادى هؤلاء إلى الافتراء على أصحاب الدعوة وقولهم، إن دعوتهم لا صلة لها بالدين ولا بالله بل هي تخدم أغراضا خاصة. وكما هو حاصل في واقعنا الحالي فإن الداعي ذكرنا كان أم أنثى عندما يكون ناجحا في دعوته فإنه لا يسلم من الأعداء حوله الذين ينشرون التهم والقبيل والقال في شأنه وذلك لينغصوا عليه عيشتهم، ويصدوه عن عزمه، وعن المضي في طريق الخير."³

أيضا من، العوائق التي تواجه المرأة الداعية من قبل المدعويين نذكر منها:

1. نشر الرذيلة والفكر المنحرف بعامه في المجتمع المسلم، وذلك عن طريق الإعلام المرئي منه والمقروء والمسموع ففي مجال الإعلام مثلا: تنشر الصور المحرمة والفاتنة فضلا عن كسر

¹ لؤلؤة بنت عبد الكريم إبراهيم القوييلي، "دور المرأة في الدعوة إلى الله في ضوء الكتاب والسنة"، مرجع سابق، ص 644.

² حفيظة لجدل علي، ليله غمام عمارة، الدور الجوارحي للمرأة الداعية، مرجع سابق بتصرف، ص 32.

³ لؤلؤة بنت عبد الكريم إبراهيم، القوييلي، دور المرأة في الدعوة إلى الله في ضوء الكتاب والسنة، مرجع سابق، ص 645.

الحجاب والسخرية منه وكذلك في الصحف والمجلات، فقد تضع مجلة على غلافها صورة امرأة في كامل زينتها وسفورها.¹

2. "المطالبة (بحرية المرأة) ويقصدون بذلك"² أن "تتحرر من عبودية الله، وأن تتحرر من حجابها وعفتها وحشمتها لتكون سلعة رخيصة ينالها كل عابث."³

الفرع الثالث: عقبة القائلين بأن المرأة ناقصة عقل ودين:

كثيرة هي الاتهامات التي توجه إلى الإسلام بخصوص المرأة، وأنه ينتقص من حقها في الحياة والحقوق، وقد عقدت ولا تزال تعقد لأجل هذا الغرض الكثير من البرامج التلفزيونية والإذاعية والندوات والمناظرات في أماكن مختلفة، وبوسائل إعلامية متنوعة.

وأكثر ما يجري عليه التركيز هو عقل المرأة وأن الإسلام يعتبرها ناقصة عقل ودين ويستشهدون⁴ بقول الرسول صلى الله عليه وسلم بأن النساء ناقصات عقل ودين.

إن المرأة ناقصة عقل ودين بحكم فهمهم الخطأ للحديث مما يجعلها لا تستطيع القيام بدعوتها، ولا يمكن لأحد أن يكلفها بالدعوة وهذا و صفها.

فالقول بأن المرأة ناقصة عقل ودين عقبة من العقبات التي تواجه المرأة الداعية في عملها الدعوي الإعلامي فيعرضون عن سماع دعوتها ويقللون من شأنها وقدردتها على الدعوة بأنها لا ترقى بأن تكون داعية إلى الله وتمتحن مهنة الأنبياء والرسل عليهم الصلاة والسلام.

¹ فالج بن محمد الصغير، المرأة المسلمة ومسؤولياتها في الواقع المعاصر، " دراسة تأصيلية شرعا وواقعا "، (ط6، الرياض: لان، 1427هـ)، ص 96.

² فالج بن محمد الصغير، المرأة المسلمة ومسؤولياتها في الواقع المعاصر، مرجع سابق، ص 97.

³ مرجع نفسه، ص 98.

⁴ عزيز محمد أبو خلف، وجوه الإعجاز في حديث ناقصات، -05- 2023- Net lommanlime. Rffps://is

الفرع الرابع: عقبة القائلين بأن صوت المرأة عورة:

ومن العقبات التي تواجه المرأة في طريقها الدعوي عقبة " القائلين بأن صوتها عورة" والأصل أنه ليس بعورة على الصحيح من أقوال أهل العلم كما دلت النصوص الشرعية وليس في الكتاب والسنة ما يطلق على أنه عورة مطلقة في جميع الأحوال.

ودليل ذلك أن النساء كن يسألن رسول الله صلى الله عليه وسلم في أمور الشرع في حضرة الصحابة ولم ينكر عليهن النبي صلى الله عليه وسلم ذلك.

ولكن المعارضين للمرأة وبقدرتها وانجازاتها الدعوية خاصة في مجال الإعلام ويقولون بأن صوتها عورة مطلقة والأصل يجوز لها الكلام بضوابط كعدم الخضوع في القول: قال الله تعالى: ﴿وَإِذَا سَأَلْتُمُوهُنَّ مَتَعًا فَسْأَلُوهُنَّ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ﴾ الأحزاب، [53].¹ فلم يأت النهي عن الحديث وإنما جاء الأمر بعدم الخضوع بالقول وهو ترخيم الصوت وترقيقه، قوله تعالى: ﴿فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقَلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا﴾ الأحزاب، [32].²

وكذلك من العقبات نشر هذه الأقاويل الباطلة عبر وسائل الإعلام قصد اختلاق أدلة على عدم جواز عملها في الساحة الإعلامية الدعوية بغية إبعادها عن العمل الدعوي ككل.

الفرع الخامس: عقبة حصر دور المرأة الداعية في أعمال البيت:

إن احتجاز المرأة الداعية في البيت وحرمانها من الأعمال الدعوية، وهو من أحد العوائق التي تواجه المرأة الداعية من طرف أسرتها نتيجة الأفكار الخاطئة التي تروج لها وسائل الإعلام بأن المرأة كائن ضعيف لا يستطيع اتخاذ أي قرار أو حماية نفسه فما بالك بأن تدير المرأة أعمال دعوية تدعوا فيها إلى الدين الإسلامي بغية هداية وإرشاد الناس لدين الله القويم.

¹ خالد بن سعود البليهد، فهم خاطئ لمسألة صوت المرأة ليس بعورة، [Rtts://Saaid.org](https://Saaid.org), 2023-05-11

² لاء، هل صوت المرأة عورة؟، [Rtts://www.is lom web. Net.](https://www.islomweb.net) 2023-05-12

فيكون الإجراء الأسهل لحمايتها هو حبسها في المنزل.¹

وقد قال الداعية الشيخ محمد الغزالي - رحمه الله - هنا مقولة شهيرة وهي: " إن بعض المتدينين العرب يؤمنون بأن المرأة لا ينبغي أن تخرج من بيت أبيها إلا إلى بيت زوجها، ومن بيت زوجها إلى القبر".²

فاحتجاز المرأة في البيت يمنعها من القيام بالأعمال الدعوية لأن احتجازها لا يعطي اي نتائج ايجابية، خاصة في عصرنا الحالي المحاط بالتكنولوجيات ووسائل التواصل الاجتماعي من كل جانب.

فالعصر الحالي في حاجة ماسة إلى المرأة الداعية ولدعوها ونصحها وإرشادها عبر وسائل الإعلام وما ظهر فيها من فتن خاصة في المجتمع النسائي.³

الفرع السادس: عقبة الفجوة بين الداعية وعامة النساء:

فوجود بعض الخلافات والتراعات بين الداعية والنساء المدعوات من أكثر العقبات شيوعا التي تعيق مسيرة الداعية لأداء واجبها الدعوي مما يؤدي ذلك إلى حدوث " فجوة بين الداعية وعامة النساء، وخاصة حال الاجتماع فهن كما تقول بعض الأخوات يتعللن بعدم رغبتهن بالبرامج الهادفة لأنهن إنما اجتمعن للمؤانسة، وبالتالي يحصل هناك نفر بين الداعية وبينهن"⁴

¹ شيماء صالح، نساء في حبس العائلة (مقال منشور على شبكة الأنترن)، [Rtts://: https://correspamdmts.org](https://correspamdmts.org),2023-05-12

² لاء، الاسلام لا يعرف (حبس المرأة في البيت)، (مقال منشور على شبكة الإنترنت)، [Rtts:// www ; al-kholei.org](https://www.al-kholei.org), 2023-05-13

³ شيماء صالح نساء في حبس العائلة، مرجع سابق، بتصرف، 13-05-2023

⁴ عدايكة، عاد الرميضاء، معيقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة، مرجع سابق، ص53.

وكذلك الأمر في وسائل الإعلام الحديثة واختلاف الداعية مع بعض المدعوات يقف عقبة أمام استجابة دعوتها على سبيل المثال: عند نشر الداعية لأحد المواضيع التي تعالج فيها قضية أو إرشاد أو نصح أو وعظة، عن بعض الانحرافات المنتشرة التي تسود في المجتمع أو التي تظهر في وسائل الإعلام فنشارك أعمالها الدعوية في غرفة الدردشة والمجموعات النسائية في الفايسبوك.. الخ. فتزد دعوتها بالرفض بحجة الترويح عن النفس وترفيهها .

ولهذه الفجوة أسباب نذكر منها:

1. "إن بعض الأخوات الداعيات يتخذن في أسلوب دعوتهن المحاضرة الوعظية فحسب، ولا تنوع في أسلوب دعوتها. فهذا الأسلوب قد يكون غير محبب لدى شريحة كبيرة من النساء .
2. "اتخاذ موقف العداء من قبل الداعية لمن تقف في وجه حال دعوتها، فينتقل الأمر الى تصفية حسابات، فكل طرف يحاول التغلب على الآخر مهما كان الثمن، فالتراعات والخلافات بطبيعة الحال تؤدي إلى فشل الدعوة قال تعالى: ﴿وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَا تَنزَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ¹ وَأَصْبِرُوا إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾ الانفال، [46].
3. تركيز بعض الداعيات على بعض المخالفات التي تقع فيها المدعوات، والحديث عنها بأسلوب مباشر مما يوقع بعض النساء في حرج من حديث الأخت الداعية، فتعترض بعض المدعوات على إقامة مثل هذه البرامج تجنباً للحرج".¹

¹ عدايكة، عاد الرميضاء، معيقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة، مرجع سابق ، بالتصرف، ص 110.

المطلب الثالث: معيقات متعلقة بالرسالة " المضمون – المحتوى "

الفرع الأول: عدم اقتناع الداعية بالموضوع

اتجاه الداعية نحو الموضوع من العوامل التي تحدد فاعليته وعلى سبيل المثال فنحن حينما نقرأ مقالا على شبكة الأنترنت أو على مستوى المواقع التواصل الاجتماعي أو حينما نستمع إلى مقاطع فيديو لخطب أحد الدعاة يتكون لدينا انطباع¹ عن اتجاه الداعية نحو الموضوع .

وهذا الانطباع هل هو مقتنع أم غير مقتنع بالموضوع ؟ هل يتحدث عنه إيمان و عقيدة حقيقية أو يتظاهر بالتحمس له ... وحينما لا يؤمن الداعية بصدق ما يقول ويقتنع به يصبح من الصعب عليه أن ينقل معلوماته بفاعلية.

ولهذا فإننا كثيرا ما نستمع لخطب بعض الداعيات في قنوات اليوتيوب أو البرامج التلفزيونية دون أن نتأثر بهن، أو يكون لكلامهن وزن بينما نتأثر بالبعض الآخر ممن آمنت بدعوها إيمانا عميقا، وأصبحت دعوتها حية في كيانها، تملأ ضميرها وتجعل سعادتها في العمل بها والحركة من أجلها فتشغلها عن كل شيء عاذاها قال الله تعالى: ﴿ قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ، وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾ الأنعام [162-163].²

الفرع الثاني: عائق عجز الداعية في إعداد المادة العلمية:

ونعني بهذا العائق عدم قدرة الداعية على إعداد مادة علمية تعينها على إيصال دعوتها. ويظهر هذا العائق حينما يكون البرنامج الدعوي للأخت الداعية: محاضرة³ عبر التلفاز، أو تقديم برنامج دعوي.

¹ محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ – النظرية – التطبيق، مرجع سابق، بالتصرف، ص 227 .

² مرجع نفسه، ص 228.

³ خالد ابن إبراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول، مرجع سابق بالتصرف ص 124.

فعدم إعدادها المسبق للمادة العلمية التي ستقدمها توقعها في الحرج أمام المدعوين مما يعيقها ذلك على بلوغ الهدف الرئيسي الذي تصبو إليه فتتشتت الأفكار وتضيع الجهود ومنه الخروج عن الموضوع الرئيسي فلا تتحقق، الثمرة المرجوة من دعوتها.

الفرع الثالث: عقبة اعتماد الخطاب الدعوي النسائي على الأسلوب العاطفي:

إن اعتماد الخطاب الدعوي النسائي على الأسلوب العاطفي يمثل أحد العوائق التي تواجه المرأة الداعية في طريقها، الدعوي فرغم إيجابياته إلا أنه يغلب عليه العديد من " السلبيات ومن أبرزها:

أنه لا يحقق أهداف رسوخ الفكرة وقوة القناعة واستمرارها، فإن القلوب تتقلب، فمن النساء من تقبل على الميادين الدعوية الإعلامية وتتأثر بالطرح الدعوي الذي يقدم فيها لكنه إقبال قابل للإدبار بعد حين لأن النصيحة والتوجيه لم تتجاوز حدود القلب لتخاطب فكرها وعقلها فتصل بها إلى القناعة العقلية". إذ ليس من السهل تغيير القناعات والأفكار.

كما أن الاقتصار على الأسلوب العاطفي يكسب الدعوة كثيرا من الإقبال من حملة المشاعر المؤيدة للخير وأهله دون مشاركته في العمل وإنتاج هذا الدين.

كما أن الاعتماد على الأسلوب العاطفي في الخطاب الموجه للمرأة المسلمة يبقي في دائرة الهموم الشخصية للمرأة ولا يتجاوز إلى هموم الأمة الإسلامية بتبصيرها بحاجة الأمة الإسلامية لجهودها الدعوية بتبصير النساء بدينهن ودفع الجهل والبدع والانحرافات السلوكية التي تنشر في أوساط بعض النساء".¹

¹ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، المرجع السابق، بالتصرف، ص

بالإضافة هناك عوائق أخرى تواجه المرأة الداعية في عملها الدعوي الإعلامي من ناحية الموضوع (الرسالة الدعوية) أهمها:

أولاً: عقبة عدم اختيار الوقت المناسب لتوجيه الرسالة الإعلامية بحيث لا يكون هناك استعداد كاف لدى الجمهور لاستقبال.. الرسالة الإعلامية.. كعدم استغلال المناسبات الدينية والأحداث الطبيعية والوقائع المختلفة كفرص لعرض موضوعات يكون الجمهور أصلاً متهيأ لاستقبالها والاستجابة لها.¹

ثانياً: عقبة عدم التركيز على الأولويات والقضايا الأكثر أهمية فالأقل أهمية وفقاً للجمهور المخاطب، وعدم ارتباط المعلومات المقدمة باحتياجات الجمهور.. وعدم وجود الفوائد والمكاسب التي تعود عليها.

ثالثاً: عقبة مصادمة المضمون لقيم الجمهور واتجاهاته مما ينفرد ذلك قبول الجمهور الرسالة الدعوية الإعلامية.

رابعاً: عقبة عدم التركيز على وحدة الفكر والمجتمع وإبراز القضايا الخلافية مما يؤدي ذلك إلى إثارة الفتن.

خامساً: عقبة عدم إبراز مقاييس الحلال والحرام والخير والشر من المنظور الإسلامي.

سادساً: عقبة عدم الالتزام بأخلاقيات العمل الدعوي في ضوء معاني التقوى والمسؤولية أمام الله وعدم تنمية الشعور بالحرية والعبودية لغير الله والطاعة لرسول صلى الله عليه وسلم.²

¹ محمد منير حجاب ، جديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، بالتصرف، ص 297.

² مرجع نفسه، بتصرف، ص 296.

سابعاً: عقبة عدم الموازنة بين الفكرة وبين كسائها اللفظي، بحيث لا يكون الإطار اللفظي كافياً للتعبير عن الفكرة بوضوح.¹

ثامناً: عقبة عدم تنويع الوسائل المستخدمة .. فالرسائل التي يستقبلها الجمهور من خلال وسيلة واحدة تكون أقل قدرة على التأثير والإقناع.. لأنها لا تتيح فرصاً لمخاطبة أكثر من حاسة ولعرض الموضوع بطريقة أقل فاعلية.

تاسعاً: عقبة عدم مراعاة المستوى الثقافي للجمهور فالموضوع الواحد يختلف تناوله وأسلوبه وفقاً لمستوى الجمهور، المدينة غير القرية .. والصفوة غير العامة.²

عاشراً: عقبة معالجة الداعية المواضيع التي تؤدي إلى الخروج عن العادات والتقاليد وموروثات الآباء والأجداد مما يؤدي ذلك إلى محاولة المضللين للدعوة (أو القائمين ضد الدعوة) الطعن في أي موضوع تقوم بعرضه الداعية وتزييفه أمام الجميع، حتى أن البعض منهم قد يبيّن على ذلك الموضوع المطروح دراسة ميدانية مزيفة لمحاولة صد الناس عن ذلك الموضوع الذي تدعوا إليه وهي في الحقيقة تزيد بهذا الموضوع نقل الناس من الظلمات إلى النور ومن الشر إلى الخير.³

المطلب الرابع: معيقات متعلقة بالوسيلة المستخدمة "وسائل الإعلام الجديد"

الفرع الأول: عقبة ضعف المهارات وقلة التدريب

ومن العوائق قلة المحاضر التربوية الدعوية التي تتدرب فيها الداعية، وتطور نفسها من خلال هذه المحاضر العلمية أو الدعوية، وهذا مما يجعل العبء ثقيلاً على المؤسسات الدعوية في

¹ محمد منير حجاب، جديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، بتصرف، ص 271.

² مرجع نفسه، ص 297.

³ لولوة بنت عبد الكريم إبراهيم القويقلبي، دور المرأة في الدعوة إلى الله في ضوء الكتاب والسنة، مرجع سابق، بالتصرف، ص 653.

التفكير الجاد لإيجاد خطة تسيير على منوالها لفتح محاضن عملية ودعوية للمرأة المسلمة بطريقة أو بأخرى.¹

ومن المشاهد أن الكثير من الداعيات لم يستعطن إتقان التعامل مع وسائل التقنية الحديثة ومثيلاهما إلى الآن، ولعل ذلك بسبب قلة ذات اليد أو الانشغال التام مع قلة وجود مراكز خاصة لتنمية المهارات والتدريب على إحسان استغلال الوسائل الحديثة في خدمة الدعوة.²

فعقبة عدم معرفة الداعية طرق الاستفادة من التقنية الحديثة في خدمة الدعوة يؤدي إلى عدة مشكلات منها:

1- عقبة عدم قدرة الداعية على توصيل الرسالة الدينية إلى الجمهور في الوقت المطلوب، فعندما ترغب الداعية في مواجهة فتن طائفية أو التوعية بالحج في موسم الحج، لا يكون أمامها إلا استخدام التقنيات الحديثة ووسائل الإعلام الجديد في حالة الجماهير الغفيرة، لأن بقاء اعتماد الداعية على الوسائل التقليدية يؤدي إلى عدم وصول الرسالة الدعوية في الوقت المناسب إذ تستغرق دورة سريان المعلومات فيها زمنا أطول بكثير وفقا لحجم الجمهور وانتشار الجغرافيا.³

2- فعقبة عدم معرفة استخدام الداعية لوسائل الإعلام الحديثة توقع الداعية في تحدي كبير لأن هذه التقنيات الحديثة كما يسرت لنا وصول الدعوة الإسلامية إلى غير المسلمين فهي أيضا من الجانب الآخر سهلت لغير المسلمين بإيصال أفكارهم غير الغريبة لنا فإن لم يتقن الداعية استخدامها يخلو مجال الإعلام لهم ولأفكارهم الباطلة التي تهدد الدين الإسلامي.

¹ شحاتة مقرر: إدارة العمل الدعوي، مرجع سابق ص 1535.

² محمد موسي الشريف، المرأة الداعية، مرجع سابق، بالتصرف، ص 93.

³ محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، بالتصرف، ص 314.

الفرع الثاني: عائق الخلوة الالكترونية

الخلوة الالكترونية مصطلح جديد جاء تماشياً مع معطيات العصر، الذي فيه وسائل التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي مكانة عظيمة.

فالخلوة الالكترونية فلا تختلف كثيراً عن الخلوة الشرعية عند الفقهاء إلا من حيث اختلاف المكان إذ الرجل يجتمع مع المرأة الأجنبية عبر تطبيقات الكترونية ويمكنها تبادل الأحاديث الخاصة، كما يتبادلان إن أرادا صوراً ومشاهد ولا يتمكن أحد من الاطلاع عليهما في الغالب.¹

فالخلوة الالكترونية من أخطر المعيقات التي تواجه المرأة الداعية في العمل الدعوي الإعلامي حيث تضطر أحياناً إلى اللجوء للمحادثات السرية عبر الشات أو المسنجر مع الرجال، خاصة إذا تطرقت إلى موضوع شخصي يخص المدعو الذي قد يقع عليه الحرج إن تم طرحه وعلاجه أمام الآخرين فهنا إن تلتزم بالضوابط الشرعية بالخلوة الالكترونية ستقع في المحذور وهذه الضوابط متمثلة في:

أولاً: " عدم استخدام الصورة بأي حال، لأن ذلك مدخل من مداخل الشيطان.²

ثانياً: الاكتفاء بالخط والكتابة دون محادثة شفوية، وإذا احتيج الأمر إلى محادثة شفوية على المرأة تجنب الخضوع في القول.

ثالثاً: الجدلية في التناول وعدم الاسترسال في أحاديث لا طائل من ورائها.³

¹ محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، بتصرف، ص 304.

² مرجع نفسه، بتصرف، ص 314.

³ اسراء محمد ابراهيم محمد دبيغ، الاعلام الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي في التصور الفقهي، مرجع سابق، ص

والدليل على عدم جواز الخلوة الالكترونية لما ينتج عن ذلك من الوقوع في المحظورات استنادا لقوله صلى الله عليه وسلم: { لا يخلون رجل بامرأة إلا مع ذي محرم } رواه البخاري.¹

الفرع الثالث: عائق الاختلاط الإلكتروني

إن العلاقة بين الجنسين والاختلاط بطريقة منافية للضوابط الدينية والشرعية تعد واحدة من أهم سلبيات وأثار وسائل التواصل الاجتماعي التي تترتب على سوء استخدام هذه الوسائل.²

فالاختلاط الإلكتروني هو المحادثة المكتوبة أو الصوتية التي تتم بين مجموعة من النساء والرجال عبر مجموعات يتم إنشائها على إحدى مواقع التواصل الاجتماعي على (الفيسبوك، واتس-أب)، أو عبر المنتديات على مواقع الأنترنت.³

فالاختلاط الإلكتروني يقف حاجزا أمام المرأة الداعية من القيام بواجبها الدعوي اتجاه المدعوين من إيصال الرسالة الدينية الإعلامية إليهم لما يخلفه من آثار سلبية في قلب الداعية من "أحاديث تلوث القلب والعقل والأخلاق، وبل وتجذ فيه الميوعة والخفة والتصنع والتكلف والخضوع بالقول ورفع الكلفة وكسر حاجز الحياء بين الرجل والمرأة، ناهيك عن الخلافات الزوجية التي قد تنشأ من الغيرة والإهمال وانعدام الثقة الذي يوصل بالأمر إلى التفكك الأسري".⁴

¹ البخاري: صحيح البخاري، ط1، كتاب النكاح باب لا يخلون رجل بامرأة إلا ذو محرم والدخول على المغيبة، ح (5233)، ج/ص (37/7).

² اعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات، الاختلاط الإلكتروني، مقال منشور على شبكة الانترنت <https://almaare.fcs.org>، 2023/05/13.

³ اسراء محمد ابراهيم محمد دبيغ، الاعلام الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي في التصور الفقهي، مرجع سابق، ص 150.

⁴ اعداد مركز الحرب الناعمة للدراسات، الاختلاط الإلكتروني، مرجع سابق، بالتصرف، 2023/05/13.

الاختلاط الإلكتروني لا يختلف عن الاختلاط في الواقع، فكلاهما من "الأسباب الموصلة إلى الزنا، فإن الله تعالى عندما حرم الزنا حرم أيضا الأسباب المفضية إليه تحقيقا لتحريمه ومنعا من الوصول إليه، أو القرب من حماه قال الله تعالى: ﴿وَلَا تَقْرَبُوا الزَّيْنَةَ إِنَّهُ كَانَ فَحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا﴾ سورة الإسراء، [32]".¹

وأیضا من العوائق الأخرى التي تعيق العمل الدعوي الإعلامي للمرأة الداعية المتعلقة بالوسيلة المستخدمة (وسائل الإعلام الجديد) نذكر منها:

أولاً: "عقبة عدم مناسبة الوسيلة المستخدمة للفكرة الدينية مما يعيق ذلك إيصال الفكرة التي يريد إيصالها إلى الجمهور.

ثانياً: عقبة عدم مراعاة حاجات ومطالب الجمهور لأن ذلك يعد عنصر أساسي للتخطيط لاختيار الوسائل، فالداعية الذي يفشل في معرفة جمهوره وخصائصه وأهدافه الاتصالية واحتياجاته يفشل بالتالي في اختيار الوسيلة المناسبة للاتصال.

ثالثاً: عقبة عدم مناسبة الوسيلة للقدرات الاتصالية للداعية، مما يؤدي ذلك إلى فشله في استخدام تلك الوسيلة كما ينبغي وعدم تحقيق الغاية المرجوة من الرسالة الدعوية.

رابعاً: "عقبة الاستخدام المتكرر لوسيلة واحدة في موضوع واحد مما يؤدي ذلك إلى ملل المدعويين ونفورهم وعدم اقتناعهم بالرسالة".²

وهنا يجدر بنا الإشارة إلى أحد المعيقات الأخرى التي تعيق العمل الدعوي الإعلامي للمرأة الداعية وإيصال دعوتها كما ينبغي ألا وهي:

¹ اسراء محمد ابراهيم محمد ديبغ، الاعلام الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي في التصور الفقهي، مرجع سابق، ص

² محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، مرجع سابق، بالتصرف، ص 312-313.

عقبة إغفال وعدم اهتمام الداعية برجع الصدى:

"ويقصد برجع الصدى (التغذية العكسية) إعادة المعلومات للمرسل حتى يستطيع أن يقرر ما إذا كانت الرسالة حققت أهدافها من عدم تحقيقها أي رد الفعل الذي يبديه المتلقي استجابة لما يكون المرسل قد أرسل من معلومات ورسائل.¹

ويعتبر رجع الصدى مهما لتبادل المعاني بين المرسل والمستقبل ومؤشرا للمرسل أن يقرر في ضوءه ضبط رسائله اللاحقة في صورة فعالة.

فإغفال الداعية لرجع الصدى الذي أصبح يعد أحد المصادر المهمة للمعلومات يؤدي إلى عدم معرفة موقف المتلقي من الرسالة الإعلامية ومدى فهمه واستيعابه لها واستجابته أو رفضه لمعناها.

وكذلك عدم اهتمام الداعية برجع الصدى أو رد الفعل للمتلقي يؤدي إلى عدم تقويم عملية الاتصال، فيواصل الداعية بإرسال رسائله الدعوية عبر وسائل الإعلام الجديد بنفس الأخطاء والزلات التي تعيق وصول الرسالة لجمهور المدعوين وفشل الدعوة.

المطلب الخامس: حلول تحديات المرأة الداعية في الإعلام الجديد

فمن حكمة الله تعالى ما أنزل من داء إلا وأنزل له دواء، وعلى المرأة الداعية أن تجتهد في معرفة الداء وتشخيصه وأن تبذل وسعها في علاجه واختيار الدواء المناسب له، فالأمر كله بيد

الله، قال الله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ﴾ سورة العنكبوت [69].²

¹ لأك، مكونات العملية الاتصالية، محاضرة منشورة على شبكة الإنترنت. ([https://cte.univ-](https://cte.univ-2023/05/13setif.dz)

² محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، مرجع سابق، بالتصرف، ص348.

- ويمكن معالجة العوائق والتحديات التي تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد على النحو التالي:

الفرع الأول: حلول المعوقات المتعلقة بالمرأة الداعية "نفسها"

أولاً: حلول المعوقات الذاتية والنفسية

1- فلتعلم الأخت الداعية أن الشعور بالتقصير من علامات الخير فلتحمد الله تعالى على ذلك الشعور، ولتجتهد وتجاهد نفسها على الخير ما دامت تعرف أنها مقصرة وأنها بعيدة عن أعمال الصالحين.¹

2- "ينبغي على المرأة الداعية مجالسة ذوات الهمم العالية، لتأخذ منهن، وتتعلم والحذر من مجالسة النافهات، الفارغات اللواتي لا تتعدى اهتمامهن اللبس والموضة، ولتطلع على سير العلماء والدعاة المعلمين والمصلحين عبر وسائل الاعلام الجديد، وعلو همتهم في مجال الدعوة إلى الله تعالى.²

3- فلستأمل الأخت الداعية هذا النموذج في قوله تعالى: ﴿حَتَّىٰ إِذَا أَتَوْا عَلَىٰ وَادِ النَّمْلِ قَالَتْ نَمْلَةٌ يَا أَيُّهَا النَّمْلُ ادْخُلُوا مَسْكِنَكُم لَّا يَحْطَمَنَّكُمْ سَلِمْنَٰ وَجُنُودُهُمْ وَهَرَّ لَّا يَشْعُرُونَ﴾ سورة النمل [18].

فتأملني أختي المباركة حال النملة حيث لم تحتقر ذاتها فقامت بالنصح والتوجيه والإرشاد، بحسب القدرة والاستطاعة، فكيف تتخلفين بعد ذلك عن مجال الدعوة، تحت دعوى احتقار الذات مع أن الله تعالى فضلك على سائر المخلوقات بالعقل الذي تتميزين به.³

¹ لاك، الاحساس بالتقصير من علامات الخير، مقال منشور على: (<http://bnpaz.org.sa>)، بالتصرف، 14/2023/05.

² خالد إبراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول، مرجع سابق، بالتصرف، ص 48.

³ مرجع نفسه، بالتصرف، ص 51.

- 4- أن تتأمل الأخت الداعية في سيرة الأنبياء والصالحين من الدعاة، إلى الله تعالى لترى كيف كانت شجاعتهم واعتزازهم بالدين وعدم الخجل والتردد في قولهم الحق، ما داموا تحت لواء هذه الشريعة المباركة وهذا هو الذي تحتاجه الداعية إلى الله تعالى.
- 5- لا بد للداعية من اللقاء المستمر بين الأخوات الداعيات وهذا ينجو من الهزيمة النفسية ويرفع المعنويات لأن الداعية حينئذ تشاهد بأمر أعينها أنها ليست في الميدان لوحدها.
- 6- النظر بعين التفاؤل للمجتمع فرغم ما فيه من مرضى القلوب والحسد والنفاق فمزال المجتمع يحمل في طياته خيرا كثيرا حتى وإن غفل بعض الناس، فهم غالبا ما يحملون قلوبا سليمة تنبض بالخير وحبا لأهله.¹

ثانيا: حلول المعوقات الاجتماعية

- 1- "على الداعية أن تهتم بزادها الروحي حتى اذا كثرت عليها المسؤوليات والاعباء لا تشتغل عن صلتها بالله تعالى، وتجتهد أن تحول كل عادة إلى عبادة وتستفيد من كل حقيقة من وقتها وتذكر فيها الله ليبارك في وقتها."²
- 2- إيجاد السبل التوعوية للأسر وأولياء الأمور، أولا من جهة تنظيم الأسرة وربطها بالقيم الإسلامية النبيلة وثانيا من أجل الاهتمام بالمحاضن الدعوية والعلمية النسوية ورفدها بالفتيات بغية تنشئتهن على الأخلاق والآداب الإسلامية، وثالثا من جهة ترسيخ الوعي والشعور بالمسؤولية لدى الآباء وأولياء الأمور؛ للتفاعل مع الأنشطة الدعوية النسوية المختلفة.¹

¹ عدائكة راضية، عاد الرميضاء، معوقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة، مرجع سابق، بالتصرف، ص59.

² جميلة عبد القادر الرفاعي - أمل سمير الجبور، دور المرأة المسلمة في العمل الدعوي، التجربة الأردنية حقائق وتطلعات، مرجع سابق، ص 22.

¹ جميلة عبد القادر الرفاعي - أهل سير الجبور-، دور المرأة المسلمة في الفصل الدعوي، التجربة الأردنية حقائق وتطلعات، مرجع سابق، ص22.

- 3- يجب على الداعية نشر تعاليم الدين الصحيحة ومحاربة العادات والتقاليد التي تخالف الشرع مخالفة ظاهرة، أو تخالف مقاصد الشريعة العامة أو تؤدي إلى المخالفة والتقصير، يجب على المرأة الداعية نبذها والسعي إلى تغييرها، ويحتاج الأمر إلى شيء من الحكمة والرفق.¹
- 4- لا بد أن تعرف المرأة المسلمة كيف تدخل إلى قلب ولي أمرها؟ وكيف تولد عنده القناعات وتوضح الحقائق؟ فتحاوّر وليها لتبين له مفهوم القراءة وحققتها، مع الحرص على الالتزام بآداب الحوار وأسس الإقناع، ولتختار لذلك الوقت المناسب والعبارات المؤثرة.²
- 5- يجب على الداعية عدم الاقتداء بالداعيات اللاتي يسبقنها بالخبرة والمعرفة بسنين حتى لا تقع في مشقة وتفشل في عملها الدعوي، وإن أرادت الخبرة يجب التدرّب عليها منهن ولا تتصرف بإرادتها.

ثالثاً: حلول التحديات العلمية والثقافية والفكرية:

- 1- "ينبغي على المرأة الداعية التركيز على تعليم العلوم الشرعية المختلفة، وقراءة أمهات الكتب والمصادر الشرعية، وإنشاء مكاتب خاصة للنساء للمطالعة والتعليم والتفقه والتعرف على أساليب الدعوة ومقتضياتها، لتصل إلى المستوى المطلوب للقيام بالعمل الدعوي."¹
- 2- "يجب على الداعية أن تنشر وسائل حديثة وكتب خاصة موجهة للمرأة لتعميق علمها وثقافتها وفهمها لدينها"².

¹ محمد صالح المنجد، كتاب موقع الإسلام سؤال وجواب، مقال منشور على شبكة الانترنت، (we .Shamela //):
https)، بالتصرف

² أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، ص. 136

¹ شحاته صقر، إدارة العمل الدعوي، مرجع، بالتصرف، ص 1530.

² عدائكة راضية عاد الرميضاء، معوقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة، مرجع سابق، بالتصرف، ص 57.

3- ينبغي الاطلاع ومعرفة الثقافات المجتمعية للمدعوين ومعايشة واقعهم يحيط به من ظروف مختلفة، لكي تناسب رسالة المرأة الداعية معهم، وتكون كالسمن على العسل.

4- "حسن استخدام الوسائل التقنية في الدعوة للداعية تعود عليها وعلى الدعوة بخير كبير".

5- يجب على الداعية تعلم فنون الدعوة وآلاتها ولوازمها حتى تلج دعوتها للقلوب بيسر وسهولة.³

6- يجب على المرأة الداعية الخضوع التام لأحكام الشرع الحكيم، والتسليم المطلق له في كل ما يقرره، انطلاقاً من الفهم الصحيح له، بلا تأويل ولا تحريف، ولا اغفال ولا مبالغة، وبلا خلفيات مذهبية مسبقة متعصبة للباطل، مع رد متشابهة إلى محكمه، وتفسير القرآن بالقرآن أولاً، وبالسنة الصحيحة ثانياً بما كان عليه الصحابة والسلف الصالح رابعاً، وبالحقائق العقلية والاجتماعية والطبيعية الصحيحة الثابتة خامساً.⁴

رابعاً: حلول المعوقات الاقتصادية:

1- ينبغي أن تعلم الداعية إلى الله تعالى أن الإخلاص له أثر كبير في نجاح العمل الدعوي، فليست العبرة بكثرة النفقة، وإن كان هذا مطلباً، ولكن مع ذلك قد يسد جانب الإخلاص كثيراً من جوانب النقص لدى الداعية، ومن ذلك النقص في النفقات، ولذا فكم من عمل يسير تحقق فيه النفع والبركة، ومرد ذلك إلى الإخلاص، وكم من عمل كبير قلت بركته بسبب فقد الاخلاص وربما تلاشت.¹

2- حرص المرأة المسلمة على حسن التدبير والتصرف في النفقة التي يعطيها ولي أمرها، فهي تنفق منها على احتياجاتها المتعددة بتدبير وحسن التصرف، فتضع المال موضعه فلا تصرفه فيما

³ عدائكة راضية عاد الرميضاء، معوقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة، مرجع سابق، بالتصرف، ص 58.

⁴ لأك، التعصب المذهبي في التاريخ الإسلامي مظهره، آثاره، أسبابه، علاجه، مقال منشور على شبكة الأنترنت (https://ketabonline.com)، 2023/05/14.

¹ خالد إبراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول، مرجع سابق، ص 95.

- لا يفيد أو يمكن الاستفادة عنه، وبالقليل من الفطنة تتمكن من تلبية احتياجاتها بأقل قدر ممكن من المال حتى تستطيع إبقاء بعض المال ليكون عوناً لها في القيام بالأعمال الدعوية.²
- 3- إذا لم تكن النفقة التي تعطى للمرأة المسلمة من قبل ولي أمرها كافية لتصرف منها على بعض احتياجاتها الدعوية، فيمكنها البحث عن عمل ذي عائد مالي جيد تقوم به داخل أو خارج بيتها ليكون عوناً لها في قضاء بعض الاحتياجات اللازمة للقيام بالأعمال الدعوية، وتتمكن كذلك من المشاركة في الدورات التدريبية لتنمية بعض المهارات الدعوية، ومهارات استخدام وسائل الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي في الأعمال الدعوية وغير ذلك.³
- 4- يجب على الداعية أن تطور من مهاراتها التسويقية وخاصة عبر وسائل الإعلام الجديد فتستغل الإعلانات والإشهارات حول عملها الدعوي وعرض أهم المعوقات التي تحدها عن مواصلة العمل أو الامتياز فيه، فيتم دعمها من قبل الدعاة الآخرين مادياً أو الجمعيات الخيرية أو من قبل رجال الأعمال.
- 5- على المرأة الداعية أن تستشعر أنها مأمورة بالدعوة إلى الله تعالى، بحسب قدرتها واستطاعتها، فهي ليست مطالبة بأن تقوم بما يفوق قدرتها واستطاعتها.

² أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، ص 150.

³ مرجع نفسه، بالتصرف، ص 151.

الفرع الثاني: حلول المعوقات المتعلقة بالمدعويين:

1- يجب على الداعية لتجاوز تأثير المدعويين بحملات الغزو الفكري، مواجهة تلك الحملات وإصلاح حال المجتمع الإسلامي، ببذل الجهود ليس بمجرد المنع واغلاق المنافذ والأبواب فإن هذا قد أضحى مستحيلا وإنما بالتوجيه والبيان والرد على الشبهات والأفكار والعقائد ولا بد بجزيمته من التسليح بالحجة والبرهان قال الله تعالى: ﴿بَلْ نَقْذِفُ بِالْحَقِّ عَلَى الْبَاطِلِ فَيَدْمَغُهُ فَإِذَا هُوَ زَاهِقٌ وَلَكُمْ الْوَيْلُ مِمَّا نَصِفُونَ﴾ سورة الانبياء، [18] ¹.

2- ينبغي على الداعية استخدام نفس الوسائل التي يستخدمها الغازي لتوعية الأمة بشرط تقييد تلك الوسائل بالضوابط الشرعية. ²

3- يجب على الداعية الاجتهاد للالتزام بالتقوى والوصول إلى أعلى مراتبها فقد جاءت آيات عديدة تربط بين هذين الامرين في مجال معالجة العقبات والنجاة من كيد الأعداء ومكرهم فقال تعالى: ﴿إِنْ تَمَسَّكُمْ حَسَنَةٌ تَسُؤْهُمْ وَإِنْ تُصِبْكُمْ سَيِّئَةٌ يَفْرَحُوا بِهَا وَإِنْ تَصِيرُوا تَتَّقُوا لَا يَضُرُّكُمْ كَيْدُهُمْ شَيْئًا إِنَّ اللَّهَ بِمَا يَعْمَلُونَ مُحِيطٌ﴾ آل عمران [120]. ³

4- لا بد للداعية من تصحيح الأباطيل والمغلوطات التي يروجها المدعويين على المرأة الداعية قولهم (نقصان عقلها ودينها) لأن هذا ناتج عن قصور عنده، وضيق في الادراك والفهم، فإن قيل إن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال ذلك.

نقول لهؤلاء جميعا أن المراد ليس نقصان العقل والدين كما يتبادر للأذهان، ولكنه كما بينه النبي صلى الله عليه وسلم حيث قال: ¹ { مَا رَأَيْتُ مِنْ نَاقِصَاتِ عَقْلِ وَدِينٍ أَذْهَبَ لِلْبُرِّ الرَّجُلِ

¹ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، ص 152.

² لأك، الغزو الفكري هنا وأهدافه ووسائله وكيفية مواجهته، مقال منشور على شبكة الانترنت، (https://www.isrmweb.net)، 2023./05 /14.

³ اسلام ويب، العقبات الخارجية في الدعوة وكيفية مواجهتها، مرجع سابق، 2023 /05 /14.

¹ لولوة بنت عبد الكريم إبراهيم الفويقلي، دور المرأة في الدعوة إلى الله في ضوء الكتاب والسنة، مرجع سابق، ص 647.

الْحَازِمِ مِنْ إِحْدَاكُنَّ” قُلْنَ: وَمَا نُقْصَانُ دِينِنَا وَعَقْلِنَا يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ قَالَ: “أَلَيْسَ شَهَادَةُ الْمَرْأَةِ مِثْلَ نَصْفِ شَهَادَةِ الرَّجُلِ؟” قُلْنَ: بَلَى. قَالَ: “فَذَلِكَ مِنْ نُقْصَانِ عَقْلِهَا. أَلَيْسَ إِذَا حَاضَتْ لَمْ تُصَلِّ وَكَمْ تَصُومُ؟” قُلْنَ: بَلَى. قَالَ: “فَذَلِكَ مِنْ نُقْصَانِ دِينِهَا”² رواه البخاري ومسلم.

5- يجب على الداعية رد شبهة القائلين " بأن صوت المرأة عورة" هذا الحديث ليس صحيح

والدليل على ذلك قوله تعالى: ﴿يٰۤاَيُّهَا النِّبِيُّ لَسَنَآ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ ۚ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا﴾ سورة الأحزاب [32] فالآية صريحة في النهي عن الخضوع للقول الذي فيه تغنج وله نعمة خاصة أي ليس صوتا طبيعيا بل صوت يدعو إلى الفتنة هذا هو الممنوع³.

الفرع الثالث: حلول المعوقات المتعلقة بالموضوع

1- يجب على المرأة الداعية أن تكون مقتنعة اقتناعا تاما بالموضوع الذي تدعوا إليه في رسالتها الدعوية، ومطلعة عليه من كل الجوانب ولديها كل الحجج والبراهين التي تدل على صحته وبطلانه وحين تتأكد من ذلك يجب أن تثق في نفسها وامكانياتها وما لديها من مهارات، فالإنسان لا يستطيع أن يحقق الأهداف والأحلام التي يسعى لها، ما لم يؤمن بقدرته على تحقيقها.¹

2- ينبغي على الداعية التنوع في استخدام الوسائل في عرض موضوع دعوتها وعدم الاقتصار على وسيلة واحدة² وإن كان لدى الأخت قابلية التعلم لإعداد المادة العلمية لبرنامجها الدعوي فلديها بحمد الله تعالى وسائل كثيرة تستطيع من خلالها الاستعانة بها لا عداد مادتها العلمية ومن

² رواه البخاري(304) واللفظ له، ومسلم (79، 80). من حديث أبي سعيد الخدري رضي الله عنه.

³ لولوة بنت عبد الكريم إبراهيم الفويقلي، دور المرأة في الدعوة إلى الله في ضوء الكتاب والسنة، مرجع سابق، ص 647-648.

¹ سناء الدويكات، طرق الاقناع في الحوار، مقال منشور على شبكة الانترنت، ([://mawdoo3.com](http://mawdoo3.com))، 2023./05/14،(https

ذلك الأشرطة والكتيبات والمطويات واستشارة من سبقها في مجال الدعوة إلى الله من الدعاة والداعيات"²

3- أن تعتمد الأخت الداعية على تفرغ شريط مثلا يتحدث على الظاهرة التي تريد الحديث عنها، فتصبح محاضرة، ومن ثم تقوم بإلقائها مع إضافة ما تريد وحذف ما لا تريد، ولا شك أن هذه الطريقة تعطي الأخت الداعية التمرين على كيفية اعداد المادة العلمية عبر وسائل الاعلام الجديد ونشرها"³.

4- " الاعتماد على الأسلوب العاطفي في العمل الدعوي ولا يكفي لتوفيق المرأة المسلمة الداعية في العمل الدعوي، بل لابد أن تنوع في خطابها فتقدم الدليل والحجة التي بها تخاطب عقول المدعوات بالحجج النقلية والعقلية المنقعة الدامغة لتدعم بها خطابها الدعوي، وأن تمتلك " مهارة إعطاء كل مدعو من القناعة ما يناسبه، فان ذلك سبب في توفيقها في أعمالها الدعوية، وأن تصل إلى تحقيق الأثر الطيب لدى المدعوات."⁴

الفرع الرابع: حلول المعوقات المتعلقة بالوسيلة المستخدمة

1- على الداعية الواعية أن ترتقي بنفسها دوما، وأن تعمل على استكمال جوانب القوة في قدرتها وشخصيتها وتجنب أسباب الضعف، وذلك يتحقق في ضوء تدريب متواصل، والتحاق بدورات متنوعة تساعد وتأخذ بيدها، أهمها التدريب على الرسائل الحقية الحديثة، إذ هي من أبواب احسان الدعوة وضبطها وايصالها إلى أكبر عدد ممكن من الناس، فمن ذلك أن عليها أن تتقن التعامل مع الحاسب الآلي - الكمبيوتر - الاتقان المناسب الذي يهيئ لها الاستفادة منه في دعوتها وكذلك يجدر بها اتقان التعامل مع شبكة المعلومات - الأنترنت- وفي ذلك خير كبير،

² خالد إبراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمور، مرجع سابق، ص125.

³ عدائكة راضية عاد الرميضاء، معوقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة، مرجع سابق، بالتصرف، ص68.

⁴ أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها، مرجع سابق، ص152.

وتواصل مع معلومات مهمة لا غنى لها عنها ولا تتيحها وسائل الاعلام المعتادة غالبا، وأيضا يمكن التنسيق مع عدد من المؤسسات الخيرية والثقافية عبر شبكة المعلومات هذه".¹

2- ويجب أن تعلم الأخت الداعية أن الاختلاط الإلكتروني له "حدود وضوابط، فالاختلاط ليس محرما في ذاته وإنما يقضي له، فإن كان هذا لا تشترك وفق ضوابط شرعية في باب من أبواب الخير فهو جائز ومرغوب، إن كان غير ذلك فلا خلاف في منعه"² وكذلك الأمر في الخلوة الإلكترونية، لذا وجب عليها استغلالها في العمل الدعوي بالضوابط المنصوص عليها وبالله التوفيق.

- وكذلك يجدر الإشارة أنه يجب على المرأة الداعية عدم إهمال الاهتمام برفع الصدى من قبل المدعويين حول رسالتها الإعلامية.

لما يعود عليها ذلك بالنفع الكثير من تقويم رسالتها وتصحيحها بناء على متطلبات المدعويين واختلاف مستوياتهم الدينية والفكرية والثقافية والاقتصادية.

لذا وجب على الداعية فتح سبل للتواصل معها، كفتح مواقع البريد الإلكتروني لتلقي رسالاتهم وكذلك وضع بعض أرقام الهاتف للتواصل معها أو مع من يديرون العمل الدعوي الإعلامي معها.

¹ محمد موسى الشريف، المرأة الداعية، مرجع سابق، بالتصرف، ص 92-93.

² جلال الدين معيوف، "ضوابط ومآلات التواصل بين الجنسين (العلاقات الإلكترونية أمودجا)"، مجلة العلوم الإنسانية والحضارة، غرداية مخبر الجنوب الجزائري للبحث في التاريخ والحضارة الإسلامية، ع:2، 2021، ص74.

خلاصة:

أستنتج أن للمرأة الداعية العديد من التحديات في الميدان الدعوي الإعلامي، تعيقها عن مواصلة مسيرتها الدعوية:

أولاً: هناك معيقات متعلقة بالمرأة الداعية نفسها على المستوى الذاتي والنفسي وما يصيبها من حالات ومشاكل نفسية كشعورها بالتقصير وعدم الرضى عن عملها الدعوي، وأيضا على المستوى الاجتماعي كعدم إذن ولي أمرها ومنعها من المشاركة الدعوية وخاصة الإعلامية، أما على المستوى العلمي والفكري والثقافي وما تعانيه من ضعف العلم الشرعي وما يترتب عليه من الوقوع في أخطاء فادحة، وكذلك على المستوى الاقتصادي وما تواجهه من صعوبات في الحصول على موارد مادية تشتد عليها في عملها الدعوي.

ثانياً: أما بالنسبة للمعيقات المتعلقة بالمدعويين متلقي الرسالة الإعلامية، أهمها تأثر المدعويين بالغزو الفكري من خلال تبنينهم لأفكار غريبة شاذة لا أصل لها في ديننا الإسلامي.

ثالثاً: كذلك بالنسبة للمعيقات المتعلقة بمضمون الرسالة الدعوية الإعلامية أهمها اعتماد الداعية على الأسلوب العاطفي في الخطاب الدعوي استناداً لطبيعتها كامرأة تحكم عاطفتها أكثر من عقلها وهذا أكثر عائق تعاني منه أغلب النساء الداعيات.

رابعاً: وأخيراً المعوقات المتعلقة بوسائل الإعلام الجديد كعدم إتقان الداعية استخدامها وتوظيفها في العمل الدعوي، وتعد من أكبر التحديات التي يجب الوقوف عليها وعلاجها.

رغم تعدد التحديات والعقبات التي تواجه المرأة الداعية في العمل الدعوي الإعلامي ورغم خطورتها سواء على مستوى العمل الدعوي ككل أو على مستوى المرأة الداعية بصفة خاصة فهي تحديات ليست بمستحيلة ولا يمكن تجاوزها وخلق حلول لها.

خاتمة

خاتمة:

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام على أفصح من نطق بالضاد من المخلوقات أمّا بعد:

إنّ أهمّ النتائج المتوصل إليها بعد دراسة نظرية لأربعة مباحث، حيث تطرقت في المبحث الأول إلى ماهية الإعلام الجديد، يليه المبحث الثاني المعنون بالإعلام الجديد والدعوة، ثم يليه المبحث ما قبل الأخير بعنوان دور المرأة الداعية في الإعلام الجديد، ثم المبحث الأخير تناولت فيه معيقات المرأة الداعية في الإعلام الجديد وحلولها، الذي يبين أهمّ التحديات التي تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد مع عرض جملة من الحلول لها، وتوصلت إلى عدة نتائج أهمها:

1. لقد تعددت أشكال ووسائل الإعلام الجديد من بينها مواقع التواصل الاجتماعي التي هي أكثر تداولاً بين الناس، كما أنه تجاوز العديد من مشكلات التواصل التقليدي كالمسافة والزمن والكلفة وجعل التواصل أسهل ما يكون.
2. للإعلام الجديد دور بارز في التأثير على تكوين آراء واتجاهات الفرد في المجتمع، والدليل على ذلك واقعنا الذي نعيشه اليوم وتأثرنا بالثقافة الغربية.
3. أنه بعد ظهور هذا الإعلام الجديد ينبغي على الدعاة استغلال الفرصة في تطوير التقنيات الحديثة لخدمة الدعوة وتطويرها بشكل مستمر حسب متطلبات العصر.
4. حتمية الأخذ بوسائل الإعلام الجديد في مجال الدعوة إلى الله، لأن من لوازم القيام بالعمل الدعوي تسخير كل وسيلة مشروعة لإيصال رسالة الهدى والخير للناس.
5. أن الإعلام الجديد قدم خدمة جلييلة لنشر الدعوة، حيث يطلع عليها كل الناس.
6. أن الدعوة عبر استخدام تقنية المعلومات من أشهرها الأنترنت نتائج إيجابية مذهلة جديدة بالبحث والدراسة.

7. مشروعية استخدام المرأة الداعية وسائل الإعلام الجديد في الدعوة إلى الله لأن الداعية الناجحة لا يترك وسيلة في عصره إلا واستخدمها مع ضرورة التزامها في ذلك لجملة من الضوابط التي تحفظها هي كامرأة وتضمن سيرورة العمل الدعوي الإعلامي لها بأقل مشاكل وعقبات.

8. ضرورة وأهمية قيام المرأة الداعية بالدعوة عبر وسائل الإعلام الجديد بصفة خاصة.

9. إن للمرأة الداعية مكانة كبيرة في مشاركتها الإعلامية لأن هناك بعض المجالات لا تستطيعها إلا المرأة.

10. عوائق العمل الدعوي الإعلامي للمرأة المسلمة ليست بدعاً في هذا العصر، فمن سنن الله سبحانه وتعالى أن يواجه الدعوة إلى الله من الرجال والنساء بعض العوائق التي لا بد من الاجتهاد في مواجهتها واتخاذ الحلول المناسبة للتغلب عليها.

11. تواجه المرأة الداعية العديد من التحديات والعوائق مختلفة الجوانب، منها ما هو متعلق بالمرأة الداعية نفسها كشعورها بالحياء والخجل مما يعترض ذلك إقدامها على العمل الدعوي خاصة في الظهور عبر شاشات القنوات الفضائية ووسائل التواصل الاجتماعي المرئية، وكذلك معوقات منها ما هو متعلق بالجانب الاجتماعي والاقتصادي والثقافي والعلمي والفكري... التي تعرقل مسيرتها الدعوية.

12. أن من العوائق التي تعترض المرأة المسلمة الداعية في الميدان الإعلامي منها ما هو متعلق بالوسائل المستخدمة أهمها قلة مهارات وتدريب المرأة الداعية على إتقان والاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الجديد وتطويرها لخدمة الدعوة.

13. وهناك عوائق تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد من ما هو متعلق بمضمون الرسالة المرسله أهمها عجز المرأة الداعية على اعداد مادة علمية دعوية تخدم رسالتها الدعوية وتلبي احتياجات ومتطلبات المدعوين على اختلاف مستوياتهم الفكرية والثقافية والاقتصادية... الخ.

14. أن تأثر المدعوين بالغزو الفكري من أبرز العوائق التي تواجه المرأة الداعية من ناحية المعوقات المتعلقة بالمدعوين، حيث تشرب المدعوين للأفكار الغربية خاصة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد تقع حاجزا أمام استجابتهم للدعوة.

15. من أهم الحلول التي تُتخذ لمعالجة العوائق التي تعترض المرأة الداعية في الإعلام الجديد هي ضرورة تعلم العلم الشرعي بما فيه من أحكام وضوابط وتعاليم والتدبر للقرآن الكريم وإن كان حفظه أفضل وتتبع لسيرة النبي المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم، وكذلك التدريب على اتقان وسائل الإعلام الجديد وكيفية تطويعها لخدمة الدعوة.

16. رغم التحديات والمعوقات التي واجهت ولا زالت تواجه المرأة الداعية في الإعلام الجديد، إلا أنها ليست من النوع من المعوقات التي يستحيل تحطيمها وحلها، ولكن بالتوكل على الله تعالى والإخلاص التام له والعمل الجاد في السعي إلى حلها يتم تجاوزها وبنجاح باهرة.

17. إن سعي المرأة الداعية إلى إيجاد الحلول التي تواجهها في عملها الدعوي الإعلامي، يدل في حد ذاته إلى مدى اهتمام المرأة الداعية في معالجة العوائق التي تعترضها لتحقيق أكبر عدد من الاستجابة والإقبال من المدعوين وما تكسبه من فضل وثواب من الله تعالى في سعيها.

التوصيات:

بعد تحديد أبرز النتائج المستخلصة من الدراسة أقترح بعض التوصيات التي أعتقد أنها مهمة والتي تتمثل فيما يلي:

- ضرورة الاهتمام بالمرأة الداعية وجهودها الإعلامية.

-
- على وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف سنّ قوانين وإجراءات تكون عوناً للمرأة المسلمة الداعية في معالجة ما يعترضها من عوائق في المجال الإعلامي.
 - على طلبة العلم عامة والطالبات خاصة الاهتمام بدراسة مثل هذا الموضوع.
 - الاهتمام بهذه الدراسة وجعلها نقطة بداية لدراسات أخرى.

وأخيراً ما هذا إلا جهد مُقل ولا أدعي فيه الكمال ولكن عذري أنني بذلت فيه قصارى جهدي، فإن أصبت فذلك مُرادى وإن أخطأت قلت المحاولة والتعلم، وصل الله على نبينا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القرآن الكريم برواية حفص

ثانياً: المصادر

1. ابن منظور، لسان العرب، مج 6، ج. 46.
2. أحمد رضا، معجم متن اللغة. (لا. ط، بيروت: دار مكتبة الحياة، 1380هـ-1960م).
3. أحمد فارس بين زكرياء القزويني الرازي، أبو الحسن، معجم مقاييس اللغة. تحقق: عبد السلام محمد هارون، ج: 6، (لا. ط، لا. م: دار الفكر، 1399هـ-1979م).
4. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. (ط: 1، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 1425هـ/2004م).
5. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط. (لا. ط؛ القاهرة: دار الدعوة، د. ت).
6. مجموعة من المؤلفين، معجم مصطلحات العلوم الشرعية، مج1. (ط: 2، لا. م: لا. ن، 1439هـ/2017م).
7. مسلم كتاب الإيمان، باب بيان كون النهي عن المنكر من الإيمان، وان الإيمان يزيد وينقص، وان الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر واجبان، (1/69)، رقم (49).
8. هيثم هلال، معجم مصطلح الأصول. (ط: 1، بيروت: دار الجيل، 1424هـ/2003م).

ثالثاً: الكتب

1. أحمد عمر هاشم، الدعوة الإسلامية منهجا.. ومعالمها، (لا. ط: لا. م: مكتبة غريب، د. ت).
2. أحمد مختار عبد الحميد عمر (ت: 1424هـ). بمساعدة فريق عمل، معجم اللغة العربية المعاصرة، ج: 4، (ط: 1؛ لا. م: عالم الكتب، د. ت).

3. إسماعيل بن عباد بن العباس، أبو القاسم الطالقاني، المشهور بالصاحب بن عباد (ت: 385هـ)، المحيط في اللغة، ج: 1، (لا. ط؛ لا. م: لا. ن، د. ت).
4. إسماعيل علي محمد، القدوة وأثرها في الدعوة إلى الله تعالى. (ط: 2؛ القاهرة: دار الكلمة للنشر والتوزيع، 1435هـ - 2014م).
5. بسام العموش، فقه الدعوة، (ط: 1؛ عمان- الأردن: دار النفائس، 1425هـ - 2005م).
6. جنان التميمي، مفهوم المرأة بين نص التزويل وتأويل المفسرين. (لا. ط، لا. م: شبكة اللغويات العربية، 2009م).
7. جيرنو أحمد جالو، دور الراديو في نشر الدعوة الإسلامية دراسة تطبيقية على إذاعة طيبة في الخرطوم. (لا. ط؛ الخرطوم: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2008م-2009م).
8. حسان شمسي باشا- ماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق. (ط: الأول؛ دمشق: دار القلم، 1441هـ - 2020م).
9. حسين علي الفلاحي، الإعلام التقليدي والإعلام الجديد. (ط. 1؛ عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013م).
10. خالد بن إبراهيم الصقعي، المرأة الداعية بين الواقع والمأمول. (ط: 1، الرياض: مكتبة دار المنهاج للنشر والتوزيع، 1428هـ).
11. دار القاسمي، المرأة الداعية كيف تنجح في دعوتها. (لا. ط، ك. م: لا. د، د. ت).
12. سمير جميل راضي، "الإعلام الإسلامي رسالة وهدف". دعوة الحق كتاب شهري يصدر عن رابطة العالم الإسلامي، لا. م: طبع بمطابع رابطة العالم الإسلامي في مكة المكرمة، ع172.
13. شحاتة صقر، إدارة العمل الدعوي. (لا. ط؛ الإسكندرية: دار الخلفاء الراشدين - دار الفتح الإسلامي، د. ت).
14. صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد. (ط. 1؛ القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2012م).

15. طاهر مهدي البليلى، دور المرأة في الدعوة وإصلاح المجتمع. (لا. ط، بروكسل: أكاديمية العلوم الإسلامية، د. ت).
16. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات. (لا. ط، الأردن: دار الشروق للنشر والتوزيع، د. ت).
17. عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد. (ط. 1؛ عمان- الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012م-1433هـ).
18. عبد العزيز بن عبد الله بن باز، الدعوة إلى الله وأخلاق الدعاة. (ط: 4، الرياض: إدارة البحوث العلمية والإفتاء: 1423هـ-2002م).
19. عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة. (ط: 9، بيروت: مؤسسة الرسالة، 1423هـ-2002م).
20. عبد اللطيف حمزة، الإعلام والدعاية، (ط. 2، القاهرة: دار الفكر العربي، 1397هـ-1978م).
21. عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، (ط. 2، اليمن: دار البشير للثقافة والعلوم الإسلامية، 1414هـ-1993/1994م).
22. عبد المحسن حامد أحمد عقيلة، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. (ط. 1، المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2015م).
23. عبد المحسن حامد أحمد عقيله، الإعلام الجديد وعصر التدفق الإخباري. (ط. 1؛ المنصورة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2015).
24. غالب كاظم جواد الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة- ووسائل متجددة. (ط: 1؛ عمان- الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع، 2016).
25. فارس محمد العمارات، دور المرأة الأردنية في الحياة العامة، (ط: 1؛ الأردن: دار الخليج للنشر والتوزيع، 2021م).

26. فالخ بن محمد الصغير، المرأة المسلمة ومسؤولياتها في الواقع المعاصر، " دراسة تأصيلية شرعا وواقعا"، (ط، السادسة، الرياض: لان، 1427هـ).
27. محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة. (ط: 3؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1415هـ-1995م).
28. محمد أبو الفتح البيانوني، المدخل إلى علم الدعوة، (ط: 3؛ بيروت: مؤسسة الرسالة، 1415هـ-1995م).
29. محمد حسن بريغش. المرأة الداعية والأسرة المسلمة. (ط: 1، بيروت: مؤسسة الرسالة، 1423هـ-2002م).
30. محمد عبد الله شاهين محمد، التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو، (لا. ط؛ لا. م: دار حميدر للنشر والترجمة، 2017م).
31. محمد محمود كالو، الإعلام الجديد في خدمة القرآن المجيد. (لا. ط؛ لا. م: دار النهضة العلمية، 2018م).
32. محمد منير حجاب، تجديد الخطاب الديني في ضوء الواقع المعاصر، (ط: 1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004م).
33. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي المبادئ - النظرية- التطبيق. (ط: 1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م).
34. محمد موسى الشريف، المرأة الداعية. (لا. ط: 1؛ لا. م: دار الأندلس الخضراء، 1426هـ-2005م).
35. مروى عصام صلاح، الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل. (ط: 1؛ عمان: دار الاعصار للنشر والتوزيع، 2013م).
36. وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة. (ط: 1، الامارات: دار الكتاب الجامعي، 1437هـ-2017 م).

37. ياس خضر البياتي، الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة. (ط. 1، عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 1435هـ-2014م).

رابعاً: الرسائل والمذكرات الجامعية

1. إبراهيم عبد الرحيم عابد، "وسائل الدعوة إلى الله تعالى في شبكة المعلومات الدولية الأنترنيت وكيفية استخدامها الدعوية". (رسالة دكتوراه في الدعوة والاحتساب-)، جامعة الطائف، كلية المعلمين، 1427/05/07هـ.

2. أمل بنت فهد بن جاسر الجليل، "عوائق العمل الدعوي للمرأة المسلمة وسبل علاجها". (مع دراسة ميدانية على عينة مختارة من المجتمع النسائي في مدينة الرياض)، (رسالة ماجستير في العلوم الإسلامية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية: كلية الدعوة والإعلام، المملكة العربية السعودية، 1430هـ-1431هـ).

3. إيمان رويس، خديجة شيخة مبروك، "موقف مالك بن نبي من قضايا عصر الاستشراق والغزو الفكري أنموذجاً". (مذكرة ماستر في العلوم الإسلامية، تخصص دعوة والإعلام، جامعة الشهيد حمه لخضر معهد العلوم الإسلامية، الوادي).

4. برنيس نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنيت في عصر ثورة المعلومات - دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري. (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة.

5. سعد بكوش، تحديات الإعلام الدعوي في ظل العولمة "دراسة نظرية"، (مذكرة ماستر في العلوم الإسلامية تخصص: الدعوة وإعلام واتصال)، جامعة الشهيد حمه لخضر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، (1435هـ-1436هـ/2014-2015م).

6. سميشي وداد، الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومات الإلكترونية. (مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال فرع صحافة)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010.
7. شكري هارون إبراهيم مانلين، "ثقافة الداعية في عصر العولمة". (مذكرة ماجستير في الدعوة)، جامعة المدينة العالمية، كلية العلوم الإسلامية، قسم الدعوة وأصول الدين، ماليزيا، سبتمبر 2014م.
8. عدائكة راضية، عاد الروميساء، معوقات العمل الدعوي للمرأة المسلمة "دراسة ميدانية، (رسالة ماستر في تخصص: دعوة وإعلام)، جامعة الشهيد حمه لخضر، معهد العلوم الإسلامية، ولاية الوادي، 2020-2021.
9. علي بن صالح المرشد، مستلزمات الدعوة في العصر الحاضر، (رسالة لنيل شهادة الماجستير في تخصص الدعوة بقسم الدراسات العليا)، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، السعودية.
10. غضبان إكرام، عبد السلامي فاطمة الزهراء، دور الإعلام الجديد في معالجة قضايا الطفل الاجتماعية: "صفحة فيسبوك شبكة ندى لحماية حقوق الطفل أنموذجاً"، (رسالة ماستر في الإعلام والاتصال)، جامعة أحمد وراية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، أدرار، الجزائر، 2021م/2022م.
11. محمد عبد الله عيسى حمد المطر، التحديات العقدية المعاصرة دراسة تحليلية نقدية، (رسالة دكتوراه)، كلية دار العلوم، جامعة المنيا.
12. محمد علي البطة، وسائل الإعلام الإلكتروني والتواصل الاجتماعي وآثارها الدينية والفكرية "دراسة دعوية، مجلة كلية الشريعة والقانون الاشراف _دقهلية، مصر: جامعة الازهر كلية الشريعة والقانون تفهنا الأشرف، ع:3، 30 يونيو أحزيران 2018.
13. مناهج جامعة المدينة العالمية، أصول الدعوة، ج: 1، (رسالة ماجستير، قسم: الدعوة وأحوال المسلمين)، جامعة المدينة.

خامسا: المجلات والمؤتمرات والمحاضرات

1. آمال قوساس، مدخل لوسائل الإعلام والاتصال، ملخص درس أعمال موجهة، كلية العلوم والاتصال، جامعة الجزائر.
2. جلال الدين معيوف، " ضوابط ومآلات التواصل بين الجنسين (العلاقات الالكترونية أنموذجا)"، مجلة العلوم الإنسانية والحضارة، غرداية مخبر الجنوب الجزائري للبحث في التاريخ والحضارة الإسلامية، ع:2، 2021.
3. جميلة عبد القادر الرفاعي، أمل سمير الجبور، دور المرأة المسلمة في العمل الدعوي، "التجربة الأردنية حقائق وتطلعات. (ورقة بحثية مقدمة إلى مؤتمر رابطة علماء الأردن - 2015).
4. خالد بن سعد بن عبد الرحمان الزهراني، توظيف التقنية الحديثة في خدمة الدعوة الى الله، بحث مدعوم من عمادة البحث العلمي (تكامل11)، جامعة الأزهر، كلية أصول الدين والدعوة الإسلامية، المنوفية.
5. قينان عبد الله الغامدي، التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني. (ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة «الإعلام والأمن الإلكتروني»)، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، مايو 2012.
6. محمد بلحوت، دور الإعلام الجديد في تصحيح الصورة الذهنية "مقارنة نظرية". مجلة أكاديمية للدراسات السياسية، تونس: معهد الصحافة وعلوم الأخبار، ع:5 ، 30/12/2021.
7. محمد بن خالد البداح، " الضوابط التطبيقية لتوظيف تقنية المعلومات في خدمة الدعوة ". مجلة العلوم الشرعية، السعودية: جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام، ع: 19، ربيع الاخر 1432.
8. محمد عباس عبد الرحمان المغني، الإعلام الإسلامي ودوره في حماية المجتمع من الإرهاب. (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع)، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 23-24 أفريل 2017م.

9. محمد عباس عبد الرحمان المغني، الإعلام الإسلامي ودوره في حماية المجتمع في الإرهاب. (بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع بعنوان القانون والإعلام)، جامعة طنطا، كلية الحقوق، 2017/04/24-23م.
10. محمد عبد البديع السيد، نشأة وسائل الإعلام وتطورها. (محاضرات)، مطبعة مجدي - بنها - القليوبية، 2005م.
11. ميساء روايدة. "التحديات المعاصرة التي تواجه الدعوة الإسلامية وطرق مواجهتها". (بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي الأول "لتطوير علوم الدعوة والتنمية البشرية المعاصرة")، جامعة البلقاء التطبيقية: كلية الأميرة عالية الجامعية، ماليزيا، 2013/05/16-15م.

سادسا: المواقع الإلكترونية

1. أحمد السيد الكردي، "العمل الدعوي الإلكتروني للمرأة المسلمة". (مقال منشور على شبكة الأنترنت: <https://kenanaonline.com>)، تاريخ التصفح: 2023/04/26.
2. تيار الإصلاح، "أسباب ضعف همة المرأة المسلمة" مقال منشور على شبكة الأنترنت، (<https://noslih.com/article>)، 08/05/2023.
3. تيار الإصلاح، غرور التدين، مقال منشور على شبكة الإنترنت (<https://www.noslih.com>)، 2023/05/09.
4. جمال نصار، الداعية الناجح والإستفادة من وسائل العصر الحديثة. (مقال منشور على شبكة الأنترنت، <https://www.wikhwanonline.com>)، تاريخ التصفح: 15-2023-05.
5. جنا زعبلاوي، جلد الذات "المستمرة": ما أسبابه وكيف يمكن التخلص منه، مقال منشور على شبكة الأنترنت. (<https://www.aljazeera.net>)، تاريخ التصفح: 2023-05-09.

6. جيرنو أحمد جالو، دور الراديو في نشر الدعوة الإسلامية دراسة تطبيقية على إذاعة طيبة في الخرطوم. (لا. ط؛ الخرطوم: دار الجنان للنشر والتوزيع، 2008م-2009م).
7. حسن بوعلام، إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام، مقال منشور على شبكة الإنترنت (<https://www.scribd.com>) تاريخ التصفح 26/04/2023.
8. خالد بن سعود البليهد، فهم خاطئ لمسألة صوت المرأة ليس بعورة، [Rtts://Saaid. arg,2023-05-11](https://saaid.org)
9. خباب بن مروان الحمد، الإعلام الإسلامي مشكلات في خط المواجهة، مقال منشور على شبكة الأنترنت، (<http://saaid.org>)، 2023/05/15.
10. خباب بن مروان الحمد، العلام الإسلامي مشكلات في خط المواجهة، مقال منشور على شبكة الأنترنت، 2023/05/15.
11. رقية بنت محمد المحارب، "رؤية مستقبلية للدعوة النسائية". (مقال منشور على شبكة الأنترنت <http://saaid.org>)، تاريخ التصفح: 2023/04/26.
12. زيد بن عبد الكريم الزيد، الحكمة في الدعوة إلى الله. (بحث منشور على شبكة الأنترنت، <https://islamhouse.com>)، تاريخ التصفح: 2023-05-15.
13. زيد بن عبد الكريم الزيد، الحكمة في الدعوة إلى الله. (بحث منشور على شبكة الأنترنت، <https://islamhouse.com>)، تاريخ التصفح: 2023-05-15.
14. سناء الدويكات، إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام، مقال منشور على شبكة الإنترنت 2023/04/20 (<https://mawdoo3.com>).
15. سناء الدويكات، طرق الاقناع في الحوار، مقال منشور على شبكة الانترنت، (<https://mawdoo3.com>)، 2023/05/14.
16. شيماء صالح، نساء في حبس العائلة (مقال منشور على شبكة الأنترنت)، [Rtts://correspamdemts.org,2023-05-12](https://correspamdemts.org)

17. عبد الباسط محمد السيد الأزهرى، الدعوة الإلكترونية. (الأهمية - المعوقات - سبل الاستفادة)، ورقة بحثية منشورة على شبكة الأنترنت، (<https://www.wikhwanonline.com>)، تاريخ التصفح: 2023-05-15.
18. عبد المالك القاسم، الدعوة إلى الله فوائده وشواهد، كتاب منشور على شبكة الأنترنت، (<http://www.ktibat.com>)، 2023/05/16، 14:20.
19. عرين البيروني، مفهوم العادات والتقاليد سيولوجيا، مقال منشور على شبكة الأنترنت (<https://e3arabi.com>)، 2023/05/11.
20. عزيز محمد أبو خلف، وجوه الإعجاز في حديث ناقصات، <Rffps://islommanlime.Net> 2023- 05- 10
21. لاك، الاسلام لا يعرف (حبس المرأة في البيت)، (مقال منشور على شبكة الإنترنت)، ([Rttps://www ; al kholei.org](Rttps://www.alkholei.org), 2023-05-13
22. لاك، هل صوت المرأة عورة ؟، ([Rttps:// www.is lom web. Net.](Rttps://www.islomweb.Net) 2023-05-12
23. لا. ك، الشعور بالنقص، مقال منشور على شبكة الأنترنت، (<https://labayh.net>)، تاريخ التصفح: 02023-05-09.
24. لاك، الاحساس بالتقصير من علامات الخير، مقال منشور على: (<http://bnpaz.org,sa>)، 2023/05 /14.
25. لاك، التعصب المذهبي في التاريخ الإسلامي مظاهره، آثاره، أسبابه، علاجه، مقال منشور على شبكة الأنترنت (<https://ketabonline.com>)، 2023/05/14.
26. لاك، الغزو الفكري هنا وهناك وأهدافه ووسائله وكيفية مواجهته، مقال منشور على شبكة الأنترنت، (<https://www.isrmweb.net>:)، 2023/05 /14.
27. لاك، مكونات العملية الاتصالية، محاضرة منشورة على شبكة الأنترنت. (<https://cte.univ-setif.dz>)، 2023/05/13.

28. لؤي عبد الحميد شرداخ، أصل أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية، كتاب من إهداء شبكة الألوكة، (www.aloukah.net)، لا. ط، لا. م: لا. د، لا. ت.
29. لؤي عبد الحميد شرداخ، أثر الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية. (ورقة بحثية من إهداء شبكة الألوكة www.alukah.net).
30. مجلة البشرية، المرأة الداعية، مقال منشور على شبكة الأترنت، <http://Said.org>، تاريخ التصفح: 2023-05-09.
31. محمد صالح المنجد، كتاب موقع الإسلام سؤال وجواب، مقال منشور على شبكة الأترنت، ([https://Shamela .we](https://Shamela.we)).
32. مركز الحرب الناعمة للدراسات، الاختلاط الإلكتروني، مقال منشور على شبكة الأترنت (<http://almaarefcs.org>)، 2023/05/13.
33. نسرين حسونة، الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، (كتاب إهداء من شبكة الألوكة www.alukaah.net).
34. هناء الوديان، "علامات احتقار الذات"، مقال منشور على شبكة الأترنت، (<https://mawdoo3.com>)، 2023/05/08.

الفهارس

فهرس الآيات القرآنية

فهرس الأحاديث النبوية

فهرس الموضوعات

1. فهرس الآيات القرآنية

| الآية أو شطرها - | السورة | رقم الآية | الصفحة |
|--|---------|-----------|--------|
| البقرة | | | |
| ﴿وَلَمَّا جَاءَهُمْ كَذَبٌ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِمَا مَعَهُمْ... فَلَعَنَهُ اللَّهُ عَلَى الْكَافِرِينَ﴾ | | [89] | 68 |
| ﴿وَلَا يَزَالُونَ يَقْتُلُونَكُمْ حَتَّى يَرُدُّوكُمْ عَنْ دِينِكُمْ إِنْ أَسْتَطَعُوا ...هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾ | | [217] | 79 |
| ﴿يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ | | [269] | 56 |
| ﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾ | | [286] | 73 |
| ﴿سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا﴾ | | [32] | ف |
| آل عمران | | | |
| ﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ | | [104] | ن-48 |
| ﴿إِنْ تَمَسَّكُمْ حَسَنَةٌ تَسُؤْهُمْ... إِنْ أَلَّاهُ بِمَا يَعْمَلُونَ مُحِيطٌ﴾ | | [120] | 101 |
| ﴿الرِّجَالُ قَوَّامُونَ عَلَى النِّسَاءِ... إِنْ أَلَّاهُ كَانَ عَلِيًّا كَبِيرًا﴾ | النساء | [34] | 70 |
| ﴿وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا إِلَى مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَإِلَى الرَّسُولِ... وَلَا يَهْتَدُونَ﴾ | المائدة | [104] | 71 |
| ﴿قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ | الأنعام | [162]- | 87 |

| | | | |
|-------|-------|-----------|--|
| | [163] | | الْعَالَمِينَ ﴿١٦٦﴾ لَا شَرِيكَ لَهٗ، وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوْلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿ |
| 79 | [30] | الأنفال | ﴿ وَيَمْكُرُونَ وَيَمْكُرُ اللَّهُ وَاللَّهُ خَيْرُ الْمَكْرِينِ ﴿ |
| 31 | [122] | التوبة | ﴿ وَمَا كَانِ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً... لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴿ |
| 55-49 | [108] | يوسف | ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴿ |
| 80 | [46] | إبراهيم | ﴿ وَقَدْ مَكَرُوا مَكْرَهُمْ وَعِنْدَ اللَّهِ مَكْرُهُمْ وَإِن كَانَتْ مَكْرُهُمْ لِيَرْزُلَ مِنْهُ الْجِبَالَ ﴿ |
| 32-14 | [125] | النحل | ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ﴿ |
| 94 | [32] | الإسراء | ﴿ وَلَا تَقْرُبُوا الزُّنَىٰ إِنَّهُ كَانَ فَحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا ﴿ |
| 68 | [28] | الكهف | ﴿ وَأَصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدْوَةِ وَالْعَشيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ... وَكَانَ أَمْرُهُ فُرْطًا ﴿ |
| 55 | [45] | مریم | ﴿ يَتَأْتِي إِيَّيَ أَخَافُ أَنْ يَمَسَّكَ عَذَابٌ مِّنَ الرَّحْمَنِ ﴿ |
| 101 | [18] | الأنبياء، | ﴿ بَلْ نَقْذِفُ بِالْحَقِّ عَلَى الْبَاطِلِ فَيَدْمَغُهُ. فإِذَا هُوَ زَاهِقٌ وَلَكُمُ الْوَيْلُ مِمَّا نَصِفُونَ ﴿ |

| | | | |
|--------|---------|----------|--|
| 96 | [18] | النمل | ﴿ حَتَّىٰ إِذَا تَوَّأَ عَلَىٰ وَادٍ اتَّمَلَّ قَالَتْ نَمَلَةٌ... وَهِيَ لَا يَشْعُرُونَ ﴾ |
| 95 | [69] | العنكبوت | ﴿ وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ﴾ |
| 57 | [21] | الأحزاب | ﴿ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴾ |
| 102-84 | [32] | الأحزاب | ﴿ يٰنِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِّنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَّعْرُوفًا ﴾ |
| س | [46-45] | الأحزاب | ﴿ يٰأَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُّنِيرًا ﴾ |
| 84 | 53 | الأحزاب | ﴿ وَإِذَا سَأَلْتُمُوهُنَّ مَتَاعًا فَسْأَلُوهُنَّ مِن وَرَاءِ حِجَابٍ ﴾ |
| ص | [16] | فاطر | ﴿ إِن يَشَأْ يُذْهِبْكُمْ وَيَأْتِ بِخَلْقٍ جَدِيدٍ ﴾ |
| 74 | [28] | فاطر | ﴿ وَمِنَ النَّاسِ وَالْدَوَابِّ وَالْأَنْعَامِ... إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ﴾ |
| 56 | [15] | الشورى | ﴿ فَلِذَلِكَ فَادْعُ وَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ ﴾ |

| | | | |
|----|--------------|----------|---|
| ن | [31] | الأحقاف | ﴿ يَفْقَهُمْ أَجِيبُوا دَاعِيَ اللَّهِ ﴾ |
| 36 | [06] | الحجرات | ﴿ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَلَةٍ فَتُصْحِرُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَدِيمِينَ ﴾ |
| 81 | [53-52] | الذاريات | ﴿ كَذَلِكَ مَا أَتَى الَّذِينَ مِن قَبْلِهِم مِّن رَّسُولٍ إِلَّا قَالُوا سَاحِرٌ أَوْ مَجْنُونٌ ﴿٥٢﴾ أَتَوَصَّوْا بِهِ ؕ بَلْ هُمْ قَوْمٌ طَٰغُونَ ﴿٥٣﴾ |
| 69 | [05] | الجمعة | ﴿ مَثَلُ الَّذِينَ حُمِلُوا الثَّورَةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا ... وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ ﴾ |
| س | [09-08] | الملك | ﴿ أَلَمْ يَأْتِكُمْ نَذِيرٌ ﴿٨﴾ قَالُوا بَلَىٰ قَدْ جَاءَنَا نَذِيرٌ ﴾ |
| 81 | -15 [17]. | الطارق | ﴿ إِنَّهُمْ يَكِيدُونَ كَيْدًا ﴿١٥﴾ وَأَكِيدُ كَيْدًا ﴿١٦﴾ فَمَهْلِ الْكَافِرِينَ أَمَهُلَهُمْ رُوْدًا ﴿١٧﴾ |
| 54 | [05] | البينة | ﴿ وَمَا أَمْرُو إِلَّا لِيعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ ﴾ |
| م | [04] | المسد | ﴿ وَأَمْرَاتُهُ حَمَّالَةَ الْحَطَبِ ﴾ |

2. فهرس الأحاديث النبوية

| رقم الصفحة | الحديث |
|------------|---|
| 67 | [الحياء لا يأتي إلا بالخير] |
| 67 | [الحياء شعبة من شعب الإيمان] |
| 68 | [من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلمه وذلك أضعف الإيمان] |
| 92 | { لا يخلون رجل بامرأة إلا مع ذي محرم } |
| 101 | { ما رأيتُ مِنْ نَاقِصَاتِ عَقْلِ وَدِينِ أَذْهَبَ لُبَّ الرَّجُلِ الْحَازِمِ مِنْ إِحْدَاكُنَّ } قُلْنَ: وَمَا نُقْصَانُ دِينِنَا وَعَقْلِنَا يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ قَالَ: "أَلَيْسَ شَهَادَةُ الْمَرْأَةِ مِثْلَ نِصْفِ شَهَادَةِ الرَّجُلِ؟" قُلْنَ: بَلَى. قَالَ: "فَذَلِكَ مِنْ نُقْصَانِ عَقْلِهَا. أَلَيْسَ إِذَا حَاضَتْ لَمْ تُصَلِّ وَلَمْ تَصُمْ؟" قُلْنَ: بَلَى. قَالَ: "فَذَلِكَ مِنْ نُقْصَانِ دِينِهَا } |

3. فهرس الموضوعات

الإهداء

شكر و عرفان

الملخص

أ مقدمة

المبحث الأول: ماهية الإعلام الجديد

2 تمهيد:

2 المطلب الأول: نشأة وتطور الإعلام الجديد.

6 المطلب الثاني: نقاط الالتقاء والتنافر بين الإعلام الجديد والتقليدي.

9 المطلب الثالث: وسائل الإعلام الجديد.

23 المطلب الرابع: خصائص الإعلام الجديد.

24 المطلب الخامس: وظائف الإعلام الجديد.

26 المطلب السادس: إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد.

28 خلاصة:

المبحث الثاني: الإعلام الجديد والدعوة

30 تمهيد:

30 المطلب الأول: مشروعية الإعلام الجديد في الدعوة.

33 المطلب الثاني: أهمية الإعلام الجديد في الدعوة.

36 المطلب الثالث: ضوابط الإعلام الجديد في الدعوة.

38 المطلب الرابع: أثر الإعلام الجديد في الدعوة.

41 المطلب الخامس: مشكلات الدعوة في الإعلام الجديد.

46 خلاصة:

المبحث الثالث: دور المرأة الداعية في الإعلام الجديد

48 تمهيد:

48 المطلب الأول: أهمية مشروعية المرأة الداعية في الإعلام الجديد.

| | |
|---|--|
| 51 | المطلب الثاني: ضوابط المرأة الداعية في الإعلام الجديد |
| 54 | المطلب الثالث: عوامل نجاح المرأة الداعية في الإعلام الجديد |
| 58 | المطلب الرابع: إسهامات المرأة الداعية في الإعلام الجديد |
| 60 | خلاصة: |
| المبحث الرابع: معيقات المرأة الداعية في الإعلام الجديد وحلولها | |
| 62 | تمهيد: |
| 62 | المطلب الأول: المعوقات المتعلقة بالمرسل "المرأة الداعية" |
| 78 | المطلب الثاني: المعوقات المتعلقة بالمتلقي "المدعوين": |
| 87 | المطلب الثالث: معوقات متعلقة بالرسالة "المضمون - المحتوى" |
| 90 | المطلب الرابع: معوقات متعلقة بالوسيلة المستخدمة "وسائل الإعلام الجديد" |
| 95 | المطلب الخامس: حلول تحديات المرأة الداعية في الإعلام الجديد |
| 105 | خلاصة: |
| 107 | خاتمة: |
| 112 | قائمة المصادر والمراجع |
| 123 | الفهارس |
| 124 | 1. فهرس الآيات القرآنية |
| 128 | 2. فهرس الأحاديث النبوية |
| 129 | 3. فهرس الموضوعات |

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ