

الخطاب الدعوي الموجه للشباب في الإعلام الجديد  
الواقع وآفاق التطوير

د محمد خليفة صديق (★)

مقدمة:

يقتضي التمكن من استعمال وسائل العصر المتطورة في مجال الوسائط الإعلامية وتكنولوجيا الاتصال، الدراسة العلمية المتأنية لما شهدته السنوات الأخيرة من تسارع مذهل في حركة الاتصالات وشيوع تطبيقات منظومة ما عُرف بالإعلام الجديد (New media) وما تحفل به من مضامين، وأثرها على المجتمع المسلم وشريحة الشباب خصوصاً، فالقاعدة الاجتماعية المستخدمة للإعلام الجديد باتت تتزايد بمتواليه هندسية، مع توسع في نطاق النفاذ إلى وسائل الإعلام الجديد ليشمل قطاعات وفئات اجتماعية عريضة ومتنوعة، وقد شعر الجميع بالإفرازات المختلفة سلباً وإيجاباً لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وما نجم عنها من تأثيرات عميقة بين فئات المجتمع المسلم، وكانت شريحة الشباب على رأس أكثر هذه الفئات تأثراً .

وقد نص ميثاق الشرف الإعلامي للمؤسسات الإعلامية ووسائل الاتصال الصادر عن المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي الذي عقدته رابطة العالم الإسلامي بمكة المكرمة بالتعاون مع وزارة الشؤون الدينية الإندونيسية في جاكرتا في 1433/1/20 هـ على "بذل قصارى الجهد للتمكن من استعمال وسائل العصر المتطورة في مجال الوسائط الإعلامية وتكنولوجيا الاتصال، والتطلع إلى الإبداع فيها مادياً ومعنوياً، والتطلع إلى الجديد النافع لها، تسخيراً لها في خدمة الإسلام والمسلمين والإنسانية"<sup>(1)</sup>.

تستهدف هذه الورقة شرح مصطلحات: الإعلام الجديد والخطاب والخطاب الدعوي، ومن ثم تناقش مواصفات الخطاب الدعوي في القرآن والسنة،

(★) أستاذ مساعد - قسم العلوم السياسية - جامعة أفريقيا العالمية.

(1) ميثاق الشرف الإعلامي للمؤسسات الإعلامية ووسائل الاتصال الصادر عن المؤتمر العالمي الثاني

للإعلام الإسلامي، موجود على موقع الهيئة العالمية للإعلام: <http://www.iiom.org/>.

جامعة القرآن الكريم والعلوم



ملف العقيدة والدعوة والفكر الإسلامي

ومستويات ذلك الخطاب ومراحله، كما تبين الورقة المشكلات التي يعاني منها الخطاب الدعوي، والسلبيات التي يقع فيها بعض ممن يتصدون لتقديم الخطاب الدعوي.

كما وتعرض الورقة لماهية ومميزات الإعلام الجديد، وإيجابيات وسلبيات التعرض له، ثم تناقش الورقة مواصفات ومحتوى الخطاب الدعوي في مناخ الإعلام الجديد، وأفاق تطوير وتجديد الخطاب الدعوي في الإعلام الجديد، ومن ثم تختتم الورقة بخاتمة وتوصيات.

## المبحث الأول

### الخطاب الدعوي .. مدخل تعريفي

الخطاب في اللغة كما يقول المقري: "خَاطَبَهُ (مُخَاطَبَةً) و(خَطَابًا) وهو الكلام بين متكلم وسماع، ومنه اشتقاق (الخُطْبَةِ) بضم الخاء وكسرها باختلاف معنيين، فيقال في الموعظة (خَطَبَ) القوم ... وجمعها (خُطَبٌ) مثل غُرْفَةٍ و غُرَفٌ فهو (خَطِيبٌ) والجمع (الخُطَبَاءُ)، وهو (خَطِيبٌ) القوم إذا كان هو المتكلم عنهم".<sup>(1)</sup>

وقد وردت لفظة الخطاب في القرآن الكريم بمعنى الكلام، قال تعالى: **چڈ ڈ ڈ ه ه ة چ [ص: ٢٣]**، ووردت أيضاً (فصل الخطاب) وهو ما ينفصل به الأمر من الخطاب، قال تعالى: **چ ڈ ق ق ق چ [ص: ٢٠]**، وفصل الخطاب أيضا الحكم بالبينّة أو اليمين، أو الفقه في القضاء أو النطق بأما بعد، أو أن يفصل بين الحق والباطل، أو هو خطاب لا يكون فيه اختصار مخل ولا إسهاب ممل، والخطاب المفتوح خطاب يوجه إلى بعض أولي الأمر علانية.<sup>(2)</sup>

(1) أحمد بن محمد بن علي المقري، المصباح المنير، الجزء 1، المكتبة العلمية، بيروت، ص 173، نسخة المكتبة الشاملة.

(2) إبراهيم مصطفى وآخرون، المعجم الوسيط، تحقيق: مجمع اللغة العربية ( القاهرة: دار الدعوة، بدون تاريخ)، الجزء 1، ص 243.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

وقال البعض إن الخطاب في اللغة توجيه الكلام نحو الغير، ثم نُقِلَ إلى الكلام الذي يقع به التخاطب. <sup>(1)</sup> و"الخطاب" رسالة ذات هدف ودلالة، وهو كلام، منطوقاً أو مكتوباً، يمثل وجهة نظر محددة من الجهة التي توجه "الخطاب"، ويفترض فيه التأثير في السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار الظروف والملابسات التي صيغ فيها "الخطاب" بدلالة الزمان والمكان. <sup>(2)</sup> وقد يتجاوز الخطاب الشكلية اللغوية الظاهرية، ويمتد إلى وسائل الإقناع ونوعية البرهان وأدوات الأسلوب البياني. <sup>(3)</sup> ومن خلال المقاربة اللغوية الماضية نتبين معاني عديدة لمفهوم الخطاب، تتضمن ما يلي: <sup>(4)</sup>

- 1 - مجموعة الرسائل اللغوية والرمزية والإيحائية والصوتية والرقمية الصادرة عن الجهة المرسله، باتجاه الجهة المستقبلة. وقد تكون الجهة المرسله فرداً أو هيئة أو منظمة أو مؤسسة، فيما تكون الجهة المستقبلة أيضاً أفراداً أو جماعات أو مجتمعات أو أمماً.
- 2 - هو نسق ثقافي واجتماعي رمزي معقد ومتشابك بين طرفين متقابلين.
- 3 - كما هو شكل من أشكال التواصل والتفاعل الاجتماعي المباشر وغير المباشر أيضاً، عبر الوسائل والوسائط الاتصالية والإعلامية المختلفة.
- 4 - وهو أيضاً نمط من أنماط التواصل بين نسقين اجتماعيين متماثلين أو مختلفين غير مباشرين.

(1) محمد علي التهانوي، كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، (بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، 1996م)، الجزء 1، ص 1197.

(2) سعيد إسماعيل علي، الخطاب التربوي الإسلامي، سلسلة كتب الأمة، رقم: 100 (الدوحة: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 2004م)، ص 25-28.

(3) بشير عبد الله المساري، لغة الخطاب الدعوي، سلسلة كتاب الأمة، رقم 143، (الدوحة: وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، 2011م)، ص 23.

(4) أحمد عيساوي، تعثر الخطاب الإسلامي المعاصر، في: الخطاب الإسلامي المعاصر " دعوة للتقويم وإعادة النظر " مؤلف جماعي، مركز البحوث والدراسات بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، 2006م، ص 442.

5 - وهو جملة المعاني المختلفة المراد زرعها أو نشرها أو ترسيخها عبر وسائل مختلفة باتجاه فئات أو مجموعات معينة في المجتمع.

6 - وهو مجموعة الرسائل المقصودة الوجهة والهدف، المراد تحقيقها في الواقع الإنساني المعني بتلك الرسائل.

أما اصطلاحاً، فالخطاب الدعوي له تعريفات متعددة منها تعريف د. أحمد الريسوني بأنه: " كل الأشكال التعبيرية والبيانية الرامية للتعريف بالإسلام وأحكامه ومقتضياته والدفاع عن قضايا المعرفة أو العملية، بغية جعل الناس يتقبلونه ويتمسكون به ويهتدون بهديه".<sup>(1)</sup> بينما يعرفه د. سعيد حارب بأنه: " ما يستنبطه الفقهاء والعلماء والمفكرون المسلمون من النصوص الشرعية الثابتة أو اجتهاد الفقهاء وآراء المفكرين، ويتم التعبير عنه بوسائل الاتصال المختلفة".<sup>(2)</sup> ويُعرفه أحمد عيساوي بأنه: " ذلك البناء الاهدائي الشرعي المتشابه والدقيق، المحكوم والمضبوط بجملة من الأنساق الفكرية والثقافية والأدبية والتاريخية واللغوية والتاريخية، يصدر عن جهة أو هيئة أو مؤسسة أو فرد مسلم متخصص، نحو الجهة المستقبلة المقصودة عبر وسائل ورموز شرعية متنوعة، لتحقيق غايات تريدها من المستقبلين، تتفق ومقاصدها، مستقلة الفضاءات

(1) أحمد الريسوني، مراجعات في الخطاب الإسلامي المعاصر، في: الخطاب الإسلامي المعاصر " دعوة للتقويم وإعادة النظر " مؤلف جماعي، مركز البحوث والدراسات بوزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، 2006م، ص 139.

(2) سعيد عبد الله حارب، الخطاب الإسلامي سماته وأهدافه، ورقة قدمت في مؤتمر مكة المكرمة الثامن (الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر)، 5-7 ذو الحجة 1428هـ، الموافق 15 - 17 ديسمبر 2007 م، ص 1.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

الزمانية والمكانية والكيانية والإمكانية في زمن التغيير والبناء".<sup>(1)</sup>

ويُعرف آخرون الخطاب الدعوي بأنه: "قيام الداعية أو المرسل بتوجيه رسالة إلى المدعويين عبر قنوات الاتصال؛ الشفاهية منها كخطبة الجمعة، أو الكتابية كالمقالات والمؤلفات والصحافة، أو الرمزية أي بالإيماء والحركة كالصلاة وأعمال الحج، أو المرئية كالبرامج التلفزيونية من خلال وسائل مشروعة كالمسجد، المدرسة، الإعلام، المؤتمرات، النوادي، الرحلات... مستعيناً بأساليب مناسبة كأسلوب الحكمة، الموعدة الحسنة، الترغيب والترهيب... بقصد تعريفه بدين الله تعالى وتوحيده وعبادته وحده لا شريك له والتأسي بنبيه محمد ﷺ والمشي على خطاه".<sup>(2)</sup>

### المبحث الثاني

#### مواصفات الخطاب الدعوي في القرآن والسنة

ليس بالضرورة أن يكون الخطاب الدعوي محصوراً في نصوص الوحي الكريم من القرآن والسنة الصحيحة، وإنما هو خطاب المسلمين، في ضوء الثوابت والمسلمات في التعبير عن الرسالة التي يوجهونها إلى الآخرين في شأن من الشؤون أو مجموعة من القضايا العامة، في زمن معين. وهو خطاب شامل لكل فئات المجتمع واهتماماته، فيخاطب كل فئة بما يمكنها من فهم الخطاب والاستفادة منه، وهو موجه كذلك لسائر شعوب الأرض وأقطارها، ليعكس صورة الحضارة الإسلامية وقيمها الأساسية، ونظرتها للعالم . يحفل الوحي الكريم بالتوجيه المستمر للدعاة إلى الله في كل عصر وزمان إلى ما ينبغي أن يتحقق في خطابهم للناس من أوصاف تمكّنهم من النفاذ إلى

(1) أحمد عيساوي، تعثر الخطاب الإسلامي المعاصر، مرجع سابق، ص 442.

(2) شهرة شفري، الخطاب الدعوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين.. دراسة مقارنة بين عبد الحميد بن باديس ومحمد البشير الإبراهيمي، رسالة ماجستير في الدعوة الإسلامية، من قسم أصول الدين بكلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، العام الجامعي: 2008-2009م، ص 17.





### المبحث الثالث

#### مستويات الخطاب الدعوي ومشكلاته

الخطاب الدعوي له ثلاثة مستويات ومراحل من حيث التدرج فيه وحمل الناس عليه، وهي: (1)

المرحلة الأولى: هي المرحلة التبليغية، وتتمحور حول التعريف بحقيقة الدين وأصوله وأهدافه وجميع مشمولاته ومضامينه، والثانية هي المرحلة التكوينية، وتتمحور حول التربية والتعليم وصياغة شخصية الأفراد والجماعات التي استجابت لداعي الله في مرحلة التبليغ، والثالثة هي المرحلة التنفيذية، وتتمحور حول تطبيق الدين بتنزيل مضامينه وأحكامه على الواقع، والانتقال به من حيز التنظير والعلم إلى حيز التطبيق والعمل.

وقد أرشد القرآن الكريم إلى هذه المستويات الثلاثة للخطاب الدعوي في قوله تعالى: **ق ف ق ق ق ج ج [الجمعة: ٢]** [فتلاوة آيات الكتاب هي التبليغ له والتعريف به ودلالة الناس عليه، والتزكية وتعليم الكتاب هي تكوين الأمة وإعدادها لتكون حاملة لمضامين الرسالة وقيمها وأخلاقها وفكرها، والحكمة هي السنة التي تمثل التطبيق العملي للأحكام ومعانيها.

وللخطاب الدعوي بعض الإشكالات التي تحيط به، منها أنه في بعض الأحيان يكون غير مواكب لتطورات العصر وظروفه وحاجة الأزمان وطبيعة الأماكن، فلكل قوم لغتهم وخطابهم الذي يناسبهم، فمن غير الممكن أن تتم مخاطبة العامي بما يُخاطب به المثقف أو المفكر أو حتى السياسي، وما يصلح خطاباً دعوياً لبيئة الشرق قد لا يصلح لبيئة الغرب، وما تخاطب به العربي المتمرس العارف للغته، قد لا يصلح لأعجمي لا يفهمها كلغة تفاهم، فضلاً عن كونها لغة خطاب أو حجة .

كذلك قد تجد داعية يتحدث مع المفكرين بقضايا أشبه ما تكون بمسلمات

(1) عبدالرحمن إبراهيم الكيلاني، اللغة في الخطاب الدعوي، مادة موجودة على الرابط:

[www.majma.org.jo/majma/res/data/seasons/31/31-10.doc](http://www.majma.org.jo/majma/res/data/seasons/31/31-10.doc)



## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

بالنسبة لهم، تجاوزتها مداركهم قبل سنوات عديدة، فهو لاء يحتاجون لإقناعهم ببرنامج الإسلام وقدرته على حل الأزمات العالمية والمحلية مثل العيش المشترك وتدهور القيم والأزمات المالية العالمية وغيرها، وبيان منهج الإسلام في تحقيق التوازن البيئي، وطرحه لمبادئ الشورى والعدل وغيرها، وليس الحديث معهم عن الطهارة وأحكامها ونواقض الموضوع...؛ ففي ذلك إشكالية من جانبين: (1)

**الأول** أن طبيعة هذه المادة لا تصلح خطاباً دعوياً، فهي مادة فقهية .  
**الثاني** أنها قُدمت لغير الفئة المستهدفة بها. فهي تقدم للمستفتين وليس للمدعوين.

ويرى بعض المختصين بالدعوة أن الخطاب الدعوي السائد في العالم الإسلامي لا يخلو من ملاحظات عليه، وهي في مجملها أقرب للسلبية منها للإيجابية، وقد تؤدي لتراجع المردود المتوقع من الخطاب الدعوي، وهي: (2)  
1 - تلؤن الخطاب الدعوي وتحوّله سلباً بحسب الظروف، والمقصود كما هو واضح هنا التلؤن والتحوّل اللذان يؤديان إلى تقهقر هذا الخطاب وانكماشه بحسب الظروف والأحوال، فتتغيّر الموضوعات أو طريقة عرضها تبديلاً أو إنقاصاً للحقائق، أو تتغيّر النبرات من نبرات قوية ثابتة وثقة إلى مترجعة ضعيفة مهتزة، ومن أسلوب هجومي إلى أسلوب دفاعي اعتذاري تبريري توفيق.

2 - الافتقار إلى الحكمة - في كثير من الأحيان - في طرح الأفكار والآراء المتباينة حول القضية الواحدة، وهذا نلاحظه لدى الدعاة وهم يخاطبون الناس وفق الرؤى التي تظهر لهم بحسب المدارس الدعوية التي ينتمون إليها، فنجد في كثير من الأحيان حرصاً من كل واحد منهم على إثبات أنه وحده الصواب، والآخرين خطأ قولاً واحداً.

3 - التركيز على الوسائل التقليدية في الدعوة قولاً أو فعلاً، وعلى المنابر

(1) وائل محمد عربيات، مراجعات في أساليب ووسائل العمل الدعوي، ورقة قدمت في الندوة العلمية العالمية المتخصصة في قضايا الدعوة الإسلامية، الخرطوم، في الفترة من 13- 15 أكتوبر 2010م.  
(3) إسماعيل محمد حنفي الحاج، ملاحظات حول الخطاب الدعوي في السودان، مجلة دراسات دعوية، جامعة أفريقيا العالمية، الخرطوم، العدد 9، يناير 2005م، ص 44.

المعروفة كذلك، وإغفال الوسائل والمنابر التي يتحقق بها بناء وإعداد الأفراد والجماعات بما يحقق منهم دعاءً مؤهلين لخدمة الدعوة. إذ يلاحظ كثرة الجهد المبذول والبرامج المنفّذة مع قلة العائد، وذلك لغياب البرامج العملية الإعدادية التي يكون فيها التدريب العملي مع المتابعة بالبرامج المتتالية المتقدّمة على أسلوب الجرات.

4 - قصر الخطاب الدعوي في كثير من الأحيان على الشباب المستقيم:

فقصر الخطاب الدعوي على هذا النوع من الشباب القريب من الدعوة والمتعاطف مع الإسلام بطبعه، وإغفال البقية ممّن هم أشد حاجة إلى ذلك الخطاب؛ فيه كثير من الإجحاف بحق من يحتاج لهذا الخطاب ومحتواه حقيقة.

5 - تمركز الخطاب الدعوي - في الغالب - في المدن الكبرى: التي تعج بأساليب الدعوة المختلفة، وإهمال القرى والهجر والوادي البعيدة، مما يعنى سيادة الجهل وعدم المعرفة بأساسيات الدين والمعرفة بالمعلوم من الدين بالضرورة في تلك المناطق، وقد ظهر ذلك في بعض المقاطع الإسفيرية التي تم تداولها أخيراً عن واقع المعرفة بالدين في قرى وبادي بعض الدول العربية.

6 - خطاب ارتجالي: ليس مخطّطاً له في كثير من الأحيان، وإنما يكون بحسب الاجتهادات الفردية، واستجابة فورية للأحداث الطارئة والتّوازل غير المتوقعة، دون توقُّع للاحتتمالات ورصد للحلول المناسبة لها عبر الخطاب الدعوي الحكيم.

7 - خطاب صفوي في بعض الأحيان: يخاطب فئة من المثقفين أو المتعلمين، بالمصطلحات التي يفهمونها، ووفق الهموم والمشكلات التي تشغلهم، ومن ثمّ حدث تحجيم لقاعدة الخطاب الدعوي وتم قصره - غالباً - على فئات معيّنة من المجتمع، وتبع ذلك تصنيف للنّاس، ومن ثمّ الابتعاد عن بعضهم والاهتمام بأخرين ممّا وسّع الهوة بين هؤلاء وأولئك.

8 - خطاب تقليدي في أكثره: يخاطب النّاس بأسلوب مبسّط وغير جاذب، بل رتابته كفيّلة بصرف النّاس عنه، بالإضافة إلى الموضوعات التقليدية التي يتم تناولها في هذا الخطاب، فهي موضوعات حُفّظت لدى الكثير من المخاطبين بسبب تكرارها وطريقة عرضها.

9 - خطاب متأطرّ بأطر محددة: قد تكون مذهبية بحسب الانتماء لجماعة أو

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

- مذهب، وقد تكون حزبية بحسب الانضواء تحت حزب سياسي أو فكري.
- 10 - خطاب أسلوبه في أغلبه نقديّ: والنقد البناء لمسيرة الدعوة ولأداء الدعوة أمر مشروع، فجهد البشر له إيجابياته وسلبياته بحسب قربه أو بعده من مشكاة النبوة. ولكن الإشكال أنّ الخطاب الدعوي الصادر من بعض من الدعوة أو غيرهم ربما يلاحظ عليه الحرص على تصيّد العثرات وتضخيم الأخطاء وإبرازها بصورة مبالغ فيها إلى درجة طغيانها على الإيجابيات.
- 11 - ضعف الاستفادة من الوسائل الحديثة: وهذه الوسائل سريعة التأثير ولا تحدها حدود، أو تقف دونها حواجز أو عوائق، مثل شبكة الإنترنت والتطبيقات الحديثة في الهاتف الجوال والأجهزة الأخرى مثل الأجهزة اللوحية وغيرها، فهي تمثل فتحاً كبيراً للخطاب الدعوي، ويمكن أن تصل بها أية رسالة أو خطاب دعوي لأقصى مدى ممكن، وبكل اللغات والأساليب والإبداعات، ولذا يجب على الدعوة التمكن من استخدامها أفضل استخدام.
- 12 - ضعف - بل ربما انعدام - وسائل تقويم الأداء للخطاب الدعوي: إنّ الأمم الناجحة هي التي ترسم الخطط بعد أن تضع الأهداف، ثم تحدد الوسائل والأساليب المناسبة لتحقيق الأهداف، ثم بعد العمل - بل وأثناءه - يكون التقويم الدقيق القائم على الإحصاءات والقياس العلمي، وبناء عليه يتم الإصلاح للانحراف أو معالجة الأخطاء لتستمر المسيرة بصورة سليمة.
- 13 - ضعف الأخذ بالمرجعية الشرعية وتحكيمها، ومن مظاهر ذلك إثارة قضايا تعد من المسلمات والثوابت والمطالبية بإعادة النظر فيها، وقلة الرد إلى الله تعالى ورسوله ﷺ في القضايا المختلف فيها، وتحدث غير المؤهلين شرعياً في قضايا شرعية محضة وغير ذلك.<sup>(1)</sup>
- أخيراً يلاحظ أنّ الخطاب الدعوي عندنا يقتصر في الغالب على المسلمين، وبناءً عليه فإنّ الوسائل المستخدمة وكذا الأساليب تركّز في كثير من الأحيان على مخاطبة المسلمين، ودعوة الإسلام موجّهة بدرجة كبيرة لغير المسلمين الذين قد يحال بينهم وبين التعرف على الإسلام، ولذا فالمسؤولية كبيرة على ولاة

(1) محمد موسى الشريف، الخطاب الإسلامي .. بين الواقع والمأمول، ورقة قدمت في مؤتمر مكة المكرمة الثامن (الخطاب الإسلامي وإشكاليات العصر)، 5-7 ذو الحجة 1428هـ، الموافق 15 - 17 ديسمبر 2007 م، ص 11-10.

الأمر من حكام وعلماء ودعاة في توصيل الدعوة إلى أولئك بالأساليب والوسائل المناسبة.

يتضح مما سبق أننا نحتاج اليوم إلى خطاب راشد يخاطب العقل ويلامس القلب ويسمو بالوجدان والحس، ويحمل المدعو على تغيير ما بنفسه، وبالتالي تغيير حاله إلى الأفضل، وبحسب حال المتلقي وقدراته ورغبته وميوله يكون الخطاب، ويكون الدخول عليه من باب اهتماماته وميوله، فالخطاب الدعوي ليس خطاباً تلقائياً عفويّاً يقدم للناس كيفما اتفق، ولا هو مجرد خطاب وعظي يقوم على أساس استثارة عواطف الناس ومشاعرهم من خلال الترهيب والترغيب غير المنضبط بالقواعد والأصول المرعية، وإنما هو خطاب علمي له أصوله وقواعده التي يرتكز عليها، وله مناهجه وطرقه التي يختطها ويسير على هداها، وله شروطه وضوابطه التي يتقيد بها، كما أن له خصائصه ومزاياه التي تميزه عن سواه.

لذلك يحتاج الخطاب الدعوي للتخطيط العميق والاحترافي؛ كي يُعطي الثمرة المرجوة، وكل من يقدم نفسه لحمل الخطاب الدعوي عليه أن يتعرف على مقومات ومرتكزات التخطيط للخطاب الدعوي، ومنها: (1)

1- ترتيب الأولويات: يتطلب التخطيط للدعوة وخطابها المناسب، وضع أولويات للخطاب وترتيبها حسب أهميتها بتقديم الأهم على المهم، فمثلاً يجب تقديم جانب العقيدة على جانب العبادات، والسير وفق الترتيب الذي سارت عليه الدعوة الإسلامية في عهد النبوة؛ حيث بدأت الدعوة بتأسيس العقائد ثم انتقلت إلى بيان الشريعة والأحكام.

2- التدرج في التطبيق: ينبغي مراعاة التدرج في الخطاب الدعوي لتطبيق وتنزيل الأولويات على أرض الواقع، سيما في معالجة انحراف الأشخاص ومعالجة الأوضاع العامة للمجتمع المسلم، فننتدرج في منهج خطابنا الدعوي؛ نطالب الناس بالإصلاح شيئاً فشيئاً، وكلما التزموا بأمر انتقلنا إلى أمر آخر، ولا نطالب الناس بالإصلاح دفعة واحدة. والأصل في هذا الباب حديث عائشة رضي الله عنها: (إنما نزل أول ما نزل منه - أي من القرآن الكريم- سورة من المفصل

(1) إبراهيم على محمد أحمد، مناهج الدعوة وأساليبها، بحث موجود على موقع جامعة أم القرى بمكة المكرمة، على الرابط: <https://uqu.edu.sa/page/ar/199413>.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

فيها ذكر الجنة والنار، حتى إذا تاب الناس إلى الإسلام، نزل الحلال والحرام، ولو نزل أول شيء لا تشربوا الخمر، لقالوا لا ندع الخمر أبداً. ولو نزل لا تزنوا، لقالوا: لا ندع الزنا أبداً<sup>(1)</sup>.

3- مراعاة الأحوال والأعمار والمستويات: مراعاة أحوال المدعويين تكون بأن نلبس لكل حالة لبوسها، فنخطط وننظم لحالة الحرب ونضع لها ما يناسبها من مناهج دعوية، ولحالة السلم ما يلائمها من منهج، وهكذا، وتكون مراعاة الأعمار بأن نخطط وننظم للشباب خطاباً دعوياً يراعي خصوصية وخطورة المرحلة التي يعيشونها والوصول بها إلى بر الأمان بلا إفراط أو تفريط، ونخطط للكبار بما يناسب أعمارهم ويلبي حاجياتهم ويشبع رغباتهم. أما ما يخص المستويات فعلينا أولاً أن نقسمها إلى مستويات علمية واجتماعية. ففي الأولى يجب أن نراعي العالم ونضع له ما يناسبه من خطط ونظم منهجية تروقه. والأميّ نضع له ما يلائمه من خطط ونظم تراعي وضعه، وتلبي رغباته بما ينسجم مع فهمه ووعيه، أما المستويات الاجتماعية فعلينا أن ننزل الناس منازلهم، ونكرم عزيز قوم ذل. فنخطط للحكام ما يناسبهم واضعين في الاعتبار ما يتطلبه المنصب، ونخطط للوجهاء بما يمكن أن يؤثر فيهم ويؤدي إلى صلاح حالهم، وتقويم اعوجاجهم وفق منهج دعويّ مُعد بإحكام.

## المبحث الرابع

### الإعلام الجديد ماهيته ومميزاته

يشير مفهوم الإعلام الجديد (New media) بحسب د. مارتن

ليستر Lester إلى مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي

(1) محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، مرجع سابق، الجزء 12، باب تأليف القرآن، ص 343.

د.محمد خليفة صديق

والصوت والفيديو<sup>(1)</sup>. ويمكن القول إن مصطلح الإعلام الجديد ظهر ليُشير إلى: "المحتوى الإعلامي الذي يبيت أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من مجموعة وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة والإذاعة والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية"<sup>(2)</sup>.

و(الجدة) المشار إليها في التعريف السابق والتي يتسم بها هذا النمط من الإعلام هي جدة نسبية، بمعنى أن ما يكون جديداً اليوم قد لا يكون جديداً في الغد، أو أن ما نراه غير جديد اليوم كان جديداً بالأمس. ولذا فإن بعض منظري مفهوم الإعلام الجديد مثل جينتلمان وبنجري قد أصلاً لظهور الإعلام الجديد ابتداءً من ظهور التلغراف عام 1740م، وبنينا فكرتهما على مبدأ الحالة الانتقالية للإعلام.

وتعد شبكة الإنترنت أبرز نماذج الإعلام الجديد، بل هي الأم الرؤوم له، وقد ساعدت الإعلاميين وغيرهم لتوفير خدمات ممتازة لمستخدمي الشبكة في مجال المعلومات والأخبار عبر منافذ كثيرة وبأشكال متعددة.<sup>(3)</sup> وهذه الشبكة العنكبوتية تتجاوز الحدود الجغرافية وتتسم بالعالمية وسقوط الحواجز الثقافية وغيرها بين أطراف عملية الاتصال، وهي تعمل الآن كوسيط يسهم في تجاوز الحدود والحواجز الثقافية بين هذه الشعوب. وقد استغل الإنترنت كل صاحب فكرة سوية أو ضالة في الدعوة لمبادئها وتعاليمها، فهو من أقوى وسائل الدعوة - إلى الحق أو إلى الباطل- وتعمير الإنترنت بالدعوة من الخير المحض والمصلحة الخالصة، ومن أسباب دخول الناس في دين الله، ومن أسباب حصول بعض ممن يتابعونه من المسلمين على جرعات من التحصين والعلم النافع.<sup>(4)</sup>

(1) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، في: أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009م، ص: 512.

(2) رضا عبد الواحد أمين، استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، مرجع سابق، ص: 516-517.

(3) علي محمد شمو، المسلمون والتقنية الإعلامية، ورقة قدمت في مؤتمر مكة المكرمة الحادي عشر: (التحديات الإعلامية في عصر العولمة) في الفترة من: 5- 7 / 12 / 1431 هـ، ص: 20.

(4) عبد الله الزبير عبد الرحمن، فصول في فقه الدعوة، (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة، 2012م)، ص 117-118.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى أربعة أقسام هي: (1)

- أ. الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها.
- ب. الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
- ج. الإعلام الجديد على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

د. الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.  
وقد تبارى علماء الاتصال في وضع وتحديد مميزات خاصة للإعلام الجديد، من هؤلاء فين كروسبي (Vin Crosbie) الذي يرى أن الإعلام الجديد يتميز بالرسائل الفردية التي يمكن أن تصل في وقت واحد إلى عدد غير محدود من البشر، بجانب أن كل واحد من هؤلاء البشر لديه نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة (2)

يلاحظ المتعامل مع تكنولوجيا الإعلام الجديد أنها تتميز بمميزات عديدة، أبرزها التفاعلية (Interactivity) وهي الميزة التي تعطي للمشاركين دوراً مؤثراً في عملية الاتصال، بحيث يتبادل المستقبل دوره مع المرسل ويستطيع المشاركة الإيجابية في الاتصال، وهناك سمة تفتيت الجماهير، حيث يمكن للمشاركة أو الفرد الحصول على رسالة خاصة غير جماهيرية أو مميزة عبر الوسيلة الاتصالية، مثلما يحدث في عملية الاتصال الشخصي، وهناك ميزة أن عملية الاتصال تتم في وقت مناسب للفرد مثل رسالة الفاكس أو البريد الإلكتروني، حيث لا تتطلب من الفرد أن ينتظرها، بل تأتي إليه في أي وقت

(1) عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة، ورقة منشورة على موقع البوابة العربية لعلوم الاتصال، ص: 6-7.

(2) Crosbie, Vin, (1998). What is New Media?

(<http://www.digitaldeliverance.com/philosophydefinitiondefinition.Html>) Accessed July. 2006.

ويطلع عليها عندما يصل إلى مقره، وهي ما تعرف باللاتزامنية. يرى البعض أن التفاعلية هي أبرز ميزات الإعلام الجديد لقدرتها على تحقيق التفاعل مع الجمهور وتوفير رجع صدى فوري مباشر، وأداة للتفاعل الفعلي بين المرسل والمتلقي وبين المستخدم والمضمون، وهي تمثل التفاعل القائم على أساس تبادل الرسائل أو التغذية العكسية (Feedback)، وهي عنصر أساس من عناصر الاتصال المؤثر. والتفاعلية يراد بها، من جهة التفاعل بين المصدر أو المرسل وبين المستقبل، ومن جهة أخرى، التفاعل بين المستخدمين أو الجمهور نفسه، سواء تم ذلك بواسطة المصدر ومشاركته أو بدونها، وبانت اليوم تتمثل في الدور الذي تحوّل المتلقي بمقتضاه إلى فاعل في "وضع الأجندة" وإنتاج المحتوى.<sup>(1)</sup>

من المهم التعرف على العوامل المؤثرة في عملية التفاعل مع وسائط الإعلام الجديد، سيما شريحة الشباب، فهذه العوامل يظهر تأثيرها الواضح على هذه الفئة وغيرها، ومنها: البعد الديني والوطني وهو يؤدي دوراً مهماً في تلقي المعلومة سواء للاستهلاك أم التفاعل، فالبعد الإسلامي مثلاً يؤدي دوراً مهماً في التفاعل والاستهلاك، حيث نلاحظ الاهتمام بقضايا القدس وفلسطين وقضايا المسلمين في مناطق الأقليات في أوروبا وآسيا وغيرها، وكذا المنافسات الرياضية حين يكون المشارك مسلماً أو عربياً، وهناك بُعد الوسيلة والفاعل، حيث إن وسائل الإعلام المكتوبة من خلال مواقعها الإلكترونية فتحت فضاءات كبيرة للتواصل مع الغير، بجانب بُعد الأنوية، حيث أضحت الحداثة مهمة وأساسية للتواصل والتفاعل والاستهلاك الإعلامي، فكلما كان الصحفي حديثاً في معلوماته كان التواصل معه أكبر.<sup>(2)</sup>

ولا تقتصر القدرة علي التفاعل علي الإنترنت، بل سعت الفضائيات لتحقيق ذلك عبر حضورها على المواقع الإلكترونية لها، حيث نجد أن لكل قناة موقعاً

(1) جاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية "دراسة تحليلية لعينة من الصحف الإلكترونية العربية" في: أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009م، ص: 397.

(2) ساعد ساعد، الشباب العربي والمضامين الإعلامية الإخبارية بين الاستهلاك والتفاعل، ورقة قدمت في مؤتمر الشباب والاتصال والميديا، جامعة منوبة، تونس، 31-16 أبريل 2010م.



## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

إلكترونيا يحقق لها نمطا من التواصل التفاعلي مع الجمهور، كإبداء الآراء وتبادل الأفكار وتقديم الاقتراحات بخصوص المضامين الإعلامية التي يتم بثها، والانخراط في سبر الآراء والمسابقات، بجانب صفحات تفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيس بوك، وتويتير، ويوتيوب، وانستجرام، وتطبيقات التراسل الفوري مثل واتساب وغيرها.

### المبحث الخامس

#### تعرض الشباب للإعلام الجديد بين السلب والإيجاب

رغم التخوف الذي يبديه بعض الباحثين من تأثير سالب لثورة الاتصال والإعلام الجديد، فإن هناك من يدافع ويؤيد التعاطي الإيجابي معها، حيث يرون أن آثار ثورة الاتصال تفيد في الانفتاح الذي يؤدي إلى اكتشاف نقاط الضعف والخلل في بنية العلاقات المتبادلة بين الشعوب والأمم والحضارات والثقافات المختلفة، وفي مناخ الإعلام الجديد صارت المعلومات متاحة بسرعة الضوء، وتمكنت شعوب العالم من الاطلاع على ما يدور في مناطق النزاع الغارقة في التعقيم مثل غزة الفلسطينية وما فيها من مذابح ودمار وخراب هز ضمير العالم، وما يحدث لأقلية الروهنجيا المسلمة في ميانمار (بورما)، وما حدث لمسلمي أفريقيا الوسطى وغيرهم.

كما أصبح الإعلام الجديد سيد الموقف في التجارة والاقتصاد والاتصال والأسواق وتفاعل الحضارات وتلاقى الثقافات، وأصبح الإنترنت كأبرز مظهر للإعلام الجديد مصدراً لاستهلاك المحتوى المعلوماتي بشكل لا يضاهيه أي مصدر آخر؛ إذ إنه يندر أن نجد موقعاً على الشبكة لا يهتم بتوفير المحتوى لزواره سواء أكان هذا الموقع شخصياً أو حكومياً أو تجارياً، فمعظم المواقع تستخدم المحتوى كوسيلة لجذب الزوار وإقائهم على صفحاتها لأطول فترة ممكنة<sup>(1)</sup>.

ويلاحظ على فئات جمهور مستخدمي الإنترنت سيما الشباب أنهم أكثر نشاطاً ومشاركة في العملية الاتصالية بتأثير التفاعلية التي يتميز بها الاتصال الرقمي، وبالتالي فإننا نتوقع أن يتخذ الفرد قراره في استخدام الإنترنت عن وعي

(1) بتصرف من الموقع العربي الأول للإعلام الجديد <http://www.ekateb.net>.

كامل بحاجاته التي يريد إشباعها ومدى إشباع تلك الحاجات من استخدام الإنترنت مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى، ويتمثل هذا الاستخدام في الاتصال بالآخرين من خلال الوسائل والتطبيقات المتاحة على شبكة الإنترنت، سواء أكان المستخدم مرسلأ أو مستقبلاً، بجانب تصفح المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت لتلبية الحاجات المتنوعة.

ومن أبرز ما أفرزته ثورة الإعلام الجديد من سلبيات: موضوع تلم الخصوصية والثقة وإظهار المعلومات؛ ففي ظل الإعلام الجديد أصبحت المجتمعات الإنسانية الحديثة تعيش بدون حواجز محصنة للخصوصية، وأصبح من الصعب جداً إخفاء المعلومات أو التعتيم عليها، وتم إلغاء قيود الزمان والمكان مما كان له أثر ملموس على الحق في الخصوصية، والتي تُعرّف بأنها: (صيانة الحياة الشخصية والعائلية للإنسان بعيداً عن الانكشاف أو المفاجأة بغير الرضا الكامل).<sup>(1)</sup> والناظر للبيئة الاتصالية والمعلوماتية المعاصرة، يلاحظ بوضوح تزايد مخاطر التقنيات الحديثة على حماية الخصوصية، مثل تقنيات مراقبة الكاميرات، ووسائل اعتراض ورقابة البريد والاتصالات بالإضافة إلى مراقبة بيئة العمل وغير ذلك.

ومن سلبيات التعرض للإعلام الجديد كذلك التأثير على قيم ومعتقدات وسلوكيات الشباب المسلم، وظهور بعض الأمراض العضوية المختصة بالتكنولوجيا مثل أمراض العيون والجهاز العصبي وإدمان التكنولوجيا الرقمية، كما تنامي كذلك التأثير الإعلامي السلبي تجاه جرائم العنف؛ حيث تؤكد العديد من الدراسات أن 5%-50% من أعمال العنف التي يشاهدها العالم في هذه الأونة ترجع للتأثير السلبي لوسائل الإعلام الجديد على النشء والشباب. كما يسهم الإعلام الجديد في تعزيز الفردية، التي تتغول دوماً بفعل التقدم التقني وتغير بعض أنماط وطرائق المعيشة، فالتعرض للإنترنت زاد من عزلة الشاب عن المحيطين به مباشرة من أفراد الأسرة والأصدقاء والزملاء، ودمجه في مجتمع افتراضي، ليصبح له أصدقاء من شتى أرجاء المعمورة قد لا يلتقيهم وجهاً لوجه أبداً، لكنه يتواصل معهم ويقضي بصحبته ساعات طويلة عبر

(1) عبد المحسن بدوي، مشكلات الإعلام الجديد، في: أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009م، ص: 94.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

"البريد الإلكتروني" أو "المانجر" أو "الشات" أو "الفيس بوك" أو "واتساب" أو غيرها. ومثل هذا الوضع قد تكون له تأثيرات بعيدة في المستقبل بإعادة تشكيل الهويات والانتماءات.

إحدى الدراسات التي دارت حول شبكات التواصل الاجتماعي ( Social Network) - إحدى أبرز مظاهر الإعلام الجديد- ودورها في إكساب الشباب

مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية؛ كشفت أن نسبة كبيرة من الشباب عينة الدراسة يتعرضون دائماً لهذه الشبكات بنسبة 56.7%، أما الذين يتعرضون أحياناً جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 36.1%، وعُزي هذا التعرض بحسب رؤية الشباب عينة الدراسة إلى أن الشبكات الاجتماعية لها دور فعال في التواصل والمشاركة من خلالها في كافة القضايا والأحداث المجتمعية،

وباعتبارها إعلاماً تفاعلياً يتيح لهم التعبير عن الرأي والذات وتبادل الآراء والمعلومات. كما أظهرت الدراسة أن شبكة التواصل "فيسبوك" Facebook جاءت في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام بالنسبة للشباب عينة الدراسة بنسبة 81.7% ، يليها في المرتبة الثانية موقع "يوتيوب" YouTube بنسبة

58.3%<sup>(1)</sup>

وفي دراسة أجريت لتحليل مضمون 70 ساعة من الحوارات الصوتية التي تمت عبر موقع البال توك (Paltalk)<sup>(2)</sup>، لتبحث في استخدامات شبكة

الإنترنت في مجال الهوية العربية والفرص التي تتيحها في مجال تدعيم هذه الهوية أو إضعافها، والتحديات التي تواجه توظيف هذا النوع من الإعلام في هذا المجال، وقد انتهت الدراسة إلى أن الهوية الدينية وخاصة الإسلامية، قد استأثرت بجل اهتمام المتحاورين، تليها الهويات المتعلقة ببلد المستخدم، ثم الهوية القومية، وأكدت الدراسة إمكانية الاستفادة من هذه الغرف الحوارية، وأهمية تضافر الجهود الإسلامية للدخول في نقاشات واعية لدرء الشبهات

(1) جيلان شرف، دور الشبكات الاجتماعية في إكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، العدد الثاني، 2010م.

(2) هو موقع يوفر آلاف الغرف الحوارية في شتى المجالات، يتميز بأوضاع مثالية للمحادثة، حيث يوفر لكل شخص أن يعبر عن مواقفه، طموحه وحاجياته، وأن يشارك بالمحادثة والحوار والسؤال.

د.محمد خليفة صديق

المطروحة حول الهوية الإسلامية، وإمداد الغرف المخصصة للرد على الشبهات المثارة بالعلماء المتخصصين، كما نهت الدراسة إلى أهمية العمل على الإفادة مما يتيح الإنترنت في مجال الحوار بين الثقافات وطرح قضايا المسلمين العادلة، وتعليم اللغة العربية لغير الناطقين بها، وربط الجاليات المسلمة المهاجرة بأوطانها. (1)

كما أظهرت دراسة مسحية دعمتها مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية شملت 1235 شاباً تتراوح أعمارهم بين 15 و 25 سنة أن مجموع الشباب الذين يتابعون القنوات الفضائية التي لا تقدم ما يحتاجه الشباب لإشباع الجانب المعرفي لديهم يتجاوز 68% ، وأن من يتابع القنوات الرياضية يصل إلى 26% ، وهذا يعني أن ثقافة هؤلاء الشباب ضحلة جداً، وذلك عائدٌ إلى أن تلك القنوات لا تقدم المعلومة الإثرائية التي يحتاجها الشاب في هذا العمر. (2)

من الواضح أن هذا النوع من الإعلام قد صرف الشاب المسلم عن القراءة والأطلاع من خلال ما يقدمه من برامج مسلية وجذابة ومتنوعة في معظمهما؛ وبالطبع فهي تهدف إلى التسلية والترويح واللهو بغرض استقطاب أكبر شريحة ممكنة من جماهير الشباب، كما نلاحظ أنه كلما زادت أهمية ساعة البث بسبب زيادة أعداد المشاهدين، كانت المادة هشة وضعيفة المحتوى وترسخ لثقافات دخيلة مثل قصص الحب والغرام المفتعلة، وتقديم مرتكبي جرائم المخدرات، والرشوة، والاختلاس بطرق محسنة، وهو ما يؤدي في النهاية لتسطيح الوعي عند الشباب وشغله بأمور ثانوية، وخلق حاجيات اتصالية وإعلامية بعيدة كل البعد عن الاحتياجات والانشغالات المفترضة لديه.

كما لاحظ بعض علماء الإعلام العرب أن الإعلام بالمنطقة العربية تقل فيه الوظائف المهمة المعروفة للإعلام مثل التنشئة الاجتماعية، والمناقشة والحوار، والتعليم، والتثقيف، ويركز على البرامج الترفيهية بنسبة عالية جداً، ثم البرامج الإخبارية والتربوية والدينية بنسب أقل بكثير من الأولى. (3)

(1) عبد الرحمن الشامي، الإعلام الجديد بين التثقيف والتجميع ، مجلة جلوبال ميديا جورنال (القاهرة : الجامعة الأمريكية ، العدد 1 ربيع 2005م).

(2) الإعلام الرقمي (الإعلام الجديد).. أدوات تواصل متنوعة ومخاطر أمنية متعددة، بحث بدون مؤلف، موجود على الرابط: [http://sama-sa.blogspot.com/2012/05/blog-post\\_03.html#.VVSKQCyL7IU](http://sama-sa.blogspot.com/2012/05/blog-post_03.html#.VVSKQCyL7IU)

(3) مصطفى المصمودي، النظام الإعلامي الجديد (الكويت: سلسلة عالم المعرفة ، 1985 ، ص: 293.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

وشهدت المجتمعات العربية والإسلامية في مناخ الإعلام الجديد تغيرات مهمة خلال فترة زمنية قصيرة على المستويات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية كافة، مما كان له الكثير من الآثار على البنيان المجتمعي والبناء القيمي والتحويلات الثقافية في الحياة وفي أشكال السلوك. وتظل الخطورة ماثلة بنوعية البرامج والمضامين التي تحملها وسائط الإعلام الجديد والقيم التي تبشر بها، وباب الخطورة الرئيس يأتي باعتبار أن وسائل الاتصال الإلكترونية تعزز السطحية لدى الشباب والميل للبرامج الخفيفة والتسلية وترسخ التقاليد الشفاهية، القائمة على القيل والقال والرواية الشفوية، وليس القراءة المتأنية العميقة والتحليلية، مع تدهور في اللغة، حيث يستخدم الكثير من الشباب وغيرهم اللغة المحكية وهي خليط من الفصحي والدارجة واللغات الأجنبية أحياناً، أو ما بات يُعرف بالعربيزي.<sup>(1)</sup>

وفي دراسة مصرية حول التعرض للإنترنت لدى شباب الريف جاءت المواقع الترفيهية في الترتيب الأول من حيث تفضيل أفراد العينة لها، بينما جاءت المواقع الثقافية والسياسية في الترتيب الرابع والخامس، وهذا يعني أن أكثرية الشباب تتردد على مواقع الإنترنت لأغراض غير مفيدة، والخطورة هنا أن هؤلاء الشباب تقل أعمارهم عن ثلاثين عاماً، الأمر الذي يؤدي إلى الإدمان السلبي للإنترنت (Negative Addiction)، حيث يرتبط هذا النوع من الإدمان، بانخفاض التفاعل الاجتماعي في المنزل، وكذلك نقصان الوجود السيكولوجي الأفضل، وهذا يزيد من الاكتئاب والعزلة والعصبية، ومن خلال إدمان الإنترنت ينفصل الفرد عن ذاته وعن الواقع الحقيقي.<sup>(2)</sup>

وعن طريق آلة الإعلام الجديد تمكن الآخر من رسم صورة ذهنية راقية وبريئة لنفسه، في مقابل صورة قبيحة وسيئة تلتصق بالعرب المفكرين والمسلمين المتخلفين من وجهة نظرهم، وهناك بعض الأسباب التي أسهمنا فيها بتخاذلنا عن الإسهام في صنع الحضارة العالمية، مع أن المطلوب أن تنعكس التغيرات

(1) هي لغة شائعة بين الشباب يتم فيها دمج اللغة العربية بالإنجليزية لتكون سهلة عليهم وسريعة وسلسة، ويرون أنها تعطيهم اعتباراً ذاتياً وشخصياً وتفقاً على الآخر - أحياناً - حسب اعتقادهم.

(2) عبد الجواد سعيد، التعرض للإنترنت وعلاقته ببعض الآثار النفسية لدى شباب الريف، في: أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009م، ص: 194.

والتطورات الجديدة في مجالات التقنية الحديثة والحوسبة ووسائل الإعلام الجديد على الإنسان، وبالتالي تنعكس في ثقافته وحرکته الفكرية، فالثقافة مطلوب منها أن تكون ذراعاً حقيقية لوسائل التقنية الحديثة والتعليم والاقتصاد والسياسة والمجتمع بمختلف فئاته<sup>(1)</sup>.

### المبحث السادس

#### مواصفات ومحتوى الخطاب الدعوي في مناخ الإعلام الجديد

منح الإعلام الجديد الدعاة وسيلة كبيرة ومميزة لممارسة دعوتهم للناس والتفاعل معهم، وأعطى بعداً جديداً للدعوة إلى الله تعالى، وأصبح من أهم الوسائل لنشر الدعوة الإسلامية، كأحدث وسائل تكنولوجيا المعلومات السهلة والميسرة، فهو يتيح للمستخدمين الحصول على معلومات مقروءة ومسموعة ومرئية في آن واحد، وجمع الخير كله في مكان واحد: الكتاب والمطبوع، والصور، والأفلام والفلشات، والصوت. والدعوة إلى الله تعالى عبر الإنترنت أصبحت من الضرورات التي لا يمكن التخلف عنها، ولا يمكن بحال تجاهل تأثيرها على أفكار وسلوك المدعويين، خصوصاً في ظل وجود الكثير من المواقع التي سخرها أعداء المسلمين إما لتثويهِ الإسلام الصحيح، أو لدعوة الناس لأفكار وسلوكيات ضالة ومنحرفة.

ينبغي لأي خطاب دعوي إسلامي يعمل في مناخ الإعلام الجديد أن ينطلق من أخلاقيات وقيم تعبر عن قيم المرسل، وأهم هذه الأبعاد القيمية: الصدق، باعتباره الدافع لأدبيات التعامل مع المادة الإعلامية، وأن يتحمل الإعلامي مسؤولية الصحة من أخباره؛ بمعنى أنه لا يجوز نقل أي خبر أو معلومة دون التحقق منها، والتحري بشأنها، والتزام الدقة في معالجتها، والحذر من نشرها قبل الاستيثاق منها، بجانب قيمة احترام الكرامة الإنسانية، ويقضي ذلك عرض

(1) محمد أحمد القضاة، الثقافة كمتغير في الاتصال التفاعلي عبر وسائل الإعلام الجديد في: أبحاث مؤتمر الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، 2009م، ص: 453.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

الأخبار والصور بما لا يمس هذه الكرامة، بجانب استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات، بحيث لا يجوز استعمال أساليب مثل الخداع والابتزاز والتلاعب بالأشخاص مثل التسجيل أو التصوير غير القانوني. كما يجب على الإعلامي أو الداعية أو من يقوم مقامهما تحري العدالة التي تقتضي توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور والابتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة.

كما ينبغي للإعلام الجديد والتقليدي أن يتولى الرد على التساؤلات والاستفسارات التي لا يجد المتلقي حلاً لها، وذلك من خلال إجابة العلماء عنها، ويسهم في تفسير الظواهر الطبيعية والعلمية تفسيراً دينياً صحيحاً يكشف عن حقيقة هذا الدين وصلاحيته لكل زمان ومكان، ويعمل لربط مشاعر المتلقين وإيجاد وجدان عام بالإحساس والانتماء إلى ثقافة واحدة وذلك بما تقدمه من موضوعات مختلفة وخاصة ما يتصل منها بالتاريخ الإسلامي، إلى جانب غرس العقيدة الصحيحة في أذهان المتلقين بأسلوب عصري جذاب.

وفي ظل التجاذب على المحتوى في الإعلام الجديد لا بد من وضع رؤية تعين على تأطير مسار نوع من الإعلام يمكن أن نطلق عليه الإعلام الدعوي ليلعب دوره ورسالته السامية في تبصير الناس بأصول وأحكام الدين الإسلامي بأسلوب سهل مبسط يسهل على الرجل العادي فهمه، ومحاربة البدع والخرافات والفرق الضالة التي تحاول النيل من الإسلام والتصدي لأعداء الإسلام فيما يثيرونه من طعون واقتراءات وشبهات حول الإسلام وتدعيم القيم الدينية في المجتمعات الإسلامية<sup>(1)</sup>.

ورغم الضعف البائن للتوظيف الأمثل لهذا الإعلام الوليد، تظل تقنيات الإعلام الجديد سلاحاً مهماً وأداة ممتازة قليلة التكاليف وواسعة الانتشار لبناء خطاب دعوي مجتمعي يناقش ويحلل قضايا المجتمع المسلم، وهو ما يقتضي العمل الجاد والمؤسسي للاستفادة القصوى من تقنيات الإعلام الجديد، والجّد في التعرف على آليات تطوير فنيات ومحتوى الإعلام الجديد، والإسهام في ترشيد الخطاب الدعوي، بنشر العلم الصحيح والقضاء على الجهل أو محاصرته،

(1) زاهر محمد البيك، الصحافة الدينية، بحث قُدم لقسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية - غزة، موجود على موقع الجامعة على الإنترنت، ص: 8.

د.محمد خليفة صديق

ومعالجة الظواهر الفردية الشاذة بالحكمة والبصيرة اللائقة بها زماناً وواقعاً  
وحالاً، ويتأتى هذا بالعلماء الراسخين، والحكماء ذوي العقل والفتنة والمعرفة،  
ليُقَدِّموا خطاباً دعوياً بخصائص مميزة واحترافية عالية.

ومما تنبغي مراعاته في خطابنا الدعوي المطروح في وسائط الإعلام  
الجديد بأشكالها كافة، أن يتميز بالموصفات التالية: (1)

أولاً- أن يكون خطاباً تأصيلياً قائماً على علم وبصيرة ورؤية واضحة.  
ثانياً- أن يكون خطاباً يتسم بالمراجعة والتقويم ليستفيد من الماضي ويبني  
الحاضر وينطلق نحو المستقبل.

ثالثاً- أن يمتاز بالوعي ومراعاة الأولويات وإظهار القيم المشتركة  
واتخاذها قاعدة للحوار.

رابعاً - أن يكون خطاباً منفتحاً على الآخرين، وتوافقياً لا يعتمد منهج  
الإقصاء والإبعاد، ويعلي قيم التسامح ويظهر جوانب الرحمة التي فرض بها  
الدين.

خامساً- أن يكون خطاباً تفاؤلياً ينعش الأمل ويبعث النظرة الاستشرافية  
نحو المستقبل.

سادساً - أن يكون خطاباً مُربياً ويُعيد بناء الشخصية المسلمة.

سابعاً- أن يكون خطاباً دعوياً يتبنى هموم الأمة، ويفجر طاقات الناس  
ويستثمرها .

ثامناً- أن يكون خطاباً مبادراً، ويركز على الإيجابية والمسئولية الفردية.

تاسعاً - أن يكون خطاباً مؤسسياً، قائم على التخطيط وبعيد عن الارتجال .

عاشراً - أن يكون خطاباً يدعو إلى التدرج ويتسم بالتيسير والبعد عن  
التعسير، ويخضع للمراجعة ليتلاءم مع الواقع المعاصر دون تفریط في  
المقاصد.

يلاحظ بعض المختصين أن الخطاب الدعوي في الإعلام الجديد تحول في

بعض من مظاهره إلى مجرد مكاتبات إلكترونية للفتاوى ووجهات النظر الفكرية  
ومواقع على شبكة الإنترنت؛ وقع بعضها في مجازفة تزكية النفس في الفكر

(1) أحمد محمد زايد، ملامح الخطاب الدعوي في المرحلة الجديدة، بحث موجود على موقع صيد الفوائد، على

الرابط: <http://www.saaaid.net/book/open.php?cat=83&book=8224>



## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

والرأى والرؤية من خلال ما تنتشر من صفحات، وهو ما قد ينافي مبدأ إعلاء الحق والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والتواصي بالصبر والحث عليه، كما أن ثمة مقاصد وأهدافاً دعوية كثيرة تتناقض غاياتها مع بعض مظاهر الواقع المائل في الإعلام الدعوي الجديد، الذي لا يكثرث في بعض الأحيان بهذه المقاصد، وإنما يهتم بتعميق وتزويق الخطاب وتكثيره ومراكمته وإبلاغ وجهة النظر الخاصة به عن الإسلام دون الاهتمام بالمقاصد العليا للدعوة نفسها.<sup>(1)</sup>

وشكّل انسحاب بعض الدعاة الناشطين في ساحة الإعلام الجديد من معترك الدعوة العملية والتدافع مع الباطل وجهاً لوجه على الأرض وفي الميدان، لتحقيق الذات في ميدان الدعوة بالاتصال الإلكتروني الناعم، كمظهر يستحق الدراسة، فيتحول الداعية بموجب ذلك من كائن رباني لعمارة الحياة وحمل الأمانة، إلى مجرد صفحة في موقع متجول وكائن افتراضي في تمامه إلكتروني يغيب فيه الداعية من الزمان والمكان غياباً تاماً، ويتستر وراء الشاشة والضوء.<sup>(2)</sup>

بجانب ما سبق تفرض علينا متطلبات عصر الإعلام الجديد والتعامل معها ، تجديد الخطاب الدعوي، وتعهده بالتحسين، والترزين، والتطوير، واستعمال لغة وأسلوب يفهمه أهالي العصر، وشباب الأمة، فلكل زمان ما يصلح لأهله وينفعهم، والحياة تتضح بالمستجدات والمكتشفات يومياً، فلا بُد من وعي الدعاة بها، وأن يتجاوزوا إطار التقليدية والرتابية في الدعوة، وأن تظهر على خطابهم الدعوي لمسات التجديد والجمال في الشكل، والمحتوى، والآلة، والأداء الذي يندغم في العصر، وينهل من معين ثقافته دون ذوبان.

فالخطاب الدعوي يتجدد مع ظروف الزمان والمكان وأوضاع المخاطبين، ولذلك فإن علينا مراجعة هذا الخطاب من حين لآخر، وتبدو المراجعة أكثر إلحاحاً في عصرنا الحالي؛ لعدة عوامل نذكر منها:<sup>(3)</sup>

(1) سر الختم عثمان الأمين، الخصائص المتجانسة والمتناقضة للإعلام الجديد مع مقاصد الدعوة الإسلامية، ورقة قدمت في ندوة الدعوة والإعلام الجديد التي نظمتها منظمة الدعوة الإسلامية بالتعاون مع جامعة أم درمان الإسلامية، الخرطوم، ديسمبر 2014م، ص 5.

(2) المرجع السابق، ص 10.

(3) سليمان صديق على، تجديد الخطاب الإسلامي تجاه الأخر (أصحاب الملل والديانات الأخرى نموذجاً)، ورقة قدمت في الندوة العلمية العالمية المتخصصة في قضايا الدعوة الإسلامية في السودان، الخرطوم، في الفترة من 13- 15 أكتوبر 2010م.

- 1 - كثافة القضايا المعاصرة والمطروحة أمام علماء ومفكري الإسلام حول أوضاع الأقليات السياسية وغير المسلمة والقضايا الاقتصادية المتعلقة بالتنمية وعدالة توزيع الثروة والفرص والقضايا الاجتماعية المتعلقة بالبناء الاجتماعي والأسرة والمرأة وغيرها من القضايا التي استحوذت على الاهتمام في العالم الإسلامي، مع ضعف الخطاب الإسلامي في معالجتها.
  - 2 - التطور الواسع في وسائل الاتصال والمواصلات والخطاب الإعلامي مقارناً مع محدودية وتقليدية وسائل الخطاب الإسلامي.
  - 3 - تنامي روح الكراهية والتطرف تجاه الإسلام بعد أحداث 11 سبتمبر، وتعمق روح المجانبية بين الشرق والغرب نتيجة الانحياز الأمريكي الأوروبي المستمر إلى إسرائيل والضغوط المتواصلة على الدول الإسلامية والمضايقات التي تعرض لها العمل الخيري الإسلامي والدعوى وملاحقات المسلمين في دول المهجر الأوروبي بترتيبات الحرب على الإرهاب وأدوات تعديل قوانين الهجرة وفعاليات الإدماج في المجتمع الأوروبي.
- وينبغي أن يُعلم أن تجديد الخطاب الدعوي، لا يعني التغيير الكامل للدين، وتبديل أحكامه ومسلماته، كما قد يتوهم البعض، بل هو تجديد لغته وأدائه ومقوماته ووسائله وطرقه، والرقي بها حضارياً ليتقبلها الناس ويتذوقوه، ويستطيعوه، ويعملوا بمقتضاه.

### المبحث السابع: آفاق تطوير الخطاب الدعوي في الإعلام الجديد:

يوصف الإعلام الجديد ببساطة مثل عربية يمكن أن يقودها أي شخص كان، وهي متاحة ودقيقة وفعالة، وكون الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة أصبحت في متناول اليد، أمراً يجعل من السهل ملاحظة الاستخدام السلبي لها لأن المراهقين والشباب هم الفئة العمرية الغالبة في المنطقة العربية، وهم أكثر المستخدمين لهذه الوسائل، فينبغي أن يوجّه استخدام هذه الوسائل بشكل إيجابي، ولكن الواقع يقول إن كل تقنيات الجوال والإنترنت تظهر في العالم لأسباب تجارية وتسويقية بحتة ويُساء استخدامها في المجتمعات العربية لأسباب اجتماعية وسياسية ونفسية. وأفضل مثال لما سبق هو خدمة الكاميرا ضمن الهواتف الجوال حيث نسمع قصصاً كثيرة لإساءة استخدامها وتسخيرها للابتزاز وتشويه السمعة، وذلك لضعف وتراجع دور المؤسسات التقليدية وتحديداً الأسرة، والاستعاضة

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

عنها بأدوار جماعات افتراضية عبر الشبكات الاجتماعية، الأمر الذي أدى إلى خلل في فهم العلاقات الاجتماعية بين الأطراف، وإساءة الاستخدام لوسائل الإعلام الجديد حالياً هو نتيجة حتمية في ظل هذه الظروف، والمشكلة أن المؤسسات البديلة التي يفترض أن تقوم بدور التوعية والتثقيف لا تزال تقف موقف المراقب والمُنكر، والحل الأول لأية مشكلة هو الاعتراف بها والبدء بوضع حلول علمية لتطبيقها، وهو ما لا نراه في مجال التعامل مع إساءة استخدام وسائل الإعلام الجديد في المجتمع.<sup>(1)</sup>

كما يجب أن يهتم الخطاب الدعوي الموجه للشباب في وسائط الإعلام الجديد بأهداف ومقاصد الدعوة، بأن يكون خطاباً فيه عنصر الاتصال الذاتي ولوم النفس ونقد الذات لكسب المصادقية وعدم الفوقية والاستعلاء على المخاطبين والزوار والمشاركين الذين تتفاعل معهم في ساحة الإعلام الجديد. ونحن نسعى لتلمس آفاق تطوير الخطاب الدعوي الإسلامي في مناخ الإعلام الجديد وعالمه المفتوح، يمكن أن نضع بعض الضوابط التي يمكن لخطابنا الدعوي أن يتحلّى بها، ومنها:<sup>(2)</sup>

1 - الانطلاق من الخصائص العامة للإسلام: الربّانيّة، الشمول، الوسطيّة، والتّوازن، والواقعيّة، والمرونة، والعالميّة وغيرها.

2 - الانطلاق من التّصوّر الإسلاميّ الصّحيح، بحيث يكون الخطاب الدّعويّ شارحاً لقضاياها الكبرى ومرسّخاً لها؛ وهذه القضايا الكبرى هي؛ العقيدة الصحيحة، والعبادة الموافقة للسنة، والتربية المستقيمة، والأخلاق الفاضلة، والموقف المعتدل دون إفراط أو تفريط في كل قضايا الحياة.

3 - الانطلاق من مَحَبّة الخير للآخرين والتي تعمل على علاج أمراض المجتمع؛ مثل العنصريّة، والطبقيّة وغيرها؛ وأن تكون الدّعوة لهذه المحبّة والتي هي أحسن، مع إشاعة روح التكافل والتّراحم.

4 - الانطلاق من الأسس العلميّة التي تُحضُّ على التّعليم والتّعلّم، والاهتمام

(1) صحيفة الشرق الأوسط، الثلاثاء 16 ربيع الأول 1431 هـ 2 مارس 2010 العدد 11417، ويمكن مراجعة الرابط: <http://www.aawsat.com/details.asp?section=43&article=559311&issueno=11417>.

(2) محمّد البشير محمد عبد الهادي، تجديد الخطاب الدعوي الإسلامي بين الأصالة والمعاصرة، مرجع سابق.

5 - اعتماد مرجعية الوحي، وترسيخ المفاهيم السياسية الإسلامية، وأساليب الإسلام في الحكم من خلال النصوص والتاريخ الموثق، هذه المفاهيم مثل: الشورى، والعدل، والمساواة.

6 - ترسيخ العدالة الاجتماعية، وإحياء روح الجهاد بمفهومه الواسع بمعنى المجاهدة، وبذل الجهد في مدافعة النفس وصدّها عن التزوة، والشهوة، والجري وراء حبائل الشيطان ومكائده؛ حتى يفهم الجهاد بمعناه الحقيقي الذي لم يُحصَر في القتال؛ والقتال جزء من الجهاد إن توفرت أسبابه، وأهمها الدفاع عن النفس، وحماية بيضة الإسلام، إذا دهم العدو بلاد المسلمين، وفتح الطريق أمام الدعوة إن استطاع المسلمون ذلك.

7 - التركيز على فرضية الدعوة والعناية ببيان أهدافها ووسائلها وأساليبها والتدريب عليها.

8 - تبيين قضايا المجتمع وهمومه، والارتباط بواقعه، مع النصح وخفض الجناح وعدم الإقصاء للآخرين.

9 - ترتيب الأوليات وعدم الغرق في الجزئيات، والمسائل الخلافية، وسفساف الأمور، وإصلاح ذات البين بين المسلمين عامة ليتوحد صفهم ويجتمع شملهم.

10 - التزام الموضوعية، وعدم التضخيم للذات والتقزيم للآخرين حيث يُعطى كل موضوع حقه ومستحقه مهما كان مصدره.

11 - اجتناب التجريح والتكفير والتنفير والتعسير، والتّحدي، واستعراض القوة إلا عندما يقتضيها الحال، مثل مشية أبي دجانة في ساحة الحرب، أو عندما أمر النبي - ﷺ - الصحابة بالرّمْلِ وكشف الذراع اليمنى في عمرة القضاء، ليُريَ المشركين قوتهم.

12 - جعل الجرعة السياسية في الخطاب المسجدي غير مباشرة لتجنّب المساجد التشويش والصخب.

ونلاحظ أن الأدوات والوسائل التفاعلية الدعوية عبر الإعلام الجديد كثيرة ومتعددة، وتختلف فاعلية هذه الوسائل بمدى إقبال الجمهور عليها وازدياد شعبيتها، وبما توفره من خصائص وإمكانيات متاحة للدعاة يمكن تسخيرها

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

لخدمة العملية التفاعلية الدعوية، وتعدد الوسائل، ومع إقبال الشباب على هذه الوسائل، بات على الدعاة والمربين أن يوجهوا جهودهم نحوها، لتعليم النشء كيفية التعامل الناجح والمفيد معها، وكيفية تسخيرها لنفع الآخرين وتقديم الخير لهم، ومن أبرز أمثلة تلك الوسائل: البريد الإلكتروني (Email) والقوائم البريدية والمنتديات وغرف الدردشة والمدونات وشبكات التواصل الاجتماعي .. إلخ. وإذا أردنا أن نأخذ اتجاهاً عملياً في تطوير الخطاب الدعوي في وسائل الإعلام الجديد، ولتحقيق فائدة أكبر من بث الخطاب الدعوي على هذه الوسائل، فينبغي على من يدعو عن طريق قوائم البريد الإلكتروني مثلاً، أن يوفر بعض العناصر المهمة لضمان وصول خطابه الدعوي له بالشكل المبتغى، منها أن تكون القائمة البريدية قائمة على أساس اشتراك الزوار من تلقاء أنفسهم أو عن طريق دعوتهم للاشتراك في القائمة البريدية، كما لا بد من تنويع الرسائل ما بين قصة وموعظة وخبر ونصيحة وحكمة ورابط لمواقع مفيدة وغير ذلك، وأن تكون الرسائل المرسلة للمشاركين في فترات معقولة، وألا تكون الرسائل مزعجة وكثيرة.<sup>(1)</sup>

أما الخطاب الدعوي بالمنتديات التي يتم استخدامها في شبكة الإنترنت من أجل التواصل بين زوار الموقع، ويتمكن من خلال الزوار من كتابة مواضيع، ويمكن للزوار الآخرين الرد والتعقيب على هذه المواضيع، فيجب أن يتميز الخطاب الدعوي فيها بالمشاركة الفعالة في هذه المنتديات والرفع من مستواها، والارتقاء بها، وتفعيل دورها في خدمة الدعوة الإسلامية، والالتزام بأدب الحوار والمناقشة، والتحلي بحسن الخلق، وترك ردود الأفعال الهوجاء، والابتعاد عن المنتديات المشبوهة، والتي تبث الأفكار المنحرفة والعقائد الهدامة، إلا لمن يقوى على الدعوة والرد لاسيما إن كان المنتدى يجمع بين المسلم والكافر أو السني والمبتدع، وتنبه الناس على منكر معين، والمساعدة الفعلية في محاولة إزالته، والتنبه على الأخطاء التي يقع فيها بعض الكتاب والمتداخلين في حدود آداب الإسلام في الحوار والنصيحة والتي هي أحسن، ووعظ الناس وتذكيرهم بالله عز وجل، والتنويع في كل مرة، ما بين أية وحديث وموعظة وقصة وفلاش دعوي

(1) عبد الله علي الصيفي، دور التقدم الإلكتروني في خدمة الدعوة إلى الله تعالى، ورقة قدمت في الندوة العلمية العالمية المتخصصة في قضايا الدعوة الإسلامية، الخرطوم، في الفترة من 13- 15 أكتوبر 2010م.

وحكمة، وإفادة الناس بأى أخبار جديدة تحمل بشرى للمسلمين، وتقنيد أى خبر كاذب، أو إشاعة باطلة بالدليل والبرهان، وإصلاح ذات البين بالحسنى، بين من تحصل بينهم مشاحنات أو مناقشات حادة في المنتديات.<sup>(1)</sup>

وفي "تويتر"- شبكة التواصل الاجتماعية الشهيرة - يُمكن استثمار هذه الشبكة المهمة من شبكات التواصل في المنطقة والعالم، في الخير وتوجيهها لخدمة الخطاب الدعوي، بأن يقوم من يستخدم هذه الشبكة إن لم يستطع كتابة تغريدةً فريدةً مميزةً، أن يعيد تغريدها، فيقاسم كاتبها الأجر بلا مشقة، ويستطيع كذلك ترشيح المُغردِين المميزين للمتابعة في الـ `ff` و `follow Friday`، فيفتح أبواب خير لمُتابعيه بتعريفهم بمغردِين مميزين من دعاة ومربين، وعندما يُصادف مستخدم تويتر مقالاً أو مقطعاً مرئياً جديراً بالنشر، فلا يبخل على متابعيه بتضمين إحدى تغريداته رابطته، ويقدم لهم التقدُّ البناء، ويشدُّ على أيديهم إذا أحسنوا ويحجزهم للمزيد، كما يجب ألا يكون سلبياً عندما تمر به تغريدة تحوي مخالفةً أو بها خطأ، فيردُّ على صاحبها بالدليل، وبأسلوب حكيم مقبول.<sup>(2)</sup> كما يمكن لمستخدم تويتر أن يحفظ بعض التغريدات المميزة في مفضلاته؛ ليستفيد منها من يزور حسابه، كما يمكنه أن يوجّه الدعوة لأهل الاختصاص بدخول وسم ما، يعلم أنه قادر على إثرائه بما عنده، ويدعو أصدقاءنا المميزين لاقتحام عالم تويتر وإضافة الفائدة للمغردِين فيه، ويجب ألا ينشر حديثاً أو يدعو إلى عمل صالح قبل التأكد من شرعيته، ويحفظ نفسه عن غيبة الآخرين، وهناك أستاثرهم، والبحث في عوراتهم بتغريدة أو غيرها، ويُمكن لمستخدم تويتر أن يكون داعيةً صامتاً بصورته الرمزية المميزة، خصوصاً إن كان من هواة التصميم.<sup>(3)</sup>

كما يمكن الاستفادة من الآثار الإيجابية لشبكات التواصل الاجتماعي في بث خطاب دعوي توجيهي للشباب والنشء، فقد أثبت عدد من علماء التربية أن بعض وسائل الإعلام تؤدي إلى رفع قدرة الطفل على القراءة والكتابة، والتعبير

(1) المرجع السابق.

(2) منال عبدالعزيز السالم، كيف تكون مفتاحاً للخير في تويتر؟ مقال منشور بشبكة الألوكة، موجود على الرابط: <http://www.alukah.net/culture/0/42330>.

(3) المرجع السابق.

## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

الشفوي، والقدرة على الاستماع والتركيز، وتعلم الثقافة العامة، والعلوم واللغات الأجنبية، والتربية الفنية والرياضيات، كما أنها تقوي المقدرة على حل المشكلات التي تواجهه، وتساعده على التوافق الاجتماعي، وتطوير هواياته ومواهبه، واستغلال وقت فراغه ولا يكون عبداً لها للمعرفة، دون تمييز، بل يجب عليه أن يتمعن، ويتدبر، ويحس؛ حتى يأخذ ما هو أهل للأخذ، وي طرح ما هو أهل للنفور والاشمئزاز.<sup>(1)</sup>

وممارسة التفاعل الدعوي عبر أنواع الخطاب كافة عبر الشبكات الاجتماعية بالغ الأهمية، لما فيه من خير عظيم إذا ما أحسنت إدارته وتوجيهه للمستخدمين بالطريقة التي تحقق الأهداف التي يسعى لها المسلمون، والتي تتلخص في إعداد مسلم يفهم الإسلام بشكله الصحيح ويقوم بخدمته، وكذلك في دعوة غير المسلمين لدخول الإسلام، أو مناصرته والدفاع عن حقوقه المشروعة، ولا فائدة للتفاعل الدعوي عبر الشبكات الاجتماعية ما لم يغير في أفكار ومبادئ المدعويين ومن ثم التعديل أو التغيير في سلوكهم، ويمكن للدعاة المحترفين أن يمارسوا هذا التغيير وأن يجذبوا الناس للمشاركة بكل الفعاليات والأنشطة التي تخدم الإسلام وأهله.

ويستطيع كل شاب أن يستفيد من أفكاره وقدراته للتفاعل الدعوي على مستوى الخطاب وغيره عبر شبكات التواصل، عبر أي مستوى خطابي يتواءم مع ما يمتلك من معارف ومهارات، وهي تضم ثلاثة مستويات، هي:<sup>(2)</sup>  
أولاً- النشر: والمقصود به نشر المواد الدعوية على الإنترنت من فيديوهات وصوتيات وصور وتصاميم ومقالات دعوية، وأخبار الدعوة والدعاة، والتي لا تغطيها وسائل الإعلام، وكذلك نشر كل ما من شأنه أن يوضح الإسلام الصحيح ويدفع كل الشبهات التي تدار حوله، ويصحح كل المفاهيم الخاطئة عنه.  
ثانياً- المشاركة: وذلك بأن يشارك الداعية الآخرين ما يملكه من علم ومعرفة، ويناقش معهم القضايا التي يتم طرحها على الشبكات الاجتماعية،

(1) يوسف عبدالمجيد يوسف العنيزي، واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (انستجرام وتويتر وفيس بوك) لطلبة الرياضيات والحاسوب كمتطلب لتحقيق معايير الجودة الشاملة بكلية التربية الأساسية في دولة الكويت، بحث للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب الكويتية، 2013م.  
(2) معاذ إبراهيم عتيبي ومحمد فيصل أشعري، مفهوم التفاعل الدعوي عبر الإعلام الجديد، بحث منشور بمجلة كلية الدراسات الإسلامية، الجامعة الوطنية الماليزية، المجلد 2، العدد 3، يوليو 2012م، ص 281.

د.محمد خليفة صديق

وتوضيح الفهم الصحيح لها المعتمد على الأسس والأفكار الإسلامية. وتكمن أهمية المشاركة في أنها تشكّل الهوية الجماعية أو ما يسمى الشعور بالالتزام، حيث يشعر جميع المشاركين أنهم جميعاً ينتمون إلى مجموعة تهتم بالشأن نفسه وتحمل المسؤولية تجاهه.

ثالثاً- التعبئة: ونعني بها دعوة المستخدمين للمشاركة في الفعاليات والأنشطة الميدانية سواء في قضايا تتعلق بالدفاع عن الإسلام والذود عنه، أو المشاركة في الأنشطة الدعوية العامة والخدمية والطوعية.

### خاتمة

من الواضح أن الخطاب الدعوي الموجه للشباب في مناخ الإعلام الجديد فيه كثير من التشابك والتعقيد، ويحتاج لكثير من التكامل وتنسيق الجهود بين مختلف الوسائط الإعلامية الجديدة والقديمة على حد سواء، لإحداث النجاح والقبول للخطاب الدعوي، مع دراسة الجوانب النفسية للجمهور المستهدف لضمان الوصول للسلس للرسالة المطلوبة؛ بجانب تكرار الرسالة حتى تتضح وتُفهم كما كان يفعل النبي ﷺ.

وقد ساعد ظهور الإعلام الجديد في هذا العصر ووسائطه كشبكة الإنترنت، والمُنتديات الإلكترونية، والمدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي بأنواعها المختلفة، وتطبيقات الهاتف الجوال، على خدمة رسالة الداعية وخطابه الدعوي، مما يحتم عليه استخدامها في دعوته إلى الله، وأن يوظفها للتوظيف الصحيح؛ من خلال الاستفادة الكاملة منها؛ لتحقيق رسالته، مع محافظته على وجوده الفيزيائي في واقعه ومنبره ونشاطه الدعوي العام.

نخلص إلى أنه من الضروري التصدي لإنتاج خطاب دعوي معاصر صحيح، يجمع بين الأصالة والمعاصرة، وبين الحكمة وفقه الأولويات، ويوظف التقنيات الحديثة المؤثرة لاجتذاب المدعويين، وذلك للارتقاء بمستوى الخطاب



## الخطاب الدعوي الموجه للشباب

الدعوي، ولتؤدي الدعوة دورها في التوجيه والإصلاح -في كل زمان ومكان- على الوجه الأمثل، وضرورة مراجعة وتجديد الخطاب الدعوي بضوابطه الشرعية عند أهل السنة والجماعة، وتقويم ما يرون فيه من إيجابيات وسلبيات؛ للإفادة منها في مواجهة تحديات هذا العصر وإيصال هذا الدين بنقائه وصفائه إلى المسلمين وغيرهم.

ناقشت هذه الورقة وشرحت مصطلحات: الإعلام الجديد والخطاب والخطاب الدعوي، وبينت مواصفات الخطاب الدعوي في القرآن والسنة، ومستويات ذلك الخطاب ومراحلها، كما وضحت المشكلات التي يعاني منها الخطاب الدعوي، والسلبيات التي يقع فيها بعض ممن يتصدون لتقديم الخطاب الدعوي. كما عرضت الورقة لماهية ومميزات الإعلام الجديد، وإيجابيات وسلبيات التعرض له، وناقشت مواصفات ومحتوى الخطاب الدعوي في مناخ الإعلام الجديد، وأفاق تطوير وتجديد الخطاب الدعوي في الإعلام الجديد، وختمت بخاتمة وتوصيات.

### توصيات الورقة:

- 1 - إدخال مادة الإعلام الجديد ضمن مواد التدريس بكليات الإعلام وأقسامه في الجامعات.
- 2 - الاستفادة من تقنيات الإعلام الجديد في تنظيم دوات تدريبية متخصصة في مجال ترشيد الخطاب الدعوي، والتواصل مع العلماء الراسخين للتعرف على أفضل السبل لخطاب دعوي متوازن.
- 3 - المراجعة العلمية المستمرة لتقويم الأداء الدعوي في وسائط الإعلام الجديد كافة، ورصد الملاحظات على الخطاب الدعوي بدقة من خلال الآخرين والمستهدفين بالخطاب.
- 4 - تسهيل ولوج العلماء والدعاة والموجهين لفضاء الإعلام الجديد، وإعداد الدعاة المسلحين بالثقافة الإلكترونية لمواكبة تطور العصر واستغلال أدواته الإلكترونية للقيام بواجبهم في توجيه المجتمع والشباب خصوصاً.
- 5 - مواكبة كل جديد في مجال الإعلام الجديد وضمان حسن استغلاله في مجال الدعوة إلى الله، ومشاركة الإعلاميين في حل مشكلات المجتمع من خلال طرح الحلول غير التقليدية للاستفادة القصوى من وسائط الإعلام الجديد.

د.محمد خليفة صديق

6 - الاستفادة من الكفاءات الموجودة، وتجديد القيادات الدَّعوية، ومحاولة  
المزاوجة بين علم الشيوخ وحكمتهم، وبين حماسة الشباب واندفاعهم وطاقاتهم،  
والعناية بالخطط التي تضبط مسار الخطاب الدَّعوي وتحكم أداءه في كل  
الظروف والأحوال.

7 - العناية بالتخصصات في الخطاب الدَّعوي في الإعلام الجديد دراسةً  
وممارسةً بتقديم الدراسات العلمية الدقيقة التي تطرح كل وسيلة والأساليب