مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدققا اللغة العربية:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد التاسع والخمسون - الجزء الرابع - صفر ١٤٤٣ هـ - أكتوبر ٢٠٢١ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.**
- **تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .**
- **ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- فاعلية اللوحات والشاشات الإرشادية في توعية الحجاج بمشعر مزدلفة لعام ١٤٤٢ — أ.م.د/ إيمان فتحي حسين — ١٦٣٥
- تأثير إعلانات الواقع المعزز على اتجاه الشباب المصري نحو المنتج المعلن عنه «دراسة ميدانية» — أ.م.د/ مروى السعيد السيد — ١٦٨١
- توظيف التكنولوجيا الرقمية في الممارسة المهنية بوسائل الإعلام الإقليمية واتجاهات القائم بالاتصال نحوها «دراسة ميدانية» — أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي — ١٧٣٣
- توظيف المؤسسات الدينية المصرية لمنصاتها الرقمية في تناول جائحة كورونا «دراسة تحليلية في إطار مفهوم تعدد المنصات» — د. مصطفى شكري محمد علون — ١٧٨٥
- اتجاهات رجال الأعمال السعوديين نحو معالجة الصحف الورقية لبرنامج التخصيص «دراسة مسحية على عينة من رجال الأعمال في منطقة الرياض» — د. شجاع بن سلطان البقمي — ١٨٥٣
- دور الحملات الإعلامية التلفزيونية في التوعية بالأزمات الصحية لدى الجمهور المصري «دراسة ميدانية» — د. صبري خالد صبري عبد الهادي — ١٩٠٩
- الفائدة والسهولة المتصورة لفهم مدى قبول الجامعيات استخدام تطبيق المُراسلة الفورية (واتساب) وتأثيره في الأداء الدراسي — د. رانية محمد السقاف — ١٩٥١

إدراك طلبة الجامعات المصرية للعلامة التجارية الشخصية عبر مواقع التواصل الاجتماعي «دراسة كيفية» د. إيمان صابر صادق شاهين ١٩٨٥

فاعلية استخدام الإنفوجرافيك عبر منصات التعليم الإلكتروني في التدريس لطلاب قسم الإعلام التربوي خلال جائحة كورونا د. أحمد محمد صالح العميري ٢٠٤١

أطر تقديم المواقع الإخبارية الدولية لأزمة السفينة الجانحة بقناة السويس د. زينب الحسينى رجب بلال ريحان ٢٠٧٩

دور منتديات الإعلام التربوي الإلكترونية في تعزيز الأداء المهني لأخصائي الصحافة المدرسية (دراسة ميدانية) د. شيماء محمد متولي ٢٠٢١

اتجاه دارسي الإعلام في صعيد مصر نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالعمل الإعلامي د. آلاء عزمي محمد فؤاد ٢١٨٣

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجلة (يوليو 2021)	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	7	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	7	2536-9393	2735-4008
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-914X	2682-4663
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	6.5	2536-9237	2735-4326
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9158	2682-4620
6	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	2356-9131	2682-4671
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	7	1110-5836	2682-4647
8	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيرى	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	7	2735-3796	2735-377X
9	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	7	1110-5844	2682-4655
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	7	2356-9891	2682-4639
11	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق	6.5	2357-0407	2735-4016
12	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	7	2314-8721	2314-873X
13	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث الإعلام وعلوم الإتصال	معهد الجزيرة العالى للإعلام وعلوم الاتصال	6	2682-213X	2786-0167

- يتم إعاده تقييم المجلات المحلية المصريه دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنه التالية للنشر فى هذه المجلات.

توظيف المؤسسات الدينية المصرية لمنصاتها الرقمية في تناول جائحة كورونا

دراسة تحليلية في إطار مفهوم تعدد المنصات

Egyptian religious institutions employ their digital platforms to address the Corona pandemic

Analytical study within the framework of Multi-platform concept

د. مصطفى شكري محمد علون

مدرس بقسم الصحافة والنشر- كلية الإعلام - جامعة الأزهر

mustfaolwan@azhar.edu.eg

ملخص الدراسة

استهدف البحث تقييم الدور الإعلامي للمؤسسات الدينية الرسمية في مصر حيال تناول جائحة كورونا، من خلال استخدام وتوظيف المنصات الرقمية التابعة لتلك المؤسسات، وذلك في إطار مفهوم التكامل بين المنصات الإعلامية، ومدى اهتمام المؤسسات الدينية بتناول تطورات الجائحة، ودروها في نشر الوعي بخطورة الجائحة وطرق الوقاية منها، والأساليب التي اعتمدت عليها المنصات الرقمية للتأثير في القارئ وإقناعه بالخطاب الإعلامي المقدَّم. واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي والمقارنة المنهجية بين المنصات عينة الدراسة، مستعينًا بأداة تحليل المضمون، معتمدًا على «المنشور» كوحدة تحليل، من خلال تحليل جميع المنشورات المقدَّمة في المنصات الرقمية، في الفترة من (1 فبراير 2020م) إلى (30 يونيو 2021م).

وتوصل البحث لمجموعة من النتائج من أهمها: توظيف االمؤسسات الدينية الرسمية لمنصاتها الرقمية المتعددة والمتنوعة - بشكل فعَّال- بهدف تعزيز حضور الخطاب الديني ضمن أطر مواجهة الجائحة، والتأكيد على التكَّيف مع الإجراءات التي اتخذتها الدولة المصرية، والمساهمة في عملية رفع الوعي المجتمعي لمواجهة كورونا، وتحقيق التكامل بين تلك المنصات -بنسب متفاوتة- من خلال عدد من صور ومظاهر التكامل، واستخدمت المنصات الرقمية العديد من الاستمالات العاطفية والاستدلالات المنطقية مع المنشورات الخاصة بالجائحة، موظفة العديد من عناصر الإبراز للمحتوى النصي المقدَّم، كما أظهرت النتائج قلة الخدمات التفاعلية في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الدينية، المنصات الرقمية، جائحة كورونا.

Abstract

Assessment of media role of Egyptian official religious institutes during COVID 19 pandemic has been discussed in the research. This ocurrs through the use of these institutes' digital platforms within the context of media integration concept beside how the religious institutes cope with new situations of the pandemic , The role has been played by institutes to raise awareness of the pandemic and how to protect yourself, and the methods have been used by the digital platforms to influence the reader.From (February 1, 2020) to (June 30, 2021) both Media survey method and systematic comparison between the platforms of the study sample have been followed by the reseacher. "Post" has been used as analysis unit.

The research reached a set of results including the official religious institutions effectively employed their multiple and various digital platforms for the purpose of enhancing the presence of the religious discourse during pandemic, encouraged citizens to follow Egyptian state preventive measures and raise awareness to face the pandemic. Emotional and logical inferences have been used. the lack of interactive services on the religious institutions website of the study sample has been shown in the research.

Keywords: Religious institutions, Digital platforms, Corona pandemic.

مقدمة:

يعيش العالم منذ أكثر من عام واحدةً من أسوأ الكوارث التي عرفتها البشرية في تاريخها المعاصر، التي من المتوقع أن تمتد آثارها لسنوات مقبلة، فلم يكد عام 2019م يأذن بالرحيل حتى تنامى إلى مسامع العالم ظهور مرض جديد في الصين، متمثل في فيروس كورونا (COVID-19) الذي يصيب الجهاز التنفسي، وأُبلغ عن أول إصابة بفيروس كورونا في مدينة يوهان الصينية في (31 ديسمبر 2019م)، وسرعان ما تخطى هذا الوباء حدود الصين، ليتحول إلى جائحة عالمية منذ إعلان منظمة الصحة العالمية ذلك في (11 مارس 2020م). ومنذ ذلك الوقت أضحت جائحة كورونا العنوان الرئيس في مختلف وسائل الإعلام محليا وعالميا، وأعلنت معظم الدول حالة الاستنفار القصوى لمواجهة تداعيات تلك الجائحة.

وكغيرها من الدول اكتشفت **مصر** أول إصابة بفيروس كورونا يوم الجمعة (14 فبراير 2020م)، لتعلن وزارة الصحة المصرية ومنظمة الصحة العالمية في بيان مشترك عن اكتشاف أول حالة إيجابية حاملة لفيروس كورونا المستجد داخل البلاد لشخص أجنبي، ليزداد عدد المصابين يوما بعد يوم، مما دفع بالجهات المسئولة للتدخل سريعًا لمحاصرة الجائحة في أقل عدد ممكن من المواطنين؛ إذ تمثل خطرا على حياة الإنسان بشكل رئيس ومباشر.

وبالرغم من أنَّ الجائحة تندرج أساسًا في تخصص الطب، إلا أن انتشارها الواسع وتداعياتها المختلفة مثَّل تحديا وتهديدًا واضحًا لجميع القطاعات والمؤسسات على اختلاف مجالات عملها وتخصصاتها، مما يوجب التضافر والتعاون بين المؤسسات الطبية وغير الطبية؛ لتفسير وتحليل عوامل انتشار تلك الجائحة، والتصدي لها، ومعالجة الآثار الناجمة عنها.

وتعدّ المؤسسات الدينية واحدة من أهم مؤسسات المجتمع؛ انطلاقًا من أهميتها ودورها في تشكيل الوعى المجتمعى والتأثير في الجماهير، والاحتياج المستمر إليها؛ لمعرفة حكم الشرع في مختلف مناحي الحياة، خاصة في أوقات الجوائح والأزمات. وقد نتج عن

جائحة كورونا العديد من القرارات والتدابير الاحترازية ذات الصلة بالشئون الدينية والتعبدية والحياتية، **مما يحتم على المؤسسات الدينية** القيام بدورها المجتمعي؛ لإنتاج خطاب ديني يعالج تلك القضايا والإشكالات المستجدَّة الناشئة عن الجائحة، وتفسير وتبرير مثل هذه القرارات، ومدى موافقتها الشرع الإسلامي.

ومع تزايد الإحساس بالقلق والهلع والتوتر لدى المواطنين، والرغبة في متابعة تطورات الجائحة؛ ارتفع معدل استخدام وسائل الإعلام الجديد بشكل تاريخي وغير مسبوق، منذ بداية ظهور الوباء[1]، فقد أسهمت الجائحة -نتيجةً لإجراءات التباعد الاجتماعي "social distancing" في الإسراع نحو التحول للإعلام الرقمي، والاعتماد على المنصات الرقمية بوصفها وسيلة أساسية- وربما وحيدة- لقضاء الوقت ومتابعة تطورات الجائحة؛ نظرًا لما تتمتع به تلك المنصات من خصائص أتاحت للأفراد والمؤسسات التواصل الآني والمباشر والتفاعل مع الآخرين. وفي إطار الاهتمام المتزايد للمؤسسات الدينية الرسمية في مصر نحو التواصل الفعَّال مع الجماهير، وظَّفت تلك المؤسسات الدينية العديد من المنصات الرقمية المتنوعة في تقديم وإنتاج المحتوى، لتشكيل الوعي ونشر المعلومات وإيصال رسالتها الاتصالية للأفراد والجماهير، واستقطاب المزيد من المستخدمين.

وبناء على ما تقدم؛ تسعى الدراسة الحالية لبحث مدى استفادة المؤسسات الدينية الرسمية المصرية من التطور التكنولوجي، ورصد أثر ذلك من خلال التعرف على تعدد وتنوع المنصات الرقمية التابعة لتلك المؤسسات، وصور التكامل المتحقق بين تلك المنصات، وتوظيف ذلك في تناول جائحة كورونا، وذلك في إطار مفهوم تعدد المنصات.

مراجعة لأهم الدراسات السابقة:

قُسِّمت أهم الدراسات السابقة إلى محورين، على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات عنيت بدور المنصات الرقمية كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا.

المحور الثاني: دراسات عنيت بتوظيف المؤسسات الدينية لمنصاتها الرقمية أثناء الجائحة.

أولًا: الدراسات التي تناولت دور المنصات الرقمية كمصدر للمعلومات.

منذ إعلان منظمة الصحة العالمية في (11 مارس 2020م) تحول وباء كورونا إلى جائحة عالمية، اهتم عديد من الباحثين الأجانب والعرب **بدراسة دور مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات الصحيحة؛ بهدف التوعوية بطبيعة الجائحة وتداعياتها وآلية مواجهتها والتغلب على آثارها، أو كمصدر للمعلومات المغلوطة والشائعات؛ بهدف**

نشر الخوف والهلع بين المواطنين. ومن أبرز تلك الدراسات: **دراسة** (Brindha, 2020)[2] عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات المتعلقة بالأمراض والأوبئة، والترويج للمعلومات المغلوطة (Misinformation) للجمهور فيما يتعلق بجائحة كورونا، ودراسة (Singh, 2020)[3] عن أهمية موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) في نشر الوعي بين الجماهير في مدينة نيويورك بشأن جائحة كورونا، ودوره في نشر الشائعات والمعلومات المضللة بين الجماهير، ودراسة (Huong ThiLi, et al, 2020)[4] للتعرف على مدى استخدام المواطنين الفيتناميين للمواقع الحكومية الرسمية للحصول على معلومات عن جائحة كورونا، ودراسة (**خالد فيصل الفرم**، 2016)[5] **التى استهدفت** التعرف على مستوى استخدام وتوظيف المدن الطبية والمستشفيات الحكومية بالرياض لشبكات التواصل الاجتماعي (يوتيوب، وفيسبوك، وتويتر) بهدف التوعية الصحية لمرض كورونا، **ودراسة** (**سماح المحمدي**، 2020م)[6] عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل ثقة الشباب المصري في أداء الحكومة، كمصدر للمعلومات أثناء الموجة الأولى من جائحة كورونا، وتحليل أثر الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات أثناء الجائحة، **ودراسة** (Araz Ahmed, 2020)[7] حول التأثير النفسي لدى المواطنين في إقليم كردستان العراق، نتيجة نشر المعلومات المغلوطة حول الجائحة في وسائل التواصل الاجتماعي، وعلاقة ذلك بنشر الخوف والقلق والهلع من الجائحة لدى المواطنين، **ودراسة** (**هبة شفيق**، 2020)[8]، التي استهدفت رصد ملامح التغير في الأخلاق والسلوكيات بالمجتمع المصري خلال جائحة كورونا، من خلال تحليل محتوى (53) منشوراً على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، خلال فترة الحجر الصحي وحظر التجول في مصر خلال الموجة الأولى للجائحة، ودراسة (**خالد صلاح الدين**، 2021م)[9] عن قياس دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الصحي للمصريين من مستخدمي الإنترنت بالأبعاد الصحية، والاقتصادية، والاجتماعية لجائحة كورونا.

وفي السياق ذاته، اهتم عديد من الباحثين **بمعرفة ورصد الاستراتيجيات المتبعة في المعالجة الإعلامية للمنصات الرقمية لجائحة كورونا.** ومن أبرز تلك الدراسات: دراسة (Chen et al,2020)[10] التي سعت لرصد الاستراتيجيات المتبعة في المعالجة الإعلامية لأزمة فيروس كورونا في مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تحليل مضمون (1411) منشوراً بصفحة (Health China) بموقع التواصل الاجتماعي (Sina Weibo)، ودراسة (**محمد لطفى زكريا**، 2020)[11] التي استهدفت معرفة الاستراتيجيات الاتصالية المستخدمة في المنصات الرقمية التابعة لوزارة الصحة المصرية

للتواصل مع الجماهير وإمدادهم بالمعلومات ومواجهة الشائعات، إضافة إلى التعرف على تأثير تعرض الجمهور المصري لتلك المنصات الرسمية، **ودراسة (شيماء محمد،** 2020م)[12] التي سعت للتعرف على الاستراتيجيات المستخدمة في المواقع الإلكترونية الرسمية المصرية؛ لمواجهة الشائعات حول أزمة كورونا.

المحور الثاني: دراسات تناولت توظيف المؤسسات الدينية لمنصاتها الرقمية أثناء الجائحة.

من خلال الاطلاع على عدد من الأدبيات المتاحة المرتبطة بموضوع الدراسة، توصل الباحث إلى اهتمام العديد من الدراسات البحثية برصد توظيف المؤسسات الدينية لمنصاتها الرقمية أثناء الجائحة، والهدف من هذا التوظيف، فقد استهدف عدد من الباحثين معرفة استخدام المؤسسات الدينية لمنصاتها التكنولوجية بهدف التواصل مع أتباع تلك المؤسسات للتوعية بمخاطر الجائحة، ومن أبرز تلك الدراسات: دراسة (Lene Kühle and Tina Langholm Larsen, 2020)[13] التي اهتمت برصد توظيف واستخدام الكنيسة الوطنية في الدنمارك للوسائط والمنصات التكنولوجية مثل (Facebook, Twitter, Instagram)؛ للتواصل مع الجاليات الدينية المعترف بها في المجتمع الدنماركي، أثناء تفشي الجائحة. **ودراسة** (Anthony Le Duc, 2021)[14] التي سعت لمعرفة الدور الاتصالي الذي ينبغي أن يقوم به القادة الدينيون خلال الجائحة، سواء بين القادة الدينيين مع أتباعهم، أو مع المؤسسات الأخرى غير الدينية، أو من خلال التواصل مع المؤسسات الدينية الأخرى، من خلال استخدام منصات الإعلام الجديد.

وسعت دراسة (Amin Al-Astewani, 2021)[15] لمعرفة دور سلطة المؤسسات الدينية داخل الجالية المسلمة البريطانية، وتحليل خطابات ثلاث مؤسسات دينية ناشطة داخل المجتمع البريطاني، متمثلة: في المجلس الإسلامي البريطاني (MCB)، والمجلس البريطاني للعلماء والأئمة (BBSI)، ومؤسسة وفاق الأمة (Wifaqul Ulama (WU)، وذلك من منظور معرفة ردود أفعال هؤلاء القادة الدينيين تجاه إغلاق المساجد، ودراسة (ناصر البراق، 2021م)[16] التي استهدفت معرفة مدى اعتماد الجمهور السعودي على حسابات المؤسسات الإسلامية بمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على معلومات حول الجائحة.

وفي السياق ذاته، اهتمت العديد من الدراسات **برصد علاقة انتشار الجائحة بسبب بعض الممارسات الدينية الخاطئة**، فاستهدفت دراسة (Mahsa Alimardnai and Mona Elswah, 2020)[17] معرفة دور القيادات والشخصيات الدينية غير الرسمية في إيران في تضليل المجتمع الإيراني، من خلال استخدام تلك القيادات والشخصيات غير الرسمية

سلطتها وعلاقاتها بالنخبة السياسية، ومقالة (Wesley J. Wildman others, 2020)[18] التي استهدفت التعرف عل العلاقة بين الدين وانتشار جائحة كورونا، وهل الدين متواطئ في انتشار جائحة كورونا؟ وذلك من خلال رصد نماذج لبعض الممارسات الدينية الخاطئة وأثر ذلك في انتشار الجائحة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- يتضح من الدراسات السابقة عدم وجود دراسة عربية أو أجنبية – في حدود علم الباحث– اهتمت بتناول توظيف المؤسسات الدينية الإسلامية لمنصاتها الرقمية المتنوعة والتكامل بين تلك المنصات بهدف التوعية بجائحة كورونا، وهو ما تسعى الدراسة الحالية للقيام به، لعلَّ نتائج تلك الدراسة تضيف جديدًا للجهود العلمية السابقة.
- أشارت نتائج الدراسات السابقة إلى سهولة استخدام المنصات الرقمية المتعددة أثناء الجائحة، ودورها المهم في التواصل بين مستخدمي تلك المنصات، نظرًا لما تتسم به تلك المنصات من خاصية العالمية؛ ما يجعل من تلك المنصات وسيلة فعَّالة ومؤثرة – محليًا وعالميًا– في التصدي للأمراض والأوبئة ومواجهة الجوائح.
- أكدت نتائج بعض الدراسات الدور الإيجابي للمنصات الرقمية، من خلال دورها التوعوي وتسهيل التواصل بين الأفراد أثناء الجائحة، بينما أشارت نتائج دراسات أخرى إلى الدور السلبي لتلك المنصات، من خلال نشر الخوف والقلق والهلع؛ نتيجة لتداول الشائعات والمعلومات المغلوطة. وتكمن الإشكالية هنا في إمكانية تكرار تلك النتائج المتباينة، واستمرار تداول الشائعات والمعلومات المغلوطة، خاصة مع تزايد المخاوف من تكرار موجات متتالية من الجائحة، وعدم الجزم بموعد انتهائها.
- أشارت نتائج بعض الدراسات السابقة إلى الدور الإيجابى لتوظيف بعض المؤسسات الدينية لمنصاتها الرقمية أثناء الجائحة، وذلك بهدف تسهيل التواصل مع أتباع تلك الديانات، والقيام بدور توعوى لتجنب الانتشار السريع للجائحة، والالتزام بإلغاء جميع الأنشطة الدينية أثناء الجائحة، بينما توصلت نتائج دراسات أخرى إلى ضعف السلطة الدينية في إقناع المجتمع بالالتزام بالتعاليم الدينية والفتاوى المتعلقة بجائحة كورونا، كما حدث في إندونيسيا؛ نتيجة لضعف التواصل بين علماء الدين والجماهير، لعدم الاستفادة من التكنولوجيا الرقمية وتوظيفها في التواصل مع الجماهير، خاصة مع توقف الأنشطة الدعوية التي كانت تقام في المساجد والمدارس؛ الأمر الذي يجب أن

تلتفت إليه المؤسسات الدينية من ضرورة الاستفادة من التكنولوجيا في العمل الدعوى، خاصة مع توقع استمرار الموجات المتتالية للجائحة.

- توصلت نتائج بعض الدراسات لوجود علاقة بين الممارسات الخاطئة لبعض القادة الدينيين وانتشار جائحة كورونا، كما حدث في **كوريا الجنوبية**، نتيجة ممارسة السيد (لى مان هى) زعيم كنيسة "Shincheonji"، من ممارسة بعض الطقوس الدينية، دون التزام بتطبيق الإجراءات الاحترازية، كما رُصد نموذج آخر فى الولايات المتحدة الأمريكية، للقس **تونى سبيل** "Spell " راعى كنيسة خيمة الاجتماع، الذى تحدى تعليمات حاكم ولاية **لويزيانا** بضرورة حظر الاجتماعات لأكثر من 50 شخصًا؛ ما يشير إلى ضرورة دراسة أثر الدين في سلوكيات الجماهير، ودوره الفعَّال في انتشار أو مواجهة الجائحة؛ لعدم تكرار تلك الممارسات الخاطئة مستقبلًا.

مشكلة الدراسة:

في إطار سعي المؤسسات الدينية الرسمية في مصر لتوظيف العديد من المنصات الرقمية المتنوعة؛ لتحقيق التأثير المجتمعي، وتشكيل الوعي الفكري والمعرفي تجاه العديد من القضايا والموضوعات المهمة لدى الجماهير، ومع استمرار وظهور موجات جديدة لجائحة كورونا؛ تزداد أهمية التعاون بين المؤسسات المجتمعية الطبية وغير الطبية للتصدي لتلك الجائحة ومواجهة آثارها، وتعدَّ **المؤسسات الدينية** من أهم المؤسسات التي يجب أن تكون في خط المواجهة للقيام بدورها المجتمعي.

من هذا المنطلق تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل التالى: ما مدى توظيف المؤسسات الدينية الرسمية للمنصات الرقمية للإسهام في التصدي لجائحة كورونا، وما مستويات التكامل بينها لإنجاز الوظيفة التوعوية الدينية؟

أهمية الدراسة:

تتلخص أهمية الدراسة في عدد من النقاط، منها:

- خطورة "جائحة كورونا" وتداعياتها السلبية؛ إذ تعد أسوأ جائحة عرفتها البشرية في التاريخ المعاصر، التي من المتوقع أن تمتد آثارها -محليًا وعالميًا- لسنوات مقبلة، إضافة إلى أهمية وخطورة الدور التوعوي والمجتمعي للمؤسسات الدينية، وتأثير هذا الدور في كثير من الجماهير- خاصة المجتمعات الشرقية بشكل عام، والعربية بشكل خاص- إذ يمثل الدين مصدرًا مهمًا وأساسيًا في تشكيل آرائها

وتوجهاتها، مما استلزم ضرورة التعرف على طبيعة هذا الدور إزاء توعية الجماهير بتلك الجائحة.

- الاتجاه العالمي المتزايد نحو أهمية تعدد المنصات الرقمية للمؤسسات المختلفة؛ ما يشير إلى رصد امتداد هذا الاتجاه في المؤسسات المصرية، خاصة المؤسسات الدينية الرسمية، وتبنيها استراتيجية المنصات الرقمية المتعددة (Multi-Platforms Media)، وتقييم تبني تلك الاستراتيجية في التناول الإعلامي لجائحة كورونا.
- عدم وجود دراسة عربية أو أجنبية -في حدود علم الباحث- تناولت توظيف المؤسسات الدينية الإسلامية منصاتها الرقمية المتنوعة، والتكامل بين تلك المنصات بهدف التوعية بجائحة كورونا، ما يجعل تلك الدراسة إضافة معرفية للجهود والأنشطة البحثية السابقة واللاحقة المتعلقة بالجائحة.
- تقدم الدراسة عدداً من النتائج العلمية بناءً على تحليل المنشورات -عينة الدراسة- المتعلقة بالجائحة، يمكن أن تفيد القائمين على تلك المنصات في معرفة الجوانب الإيجابية والسعي إلى تطويرها، ومعرفة جوانب القصور والعمل على تلافيها في الفترات القادمة.

أهداف الدراسة:

- رصد اهتمام المؤسسات الدينية الرسمية بتبني استراتيجية تعدد المنصات الإعلامية.
- التعرف على درجة استخدام وتوظيف المؤسسات الدينية الرسمية منصاتها الرقمية في تناول جائحة كورونا خلال فترة الدراسة.
- التعرف على أهداف الرسالة الإعلامية في المنشورات المتعلقة بالجائحة.
- معرفة أشكال تكامل المنصات الإلكترونية في تناولها لجائحة كورونا.
- رصد أساليب الإقناع الاتصالية التي وظفتها المنصات الإعلامية للتوعية بالجائحة.
- معرفة عناصر الإبراز والخدمات التفاعلية المستخدمة في المنشورات الخاصة بالجائحة.

تساؤلات الدراسة:

- ما درجة اهتمام المؤسسات الدينية الرسمية بتبني استراتيجية تعدد المنصات الإعلامية؟
- كيف وُظفت المنصات الإعلامية بالمؤسسات الدينية في تناول الجائحة؟

- ما أهداف الرسالة الإعلامية المقدمة في المنصات الإعلامية للمؤسسات الدينية تجاه الجائحة؟
- ما أشكال التكامل في المنصات الرقمية في تناول الجائحة؟
- ما الأساليب المستخدمة لإقناع القارئ بخطورة الجائحة، ومواجهتها وسبل الوقاية منها؟
- كيف وظَّفت المنصات الإعلامية الخدمات التفاعلية في تناول الجائحة؟

نوع البحث ومنهجه وأدواته:

1. **نوع البحث:** يعد البحث الحالي من البحوث الوصفية، التي تهتم بوصف المضامين المقدمة في المنصات الإعلامية الإلكترونية للمؤسسات الدينية الرسمية في مصر، للخروج بمؤشرات حول ملامح توظيف تلك المنصات للتوعية الصحية والتصدي لجائحة كورونا.
2. **منهج البحث:** اعتمد الباحث على منهج **المسح**، ووُظِّف هذا المنهج من خلال مسح وتحليل جميع المضامين المقدَّمة في المنصات الرقمية المتعددة **للمؤسسات الإسلامية الرسمية، خلال فترة الدراسة**، إضافة إلى **المقارنة المنهجية**؛ للمقارنة بين أوجه الشبه والاختلاف في توظيف تلك المؤسسات الدينية لمنصاتها الرقمية.
3. **أدوات جمع البيانات:**

اعتمد الباحث على الأدوات الآتية في جمع البيانات:

- **استمارة تحليل المضمون** بشقيه الكمي والكيفي، واعتمدت الدراسة على تحليل الموضوعات الإعلامية المقدمة في المواقع الإلكترونية، إضافة إلى المنشور (Post) كوحدة تحليل للمضامين المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لتلك المؤسسات.

المقابلة غير المقننة:

أجرى الباحث المقابلة غير المقننة مع عدد (4) من قيادات المؤسسات الدينية، و(3) من مسئولي المنصات في تلك المؤسسات♦.

مجتمع الدراسة:

- يتمثل مجتمع الدراسة في المنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الدينية الإسلامية الرسمية في مصر، وتتمثل في: (**الأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية، ودار الإفتاء، ووزارة الأوقاف**)، وعلى الرغم من أنَّ (**مجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية**) مؤسستان تابعتان للأزهر الشريف، فقد اختيرا نظرا لاستقلال كل منهما بمنصات رقمية

متعددة خاصة بهما، إضافة إلى اختلاف الهدف المؤسسي لكل منهما، مما حدا بالباحث إلى دراسة تلك المنصات التابعة لهما، إضافة إلى المنصات الرقمية الأخرى التابعة للأزهر الشريف ودار الإفتاء ووزارة الأوقاف، للكشف عن الدور التوعوي والمجتمعي المنوط بكل منها إزاء التصدي لتلك الجائحة ومواجهتها، في ضوء مفهوم **تعدد المنصات**.

- تحددت **المواد التى حُللت** في المواد المنشورة عبر المنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الإسلامية المصرية عينة الدراسة، واختيرت تلك المنصات نظراً **لصفتها الرسمية**، والمتابعة المتزايدة من قبل المستخدمين، وذلك بناءً على الدراسة الاستطلاعية التي أجراها الباحث، إضافة إلى التفاعل المتزايد للمستخدمين مع هذه المنصات، وغزارة المحتوى والمضامين المقدمة في تلك المنصات[♦♦].

الحدود الزمنية للبحث:

تحددت الفترة الزمنية للبحث **بسبعة عشر شهرا**، ابتداءً من (1 فبراير 2020م) إلى (30 يونيو 2021م)، واعتمد الباحث على التحليل الكمي والكيفي لمضامين المنشورات المقدمة؛ نظراً لتنوع عينة الدراسة وعدم تجانس مجتمعها، وذلك من خلال الحصر الشامل لجميع المنشورات أثناء تلك الفترة الزمنية، واختيرت تلك الفترة نظراً لاكتشاف أول إصابة بفيروس كورونا في مصر لشخص أجنبي يوم (الجمعة 14 فبراير 2020م)، ومنذ ذلك التاريخ حتى نهاية شهر(يونيو 2021م) تعرضت مصر **لثلاث موجات** لجائحة كورونا، **مما حدا بالباحث إلى رصد اهتمام المؤسسات الدينية الرسمية بتناول جائحة كورونا عبر منصاتها الإعلامية على مدار تلك الفترة الزمنية، ومدى قيامها بأداء الدور التوعوي المنوط بها تجاه الجماهير خلال هذه الموجات الثلاث.**

قياس الصدق والثبات:

اعتمد الباحث في اختبار الصدق على قياس الصدق الظاهري للاستمارة من حيث قدرتها على الإجابة عن تساؤلات البحث، وتحقق ذلك من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على عدد من المحكّمين المتخصصين من الأساتذة[19] الذين أشاروا إلى صلاحيتها للتطبيق، وأُجريت التعديلات التي أوصوا بها، واعتمد الباحث فى قياس الثبات علي إجراء الاختبار بينه وبين اثنين من أعضاء هيئة التدريس، وذلك من خلال عمل اختبار على عينة بلغت (10٪) من إجمالي العينة الكلية، واستخدم الباحث معادلة **هولستى** لقياس الثبات الذي بلغ نسبة (87,9٪)[♦]، ما يشير إلى ثبات التحليل ودقته.

مصطلحات الدراسة

1. **المؤسسات الدينية**: يُستخدم مصطلح المؤسسات الدينية للتعبير عن تلك المؤسسات التي تُعنى بنشر الثقافة الدينية وتنمية الوعي الديني للأفراد والجماهير، وتكون مركزًا لممارسة الطقوس والشعائر الدينية، ويلجأ إليها الأفراد أو المجتمعات لتلبية احتياجاتهم الروحية والدينية، ويمكن تصنيفها إلى مؤسسات (رسمية، وغير رسمية).

ويقصد الباحث بالمؤسسات الدينية: تلك المؤسسات **الإسلامية الرسمية**، التي تعمل على خدمة الإسلام والمسلمين في إطار الدولة المصرية وإدارتها، وتُعد جزءًا من مؤسسات الدولة المصرية، من حيث الإنفاق والإدارة والاشراف، مثل: (الأزهر الشريف، ودار الإفتاء المصرية، ووزارة الأوقاف، إلخ).

2. **المنصات الرقمية**: يُقصد بها تلك الوسائط أو الوسائل التي نشأت نتيجة الاستفادة من التطور التكنولوجي في مجال الاتصال، وتوظفها المؤسسات الدينية في عرض المحتوى من خلالها، وتتنوع تلك المنصات ما بين: **الموقع الإلكترونى** للمؤسسة، **ومواقع التواصل الاجتماعى** (الفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وإنستجرام، وساوند كلاود، إلخ)، فضلًا عن الخدمات الإخبارية من خلال الهاتف المحمول.
3. **جائحة كورونا** (COVID-19): جائحة عالمية بسبب فيروس كورونا، وقد اكتُشف تفشي هذا الفيروس للمرة الأولى في مدينة يوهان الصينية أواخر عام (2019م)، ليتخطى هذا الفيروس حدود الصين وينتشر في معظم دول العالم، ويتحول إلى جائحة عالمية بإعلان منظمة الصحة العالمية في (11 مارس 2020م).

الإطار النظري للبحث:

استرشد الباحث بعدة مداخل ونماذج نظرية توضح تبنى القائمين بالاتصال في المؤسسات الدينية للمنصات الرقمية المتعددة، على النحو التالي:

- **نظرية انتشار المبتكرات**

ابتكر عالم الاجتماع الأمريكي "**إيفريت روجرز**" (Everett M. Rogers) نظرية انتشار المبتكرات في النصف الأول من القرن العشرين، ونشرها في كتابه "**انتشار المبتكرات**" عام (1962م). وتسعى النظرية إلى شرح كيفية انتشار وتبني المنتجات أو الأفكار والتقنيات الجديدة من قبل الأفراد والمؤسسات، وسبب هذا الانتشار ومعدله، إضافة إلى الأساليب المتطورة التي تُستخدم في المجالات الإعلامية كافة [20]. وبما أنَّ

المنصات الرقمية أحد نواتج التطور التكنولوجي في بيئة الإعلام الجديد، فإنَّ الدمج والتكامل بين تلك المنصات أوجد فلسفة جديدة لدراسة الإعلام الجديد، وبموجبه اعتُمدت تلك النظرية؛ لأنها تقوم على دراسة الكيفية التي يتم بها نشر التكنولوجيا والأفكار الجديدة وتقويمها، وظهور ثلاثة توجهات بحثية لاستخدام تلك النظرية في بحوث الإعلام الجديد، تمثلت في[21]:

- تبني الأفراد وسائل الإعلام الجديد على حساب وسائل الإعلام التقليدية.
- تبني الصحفيين والمؤسسات الإعلامية المستحدثات الجديدة المتصلة بالاندماج الإعلامي.
- تبني الصحفيين شبكات التواصل الاجتماعي كمنصة للنشر ووسيلة للتواصل مع القرَّاء، والحصول على المصادر والمعلومات.

وتعتمد النظرية على مجموعة من المرتكزات، منها ضرورة امتلاك **قادة الرأي العام** في المجتمع مجموعة من القنوات الاتصالية؛ لممارسة عمليات التغيير وخاصة في المجالات الاجتماعية. وتأتى المؤسسات الدينية على رأس المؤسسات المطالبة بالتفاعل مع التطورات التكنولوجية، والاستفادة من الابتكارات الحديثة الناتجة عن الثورة المعلوماتية والتطور التكنولوجي، نظرا لكونها إحدى أهم المؤسسات في توجيه الرأي العام والتأثير في المجتمع، انطلاقًا من أهميتها ودورها في تشكيل الوعى المجتمعى والتأثير في الجماهير، واحتياج الناس المستمر لمعرفة حكم الشرع في مختلف مناحي الحياة.

وبناء على ما سبق: يمكن الاستفادة من نظرية انتشار المبتكرات في التعرف على مدى استفادة المؤسسات الدينية الرسمية في مصر وتوظيفها للمنصات الإعلامية الإلكترونية (الموقع الإخباري، وشبكات التواصل الاجتماعي)، باعتبار تلك الوسائل إحدى ثمار الابتكارات العلمية الناتجة عن ثورة الاتصال الرقمي، وأثر هذا التوظيف في القيام بالدور التوعوي خلال فترة انتشار جائحة كورونا.

- **نظرية ثراء وسائل الإعلام:**

قام كل من سيمون "Simon" وبيباس "Peppas" بدراسة ثراء المواقع من حيث استخدام الوسائط المتعددة، وصنفوا المواقع الإعلامية الغنية على أنها تلك التي تحتوي على "نصوص، وصور، وأصوات، وملفات فيديو"، بينما تكون المواقع الإعلامية الفقيرة هي تلك التي تحتوي على نصوص فقط، وأنشآ أربعة مواقع، موقعين ثريين وآخرين أقل ثراء لوصف سلعتين- أحدهما بسيط والآخر معقد- ووجدا أنَّ أكثر المستخدمين بغض النظر عن تعقيد المنتج فضَّلوا المواقع التي تقدم وسائل إعلام أكثر ثراءً [22]، فثراء

الوسيلة يعتمد على أربعة معايير هي: "رجع الصدى، وتعدد الأدوار، وتنوع اللغة، والتركيز الشخصي أو الاهتمام"، وكلما تمتعت الوسيلة بهذه المعايير كانت أكثر ثراء[23].

وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين هما [24]:

- **الفرض الأول:** أنَّ الوسائل التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات، فضلًا عن تنوع المضمون المقدَّم من خلالها، وبذلك تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.
- **الفرض الثانى:** هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء وهي: "سرعة رد الفعل، وقدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية".

وبناء على ما سبق، يمكن تطبيق الفرض الأول لنظرية ثراء الوسيلة من خلال التعرف على مدى التنوع فى تقديم مضمون المادة الإعلامية، وذلك بالتطبيق على **المواقع الإلكترونية** للمؤسسات الدينية عينة الدراسة، كما يمكن تطبيق الفرض الثاني من خلال التعرف على عناصر التفاعلية المتوفرة في هذه المواقع، إضافة إلى نقل الأخبار وتبادلها والتعليق عليها بسرعة، فضلًا عن فورية رد الفعل مع المستخدمين الآخرين وتفاعلهم فيما بينهم.

نتائج الدراسة:

جدول (1)

يوضح عدد المنصات الإعلامية في المؤسسات الدينية

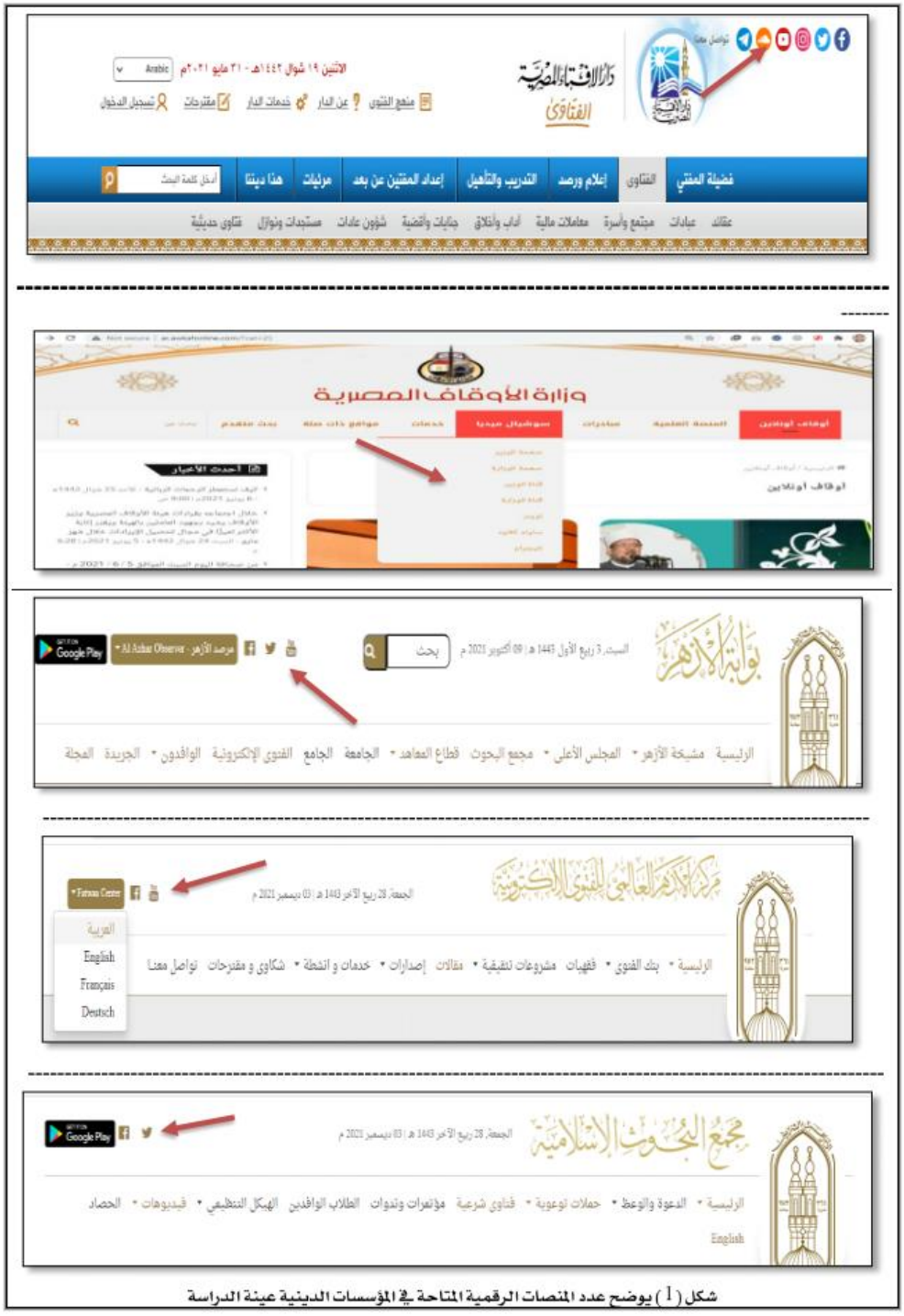
المؤسسة	موقع إلكترونى	فيس بوك	تويتر	تليجرام	انستجرام	يوتيوب	ساوند كلاود
الأزهر الشريف	√	√	√	×	√	√	×
مجمع البحوث الإسلامية	√	√	√	√	√	√	×
مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	√	√	√	√	√	√	×
دار الإفتاء	√	√	√	√	√	√	√
وزارة الأوقاف	√	√	√	√	×	√	√

تشير بيانات الجدول السابق إلى توظيف المؤسسات الدينية الرسمية في مصر لعديد من المنصات الرقمية، وقد يكون للمؤسسة حسابات متعددة على منصة واحدة، على

سبيل المثال: أنشأت (وزارة الأوقاف المصرية) (23) صفحة بلغات مختلفة على منصة **الفيس بوك**، وهكذا الحال مع مؤسسات أخرى، **شكل** (1).

- احتلت (**دار الإفتاء المصرية**) الصدارة من حيث عدد المنصات الرقمية التابعة لها، التي بلغت -خلال فترة الدراسة- (**سبع منصات**)، تمثلت في: (الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، وتليجرام، وانستجرام، ويوتيوب، وساوند كلاود)، وأنشأت (**دار الإفتاء المصرية**) حسابا رقمياً على منصة (**كلوب هاوس**) للدردشة الصوتية، في نهاية شهر يونيو(2021م)، وحساباً على منصة (**تيك توك**) في أغسطس (2021م)، وبذلك تبلغ المنصات الرقمية لدار الإفتاء (**تسع منصات**) رقمية.
- بلغ عدد المنصات في (**مجمع البحوث الإسلامية**)، و(**مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية**) (**ست منصات**) تمثلت في: (الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، وتليجرام، وانستجرام، ويوتيوب)، وبلغ عدد المنصات في (**وزارة الأوقاف**) (**ست منصات**)، تمثلت في: (الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، وانستجرام، ويوتيوب، وتليجرام)، بينما بلغ عدد المنصات (**للأزهر الشريف**) (**خمس منصات**)، تمثلت في: (بوابة الأزهر، والفيس بوك، وتويتر، وانستجرام، ويوتيوب).

يتضح مما سبق، مواكبة المؤسسات الدينية الرسمية المصرية للتطور التكنولوجي، واستفادتها من التحول الرقمي، من خلال اتجاه تلك المؤسسات نحو الإعلام الجديد وتنوع المنصات الرقمية؛ لتسهيل التواصل مع الجماهير، وعرض المحتوى المقدم بشكل أكثر جذبا للجمهور المستهدف، وذلك نظرا لتميز كل منصة بسمات مميزة لها عن المنصة الأخرى من حيث المضمون وآلية العرض، إضافة إلى الآنية في نشر المواد الإعلامية والدورة الخبرية السريعة، مما يتيح لمتابعي لتلك المنصات الوصول السريع للمادة الإعلامية، وهذا ما أكَّده مسئولو المراكز الإعلامية للمؤسسات الدينية عينة الدراسة♦.



شكل (1) يوضح عدد المنصات الرقمية المتاحة في المؤسسات الدينية عينة الدراسة

جدول (2)

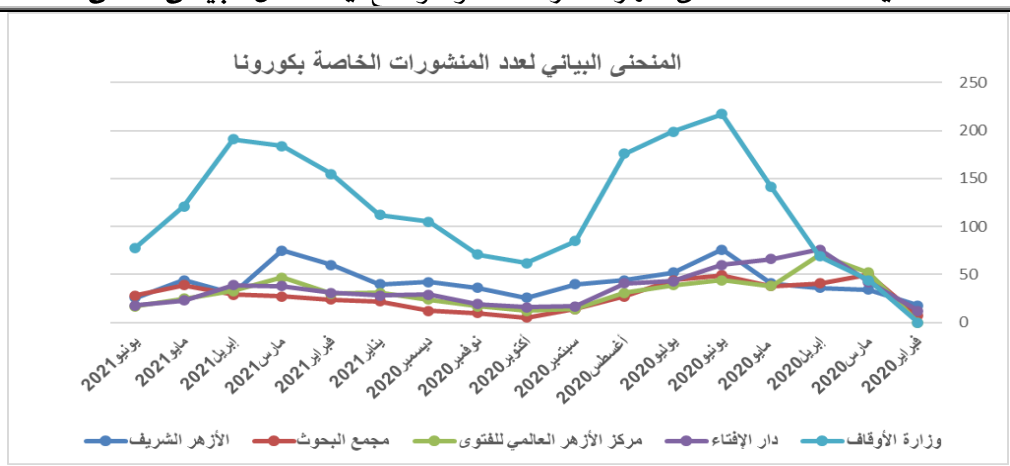
يوضح عدد المنشورات المقدمة في المنصات الإعلامية الخاصة بجائحة كورونا

المؤسسة	موقع إلكترونى	فيس بوك	تويتر	تليجرام	انستجرام	يوتيوب	ساوند كلاود	الإجمالى
الأزهر الشريف	332	109	84	×	113	82	×	720
مجمع البحوث الإسلامية	107	57	120	117	54	11	×	466
مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	113	171	68	84	56	33	×	525
دار الإفتاء	158	92	190	91	40	27	0	598
وزارة الأوقاف	615	572	734	4	0	78	7	2010
إجمالى	1325	1001	1196	296	263	231	7	4319

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى:

- بلغ عدد المنشورات المتعلقة بالجائحة عبر المنصات المتعددة للمؤسسات الدينية (4319)، ويلاحظ من بيانات الجدول السابق توظيف المؤسسات الدينية لمنصاتها الرقمية المتعددة في تناول الجائحة، بينما لم توظف "دار الإفتاء" منصتها على موقع "Sound cloud"، ووظفت منصاتها الأخرى في تناول الجائحة.
- جاءت وزارة الأوقاف في المرتبة الأولى من حيث عدد المنشورات المتعلقة بالجائحة، بعدد (2010) منشورات، يليها "الأزهر الشريف" بعدد (720)، وجاءت "دار الإفتاء" في المرتبة الثالثة بعدد (598)، بينما احتل "مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية" المرتبة الرابعة بعدد (525)، وجاء "مجمع البحوث الإسلامية" في المركز الأخير بعدد (446) منشوراً. **ولعل سبب** زيادة عدد المنشورات في المنصات الرقمية بـ"**وزارة الأوقاف**" يعود إلى اهتمام الوزارة بالتأكيد على التكيف مع السياسات والإجراءات التي اتخذتها الدولة المصرية، خاصة ما يتعلق بالتعامل مع دور العبادة – المساجد والزوايا- من ناحية إغلاق المساجد خلال الموجة الأولى للجائحة، أو تطبيق الإجراءات الاحترازية حال فتح المساجد[25]، وهذا ما ظهر واضحاً من خلال العديد من المنشورات التي اهتمت بنشر صور تلك المساجد على مستوى محافظات الجمهورية.
- اهتمت المؤسسات الدينية الرسمية في مصر بتغطية الأخبار والموضوعات ذات العلاقة بجائحة كورونا، فلم يمض شهر خلال عينة الدراسة -17 شهراً- دون منشورات متعلقة

بالجائحة في المنصات الإعلامية بالمؤسسات الدينية، وإن تفاوتت نسبة أعداد المنشورات المقدمة في تلك المنصات من شهر لآخر، كما هو موضح في **الشكل البياني التالي**:



شكل (2) يوضح المنحنى البياني لعدد المنشورات خلال فترة الدراسة

يتضح من بيانات الشكل البياني السابق اهتمام المؤسسات الدينية الرسمية بتناول أخبار الجائحة عبر منصاتها الرقمية منذ وقت مبكر، فمنذ (**فبراير** 2020م) بدأت كل من مؤسسة (الأزهر الشريف♦، ومجمع البحوث الإسلامية، ودار الإفتاء المصرية♦♦) بتقديم منشورات عن الجائحة، وابتداءً من (مارس 2020م) اهتمت المنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الدينية عينة الدراسة بتقديم تغطية إعلامية مكثفة عن الجائحة.

ويرى الباحث أنَّ سبب ذلك يعود إلى بدء **الموجة الأولى** من تفشي الجائحة في مصر في مطلع شهر (مارس 2020م) بمتوسط إصابات بلغ (30) حالة إصابة يوميًا، وازدادت حالات الإصابة تدريجيًا خلال شهري (مايو، ويونيو)، لتصل الجائحة لذروة الانتشار في منتصف شهر (يونيو 2020م)، وذلك بمعدل إصابات نحو (1774) حالة إصابة يوميًا، ليبدأ التراجع في متوسط أعداد الإصابات لتصل إلى (89) حالة إصابة يوميًا بحلول نهاية شهر (أغسطس 2020م)[26]، كما يلاحظ من بيانات الشكل البياني زيادة عدد المنشورات الخاصة بالجائحة مرة ثانية ابتداءً من (نوفمبر 2020م).

ويعلل الباحث ذلك ببدء الموجة الثانية من تفشي الجائحة في مصر، التي أعلن عنها رسميًا في (26 نوفمبر 2020م)، **مما يؤكد** الحضور المبكر والمؤثر للمؤسسات الدينية خلال تلك الجائحة، والسعي الدؤوب والمتابعة المستمرة لتطورات المشهد اليومي للجائحة، وتأثير ذلك في المناحي المختلفة لحياة المواطنين.

جدول (3)

يوضح نوع المنشورات♦ المقدمة في المنصات الرقمية الخاصة بجائحة كورونا

نوع المنشور	المؤسسات	المنصات الإعلامية						
		موقع إلكترونى	فيس بوك	تويتر	تليجرام	انستجرام	يوتيوب	ساوند كلاود
نص	الأزهر الشريف	332	74	65	×	0	0	×
	مجمع البحوث الإسلامية	91	42	33	9	3	0	×
	مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	108	155	49	53	12	0	×
	دار الإفتاء	152	78	136	44	7	0	0
	وزارة الأوقاف	591	407	676	0	×	0	0
صورة	الأزهر الشريف	-	8	12	×	113	0	×
	مجمع البحوث الإسلامية	13	10	87	104	50	0	×
	مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	-	9	19	31	44	0	×
	دار الإفتاء	-	5	54	22	33	0	0
	وزارة الأوقاف	3	133	249	0	×	0	0
فيديو	الأزهر الشريف	-	26	7	×	-	37	×
	مجمع البحوث الإسلامية	3	5	0	0	1	9	×
	مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	5	7	0	0	0	13	×
	دار الإفتاء	6	9	0	25	0	54	0
	وزارة الأوقاف	21	32	7	3	×	82	0
مواد مسموعة	الأزهر الشريف	-	0	0	×	0	0	×
	مجمع البحوث الإسلامية	-	0	0	4	0	0	×
	مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	-	0	0	0	0	0	×
	دار الإفتاء	-	-	0		0	0	0
	وزارة الأوقاف	-	-	2	1	×	0	7

تشير بيانات الجدول السابق إلى حرص المؤسسات الدينية المصرية على تنوع المنشورات المقدَّمة للجمهور، ما بين منشور (نصي، وصورة، وفيديو).

ويُلاحظ في غالبية المنشور النصي الحرص على المزاوجة بين النص والصورة أو النص والفيديو؛ بهدف تحقيق أكبر قدر، إذ تعد المؤثرات البصرية، متمثلة في الصور والفيديو، من أكثر الأدوات تأثيراً وقدرة على الإقناع وجذب الآخرين.

جدول (4)

يوضح هدف الرسالة الإعلامية في المنشورات المقدمة♦♦

	هدف المنشور	المنصات الإعلامية						الإجمالي
		موقع إلكتروني	فيس بوك	تويتر	تليجرام	انستجرام	يوتيوب	
الأزهر الشريف	بيان أحكام فقهية خاصة بالجائحة	17	12	17	×	15	39	100
	التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية	236	42	39	×	7	16	340
	رفع الروح المعنوية للجمهور	63	13	13	×	7	28	124
	مساهمة الأزهر الشريف في دعم الجانب الطبي	9	13	11	×	11	7	51
	إبراز دور المؤسسة في تقديم الدعم المادي للمحتاجين	11	12	9	×	9	6	47
	التزام المؤسسة بالإجراءات الوقائية	18	15	16	×	72	35	156
	التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة	14	11	12	×	5	4	46
	التعاون مع مؤسسات الدولة لمواجهة الجائحة	21	16	13	×	6	2	58
مجمع البحوث الإسلامية	بيان أحكام شرعية خاصة بالجائحة	59	37	3	33	9	7	148
	التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية	34	8	59	46	21	3	171
	رفع الروح المعنوية للجمهور	11	5	19	28	27	7	97
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب الطبي	14	7	15	15	5	3	45
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب المجتمعي	16	17	12	12	11	4	72
	التزام المؤسسة بالإجراءات الوقائية	33	9	6	5	3	2	58
	التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة	7	4	8	7	6	1	33
	التعاون مع مؤسسات ووزارات أخرى بالدولة	7	6	6	9	7	2	37

هدف المنشور		المنصات الإعلامية						الإجمالى
		موقع إلكترونى	فيس بوك	تويتر	تليجرام	انستجرام	يوتيوب	
مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	بيان أحكام شرعية خاصة بالجائحة	96	147	42	55	29	24	393
	التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية	15	13	10	11	8	12	69
	رفع الروح المعنوية للجمهور	12	9	6	13	7	4	51
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب الطبى	18	15	6	3	4	4	50
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب المجتمعى	9	2	2	0	6	6	25
	االتزام المؤسسة بالإجراءات الوقائية	9	0	8	6	5	6	34
	التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة	13	9	9	8	5	2	46
دار الإفتاء	بيان أحكام شرعية خاصة بالجائحة	144	75	135	66	28	19	467
	التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية	33	13	18	18	13	2	83
	رفع الروح المعنوية للجمهور	15	13	17	15	13	5	78
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب الطبى	38	4	8	7	6	8	71
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب المجتمعى	20	16	9	7	7	5	64
	التزام المؤسسة بالإجراءات الوقائية	5	6	7	5	3	2	28
	التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة	8	15	11	8	7	4	53
	التعاون مع مؤسسات ووزارات أخرى بالدولة	11	15	2	2	2	4	36
وزارة الأوقاف	فتاوى دينية خاصة بالجائحة	40	32	38	1	×	15	126
	التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية	39	32	33	2	×	23	129
	رفع الروح المعنوية للجمهور	20	19	22	1	×	12	74
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب الطبى	39	33	39	0	×	16	127
	مساهمة المؤسسة الدينية في دعم الجانب المجتمعى	52	42	50	0	×	14	158
	التزام المؤسسة بالإجراءات الوقائية	513	489	501	1	×	33	1537
	التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة	22	19	20	2	×	11	74
	التعاون مع مؤسسات ووزارات أخرى بالدولة	29	25	33	0	×	19	106

❖ يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى:

حرصت المؤسسات الدينية الرسمية -**عينة الدراسة**- على توظيف منصاتها الرقمية - منذ بداية الجائحة- وتعزيز حضور الخطاب الدينى ضمن أطر المواجهة، ويلاحظ من بيانات الجدول السابق اختلاف ترتيب أهداف الرسائل الإعلامية من مؤسسة لأخرى، على النحو التالي:

- **أولًا: الأزهر الشريف**

يتضح من تحليل مضامين المنصات الرقمية بـ"الأزهر الشريف" تنوع أهداف مضامين المنشورات (posts) التي تتحدث عن جائحة كورونا، فجاء هدف (**التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية**) في المركز الأول، إذ اهتمت المنصات منذ وقت مبكر، وبالتحديد ابتداءً من (10 **فبراير** 2020م)، بالإشارة إلى اهتمام **الأزهر الشريف** بعقد سلسلة من الندوات التوعوية والتثقيفية الصحية لجميع العاملين بالأزهر الشريف؛ بهدف التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية، إضافةً إلى تنظيم حملات توعوية تقيمها المناطق والإدارات التعليمية بالأزهر الشريف على مستوى الجمهورية، **من أمثلة عناوين تلك الندوات والحملات التوعوية: (تنظيم الوقت والنظافة تقى من الأمراض، تنمية السلم الاجتماعى ودور الأزهر في محاربة الشائعات، صحتك تهمنا، المحافظة على الصحة العامة، دعوة الإسلام إلى حفظ النفس، كيفية مكافحة فيروس كورونا، فيروس كورونا المستجد - الأعراض وسبل الوقاية، تعزيز المناعة ضد كورونا، تطورات كورونا ودور الطلاب في التغلب عليها، كن واعيا، صحتك أمانة.. حافظ عليها، الطب الوقائى في الإسلام والحفاظ من فيروس كورونا، التغذية السليمة ومرض كورونا، وليسعك بيتك، شاركهم ولو بدعوة، أمانك في التزامك**)، إضافة إلى توزيع النشرة الصحية الصادرة عن وزارة الصحة والسكان والخاصة بطرق الوقاية من الفيروس على طلاب المعاهد.

وامتدت تلك الحملات التوعوية على مدار الفترة الزمنية عينة الدراسة، إضافةً للقوافل الدعوية للوعاظ والواعظات إلى المدارس؛ للحث على النظافة واتباع الإجراءات الوقائية. وأعلن "الأزهر الشريف" من خلال منصاته الرقمية بتاريخ (23 يونيو 2020م) عن إصدار دليل استرشادي للتعامل مع فيروس كورونا، وُزِّع هدية مع مجلة الأزهر شهر ذي الحجة.

وجاء هدف (**التزام مؤسسة الأزهر الشريف بالإجراءات الوقائية الواردة من الجهات المختصة**) في المركز الثاني، فقد اهتمت المنصات الرقمية بالإشارة إلى التزام "الأزهر الشريف" بتنفيذ التعليمات الواردة من الجهات المختصة، فابتداءً من (16 **مارس** 2020م)

شكَّلت المناطق الأزهرية غرف عمليات ولجان لإدارة الأزمات، وبدأت في أعمال التطهير والتعقيم للمعاهد والإدارات الأزهرية، والتواصل مع الإدارات التعليمية كافة لاتخاذ جميع الإجراءات الاحترازية للوقاية من فيروس كورونا، ونشر قطاع المعاهد الأزهرية فيديو للإرشادات الوقائية لطلاب الشهادة الثانوية الأزهرية خلال الامتحانات[27]، ووجَّه **فضيلة الإمام الأكبر أ.د/ أحمد الطيب** بتاريخ الأحد (29 مارس 2020م) رسالة للعالم بشأن جائحة كورونا، أكد فيها أهمية وضرورة الالتزام بالإجراءات الوقائية، والتحذير من اختلاق الشائعات، وضرورة البقاء وأداء الصلاة في البيوت. كما أعلن "الأزهر الشريف" عن توقف عمل "**لجنة الفتوى الرئيسة**" في الجامع الأزهر بشكل مباشر واستبدالها بشكل أون لاين♦، واعتماد نظام التعليم "عن بُعد" مع مراحل التعليم المختلفة، ووضع آلية لتنفيذ قرار رئاسة مجلس الوزراء، الخاص بتخفيض عدد العاملين بأجهزة الدولة والمصالح الحكومية، وذلك ضمن الإجراءات الاحترازية التي تتخذها الدولة لمواجهة جائحة كورونا. وابتداءً من (25 إبريل 2020) اتخذ الأزهر الشريف قراراً بتنظيم ندوات دينية للواعظات عن بُعد (on line) بديلًا عن الدروس الدينية المباشرة، واستكمال الدورات التدريبية للوعَّاظ المصريين والدعاة الوافدين بنظام التعليم عن بُعد[28].

واحتل هدف (**رفع الروح المعنوية للجمهور**) المرتبة الثالثة، من خلال نشر العديد من الموضوعات والآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأقوال المأثورة والأدعية التي تحث على الصبر والرضا بالقضاء والقدر واللجوء إلى الله تعالى من خلال الدعاء والقنوت في الصلوات والأخذ بالأسباب[29]، واهتمت المنصات الرقمية **بنشر دعاء فضيلة الإمام الأكبر أ.د/ أحمد الطيب** بتاريخ (29 مارس 2020م)، الذي جاء في سياق رسالته إلى العالم بشأن جائحة كورونا♦، وتوجيه عدد من الرسائل والمنشورات تحت عنوان "**كيف نواجه الخوف والقلق بسبب وباء كورونا؟**"، مع ذكر بعض النصائح والتوجيهات للتغلب على الخوف والقلق، وذلك من خلال الاستعانة بعدد من الأطباء في علم النفس بجامعة الأزهر الشريف♦♦. كما نظَّم الأزهر الشريف عدداً من القوافل الدعوية للوعاظ الى المستشفيات للقاء المرضى والدعاء لهم، وتنظيم حملات إلكترونية لدعم المرضى بالفيروس.

وجاء هدف "**بيان أحكام فقهية متعلقة بالجائحة**" في المركز الرابع، من خلال بيان أحكام الشرع فيما يخص بعض المسائل المتعلقة بالعبادات أو المعاملات ذات الصلة بجائحة كورونا، من خلال نشر فتاوى "**لجنة الفتوى الرئيسة بالجامع الأزهر الشريف**"، أو الفتاوى والبيانات الصادرة من "هيئة كبار العلماء" بالأزهر الشريف. وركَّزت الفتاوى الدينية في

بدايتها على "**حكم الالتزام بالإجراءات الاحترازية للوقاية من الأوبئة**"[30]، تزامن صدور تلك الفتاوى مع البيان الصادر من "**هيئة كبار العلماء**"♦ بتاريخ الأحد (15 مارس 2020م) بشأن جواز إيقاف صلوات الجُمع والجماعات حمايةً للناس من فيروس كورونا، واهتمت جميع المنصات الإعلامية بالأزهر الشريف بنشر هذا البيان[31].

ويلاحظ في الفتاوى الدينية الصادرة عن "الأزهر الشريف" مزامنتها وتفاعلها مع مستجدات الأحداث ذات العلاقة بجائحة كورونا، بحيث تأتي تلك الفتاوى لتجيب عن أسئلة واستفسارات متعلقة بالجائحة، أو مصححة ومصوبة لبعض السلوكيات الخاطئة، فبعد أن ركَّزت الفتاوى بداية على حكم اتخاذ الإجراءات الاحترازية، تطرقت بعد ذلك للحديث عن حكم الشرع في الاحتكار ورفع أسعار السلع لاستغلال حاجة الناس، ثم تناولت الفتاوى بعد ذلك توضيح بعض الأحكام الفقهية الخاصة بمن قضوا نحبهم بسبب فيروس كورونا، فيما يتعلق بتغسيلهم وتكفينهم والصلاة عليهم[32].

وجاء هدف "**التعاون مع مؤسسات ووزارات أخرى بالدولة لمواجهة الجائحة**" في المركز الخامس، من خلال الإشارة إلى التعاون بين الأزهر الشريف ووزارة الصحة في إقامة العديد من الندوات واللقاءات التوعوية بالقطاعات المختلفة في الأزهر الشريف، والإشارة إلى مشاركة القيادات الدينية والقطاعات المختلفة بالأزهر الشريف مع العديد من الجهات والوزارات والمؤسسات المختلفة بالدولة لمواجهة الجائحة، وتنوعت تلك الجهات ما بين (الكنيسة المصرية، ووزارة الصحة، والهلال الأحمر، وقطاع الطب الوقائي التابع لمديريات الصحة، ووزارة القوى العاملة، والمعهد القومي للتغذية)[33].

وجاء هدف "**مساهمة الأزهر الشريف في دعم الجانب الطبي**" في المركز السادس، وذلك من خلال التأكيد على إشادة **الأزهر الشريف** بالدور الكبير الذي يقوم الأطباء وجميع العاملين في المجال الطبِي، فقد نشرت المنصات الرقمية بالأزهر الشريف في يوم (الأربعاء 1 أبريل 2020م) خبرًا بعنوان "**أطباء مصر ضربوا أروع الأمثلة في العطاء والتعاون وأداء رسالتهم**"، كما تجلى دعم الأزهر الشريف للأطباء والعاملين في المجال الطبي، من خلال توضيح العديد من الأحكام الشرعية المتعلقة بعمل الأطباء في ظل الجائحة، وذلك بهدف رفع المشقة عنهم أثناء أداء عملهم خاصة فيما يتعلق بأداء العبادات، ونشرت المنصات الرقمية المتعددة بالأزهر الشريف يوم الخميس (2 أبريل 2020م) فتوى بعنوان "**جواز الجمع بين الصلوات للأطباء ومساعديهم خلال مواجهتهم لوباء كورونا**"[34].

كما وجَّه الأزهر الشريف العديد من القوافل الدعوية لزيارة المستشفيات في أنحاء الجمهورية، وتقديم الشكر والتقدير للأطباء وأطقم التمريض وجميع العاملين بالقطاع

الطبي؛ لما يبذلونه من جهود وتضحيات مضنية، وتصدرهم الصفوف الأولى لحماية المجتمع من جائحة "كورونا" [35]، وإطلاق العديد من الحملات الإلكترونية لمساندة الأطباء والعاملين في المجال الطبي، وتقديم الشكر والامتنان لهم.

- وجاء هدف "**إبراز دور المؤسسة في تقديم الدعم المادي للمرضى والمحتاجين**" في المركز السابع، من خلال الإشارة إلى اهتمام الأزهر الشريف بتقديم الدعم والمساعدة المادية للمحتاجين والدعوة إلى ذلك، فبناءً على توجيهات فضيلة الإمام الأكبر الدكتور أ.د/ أحمد الطيب شيخ الأزهر الشريف، المشرف العام على بيت الزكاة، وزَّعت مؤسسة بيت الزكاة والصدقات المصري الدعم لمتضرري العمل غير المنتظم بسبب فيروس كورونا، وذلك ابتداءً من (2 أبريل 2020م)، كما أطلق الأزهر الشريف دعوته إلى أهمية التكافل الاجتماعي، وفي تاريخ (20) يونيو (2020م)، شجَّع الأزهر الشريف مقترحًا لجامعة الدول العربية لإنشاء صندوق عربي للتكافل الاجتماعي كآلية إقليمية للتضامن الاجتماعي، يشارك في تمويله الدول المقتدرة والقطاع الخاص، ويوجه بالأساس لتشييد مشاريع تنموية في الدول الأكثر تضررًا من جائحة فيروس كورونا المستجد، وفي تاريخ (20 أغسطس 2020م) أطلق شيخ الأزهر وبابا الفاتيكان نداءات التضامن العالمي لتخفيف معاناة المتضررين من (كورونا)، كما حرصت المنصات الرقمية على إطلاق حملات توعوية إلكترونية للتشجيع على التكافل الاجتماعي مثل حملة "وتعاونوا".

- وجاء هدف "**التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة**" في المركز الأخير، من خلال الإشارة إلى ضرورة التحقق من صحة الأخبار وعدم الانسياق وراء الإشاعات، وأخذ المعلومات من خلال البيانات الرسمية. واهتمت المنصات الرقمية بالأزهر الشريف بتغطية تصريح فضيلة الأمام الأكبر أ.د/ أحمد الطيب، الذي أشار خلاله إلى خطورة الشائعات وتداولها خاصة في تلك الظروف، وذلك بقوله "**ومما يحرم شرعًا في هذه الظروف، اختلاق الشائعات وترويجها وبلبلة الناس وترويعهم وإفقادهم الثقة في الإجراءات التى تتخذها الدولة لحماية الوطن والمواطنين**"[36]، كما أصدرت لجنة الفتوى الرئيسة بالأزهر الشريف عددًا من الفتاوى التي تحذر من إطلاق الشائعات أو ترويجها، وحثت المواطنين وجميع وسائل الإعلام على التحلي بالمسؤولية، وعدم ترويج الإشاعات وإثارة الرعب والفزع بين المواطنين [37].

ثانيا: مجمع البحوث الإسلامية

يتضح من تحليل مضامين المنصات الرقمية التابعة لمجمع البحوث الإسلامية، تنوع أهداف مضامين المنشورات التي تتحدث عن جائحة كورونا، فجاء هدف (**التوعية بأسباب**

الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية) في المركز الأول، إذ اهتمت المنصات منذ وقت مبكر وبالتحديد ابتداء من (15) **من مارس**، (2020م)، بالإشارة إلى اهتمام **مجمع البحوث الإسلامية** بعقد سلسلة من الحملات والندوات التثقيفية♦ في جميع قرى ومدن ومحافظات الجمهورية وعبر وسائل التواصل الاجتماعي، يشارك فيها جميع وعاظ وواعظات الأزهر الشريف، لتثقيف الناس ودعم الجانب المعرفي لهم في مختلف المجالات الحياتية في ظل هذه الجائحة، وابتداءً من (12، نوفمبر 2020م) أطلق مجمع البحوث الإسلامية حملة توعوية تحت عنوان "**أمانك في التزامك**" تهدف إلى تجديد دعوة الناس لأخذ الحيطة والحذر من تداعيات أزمة فيروس كورونا المستجد واتباع الإجراءات الاحترازية في مواجهته، من أجل المحافظة على النفس الإنسانية، ووحَّد المجمع صورة (البروفايل) للموقع الإلكتروني وصفحات التواصل الاجتماعي، وهذا ما أكده **الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية**[38]، من أن تنظيم مثل هذه الحملات التوعوية يأتي تزامنًا مع مطالبات الجهات المسئولة بضرورة مواجهة تلك الجائحة والالتزام بالإجراءات الاحترازية وعدم الاستهانة بها. كما أصدر مجمع البحوث الإسلامية دليلًا شرعيًا للتعامل مع جائحة كورونا مع مجلة الأزهر في عدد ذي القعدة 1441هـ.

ولم تقتصر تلك الحملات التوعوية على الوعاظ فقط، وإنما كان للواعظات دور واضح في هذا الجانب، وهذا ما أكدته الأمين العام المساعد لشئون الواعظات[39]، فمنذ الثلاثاء (25) فبراير (2020م) نظَّمت الواعظات عددًا من البرامج التوعوية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بديلًا عن اللقاءات المباشرة، من خلال نشر ما يزيد عن (180) مقالة توعوية في ركن الواعظات ببوابة الأزهر، وجريدة الأهرام، وجريدة الأخبار، وصوت الأزهر، وعقيدتي، وجريدة اللواء الإسلامي، وموقع صدى البلد الإلكتروني، إضافة إلى نشر ما يزيد على (90) فيديو على صفحة مجمع البحوث الإسلامية، وصفحة واعظات الأزهر، وصفحة وعظ الأزهر، وموقع صدى البلد، إضافة إلى نشر ما يزيد على (370) من الإعلانات (البوسترات) الدعوية والتوعوية، على صفحة مجمع البحوث الإسلامية، وصفحة واعظات الأزهر، وصفحة وعظ الأزهر.

وجاء هدف "**بيان أحكام فقهية خاصة بالجائحة**" في المركز الثاني، من خلال نشر فتاوى "**لجنة الفتوى الرئيسة بمجمع البحوث الإسلامية**"، أو البيانات الصادرة من "**لجنة البحوث الفقهية بمجمع البحوث الإسلامية**"، أو الفتاوى والبيانات الصادرة من هيئة كبار العلماء. وركَّزت الفتاوى الدينية في بدايتها على "**حكم الالتزام بالإجراءات الاحترازية**

للوقاية من الأوبئة"، ويلاحظ في الفتاوى الدينية الصادرة عن مجمع البحوث الإسلامية مزامنتها وتفاعلها مع مستجدات الأحداث ذات العلاقة بالجائحة[40].

- واحتل هدف "**رفع الروح المعنوية للجمهور**" المرتبة الثالثة، من خلال نشر العديد من الموضوعات والآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأقوال المأثورة والأدعية التي تحث على الصبر والرضا بالقضاء والقدر واللجوء إلى الله تعالى من خلال الدعاء والقنوت في الصلوات[41] والأخذ بالأسباب، وأطلقت المنصات الرقمية حملات مثل: حملة بعنوان "**إرادة**"[42]، وحملة "**شاركهم ولو بدعوة**"، من أجل نشر الوعي المجتمعي والتكاتف مع المرضى وذويهم، ورفع الروح المعنوية، سواء للمرضى أو الأطباء وفرق التمريض وكل من يعمل في المجال الطبي، وهذا ما أشار إليه الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية[43]، من أنَّ هذه الحملات من خلال وسائل التواصل الاجتماعية والموقع الإلكتروني الرسمي للمجمع، تستهدف مكافحة بعض السلوكيات الخاطئة من بعض الأفراد، التي قد تؤذي المرضى وذويهم نفسيا، مما يعد مخالفة للمنهج النبوي في الأزمات من تكاتف ومؤازرة وإحساس بالآخرين ودعمهم والوقوف بجانبهم.

- وجاء هدف "**إبراز دور المؤسسة في تقديم الدعم المادي للمرضى والمحتاجين**" في المركز الرابع، فقد حرصت المنصات الرقمية على إطلاق حملات توعوية للتشجيع على التكافل الاجتماعي، مثل: حملة "**وتعاونوا**"، لتقديم الدعم والمساعدة المادية للمحتاجين والمتضررين من العمال غير المنتظمين بسبب جائحة كورونا، وذلك ابتداء من (21 مارس 2020م)، ونشرت المنصات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي فتوى بعنوان "**ما حكم تعجيل الزكاة لإخراجها لمن يعمل باليومية وهو الآن لا يخرج من بيته**"، ووجَّهت المنصات الرقمية النداء لأثرياء المجتمع ورجال الأعمال، للتسابق في توفير احتياجات الفقراء ومساعدتهم، خاصة وأن كثيرا منهم من العمالة اليومية التي تأثرت كثيرا بحظر التجوال، واهتمت المنصات بنشر عدد من المقالات للوعاظ والواعظات، وإطلاق عدد من الحملات الإلكترونية التي تدعو إلى ضرورة التكافل والتراحم لتخطي تلك الأزمة بسلام[44]، وأصدر مجمع البحوث فتوى بتاريخ (13 يوليو 2020م)، أشار فيها إلى أنَّ التصدق بثمن الأضحية على المحتاجين والفقراء من أبناء الوطن الواحد، مسلمين كانوا أو غير مسلمين، للوقاية والعلاج من الفيروس مصلحة أعظم لما فيه من حفظ البلاد والعباد[45].

وجاء هدف "**التزام مجمع البحوث الإسلامية بالإجراءات الوقائية الواردة من الجهات المختصة**" في **المركز الخامس**، فقد اهتمت المنصات الإعلامية بالإشارة إلى التزام المؤسسة

بتنفيذ التعليمات الواردة من الجهات المختصة، وتطبيق عدد من الإجراءات الوقائية لتفادي جائحة كورونا، وهذا ما أكده أمين مجمع البحوث الإسلامية[46]، من التزام المجمع بجميع الإجراءات الاحترازية والتعليمات الواردة من الجهات المسئولة في الدولة للحد من انتشار تلك الجائحة.

وجاء هدف "**مساهمة مجمع البحوث الإسلامية في دعم الجانب الطبى**" في المركز **السادس**، من خلال التأكيد على إشادة **المجمع** بالدور الكبير الذي يقوم الأطباء وجميع العاملين في المجال الطبي، ونشرت المنصات الرقمية بمجمع البحوث يوم الأربعاء (1 أبريل 2020م)، خبراً بعنوان "**أطباء مصر ضربوا أروع الأمثلة في العطاء والتعاون وأداء رسالتهم**"، كما تجلى دعم المجمع للأطباء والعاملين في المجال الطبي من خلال توضيح العديد من الأحكام الشرعية المتعلقة بعمل الأطباء في ظل جائحة كورونا، ونشرت المنصات الرقمية المتعددة يوم الخميس (2 أبريل 2020م) فتوى بعنوان "**جواز الجمع بين الصلوات للأطباء ومساعديهم خلال مواجهتهم لوباء كورونا**"[47]. كما وجه المجمع العديد من القوافل الدعوية لزيارة المستشفيات في أنحاء الجمهورية، وتقديم الشكر والتقدير للأطباء وأطقم التمريض وجميع العاملين بالقطاع الطبي، وإطلاق العديد من الحملات الإلكترونية لمساندة الأطباء والعاملين في المجال الطبي، مثل حملة "**كونوا لهم عوناً**"، وأصدر مجمع البحوث الإسلامية يوم (21 مارس 2020م) فتوى تجيز صرف الزكاة للمستشفيات الحكومية المجانية[48]، كما وجّه المجمع تحية تقدير لأطباء مصر في ذكرى يوم الطبيب[49].

وجاء هدف "**التعاون مع مؤسسات ووزارات أخرى بالدولة لمواجهة الجائحة**" في **المركز السابع**، من خلال التعاون بين مجمع البحوث الإسلامية ووزارة الصحة في إقامة العديد من الندوات واللقاءات التوعوية بالقطاعات المختلفة على مستوى الجمهورية، وأيضا الإشارة إلى مشاركة القيادات الدينية والقطاعات المختلفة بالأزهر الشريف مع العديد من الجهات والوزارات والمؤسسات المختلفة بالدولة لمواجهة الجائحة، وتنوعت تلك الجهات ما بين (الكنيسة المصرية، ووزارة الصحة، والهلال الأحمر، و**قطاع الطب الوقائى التابع لمديريات الصحة**، ووزارة القوى العاملة، والمعهد القومي للتغذية، واليونسكو)[50].

- جاء هدف "**التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة**" في المركز الأخير، وقد اهتمت المنصات الرقمية بمجمع البحوث الإسلامية بتغطية تصريح فضيلة الأمام الأكبر أ.د/ أحمد الطيب، ونشر رسالته المتلفزة إلى العالم بشأن جائحة كورونا، كما أصدرت

لجنة الفتوى بالمجمع عدداً من الفتاوى التي تحذر من إطلاق الشائعات أو ترويجها، وحثت المواطنين وجميع وسائل الإعلام على التحلي بالمسؤولية [51].

ثالثاً: مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية

تنوعت أهداف مضامين المنصات الرقمية لـ**"مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية"** التي تتحدث عن جائحة كورونا، فجاء هدف (**بيان الأحكام الفقهية الخاصة بالجائحة**) في المركز الأول، فمنذ وقت مبكر، ابتداءً من الأربعاء الموافق (18 **مارس** 2020م)، أصدر مركز الأزهر العالمي فتوى تتحدث عن حكم جواز تقييد ولي الأمر للشعائر الإسلامية، المبنيّة على الجماعات بمنع الاجتماع لها، كالجماعة وصلاة الجمعة والعيدين... وغير ذلك، وفي التاريخ ذاته أصدر المركز فتوى يبين **حكم تغسيل المَيت المصاب بمرض وبائي كـ(كورونا)، وحكم تكفينه، والصّلاة عليه**، وفي تاريخ (19 مارس 2020م) أصدر المركز فتوى عن **حكم تعقيم الأماكن العامّة والمساجد بالكُحول؟ وحكم صلاة المُسلم وعلى بدنه أوثوبه مواد كُحوليّة**، وفتوى أخرى عن **حكم الاستهزاء بالمرض والوباء والاستخفاف به أو بإجراءات الوقاية منه**. وركّزت الفتاوى الدينية في بدايتها على **"حكم الالتزام بالإجراءات الاحترازية للوقاية من الأوبئة"، وحكم أداء العبادات خاصة صلاة الجمعة والاجتماع لصلاة الجماعة في تلك الآونة، وحكم الميت بفيروس كورونا: هل يعد شهيداً؟ وكيف يغسل ويكفن ويصلى عليه؟**... إلخ.

ويرى الباحث أنَّ مجيء هدف **"بيان أحكام شرعية خاصة بالجائحة"** في المركز الأول يتماشى مع طبيعة المركز ووظيفته، التي تنص على تقديم خدمات الفتوى الإلكترونية باللغة العربية وغيرها؛ مما يسهم في تقليل عدد المستفتين، والتصدي لمواجهة النوازل والقضايا الفقهية والشبهات المثارة، وهذا ما أكده المشرف العام على مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية [52].

ولم يقتصر دور مركز الأزهر العالمي على توضيح الأحكام الشرعية وإصدار الفتاوى فحسب، وإنما تنوعت أهداف أخرى، فجاء هدف (**التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرقِ الوقاية**) في المركز الثاني، إذ اهتمت المنصات منذ وقت مبكر، وبالتحديد ابتداءً من (6 **فبراير** 2020م)[53] بإطلاق العديد من الحملات التوعوية، بدأتها بحملة بعنوان: (**# وقاية**) بالعديد من اللغات، للتوعية من مخاطر الأوبئة والأمراض، وفي تاريخ (18 مارس 2020م)، أصدر مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية دليلًا شاملًا لأحكام الأوبئة والأمراض المعدية، تضمن عدداً من الأحكام والفتاوى في جوانب العبادات والمعاملات ذات الصلة بجائحة كورونا. وفي تاريخ (19

من مارس (2020م) قدَّم المركز عَشْر نصائح حول صلاة الجُمُعة[54]، وفي تاريخ (22) من مارس (2020م) قدَّم المركز "**عَشرة إرشادات للصّلاة في المنزل**"[55]، ولم تقتصر تلك الحملات التوعوية على الفترة الزمنية الأولى من الجائحة، وإنما امتدت على مدار الأشهر المتتالية، وبعد الإيذان بعودة صلاة الجمعة مرة أخرى نشرت المنصات الرقمية عدداً من النصائح والإرشادات الواجب الالتزام بها بعد عودة الصلاة[56]، وأوضح المشرف العام على المركز[57] أنَّ الهدف من إصدار هذا الدليل بأكثر من ثلاث عشرة لغة، توضيح كيفية التعامل الأمثل مع مصابي وضحايا الأمراض الناتجة عن الأوبئة والأمراض المختلفة من الناحية الشرعية، والوقاية منها، وإرشاد المسلم لكيفية أداء العبادات والمعاملات في مثل هذه الظروف، وذلك تحقيقًا للمقاصد الكلية للشريعة، التي توجب حماية النفس مما يهدد سلامتها.

واحتل هدف "**رفع الروح المعنوية للجمهور**" المرتبة الثالثة، من خلال نشر العديد من الموضوعات والآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأقوال المأثورة والأدعية التي تحث على الصبر والرضا بالقضاء والقدر واللجوء إلى الله تعالى، ففي تاريخ (27 مارس 2020م)، نشرت المنصات الرقمية موضوعًا بعنوان "رسالةٌ إلى كلِّ مَن استشعرَ قَلبُه الحُزْنَ على فراقِ المَسَاجد وجَمَاعاتها وجُمَعها هذه الأيَّام" تحثه فيها على الصبر وكثرة الاستغفَار واللجوء إلى الله وحسن الظنَ به.

وجاء هدف "**مساهمة مركز الأزهر في دعم الجانب الطبى**" في المركز **الرابع**، من خلال التأكيد على إشادة **المركز** بالدور الكبير الذي يقوم الأطباء وجميع العاملين في المجال الطبي، فنشرت المنصات الرقمية يوم (10 يونيو 2020م)، خبرًا بعنوان "**مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية يشيد بدور الأطباء والممرضين في مواجهة كورونا، ويؤكد: القيام بالدور الطبى على وجهه الأكمل جهاد في سبيل الله**"، كما تجلى دعم المجمع للأطباء والعاملين في المجال الطبي وذلك من خلال توضيح العديد من الأحكام الشرعية المتعلقة بعمل الأطباء في ظل جائحة كورونا، كما نشرت المنصات المتعددة العديد من الموضوعات التي تحث الجميع على مساعدة الأطباء في عملهم وضرورة الالتزام بتعليماتهم، على سبيل المثال: نشرت المنصات بتاريخ (23 يناير 2021م)، موضوعًا بعنوان "**مداواة المرضى ومرافقة المصابين جهاد في سبيل الله، واتباع إجراءات الوقاية من كورونا معاونةٌ للأطباء والممرضين في القيام بواجبهم**". وأصدر المركز العديد من الفتاوى التي تتحدث عن حكم التبرع بأموال الحج والعمرة لصالح القطاع الصحي، والمتضررين من وباء

كورونا، وأن ثواب ذلك أفضل عند الله وأجزل مثوبة من التنفل بالحج أو العمرة، وذلك إعمالًا لمعيار الأولوية للعبادة متعدية النفع.

- وجاء هدف "**التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة**" في المركز الخامس، وحرصت المنصات الرقمية بالإشارة إلى ضرورة التحقق من صحة الأخبار وعدم الانسياق وراء الإشاعات، وأخذ المعلومات من خلال البيانات الرسمية. واهتمت المنصات بمتابعة ورصد الشائعات التي تثار من وقت لآخر وتوضيح حكم الشرع في ذلك♦.

- وجاء هدف "**التزام مركز الأزهر العالمي بالإجراءات الوقائية**" في المركز السادس، فاهتمت المنصات الرقمية بالإشارة إلى التزام المؤسسة بتنفيذ التعليمات الواردة من الجهات المختصة، وتطبيق عدد من الإجراءات الوقائية لتفادي جائحة كورونا، وهذ ما أشار إليه المشرف العام على المركز[58].

- وجاء هدف "**إبراز دور المؤسسة في تقديم الدعم المادي للمرضى والمحتاجين**" في المركز الأخير، من خلال إصدار العديد من الفتاوى التي تحث المقتدرين على التكافل الاجتماعي، وتفقد أحوال المتضررين من تلك الجائحة.

رابعا: دار الإفتاء المصرية

تنوعت أهداف مضامين المنصات الرقمية لـ"**دار الإفتاء المصرية**" التي تتحدث عن جائحة كورونا، وجاء هدف (**بيان أحكام شرعية خاصة بالجائحة**) في المركز الأول، إذ اهتمت المنصات الرقمية بتوضيح حكم الشرع تجاه العديد من المسائل المتعلقة بالجائحة، فابتداءً من (5 **يناير** 2020م)، أصدرت "**دار الإفتاء**" فتوى تتحدث عن أخلاقيات التعامل في وقت الأزمات، كما أكدت "**دار الإفتاء**" وجوب طاعة الحاكم فيما يأمر به ولو كان فيما يُكره أو يُتردد في صحته، ما لم يكن ذلك معصية أو كفرًا بواحًا، وحذرت **فتاوى الدار** من الانسياق خلف الداعين إلى عدم الالتزام بتعليمات ولي الأمر، وإقامة الجُمَع والجماعات في الساحات والطرقات، والإفطار من غير عذرٍ صحيح، والإعراض عن الحقائق العلمية، بدعوى التوكل على الله[59]. وفي التاريخ ذاته أصدرت فتوى متعلقة بحكم تغسيل الميِّت المصاب بمرض كورونا، وتكفينه، والصَّلاة عليه، وفي تاريخ (19 مارس 2020م)، أصدرت فتوى عن حكم تعقيم الأماكن العامَّة والمساجد بالكُحول، وفتوى أخرى عن حكم الاستهزاء بالمرض والوباء والاستخفاف به أو بإجراءات الوقاية منه، وركَّزت الفتاوى في بدايتها على "**حكم الالتزام بالإجراءات الاحترازية**"، **وحكم أداء العبادات في تلك الآونة، وكيفية التعامل مع المرضى المصابين بالجائحة، وأحكام أخرى متعلقة بالمتوفى بمرض كورونا هل يعد شهيدًا، وكيفية التعامل معه من تغسيل وتكفين والصلاة عليه**،.. إلخ. ولم

تقتصر الفتاوى على الجوانب الفقهية فحسب؛ بل تناولت الجانب العقائدي، من خلال التركيز على تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة؛ كإنكار العدوى، وعدم اتخاذ أسباب الوقاية منها بحجة التوكل على الله[60]. ويلاحظ في الفتاوى الدينية الصادرة عن "**دار الإفتاء المصرية**" مزامنتها وتفاعلها مع مستجدات الأحداث ذات العلاقة بالجائحة بشكل يومي.

ويرى الباحث أنَّ مجيء هدف "**بيان أحكام شرعية متعلقة بالجائحة**" في المركز الأول، يتماشى مع طبيعة عمل مؤسسة "**دار الإفتاء**" ووظيفتها، التي تهدف إلى الإجابة عن الأسئلة والفتاوى المختلفة، التي تقدَّر شهريا - حسب آخر الإحصائيات- بحوالي خمسين ألف فتوى[61]. ولم يقتصر **دور "دار الإفتاء"**على توضيح الأحكام الشرعية وإصدار الفتاوى فحسب، وإنما تعدى ذلك إلى أهداف أخرى، فجاء هدف (**التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية**) في المركز الثاني، إذ اهتمت المنصات ابتداءً من (5 **يناير** 2020م)[62] بنشر العديد من الموضوعات التي تتحدث عن الجائحة من حيث طبيعتها وأعراضها وكيفية التعامل معها، وذلك بقلم مفتي الديار المصرية[63]، كما أصدرت **الدار** كتابا بعنوان "**فتاوى النوازل.. وباء كورونا** COVID-19"، يتناول العديد من الوصايا والإرشادات الواجب اتباعها في التعامل مع الجائحة♦.

واحتل هدف "**رفع الروح المعنوية للجمهور**" المرتبة الثالثة، من خلال نشر موضوعات تحث على الصبر والأخذ بالأسباب والرضا بالقضاء والقدر واللجوء إلى الله تعالى، لكون الجائحة حلَّت بكثير من بلدان العالم [64]. وجاء هدف "**مساهمة دار الإفتاء في دعم الجانب الطبي**" في المركز **الرابع**، من خلال التأكيد على إشادة "**دار الإفتاء**" بالدور الكبير الذي يقوم الأطباء وجميع العاملين في المجال الطبي، فنشرت المنصات الرقمية يوم (1 مايو 2020م)، خبرا بعنوان "**تقدير دور الأطباء في مواجهة الوباء**"، كما تجلى دعم "**دار الإفتاء**" للأطباء والعاملين في المجال الطبي، من خلال توضيح العديد من الأحكام الشرعية المتعلقة بعمل الأطباء في ظل جائحة كورونا، بهدف رفع المشقة عنهم أثناء أداء عملهم خاصة فيما يتعلق بأداء العبادات[65]، وأصدرت الدار العديد من الفتاوى التي تتحدث عن حكم التَّبرع بأموال الحجّ والعُمرة لصالح القِطاع الصِّحيّ، والمُتضررين من وباء كُورونا.

- وجاء هدف "**إبراز دور المؤسسة في تقديم الدعم المادي للمرضى والمحتاجين**" في **المركز الخامس**، وحرصت "**دار الإفتاء**" على إصدار العديد من الفتاوى التى تحث المقتدرين على التكافل الاجتماعى، والحكم بجواز إعطاء الزكاة للمواطنين العاملين بالأجور اليومية، وكل من تعطلت مواردهم بسبب الجائحة، وجواز تعجيل الزكاة لهم على

قدر ما يكفي احتياجاتهم، وجواز صرف الزكاة لتوفير الوسائل الوقائية لمن هم في حاجة إليها، وأن ذلك مقدَّم على نافلة الحج والعمرة بلا خلاف[66].

- وجاء هدف "**التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة**" في المركز السادس، وحرصت المنصات الرقمية بالإشارة إلى أن نقل الشائعات والأخبار غير الموثوقة على وجه الجزم بها هو أمر محرم ومنهى عنه شرعاً، وتزداد الحرمة إذا كانت الشائعة تخص الشأن العام، خاصة في أوقات الأزمات[67]. وجاء هدف "**التعاون مع مؤسسات ووزارات أخرى لمواجهة الجائحة**" في المركز الخامس، وذلك من خلال التعاون بين مؤسسة "**دار الإفتاء**" مع وزارات وجهات رسمية سواء على مستوى الداخل المصري أو مؤسسات ووزارات من دول أخرى، فقد رُصدت العديد من الفتاوى التي تأتي إلى دار الإفتاء من دول أخرى♦. وجاء هدف "**التزام دار الإفتاء بالإجراءات الوقائية الواردة من الجهات المختصة**" في **المركز السادس**، فقد اهتمت المنصات الرقمية بالإشارة إلى تطبيق عدد من الإجراءات الوقائية لتفادى جائحة كورونا، وتقليص أعداد الموظفين وتقليل ساعات العمل في جميع المصالح الحكومية.

خامساً: وزارة الأوقاف المصرية

تنوعت أهداف المنشورات التي تتحدث عن جائحة كورونا في المنصات الرقمية بوزارة الأوقاف، وجاء هدف "**التزام الوزارة بالإجراءات الوقائية الواردة من الجهات المختصة**" في المركز الأول، واهتمت المنصات الرقمية بالإشارة إلى التزام "**وزارة الأوقاف**" بتنفيذ التعليمات الواردة من الجهات المختصة، وهذا ما أكده وزير الأوقاف من أنَّ مخالفة ولي الأمر أو من ينوب عنه فيما يحفظ للناس حياتهم معصية وإثم كبير[68]، وطبقت الوزراة عدداً من الإجراءات الوقائية لتفادي جائحة كورونا، فابتداء من (10 مارس 2020م) ♦ اتخذت الوزارة عدة إجراءات وقائية تحسبا لانتشار الجائحة، تمثلت في استخدام الساحات المفتوحة بالمساجد لصلاة الجمعة، أو الصلاة بالمسجد مع اتخاذ إجراءات النظافة المستمرة، وضرورة ألا تزيد خطبة الجمعة عن (15) دقيقة، وعدم إقامة أي دروس أو تجميع للسيدات لغير الصلاة، وفي تاريخ (15 مارس 2020م)، اتخذت الوزارة عدداً من الإجراءات الاحترازية الأخرى تمثلت في منع المصافحة وتجنب المعانقة وعدم تقبيل يد أى من العاملين بها بديوان عام وزارة الأوقاف وجميع الجهات التابعة لها لحين إشعار آخر[69]. وفي يوم السبت (21 مارس 2020م) اتخذت الوزارة قراراً بإيقاف إقامة صلاة الجمع والجماعات وغلق جميع المساجد وملحقاتها وجميع الزوايا والمصليات

لمدة أسبوعين، والاكتفاء برفع الأذان في المساجد دون الزوايا والمصليات، بإحدى الصيغتين الواردتين في مثل هذه الظروف، واستمر هذا التوقف قرابة خمسة أشهر، وأُقيمت أول صلاة جمعة بعد التوقف بتاريخ (28 أغسطس 2020م)♦. كما اتخذ وزير الأوقاف قراراً بغلق مكتبات الاطلاع بعدد من المساجد، ابتداءً من صباح الخميس الموافق (26 مارس 2020م) وذلك طوال مدة تعليق الجمع والجماعات بالمساجد، وفي تاريخ (7 إبريل 2020م) شكَّلت الوزارة مجموعة إدارة أزمة خاصة بالتعامل مع آثار الجائحة وتداعياتها، وتعليق جميع الأمور والأنشطة الجماعية في رمضان، والالتزام الحرفي التام بتعليق الجمع والجماعات. وبعد العودة التدريجية لجوانب الحياة، وفي تاريخ (29 مايو 2020م) قررت الوزارة إقامة شعائر صلاة الجمعة بمسجد السيدة نفيسة بحضور (20) مصلياً من العاملين بالأوقاف وبمراعاة جميع الإجراءات الاحترازية. وفي يوم الأربعاء (24 يونيو 2020م) وضعت عدداً من القواعد المنظمة؛ لإعادة فتح المساجد تدريجيًّا للصلوات الخمس كمرحلة أولى مع استمرار تعليق إقامة صلاة الجمعة، ومنذ تاريخ (28 أغسطس 2020م)، حرصت المنصات الإعلامية بالوزراة على نشر الكثير من أخبار حملاتها الموسعة مدعمة بالصور لنظافة وتعقيم المساجد على مستوى الجمهورية، والتأكيد على عدم التهاون في غلق أي مسجد لا يلتزم رواده بالإجراءات الاحترازية.

وجاء هدف (**التأكيد على دور الوزارة في دعم الجانب المجتمعى**) في المرتبة الثانية، من خلال الإشارة إلى اتخاذ الوزارة لمجموعة من الإجراءات التنفيذية لمساعدة المجتمع والتخفيف من آثار الجائحة، تمثلت في تخصيص الوزارة مبلغ مليون جنيه دفعة أولى لدعم مصابي فيروس كورونا في تاريخ (29 ديسمبر 2020م)، وتوقيع بروتوكول مع وزارة التموين لتوفير (400 طن) لحوم أضاحي دفعة أولى في تاريخ (5 يونيو 2020م)، وتحويل مبلغ (50) مليون جنيه لحساب المتضررين من الجائحة بتاريخ (9 أبريل 2020م).

واحتل هدف "**رفع الروح المعنوية للجمهور**" المرتبة الثالثة، من خلال نشر العديد من الموضوعات والآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأقوال المأثورة والأدعية التي تحث على الصبر والرضا بالقضاء والقدر والقنوت في الصلوات، وذلك من خلال عدد من المقالات لوزير الأوقاف تتحدث عن الأسباب الظاهرة والباطنة لرفع البلاء وآداب التعامل مع المحن والأزمات[70].

وجاء هدف "**بيان أحكام شرعية خاصة بالجائحة**" في المركز الرابع، من خلال بيان أحكام الدين فيما يخص بعض الأمور والمسائل المتعلقة بالعبادات أو المعاملات ذات الصلة

بجائحة كورونا، وصدرت الطبعة الأولى من كتاب "فقه النوازل، كورونا المستجد أنموذجاً"، تأليف الوزير وآخرون بتاريخ (7 أبريل 2020م). ويلاحظ في الفتاوى الدينية الصادرة عن (وزارة الأوقاف) مزامنتها وتفاعلها مع مستجدات الأحداث، **والاتفاق التام مع الفتاوى الدينية الصادرة عن الأزهر الشريف ودار الإفتاء المصرية**، وفي أحايين كثيرة يُشار إلى اتخاذ الوزارة العديد من القرارات بناءً على الفتاوى الصادرة من هيئة كبار العلماء بالأزهر الشريف أو الصادرة عن دار الإفتاء المصرية، خاصة ما يتعلق بغلق المساجد، أو تحديد وقت خطبة الجمعة، أو ضرورة التباعد بين المصلين وارتداء الكمامة أثناء الصلاة... إلخ، **مما يدل على انسجام تام بين قرارات الوزارة والفتاوى الصادرة عن مؤسسة الأزهر ودار الإفتاء المصرية.**

وجاء هدف "**التعاون مع مؤسسات ووزارات أخرى بالدولة لمواجهة الجائحة**" في المركز الخامس، من خلال مشاركة الوزارة مع العديد من الجهات والوزارات والمؤسسات المختلفة بالدولة لمواجهة الجائحة، تنوعت ما بين (الأزهر الشريف، ودار الإفتاء، ووزارة التنمية المحلية، ووزارة الثقافة، ووزارة الصحة، والهلال الأحمر، والهيئة الوطنية للإعلام).

وجاء هدف "**مساهمة الوزارة في دعم الجانب الطبى**" في المركز السادس، من خلال تخصيص "**المجموعة الوطنية لاستثمارات الأوقاف**" وحدة إنتاجية مختصة بإنتاج قناع حماية الوجه بهدف تعزيز حماية الأفراد والمؤسسات في مواجهة جائحة كورونا، خاصة المستشفيات، وإهداء (1000) درع وجه واق لوزارة الصحة في تاريخ (16 أبريل 2020م)، وتصنيع أول كابينة تعقيم من إنتاج المجموعة الوطنية ابتداءً من الثلاثاء (28 أبريل 2020م)، والإشادة بالدور الكبير الذي يقوم الأطباء وجميع العاملين في المجال الطبي، فقد نشرت المنصات الرقمية بالوزارة بتاريخ (13 أبريل 2020م) خبرًا بعنوان "**وزير الأوقاف: الاعتداء على أي من المستشفيات أو الأطقم الطبية أو التنمر بأي منهم جريمة في حق الوطن**"، كما أعلن وزير الأوقاف في برنامج "حديث الساعة" بتاريخ (15 مايو 2020م) أنَّ الأطباء في المستشفيات كالمرابطين في ميدان المعارك.

وجاء هدف "**إبراز دور الوزارة في تقديم الدعم المادي للمرضى والمحتاجين**" في المركز السابع، من خلال المساهمة في تقديم الدعم والمساعدة المادية للمحتاجين والدعوة إلى ذلك، وتخصيص (50) مليون جنيه بتاريخ (23 مارس 2020م)، بالتنسيق مع مجلس الوزراء، لتحديد الجهة التى ستوزع الأموال على الجهات المتضررة من الجائحة، وتخصيص (6) ملايين جنيه لدعم أصحاب الأمراض المزمنة، وتخصيص (50) مليون جنيه أخرى بتاريخ (16 أبريل 2020م) لحساب وزارة الصحة.

وجاء هدف "**التحذير من الشائعات وخطورتها وقت الجائحة**" في المركز الأخير، وقد اهتمت المنصات الرقمية بالتأكيد على ضرورة التحقق من صحة الأخبار، خاصة الأخبار التي تنسب لوزارة الأوقاف على بعض الصفحات، وأنه لا يمثلها إلا ما ينشر على صفحتها الرسمية، وأكَّد وزير الأوقاف بتاريخ (24 مارس 2020م)، أنه لا صحة للادعاءات الواردة بشأن وجود ذكر فيروس كورونا في القرآن الكريم، أو إعادة فتح المساجد، قبل التأكد من زوال علة الغلق.

جدول (5)

يوضح أشكال تكامل المنصات الرقمية في تناولها لجائحة كورونا

المنصات الإلكترونية / أشكال التكامل	منصات الأزهر الشريف		منصات مجمع البحوث		منصات مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية		منصات دار الإفتاء		منصات وزارة الأوقاف	
	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد	يوجد	لا يوجد
إعادة نشر المحتوى على المنصات الأخرى	√		√		√		√		√	
تدشين حملات مشتركة عند تناول قضية ما	√		√		√		√		√	
توجيه القراء لمطالعة المواد المنشورة على المنصات الأخرى	√		√		√		√		√	
الترويج لما ينشر على المنصات الأخرى	√		√		√		√		√	
إعادة نشر ما ينشر على منصات أخرى غير دينية كالصحف والنشرات الإخبارية		√		√		√		√	√	
ربط المنصات الرقمية بعضها ببعض تقنيا	√		√		√		√		√	

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي:

تنوعت صور وأشكال التكامل - **بنسب متفاوتة**- بين المنصات الرقمية للمؤسسات الدينية -عينة الدراسة- في تناولها لجائحة كورونا، وفيما يلي توضيح لأشكال التكامل:

أولًا: إعادة نشر المحتوى على المنصات الأخرى

يُعد "**إعادة نشر المحتوى على المنصات الأخرى**" واحدًا من أشكال التكامل بين المنصات الرقمية، ظهر ذلك واضحًا من خلال إعادة نشر **بعض الموضوعات** المقدَّمة على الموقع الإلكتروني على منصات مواقع التواصل الاجتماعي (**فيس بوك، وتويتر، وتليجرام**،

وانستجرام) التابعة للمؤسسات الدينية عينة الدراسة، على سبيل المثال أعادت بوابة الأزهر نشر بعض الموضوعات التي نشرت في الموقع الإلكتروني لمجمع البحوث الإسلامية، أو العكس، كما أعادت بوابة الأزهر الشريف نشر بعض المقالات والموضوعات المتعلقة بجائحة كورونا المنشورة في الموقع الإلكتروني لمجلة الأزهر، واهتمت المنصات الرقمية بمجمع البحوث الإسلامية بإعادة نشر البيانات والفتاوى الصادرة عن هيئة كبار العلماء، ونشر تلك البيانات والفتاوى في الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي التابعة لمجمع البحوث الإسلامية. كما أُعيد نشر الفتاوى الواردة في دار الإفتاء مرة ثانية على الموقع الرسمي لمفتي الجمهورية د/ شوقي علام.

وبالنسبة للمنصات الرقمية التابعة لوزارة الأوقاف، أُعيد نشر المحتوى الموجود على الموقع الرسمي للوزارة على مواقع التواصل التابعة للوزارة (الفيس بوك، وتويتر، وتليجرام)، كما أُعيد نشر بعض البرامج الإذاعية المسجلة لوزير الأوقاف على موقع التليجرام والساوند كلاود الخاص بالوزارة، مثل برنامج (خاطرة دعوية)، ومن خلال تحليل موقع الوزارة على التليجرام (منبر التجديد) لوحظ أنَّ جميع المنشورات عبارة عن مواد إعلامية مشتركة بين موقع التليجرام وموقع الوزارة على اليوتيوب أو الساوند كلاود.

ثانيا: تدشين حملات مشتركة عند تناول قضية ما

يُعد (**تدشين حملات مشتركة**) شكلًا من أشكال التكامل بين المنصات الرقمية للمؤسسات الدينية، فهناك العديد من الحملات التوعوية التي دُشِّنت بالتعاون بين بوابة الأزهر الشريف والمنصات الرقمية التابعة لمجمع البحوث الإسلامية، مثل حملات: (**وتعاونوا- أمانك في التزامك- نسلم ويسلمون- كونوا لهم عونًا- النظافة من الإيمان- صحتك أمانة حافظ عليها-** ...)، وهذا ما أشار إليه مدير المركز الإعلامي بمجمع البحوث الإسلامية[71]، من أنَّ تدشين الحملات المشتركة يُعد إحدى صور التكامل الأساسية في المنصات الرقمية التابعة للمجمع، إذ تفرض تلك الحملات نفسها من حيث وحدة الشكل والمضمون في جميع المنصات التابعة للمجمع، أو مع المنصات الإعلامية الأخرى التابعة للأزهر الشريف، وهناك العديد من الحملات المشتركة التي دُشِّنت بين المجمع وبعض الجهات الأخرى، مثل الحملة التوعوية التي دُشِّنت مع مفوضية اللاجئين من خلال مبادرة مشتركة لمساعدة ودعم المحتاجين من اللاجئين أثناء أزمة كورونا.

ثالثًا: توجيه القراء إلى مطالعة المواد المنشورة على المنصات الأخرى

حرصت المنصات الرقمية – عينة الدراسة- على توجيه القراء إلى مطالعة المواد المنشورة على المنصات الأخرى التابعة للمؤسسة نفسها، وذلك من إتاحة الروابط الإلكترونية للمنصات المتعددة، التابعة لتلك المؤسسة.

رابعا: الترويج لما ينشر على المنصات الأخرى

اهتمت دار الإفتاء من خلال موقعها الرسمي ومواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر، وتليجرام) بالترويج والتنويه لإصدارات الأمانة العامة لدور وهيئات الإفتاء في العالم لمعالجة المسائل الإفتائية، مثل نشرة "**جسور**" وغيرها. كما أتاح الموقع الإلكتروني لكل من (وزارة الأوقاف، والأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ومركز الزهر العالمي للفتوى الإلكترونية) للمستخدمين إمكانية مشاركة وترويج المحتوى المقدم في تلك المواقع من خلال مشاركة هذا المحتوى من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الشخصية للمستخدمين.

خامسا: إعادة نشر ما ينشر على منصات أخرى غير دينية كالصحف والنشرات الاخبارية

اهتمت **وزارة الأوقاف** بإعادة نشر ما ينشر أو يذاع عن الوزارة وأنشطتها من خلال المنصات الإعلامية الأخرى التابعة لمؤسسات غير دينية، فقد أُعيد نشر الأخبار الصحفية أو المقالات ذات الصلة بالوزارة أو الوزير تحت عنوان "**من صحافة اليوم**"، كذلك أُعيد نشر البرامج الإذاعية لوزير الأوقاف من خلال المنصات الإعلامية بالوزارة مثل الموقع الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر، وتليجرام، وساوند كلاود)، ونُشرت مقاطع تلفزيونية مثل (نشرات الأخبار، ومداخلات الوزير في البرامج التليفزيونية، ...) في قناة الوزارة الرسمية على اليوتيوب.

سادسا: ربط المنصات الإلكترونية بعضها ببعض تقنيا

من أبرز صور التكامل بين المنصات الرقمية الربط بينها تقنياً؛ بحيث تبدو هذه المنصات بمثابة حزمة إعلامية متكاملة جاذبة للقراء أو المستخدمين، مما يتيح للمستخدمين التجوال بين تلك المنصات بمجرد الضغط على رابط أو أيقونة تلك المنصات، ويتضح من تحليل عينة الدراسة حرص مؤسسة الأزهر الشريف على تفعيل خاصية الربط بين منصاتها الرقمية تقنياً، حيث يظهر أمام متصفحي **بوابة الأزهر الشريف** – قبل الدخول للصفحة الرئيسة- روابط المواقع الإلكترونية للقطاعات والإدارات التابعة للأزهر الشريف التي تشمل (قطاع المعاهد الأزهرية، ومجمع البحوث الإسلامية، ومجلة الأزهر، والجامع الأزهر، وجريدة صوت الأزهر، والبعوث الإسلامية،

ومركز الفتوى، وجامعة الأزهر، ومرصد الأزهر باللغات الأجنبية)، كما حرصت بوابة الأزهر الشريف في صفحتها الرئيسة (Home page) وصفحاتها الداخلية (Inner pages) على الربط التقني بين المنصات الرقمية للأزهر الشريف من خلال وضع أيقونات تلك المنصات على رأس الصفحة (Header) وأسفل الصفحة (Footer)، ولم تقتصر تلك الخاصية على الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف فحسب؛ بل وجدت في المنصات الرقمية الأخرى، مثل (الفيس بوك، ويوتيوب، وتويتر) التابعة لبوابة الأزهر الشريف. وحرص الموقع الإلكتروني **لمجمع البحوث الإسلامية** على تفعيل خاصية الربط بين المنصات الرقمية للمجمع تقنيا من خلال وضع أيقونات تلك المنصات على رأس وأسفل الصفحات الرئيسة والداخلية للموقع الإلكتروني لمجمع البحوث الإسلامية. وحرص الموقع الإلكتروني **لمركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية** على تفعيل خاصية الربط بين المنصات الرقمية للمجمع تقنيا من خلال وضع أيقونات تلك المنصات على رأس وأسفل الصفحات الرئيسة والداخلية للموقع الإلكتروني لمركز الفتوى. واهتمت بوابة (**دار الإفتاء المصرية**) في صفحتها الرئيسة وصفحاتها الداخلية على الربط التقني بين الموقع الإلكتروني والمنصات الإعلامية الأخرى التابعة لدار الإفتاء (الفيس بوك، وتويتر، وتليجرام، وانستجرام، ويوتيوب، وساوند كلاود) من خلال وضع أيقونات تلك المنصات على رأس الصفحة **فقط دون أسفل الصفحة**، وهو ما تميز به تصميم (Design) الموقع الإلكتروني لدار الإفتاء المصرية عن المواقع الإلكترونية للمؤسسات الأخرى عينة الدراسة، وذلك من خلال ثبات أيقونات المنصات الرقمية الأخرى وعدم اختفائها أثناء تصفح صفحة الموقع للأسفل♦، مما استلزم عدم ضرورة وضع أيقونات تلك المنصات في أسفل الصفحة، واهتم الموقع الإلكتروني لدار الإفتاء بتخصيص نافذة تحت عنوان (**نافذة على الإعلام الجديد**) تشتمل على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي التابعة لدار الإفتاء المصرية (**فيس بوك، وتويتر**)، إضافة إلى تخصيص أيقونة بعنوان (**مواقع صديقة**) تشتمل على الروابط الإلكترونية لمواقع: (فضيلة المفتي، وبوابة الأزهر الشريف، والأمانة العامة لدور وهيئات الإفتاء في العالم، والهيئة المصرية العامة للمساحة). ولم يقتصر هذا الربط على الموقع الإلكتروني لدار الإفتاء فحسب، إنما امتد ليوجد في المنصات الرقمية الأخرى، مثل منصات (الفيس بوك، وتويتر، ويوتيوب، وانستجرام) التابعة لدار الإفتاء.

- اهتمت بوابة (**وزارة الأوقاف**) في صفحتها الرئيسة وصفحاتها الداخلية على الربط التقني بين الموقع الإلكتروني والمنصات الإعلامية الأخرى التابعة للوزارة (الفيس بوك، وتويتر، وتليجرام، ويوتيوب، وساوند كلاود) من خلال **تخصيص إحدى قوائم**

التجوال♦ بعنوان (**سوشيال ميديا**)، وتشتمل تلك القائمة على الروابط الإلكترونية لكل من (صفحة الفيس بوك لوزير الأوقاف، وصفحة الفيس بوك لوزارة الأوقاف، وقناة اليوتيوب لوزير الأوقاف، وقناة اليوتيوب لوزارة الأوقاف، وتويتر، وساوند كلاود، وتليجرام)، إضافة إلى تخصيص قائمة تجوال أخرى بعنوان (**مواقع ذات صلة**) تشتمل على الروابط الإلكترونية لمواقع (وزير الأوقاف، والمجلس الأعلى للشئون الإسلامية، وأكاديمية الأوقاف الدولية، وهيئة الأوقاف)، وأشارت بوابة وزارة الأوقاف بتاريخ (7 يونيو، 2021م) إلى تنوع الوزارة في استخدام العديد من وسائل التواصل الاجتماعي، التي وصلت إلى (21) صفحة وموقعًا وقناة، وروَّجت البوابة ونشرت روابط تلك الصفحات على الموقع الرسمي لبوابة الوزارة[72].

ويوضح الجدول التالى معدلات تصفح المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية، سواء بشكل مباشر، أو عن طريق محركات البحث، أو عن طريق الإحالة من منصات التواصل اجتماعي.

جدول (6)

معدلات متابعة المواقع الإلكترونية التابعة للمؤسسات الدينية

المتابعة / المؤسسة	مباشر Direct	محركات بحث Search	إحالات Refferral	شبكات اجتماعية (Social)					
				معدل المتابعة	المنصة				
					فيس بوك	تويتر	تليجرام	انستجرام	يوتيوب
الأزهر الشريف	٪21,56	٪51,02	٪4,15	٪23,28	٪94,91	٪4,04	0	٪1,69	٪1,37
مجمع البحوث الإسلامية	٪23,56	٪51,02	٪4,15	٪21,28	٪94,91	٪2,04	٪1,55	٪1,69	٪1,37
مركز الأزهر العالمى للفتوى	٪25,56	٪51,02	٪4,15	٪19,28	٪92,91	٪2,04	٪1,55	٪1,69	٪1,37
دار الإفتاء	٪11,17	٪86,31	٪0,43	٪1,82	٪42,35	٪15,45	٪21,66	٪0,99	٪19,54
وزارة الأوقاف	٪9,85	٪84,26	٪0,73	٪5,16	٪72,21	٪27,79	0	0	0

(المصدر: الإحصاءات المتاحة على موقع https://www.similarweb.com/ **، في يوم الخميس (29) من يوليو (2021م)، علما بأن هذه الإحصاءات تقريبية، وتغطى ثلاثة أشهر سابقة).**

يتضح من بيانات الجدول السابق تعدد القنوات المختلفة للوصول للمحتوى الإعلامي في **الموقع الإلكترونى** للمؤسسات الدينية، وتتنوع تلك القنوات وفقًا لتحليلات جوجل (Google Analytics) ما بين وصول مباشر (Direct)، أو من خلال محركات البحث (Search)، أو من خلال مواقع التواصل الاجتماعي (Social)، أو من خلال مواقع أخرى (Refferral)، وتختلف نسبة الإحالة عبر تلك المنصات **للموقع الإلكترونى** من

منصة لأخرى، وتمثل تلك المنصات مجتمعة قنوات الوصول للمحتوى الإخباري في **الموقع الإلكتروني** للمؤسسة.

ويلاحظ من بيانات الجدول السابق إحالة عدد من المستخدمين للموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية عبر منصات التواصل الاجتماعي لتلك المؤسسات، مما يشير إلى اهتمام المؤسسات الدينية -عينة الدراسة- بنشر روابط أخبارها على الموقع الإلكتروني عبر تلك المنصات للوصول إلى أكبر قدر من الجمهور وجذب أكبر عدد من المتابعين.

ويرى الباحث أنَّ الترابط بين المنصات الرقمية تقنيا يمثل شكلًا من أشكال التكامل بين المنصات الإعلامية المتعددة، علاوة على كونه نوعًا من أنواع التفاعلية (Interactivity)، بين مصدر الخبر أو منتجه وبين مستهلكه الذي يصبح مشاركًا فيه، لأنه من خلال تفعيل خاصية الربط التقني بين المنصات الرقمية المختلفة يتمكن مستخدمو تلك المنصات من الإبحار (Navication) داخل تلك المنصات بكل سهولة ويسر، مع الاعتماد على التكامل بين الوسائط المختلفة كـ (الرسوم، والصور، والأصوات، والفيديو، والنصوص، ...) التي تتيحها تلك المنصات.

جدول (7)

يوضح نوع أساليب الإقناع المستخدمة في المنشورات الخاصة بجائحة كورونا♦

المنصات الإلكترونية / أساليب الإقناع	منصات الأزهر الشريف		منصات مجمع البحوث		منصات مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية		منصات دار الإفتاء		منصات وزارة الأوقاف	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عقلانية	173	٪24,1	99	٪21,2	85	٪16,2	51	٪8.5	390	٪19,4
عاطفية	59	٪8,2	32	٪6,9	42	٪8	44	٪7.3	80	٪4
الاثنان معًا	488	٪67,7	335	٪71,9	398	٪75,8	503	٪84.1	1540	٪76,6
الإجمالي	720	٪100	466	٪100	525	٪100	598	٪100	2010	٪100

تشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- يتضح من بيانات الجدول السابق التنوع في استخدام المنصات الرقمية بالمؤسسات الدينية لأساليب عقلانية وعاطفية في المنشورات الخاصة بجائحة كورونا، وجاء الاعتماد على أساليب **الإقناع العقلانية والعاطفية معا** في المرتبة الأولى، وجاء

الاعتماد على **الأساليب العقلانية** في المرتبة الثانية، بينما جاء استخدام **الأساليب العاطفية** في المرتبة الثالثة.

ويوضح الجدول التالي أساليب الإقناع المستخدمة في المنشورات الخاصة بجائحة كورونا خلال فترة الدراسة.

جدول (8)

يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في المنشورات الخاصة بجائحة كورونا

المنصات الإلكترونية / أساليب الإقناع		منصات الأزهر الشريف		منصات مجمع البحوث		منصات مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية		منصات دار الإفتاء		منصات وزارة الأوقاف	
		ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عقلانية	الاستشهاد بنصوص مقدسة لتوضيح أحكام شرعية	100	٪10,9	148	٪24,5	393	٪39.8	467	٪37.6	126	٪4.6
	عرض معلومات حول الخدمات المقدمة	198	٪21,5	123	٪20,5	75	٪7.6	98	٪7.9	512	٪18.9
	تقديم إرشادات وتعليمات	377	٪41,1	198	٪32,8	112	٪11.4	154	٪12.4	1631	٪60.4
	بناء النتائج على المقدمات	243	٪26.5	134	٪22.2	406	٪41.2	523	٪42.1	433	٪16.1
	الإجمالي*	918	٪100	603	٪100	986	٪100	1242	٪100	2702	٪100
عاطفية	الاستشهاد بنصوص مقدسة لمخاطبة العاطفة	299	٪34,2	98	٪23,1	92	٪18.1	44	٪3.7	287	٪17.5
	الاستشهاد بشخصيات مشهورة	82	٪9.3	77	٪18.1	31	٪6.1	502	٪42.2	499	٪30.6

* جاء إجمالي عدد الأساليب العقلانية والعاطفية أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من أسلوب في منشور واحد.

المنصات الإلكترونية / أساليب الإقناع	منصات الأزهر الشريف		منصات مجمع البحوث		منصات مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية		منصات دار الإفتاء		منصات وزارة الأوقاف	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الترغيب في النظافة والحفاظ على التباعد وعدم الاختلاط	403	٪46	170	٪40.2	278	٪54.5	507	٪42.7	564	٪34.4
الإحساس بالمسئولية	46	٪5.3	32	٪7.5	66	٪13.9	81	٪6.8	198	٪12.1
التخويف من الإصابة أو الوفاة	33	٪3.7	29	٪6.9	23	٪4.5	48	٪4.1	76	٪4.6
التهديد (مخاطر صحية أو اقتصادية أو اجتماعية)	13	٪1.5	18	٪4.2	20	٪3.9	6	٪0.5	13	٪0.8
الإجمالي	876	٪100	424	٪100	510	٪100	1188	٪100	1637	٪100

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى:

أولًا: أساليب الإقناع العقلية

اهتمت المنصات الرقمية بالمؤسسات الدينية بتنوع وتعدد أساليب الإقناع العقلية المستخدمة مع المنشورات الخاصة بجائحة كورونا، وتمثلت أساليب الإقناع المنطقية المستخدمة في المنشورات الخاصة بجائحة كورونا في (الاستشهاد بنصوص مقدسة لتوضيح أحكام شرعية، وعرض معلومات حول الخدمات المقدمة، وتقديم إرشادات وتعليمات، وبناء النتائج على المقدمات).

- يلاحظ من نتائج التحليل وجود تباين بين المنصات الإعلامية -عينة الدراسة- فيما يتعلق بترتيب أساليب الإقناع المستخدمة، فاحتل أسلوب (**تقديم الإرشادات والتعليمات**) المركز الأول في المنشورات المقدمة في المنصات الرقمية بـ(الأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ووزارة الأوقاف)، **ولعلَّ سبب ذلك** يعود إلى مناسبة هذا الأسلوب مع حملات التوعية، لأنَّ التوعية بتلك الجائحة تتطلب تقديم إرشادات متعددة حول التعريف بالجائحة، وأعراضها، وكيفية الوقاية منها، إضافة إلى التعليمات الواجب

الالتزام بتنفيذها للتقليل من الآثار السلبية لتلك الجائحة. بينما جاء أسلوب (**بناء النتائج على المقدمات**) في المركز الأول في المنصات الرقمية بـ (**دار الإفتاء، ومركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية**)، **ولعل سبب ذلك** يعود إلى طبيعة وهدف المنشورات المقدمة في تلك المنصات، ففى حين ركَّزت المنشورات المقدمة بالمنصات الرقمية بوزارة الأوقاف – في المقام الأول- على تأكيد وإبراز مدى التزام الوزارة حرفيا بتطبيق الإجراءات الوقائية والاحترازية على جميع المساجد والإدارات التابعة للوزارة، وأنَّ مخالفة تلك الإجراءات يعرض صاحبها للمساءلة القانونية، وربما الإيقاف أو الفصل عن العمل، فكان مناسبا أن يأتى أسلوب (**تقديم الإرشادات والتعليمات**) في المرتبة الأولى، كما حرصت المنشورات المقدمة في المنصات الإعلامية بالأزهر الشريف ومجمع البحوث الإسلامية – في المقام الأول- على إبراز دور المؤسسة في التوعية بأسباب الجائحة وخطورتها وطرق الوقاية منها، سواء فيما يتعلق بالإدارات التعليمية والمعاهد الأزهرية ومناطق الوعظ ومراكز الفتوى على مستوى الجمهورية؛ لذا كان من المنطقى أن يأتى أسلوب (**تقديم الإرشادات والتعليمات**) في المرتبة الأولى، وهذا يتفق مع ما أشار إليه أمين عام مجمع البحوث الإسلامية. بينما اهتمت كل من المنصات الرقمية التابعة (**لمركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية، ودار الإفتاء المصرية**) ببيان الأحكام الشرعية وإصدار الفتاوى الدينية الخاصة بالجائحة، إذ تتمثل رسالة **كل من هاتين المؤسستين** في تقديم خدمات الفتوى، ونشر صحيح الدين، وبما أنَّ الفتوى تتطلب إجابة عن سؤال، أو توضيحا لحكم شرعى لمسألة ما، وهذا يتطلب مقدمات ودلائل تدل على صحتها وصوابها؛ لذا جاء أسلوب (**بناء النتائج على المقدمات**) في المركز الأول. وجاء أسلوب (**الاستشهاد بنصوص مقدسة لتوضيح أحكام شرعية**) في المرتبة الثانية في المنصات الرقمية التابعة (**لمركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية، ودار الإفتاء المصرية**).

وجاء أسلوب (**عرض معلومات حول الخدمات المقدمة**) في المرتبة الثانية في المنصات الإعلامية بوزارة الأوقاف، وهذا يدل على الحرص الواضح وتأكيد إظهار الخدمات المتعددة التي قامت بها الوزارة للتخفيف من آثار الجائحة، سواء على المستوى المجتمعي أو الطبي.

ثانيا: أساليب الإقناع العاطفية

اهتمت المنصات الإعلامية بالمؤسسات الدينية بتنوع وتعدد أساليب الإقناع العاطفية المستخدمة مع المنشورات الخاصة بجائحة كورونا، وتمثلت أساليب الإقناع العاطفية في (الاستشهاد بنصوص مقدسة لمخاطبة العاطفة، والاستشهاد بشخصيات مشهورة،

والترغيب في النظافة والحفاظ على التباعد وعدم الاختلاط، والإحساس بالمسئولية، والتخويف من الإصابة أو الوفاة، والتهديد من مخاطر صحية أو اقتصادية أو اجتماعية).

- وبيَّنت نتائج التحليل أنَّ الاعتماد على **استمالة (الترغيب في النظافة والحفاظ على التباعد وعدم الاختلاط)** جاء في **المركز الأول** في جميع منصات المؤسسات الدينية، **ويرجع ذلك** لكون النظافة من أفضل السبل للوقاية من الفيروس، بسبب انتقال الفيروس من شخص لآخر عبر العطاس أو السعال أو ملامسة الأسطح المصابة، وهو ما يستدعي تأكيد ضرورة الاهتمام بالنظافة والتباعد للوقاية من الإصابة بالجائحة. وجاءت الاستمالة العاطفية (**الاستشهاد بنصوص مقدسة لمخاطبة العاطفة**) في المركز الثاني في المنصات الإعلامية بـ(الأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية)، **ولعل سبب ذلك** رغبة تلك المؤسسات في رفع الروح المعنوية لدي الجماهير، من خلال التذكير بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية والأقوال المأثورة التي تحث على الصبر، والرضا بالقضاء والقدر، والاستعانة باللّٰه، وعدم الضجر أو اليأس، وأنَّ الفرج بعد الضيق، ومع العسر يسر. وهذا ما أكده أمين عام مجمع البحوث الإسلامية[73].
- بينما جاءت استمالة (**الاستشهاد بشخصيات مشهورة**) في المركز الثاني في المنصات الإعلامية بـ(دار الإفتاء ووزارة الأوقاف)، فقد اهتمت دار الإفتاء المصرية بالاستشهاد بشخصية **مفتى الجمهورية** د/ شوقي علام، وذلك من خلال الإشارة إلى كونه القائم بالرد على جميع الفتاوي المتعلقة بالجائحة منذ البداية حتى الآن، أو من خلال العديد من الفيديوهات لمفتي الجمهورية التي يخاطب من خلالها الجماهير للحث على الالتزام بالإجراءات الوقائية وعدم مخالفة تعليمات الدولة، أو القيام بالرد وتوضيح العديد من الأحكام الفقهية الخاصة بالجائحة، كما اهتمت المنصات الإعلامية بوزارة الأوقاف باستخدام تلك الاستمالة العاطفية، وتنوعت الشخصيات المشهورة التي استشهد بها في المنصات الإعلامية بوزارة الأوقاف ما بين شخصيات دينية (وزير الأوقاف، ومفتي الجمهورية، ...)، أو وزراء وقيادات تنفيذية، أو أعضاء مجلس شعب، أو إعلاميين وكتَّاب صحفيين، بهدف الإشادة بدور الوزارة في التعامل مع الجائحة، والثناء على القرارات التي تتخذها الوزارة سواء فيما يتعلق بالقرارات المتعلقة بالعبادات والشعائر الدينية، أو المتعلقة بمساهمة الوزارة في دعم القطاع الطبي ومساعدة المتضررين بالجائحة.

ولعل السبب في اهتمام كل من المنصات الرقمية بـ(دار الإفتاء، ووزارة الأوقاف) باستخدام استمالة (**الاستشهاد بشخصيات مشهورة**) الرغبة في إعطاء المزيد من الثقة تجاه محتوى الخطاب المقدَّم، إذ تعد استراتيجية استخدام المشاهير والاستعانة بالمتخصصين من أكثر الاستراتيجيات الإقناعية والمؤثرة في الجماهير.

- جاءت استمالة (**الإحساس بالمسئولية**) في المركز الرابع في جميع المنصات الإعلامية عينة الدراسة، ولعلَّ ذلك مرجعه إلى ضرورة استشعار الجميع بالمسئولية، إذ إنَّ الوقاية من الجائحة تتطلب أن يتحمل الجميع – من أفراد وجهات حكومية وفرق صحية- مسئولية مواجهة الجائحة ومنع انتشارها، فبدون التكامل بين جميع الأطراف سينتهي المطاف إلى تفشي الجائحة مهما كانت الإمكانات المادية والبشرية.
- جاءت الاستمالتان العاطفيتان (التخويف من الإصابة أو الوفاة) و(التهديد من مخاطر صحية أو اقتصادية أو اجتماعية) في المركزين الأخيرين، بنسب ضئيلة في جميع المنصات عينة الدراسة.

ويرى الباحث أنَّ المؤسسات الدينية المصرية أحسنت صنعًا بعدم الإكثار من استخدام استمالتى التخويف والتهديد مع المنشورات الخاصة بجائحة كورونا، إذ يمكن أن يؤدى الإكثار من استخدام أساليب التهديد والتخويف في النهاية إلى ما يعرف **بفوبيا كورونا**، فمع الانتشار المروع للجائحة انتاب الجميع حالة من الخوف والذعر والقلق الشديد، وربما يدفع هذا الخوف إلى الإحساس باللا مبالاة وفقدان الشعور، وربما كانت إشاعة الرعب والخوف بين الناس (scaremongering) أخطر من الوباء نفسه، وهذا ما يتفق ما مع نتائج العديد من الدراسات[74] التى أشارت إلى أنَّ الضغط المستمر من الإعلام من خلال استخدام أسلوب التخويف والتهديد في الخطاب الإعلامى المتعلق بالجائحة يمكن أن يؤدى إلى زيادة القلق وإلى انعكاسات خطيرة على الصحة العقلية، لأنَّ الشعور المستمر بالتخويف والتهديد قد تكون له آثار سلبية في نفسية الأفراد والجماهير، ولعل ذلك كان سببًا في اهتمام المؤسسات الدينية بالتركيز على رفع الروح المعنوية لدى الجماهير.

جدول (9)

يوضح عدد عناصر الإبراز المستخدمة في المنشورات النصية الخاصة بجائحة كورونا♦

عناصر الإبراز		المنصات الإعلامية				الإجمالي	
		موقع إلكتروني	فيس بوك	تويتر	تليجرام	ك	٪
الأزهر الشريف	الوسم (الهاشتاج)	-	68	195	-	263	٪29.6
	صور ورسوم	331	70	99	-	500	٪56.2
	فيديو	5	28	22	-	55	٪6.2
	رابط إلكتروني	8	29	34	-	71	٪8
مجمع البحوث الإسلامية	الوسم (الهاشتاج)	-	55	144	-	199	٪36.9
	صور ورسوم	121	35	133	9	298	٪55.3
	فيديو	2	6	3	1	12	٪2.2
	رابط إلكتروني	-	11	16	3	30	٪5.6
مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية	الوسم (الهاشتاج)	21	113	68	71	273	٪33.7
	صور ورسوم	99	155	58	60	372	٪46.1
	فيديو	12	12	8	7	39	٪4.8
	رابط إلكتروني	1	34	40	49	124	٪5.4
دار الإفتاء	الوسم (الهاشتاج)	3	49	78	22	152	٪26.6
	صور ورسوم	78	70	107	25	280	٪48.9
	فيديو	15	9	8	8	40	٪7
	رابط إلكتروني	13	20	49	28	100	٪17.5
وزارة الأوقاف	الوسم (الهاشتاج)	-	-	-	-	-	-
	صور ورسوم	2393	593	734	-	3720	٪72.3
	فيديو	13	36	40	-	89	٪1.8
	رابط إلكتروني	28	572	734	-	1334	٪25.9

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى:

- اهتمت المنصات الرقمية (الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، وتليجرام) في المؤسسات الدينية بتنوع وسائل الإبراز المستخدمة في المنشورات الخاصة بجائحة

♦ اقتصر الباحث في هذا الجدول على توضيح عناصر الإبراز المستخدمة في **المنشورات النصية فقط** الخاصة بجائحة كورونا؛ خشية الإطالة.

كورونا، وتنوعت وسائل الإبراز المستخدمة ما بين (صور ورسوم، والوسم، وفيديو، ورابط إلكتروني).

- حققت المنصات الرقمية– عينة الدراسة- درجة عالية من الإبراز للمحتوى المقدَّم، وهو ما يعني تحقيق الاستغلال الأمثل لإمكانات وسائل الإعلام الجديد كمنصات إعلامية، كما يتضح اهتمام المنصات الرقمية بـ(**الصور والرسوم**) كعنصر إبراز، فقد احتلت (الصور والرسوم) المركز الأول في جميع المنصات الرقمية عينة الدراسة، وهو ما يعني تحقيق الاستغلال الأمثل لأهمية الصور والرسوم، وذلك لاعتبار المؤثرات البصرية متمثلة في "الصور" من أكثر الأدوات تأثيرًا وقدرة على الإقناع وجذب الآخرين، وتُستخدم الصور مع العناوين والمتون بالمنصات الرقمية بهدف تسهيل إيصال المعاني المتضمنة في تلك المواد التحريرية.

كما يُلاحظ أنَّ المنصات الرقمية الخاصة بـ(**وزارة الأوقاف**)، كانت الأكثر اهتمامًا بعنصر (الصور والرسوم)، وهو ما يفسر العدد الكبير للصور والرسوم، الذي بلغ (2393) صورة، **ويرى الباحث** أنَّ سبب هذا الاهتمام يعود إلى حرص الوزارة على إظهار وتأكيد التزامها بتعليمات الدولة الخاصة بالإجراءات الاحترازية والوقائية في التعامل مع الجائحة، خاصة وأنَّ الوزارة هي الجهة المنوط بها الإشراف على المساجد داخل الجمهورية، التي يربو عددها على (105) آلاف مسجد، وهذا ما ظهر أثره جليًا في الحرص على نشر صور المساجد على مستوى الجمهورية وهى مغلقة في فترة الحظر، أو مفتوحة ولكن مع الالتزام بالإجراءات الوقائية من التزام المصلين بإجراءات التباعد، بعد الإيذان بفتح المساجد.

- وظفت المنصات الرقمية لمؤسسة (**الأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية، ودار الإفتاء**) الوسم (الهاشتاج) كعنصر إبراز، فأطلقت العديد من (**الهاشتاجات**) المتنوعة بهدف تشجيع مستخدمي تلك المنصات لقراءة تلك المواد المنشورة، وتحقيق أكبر قدر من الانتشار لتلك المواد، بخلاف المنصات الرقمية التابعة لـ(**وزارة الأوقاف**)، فلم تستخدم (الهاشتاج) خلال فترة الدراسة، ولعل سبب ذلك اهتمام المنصات الرقمية بعنصر(الصور والرسوم) في المقام الأول، إضافةً إلى استخدام (الفيديو) و(الرابط الإلكتروني)، وهو ما يجب أن يُراعى مستقبلًا، نظرًا لأهمية هذا العنصر، فالهاشتاج له أهمية كبيرة في تنظيم المحتوى وتصنيفه، وفلترة البيانات ضمن عناوين معبرة عنها؛ لتسهيل الوصول إلى أكبر قدر من المعلومات وزيادة المشاركات الاجتماعية، وزيادة عدد المتابعين للأخبار أو التغريدات.

❖ **الخدمات والأدوات التفاعلية بالموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية عينة الدراسة**♦

جدول رقم (10)
الأدوات والخدمات التفاعلية المتاحة بالموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية

م	الموقع / الأدوات والخدمات التفاعلية	بوابة الأزهر	مجمع البحوث الإسلامية	مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية	بوابة دار الإفتاء	بوابة وزارة الأوقاف
1	تعدد لغات الموقع	×	√	√	√	×
2	إعادة نشر المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي	√	√	√	√	√
3	الرسائل العاجلة عبر الهاتف	×	×	×	×	×
4	البريد الإلكتروني	√	√	√	√	×
5	RSS	√	√	√	√	√
6	FAQ	×	×	×	√	×
7	تعديل خيارات تلقي الرسائل البريدية	×	×	×	×	×
8	تعديل خيارات العرض	×	×	×	×	×
9	تنزيل الموضوعات Pdf	×	×	×	×	×
10	الموضوعات الأكثر "مشاهدة، تعليقا، إعجابا"	×	×	×	×	×
11	إتاحة التعليقات	×	×	×	×	×
12	استطلاعات الرأي	×	×	×	×	×
13	تقييم المواد المنشورة	×	×	×	×	×

♦ اقتصر الباحث في هذا الجدول على توضيح الأدوات والخدمات التفاعلية المتاحة **بالموقع الإلكتروني** للمؤسسات عينة الدراسة، دون التطرق لمنصات التواصل الاجتماعي، نظرًا لإتاحة **الموقع الإلكتروني** للعديد من الخدمات التفاعلية، بخلاف منصات التواصل الاجتماعي، التي لا تتيح سوى القليل من الخدمات التفاعلية متمثلة في (التعليق، والمشاركة) أو إتاحة الرموز التعبيرية التي تشير إلى اتجاه المستخدم تجاه المنشور، التي تتمثل في (أعجبني، وأحببته، وأدعمه، والضحك، والانبهار، وأحزنني، وأغضبني).

م	الموقع / الأدوات والخدمات التفاعلية	بوابة الأزهر	مجمع البحوث الإسلامية	مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية	بوابة دار الإفتاء	بوابة وزارة الأوقاف
14	خريطة الموقع	×	×	×	×	×
15	خدمة القوائم البريدية	×	×	×	×	×
16	خدمة النسخة الخفيفة	√	√	√	√	√
17	خدمة البحث	√	√	×	√	√
18	خدمة العضوية بالموقع	×	×	×	√	×
19	الطباعة	√	√	√	×	√
20	المشاركة في المحتوى المنشور	×	×	×	×	×
21	قراءة الموضوع لاحقًا	×	×	×	×	×
22	منبه سطح المكتب	×	×	×	×	×
23	تكبير وتصغير النص	×	×	×	√	×
24	تحميل ومشاركة الفيديوهات	√	√	√	√	√
25	الربط بمواقع أخرى	√	√	×	√	√
26	إضافة مقترحات	×	×	×	√	×
27	إتاحة أيقونات الوصول السريع	×	×	×	√	×

تشير بيانات الجدول السابق إلى الأدوات والخدمات التفاعلية المتاحة بالموقع الإلكتروني للمؤسسات الدينية عينة الدراسة، ويتضح من تلك البيانات ما يلي:

- تميز الموقع الإلكتروني لـ(**دار الإفتاء المصرية**) بأنه **الأكثر** من حيث عدد الأدوات والخدمات التفاعلية المتوفرة، وذلك بمجمل (13) خدمة تفاعلية من إجمالي (27)، وجاء الموقع الإلكتروني لمجمع البحوث الإسلامية في المركز الثاني بمجمل (10) خدمات تفاعلية، يليه الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف بواقع (8) خدمات تفاعلية، واحتل كل من (موقع وزارة الأوقاف، وموقع مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية) المركز الأخير بواقع (7) خدمات تفاعلية لكل منهما.
- تباينت المواقع الإلكترونية -عينة الدراسة- من حيث الاهتمام بتقديم المحتوى بأكثر من لغة أمام المستخدم، لمخاطبة جماهير متعددة اللغات، فأتاحت (**دار الإفتاء**) تقديم محتوى الموقع الإلكتروني **بتسع** لغات، هي: (العربية، والإنجليزية، والفرنسية، والألمانية، والأردية، والإندونيسية، والتركية، والروسية، والسواحيلية)، وأتاح الموقع الإلكتروني

لـ(**مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية**) تقديم المحتوى **بأربع لغات**، هي: (العربية، والإنجليزية، والفرنسية، والألمانية)، وأتاح الموقع الإلكتروني لـ(**مجمع البحوث الإسلامية**) تقديم المحتوى **بلغتين** فقط هما: (العربية، والإنجليزية)، بينما اقتصر الموقع الإلكتروني لـ(بوابة الأزهر الشريف، ووزارة الأوقاف)، على استخدام **اللغة العربية فقط**، مما يعكس عدم اهتمام هذين الموقعين -حتى الآن- بتقديم محتواهما إلى الجمهور الخارجي غير الناطق باللغة العربية. واقتصر التواصل بين بوابة الأزهر الشريف والجمهور الخارجي من خلال موقع (**مرصد الأزهر**) الذي يقدم محتواه **باثنتى عشرة لغة**، هي: (العربية، والإنجليزية، والفرنسية، والألمانية، والإسبانية، والأردية، والسواحيلية، والفارسية، والتركية، والإيطالية، والصينية، والعبرية)، واقتصر التواصل بين وزارة الأوقاف والجمهور الخارجي غير الناطق باللغة العربية من خلال تخصيص (22) صفحة رسمية للوزارة على الفيس بوك.

- اهتمت جميع المواقع الإخبارية للمؤسسات الدينية بنشر المحتوى الخاص بجائحة كورونا عبر منصات التواصل الاجتماعي، التي تمثلت في (Face book, Twitter,Telegram Instagram, YouTube)، **ويعلل الباحث** ذلك بالانتشار الواسع والإقبال الكبير على تلك المنصات، واستخدام الجمهور- خاصة الشباب- لها، إضافة إلى أنَّ النشر عبر تلك المنصات لا يتطلب جهداً من محرري المواد المنشورة.
- أتاحت المواقع الإلكترونية لمؤسسات (الأزهر الشريف، ومجمع البحوث، ودار الإفتاء، وزارة الأوقاف) خدمة الربط بين الموقع الإلكتروني ومواقع أخرى Linking (External)، وهي إحدى صور التكامل بين المنصات الإلكترونية، بحيث تبدو هذه المنصات بمثابة حزمة إعلامية متكاملة جاذبة للقراء أو المستخدمين؛ مما يتيح لمستخدمي تلك المواقع من خلال الضغط على الروابط الإلكترونية لتلك المواقع الانتقال إليها مباشرة والتجوال والإبحار فيها.

بناء على ما سبق، يتبين قلَّة الخدمات التفاعلية في **الموقع الإلكتروني** للمؤسسات الدينية، ما يشير إلى ضعف كبير في تلبية احتياجات القراء، مما يؤكِّد أنَّ تلك المواقع ما زالت تعد المستخدم مجرد متلق فقط، وهو ما يجب أن يلتفت إليه القائمون على تلك المواقع، فالموقع الإلكتروني الناجح هو الذي يهتم بالمستخدم النشط Active User الذي يتفاعل مع المحتوى المقدم، من خلال (إتاحة التعليقات، واستطلاعات الرأي، والمشاركة في المحتوى المنشور، ...)، وتزيد الخدمات التفاعلية من قوة المحتوى المقدَّم وتمنحه فرصة

إضافية للانتشار، وإلا تحولت العملية الاتصالية من تواصل نشط ثنائي الاتجاه بين طرفي العملية الاتصالية -المؤسسات الدينية والجماهير-إلى إرسال من طرف واحد.

❖ الوسائط المتعددة:

جدول رقم (11)

الوسائط المتعددة المستخدَّمة بالمنصات عينة الدراسة

المؤسسة / الوسائط المتعدد	الأزهر الشريف	مجمع البحوث الإسلامية	مركز الأزهر العالمى للفتوى الإلكترونية	دار الإفتاء	وزارة الأوقاف
ملفات الصوت	×	×	×	×	√
ملفات الفيديو	√	√	√	√	√
الصور والرسوم المتحركة	×	×	×	√	×

يُعد استخدام عناصر الوسائط المتعددة التي تشمل ملفات (الصوت، والفيديو، والصور والرسوم المتحركة) دلالة على تقييم وكفاءة المنصات الرقمية فى شبكة الإنترنت، وقد كشفت نتائج الدراسة ما يلي:

ملفات الصوت: يُقصد بها وجود خيارات أمام المستخدِم في الاستماع لمواد صوتية، وتشمل خدمة الاستماع إلى الموضوعات النصية بما يجعلها مادة إعلامية مسموعة، أو الاستماع لملفات صوتية مستقلة، ويُلاحظ من بيانات الجدول السابق عدم استخدام المنصات الرقمية للمؤسسات الدينية -عينة الدراسة- للملفات الصوتية في التوعية بجائحة كورونا، **عدا (وزارة الأوقاف المصرية)**، فقد خصصت منصة **ساوند كلاود** (Sound cloud) لإنشاء ومشاركة الملفات الصوتية، **ورصدت الدراسة عدد** (7) ملفات صوتية، حُمِّلت وشاركها المستخدمون عبر تلك المنصة بهدف التوعية بجائحة كورونا، وتمثلت تلك الملفات السبعة في حلقات من البرنامج الإذاعي "**خاطرة دعوية**"، يتحدث فيه وزير الأوقاف، ويُذاع عبر إذاعة القرآن الكريم، فقد شاركت زارة الأوقاف تلك الحلقات الإذاعية عبر **موقع ساوند كلاود**♦. ولم يُرصَد طوال مدة الدراسة استخدام أي ملفات صوتية على المنصات الإعلامية التابعة **لـ(دار الإفتاء المصرية)**، على الرغم من إنشاء منصة لها عبر موقع ساوند كلاود، كما لم يُرصد استخدام المنصات الرقمية التابعة **لـ(الأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمى للفتوى**

الإلكترونية) لملفات الصوت، وهو ما يعد قصوراً واضحًا لدى تلك المنصات في الاستفادة من إمكانات الإنترنت، إذ يعد الصوت داعما رئيسًا للمادة التحريرية، سواء كانت تلك الملفات الصوتية مستقلة أو ملحقة بموضوعات أخرى، خاصة وأنَّ الاتجاهات الحديثة في مجال المنصات الإلكترونية تسعى للخروج بالمادة الإعلامية عن نطاق النصوص، للوصول إلى تحقيق تكامل بين المواد الإعلامية وطرح خيارات أفضل للمستخدم.

ملفات الفيديو:

تُعد ملفات الفيديو من أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية، وذلك لاحتوائها على عناصر (النص، والصورة، والصوت، فضلًا عن الحركة)، وكشفت نتائج الدراسة استخدام المؤسسات الدينية لملفات الفيديو، سواء من خلال تخصيص منصة على **اليوتيوب**[♦♦] لكل مؤسسة، أو من خلال تخصيص مكان مستقل وثابت لملفات الفيديو في (ماكيت) الصفحة الرئيسة بشكل دائم بالموقع الإلكتروني لكل مؤسسة، وذلك تحت عنوان "**ميديا**" ببوابة الأزهر، و"**فيديوهات المجمع**" بالموقع الإلكتروني لمجمع البحوث الإسلامية، و"**فيديو**" بالموقع الإلكتروني لمركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية، و"**مرئيات**" ببوابة دار الإفتاء المصرية، و"**مكتبة الفيديو**" ببوابة الأوقاف المصرية.

ويلاحظ أنَّ كثيراً من مواد الفيديو جاءت من إنتاج المراكز الإعلامية التابعة للمؤسسات عينة الدراسة، كما اعتمدت المواقع الإلكترونية على تقنية العرض المباشر من الحاسب الخادم "Server" عبر تقنية "Streamin"، وهو ما يربط المستخدم بالموقع أثناء تعرضه للمادة الفيلمية، وتنوعت تقنيات العرض بين العرض المباشر، وإمكانية حفظ الملفات، ولم يقتصر استخدام المواقع الإلكترونية – للمؤسسات عينة الدراسة- لملفات الفيديو على الكادر المخصص لعرض تلك الملفات، وإنما تعدَّى ذلك إلى الاستفادة من عرض تلك الملفات، أو نشر روابط تلك الفيديوهات من خلال المنصات الرقمية الأخرى التابعة لتلك المؤسسات، كالفيس بوك، والتليجرام، وتويتر.

الصور والرسوم المتحركة: تشير بيانات الجدول السابق إلى انفراد **موقع (دار الإفتاء المصرية)** عن المواقع الأخرى من حيث استخدام الصور والرسوم المتحركة فى التوعية بجائحة كورونا، في حين لم تستخدم المواقع الأخرى تلك الخاصية.

مما سبق يتضح اهتمام المنصات الرقمية للمؤسسات الدينية بالتأثيرات البصرية لاكتساب قيمة مضافة، وتوسيع دائرة المعالجة الإعلامية خارج إطار النص، وهو ما يشير

إلى زيادة الوعي باعتبار المنصات الإعلامية وسيطًا بصريًا بالأساس، وقد تنوعت ملفات الفيديو بين ملفات مستقلة وملفات ملحقة بموضوعات، كما تنوعت مدتها الزمنية، وتعمل جميع ملفات الفيديو فى مواقع الدراسة بصيغة "mp4".

مناقشة أهم النتائج:

استهدف البحث تقييم الدور الإعلامي للمؤسسات الدينية الرسمية في مصر حيال تناول جائحة كورونا، من خلال استخدام وتوظيف المنصات الرقمية التابعة لتلك المؤسسات، وذلك في إطار مفهوم التكامل بين المنصات الإعلامية، معتمدًا على المنشور كوحدة تحليل للمضامين المنشورة، من خلال تحليل جميع المنشورات المقدمة في المنصات الإعلامية عينة الدراسة، في الفترة من (1 فبراير 2020م) إلى (30 يونيو 2021م).

وتوصل البحث لمجموعة من النتائج، يمكن مناقشتها على النحو التالى:

1. استطاعت المؤسسات الدينية الرسمية توظيف منصاتها الرقمية بشكل حقق التكامل بدرجة كبيرة أثناء جائحة كورونا، ظهر أثر هذا التكامل من خلال ما يأتي:

- تعددت وتنوعت المنصات الرقمية لدى المؤسسات الدينية الرسمية عينة الدراسة، وتمثلت في: (الموقع الإلكتروني، والفيس بوك، وتويتر، وتليجرام، وانستجرام، ويوتيوب، وساوند كلاود)؛ مما يدل على حرص تلك المؤسسات على مواكبة التطور المتزايد في المجال التكنولوجي، والاستفادة من ذلك في البيئة الإعلامية، واتباع نهج الاندماج والتكامل بين تلك المنصات المتعددة، **إذ يمثل تعدد وتنوع المنصات الإعلامية الخطوة الأولى والأساسية نحو تحقيق استراتيجية الاندماج والتكامل التام بين المنصات في** تتناول القضايا، بهدف تدفق المحتوى المقدَّم عبر تلك المنصات، وزيادة التواصل مع شرائح متعددة ومتنوعة من الجماهير.
- اهتمت المنصات الرقمية بالمؤسسات الدينية الرسمية مبكرًا -منذ بداية الجائحة- بتغطية الأخبار والموضوعات ذات العلاقة بكورونا (Covid-19)، فلم يمض شهر خلال عينة الدراسة -17 شهرًا- دون منشورات متعلقة بالجائحة، **مما يؤكد** الحضور البارز والمؤثر للمؤسسات الدينية الرسمية في مصر، وسعيها الدؤوب ومتابعتها المستمرة لتطورات المشهد اليومي للجائحة، والتأثير الإيجابي لذلك في النواحي المختلفة لحياة المواطنين.
- حرصت المؤسسات الدينية المصرية – من خلال منصاتها الرقمية-على تنوع المنشورات المقدَّمة للجمهور، ما بين منشور (نصي، وصورة، وفيديو)، والحرص على المزاوجة بين

النص والصورة أو النص والفيديو في غالبية المنشور النصي المقدَّم، تحقيقًا لأكبر قدر من التفاعل مع المنشور النصي، وساعد على ذلك تنوع المنصات الرقمية المستخدَّمة، وتميز كل منها بسمات وخصائص مختلفة عن الأخرى.

- تنوعت صور وأشكال التكامل بين المنصات الرقمية للمؤسسات الدينية في تناولها لجائحة كورونا، وتمثلت صور وأشكال هذا التكامل -بنسب متفاوتة- في (إعادة نشر المحتوى الموجود على المنصات الأخرى، وتدشين حملات مشتركة عند تناول قضية ما، وتوجيه القرَّاء إلى مطالعة المواد المنشورة على المنصات الأخرى، والترويج لما ينشر على المنصات الأخرى، وإعادة نشر ما ينشر على منصات أخرى غير دينية، وربط المنصات الإلكترونية بعضها ببعض تقنيا)، ويُعدَّ هذا التنوع خطوة مهمة لتحقيق الاندماج والتكامل التام بينها مستقبلًا.

2. جاءت (**دار الإفتاء المصرية**) في الصدارة من حيث عدد المنصات الرقمية خلال فترة الدراسة، التي بلغت **سبع منصات**، وبلغ عدد المنصات في (**مجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية**) **ست منصات**، وبلغ عدد المنصات في (**وزارة الأوقاف**) **ست منصات**، بينما بلغ عدد المنصات لـ(**الأزهر الشريف**) **خمس منصات**. ويمكن تفسير تصدر (**دار الإفتاء المصرية**) من حيث عدد المنصات المستخدمة، باعتبارها من أولى المؤسسات الدينية التي اتجهت إلى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من المنصات الرقمية على شبكة الإنترنت، بعدما أصبحت تلك المنصات من أهم وسائل التواصل مع الجماهير، ولاحظ الباحث مواكبة (**دار الإفتاء المصرية**) لكل جديد في مجال المنصات الرقمية، فقد أنشأت حسابًا إلكترونيًا على منصة "**كلوب هاوس**" للدردشة الصوتية، في نهاية شهر يونيو (2021م)، وحسابًا لها على منصة "**تيك توك**" في أغسطس (2021م)، وبذلك بلغت المنصات الرقمية لـ(دار الإفتاء) **تسع منصات** رقمية.

3. وظَّفت المؤسسات الدينية الرسمية منصاتها الرقمية -منذ بداية الجائحة- بهدف تعزيز حضور الخطاب الديني ضمن أطر مواجهة الجائحة؛ للتأكيد على التكَّيف مع السياسات والإجراءات التي اتخذتها الدولة المصرية، والمساهمة في عملية رفع الوعي المجتمعي لمواجهة كورونا (Covid-19)، من خلال تنوع أهداف مضامين المنشورات المقدَّمة ذات الصلة بالجائحة. وجاء الهدف التوعوي في المركز الأول في المنصات الرقمية التابعة للأزهر الشريف ومجمع البحوث الإسلامية، بينما احتل هدف (**بيان الأحكام الفقهية الخاصة بالجائحة**) المرتبة الأولى في منصات (مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية، ودار الإفتاء المصرية)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء طبيعة تلك المؤسسات ووظيفتها، التي

تهتم بتقديم خدمات الفتوى الإلكترونية، والتصدي لحل المشكلات والقضايا الفقهية والشبهات المثارة، بينما احتل هدف (**التزام الوزارة بالإجراءات الوقائية الواردة من الجهات المختصة**) المركز الأول في المنصات الرقمية التابعة لوزارة الأوقاف.

4. اهتمت المنصات الرقمية بالمؤسسات الدينية بتنوع وتعدد أساليب الإقناع المستخدمة مع المنشورات الخاصة بجائحة كورونا، وتمثلت أساليب **الإقناع المنطقية** في (الاستشهاد بنصوص مقدسة لتوضيح أحكام شرعية، وعرض معلومات حول الخدمات المقدمة، وتقديم إرشادات وتعليمات، وبناء النتائج على المقدمات)، بينما تمثلت أساليب **الاستمالات العاطفية** في (الترغيب في النظافة والحفاظ على التباعد وعدم الاختلاط، والإحساس بالمسئولية، والاستشهاد بنصوص مقدسة لمخاطبة العاطفة، والاستشهاد بشخصيات مشهورة، والتخويف من الإصابة أو الوفاة، والتهديد "مخاطر صحية أو اقتصادية أو اجتماعية"). ويمكن تفسير ذلك في ضوء **حتمية قيام المؤسسات الدينية** بدورها المجتمعي إزاء الجائحة، وإنتاج خطاب ديني يعتمد على أساليب متنوعة للإقناع؛ لمعالجة القضايا المستجدة والإشكالات المترتبة على الجائحة، وتفسير وتبرير القرارات والتدابير الاحترازية ذات الصلة بالشئون الدينية والتعبدية، ومدى موافقتها للشرع الإسلامي.

5. حققت المنصات الرقمية درجة عالية من الإبراز للمحتوى النصي المقدَّم، وتنوعت وسائل الإبراز المستخدمة، وتمثلت تلك الوسائل في: (الصور والرسوم، والهاشتاج، والفيديو، والرابط الإلكتروني)، وهو ما يعني تحقيق التوظيف الأمثل لإمكانات وسائل الإعلام الجديد. ولم تستخدم المنصات الرقمية الخاصة بـ(وزارة الأوقاف)(الهاشتاج) كعنصر إبراز مع المحتوى المقدَّم، بينما اهتمت بعنصر (الصور والرسوم)، إضافة إلى استخدام (الفيديو) و(الرابط الإلكتروني) مع المحتوى النصي.

6. تبين من نتائج البحث قلَّة الخدمات التفاعلية في المواقع الرقمية للمؤسسات الدينية عينة الدراسة، ما يشير إلى ضعف كبير في تلبية احتياجات القرَّاء خلال تصفحهم لتلك المواقع، والتعامل مع المستخدم باعتباره مجرد متلقٍ فقط. وتباينت المواقع الإلكترونية من حيث عدد الخدمات التفاعلية، فجاء الموقع الإلكتروني لـ"**دار الإفتاء المصرية**" في المركز الأول من حيث عدد الخدمات التفاعلية المتوفرة وذلك بمجمل (13) خدمة تفاعلية من إجمالي (27)، وجاء الموقع الإلكتروني لـ(**مجمع البحوث الإسلامية**) في المركز الثاني بمجمل (9) خدمات تفاعلية، يليه الموقع الإلكتروني للأزهر الشريف بواقع (8) خدمات تفاعلية، واحتل موقع كل من (**وزارة الأوقاف، ومركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية**)

المركز الأخير بواقع (7) خدمات تفاعلية لكل منهما. وتشير تلك النتيجة إلى عدم اهتمام القائمين على تلك المنصات بالتفاعل الأمثل مع الجمهور أثناء الجائحة، ومعرفة رجع الصدى والتغذية المرتدة من مستخدمي تلك المنصات تجاه الرسائل المنشورة.

7. **تباينت** المنصات الرقمية للمؤسسات الدينية -عينة الدراسة- من حيث استخدام الوسائط المتعددة لتوسيع دائرة المعالجة الإعلامية خارج إطار النص، ففي حين اهتمت جميع المنصات **بملفات الفيديو**، سواء من خلال تخصيص منصة على **اليوتيوب**، أو من خلال تخصيص مكان مستقل وثابت لملفات الفيديو في **ماكيت الصفحة الرئيسة** بشكل دائم بالموقع الإلكتروني لكل مؤسسة؛ لم تستخدم المنصات الرقمية التابعة لـ(الأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية) **الملفات الصوتية** بهدف التوعية بجائحة كورونا خلال فترة الدراسة، بينما وظَّفت (**وزارة الأوقاف المصرية**) منصة **ساوند كلاود** (Sound cloud)، للاستفادة من الملفات الصوتية بهدف التوعية بالجائحة، ولم يُرصَد طوال مدة الدراسة استخدام أي ملفات صوتية على المنصات الإعلامية التابعة **لدار الإفتاء المصرية**، على الرغم من إنشاء منصة لها عبر موقع ساوند كلاود، بينما انفرد الموقع الإلكتروني لـ(دار الإفتاء المصرية) باستخدام الصور والرسوم المتحركة في التوعية بجائحة كورونا.

أهم التوصيات:

في ضوء النتائج التى توصل إليها البحث، يمكن ذكر بعض التوصيات على النحو التالى:

1. أهمية وجود استراتيجية واضحة لدى مسئولي المنصات الإلكترونية بالمؤسسات الدينية الرسمية في مصر؛ للتنسيق إعلاميا بين المنصات المتعددة داخل المؤسسة، والتسويق الإلكتروني لتلك المنصات فيما بينها، وتحقيق التكامل التام بين تلك المنصات المتنوعة في معالجة الموضوعات والقضايا المهمة؛ للوصول لأكبر شريحة من الجماهير، والتأثير الأمثل في جمهور المتلقين.
2. ضرورة إتاحة المزيد من الخدمات التفاعلية أمام مستخدمي المواقع الإلكترونية للمؤسسات الدينية، حتى لا تتحول عملية التواصل بين طرفي العملية الاتصالية - المؤسسات الدينية والجماهير- إلى عملية إرسال من طرف واحد، ويصبح المستخدم مجرد متلقٍ فقط.
3. الاستفادة من الوسائط المتعددة التي تتيحها إمكانات وسائل الإعلام الجديد، وضرورة توظيف مسئولي المنصات الإلكترونية بـ (لأزهر الشريف، ومجمع البحوث الإسلامية، ومركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية) لـ(الصور والرسوم المتحركة، وملفات الصوت)،

سواء كانت تلك الملفات الصوتية مستقلة أو ملحقة بموضوعات أخرى، خاصة وأنَّ الاتجاهات الحديثة في مجال المنصات الإلكترونية تسعى للخروج بالمادة الإعلامية عن نطاق النصوص، للوصول إلى طرح خيارات أفضل أمام المستخدِّم، وتحقيق التكامل بين المواد الإعلامية.

4. توظيف (الهاشتاج) كعنصر مهم لإبراز المحتوى المقدَّم، في المنصات الرقمية بالمؤسسات الدينية، خاصة المنصات التابعة لـ(وزارة الأوقاف)، لما له من أهمية كبيرة في تنظيم وترتيب المحتوى المقدَّم، وتسهيل الوصول لأكبر قدر من المعلومات، وزيادة المشاركات الاجتماعية وعدد المتابعين للأخبار أو التغريدات.

5. إجراء المزيد من الدراسات الأكاديمية حول صور وأشكال الاندماج والتكامل بين المنصات الدينية، وتوظيف ذلك في معالجة القضايا المجتمعية ذات الاهتمام.

هوامش البحث

(1) Lifang Li, et al, **Characterizing the Propagation of Situational Information in Social Media During COVID-19 Epidemic: A Case Study on Weibo,** Research output: Journal Publications and Reviews, vol.7, no.2, April (2020), available at: https://ieeexplore.ieee.org/document/9043580, (accessed at 1 -1- 2021, 11:22 a.m).

(2) Jayaseelan, R., Brindha, D.,& Kades waran, **Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: a phenomenological study,**(2020), available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3596058, (accessed at 3 -1- 2021, 11:30 a.m).

(3) Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K. & Wang, Y, **A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter,** (2020), available at: https://arxiv.org/abs/2003.13907, (accessed at 11 -2- 2021 , 1:30 p.m).

(4) Huong Thi Li., et al, **Demand for health information on COVID-19 among Vietnamese**, International Journal of Environmental Research and Public Health, V (17), N (12), (2020), available at: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7344690/, (accessed at 11 -2- 2021 , 1:55 p.m).

(5) خالد فيصل الفرم، **استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية الصحية لمرض كورونا دراسة تطبيقية على المدن الطبية ومستشفياتها الحكومية بمدينة الرياض السعودية**، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع (13)، أكتوبر/ ديسمبر 2016، ص ص 205: 226.

(6) سماح محمد محمدي، **دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء ثقة الشباب نحو أداء الحكومة المصرية خلال أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية**، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر: كلية الإعلام،2020م)، ص ص2010: 2066.

(7) Ahmad, A. R., & Murad, H. R., **The impact of social media on panic during the COVID-19 pandemic in Iraqi Kurdistan: online questionnaire study**. *Journal of Medical Internet Research*, *22*(5), (2020), available at: https://www.jmir.org/2020/5/e19556/, (accessed at 7 -1- 2021 , 4:30 a.m).

(8) هبة محمد شفيق، **التكريم والتنمر كيف قدم الإعلام الرقمي مرضى فيروس كورونا المستجد والعاملين في خدمات الصحة العامة بمصر: دراسة تحليلية**، مركز لندن للبحوث والاستشارات، المؤتمر الدولي التاسع "تداعيات كوفيد- 19 "، لندن 6 - 8 يونية 2020م.

(9) خالد صلاح الدين حسن علي، **اتجاهات مستخدمي الإنترنت نحو دور شَبكَات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الصحي بجائحة كورونا: في إطار نظرية الفاعِلين المؤثِّرين**، مجلة "arab media and society "، ع (31)، أغسطس 2021م.

(10) Chen, Q., et el, **Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis**. Computers in Human Behavior, (2020), available at: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7151317/, (accessed at 12 -1- 2021 , 6:30 a.m).

(11) محمد لطفي زكريا الشيمي، **اعتماد الجمهور المصري على الصفحات الرسمية لوزارة الصحة كمصدر للمعلومات أثناء جائحة كورونا (Covid-19)**، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلة (19)، ع (3)، 2020م، ص ص 577-641.

(12) شيماء محمد عبد الرحيم زيان، **استراتيجيات مواجهة الشائعات حول أزمة كورونا وانعكاساتها على المواقع الإلكترونية الرسمية: دراسة تطبيقية على موقعي وزارة الصحة ومنظمة الصحة العالمية**، مجلة العلاقات العامة، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، السنة الثامنة، ع **(29)، الجزء الثاني، أكتوبر 2020م.**

(13) Lene Kühle and Tina Langholm Larsen, **'Forced' Online Religion: Religious Minority and Majority Communities' Media Usage during the COVID-19 Lockdown**, Religions 2021, 12, 496. available at: https://doi.org/10.3390/rel12070496, (accessed at 12 -3- 2021, 6:30 a.m).

(14) Le Duc, Anthony, **Religious Engagement in the COVID-19 Pandemic** (June 2, 2021), available at:
SSRN: https://ssrn.com/abstract=3858595 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3858595, (accessed at 11 -1- 2021, 2:30 a.m).

(15) Al-Astewani, Amin., To Open or Close? COVID-19, Mosques and the Role of Religious Authority within the British Muslim Community: A Socio-Legal Analysis.Religions, 12: 11, 2021, Available at: https://dx.doi.org/ 10.3390/rel12010011, (accessed at 2 -3- 2021, 11:30 a.m).

(16) ناصر نافع البراق، **اعتماد الجمهور السعودي على حسابات المؤسسات الإسلامية بوسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات حول جائحة كورونا.. دراسة ميدانية**، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع (16)، **المعهد الدولى العالي للإعلام بالشروق، 2021م**.

(17) Mahsa Alimardnai and Mona Elswah, **Trust, Religion, and Politics: Coronavirus Misinformation in Iran**, 25 Jun 2020, available at https://meedan.com/reports/trust-religion-and-politics-coronavirus-misinformation-in-iran/, (accessed at 1 -1- 2021, 11:30 a.m).

(18) Wesley J. Wildman, & Joseph Bulbulia, **Richard Sosis & Uffe Schjoedt (2020) Religion and the COVID-19 pandemic**, Religion, Brain & Behavior, 10:2, 115-117, DOI:10.1080/2153599X.2020.1749339, available at https://doi.org/10.1080/2153599X.2020.1749339, (accessed at 12 -2- 2021, 2:30 a.m).

♦ أجرى الباحث مقابلات مع عدد من القيادات بالمؤسسات عينة الدراسة، وهم:

1. أ.د/ محمد مختار جمعة، **وزير الأوقاف المصري**، مقابلة شخصية على هامش ورشة بعنوان **"السوشيال ميديا بين البناء والهدم"**، بمقر جريدة الجمهورية، بتاريخ: الإثنين، 21 يونيو 2021م.
2. أ.د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية، والمشرف العام على مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية**، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ: الثلاثاء، 9 فبراير 2021م.
3. أ.د/ حسن الصغير، **رئيس أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى، والأمين العام لهيئة كبار العلماء**، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ: الإثنين، 9 أغسطس 2021م.

4. أ.د/ إلهام شاهين، **مساعد الأمين العام لشئون الواعظات**، مقابلة شخصية بمكتبها، بتاريخ: الإثنين، 13 يناير 2021م.

أجرى الباحث مقابلات مع عدد من مسئولي المنصات الرقمية بالمؤسسات عينة الدراسة، وهم:

- د. محمد سيد محمد، **مدير المركز الإعلامي بمجمع البحوث الإسلامية**، مقابلة شخصية بمكتبه، بتاريخ: الثلاثاء 15 يونيو 2021م.
- أ. أحمد عبد السلام، **مدير بوابة الأزهر**، اتصال هاتفي بتاريخ: الأربعاء 7 يوليو 2021م.
- د. محمد أبو ستيت، **مدير المركز الإعلامي بوزارة الأوقاف المصرية**، اتصال هاتفي بتاريخ: السبت 24 يوليو 2021م.

♦♦ على سبيل المثال: تحظى صفحة دار الإفتاء المصرية على الفيس بوك بمتابعة وإعجاب أكثر من **أحد عشر (11) مليون** مستخدم، وتحظى صفحة الأزهر الشريف على الفيس بوك بمتابعة وإعجاب أكثر من **مليوني ونصف** مستخدم، كما تحظى صفحة "وزارة الأوقاف" على الفيس بوك بمتابعة وإعجاب أكثر من **مليون وربع** مستخدم، وتحظى صفحة "مجمع البحوث الإسلامية" على الفيس بوك بمتابعة وإعجاب أكثر من **(300,000)** مستخدم.

(19) قام الباحث بتحكيم علمي لاستمارة تحليل المضمون لدى مجموعة من الأساتذة الأكاديمين التالية أسماؤهم:

- أ.د/ فوزي عبد الغني خلاف، أستاذ الصحافة وعميد معهد الاسكندرية العالي للإعلام.
- أ.د/ جمال النجار، أستاذ الصحافة بكلية الدراسات الإسلامية والعربية بنات، وعميد كلية الإعلام بجامعة النهضة سابقًا.
- أ.د/ رضا عبد الواجد أمين، أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- أ.د/ أحمد أحمد زارع، أستاذ الصحافة المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

♦ استخدم الباحث أسلوب إعادة الاختبار مع اثنين من أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام- جامعة الأزهر، هما: د/ سامح عبد الغني، ود/ إسماعيل الشرنوبي؛ لمعرفة مدى ثبات معامل التحليل بينهم على المستوى الكلي للمقياس، وأُجري الثبات على نسبة (10%) من إجمالي العينة الإجمالية، بما يعادل تقريبًا (430) منشورًا، واستُخدم معامل هولستي لمعرفة مدى تطابق التحليل بين الباحث الذي رمز له بالرمز (أ)، والمحكم (1) الذي رمز له بالرمز (س)، والمحكم (2) الذي رمز له بالرمز (ص)، وطبَّق الباحث المعادلة التالية:

$$\text{ت} = \frac{\text{ن (متوسط الاتفاق بين المحكمين)}}{\text{ن1 + ن 2 + ن 3 (مجموع الحالات التي تم تحليلها)}}$$

- $\text{أ ، س} = \frac{376}{430} = 87.4$
- $\text{أ ، ص} = \frac{385}{430} = 89.5$
- $\text{س ، ص} = \frac{373}{430} = 86.7$

$$\text{نسبة الثبات (ت)} = \frac{373 + 385 + 376}{1290} = 87.9$$

ما يعني أنَّ نسبة الثبات = (87.9%)، وهي نسبة عالية تدل على ثبات الأداة، وتؤكد وضوح الاستمارة وصلاحيتها لجمع البيانات المطلوبة.

(20) Vanessa Watts Simonds, **Diffusion of innovations,** available at: https://www.britannica.com/topic/diffusion-of-innovations, (accessed at 1 -5- 2021 , 8:15 a.m).

(21) لمزيد من التفاصيل: محمد على القعاري، **المداخل النظرية في دراسات الإعلام الجديد (دراسة نقدية)**، مجلة علوم الاتصال، ع(6)، جامعة أم درمان الإسلامية، ديسمبر 2020م، ص ص1-44.

(22) Simon, Steven John, Peppas, Spero C, **An examination of media richness theory in product Web site design: an empirical study**, The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media, 6, 4, (2004), pp. 270 -281.

(23) مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، **نظريات االاتصال**، ط1، (القاهرة: دار النهضة العربية، 2006)، ص218.

(24) أولجا جوديس بيلي، بيلي كاميرتس، نيكوكاربنتيير، **فهم الإعلام البديل**، ترجمة: علا أحمد إصلاح، (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2009م)، ص71.

♦ أجرى الباحث مقابلات مع عدد من مسئولي المراكز الإعلامية بالمؤسسات الدينية عينة الدراسة، واتفقت جميع الآراء على استفادة المؤسسات الدينية المصرية من التحول الرقمي، والاتجاه نحو تعدد المنصات الرقمية؛ لنشر صحيح الإسلام والفكرالوسطي المستنير، والوصول لأكبر شريحة من الجماهير، وهذا ما أكده المسئولون، وهم:

- د. محمد سيد محمد، **مدير المركز الإعلامي بمجمع البحوث الإسلامية**، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.
- أ. أحمد عبد السلام، **مدير بوابة الأزهر**، اتصال هاتفي بتاريخ الأربعاء 7 يوليو 2021م.
- د. محمد أبو ستيت، **مدير المركز الإعلامي بوزارة الأوقاف المصرية**، اتصال هاتفي، مرجع سابق.

(25) تعد وزارة الأوقاف الجهة المنوط بها الإشراف على المساجد وتنظيم شئون الدعوة بها في مصر، ويبلغ عدد المساجد في مصر (105.35) مسجدًا عام 2019م، وفقًا لما ورد في التقرير الصادر - الإصدار الثاني عشر 2021م- عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار التابع لمجلس الوزراء المصري.

لمزيد من التفاصيل: تقرير بعنوان **"وصف مصر بالمعلومات"**، الإصدار الثاني عشر 2021، مجلس الوزراء - مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، متاح على الموقع:

https://openlab.idsc.net.eg/?fbclid=IwAR3aj_O0OreDeK3hzyU3lh26UGmjAbpqAabYwQ8q6l70SNaa0WJ-BJsw9_0

♦ نشرت **بوابة الأزهر الإلكترونية** بتاريخ (10 فبراير 2020م) خبرًا بعنوان **"الإسكندرية الأزهرية" تعقد ندوة صحية لشيوخ المعاهد والإخصائيين الاجتماعيين"**. كما نشرت البوابة في التاريخ نفسه خبرًا بعنوان **"توزيع تعليمات الوقاية من "فيروس كورونا" على طلاب معهد العلوم الإسلامية"**.

♦♦ نشرت **بوابة دار الإفتاء المصرية** بتاريخ (5 يناير 2020م) فتوى بعنوان **"أخلاقيات التعامل في الأزمات"**. كما نشرت البوابة بتاريخ (23 فبراير 2020م) فتوى أخرى بعنوان **"المتوفى بسبب فيروس كورونا يعد شهيدًا"**.

(26) Worldmeter, available at: https://www.worldometers.info/coronavirus/country/egypt, (accessed at 1 -3- 2021 , 8:15 a.m).

♦ **ينقسم المنشور إلى عدة الأنواع:**

- **المنشور النصي:** هو المنشور الذي يحتوي على نص مكتوب لإيصال رسالة للمستخدم، ولا يمنع ذلك من وجود عوامل إبراز كالصور أو الفيديو، أو وجود رابط إحالة لمواقع إلكترونية أخرى لمزيد من التفاصيل.
- **منشور الصورة:** هو المنشور الذي يعتمد على عرض صورة أو مجموعة من الصور – غالبًا مع عنوان توضيحي بسيط – لإيصال رسالة للمستخدم، ولا يمنع ذلك من وجود رابط إحالة لعرض مزيد من الصور أو التفاصيل.
- **منشور الفيديو**: هو المنشور الذي يعتمد على مقطع فيديو أو أكثر - غالبًا مع عنوان توضيحي بسيط - في إيصال رسالة دون الحاجة إلى أي وسيلة إيضاحية أخرى، ولا يمنع ذلك من وجود رابط إحالة لعرض مزيد من الفيديوهات أو للحصول على مزيد من التفاصيل.
- **منشور صوتي:** هو المنشور الذي يعتمد على مقطع صوتي أو أكثر - غالبًا مع عنوان توضيحي بسيط - في إيصال الرسالة، ولا يمنع ذلك من وجود رابط إحالة لعرض مزيد من المواد الصوتية أو التفاصيل.

♦♦ جاء إجمالي عدد الأهداف أكثر من عدد المنشورات خلال فترة الدراسة؛ نظرًا لتكرار أكثر من هدف في منشور واحد، واعتمد الباحث في المقارنة على العدد الإجمالي لما ورد في المنصات الرقمية؛ خشية الإطالة في البحث.

(27) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان " فيديو للإرشادات الوقائية لطلاب الشهادة الثانوية الأزهرية خلال الامتحانات"، **بتاريخ (8 يونيو 2020م)، متاح على الرابط:**

https://www.azhar.eg/education/home/PgrID/6395/PageID/8، تاريخ المشاهدة: (الأحد، 8 نوفمبر 2020م، 10م).

- استأنفت **"لجنة الفتوى الرئيسة"** بالجامع الأزهر عملها بشكل مباشر ابتداءً من (4 أغسطس 2020م، مع الحفاظ على الإجراءات الاحترازية.

(28) أكد د/ حسن الصغير، رئيس أكاديمية الأزهر العالمية، حرص الأزهر الشريف على تطبيق الإجراءات الوقائية وتنفيذ التعليمات الواردة من الدولة بشأن التعامل مع جائحة كورونا، وذلك من خلال تعليق جميع الدورات والورش التدريبية المقامة بالأكاديمية، بناءً على قرار مجلس الوزراء رقم (716 لسنة 2020م)، واعتماد الأكاديمية آلية التدريب عن بعد، وذلك من خلال الجمع بين نوعي التدريب عن بُعد بنوعيه المتزامن وغير المتزامن.
أ.د/ حسن الصغير، **رئيس أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى، والأمين العام لهيئة كبار العلماء**، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.

(29) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا **بعنوان "لجنة الفتوى بالأزهر: فيروس "كورونا".. نازلة تستدعي المحافظة على القنوت في كل الصلوات المكتوبة"**، بتاريخ (الإثنين، 13 أبريل 2020م)، متاح على الرابط: https://www.azhar.eg/magmaa/details/PgrID/7843/PageID/293/artmid/1097 تاريخ المشاهدة: (الخميس 15 يوليو 2021م، 1:30م).

- جاء في هذه الكلمة: **"ورسالتي إلى إخوتنا من المصابين بفيروس «كورونا» في مصر وفي كل أنحاء العالم، أننا معكم بقلوبنا ودُعائنا، وأننا نصلي لله -عز وجل- ونتوجه إليه بالدعاء، أن يمُنَّ على الجميع بالشفاء العاجل، وأن يرحَمَ كل مَن فارقوا الحياة بسبب هذا المرض، وأن يلهم أهلهم وذويهم الصبر والسلوان. اللهم لا تسلط علينا بذنوبنا من لا يخافك ولا يرحمنا يا أرحم الراحمين، اللهم يا حنان يا منان، يا قديم الإحسان، يا رحمان الدنيا والآخرة ورحيمهما، يا أرحم الراحمين، ويا ظهر اللاجئين، ويا جار المستجيرين، يا أمان الخائفين، يا غياث المستغيثين، يا كاشف الضر، ويا دافع البلوى، نسألك أن تكشف عنا من البلاء ما نعلم، وما لا نعلم، وما أنت به أعلم، إنك أنت الأعز الأكرم. وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم"**.
- وجهت مؤسسة الأزهر الشريف عبر منصاتها الرقمية المتعددة عددًا من الرسائل التوعوية بعنوان **"كيف نواجه الخوف والقلق بسبب وباء كورونا؟"**، للأستاذ الدكتور محمد المهدي، أستاذ الطب النفسي بجامعة الأزهر.

(30) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان **"لجنة الفتوى الرئيسة بالأزهر عن الإجراءات الاحترازية للوقاية من الأوبئة: الالتزام بها واجب شرعي.. وتهيب بالمواطنين عدم نشر الشائعات والرعب بين الناس"** بتاريخ 15 مارس 2020م.

- أكدَّ أ.د/ **حسن الصغير**، الأمين العام لهيئة كبار العلماء، تعدد الجهود التي قامت بها هيئة كبار العلماء منذ ظهور الجائحة حتى الآن، فقد أصدرت الهيئة (4) بيانات تتضمن الأحكام الفقهية المتعلقة بالجائحة، صدر البيان الأول يوم الأحد (15 مارس 2020م)، فور تأكيد وزارة الصحة دخول هذا الوباء جمهورية مصر العربية، والبيان الثاني بتاريخ الجمعة (3 أبريل 2020م)، والبيان الثالث يوم الأحد (17 مايو 2020م)، والبيان الرابع في (ديسمبر 2020م)، تناولت الهيئة في كل بيان منها ما تراه في حاجة ملحة للبيان والإيضاح بحَسَب ما يقتضيه الحال، ويكثر عنه السؤال، كما أصدرت الهيئة كتابين، هما: "الأربعون الصحية، ومنهج السنة النبوية في مواجهة الأوبئة"، وُزعا هدية مع مجلة الأزهر، كما أصدرت اللجنة المعاونة للجنة الفقه بهيئة كبار العلماء عددًا من الفتاوي تتعلق بهذه الجائحة.

أ.د/ حسن الصغير، الأمين العام لهيئة كبار العلماء، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.

(31) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان **"بيان مهم من هيئة كبار العلماء بالأزهر الشريف للأمة الإسلامية بشأن فيروس "كورونا المستجد"**، بتاريخ الأحد 15 مارس 2020م.

(32) لمزيد من التفاصيل: **نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان "ما هي كيفية الصلاة على من قضوا نحبهم بسبب فيروس - كورونا - ودفنوا خارج البلاد؟** بتاريخ 29 مارس 2020م، متاح على الرابط: http://www.azhar.eg/magmaa/details/PgrID/7843/PageID/10/ArtMID/1097/ArticleID/50177، تاريخ المشاهدة: (الإثنين، 17 مايو 2021م، 8م).

(33) **لمزيد من التفاصيل**: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان **"بيت العائلة فرع الإسكندرية يشارك في ندوة تثقيفية بمقر جمعية مصطفى كامل الخيرية"** بتاريخ الإثنين، (17) فبراير (2020م)، كما نشرت البوابة خبرًا بعنوان "الإسكندرية تستعين بمنطقة الوعظ لمواجهة "كورونا" بتاريخ الثلاثاء، (3 مارس 2020م).

(34) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان **"جواز الجمع بين الصلوات للأطباء ومساعديهم خلال مواجهتهم لوباء كورونا**، بتاريخ (2 أبريل 2020م).

(35) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان "**أطباء وأطقم تمريض مستشفى البحر الأحمر... دعم الإمام الأكبر وسام على صدورنا**"، بتاريخ (2 أبريل 2020م).

(36) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان "**رسالة الإمام الأكبر للعالم بشأن فيروس «كورونا»**"، بتاريخ (29 مارس 2020م).

(37) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان "**لجنة الفتوى الرئيسة بالأزهر عن الإجراءات الاحترازية للوقاية من الأوبئة: الالتزام بها واجب شرعي.. وتهيب بالمواطنين عدم نشر الشائعات والرعب بين الناس كورونا**" بتاريخ (15 مارس 2020م).

♦ **من أمثلة تلك الحملات**، حملة (صحتك أمانة حافظ عليها، النظافة من الإيمان، المسؤولية المجتمعية في مواجهة الأزمات، دعم الأطباء بعنوان: "كونوا لهم عونًا"، رمضان.. بداية التغيير، البقاء في المنزل.. واجب شرعي، التفاؤل.. منهج نبوي، في الأزمات.. تظهر معادن الرجال، التكافل المجتمعي.. سبيل الخروج من الأزمات، كن نافعًا، الإرادة، شاركوهم ولو بدعوة لدعم مصابي كورونا، الوعي المجتمعي، بناء الإنسان، القيم الإنسانية ودورها في بناء المجتمع، المشاركة المجتمعية الإيجابية، أمانك في التزامك، ...).

(38) د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية**، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.

(39) د/ إلهام شاهين، **مساعد الأمين العام لشئون الواعظات**، مقابلة شخصية بمكتبها، مرجع سابق.

(40) **لمزيد من التفاصيل**: نشر موقع الفيس بوك **لمجمع البحوث** خبرًا بعنوان "البحوث الفقهية بالبحوث الإسلامية: صوم رمضان وجب شرعًا ولا يوجد ارتباط بين الصوم والإصابة بفيروس كورونا"، بتاريخ (7 أبريل 2020م).

(41) لمزيد من التفاصيل: نشرت موقع المجمع خبرًا بعنوان "**البحوث الإسلامية يطلق حملة إلكترونية لتوعية الناس بعنوان إرادة**"، بتاريخ الإثنين (1 يونيو 2020م).

(42) أ.د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية**، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.

(43) من عناوين تلك المقالات والحملات الإلكترونية (التكافل والتراحم هما السبيل لتخطي الأزمة الراهنة، حان الوقت لنثبت وطنيتنا، وقت الشدة تظهر البطولات الحقيقية، جانب من الهدي النبوي في التعامل مع الأزمات، التكافل الاجتماعي ضرورة شرعية في مواجهة "كورونا" فلا نجاة لأحد دون أحد، اغنوهم عن ذل السؤال، عونك لهم رفعة لك، وتعاونوا).

(44) للمزيد: حكم الأضحية وفضلها، وأولوية الترتيب بينها وبين الصدقة على المحتاجين في ظل نازلة كورونا، وهل شراء الأضحية أولى أو التصدق بثمنها على المحتاجين إلى الدواء أو مصاريف العلاج؟ الموقع الإلكتروني لمجمع البحوث الإسلامية، بتاريخ (13 يوليو 2020م).

(45) أ.د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية**، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.

(46) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان "**جواز الجمع بين الصلوات للأطباء ومساعديهم خلال مواجهتهم لوباء كورونا** بتاريخ (2 أبريل 2020م).

(47) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة مجمع البحوث الإسلامية خبرًا بعنوان "**ما حكم إخراج الزكاة للمستشفيات الحكومية المجانية؟**" بتاريخ السبت (21 مارس 2020م).

(48) في ذكرى "يوم الطبيب الـ 43، نشرت بوابة مجمع البحوث الإسلامية ": **تحية تقدير لأطباء مصر العظماء لما قدموه من تضحيات وعطاء في سبيل رسالتهم الإنسانية**، بتاريخ (18 مارس 2021م).

(49) **لمزيد من التفاصيل**: نشر الموقع الالكتروني للمجمع خبرًا بعنوان "**بيت العائلة فرع الإسكندرية يشارك في ندوة تثقيفية بمقر جمعية مصطفى كامل الخيرية، الإثنين، 17 فبراير 2020م، كما نشرت البوابة خبرًا بعنوان "الإسكندرية تستعين بمنطقة الوعظ لمواجهة "كورونا"** بتاريخ الثلاثاء، (3 مارس 2020م).

(50) لمزيد من التفاصيل: نشرت بوابة الأزهر خبرًا بعنوان "**لجنة الفتوى الرئيسة بالأزهر عن الإجراءات الاحترازية للوقاية من الأوبئة: الالتزام بها واجب شرعي.. وتهيب بالمواطنين عدم نشر الشائعات والرعب بين الناس كورونا**" بتاريخ (15 مارس 2020م).

(51) أ.د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية**، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.

(52) نشرت المنصات الرقمية بمركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية خبرًا بعنوان "**التوعية بمخاطر الأمراض والأوبئة**" بتاريخ (9 فبراير 2020م).

(53) نشرت المنصات الرقمية بمركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية خبرًا بعنوان "**عشر نصائح حول صلاة الجمعة يقدمها إليكم مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية**" بتاريخ (19 مارس 2020م).

(54) نشرت المنصات الرقمية بمركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية خبرًا بعنوان **"عَشرة إرشادات للصَّلاة في المنزل يُقدمها إليكم مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية"** بتاريخ (22 مارس 2020م).

(55) للمزيد: نشرت المنصات الرقمية بمركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية خبرًا بعنوان "عشرة أحكام تهم المسلم بعد عودة صلاة الجمعة في زمن كورونا"، بتاريخ (26 أغسطس 2020م).

(56) أ.د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية**، مقابلة شخصية بمكتبه، مرجع سابق.

- من الشائعات التي أثيرت في تلك الفترة: شائعة تحديد واقتراب موعد قيام الساعة بتاريخ (1 يوليو 2020م)، وشائعة وجود أحاديث نبوية تفيد أنَّ الجائحة ستنتهي يوم (12 مايو 2020م)، والتحذير من التفسير الخاطئ لبعض الآيات القرآنية، بتاريخ (29 مارس 2020م)، وشائعة ذكر وباء كورونا في كتاب "عظائم الدهور"، وحذَّر المركز من أنَّ تداول مثل تلك المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، يهدف إلى بث الخوف وترويج الأكاذيب.

(57) أ.د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية**، مرجع سابق.

(58) لمزيد من التفاصيل: نشرت المنصات الرقمية بدار الإفتاء موضوعًا بعنوان "إقامة الجماعات أمام المساجد وفي الساحات"، وموضوعًا بعنوان "تعمد مريض كورونا مخالطة الناس" بتاريخ (1 أبريل 2020م).

(59) **لمزيد من التفاصيل**: نشرت المنصات الرقمية بدار الإفتاء موضوعًا بعنوان "هل فيروس كورونا عقاب من الله"، نشر بتاريخ (1 أبريل 2020م)، وموضوعًا بعنوان: أخلاقيات التعامل في الأزمات (نشر بتاريخ 5 يناير 2020م).

(60) نشرت المنصات الرقمية بدار الإفتاء موضوعًا بعنوان "مهام دار الإفتاء"، متاح على الرابط: https://www.dar-alifta.org/ar/aboutdar.aspx?ID=100

(61) نشرت المنصات الرقمية بدار الإفتاء خبرًا بعنوان **"أخلاقيات التعامل في الأزمات"** بتاريخ (5 يناير 2020م).

(62) **لمزيد من التفاصيل**: التعريف بوباء كورونا نشر بتاريخ (1 أبريل 2020م)، كيف تعامل الشرع الشريف مع الأمراض المعدية؛ وباء كورونا المستجد؟ نشر بتاريخ (1 أبريل 2020م)، كيف نتعامل مع العدوى؟ (نشر بتاريخ 2020/5/1)، إلقاء الكمامة الطبية في غير الأماكن المخصصة لها (نشر بتاريخ 18 أغسطس 2020م)، عدم المصافحة تجنبًا للعدوى في زمن الوباء، (18 فبراير 2020م).

- متاح تحميل الكتاب بصيغة pdf على الرابط التالي:

https://www.dar-alifta.org/ar/Nawazelfatwaedit.pdf

(63) لمزيد من التفاصيل: فتوى بعنوان ما المطلوب من المسلم فعله تجاه هذه الأزمات؟ وما الآداب التي يجب أن يتحلَّى بها؟ (نشر بتاريخ 2020/1/5م).

(64) لمزيد من التفاصيل: طهارة الأطقم الطبية المعالجين لمرضى كورونا، (نشر بتاريخ 2020/7/9م)، إفطار الطاقم المباشر لعلاج المصابين بالوباء، (نشر بتاريخ 2020/5/1م)، احتكار مستلزمات التطهير وأدوات التعقيم، (نشر بتاريخ 2020/5/1م)، الزكاة لشراء أدوات الوقاية من الوباء للأطباء والمرضى، (نشر بتاريخ 2020/5/3م)

(65) لمزيد من التفاصيل: الإنفاق على الفقراء بدلا من الحج والعمرة في أيام الوباء (2020/5/1م)، إعطاء العمالة اليومية من الزكاة والصدقات في زمن الوباء، (2020/4/1م)، الزكاة للمتضررين من الحجر الصحي بسبب الوباء، (2020/4/21م)، تعجيل إخراج الزكاة بسبب وباء كورونا، (2020/3/21م)

(66) لمزيد من التفاصيل: أخلاقيات التعامل في الأزمات،(2020/1/5م)، التحذير من الشائعات في النوازل والأزمات، (2020/5/1م)

- وردت فتوى إلى دار الإفتاء المصرية بتاريخ (21 يناير 2020م) من وزير الشئون الدينية بماليزيا يستوضح فيها عن أحكام جائحة كورونا، والحكم الفقهي لاستخدام اللقاح، كما ورد سؤال من رئيس لجنة الفتوى بالإدارة الدينية بجمهورية قازاخستان للاستفسار عن الإجراءات التي اتخذتها دار الإفتاء بخصوص أداء الشعائر والتجمعات في المساجد، كما ورد سؤال من سفارة جمهورية أفغانستان بتاريخ (8 أغسطس 2020م)، يسأل عن حكم قيام بعض الأئمة في أفغانستان بدعوة الناس إلى الصلاة في المساجد، مما تسبب في حيرة لدى الناس هل يسمعون كلام الأطباء والمتخصصين أم يسمعون كلام هؤلاء الأئمة والخطباء؟!

(68) د. محمد مختار جمعة، **مقابلة شخصية**، مرجع سابق.

- نشرت الجريدة الرسمية في عددها رقم 10 (مكرر)، الصادر في (9 مارس 2020) قرار رئيس الوزراء الدكتور مصطفى مدبولي رقم 606 لسنة 2020، بشأن الإجراءات الاحترازية لمواجهة فيروس كورونا بتعليق جميع الفعاليات والاحتفالات.

(69) لمزيد من التفاصيل: تنبيهات هامة من وزارة الأوقاف، (15مارس 2020م)

- خصصت وزارة الأوقاف خطبة الجمعة بتاريخ (28) من أغسطس (2020م) بعنوان: **(الأمل حياة)**، نقلها التلفزيون والإذاعة المصرية من مسجد **محمد علي** بالقاهرة.

(70) لمزيد من التفاصيل: محمد مختار جمعة، **الأسباب الظاهرة والباطنة لرفع البلاء وآداب التعامل مع المحن والأزمات، (17مارس 2020)**، محمد مختار جمعة، **حسن العلاقة مع الله (عز وجل) علاج كثير من الأدواء النفسية، (16 أغسطس 2020م).**

(71) د. محمد سيد محمد، **مدير المركز الإعلامي لمجمع البحوث الإسلامية**، مرجع سابق.

♦ يمكن تصميم أيقونات المنصات الأخرى بطريقة ثابتة، بحيث لا تختفي أثناء تصفح الموقع، وذلك من خلال كتابة الكود التالي للغة "HTML":

```
<div class= "container">
  :: before
      <ul class="newheaderlmenu>
            <li>...</li>
            <li>...</li>
            <li>...</li>
            <li>...</li>
              <li>...</li>
            <li>...</li>
   :: after
</div>
     < div class= "row margin headerNew New">
…</div>
```

♦♦ تمكن قوائم التجوال مستخدمي الموقع من التنقل بين أجزاء الموقع والوصول المباشر لمكوناته ومحتوياته بكل يسر، فهي بمثابة مسارات المرور في المواقع الإلكترونية.

(72) الصفحات المتخصصة أحدث وسائل الأوقاف الدعوية، بوابة وزارة الأوقاف المصرية، بتاريخ (7 يونيو 2021)، متاح على الرابط: http://ar.awkafonline.com/?p=137314

♦ اقتصر الباحث على توضيح نوع أساليب الإقناع المستخدمة في العدد الإجمالي للمنشورات لكل مؤسسة؛ خشية الإطالة في صفحات البحث.

(73) أ.د/ نظير عياد، **أمين عام مجمع البحوث الإسلامية**، مرجع سابق.

(74) David Robson ,**The fear of coronavirus is changing our psychology**, BBC Future, 2nd April , 2020, available at: https://www.bbc.com/future/article/20200401-covid-19-how-fear-of-coronavirus-is-changing-our-psychology , (accessed at 19 -3- 2021, 6:30 a.m).

♦ جاءت تلك الحلقات بعناوين **(دعوة الإسلام للأمل والنهي عن اليأس، الالتزام بالنظافة، تقييد المباح للضرورة، جريمة الإعتداء على الأطقم الطبية، الأخذ بالأسباب، الوقاية هي العلاج، بيان وزارة الأوقاف بشأن خطبة الجمعة في ظل جائحة كورونا)**.

♦♦ بلغ عدد الفيديوهات الخاصة بجائحة كورونا على منصة اليوتيوب للمؤسسات الدينية - خلال فترة الدراسة- على النحو التالي: (37) بوابة الأزهر، (9) مجمع البحوث الإسلامية، (13) مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية، (54) دار الإفتاء المصرية، (82) منبر التجديد- القناة الرسمية لوزارة الأوقاف.

References

- Lifang Li, et al, **Characterizing the Propagation of Situational Information in Social Media During COVID-19 Epidemic: A Case Study on Weibo,** Research output: Journal Publications and Reviews, vol.7, no.2, April (2020), available at: https://ieeexplore.ieee.org/document/9043580, (accessed at 1 -1- 2021, 11:22 a.m).
- Jayaseelan, R., Brindha, D.,& Kades waran, **Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: a phenomenological study,**(2020), available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3596058, (accessed at 3 -1- 2021, 11:30 a.m).
- Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K. & Wang, Y, **A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter,** (2020), available at: https://arxiv.org/abs/2003.13907, (accessed at 11 -2- 2021 , 1:30 p.m).
- Huong Thi Li., et al, **Demand for health information on COVID-19 among Vietnamese**, International Journal of Environmental Research and Public Health, V (17), N (12), (2020), available at: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7344690/, (accessed at 11 -2- 2021 , 1:55 p.m).
- -Alfaram, K. (2016). aistikhdam wasayil altawasul alaijtimaeii fi altaweiat alsihiyat limarad kuruna dirasatan tatbiqiatan ealaa almudun altibiyat wamustashfayatiha alhukumiat bimadinat alriyad alsaeudiati, majalat buhuth alealaqat aleamat Alsharq Al'awsat, e (13), 205: 226 .
- -Muhamadi, S. (2020). dawr shabakat altawasul alaijtimaeii fi bina' thiqat alshabab nahw 'ada' alhukumat almisriat khilal 'azmat jayihat kuruna- dirasat maydaniatin, majalat albuhuth al'iielamiati, (jamieat Al'azhar: kuliyat Al'iielam), : 2066.
- Ahmad, A. R., & Murad, H. R., **The impact of social media on panic during the COVID-19 pandemic in Iraqi Kurdistan: online questionnaire study**. *Journal of Medical Internet Research*, *22*(5), (2020), available at: https://www.jmir.org/2020/5/e19556/, (accessed at 7 -1- 2021 , 4:30 a.m).
- -shafiqi, H. (2020). altakrim waltanamur kayf qadam al'iielam alraqami mardaa fayrus kuruna almustajidi waleamilin fi khadamat alsihat aleamat bi Masr: dirasatan tahliliatan, markaz London lilbuhuth walaistisharati, almutamar alduwalia altaasie "tadaeiat kufid- 19 ", London.
- -Ali, K. (2021). aitijahat mustakhdimi al'iintirnit nahw dawr shabkat altawasul alaijtisaeii fi tashkil alwaey alsihiyi bijayihat kuruna: fi 'iitar nazariat alfaeilyn almwthiryn, majala " Arab media and society ", e (31).
- Chen, Q., et el, **Unpacking the black box: How to promote citizen engagement through government social media during the COVID-19 crisis**. Computers in Human Behavior, (2020), available at: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7151317/, (accessed at 12 -1- 2021 , 6:30 a.m).
- -Alshiymi, M. (2020). aietimad aljumhur almisrii ealaa alsafahat alrasmiat liwizarat alsihat kamasdar lilmaelumat 'athna' jayihat kuruna (Covid-19), almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, 19 (3), 577-641.

- Zian, S. (2020). astiratijiaat muajahat alshaayieat hawl 'azmat kuruna waineikasatiha ealaa almawaqie al'iiliktruniat alrasmiati: dirasat tatbiqiat ealaa mawqieay wizarat alsihat wamunazamat alsihat alealamiati, majalat alealaqat aleamati, aljameiat almisriat lilealaqat aleamati, alsanat althaaminata, 29(2).
- Lene Kühle and Tina Langholm Larsen, **'Forced' Online Religion: Religious Minority and Majority Communities' Media Usage during the COVID-19 Lockdown**, Religions 2021, 12, 496. available at: https://doi.org/10.3390/rel12070496, (accessed at 12 -3- 2021, 6:30 a.m).
- Le Duc, Anthony, **Religious Engagement in the COVID-19 Pandemic** (June 2, 2021), available at:
- SSRN: https://ssrn.com/abstract=3858595 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3858595, (accessed at 11 -1- 2021, 2:30 a.m).
- Al-Astewani, Amin., To Open or Close? COVID-19, Mosques and the Role of Religious Authority within the British Muslim Community: A Socio-Legal Analysis.Religions, 12: 11, 2021, Available at: https://dx.doi.org/10.3390/rel12010011, (accessed at 2 -3- 2021, 11:30 a.m).
- Albaraqi, N. (2021). aietimad aljumhur alsaeudi ealaa hisabat almuasasat al'iislamiat biwasayil altawasul alaijtimaeii lilhusul ealaa almaelumat hawl jayihat kuruna.. dirasat maydaniatin, majalat albuhuth waldirasat al'iielamiati, (16), almaehad alduwlaa aleali lil'iielam bi Alshuruq.
- Mahsa Alimardnai and Mona Elswah, **Trust, Religion, and Politics: Coronavirus Misinformation in Iran**, 25 Jun 2020, available at https://meedan.com/reports/trust-religion-and-politics-coronavirus-misinformation-in-iran/, (accessed at 1 -1- 2021, 11:30 a.m).
- Wesley J. Wildman, & Joseph Bulbulia, **Richard Sosis & Uffe Schjoedt (2020) Religion and the COVID-19 pandemic**, Religion, Brain & Behavior, 10:2, 115-117, DOI:10.1080/2153599X.2020.1749339, available at https://doi.org/10.1080/2153599X.2020.1749339, (accessed at 12 -2- 2021, 2:30 a.m).
- Vanessa Watts Simonds, **Diffusion of innovations,** available at: https://www.britannica.com/topic/diffusion-of-innovations, (accessed at 1 -5- 2021 , 8:15 a.m).
- -Alqaeari, M. (2020). almadakhil alnazariat fi dirasat al'iielam aljadid (dirasat naqdiatun), majalat eulum alaitisali, jamieat 'Om Dirman Al'iislamiati, 6, 1-44.
- Simon, Steven John, Peppas, Spero C, **An examination of media richness theory in product Web site design: an empirical study**, The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media, 6, 4, (2004), pp. 270 -281.
- -Altarabishi, M., Alsayid, A. (2006). nazariaat aialiatisali, ta1, (Alqahira: dar Alnahdat Alearabiati), 218.
- Pelly, O., Camerets, B. (2009), fahum al'iielam albadil, tarjamatu: eala 'ahmad 'iislaha, (Alqahira: majmueat alniyl alearabiati,), 71.
- https://openlab.idsc.net.eg/?fbclid=IwAR3aj_O0OreDeK3hzyU3lh26UGmjAbpqAabYwQ8q6l70SNaa0WJ-BJsw9_0

- Worldmeter, available at: https://www.worldometers.info/coronavirus/country/egypt, (accessed at 1 -3- 2021 , 8:15 a.m).
- (75)**https://www.azhar.eg/education/home/PgrID/6395/PageID/8** ،-
- :https://www.azhar.eg/magmaa/details/PgrID/7843/PageID/293/artmid/1097
- http://www.azhar.eg/magmaa/details/PgrID/7843/PageID/10/ArtMID/1097/ArticleID/50177،
- (60) https://www.dar-alifta.org/ar/aboutdar.aspx?ID=100
- https://www.dar-alifta.org/ar/Nawazelfatwaedit.pdf
- http://ar.awkafonline.com/?p=137314
- David Robson ,**The fear of coronavirus is changing our psychology**, BBC Future, 2nd April , 2020, available at: https://www.bbc.com/future/article/20200401-covid-19-how-fear-of-coronavirus-is-changing-our-psychology , (accessed at 19 -3- 2021, 6:30 a.m).

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Mohamed Elmahrasawy

President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof.Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- **Issue 59 October 2021 - part 4**
- **Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555**
- **International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X**
- **International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110**

Rules of Publishing

Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.