

# 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 والتلفزيون 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 والتلفزيون بالكلية

- د/ إبراهيم بسيوني - 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.

سكرتير التحرير:

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

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الثاني والستون - الجزء الثاني - ذو الحجة ١٤٤٣هـ - يوليو ٢٠٢٢ 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 والتلفزيون 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 العززي (اليمن)

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

٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون 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  
وفقاً 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 مؤتمراً علمياً.

○ 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  
وأخر 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.

## محتويات العدد

- ٥٧٩ ■ توظيف تقنيات الواقع المعزز في تصميم الإعلان وانعكاسها على تصورات المتلقي الرقمي نحوها أ.م.د/ سلوى أحمد محمد أبو العلا الشريف
- ٦٥١ ■ مستوى مهارات التربية الإعلامية الإخبارية لطلاب الإعلام التربوي بجامعة المنيا: دراسة في ضوء نموذج جيمس بوتر للتربية الإعلامية أ.م.د/ عبدالمحسن حامد عقيله
- ٦٩٧ ■ استخدام الدعاة والأئمة لتطبيقات الهاتف المحمول للحد من خطاب الكراهية (قضية الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- أنموذجًا) - دراسة ميدانية د/ سامح محمد عبد الغني
- ٧٦٩ ■ توظيف الصحفيين لموارد التعلم الرقمي في تطوير جدارات العمل بغرف الأخبار: دراسة ميدانية في ضوء نظرية الترابطية د/ فاطمة الزهراء عبدالفتاح
- ٨٢٣ ■ دور المواقع الإلكترونية في تشكيل صورة الذات لدى الأطباء في ظل أزمة كوفيد ١٩ - دراسة ميدانية د/ راللا أحمد محمد عبد الوهاب
- ٨٧٥ ■ أثر التحول الرقمي على التعليم والتعلم في مجال دراسات الإعلام - دراسة ميدانية في ضوء نظرية البناء الاجتماعي للتكنولوجيا د/ محمود السيد محمد محمد عفيفي
- ٩٤٣ ■ تقييم فاعلية الاتصالات المؤسسية المستخدمة في نشر ممارسات الجودة الشاملة داخل مؤسسات التعليم العالي «دراسة على عينة من كليات الإعلام بالجامعات المصرية» د/ نعم محيي الدين، د/ ياسمين علي

- دور القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية في تشكيل اتجاهات الشباب العراقي نحو قضايا الشرق الأوسط  
١٠١٥ محمد داود سلمان
- 
- دور القنوات الثقافية على اليوتيوب في تنمية الوعي الثقافي لدى الشباب- دراسة تطبيقية  
١٠٤٩ أميرة عبد الوهاب علي نصر
- 
- استخدامات قنوات اليوتيوب العائلية وعلاقتها بالهوية الثقافية لدى المراهقين (دراسة تطبيقية)  
١٠٧٣ منى يوسف حسن يوسف البشة
-

ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلة يوليو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2735-4008	2536-9393	7	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	1
2682-4663	2356-914X	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	2
2682-4620	2356-9158	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	3
2682-4671	2356-9131	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	4
2682-4647	1110-5836	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	5
2735-377X	2735-3796	7	جامعة بنى سويف، كلية الإعلام	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	الدراسات الإعلامية	6
2682-4655	1110-5844	7	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	المجلة المصرية لبحوث الراى العام	الدراسات الإعلامية	7
2682-4639	2356-9891	7	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	8
2682-292X	1110-9297	7	جامعة الأزهر	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	9
2314-873X	2314-8721	7	<b>Egyptian Public Relations Association</b>	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	10
2735-4326	2536-9237	7	جامعة جنوب الوادى، كلية الإعلام	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	11
2735-4016	2357-0407	6.5	المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	12

• يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دوريا فى شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد ساريا للسنة التالية للنشر فى هذه المجلات.



# استخدام الدعاة والأئمة لتطبيقات الهاتف المحمول للحد من خطاب الكراهية

(قضية الإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم - أنموذجاً) - دراسة ميدانية

- **Preachers and Imam use mobile applications to reduce hate speech**

(The case of insulting the Messenger- may God bless him and grant him peace as a model)

A Field Study

د/ سامح محمد عبد الغني ●

عضو هيئة التدريس بكلية الإعلام- جامعة الأزهر

SamehMohammed.2015@azhar.edu.eg

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى الوقوف على الدور الذي تؤديه تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-؛ للكشف عن كيفية توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ لهذه التطبيقات في هذا الإطار، ومدى إسهامها في الحد من خطاب الكراهية، وأشكال توظيف المبحوثين لها في هذا الشأن، والكشف عن أفضل السبل لمواجهة هذا الخطاب، وموقف الدعاة والأئمة والوعاظ من هذه الظاهرة، اعتمادًا على منهج المسح، من خلال دراسة وصفية استخدمت أداتي الاستقصاء والمقابلات المتعمقة؛ للحصول على البيانات والمعلومات التي تحقق أهداف الدراسة التي تم تطبيقها على 400 مفردة من الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بالمؤسسات الدعوية المختلفة. وقد توصلت الدراسة إلى حرص المبحوثين على استخدام هذه التطبيقات في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-، في ظل محدودية التواصل الدعوي المباشر مع الجمهور، وإتاحة هذه التطبيقات لخدمات تفاعلية تتيح التواصل بسهولة مع الجمهور، وقد جاءت تطبيقات «التواصل الاجتماعي (فيس بوك- تويتر- واتس آب- إنستجرام- سناب شات)» في مقدمة التطبيقات التي يعتمد عليها المبحوثون، وجاءت «كتابة التدوينات والمنشورات ونشرها عبر التطبيقات المختلفة» و«استخدام البث المباشر» كأبرز أشكال توظيف عينة الدراسة لهذه التطبيقات، وتمثلت أفضل سبل مواجهة هذه الإساءة في: «عرض نماذج لتعامل الرسول - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- مع الآخر»، و«إطلاق منصة إعلامية بلغات متعددة» للتعريف بسيرة الرسول - صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ-. الكلمات المفتاحية: تطبيقات الهاتف المحمول، خطاب الكراهية، الدعاة والأئمة.

## Abstract

The study sought to explore the role of mobile phone applications in reducing hate speech by insulting the Messenger, Peace be upon him, to reveal how Muslim preachers employ these applications in reducing hate speech, and the extent of their contribution to reducing hate speech represented by insulting the Messenger, may God bless him and grant him peace. Peace be upon him, and the forms of employing the respondents in this regard, revealing the best ways to confront hate speech, and the position of preachers, imams and preachers from this phenomenon, depending on the survey method, through a descriptive study that used the survey tools and in-depth interviews to obtain data and information that achieve the objectives of the study that It was applied to 400 respondents from preachers, imams, preachers and fatwa researchers in various advocacy institutions, the study concluded to, The study found the respondents' keenness to use these applications to reduce hate speech represented by insulting the Messenger, Peace be upon him, in light of the limited direct communication with the public, and the availability of these applications for interactive services that allow easy communication with the public. (Facebook-Twitter-WhatsApp-Instagram-Snapchat) "at the top of the applications that respondents depend on, and writing blogs and publications and publishing them through various applications, and "using live broadcasts" were the most prominent forms of employing the study sample for these applications, and the best ways were represented Confronting this abuse in presenting examples of the Messenger, may God's prayers and peace be upon him, dealt with others who differ in belief or thought, , and launching a "media platform" in multiple languages to introduce the biography of the Messenger, may God bless him and grant him peace.

Keywords: mobile phone applications, hate speech, preachers, imams.



تزخر وسائط الإعلام الجديد بالمنصات الدعوية التي انتشرت بشكل كبير، وغيّرت من محتوى الاتصال الدعوي وعناصر العملية الاتصالية، وبيئة الاتصال الدعوي عبر وسائط الإعلام الجديد والتواصل مع الجمهور، ودفعت لمحاولة التكيف مع التطورات المتلاحقة التي تُحدثها بيئة الإنترنت يوماً بعد يوم، والتي أدت إلى التوجه نحو توظيف تقنيات الهواتف المحمولة والذكاء الاصطناعي في بيئة العمل الدعوي والإعلامي؛ لتحديث نقلة نوعية في نقل المحتوى وتفاعل الجمهور معه، في ظل التواصل المحدود بين الأفراد والمؤسسات الدعوية في الواقع الفعلي؛ الذي تأثر بالكوارث الطبيعية والأوبئة والأمراض التي جعلت التواصل عبر الواقع الافتراضي والاعتماد عليه في الأنشطة الدعوية أمراً لا مفر منه، وبديلاً مناسباً للقيام بالعمليات الاتصالية والأنشطة الدعوية.

وتزداد أهمية توظيف هذه الوسائط وتطبيقاتها المتعددة في العمل الدعوي في ظل تنامي خطاب الكراهية، وتصاعد الحملات المتتالية المسيئة للرموز والمقدسات الدينية، واستمرار الإساءة للنبي- صلى الله عليه وسلم- في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، والتي تقوض جهود المبادرات الرسمية وغير الرسمية وجهود مؤسسات الدولة الحثيثة الرامية لنبذ مظاهر العنف والتطرف والكراهية الدينية. وتحاول بعض الصحف، والمجلات، والمواقع الإلكترونية، والصفحات الإخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي نشر بذور الفتنة وزعزعة الاستقرار، وتقويض حالة الأمن المجتمعي، وإحداث حالة من الجدل والخلاف والشقاق بين أصحاب الديانات المختلفة؛ مما يستدعي تضافر الجهود ووضع رؤية إعلامية وخطة دعوية توظف التطورات التقنية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، وتحول دون الانخراط في الكراهية والازدراء الديني وعدم تقبل الآخر، وتحقيق العيش المشترك والإخاء والسلام، والتي تشكل مكوناً رئيساً من مكونات رسالة ورؤية المؤسسات الدعوية.

لذا تسعى هذه الدراسة للوقوف على الدور الذي تؤديه تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- عبر استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لها في العمل الدعوي، وكيفية مواجهة هذا الخطاب، ووضع رؤية إعلامية واستراتيجية دعوية تساهم في نشر ثقافة التسامح، وقبول الآخر، وتحقيق العيش المشترك؛ من خلال دراسة ميدانية تم تطبيقها على 400 مفردة من الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بالمؤسسات الدينية المختلفة، وإجراء بعض المقابلات المتعمقة لتحقيق أهداف الدراسة وفروضها؛ لتشكل جانباً مهماً من جوانب القضاء على هذا الخطاب العدائي.

#### الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (Castano Harvey Mauricio & Herrera, Sergio Anders)

(Lopez 2021) <sup>(1)</sup> إلى التعرف على الدور الذي تؤديه شبكة الإنترنت فيما يتعلق بخطاب الكراهية، وهل تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في نشر خطاب الكراهية أم لا؟ وذلك من خلال تحليل نماذج من محتوى الخطاب المنشور على شبكة الإنترنت في الفترة من 2015م وحتى عام 2019م. وقد أكدت نتائج الدراسة أن شبكة الإنترنت كان لها دور كبير في نشر خطاب الكراهية؛ لاعتمادها على نشر خطابات عدائية ضد بعض الفئات والجماعات الدينية والعرقية تحتوي على لغة هجومية وتحريضية ضد هذه الجماعات، وأن أطر هذا الخطاب تحمل في طياتها رسائل سلبية تؤدي إلى الكراهية بين الأفراد. وحاولت (دراسة إيمان عاشور، 2021) <sup>(2)</sup> الكشف عن العلاقة بين درجة تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسلام المجتمعي في مصر، ورصد أهم دوافع عينة الدراسة للمشاركة في حملة "مقاطعة المنتجات الفرنسية"، وتأثير ذلك على أنماط التفاعل على الشبكات الاجتماعية، والكشف عن أهم الشبكات التي أسهمت في تفعيل دور المسؤولية الاجتماعية لدى عينة الدراسة للمشاركة في هاشتاغ "إلا رسول الله"؛ من خلال دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بتطبيق استمارة استبانة على 565 من طلاب جامعتي المنيا والأزهر. وكشفت النتائج عن متابعة الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على تفاصيل دقيقة عن هذه القضية، ومعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهتها، ورصد أهم القرارات التي اتخذتها الدول للتصدي لهذه الظاهرة. وأشارت العينة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي

كان لها دور كبير في حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية، فيما هدفت دراسة (عبد الحفيظ عبد الجواد درويش، 2021م)<sup>(3)</sup> إلى الكشف عن دور الصحف الإلكترونية العربية في مواجهة أزمة الرسوم المسيئة لرسولنا الكريم، ورصد الموضوعات التي طرحتها المعالجة، وتحليل أهداف المادة الصحفية، والكشف عن الأطر الإعلامية التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تناول هذه الأزمة بالاعتماد على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي عن طريق أداة تحليل المضمون، وتمثلت عينة الدراسة في ثلاث صحف إلكترونية عربية، هي: "بوابة أخبار اليوم" المصرية و"موقع جريدة الدستور الأردنية" و"موقع جريدة الشروق الجزائرية" في الفترة من أكتوبر 2020م إلى نهاية ديسمبر 2020م. وقد جاءت "بوابة أخبار اليوم" في المرتبة الأولى من حيث استخدام الفنون الصحفية، ثم "موقع جريدة الشروق الجزائرية"، ثم "موقع جريدة الدستور الأردنية". أما أهداف المادة الصحفية فقد جاء في مقدمتها "الإدانة والاستنكار"، ثم "الدعوة لاتخاذ موقف"، ثم "الشرح والتوضيح". وقد جاء "إطار الرفض" في مقدمة الأطر التي اعتمدت عليها عينة الدراسة، تلاه "إطار التحذير"، أعقبه "إطار إسناد المسؤولية"، ثم "إطار الاستغلال السياسي"، ثم "إطار النقد"، وأخيراً "إطار الصراع". وسعت دراسة (محمد حسنى، 2021م)<sup>(4)</sup> لرصد أهم الأطروحات المتعلقة بالإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم- والمقدمة عبر صفحتي (الأزهر الشريف- فرنسا 24)، ورصد أهم الجوانب التي ركزت عليها عينة الدراسة معتمدة على منهج المسح الإعلامي، والأسلوب المقارن؛ من خلال تحليل المواد المنشورة عن الأزمة باستخدام التحليل الكيفي. وتوصلت الدراسة إلى اتخاذ الأزهر موقفاً شديداً من نشر هذه الرسوم؛ حيث طالب الإمام الأكبر الدكتور أحمد الطيب شيخ الأزهر بمقاضاة جريدة "شارلي إبدو"، وإصدار قانون دولي يجرم الإساءة للنبي محمد- صلى الله عليه وسلم-، وأشارت النتائج إلى تراجع الموقف الفرنسي الرسمي المؤيد لهذه الرسوم بعدما ازدادت حملات المقاطعة الاقتصادية للمنتجات الفرنسية وقيام بعض المسؤولين الفرنسيين بلقاء شيخ الأزهر. وحاولت دراسة (Andon Majhosev, Shenaj Osmanov, & Jadranka Denkova, 2020)<sup>(5)</sup> رصد دور وسائل الإعلام الجديد على شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام التقليدية في الحد من خطاب الكراهية أو نشره على نطاق واسع، وتأثير ذلك على قضايا التنوع والتسامح، والصورة النمطية، والتفرقة العنصرية، والمساواة. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام الجديد- وفي مقدمتها منصات التواصل الاجتماعي هي إحدى أدوات

الاتصال المهمة لنشر المساواة والتسامح بين الشعوب، إلا أن هذه المواقع صارت من أكثر الأدوات التي ساعدت على نشر خطاب الكراهية؛ حيث انتشر هذا المحتوى بين عدد كبير جداً من مستخدمي هذه المواقع، وأن هناك إساءة استعمال لهذه المنصات الإعلامية من جانب بعض الأفراد فيما يتعلق بقضايا التنوع، والتسامح، وقبول الآخر؛ وذلك بدرجة أكبر من وسائل الإعلام التقليدية. وأفادت النتائج أن "اليوتيوب" من أهم المواقع التي كان لها دور بارز في نشر هذا الخطاب وتفاعل الجمهور معه؛ من خلال نشرها لبعض الفيديوهات التي تحمل في طياتها خطاباً للكراهية، ويقوم بمشاركتها والتفاعل معها ملايين من الأفراد. فيما حاولت دراسة (محمد سيد محمد، 2020م)<sup>(6)</sup> الوقوف على مدى اعتماد وعاظ وواعظات الأزهر الشريف على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للتواصل مع الجمهور في برامجهم التوعوية، وكيفية توظيفهم لمواقع التواصل الاجتماعي لتوعية الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني؛ بالاعتماد على دراسة وصفية استخدمت منهج المسح بالاعتماد على أداة الاستبانة التي تم تطبيقها على 200 واعظ وواعظة من مستخدمي شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. وقد توصلت الدراسة إلى أن أبرز وسيلة اتصال اجتماعي يستخدمها وعاظ وواعظات الأزهر هي "الفيس بوك"، وجاءت قضية "التعايش السلمي وقبول الآخر" على رأس اهتمامات الوعاظ والواعظات والتي تتم مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وأشارت النتائج إلى أن 32.8% من الوعاظ والواعظات تفاعلوا مع الجمهور أثناء توجيه رسائلهم الدعوية؛ من خلال قراءة تعليقات القراء لتلبية احتياجات الجمهور المعرفية، والتعرف على ردود أفعالهم تجاه الرسائل الدعوية. فيما حاولت دراسة (Binny Mathew، Pawan Goyal and Animesh Mukherjee 2019، Ritam Dull)<sup>(7)</sup> التعرف على دور منصات التواصل الاجتماعي في انتشار خطاب الكراهية بين المستخدمين في عدة مناطق، مثل (ميانمار، وبطرسبرج) من خلال تحليل منشورات 341 مبحوثاً؛ بعضها يحض على الكراهية والبعض الآخر لا يحض عليها، ومعرفة مدى تفاعل الجمهور مع هذا المحتوى. وقد أثبتت نتائج الدراسة أن المنشورات التي تحمل في طياتها خطاباً يحض على الكراهية تنتشر بشكل أسرع من المنشورات التي تناهض هذا الخطاب، وأن منصات التواصل الاجتماعي كان لها دور كبير في تسهيل طرح القضايا المتعلقة بخطاب الكراهية، مع وجود تفاعل كبير من المستخدمين مع هذا الخطاب مقارنة بالخطابات الأخرى التي لا تحوي في طياتها كراهية للآخر، وأن هذا الخطاب من الخطابات الدارجة عبر منصات

التواصل الاجتماعي. وهدفت دراسة (خالد الديب عبد العزيز محمود، 2018م)<sup>(8)</sup> إلى رصد الأسباب المؤدية للكرهية، والتعرف على مظاهرها وأشكالها المختلفة، وكيف عالج القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة هذه الظاهرة، ومسؤولية المجتمع في علاج خطاب الكراهية في ضوء الدعوة الإسلامية؛ من خلال دراسة وصفية استخدمت التحليل الاستنباطي للأسباب المرتبطة بخطاب الكراهية. وأشارت النتائج إلى أن هناك أسباباً كثيرة لخطاب الكراهية كالكبر، والتعصب، والجهل، والاستخفاف بالآخر، وإنكار حقوقه، وعدم الالتزام بالأخلاق التي يدعو إليها الإسلام، وهناك أسباب أخرى تتعلق بالبيئة التي ينشأ فيها الفرد، وأن أشكال خطاب الكراهية تتمثل في السب، والقذف، والتحريض على العنف والإرهاب، وتخوين الآخر. وتوصلت الدراسة إلى أن القرآن الكريم والسنة النبوية عالج خطاب الكراهية بالدعوة إلى نشر المحبة بين المسلمين، والعمل على إزالة الخلاف والشقاق بينهم، مع الالتزام بالكلمة الطيبة والقول الحسن، وبيان أن الله - سبحانه وتعالى - يبغض خطاب الكراهية الذي يزرع الأحقاد وينشر العداوة والبغضاء بين البشر، والحرص على عدم مبادلة خطاب الكراهية بخطاب كراهية مماثل. وأشارت الدراسة إلى أن استعمال خطاب الكراهية في وسائل الإعلام له آثار مدمرة على وحدة المجتمع، ولا بد من التزام هذه الوسائل بمواثيق الشرف الإعلامي، ونشر الخطاب الذي يؤدي إلى استقرار المجتمع ونشر المحبة بين جميع طوائفه. وسعت دراسة (عادل عبد الله هندي، 2018م)<sup>(9)</sup> للتعرف على موقف الداعية المسلم من وسائل التواصل الاجتماعي عبر شبكة المعلومات الدولية، والكشف عن الآداب التي ينبغي أن يتحلى بها الدعاة عند استخدام هذه الوسائل، والآثار المترتبة على التوظيف الدعوي لهذه الشبكات. وخلصت الدراسة إلى إمكانية تطويع وسائل التكنولوجيا الحديثة في خدمة الدعوة الإسلامية، ودعوة الإسلام أتباعه ودعاته إلى حسن استخدام هذه الوسائط بما يتلاءم مع مقاصد الشريعة وضوابطها، وأن على الداعية أن يتعلم ويتدرب ويوظف مهاراته في خدمة دعوته، ويتقن التعامل مع هذه الوسائل الإعلامية، وتوصلت إلى أن على الداعية أن ينشر المعلومات التي تبث في النفوس التفاؤل والأمل، والتركيز على القيم الإيجابية التي تساعد على التغيير السلوكي والمهاري في حياة الأفراد، وإنشاء قناة دعوية على اليوتيوب، والحرص على عدم الدخول في القضايا الخلافية، وأن من آداب توظيف هذه الوسائل تجديد النية، ومراقبة الله، والتثبت عند نشر الأخبار والمعلومات، وتجنب إنشاء الحسابات الوهمية، ونشر ما يحقق الفائدة للآخرين. وقد هدفت دراسة (Nermeen

(Nabil Alazrak 2017)<sup>(10)</sup> التعرف على اتجاهات الشباب نحو الدعاة الجدد الذين يظهرون عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ من خلال الخطاب الدعوى الذي يعتمد على شرح القرآن الكريم وسنة النبي- صلى الله عليه وسلم- بطرق مختلفة وجذابة. وقد أشارت النتائج إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى الشباب نحو هذا الخطاب الذي يعتمد على توضيح أحداث السيرة النبوية وتعاليم الإسلام؛ عبر أسلوب قصصي جذاب يؤثر في فئة الشباب بشكل كبير، بعيداً عن الأسلوب الخطابي الذي يعتمد على التخويف والوعيد والذي يؤدي إلى نفور بعض الشباب والإحجام عن التعرض لمثل هذه البرامج التي تحدث لديهم قلقاً كبيراً. بينما هدفت دراسة (ياسمين عبد القادر، 2017)<sup>(11)</sup> معرفة تأثير نشر الرسوم الكاريكاتيرية المسيئة للنبي محمد- صلى الله عليه وسلم- في صحيفة "يولاندرس بوستن" على المسلمين في الدنمارك من وجهة نظر مسلمي الدنمارك أنفسهم؛ من خلال دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح عبر دراسة ميدانية تم تطبيقها على 400 مفردة من المسلمين في الدنمارك. وقد أظهرت النتائج أن نشر هذه الرسوم المسيئة شكل انعكاساً للصورة النمطية المشوهة للإسلام ولشخص النبي محمد- صلى الله عليه وسلم- وعدم معرفة القائم على نشر الرسوم بمكانة النبي محمد- صلى الله عليه وسلم- لدى المسلمين، وقد أدى ذلك إلى تعميق ظاهرة الإسلاموفوبيا في الدنمارك. وحاولت دراسة (رضا عبدالواجد أمين، 2013م)<sup>(12)</sup> رصد محاولات الإساءة للنبي- صلى الله عليه وسلم- من خلال بعض التدوينات التي تناولت أخلاقه بأسلوب لا يليق بمنزلة نبي كريم ختم الله به الرسالات، ورصد المحاولات التي تعرضت لأهل بيته، وتقديم خطة إعلامية دعوية لمحاصرة هذه الإساءات، وتبيان التعامل الأمثل معها، ومعرفة الأسباب التي أدت لهذه الإساءة، وردود فعل المسلمين حولها على مواقع التواصل الاجتماعي؛ من خلال دراسة اعتمدت على منهج المسح والمنهج الاستباطي الذي يربط بين المقدمات والنتائج. وتوصلت الدراسة إلى وجود أنواع من الإساءات تعرض لها النبي- صلى الله عليه وسلم- منها: النص المكتوب، والصور، والرسوم المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبعض ملفات الفيديو التي اعتمدت على الصوت والصورة، وأشارت النتائج إلى وجود إساءات بالغة كـ "الطعن في عرض النبي صلى الله عليه وسلم" والتي جاءت من بعض المسلمين ومن غير المسلمين، وكانت هذه الإساءات بسبب الجهل بمقام النبوة والشطحات الفكرية لبعض الكتاب والمفكرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى رؤية إعلامية وحقوقية تحد من ظاهرة الإساءة للأديان والرسول

سمّاهَا الباحث "الإعلان العالمي لاحترام الرسل والأديان السماوية". وقد هدفت دراسة (Nasar meer per mouritsen 2009) <sup>(13)</sup> التعرف على الكيفية التي تناولت بها الصحف الدنماركية والبريطانية التعامل مع الرسوم الكاريكاتيرية المسيئة للرسول- صلى الله عليه وسلم- وخطابها تجاه التسامح مع الأقليات الدينية المسلمة وقبولها الآخر؛ من خلال دراسة نظرية اعتمدت على تحليل الخطاب. وقد توصلت الدراسة إلى أن الخطاب الصحفي للصحف الدنماركية تجاه هذه القضايا أدى إلى ظهور الانقسامات بين المسلمين وغيرهم في ظل عدم احترام الآخر وعدم الالتزام بنشر ثقافة التسامح وقيم المواطنة والانتماء. فيما هدفت دراسة (Frauke Miera & Valerie Salapala 2009) <sup>(14)</sup> إلى رصد الكيفية التي تعاملت بها فرنسا وألمانيا مع قضية الرسوم الجدلية المسيئة للرسول- صلى الله عليه وسلم- كقضية عامة، وردود الأفعال المختلفة تجاه هذه الأحداث؛ التي تعد مشكلة اجتماعية ترتبط بوسائل الإعلام والسياسة والفكر والمنظمات الإسلامية، ومدى تأثير هذه الرسوم على الرموز الفكرية والجمهور وعلى الأقليات المسلمة. وقد أشارت النتائج إلى تأثير هذه الرسوم على الأقليات المسلمة والتي اعتبرتها إساءة للإسلام، ومثيرة للجدل، ومنافية لاحترام حقوق الإنسان والمقدسات الدينية، وأشارت النتائج إلى تأثير هذه الرسوم على الهوية القومية والانتماء والقيم والأعراف الراسخة لدى المجتمع الغربي. بينما هدفت دراسة (Goran Larsson & Lasse Lindekilde 2009) <sup>(15)</sup> إلى المقارنة بين الرسوم الجدلية المسيئة للرسول- صلى الله عليه وسلم- التي نشرتها صحف السويد والدنمارك، ومعرفة الأبعاد العالمية جراء هذا النشر، ومعرفة عدد المسلمين الذين تأثروا بهذه الإساءة في الدولتين والمقارنة بينهما، وقد أفادت الدراسة في التعرف على السياق الذي نشرت من خلاله هذا الرسوم، ومدى أهميته في تناول هذه الرسوم في الصحف السويدية والدنماركية، والبيانات والمعلومات المختلفة التي اعتمدت عليها الصحف في كلا البلدين، وأشارت النتائج إلى تأثير هذا التناول بخطاب النخبة عن الإسلام والمسلمين وموقفها من قضية الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-، وموقف المؤسسات الرسمية من هذه الرسوم في السويد والدنمارك.

التعليق على الدراسات السابقة:

- وقعت معظم الدراسات ضمن الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح، مثل دراسة (Castano Harvey Mauricio & Herrera, Sergio Anders) 2021 Lopez دراسة (Nermeen Nabil Alazrak 2017)، فيما اعتمدت

دراسة (رضا أمين، 2013) على منهج المسح والمنهج الاستنباطي، واعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح بالتطبيق على الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بالمؤسسات الدينية المصرية.

- اعتمدت بعض الدراسات على أداة تحليل المضمون، مثل دراسة (Sergio Anders, Castano Harvey Mauricio & Herrera Lopez 2021 ودراسة (عبد الحفيظ عبد الجواد درويش، 2021م)، ودراسة (ياسمين عبد القادر، 2017)، ودراسة (رضا أمين، 2013)، ودراسة (Nasar meer per mouritsen 2009) ودراسة (Goran Larsson & Lasse Lindekilde 2009)، بينما اعتمدت دراسات أخرى على أداة الاستبانة، مثل دراسة (محمد سيد محمد، 2020)، واعتمدت دراسة (خالد الديب، 2018) على التحليل الاستنباطي، بينما تركز الدراسة الحالية على الجمع بين أداتي الاستبانة والمقابلات المتعمقة مع النخبة الدينية، وعلماء الدعوة، والمشرفين على الأكاديميات التابعة للمؤسسات الدينية الرسمية بالأزهر ووزارة الأوقاف.

- فيما يتعلق بالدعاة والأئمة والوعاظ هدفت بعض الدراسات إلى الوقوف على مدى اعتماد وعاظ وواعظات الأزهر على مواقع التواصل الاجتماعي وتوظيفها لتوعية الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني، مثل دراسة (محمد سيد محمد، 2020)، والتعرف على موقف الداعية المسلم من وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها الدعوي، مثل دراسة (عادل عبد الله هندي، 2018)، وهدفت دراسات أخرى إلى رصد اتجاهات الشباب نحو الدعاة الجدد الذين يظهرون عبر وسائل الإعلام المختلفة، مثل دراسة (Nermeen Nabil Alazrak 2017)، بينما تركز الدراسة الحالية على الوقوف على دور الدعاة والأئمة والوعاظ في الحد من خطاب الكراهية، وكيفية توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في مواجهة الإساءة للنبي صلى الله عليه وسلم.

- وفيما يخص توظيف الدعاة لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في الحد من خطاب الكراهية ونبذ العنف والتطرف فقد ركزت دراسة (محمد سيد محمد، 2018) على مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في هذا الخطاب، وكذلك دراسة (عادل عبد الله هندي، 2018)، بينما تعتمد الدراسة الحالية على توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.



- فيما يتعلق بتطبيقات الهاتف المحمول لم تركز الدراسات السابقة على توظيفها في المجال الدعوي، بينما ركزت الدراسة الحالية على توظيف هذه التطبيقات في المجال الدعوي المتمثل في الحد من خطاب الكراهية والإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- بالنسبة لخطاب الكراهية؛ فقد ركزت معظم الدراسات السابقة على دور مواقع التواصل في نشر هذا الخطاب أو الحد منه، مثل دراسة (Sergio Anders، Castano Harve Mauricio & Herrera Lopez 2021 ودراسة Andon) (Jadranka Denkova & Shenaj Osmanov. 2020، ودراسة Pawan Goyal and Animesh ، Ritam Dull، Binny Mathew (2019، Mukherjee)، وحاولت دراسات أخرى رصد الأسباب المؤدية للكراهية، وكيف عالج القرآن الكريم والسنة المطهرة هذه الظاهرة، مثل دراسة (خالد الديب عبد العزيز، 2018)، فيما ركزت الدراسة الحالية على قضية خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- فيما يتعلق بالإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- في وسائل الإعلام المختلفة؛ ركزت بعض الدراسات على العلاقة بين تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسلم المجتمعي في مصر (دراسة إيمان عاشور، 2021)، ومعرفة تأثير نشر الرسوم الكاريكاتورية المسيئة للنبي- صلى الله عليه وسلم- في الصحف الدانماركية على المسلمين في الدانمارك (دراسة ياسمين عبد القادر، 2017)، ورصد محاولات الإساءة للنبي- صلى الله عليه وسلم- على شبكة الإنترنت وتقديم خطة دعوية وإعلامية لمحاصرة هذه الإساءات (دراسة رضا أمين، 2013)، وأطر مواجهة الصحف الإلكترونية العربية لأزمة الرسوم المسيئة للرسول محم صلى الله عليه وسلم- (دراسة عبد الحفيظ درويش، 2021م)، وكيفية تناول الصحف الدانماركية والبريطانية للرسوم المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم وخطابها تجاه الأقليات المسلمة دراسة (Nasar meer per mouritsen 2009)، وكيفية تعامل فرنسا وألمانيا مع هذه الرسوم دراسة (Frauke Miera & Valerie Salapala 2009)، والمقارنة بين الرسوم المسيئة للرسول- صلى الله عليه وسلم- في الصحف السويدية والدانماركية دراسة (Goran Larsson & Lasse Lindekilde 2009). وبينما اهتمت الدراسات السابقة بخطابات الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- في منصات

التواصل الاجتماعي والصحف الورقية والإلكترونية؛ فإن الدراسة الحالية تهدف إلى وضع رؤية دعوية واستراتيجية إعلامية للحد من هذه الإساءات من خلال توظيف تطبيقات الهاتف المحمول والتقنيات الاتصالية الحديثة في العمل الدعوي، ونشر ثقافة قبول الآخر، واحترام الرموز والمقدسات الدينية، وعدم الإساءة للرسول والأنبياء.

- تتوعت الدراسات الصحفية التي تناولت الرسوم المسيئة للرسول- صلى الله عليه وسلم- بين الصحف والمواقع العربية دراسة (عبد الحفيظ درويش، 2021م)، والصحف والمواقع الأجنبية دراسة (إيمان عاشور، 2021م) ودراسة (ياسمين عبدالقادر، 2017م)، بينما سلطت الدراسة الحالية الضوء على توظيف الدعاة لتطبيقات الهاتف المحمول في مواجهة هذه الظاهرة.

#### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد الجوانب التي لم يتم التطرق لها في خطاب الكراهية، والوقوف على دور بعض وسائط الإعلام وتطبيقاتها التقنية في الحد من هذه الظاهرة، ورصد بعض الأهداف والفروض التي تسهم في تحقيق أهداف الدراسة الحالية، وتحديد بعض النظريات المناسبة للدراسة، وبناء إطار معرفي يتناسب مع طبيعتها.

#### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

1- تنامي خطاب الكراهية، واستمرار الإساءة للرموز والمقدسات الدينية، ونشر الفيديوهات والرسومات المسيئة للرسول- صلى الله عليه وسلم- من حين لآخر؛ مما يستدعي وضع رؤية شاملة لمواجهة هذا الخطاب العدائي الذي يتنافى مع التسامح وقبول الآخر.

2- التطور التقني المتنامي في تطبيقات الذكاء الاصطناعي والهواتف المحمولة، وأهمية توظيف هذه التطبيقات في المجال الدعوي في ظل قدرتها على الوصول للجمهور والتفاعل معه، وإمكانية توظيفها في الحد من خطاب الكراهية والإساءة للرموز والمقدسات الدينية.

3- الدور الفعال للمؤسسات الرسمية الدينية (الأزهر ووزارة الأوقاف) في مواجهة خطاب الكراهية والخطابات المسيئة، ونشر الفكر الوسطي الذي يدعو للتسامح وقبول الآخر المختلف في الفكر أو المعتقد.

4- حرص الدولة المصرية ومؤسساتها المختلفة على مواجهة التطرف والكراهية، واستئصال جذور التعصب الديني والمذهبي، وإرساء قيم التعايش السلمي والإخاء بين البشر.

5- الاهتمام المتزايد من قبل المؤسسات الدينية بتأهيل الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى للتعامل مع التقنيات الحديثة التي أفرزتها وسائط الإعلام الجديد، وتوظيف هذه التقنيات في نشر الفكر الإسلامي الوسطي، ومحاربة الأفكار الهدامة والمتطرفة، والحد من نشر خطاب الكراهية الدينية.

6- ارتباط هذه القضية بعقيدة المسلمين ورسول الإسلام- صلى الله عليه وسلم- وما تمثله هذه القضية من أهمية كبرى للجمهور والمؤسسات الدعوية.

#### مشكلة الدراسة:

تعد تطبيقات الهواتف المحمولة من أبرز التطورات التقنية التي شهدتها شبكة الإنترنت، والتي تتزايد يوماً بعد يوم في ظل التطور التقني الهائل في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتوظيفها في العمل الإعلامي والدعوي، وسعي المؤسسات الدينية لتدريب وتأهيل الدعاة والأئمة والوعاظ للتعامل مع هذه التقنيات الاتصالية المتطورة، والتي أثرت بشكل كبير على العملية الاتصالية وأطرافها المتعددة، وعلى التواصل بين الجمهور والدعاة عبر شبكة الإنترنت؛ في ظل القيود التي فرضتها جائحة كورونا على الالتقاء المباشر بالجمهور في المجالات التعليمية والدعوية. وقد ازدادت أهمية هذه التطبيقات وتوظيفها في المجال الدعوي في ظل استمرار خطاب الكراهية وحملات تشويه الأديان والإساءة للرموز والمقدسات الدينية، والتي وظّف فيها البعض شبكة الإنترنت ومنصات المختلفة- بجانب الوسائل التقليدية- لنشر هذا الخطاب بين أعداد كبيرة من الجماهير بسرعة كبيرة ومهارة فائقة؛ بما يتطلب تضافر الجهود للحد من هذا الخطاب الذي يقوض الأمن المجتمعي والتعايش السلمي وقبول الآخر، في ظل قيم المساواة والتعددية والمواطنة والإخاء بين البشر. لذا تتمثل مشكلة الدراسة في محاولة الكشف عن الدور الذي تؤديه تطبيقات الهواتف المحمولة في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- في المنصات الإعلامية المختلفة، ومدى توظيف

المؤسسات الدينية لهذه التطبيقات في مواجهة هذا الخطاب، وأهم أشكال هذا التوظيف، ومدى إسهام هذه التطبيقات في الرد على خطاب الكراهية، ومدى تفاعل الجمهور مع الخطاب الدعوي الذي يدعو إلى احترام وقبول الآخر، ونشر ثقافة التسامح، والتعايش المشترك، وعرض رؤية الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى حول أولويات وطرق مواجهة خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-، والكشف عن أفضل السبل والآليات في توظيف هذه التطبيقات للرد على هذا الخطاب والحد من تداعياته.

#### أهداف الدراسة:

- يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في الوقوف على الدور الذي تؤديه تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية على النحو التالي:
- 1- التعرف على مدى حرص الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي.
  - 2- معرفة معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي.
  - 3- رصد أهم تطبيقات الهاتف المحمول التي يحرص المبحوثون على استخدامها للحد من خطاب الكراهية.
  - 4- التعرف على أسباب اعتماد المبحوثين على هذه التطبيقات للحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
  - 5- الكشف عن مدى إسهام استخدام تطبيقات الهاتف المحمول لدى الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
  - 6- رصد دور هذه التطبيقات في زيادة تفاعل الجمهور مع المحتوى المتعلق بخطاب الكراهية.
  - 7- التعرف على أشكال توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف الذكية في الحد من الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
  - 8- رصد أبرز القضايا التي ركزت عليها عينة الدراسة في الحد من خطاب الكراهية.

9- الكشف عن أفضل السبل للرد على خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

10- رصد موقف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى من هذه الظاهرة.

11- عرض رؤية النخبة الدعوية والدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى حول أولويات وطرق مواجهة خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

#### تساؤلات الدراسة:

- س1 : هل يستخدم الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى تطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي؟
- س2 : ما مدى حرص الباحثين على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي؟
- س3 : ما التطبيقات التي يحرص الباحثون على استخدامها؟
- س4 : ما معدل تعرض الباحثين لتطبيقات الهاتف المحمول؟
- س5 : كم عدد الساعات التي يتعرض فيها الباحثون لهذه التطبيقات؟
- س6 : ما أسباب اعتماد الباحثين على هذه التطبيقات في الحد من خطاب الكراهية؟
- س7 : ما تطبيقات الهاتف المحمول التي يستخدمها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى للحد من الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- س8 : ما معدل توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية؟
- س9 : ما مدى إسهام تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- س10 : ما دور تطبيقات الهواتف الذكية في زيادة تفاعل الجمهور مع المحتوى المتعلق بالحد من خطاب الكراهية؟
- س11 : ما أشكال توظيف الباحثين لتطبيقات الهواتف الذكية في الحد من خطاب الكراهية؟

- س12 : ما أبرز القضايا التي يركز عليها المبحوثون للحد من خطاب الكراهية؟
- س13 : ما المصادر المعرفية التي أتاحتها تطبيقات الهاتف المحمول للدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لاستخدامها في الحد من خطاب الكراهية؟
- س14 : ما أفضل السبل للرد على خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- س15 : لماذا لا يعتمد بعض المبحوثين على تطبيقات الهاتف المحمول في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية؟
- س16 : ما رؤية النخبة الدعوية والدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لأولويات وطرق مواجهة خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؟
- فروض الدراسة:

- 1- توجد علاقة ارتباط بين معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي وإسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- 2- توجد علاقة ارتباط بين تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- 3- توجد علاقة ارتباط بين معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- 4- توجد علاقة ارتباط بين توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمولة في المجال الدعوي وتفاعلهم مع الجمهور في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية طبقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع- العمر- سنوات الخبرة في العمل الدعوي- الكلية التي تخرج منها المبحوث- المؤسسة التي يعمل بها- الدخل- محل الإقامة- الدرجة العلمية).

## نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية Descriptive Studies التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف يغلب عليه صفة التحديد، ويعتمد على جمع الحقائق وتحليلها وتفسيرها؛ لاستخلاص دلالاتها، وتصل عن طريق ذلك إلى إصدار تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها<sup>(16)</sup>. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور تطبيقات الهاتف المحمول في دحض خطاب الكراهية، وكيفية وضع رؤية دعوية إعلامية منهجية متكاملة للتعامل مع هذا الخطاب.

## منهج الدراسة:

نظراً لأن طبيعة هذه الدراسة تهدف إلى وصف وتحليل الظاهرة الإعلامية من مختلف جوانبها؛ فإن هذه الدراسة تعتمد على منهج المسح Survey Method الذي يعد محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام أو جماعة معينة، ويستهدف الوصول إلى بيانات يمكن تعميمها وتصنيفها، ولكونه جهداً علمياً منظماً يساعد في التوصل إلى بيانات ومعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة<sup>(17)</sup>؛ لذا تعتمد الدراسة على منهج المسح Survey Method للتعرف على آراء النخبة الدعوية والدعاة والأئمة والوعاظ في كيفية توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية الدينية.

## مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بالمؤسسات الدعوية المصرية (الأزهر والأوقاف).

## عينة الدراسة:

تمثل عينة الدراسة سمات وخصائص المجتمع لمجتمع الدراسة ككل، ويتوقف صدق تمثيل هذه العينة لمجتمع الدراسة على حجم العينة وطريقة اختيارها. وتمثل عينة الدراسة في 400 مفردة من الدعاة والأئمة والوعاظ بمؤسستي الأزهر والأوقاف، وإجراء مقابلات متعمقة مع عدد من النخبة الدعوية والمسؤولين عن المنصات الإعلامية والأكاديميات التدريبية التابعة للأزهر والأوقاف.

وقد تم إعداد وتصميم استمارة الاستبانة عبر الإنترنت وإرسالها للدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بالمؤسسات الدعوية الرسمية (الأزهر- الأوقاف) عبر البريد الإلكتروني ورسائل المحادثة وجروبات الواتس آب، وحث الدعاة والأئمة والوعاظ على

الاستجابة والتعاون مع الباحث في ملء الاستمارة، وإقناع الدعاة الآخرين بملء استمارة الاستبانة، وذلك باستخدام أسلوب كرة الثلج.

وقد تم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من بداية يوليو 2021م حتى نهاية ديسمبر 2021م، وتم اختيار هذه العينة لتمثيلها المؤسسات الدعوية الرسمية المختلفة والمؤسسات الفرعية التابعة لها والمنوط بها العمل الدعوي.

### أدوات الدراسة:

#### 1- الاستبانة:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة لجمع البيانات المتعلقة بأهداف الدراسة وفروضها؛ وذلك لكونها تتيح جمع بيانات واقعية عن الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا المختلفة بطريقة مقننة وموحدة قياسياً، وهي من أكثر الأدوات شيوعاً في جمع البيانات من المبحوثين<sup>(18)</sup>؛ لذا اعتمدت الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات؛ باعتبارها أداة بحثية مناسبة لجمع البيانات المتعلقة بتوظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

#### 2- المقابلات المتعمقة:

تعد المقابلة إحدى الأدوات الرئيسة لجمع البيانات في البحوث الكيفية والتي تركز على عملية تحليل وتقويم البيانات المتعلقة بالقضايا المختلفة؛ للوصول إلى تحليلات أكثر عمقاً للظواهر الاجتماعية. وقد اعتمدت الدراسة على المقابلات المتعمقة مع النخبة الدعوية والمشرفين على المنصات الإعلامية والأكاديميات التابعة للأزهر ووزارة الأوقاف؛ للحصول على معلومات دقيقة ومتعمقة حول توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية.

#### (\*) تم إجراء المقابلات التالية:

- مقابلة متعمقة مع د/ مصطفى شكري - عضو المكتب الفني لأكاديمية الأزهر العالمية للتدريب بمجمع البحوث الإسلامية، يوم السبت الموافق 2022/1/22، الساعة الواحدة ظهراً.

- مقابلة متعمقة مع د/ محمد سيد محمد - مدير المركز الإعلامي لمجمع البحوث الإسلامية، بمكتبه يوم الأحد الموافق 2022/1/23، الساعة العاشرة صباحاً.

- مقابلة متعمقة مع أ. د/ عياد نظير الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية بمكتبه يوم الثلاثاء 2022/1/25م، الساعة الثانية ظهراً.



## إجراءات الصدق والثبات:

### 1- اختبار صدق الأداة:

يعد صدق الأداة من الخطوات المهمة التي تسعى إلى التأكد من كون أداة الدراسة تقيس ما يفترض معرفته من المبحوثين للوصول إلى نتائج دقيقة حيال الظاهرة المدروسة<sup>(19)</sup>.

وقد وضع الباحث نموذجاً مبدئياً لاستمارة الاستبانة بما يتفق مع أهداف الدراسة المرتبطة بتوظيف الدعاة لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- محل الدراسة. واختبار صدق الاستمارة وقدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهداف البحث؛ قام الباحث بعرض الاستمارة على عدد من الأساتذة المتخصصين<sup>(\*)</sup> في مجال الإعلام والدعوة للنظر في مدى صلاحيتها واتساقها مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها. وقد قام المحكمون بإبداء بعض الملاحظات على الاستمارة، كتعديل بعض الفئات، وحذف البعض الآخر، وإضافة بعض الفئات، وأشاروا بصلاحيتها للتطبيق بعدما قام الباحث بتعديلها.

### 2- اختبار الثبات:

ويقصد به ثبات أداة جمع البيانات والتأكد من وجود درجة اتساق عالية في قياس المتغيرات والحصول على نتائج متطابقة إذا ما تم إعادة تطبيق الاستمارة مرة أخرى على المبحوثين لقياس نفس المتغيرات. ولتحقيق ثبات الاستمارة قام الباحث بتطبيقها على 40 مفردة. وبعد مرور شهر على تطبيق الاستبانة الأولى أعاد تطبيقها Retest مرة أخرى على ذات المبحوثين. وبحساب معامل الارتباط "سبيرمان" بين إجابات المبحوثين في الاختبار الأول والاختبار الثاني كانت قيمة معامل الارتباط 90، وهو ما يشير إلى ثبات المقياس وصلاحية تطبيقه لتحقيق أهداف الدراسة.

### النظريات المرتبطة بالدراسة:

#### 1- النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "Unified Theory of

#### Acceptance and Use of Technology" UTAUT

تعود هذه النظرية إلى عام 2003، حيث طور "Venkate Morris et al 2003" النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا، والتي تم بناؤها اعتماداً على عدة نظريات تتعلق بقبول التكنولوجيا أبرزها "نظرية التصرفات المسببة" Theory of Reasonal Action، و"نموذج قبول التكنولوجيا" Technology Acceptance Model المستمد

من نظريات سلوكية لاختبار سلوك المستخدم الذي يتبنى نظم المعلومات، ونظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior ، ونظرية تبني وانتشار المستحدثات Diffusion Of Innovation .

وترتكز الفكرة الرئيسة لنموذج قبول التكنولوجيا في توقع النوايا السلوكية للمستخدمين، حيث يفترض هذا النموذج أن قبول الأفراد للتكنولوجيا يتوقف على أمرين، هما: المنافع المتوقعة Perceived Usefulness PU، وسهولة الاستخدام Of PEOU Perceived Ease Use، وأن المتغيرات الخارجية مثل التدريب وخصائص النظام يمكن أن تمثل متغيرات وسيطة لها تأثيرها. ويشير هذا النموذج إلى أن اعتقاد المستخدم نحو سهولة الاستخدام يكون له تأثيره في المنافع المتوقعة؛ لأنه كلما كانت التكنولوجيا سهلة الاستخدام كلما كانت المنافع المتوقعة أكثر، وأن آراء المحيط الاجتماعي لها تأثيرها على الاتجاهات نحو الاستخدام.

ووفقاً لهذه النظرية فإن البنية التحتية والتقنية من حواسيب، وشبكات، وأجهزة هواتف محمولة، وإنترنت، وزملاء العمل، والرؤساء، والجمهور، من أهم العوامل الاجتماعية المؤثرة على تبني هذه التكنولوجيا واستخدامها، وأن هذا الاستخدام يرتبط بعوامل أخرى مثل النوع، السن، مستوى الخبرة، الاستخدام الطوعي<sup>(20)</sup>.

ويعد نموذج قبول واستخدام التكنولوجيا المرتبط بهذه النظرية من النماذج القوية التي تفسر وتتنبأ بسلوك مستخدمي التقنيات الحديثة ونظم المعلومات؛ حيث تم اختباره تجريبياً بشكل واسع ومكثف فيما يتعلق بقبول وتبني التكنولوجيا، وهو يعد واحداً من أهم النماذج التي قدمت تفسيراً علمياً دقيقاً لسلوكيات الأفراد عند استخدام التكنولوجيا ورصد العوامل المؤثرة في تبنيها<sup>(21)</sup>.

وهناك ثلاث خصائص أساسية للنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "Unified Theory of Acceptance and Use of Technology" UTAUT هي: ردود أفعال الأفراد تجاه استخدام التكنولوجيا وتبنيهم لها، والنية السلوكية لاستخدامها، والاستخدام الفعلي لهذه التكنولوجيا والخصائص الفردية للمستخدمين. وتتكون النظرية- في نموذجها المعدل- من أربعة عناصر:

1- الأداء المتوقع Performance Expectancy: ويقصد به الدرجة التي يعتقد الأفراد أن استخدامهم للتقنية سوف يؤدي إلى تحقيق مكاسب في الأداء التطبيقي.

2- العوامل الاجتماعية Social Impact: ويقصد بها إلى أي مدى يعتقد الأفراد أنه ينبغي عليهم استخدام التقنيات التكنولوجية.

3- الجهد المتوقع Effort Expectancy: ويقصد به سهولة استخدام هذه التقنية، ومدى الجهد المبذول لإتقان تطبيقاتها بما يحقق أهدافاً اتصالية معينة.

4- التسهيلات المتاحة Facilitating Condition: ويقصد بها مدى اعتقاد الأفراد بأن البنية التحتية تتيح استخدام هذه التقنية بسهولة ويسر<sup>(22)</sup>.

وقد تم الاعتماد على هذه النظرية للوقوف على العوامل المؤثرة في تقبل الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمولة، واعتمادهم عليها في الحد من خطاب الكراهية، ومعرفة دور العوامل الاجتماعية التي تؤثر على هذه الاستخدام كالنوع، والسن، والخبرة.. وغيرها.

## 2- نظرية ثراء الوسيلة: Media Richness Theory

تعد هذه النظرية من النظريات الشائعة في وسائل الإعلام الجديد في ظل التقنيات والتطورات المستمرة في بيئة الاتصال، ووجود أدوات تفاعلية أسهمت في التأثير على الجمهور وتعرضه للمحتوى الذي يتم نشره عبر الوسائل المختلفة<sup>(23)</sup>، وتؤكد هذه النظرية على أن ثراء الوسيلة يسهم بشكل كبير في إدارة الوظائف الاتصالية وتفاعل الجمهور معها، وإدراكه للرسالة التي يقوم بها القائم بالاتصال ويشاركها عبر منصات الإعلام الجديد المختلفة<sup>(24)</sup>، كما تشير إلى أن ثراء الوسيلة يؤدي إلى إتاحة الفرصة للجمهور لحل الغموض الذي يواجهه، ويسر عملية الفهم الواعي لتفاصيلها، ويوجد مساحة من المعاني المشتركة لفهم الأحداث. وتشير النظرية إلى أن وسائل الإعلام الأكثر ثراءً تمكّن المستخدمين من فهم الرسائل الغامضة والمبهمة، وتخفف حدة الجدل حولها، وهي تقوم على فرضين أساسيين، هما:

**الفرض الأول:** أن الوسائل الاتصالية الحديثة وتطبيقاتها المختلفة تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات والبيانات، ويتنوع مضمونها بتنوع الوسائط والخدمات والتطبيقات التي تعتمد عليها؛ وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الشك، والغموض، والجدل، الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لبعض القضايا.

**الفرض الثاني:** هناك أربعة جوانب ترتبط بثراء الوسيلة، وهي: سرعة رد الفعل، والقدرة على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة كالوسائط المتعددة، والتركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية<sup>(25)</sup>.

وتشير هذه النظرية إلى ثراء المنصات والمواقع الإلكترونية والهاتف المحمول من حيث استخدامها للوسائط المتعددة، وتقديم المحتوى الذي يعتمد على النصوص الفائقة، والفيديو، والمواد المسموعة، والدمج بين هذه الوسائط؛ مما يعد دلالة على ثراء هذه الوسيلة وتنوع المحتوى، وإتاحة قدر كبير من التفاعلية<sup>(26)</sup>. وقد تم توظيف هذه النظرية من خلال رصد الوسائط التفاعلية التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى في أنشطتهم الدعوية للحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-، ومدى تأثير ذلك على تفاعل الجمهور مع هذه الأنشطة وإدراكه لهذه القضية الشائكة.

## 2- نظرية انتشار المبتكرات Diffusion Of Innovation:

انتشر هذا المفهوم في علم الاتصال الجماهيري وعلم النفس، وارتبط بعملية التغيير كأساس لنشر الأفكار المستحدثة في المجتمعات؛ مشيراً إلى أن النظام الاجتماعي يتغير عن طريق نشر الأفكار المستحدثة. وقد أدى انتشار وسائل الإعلام الجديد ومنصاته المختلفة إلى تطور كبير في المحتوى الذي يتم نشره والذي يصل لملايين الأفراد في دقائق معدودة. وقد تم توظيف هذه المبتكرات والمستحدثات التكنولوجية في العمل الإعلامي؛ لما لها من إمكانيات دعمت المحتوى الذي يتم نشره بشكل كبير، ومن بين هذه المبتكرات تطبيقات الهاتف المحمول التي أتاحت سهولة استخدام المحتوى وتنوعه، فاعتمد الجمهور عليها- بشكل إيجابي- كمصدر للأخبار التي يفضلها ويتبناها؛ فحولت هذه المبتكرات الجمهور من الوسائل التقليدية إلى الإعلام الجديد بتطبيقاته المختلفة<sup>(27)</sup>. ويمكن الاستعانة بهذه النظرية لدراسة أنماط إنتاج المحتوى الإعلامي والدعوي، وإنتاج مقاطع الفيديو على قنوات اليوتيوب، وقدرة المستخدم على رفع هذا المحتوى باستخدام الهواتف المتنقلة والكاميرات الرقمية. وتؤدي هذه التطبيقات دوراً مهماً في تدعيم قوة المؤسسات الدعوية، وتُظهر قدرتها على التكيف مع الوسائل التكنولوجية الجديدة، وإدارة هويتها، وعرض رؤيتها تجاه القضايا الشائكة، وتحسين صورتها الذهنية، ومدى تحملها لمسئولياتها الاجتماعية والدينية داخل المجتمع، وتأثيرها في مجتمعه؛ في ظل قدرة شبكة الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول على توفير فرص تفاعلية وحوارية بين هذه المؤسسات وجماهيرها؛ مما ينعكس على زيادة الثقة في أدائها لأدوارها<sup>(28)</sup>. وتعتمد هذه النظرية على مجموعة من المرتكزات، أهمها: ضرورة امتلاك قادة الرأي العام في المجتمع مجموعة من القنوات الاتصالية لممارسة عمليات التغيير وخاصة في المجالات الاجتماعية

والدينية. وتأتي المؤسسات الدينية في مقدمة المؤسسات التي لا بد وأن تتفاعل مع التطورات التكنولوجية، والإفادة من التطورات المتلاحقة في ثورة المعلومات لكونها إحدى المؤسسات التي تؤدي دوراً بالغ الأهمية في توجيه الرأي العام، والتأثير في المجتمع، انطلاقاً من دورها في تشكيل الوعي المجتمعي تجاه القضايا المختلفة<sup>(29)</sup>.  
وتعتمد هذه النظرية على ثلاثة توجهات بحثية، هي:

الأول: تبني الأفراد وسائل الإعلام الجديدة على حساب وسائل الإعلام التقليدية.  
الثاني: تبني القائمين بالاتصال والمؤسسات الإعلامية المستحدثات الحديثة المتصلة بالاندماج الإعلامي.

الثالث: تبني القائم بالاتصال لشبكات التواصل الاجتماعي كمنصة لنشر المحتوى، والتواصل مع الجمهور، والحصول على المصادر والمعلومات<sup>(30)</sup>، وقد تم الاستفادة من هذه النظرية من خلال رصد كيفية إفادة الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى من التطورات التكنولوجية في تطبيقات الهاتف المحمول الناتجة عن الثورة الرقمية في العمل الدعوي للحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-، وأثر ذلك على الأنشطة الدعوية التي تم توجيهها للجمهور بشأن هذا الخطاب، وتفاعلهم معه؛ للحد من تداعيات هذا الخطاب.

#### المعاملات الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها، وتحليلها، واستخراج النتائج الإحصائية. وقد اعتمد الباحث في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSSv. 19 (Statistical Package for Social Science)". وقد تمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية عبر العديد من المتغيرات الاسمية (Nominal)، والوزنية (Scale). وقد تم تطبيق المعاملات الإحصائية الملائمة لكل متغير، وذلك على النحو التالي:

أولاً: المقاييس الوصفية، وتشمل:

1- الجداول والتوزيعات التكرارية؛ حيث تم عرض بعض المتغيرات من خلال جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة وخصائصها.

### ثانياً: الاختبارات الإحصائية:

استخدم الباحث بعض الاختبارات الإحصائية التي سعت لقياس الفروق والعلاقات بين متغيرات الدراسة، وكانت على النحو التالي:

- 1- اختبار (Independent sample T-Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصاراً باختبار "ت" (T-).
- 2- اختبار (On Way Anova): وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- 3- الاختبارات البعدية (Post Hoc Test): وتتم كعاملات بعدية لاختبار (F)؛ وذلك للتعرف على منشأ الفروق بين المجموعات.
- 4- معامل ارتباط "بيرسون" لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.

### مفاهيم الدراسة:

#### تطبيقات الهواتف المحمولة:

هي تطبيقات تكنولوجية تتيح للأفراد التعبير عن أفكارهم، وقيمهم، ومعتقداتهم، واستجاباتهم للمواقف والقضايا الحياتية المختلفة، وتكسبهم الكثير من المعرفة والتعلم وفهم المواقف المختلفة<sup>(31)</sup>، وهي تعتمد على الوسائط المتعددة، والجمع بين الصوت والصورة، والنص المكتوب والتسجيلات الصوتية والفيديوهات المصورة؛ لتجعل المستخدم أكثر تفاعلاً مع المحتوى الذي يتم نشره عبر المنصات المختلفة، وتتيح لهذا المحتوى الجاذبية، وسرعة الانتشار عن طريق الأجهزة اللوحية<sup>(32)</sup>.

#### التعريف الإجرائي لتطبيقات الهاتف المحمول:

هي التطبيقات التي يستخدمها الدعاة والأئمة والوعاظ في طرح المحتوى الدعوي لخطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- على شبكة الإنترنت؛ من خلال نشر المحتوى والتعليق عليه، والتفاعل معه، وطرحه عبر المنصات المختلفة، من خلال استخدام بعض البرامج كتحرير الصور والرسوم، والبث المباشر للأحداث، وغيرها من التطبيقات التي أتاحتها التطورات التكنولوجية الخاصة ببرامج الهاتف المحمول وتطبيقاته.

خطاب الكراهية: هو الخطاب الموجه للأفراد، والذي يحمل في طياته البغض والعداء وعدم المحبة، فهو كلام موجه للبعض يتضمن شعوراً نفسياً بالنفور وعدم المحبة، وقد يتضمن التحريض على العنف أو التمييز أو العداء للآخر<sup>(33)</sup>، فهو خطاب يحض على الكراهية بين الأفراد، ويحرض على النزاعات والصراعات الطائفية والإقليمية، ويتعمد إنكار وجود الآخر وتهميشه، ونشر الفتنة والوقیعة باستخدام أساليب التخويف والفزع ضد طائفة دينية أو عرقية اعتماداً على السخرية والكلمات النابية<sup>(34)</sup>.

#### التعريف الإجرائي لخطاب الكراهية:

هو الخطاب الذي يعتمد على الإساءة الرمزية للرسول، والرموز، والمقدسات الدينية للآخر المختلف في العقيدة أو المذهب، والتي تعتمد على الصور والرموز والكلمات والرسوم الساخرة.

#### الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم:

تعني التعرض لسيرته، أو لشخصه، أو لتفاصيل حياته، أو لأحد من آل بيته الأطهار بالقول أو الرسم أو التصوير؛ مما يوهم الانتقاص من قدره الشريف، والنيل من الدين الإسلامي الذي بعث به<sup>(35)</sup>.

#### التعريف الإجرائي للإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم:

شكل من أشكال الاستهزاء، أو السخرية، أو التهكم، أو التعرض لسيرة الرسول- صلى الله عليه وسلم- باستخدام الكلمات، أو الصور، أو الرسوم، أو مقاطع الفيديو، أو النصوص المسجلة عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؛ بهدف تشويه الصورة الذهنية الحسنة، وإحداث الوقیعة والعداء بين المنتمين للدين الإسلامي وأصحاب الديانات الأخرى.

#### الإطار المعرفي للدراسة:

#### تطبيقات الهاتف المحمول:

تعد تطبيقات الهاتف المحمول من أكثر التقنيات الحديثة نمواً في العالم، حيث تشير الإحصائيات إلى أن عدد مستخدمي الهواتف الذكية حول العالم حتى نهاية 2020 بلغ 3.5 مليار هاتف ذكي، وهو ما يمثل زيادة بنسبة 9.3% عن عام 2019، وأن معدل استخدام الهواتف الذكية حول العالم بلغ 45.4%، في حين أنه في عام 2018 م كان هناك ما يقرب من 5.1 مليار مستخدم لخدمات الهاتف المحمول في العالم، وهذه النسبة تمثل حوالي 67% من إجمالي سكان العالم. وقد اكتسبت تطبيقات الهاتف المحمول

أهمية كبيرة من قبل المستخدمين من مختلف شرائح المجتمع؛ لما تقدمه من خدمات إعلامية متعددة، من بينها إنتاج المحتوى الإعلامي وتدعيمه وتوزيعه عبر التطبيقات المختلفة، ومعالجة المعلومات والبيانات من خلال الصوت، والفيديو، والرسومات، والنصوص، والرسوم المتحركة، والتي ازدادت مع بروز الهواتف الذكية فائقة القدرات، فمع تعدد تطبيقات الهواتف المحمولة، وقدرتها الفائقة على الوصول للجمهور، وشيوع وسهولة استخدامها؛ اعتمد عليها الدعاة والوعاظ لجمع وتحرير وتوزيع الأخبار والقصص الإخبارية والدينية والقضايا الشائكة التي تؤثر على التقارب بين الدول والشعوب<sup>(36)</sup>. لقد أصبح الهاتف المحمول بتطبيقاته المتطورة جزءاً مهماً في حياة الأفراد اليومية؛ لدوره الكبير في مواكبة تطورات الأحداث والحصول على الأخبار والمعلومات بسرعة فائقة<sup>(37)</sup>، في ظل التطورات المتسارعة في الفضاء الإلكتروني الذي يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي أتاحت السرعة والدقة في جمع واسترجاع ومعالجة وتخزين ونقل المعلومات في صورة نص وفيديو وصوت ورسوم، باستخدام الإنترنت والهاتف المحمول والوسائط المتعددة في صورة متكاملة تعبر عن اندماج وسائل الاتصال، فالفضاء الإلكتروني يعتمد على تطبيقات الوسائط المتعددة كالهاتف المحمول والمراقبة الإلكترونية، وعقد الاجتماعات عن بعد باستخدام الكاميرات؛ ليتصفح الجمهور المحتوى من خلال الهواتف المحمولة ليتم نشر المحتوى في كل مكان في العالم باستخدام الهواتف المحمولة وهواتف الجيل الثالث التي تسهم في تشكيل البنى والإدراك والأفكار المختلفة<sup>(38)</sup>.

وقد ازدادت هذه الأهمية بعدما أصبحت هذه التطبيقات منافساً حقيقياً للمنصات الإعلامية الأخرى، كالراديو، والتلفزيون، والصحف الورقية، والمواقع الإلكترونية؛ لسرعتها الفائقة في نقل الحدث وامتلاكها لخدمات تفاعلية متنوعة تتيح للمستخدم التجاوب مع الأحداث وتداعياتها بشكل سريع ومستمر<sup>(39)</sup>، فالهاتف المحمول بتطبيقاته المتنوعة أصبح ضرورة ملحة في ظل تنامي خطابات الكراهية التي انتقلت من النطاق المحلي إلى النطاق العالمي، وأثارت ردود أفعال كبيرة أدت إلى تفاعل المستخدم معها ومناقشة أحداثها وتطوراتها؛ من خلال التفاعل المباشر عبر هذه التطبيقات التي أحدثت طفرة هائلة في تناول القضايا الجدلية بأبعادها المختلفة وتفاعل الجمهور معها<sup>(40)</sup>، متغلبة على قيود العملية الاتصالية التي كانت تعوق الوصول إلى عدد كبير من الجماهير بفضل التطبيقات المتطورة التي يعتمد عليها مستخدمو هذه الهواتف بصورة كبيرة<sup>(41)</sup>.



## خطاب الكراهية الدينية في وسائل الإعلام:

تشير الإحصائيات إلى أن 84% من سكان العالم ينتمون إلى ديانات رسمية، وأن الإسلام هو الدين الأسرع نمواً في العالم، وعلى الرغم من هذا التنوع والتطور الحضاري؛ إلا أن هناك نزعات عرقية ودينية لدى البعض تؤثر على تآلف المجتمعات والتماسك السلمي بين الشعوب، فهناك حالة من العنف والكراهية تسود بعض المجتمعات وتظهر بشكل كبير في وسائل الإعلام الجديد والتي تحولت - في بعض الأحيان - لمظاهر للإساءة للأديان، والرسول، والمقدسات، والرموز الدينية بدلاً من كونها وسيلة لنشر الرسائل السماوية وتعاليمها الصحيحة التي تحث على التسامح وقبول الآخر، والرد على المخالفين والداعمين لقوى التطرف والكراهية، ورفض لغة التحريض والكراهية، والدعوة إلى التواصل والحوار بين الأديان المختلفة<sup>(42)</sup>.

وعلى الرغم من تعدد خطابات الكراهية وتنوع أبعادها وأطرها؛ إلا أن الكراهية الدينية التي تعتمد على نبذ الآخر المختلف في العقيدة، وعدم قبول التنوع والتعدد المذهبي، والتسامح الديني والعيش المشترك، والتأقلم مع المذاهب الفكرية والعقائد المختلفة تعد من أخطر الخطابات التي يواجهها عالم اليوم، والتي تمثل خطراً حقيقياً يواجه المجتمعات والأفراد وحرية العقيدة والمواطنة<sup>(43)</sup>. ومن الآثار السلبية لهذا الخطاب كونه يؤدي إلى انتشار التعصب، والكراهية، والإقصاء، ووقوع بعض الأحداث العنيفة التي تؤدي إلى وجود ضحايا من الجمهور، وتدمير بعض المنشآت والهيئات؛ بسبب التطرف الفكري لبعض الأفراد وتزايد الصراعات الدينية والمذهبية والسياسية<sup>(44)</sup>.

ويعد خطاب الكراهية أحد الظواهر السلبية التي انتشرت - بشكل كبير - عبر وسائل الإعلام التقليدية ومنصات الإعلام الجديد - التي يأتي في مقدمتها الشبكات الاجتماعية - والتي اعتمد عليها البعض في نشر هذا الخطاب الذي يعتمد على نشر التفرقة العنصرية، وتأجيج الصراعات الدينية المختلفة، والحض على كراهية الآخر، وسيطرة أيديولوجيات وأفكار معينة على الخطاب للتأثير على التماسك المجتمعي، وعرض صورة ذهنية مشوهة عن بعض المجتمعات ورموزها<sup>(45)</sup>، وهي تحديات تحتاج إلى تشريعات وضوابط للحد من تنامي هذا الخطاب وحماية الأفراد والمجتمعات من آثاره الضارة التي تشهد نمواً مضطرباً<sup>(46)</sup>.

وقد فرضت بيئة الإعلام الجديد والاعتماد على الاندماج الإعلامي واستخدام الوسائط المتعددة واقعاً جديداً شهد تفاعل الجمهور مع محتوى هذا الخطاب؛ في ظل

تنوع الأدوات التفاعلية، وإمكانية نقل هذا المحتوى بسهولة ومشاركته مع الآخرين دون تكلفة، وتوزيعه ونشره على نطاق كبير، في ظل عدم السيطرة والرقابة الكاملة على خطابات الكراهية عبر المنصات الرقمية المختلفة. وتأتي شبكات التواصل الاجتماعي في مقدمة هذه الوسائل؛ حيث تبرز بعض المحتويات والفيديوهات المرتبطة بخطاب الكراهية والتي يتم تداولها على اليوتيوب بشكل كبير؛ وذلك لكونه أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تتسم بالتفاعل، والنشاط، وسهولة إنتاج وتحميل ونشر الفيديوهات، وتوزيعها على ملايين الأفراد، والتي يقوم الجمهور بالتفاعل معها والتعليق عليها؛ مما يُوَجِّج هذا الخطاب ويسهم في نموه بشكل كبير<sup>(47)</sup>. فعلى الرغم من أن لغة خطاب الكراهية وآليات تناوله لا تختلف في منصات الإعلام عن الوسائل التقليدية؛ إلا أن وسائل الإعلام الجديد جعلت هذا الخطاب متاحاً أمام الجمهور لفترات طويلة، وفي أشكال وأنماط متعددة، وينتشر عبر منصات مختلفة ومتنوعة؛ مما يجعله أكثر تأثيراً على الجمهور، فعلى سبيل المثال، قد يكون هذا الخطاب ضمن المحتوى الرائج على منصات التواصل الاجتماعي؛ حيث ظهرت بعض الترنندات التي تحمل في طياتها أبعاداً لخطاب الكراهية، وأخذت حيزاً كبيراً على تويتر، وأحدثت تأثيراً بالغ الخطورة على المستخدمين<sup>(48)</sup>.

ونظراً لأن هذا الخطاب الذي يقوم به البعض يعتمد على دوافع ومبررات دينية خاطئة؛ لذا يجب البحث عن الطرق والوسائل والأطروحات الكفيلة بمواجهته، وتعميق المعارف الدينية التي تعتمد على الفهم الصحيح والعميق لتعاليم الأديان، ووضع النصوص الدينية في سياقها الصحيح؛ حتى لا يتم استخدامها في إنتاج هذا الخطاب<sup>(49)</sup> الذي ينم عن الغلو، والانغلاق، والتعصب، وفقدان القدرة على احترام معتقدات الآخرين ورموزهم الدينية ومقدساتهم<sup>(50)</sup>.

ونظراً لما تشهده الساحة الإعلامية من إساءات لبعض الرموز والمقدسات الدينية تحت مسمى "حرية التعبير"؛ برزت الحاجة الملحة لوضع خطوط فاصلة بين حرية التعبير والانزلاق لخطاب الكراهية الذي انتشر بشكل كبير عبر المحتويات الإعلامية المختلفة، وكثرة التعليقات العنصرية والعدوانية بين متصفح المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت، مع التصدي لهذا الخطاب بالاهتمام بالمواطنة، وتوسيع دائرة التعددية والاندماج الاجتماعي، ومنع أي شكل من أشكال التعبير التي تحتوي على الإساءة للرموز والمقدسات الدينية وتتمي التعصب المذهبي، والطائفي، والعرقي<sup>(51)</sup>.

## الإساءة للرموز والمقدسات الدينية في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة:

يواجه العالم الإسلامي العديد من التحديات الداخلية والخارجية التي تثير قلق المسلمين، فهناك تحديات داخلية تواجه المسلمين في عقيدتهم، فضلاً عن تشويه صورة الإسلام، والإساءات المتكررة لرموزه ومقدساته الدينية، وتناقض ما يقدم عنه في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة وداخل البلاد الإسلامية نفسها، سواء كان مضموناً محلياً، أو مضموناً مقدماً من دول غير إسلامية؛ في ظل مرور العالم العربي والإسلامي بمرحلة متنافرة من تبني واستخدام التكنولوجيا الحديثة في الوقت الذي يتراوح فيه عدد المسلمين في العالم - حالياً- ما بين 1.6 مليار إلى 1.7 مليار نسمة، ويشكل المسلمون بهذه النسبة 23% من سكان العالم<sup>(52)</sup>.

ومن اللافت للنظر أن الهجوم على الإسلام وعلى رسوله ليس جديداً، فقد بدأ مع بزوغ شمس الإسلام، فبمجرد أن أعلن الرسول- صلى الله عليه وسلم- أنه مرسل من رب العالمين، وطوال عصور الدولة الإسلامية وفي مختلف بقاع الأرض كان الهجوم على الإسلام ورسول الإسلام- صلى الله عليه وسلم- هو المحرك الأول لأعدائه الذين أثاروا ضده الشبهات، وألصقوا به التهم والافتراءات. وكان لعلماء الإسلام الفضل في إظهار حقيقة هذا الدين، وبيان سماحته، وسمو خلق نبيه- صلى الله عليه وسلم- اعتماداً على القرآن الكريم وسنة النبي- محمد صلى الله عليه وسلم-، ولم يتوقف هذا الهجوم على الإسلام ورسائله، بل وصل هذا الهجوم إلى نبي الإسلام وسيد الخلق محمد- صلى الله عليه وسلم-، حيث تجرأ بعض الصحفيين والإعلاميين وسخروا منه عن طريق وسائل الإعلام المختلفة التي ألحقت الأذى بالمسلمين<sup>(53)</sup>.

موقف مؤسسات الأزهر من خطاب الكراهية والرسوم المسيئة للرسول "صلى الله عليه وسلم":

أشار الإمام الأكبر الدكتور أحمد الطيب شيخ الأزهر إلى أن الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- بعيدة عن المسؤولية والالتزام الخلقي، والعرف الدولي، والقانون العام، وعداء صريح للدين الإسلامي ورسوله، وتتنافى مع قيم التعايش السلمي والاحترام المتبادل، وأن دول العالم الإسلامي تدعو المجتمع الدولي لإقرار تشريع عالمي يجرم معاداة المسلمين والتمفرقة بينهم وبين غيرهم في الحقوق والواجبات، وأن على المسلمين في الدول الغربية الاندماج الإيجابي الواعي في هذه المجتمعات. وأضاف: "وعلى المسلمين أن يتقيدوا بالتزام الطرق السلمية في مقاومة خطاب الكراهية اقتداء بنبيهم الكريم محمد

"صلى الله عليه وسلم"<sup>(54)</sup>. واستنكر "مرصد الأزهر لمكافحة التطرف" قيام أحد المدرسين في مدرسة (باتلي جرامر) ببريطانيا عرض رسوم كاريكاتورية مسيئة للنبي محمد- صلى الله عليه وسلم- داعياً المؤسسات المعنية أن تتخذ كامل إجراءاتها لمجابهة تلك الظواهر المسيئة للرموز الدينية، مؤكدة أننا في أمس الحاجة إلى الاحترام المتبادل، وإرساء مبدأ الأخوة الإنسانية<sup>(55)</sup>، وأشار الدكتور نظير عياد- الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية- إلى أن إعادة نشر الرسوم المسيئة للنبي محمد- صلى الله عليه وسلم- تعمل على تأجيج الكره والعداء، وتشجع خطاب الكراهية والتطرف، ولا تحقق السلم والتعايش بين البشر<sup>(56)</sup>. وفي منتدى شباب العالم الذي استضافته مصر للمرة الرابعة تحت رعاية رئيس الجمهورية أكد الدكتور محمد الضويني- وكيل الأزهر- أن استضافة مصر لهذا المنتدى يعزز الجهود الدولية لتأهيل قيادات شابة قادرة على حمل راية السلام العالمي؛ وذلك من خلال دعم الحوار بين الشباب من مختلف الجنسيات لمناقشة قضايا التنمية وسبل مكافحة التطرف والكراهية، وأوضح وكيل الأزهر أن مشاركة الأزهر في هذا المنتدى جاءت ضمن جهود الأزهر العالمية لنشر صحيح الدين ومكافحة التطرف والكراهية، والتأكيد على أن مصر بلد المحبة والسلام. وأكد الدكتور الضويني على أن الأزهر يولي اهتماماً بالغاً بكل الجهود الداعمة لتعزيز الحوار بين المجتمعات، وتوحيد الرؤى تجاه القضايا المعاصرة، كالمواطنة، والسلام، ومواجهة الفكر المتطرف وخطابات الكراهية<sup>(57)</sup>.

كيفية تعامل الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى مع الإساءة للرسول "صلى الله عليه وسلم":

تؤدي النخب الدعوية دوراً بالغ الأثر في إنتاج الخطاب الديني المعتدل والحد من خطاب الكراهية السائد في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة؛ حيث يتشكل هذا الخطاب من خلال القائمين على شؤون الوعظ والدعوة بالمؤسسات الدعوية المختلفة، والتي تؤثر في تكوين الفكر المعتدل لدى الجمهور، وتشكل مدركاته نحو قضايا الآخر المختلف في العقيدة أو المذهب، وتؤثر على توجهه العام نحو التعامل مع الإساءات المختلفة للرموز والمقدسات الدينية، ويرتبط هذا الدور بالمعارف الخاصة بهذا الخطاب لدى الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى، والتي تنبثق من ظروف تكوينهم وتعليمهم والإطار الفكري المسيطر عليهم، ومدى تمكنهم من التعامل مع المنصات الإعلامية

المختلفة التي تؤثر في تشكيل الوعي الديني للجمهور ورؤيته للآخر، وتؤثر في الاستقرار والتعايش المجتمعي<sup>(58)</sup>.

وتتصاعد أهمية دور الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى في الحد من خطاب الكراهية؛ في ظل حالة العداء السافر من البعض ضد الرموز والمقدسات الدينية، والتي تستهدف تشويه صورة الإسلام والمسلمين، والإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم؛ لذا لا بد للدعاة من القيام بدورهم في تصحيح الصورة الذهنية للإسلام ورسول الإسلام - صلى الله عليه وسلم-؛ من خلال التواجد عبر منصات الإعلام الجديد والمواقع المختلفة والبرامج الجادة التي تتناول الدين الإسلامي وسيرة الرسول - صلى الله عليه وسلم- بصورة موضوعية آمنة ودقيقة، ومواجهة المعلومات المشوهة وغير الصحيحة التي تبثها بعض الوسائل والمنصات الإعلامية. ويستطيع الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى القيام بدور ملحوظ في مواجهة هذا الخطاب من خلال امتلاكهم مهارات التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة وتطبيقاتها التقنية المتطورة؛ لما لهم من قبول واسع لدى الجماهير يسهم في معالجة خطاب الكراهية والإساءة للرموز الدينية، ومجابهة الأيديولوجيات والأفكار التي تحاول طمس الهوية العربية وزعزعة العقيدة والفكر الإسلامي الوسطي. ويتنامى دور الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى في هذا الشأن؛ لكونهم أحد أهم مصادر المعرفة الدينية التي يلجأ إليها الجمهور لتكوين نسق المعرفي الديني، وتحليل وتفسير القضايا الدينية الشائكة، ومواجهة المشكلات التي تواجه المجتمع المعاصر، والتي يأتي في مقدمتها الكراهية الدينية والعداء للرموز والمقدسات الدينية، وبيان سماحة الإسلام تجاه الآخر، وتفنيد الشبهات التي يثيرها أعداء هذا الدين، ومخاطبة العالم الخارجي والتأثير فيه، وتوجيه الرأي العام توجيهًا إيجابيًا نحو هذه القضايا بالغة الخطورة<sup>(59)</sup>.

وقد أشار الدكتور نظير عياد الأمين العام لمجمع البحوث الإعلامية إلى أن أكاديمية الأزهر العالمية لتدريب الأئمة والدعاة وأمناء الفتوى تقوم بتدريب الدعاة والوعاظ على التقنيات الاتصالية الحديثة على شبكة الإنترنت؛ لمواجهة القضايا المختلفة والتعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وبرامج الزووم، ومواقع اليوتيوب، وغيرها؛ لاستخدامها في إظهار سماحة الإسلام، وكيف يتعامل مع الآخر، وحث أتباعه على التعايش السلمي بين الأديان ونبذ الكراهية<sup>(60)</sup>.

نحو استراتيجية إعلامية ودعوية للرد على خطاب الكراهية ومحاولات الإساءة للإسلام وللنبي محمد "صلى الله عليه وسلم":

نظراً لاستمرار حملات الإساءة للرموز والمقدسات الدينية، وقيام بعض الأفراد والوسائل الإعلامية بالإساءة للنبي صلى الله عليه وسلم - بين الحين والآخر - فينبغي اتباع استراتيجيات ثابتة للتعامل مع المحاولات المتتالية للإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم - في وسائل الإعلام المختلفة، وتوظيف المنصات الإعلامية للرد على هذه الدعاوى، وإظهار سماحة الإسلام، وتبسيط الضوء الإعلامي على سيرة المصطفى - صلى الله عليه وسلم - العطرة، وبيان المنهج الإسلامي الذي يحرص على إرساء دعائم الأخوة الإنسانية، وتوطيد العلاقة بين المسلمين وغيرهم، واحترام العقائد والأديان والرموز والمقدسات الدينية، مع إبراز الصورة الإيجابية والسلوكيات الدينية القويمة للمسلمين؛ كدين يدعو للمحبة والتسامح والعدالة، ويرفض السلوكيات العنيفة والإرهابية التي تلتصق بالإسلام، مع بيان رفض الإسلام لها<sup>(61)</sup>.

وتتضمن هذه الاستراتيجيات خطوات متعددة، أهمها:

أولاً: تصحيح المفاهيم المغلوطة عن الإسلام عند البعض باستخدام الأساليب الفنية والتكنولوجية الحديثة، وإتاحة المعلومات الصحيحة عن الإسلام ونبي الإسلام صلى الله عليه وسلم. وتأتي شبكة الإنترنت في مقدمة هذه الوسائل التي تستخدم لتوضيح الصورة الصحيحة للإسلام وللنبي محمد صلى الله عليه وسلم.

ثانياً: الرد مباشرة على الافتراءات التي يروجها البعض من خلال عرض سيرة النبي - صلى الله عليه وسلم - وتعامله مع الآخر عبر شبكة الإنترنت.

ثالثاً: اتخاذ الإجراءات القانونية ضد الصحف، والمواقع، والشركات، والمؤسسات، التي تسيئ للنبي - صلى الله عليه وسلم - وللدين الحنيف.

رابعاً: إنشاء مواقع إسلامية عبر الإنترنت لمواجهة الافتراءات والمعلومات المغلوطة عن الإسلام والرسول - صلى الله عليه وسلم -، والتعريف بالإسلام ورؤيته للإنسان والكون والحياة، وشرح سيرة الرسول - صلى الله عليه وسلم - وكيف يتفاعل مع الآخر من خلال استخدام الوسائط المتعددة والصور والرسوم، والترجمة باللغات المختلفة<sup>(62)</sup>.

خامساً: تشجيع الشباب على ارتياد هذه المواقع؛ وذلك باستخدامها تكنولوجيا الوسائط المتعددة وتطبيقات الهواتف المحمولة لنشر المحتوى الذي يواجه هذا الخطاب بسهولة وموضوعية، وعدم تركهم للوقوع فريسة للمواقع التي تحض على الكراهية<sup>(63)</sup>.

سادسا: تسليط الضوء على اللقاءات والمبادرات التي تجمع المسؤولين بالمؤسسات الدينية وقادة الفكر وأصحاب الديانات المختلفة، والتي توضح أثر الأديان في إرساء قيم السلام والتسامح بين شعوب العالم المختلفة، والالتزام بالضوابط الأخلاقية والقيم الروحية والدينية التي نادى بها الأديان السماوية<sup>(64)</sup>.

سابعا: تعميق المعارف الدينية والفهم الصحيح لتعاليم الأديان التي تحارب العنف والكراهية والإساءة للرموز والمقدسات الدينية، وتدعو إلى التعايش السلمي والمساواة في الحقوق والواجبات واحترام معتقدات الآخرين ورموزهم الدينية ومقدساتهم<sup>(65)</sup>.

ثامنا: القبول بالتنوع الفكري، والعقدي، والمذهبي، والقراءة المستتيرة العلمية المعتدلة للنصوص الدينية، وتشجيع الحوار البناء.

تاسعا: وضع بنى مؤسساتية للحوار بين أصحاب الديانات المختلفة، ونشر ثقافة الاعتدال عبر وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، واستخدام التقنيات الاتصالية الحديثة.

عاشرًا: إعادة النظر في القوانين المبنية على التمييز العرقي، أو الديني، أو المذهبي، ونشر ثقافة المساواة والتكافؤ بين مكونات المجتمع الدينية المختلفة.

حادي عشر: مواجهة بعض المسؤولين والمفكرين والإعلاميين الغربيين الذين يعتمدون على تقديم صورة نمطية مشوهة عن الإسلام ورموزه؛ بتقديم الصورة الصحيحة التي تدعو لنبذ الكراهية واحترام الرموز والمقدسات الدينية.

ثاني عشر: التركيز على الخطاب الديني والإعلامي الذي ينحاز إلى ثقافة المحبة والاحترام المتبادل، ويرفض التطرف والشطط الفكري ونبذ الآخر<sup>(66)</sup>، ويدعو إلى تدعيم قيم المواطنة والأخوة العالمية والتعايش السلمي، والتي حث الإسلام عليها، وحرص النبي- صلى الله عليه وسلم- على بيان معالمها وإرساء قواعدها؛ لتكون دعامة قوية للعلاقات الإنسانية التي قامت على احترام حرية العقيدة وتوطيد العلاقات بين المسلمين وغيرهم، مع الحرص على عدم الإساءة للرموز والمقدسات الدينية للآخر، وعدم التمييز العنصري وممارسة الازدراء<sup>(67)</sup>.

ثالث عشر: التعاون بين المؤسسات المختلفة لمواجهة التطرف الفكري والغلو والطعن في سنة النبي- صلى الله عليه وسلم-، وتكامل الجهود الحكومية والدعوية والشخصية، وفهم العقلية الغربية، وتوجيه الرسائل الدعوية والإعلامية التي تتناسب معها<sup>(68)</sup>.

رابع عشر: ترشيد الخطاب الدعوي للعلماء والدعاة والوعاظ وقيامه بالأدوار الاتصالية المنوطة بهم في نشر المفاهيم والتعليم الإسلامية الصحيحة التي تدعو إلى الاعتدال

والتصدي لخطاب الكراهية<sup>(69)</sup>.

خامس عشر: إنشاء رابطة للإعلام الدعوي تكون بمثابة تجمع للدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى والإعلاميين البارزين؛ بهدف طرح القضايا المجتمعية وتكوين رأي عام مستتير حولها، والرد على الهجمات العدائية الشرسة على الإسلام ورسول الإسلام- صلى الله عليه وسلم- وتعريف الغرب بمبادئ الإسلام وسماحة الدعوة وأهلها<sup>(70)</sup>.

### نتائج الدراسة:

#### جدول (1)

#### يوضح الخصائص الديموغرافية للمبحوثين

الخصائص الديموغرافية	ك	%
النوع	ذكر	70,5
	أنثى	29,5
	الإجمالي	100,0
السن	من 25 سنة إلى أقل من 35	52,6
	من 35 إلى أقل من 45	40,8
	من 45 إلى أقل من 55	4,4
	50 سنة فأكثر	2,3
الإجمالي	390	100,0
المؤسسة الدعوية	الأزهر	70,5
	الأوقاف	29,5
	الإجمالي	390
سنوات الخبرة	أقل من 3 سنوات	7,4
	من 3 سنوات إلى 10 سنوات	92,6
	الإجمالي	390
الكلية	الدعوة	32,6
	أصول الدين	19,2
	الدراسات الإسلامية	21,3
	الشريعة	14,4
	اللغة العربية	8,2
	التربية	4,4
	الإجمالي	390



الخصائص الديموغرافية	ك	%	
الدخل	أقل من 3 آلاف جنيه	144	36,9
	من 3 آلاف إلى أقل من 5000 آلاف جنيه	225	57,7
	أكثر من 5000 آلاف جنيه	21	5,4
الإجمالي	390	100,0	
الدرجة العلمية	ليسانس	275	70,5
	ماجستير	84	21,5
	دكتوراه	31	7,9
	الإجمالي	390	100,0
محل الإقامة	ريف	246	63,1
	حضر	144	36,9
	الإجمالي	390	100,0

#### تشير بيانات الجدول (1) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بنوع الدعاة والأئمة والوعاظ جاء "الذكور" في المرتبة الأولى بنسبة 70,5%، بينما جاءت الإناث في المرتبة الثانية بنسبة 29,5%، وتشير هذه النتيجة إلى وجود نسبة كبيرة من الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى من الرجال، وفيما يتعلق بسن المبحوث جاءت الفئة "من 25 إلى أقل من 35 سنة" في المرتبة الأولى بنسبة 52,6%، بينما جاء فئة "من 35 إلى أقل من 45 سنة" في المرتبة الثانية بنسبة 40,8%، فيما جاءت فئة "من 45 إلى أقل من 55 سنة" في المرتبة الثالثة بنسبة 4,4%، وفيما يتعلق بالمؤسسة الدعوية التابع لها المبحوث جاء "الأزهر" في المرتبة الأولى بنسبة 70,5%، بينما جاءت "وزارة الأوقاف" في المرتبة الثانية بنسبة 29,5%، وبالنسبة لسنوات الخبرة جاءت فئة "من 3 سنوات إلى أقل من 10 سنوات" في المرتبة الأولى بنسبة 92,6%، بينما جاءت فئة "أقل من 3 سنوات" في المرتبة الثانية بنسبة 7,4%.

وفيما يتعلق بالكلية التي تخرج منها المبحوث جاءت "كلية الدعوة" في المرتبة الأولى بنسبة 32,6%، بينما جاءت "كلية الدراسات الإسلامية" في المرتبة الثانية بنسبة 21,3%، فيما جاءت "كلية أصول الدين" في المرتبة الثالثة بنسبة 19,2%، وجاءت "كلية الشريعة والقانون" في المرتبة الرابعة بنسبة 14,4%. وفيما يتعلق بالدخل جاءت فئة "من 3 آلاف إلى أقل من 5 آلاف" في المرتبة الأولى بنسبة 57,7%، بينما جاءت فئة "أقل من 3 آلاف جنيه" في المرتبة الثانية بنسبة 36,9%، فيما جاءت فئة "أكثر من 5 آلاف جنيه" في المرتبة

الثالثة بنسبة 5,4%. وبالنسبة للدرجة العلمية التي حصل عليها الدعاة جاءت فئة "الحاصلين على مؤهل عال (ليسانس)" في المرتبة الأولى بنسبة 70,5%، بينما جاءت فئة "الحاصلين على" درجة الماجستير" في المرتبة الثانية بنسبة 21,5%، فيما جاءت فئة "الحاصلين على درجة (العالمية) الدكتوراه" في المرتبة الثالثة بنسبة 7,9%. وفيما يتعلق بمحل إقامة الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى جاءت فئة "قاطني الريف" في المرتبة الأولى بنسبة 63,1%، بينما جاءت فئة "قاطني المدن" في المرتبة الثانية بنسبة 36,9%. وتشير النتائج أيضاً إلى ارتفاع نسبة الحاصلين على درجتي الماجستير والدكتوراه من الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى؛ ولعل ذلك يرجع إلى الاهتمام المتزايد من المؤسسات الدعوية بالإفادة من هذه الفئة المتميزة، ووضعها في مكانها الصحيح لخدمة الدعوة، وتقديم أنشطة دعوية معاصرة تواجه خطابات التطرف والكراهية بأساليب منهجية وعلمية.

وتشير هذه النتائج إلى غلبة الدعاة الذكور على الإناث في العمل الدعوي؛ وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الأنشطة الدعوية كالخطابة، وغيرها، والتي تتطلب أن يكون الداعية من الذكور، على خلاف أنشطة الوعظ والتي يشارك فيها فئة الإناث بجانب الذكور بشكل كبير، وقد جاءت الفئة العمرية للوعاظ "من 25 إلى أقل 35 سنة" في مقدمة الفئات العمرية التي تستخدم هذه التطبيقات؛ وقد يرجع ذلك إلى اعتياد الشباب على التعامل مع منصات الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة وعزوفهم عن الوسائط التقليدية؛ مما أدى لتقبل هذه المبتكرات وسهولة التعامل معها في العمل الدعوي، وأشارت النتائج إلى تصدر كلية الدعوة للكلية التي تخرج منها الدعاة وتقوم بتوظيف هذه التطبيقات؛ ولعل ذلك يرجع إلى وجود قسم للإعلام بكلية الدعوة، ووجود بعض المناهج الدراسية التي تربط بين الإعلام والدعوة لإكساب الخريج المهارات الإعلامية التي يتطلبها العمل الدعوي.

## جدول (2)

يوضح مدى استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي

هل تستخدم تطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي	ك	%
نعم	380	97,5
لا	10	2,5
الإجمالي	390	100,0

تشير بيانات الجدول (2) إلى ما يلي:

جاء استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي بنسبة 97,5%، بينما جاء عدم استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لهذه التطبيقات بنسبة 2,5%.

وتوضح هذه النتيجة تزايد استخدام الدعاة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي بشكل كبير؛ ولعل ذلك يرجع إلى تطور الأداء الاتصالي للدعاة، وسعيهم لتطوير أدائهم المهني ومواكبة التطورات الحديثة في وسائل الإعلام الجديد، ويتضح ذلك بشكل كبير في ظل الاهتمام المتزايد من المؤسسات الدعوية بالأزهر الشريف ووزارة الأوقاف بتأهيل الأئمة والدعاة للتعامل مع هذه التطبيقات؛ التي تدعم مهارات الاتصال الدعوي والتفاعل مع الجمهور من خلال وسائل الإعلام الرقمي، وقد يرجع ذلك أيضاً إلى النمو المضطرد لمنصات الإعلام الجديد وتفاعل الجمهور معها بشكل كبير.

وقد أكد الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية د. نظير عياد على أهمية استخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة في المجال الدعوي، وأشار إلى أن هناك برامج إلكترونية عبر المنصات المختلفة تعمل على رفع الوعي المجتمعي، والحد من خطاب الكراهية وتضييق الخناق على أذعياء الدين عبر الفضاء الإلكتروني، وأكد على أن هذه البرامج لاقت استحسان الكثير من فئات المجتمع، وأدت إلى التواصل المباشر مع الجمهور، والوقوف على المشكلات التي تواجه المجتمع، وتوجيه الطاقات نحو حلها بطرق علمية وواقعية من خلال ورش العمل واللقاءات الافتراضية عبر المنصات المختلفة<sup>(71)</sup>.

### جدول (3)

يوضح مدى حرص الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى حرص الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي
,58435	2,6308	68,5	267	دائماً
		26,2	102	أحياناً
		5,4	21	نادراً
		100,0	390	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (3) إلى ما يلي:

جاء حرص الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي "بشكل دائم" في المرتبة الأولى بنسبة 68,5%، بينما جاء حرصهم على استخدام هذه التطبيقات "أحياناً" في المرتبة الثانية بنسبة 26,2%، فيما جاء حرص الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على استخدام هذه التطبيقات "نادراً" في المرتبة الثالثة بنسبة 5,4%.

وتشير هذه النتيجة إلى حرص الباحثين على استخدام هذه التطبيقات في المجال الدعوي؛ ولعل ذلك يرجع إلى التطور التقني الذي تشهده المنصات الإعلامية والتي أمكن استخدامها في التواصل مع الجمهور ونشر الرسالة الدعوية بطرق مبتكرة وجذابة ومتنوعة، وقد يرجع إلى إتاحة منصات الإعلام الجديد لخدمات إعلامية ووسائط تفاعلية تجعل الجمهور أكثر اهتماماً بالمحتوى الدعوي، وأكثر تعرضاً للمحتوى المنشور عبر هذه المنصات.

#### جدول (4)

يوضح التطبيقات التي يحرص الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على استخدامها

التطبيقات التي يحرص الدعاة على استخدامها	ك	%
تطبيقات التواصل الاجتماعي	328	84,1
تطبيقات دينية	279	71,5
تطبيقات تعليمية	163	41,8
تطبيقات إخبارية	105	26,9
تطبيقات تدريبية	92	23,6
ن=390		

تشير بيانات الجدول (4) إلى ما يلي:

جاء استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 1,84%، بينما جاء استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى للتطبيقات الدينية في المرتبة الثانية بنسبة 71,5%، فيما جاء استخدامهم للتطبيقات التعليمية في المرتبة الثالثة بنسبة 41,8%، في حين جاءت التطبيقات الإخبارية في المرتبة الرابعة بنسبة 26,9%.

وتشير هذه النتيجة إلى حرص الدعاة والأئمة والوعاظ على استخدام هذه التطبيقات في المجال الدعوي مع استخدام التطبيقات الدينية بنسبة كبيرة.

وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (محمد سيد محمد، 2020م) والتي أشارت إلى اعتماد الوعاظ على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر رسالتهم الدعوية والتواصل مع

الجمهور كأبرز التطبيقات التي تتيحها وسائط الإعلام الجديد والتي يعتمد عليها الدعاة في العمل الدعوي، وتتفق أيضاً مع (دراسة إيمان عاشور، 2021م) والتي كشفت عن أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في طرح هذه القضية والتي اعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعة قضية الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-، والحصول على تفاصيل دقيقة عنها، ومعرفة دور المجتمع والأفراد في مواجهتها، ورصد أهم القرارات التي اتخذتها الدول للتصدي لهذه الظاهرة، وقد أشارت العينة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي كان لها دور كبير في حملة مقاطعة المنتجات الفرنسية.

### جدول (5)

يوضح معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول طبقاً لظروف المتاح للتعرض
1,60404	3,9821	21,0	82	مرة أسبوعياً
		3,1	12	مرة كل يوم
		11,5	45	أكثر من مرة يومياً
		64,4	251	الإجمالي
		100,0	390	

تشير بيانات الجدول (5) إلى ما يلي:

جاء معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول "أكثر من مرة يومياً" في المرتبة الأولى بنسبة 64.4٪، بينما جاء معدل التعرض "طبقاً للظروف المتاحة" في المرتبة الثانية بنسبة 21٪، فيما جاء معدل التعرض "مرة كل يوم" في المرتبة الثالثة بنسبة 11.5٪.

وتشير هذه النتيجة إلى معدل تعرض مرتفع لتطبيقات الهواتف المحمولة؛ وقد يرجع ذلك لإدراك الدعاة لأهمية هذه التطبيقات وانخراطهم في منصات الإعلام الجديد وتطبيقاتها المتعددة التي تشهد تطوراً مستمراً وملحوظاً.

## جدول (6)

يوضح عدد الساعات التي يتعرض فيها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	عدد الساعات التي يتعرض فيها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول
,81335	2,1205	19,7	77	أقل من ساعة
		56,4	220	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات
		15,9	62	من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات
		7,9	31	5 ساعات فأكثر
		100,0	390	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (6) إلى ما يلي:

جاءت فئة "تعرض الدعاة لتطبيقات الهاتف المحمول من ساعة إلى أقل من 3 ساعات" في المرتبة الأولى بنسبة 56,4%، بينما جاءت فئة "تعرض الدعاة لتطبيقات الهاتف المحمول أقل من ساعة" في المرتبة الثانية بنسبة 19,7%، فيما جاءت فئة "تعرض الدعاة لتطبيقات الهاتف المحمول من 3 ساعات إلى أقل من 5 ساعات" في المرتبة الثالثة بنسبة 15,9%.

وتشير هذه النتيجة إلى تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمولة لساعات طويلة؛ وقد يرجع ذلك إلى اعتمادهم عليها في العمل الدعوي في ظل التواصل الواقعي المحدود مع الجمهور؛ بسبب الأوبئة والأمراض التي انتشرت في العالم وأثرت على كل مناحي الحياة، ومن بينها أنشطة المؤسسات الدينية الدعوية التي تأثرت بشكل كبير بهذه الأوبئة.

## جدول (7)

يوضح استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول

في الحد من خطاب الكراهية

%	ك	هل تستخدم تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
92,3	360	نعم
7,7	30	لا
100,0	390	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (7) إلى ما يلي:

جاء استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- بنسبة 92,3%، بينما جاء عدم استخدامهم لهذه التطبيقات بنسبة 7,7%، وتشير هذه النتيجة إلى الاستخدام المرتفع لهذه التطبيقات في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة

لرسول- صلى الله عليه وسلم- وقد يرجع ذلك إلى أهمية دور الدعاة في الرد على هذا الخطاب، ودحضه، وتقنيده، ومحاولة بلورة رؤية منهجية شاملة لتلافي آثاره، وتوعية الجمهور بقيم وتعاليم الدين الإسلامي التي تدعو إلى التسامح وقبول الآخر، وقد أدركت مؤسستا الأزهر والأوقاف أهمية وسائل الإعلام الجديد وتطبيقاتها المتطورة في الحد من خطاب الكراهية والتطرف؛ حيث أشار الدكتور/ مصطفى شكري- المشرف على البرامج التدريبية بأكاديمية الأزهر لتدريب الوعاظ- إلى أن الأكاديمية حرصت على مواجهة هذه الأفكار المتشدة وخطاب الكراهية؛ فقامت بالتعاون مع وزارة الأوقاف بتنظيم دورات "التميز الدعوي" للوعاظ والواعظات بالأزهر الشريف وأئمة الأوقاف؛ لتأهيل الأئمة والوعاظ لنشر ثقافة التعايش السلمي مع الآخر، والمشاركة في مبادرات الدولة لمواجهة خطاب الكراهية والأفكار المتطرفة، والقدرة على الحوار والتواصل الفعال، كما عقدت دورات أخرى في "التوظيف الدعوي لوسائل التواصل الاجتماعي" و"الدعوة بالحكمة وتفكيك الفكر المتطرف"؛ لتأهيل الدعاة والأئمة والوعاظ للتعامل مع منصات الإعلام الجديد وتوظيفها في المجال الدعوي<sup>(72)</sup>.

#### جدول (8)

يوضح أسباب اعتماد الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على هذه التطبيقات في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم

أسباب اعتمادك على هذه التطبيقات في الحد من خطاب الكراهية	ك	%
تتيح التواصل مع الجماهير بفعالية أكثر من الوسائل الأخرى.	261	72,5
تتيح الوصول لشرائح أكبر من الجمهور.	289	80,3
تتيح وسائل متعددة لتناول خطاب الكراهية والتأثير في الجمهور وإقناعه.	291	80,8
تتميز بالجمع بين الصوت والصورة والفيديو والنص المكتوب.	210	58,3
توفر المواد الشرعية والمعلومات الدينية والتاريخية التي تسهم في إقناع الجمهور.	155	43,1
تتميز بانخفاض التكلفة مقارنة بالوسائل الدعوية والإعلامية الأخرى.	159	44,2
تثقل مهاراتي الدعوية وتكسبني الخبرة في التواصل مع الجمهور.	157	6,43
تعد مصدراً مهماً للتواصل مع العلماء والخبراء، والدعاة، والمتخصصين.	207	57,5
بديل افتراضي مناسب في ظل محدودية التواصل المباشر مع الجمهور بسبب جائحة كورونا.	244	8,67
لمسايرة التطور التكنولوجي في وسائط الاتصال.	89	24,7
ن=360		

تشير بيانات الجدول رقم (8) إلى ما يلي:

جاءت فئة "تتيح وسائل متعددة لتناول خطاب الكراهية والتأثير في الجمهور" في المرتبة الأولى بنسبة 80,8%، فيما جاءت فئة "تتيح الوصول لشرائح كبيرة من الجمهور" في المرتبة الثانية بنسبة 80,3%، بينما جاءت فئة "تتيح التواصل مع الجمهور بفعالية أكثر من الوسائل الأخرى" في المرتبة الثالثة بنسبة 72,5%، في حين جاءت فئة "بديل افتراضي مناسب في ظل محدودية التواصل المباشر مع الجمهور بسبب جائحة كورونا" في المرتبة الرابعة بنسبة 67,8%، فيما جاءت فئة "تتميز بالجمع بين الصوت والصورة والنص المكتوب والفيديو" في المرتبة الخامسة بنسبة 58,3%، بينما جاءت فئة "تعد مصدراً مهماً للتواصل مع العلماء والخبراء والدعاة والمتخصصين" في المرتبة السادسة بنسبة 57,5%؛ ولعل هذه النتيجة تشير إلى أهمية الوسائط المتعددة التي تتيحها هذه التطبيقات في التواصل مع الجمهور في معالجة خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- وتشير أيضاً إلى أهمية هذه التطبيقات التي تتيح التواصل مع شرائح كبيرة ومتنوعة من الجماهير في وقت واحد، دونما تقييد بالالتقاء المباشر في الفعاليات والأنشطة الدعوية المختلفة كالخطب، والدروس، والندوات، والقوافل الدعوية التي تقتصر على عدد محدود من الجماهير بأساليب تفاعلية تقليدية.

كما تشير هذه النتيجة إلى أهمية عناصر التفاعلية التي تتميز بها تطبيقات الهواتف المحمولة، والتي تتيح إمكانية تعديل الرسالة، أو تغيير محتواها بما يتناسب مع فهم الجمهور لها، وتجعل الجمهور يشارك في النقاش حول هذه القضايا والإفادة من رؤية الدعاة في كيفية علاج هذه الظاهرة التي تتنافى مع قيم الدين الحنيف.

وقد ازدادت أهمية هذه التطبيقات التي جمع بين الصوت والصورة والفيديو والنص المكتوب والرسوم وتتيح قدراً كبيراً من التواصل مع العلماء والخبراء، والتفاعل مع عدد كبير من الجمهور في ظل محدودية التواصل الدعوي المباشر مع الجمهور، في ظل انتشار وباء كورونا واستمرار ظهور تحويراته المختلفة، وتقليص الأنشطة الدعوية كالقوافل الدعوية، والدروس، والندوات.. وغيرها من الوسائل، والتي جعلت منصات الإعلام الجديد والشبكات الافتراضية- بتقنياتها وتطبيقاتها المتعددة- بديلاً مناسباً لطرح الرؤية الدينية الصحيحة حيال خطاب الكراهية والتعصب الديني وانتشار الإساءة للرموز والمقدسات الدينية.



## جدول (9)

يوضح التطبيقات التي يقوم بتوظيفها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى في الحد من الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم

تطبيقات الهاتف المحمول التي تقوم بتوظيفها في الحد من الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم	ك	%
تطبيقات تحرير النصوص ومعالجتها	29	8,1
تطبيقات الفيديو والمونتاج	24	6,7
تطبيقات التواصل الاجتماعي (واتس آب- فيسبوك- تويتر- سناب شات- تلي جرام - سكايب- إيمو- فايبر)	307	85,3
الإجمالي	360	100,0

تشير بيانات الجدول (9) إلى ما يلي:

جاءت "تطبيقات التواصل الاجتماعي" في مقدمة التطبيقات التي يقوم الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بتوظيفها في الحد من الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- بنسبة 85,3%، بينما جاءت "تطبيقات تحرير النصوص ومعالجتها" في المرتبة الثانية بنسبة ضعيفة بلغت 8,1%، فيما جاءت "تطبيقات الفيديو والمونتاج" في المرتبة الثالثة بنسبة ضعيفة بلغت 6,7%.

وتشير هذه النتيجة إلى توظيف الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي في العمل الدعوي والحد من الإساءة للرسول بدرجة كبيرة، مع توظيف محدود لتطبيقات تحرير النصوص ومعالجتها، وتطبيقات الفيديو والمونتاج.

ولعل هذه النتيجة توضح الحاجة إلى عقد دورات وورش تدريبية متخصصة في تطبيقات تحرير النصوص ومعالجتها وتطبيقات الفيديو والمونتاج للدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتحقيق الإفادة المثلى من التطورات المذهلة في تقنيات الاتصال والتطور غير المسبوق في بيئة الإنترنت، في ظل تعدد المنصات الإعلامية وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي والذي سيمثل نقلة نوعية للعمل الدعوي والتواصل مع الجمهور، وتتفق هذه الدراسة مع دراسة (فودة محمد على، 2021م)، والتي أكدت على استخدام الدعاة لمنصات التواصل الاجتماعي في العمل الدعوي<sup>(73)</sup>.

## جدول (10)

يوضح معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
,52883	2,4333	1,7	6	بدرجة ضعيفة
		53,3	192	بدرجة متوسطة
		45,0	162	بدرجة كبيرة
		100,0	360	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (10) إلى ما يلي:

جاء توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول "بدرجة متوسطة" في المرتبة الأولى بنسبة 53,3٪، بينما جاء توظيفهم لهذه التطبيقات في الحد من الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- "بدرجة كبيرة" بنسبة 45,0٪، في حين جاء توظيفهم لهذه التطبيقات "بدرجة ضعيفة" في المرتبة الثالثة بنسبة 1,7٪. وتشير هذه النتيجة إلى مواكبة الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى للتقنيات الحديثة في الاتصال، وتوظيف عدد كبير منهم لهذه التقنيات في العمل الدعوي؛ ولعل ذلك يرجع إلى الاهتمام المتزايد من جانب المؤسسات الدعوية بتأهيل وتدريب الدعاة والأئمة والوعاظ على التعامل مع تقنيات الاتصال الحديثة والتي تحدث أثراً كبيراً في الجمهور، وتؤثر على مداركته حيال هذه القضية المحورية. ويتضح ذلك من خلال التطور الملحوظ في إدارات التدريب بالمؤسسات الدعوية كالأكاديمية الدولية لتدريب الأئمة والوعاظ بوزارة الأوقاف، وأكاديمية الأزهر للتدريب، وغيرها من المراكز والمنصات الإعلامية التي أحدثت نقلة نوعية في العمل الدعوي والتواصل الفعال مع الجمهور.

## جدول (11)

يوضح مدى إسهام تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى إسهام تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
,53012	2,5556	1,7	6	أسهمت بدرجة ضعيفة
		41,1	148	أسهمت بدرجة متوسطة
		57,2	206	أسهمت بدرجة كبيرة
		100,0	360	الإجمالي

تشير بيانات الجدول (11) إلى ما يلي:

جاءت فئة "أسهمت تطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم بدرجة كبيرة" في المرتبة الأولى بنسبة 57,2٪،

بينما جاءت فئة "أسهمت بدرجة متوسطة" في المرتبة الثانية بنسبة 41,1%، فيما جاءت فئة "أسهمت بدرجة ضعيفة" في المرتبة الثالثة بنسبة 1,7%.

وتشير هذه النتيجة إلى وعي المبحوثين بأهمية هذه التطبيقات ودورها في الحد من خطاب الكراهية والإساءة للرموز والمقدسات الدينية، وأن مواجهة هذا الخطاب لا تعتمد فقط على أساليب الدعوة التقليدية كالخطابة وغيرها، بل إن التطور التكنولوجي- الذي يستمر يوماً بعد يوم في وسائط الإعلام الجديد- يعد منصة دعوية فاعلة في تناول هذه الخطابات والرد على الإساءات المختلفة بأساليب علمية ومنطقية ومنهجية، وتوعية الجمهور بمخاطرها، وكيفية التفاعل معها، وعدم الانزلاق والوقوع في براثن خطابات الكراهية والعداء للآخر، وتشير هذه النتيجة إلى أن هذه التطبيقات كان لها دور كبير في التواصل مع الجمهور فيما يتعلق بالإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- وأنها أسهمت بدرجة كبيرة في الحد من هذا الخطاب، ولعل هذا يرجع إلى الإمكانيات الهائلة التي تتيحها هذه التطبيقات، وسعي المؤسسات الدعوية لتحقيق أقصى إفادة منها في العمل الدعوي.

#### جدول (12)

يوضح أشكال توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم

ك	%	أشكال توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم
263	73,0	كتابة المنشورات والتدوينات والمقالات المتعلقة بالإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ونشرها عبر التطبيقات المختلفة.
189	52,5	تبادل المحتوى المنشور للدفاع عن الرسول- صلى الله عليه وسلم- مع الجمهور.
112	31,1	استخدام البث المباشر والتفاعل مع الجمهور في هذه القضايا.
92	25,5	استخدام الرسوم والفيديوهات في الدفاع عن الرسول- صلى الله عليه وسلم- ودحض خطاب الكراهية.
65	18,0	توثيق الأحداث بالصوت والصورة وعرضها على الجمهور.
52	14,4	استخدام الجرافيك والموشن جرافيك في الحد من خطاب الكراهية.
44	12,2	عقد لقاءات مع بعض المستولين والجماهير وعرضها على الجمهور.
		ن=360

تشير بيانات الجدول (12) إلى ما يلي:

جاءت فئة "كتابة المنشورات والتدوينات والمقالات المتعلقة بالإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ونشرها عبر التطبيقات المختلفة" في المرتبة الأولى بنسبة 73%، بينما جاءت فئة "تبادل المحتوى المنشور للدفاع عن الرسول- صلى الله عليه وسلم- مع الجمهور" في

المرتبة الثانية بنسبة 52.5%، فيما جاءت فئة "استخدام البث المباشر والتفاعل مع الجمهور في هذه القضايا" في المرتبة الثالثة بنسبة 31.1%، وجاءت فئة "استخدام الرسوم والفيديوهات في الدفاع عن الرسول- صلى الله عليه وسلم- ودحض خطاب الكراهية" في المرتبة الرابعة بنسبة 25.5%، بينما جاءت فئة "توثيق الأحداث بالصوت والصورة وعرضها على الجمهور" في المرتبة الخامسة بنسبة 18%، في حين جاءت فئة "استخدام الجرافيك والموشن جرافيك في الحد من خطاب الكراهية" في المرتبة السادسة بنسبة 14.4%.

وتشير هذه النتيجة إلى تركيز الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى على المحتوى النصي (المنشورات التدوينات المقالات) وتبادلها مع الآخرين، مع الاستعانة بالبث المباشر الذي يجعل الجمهور يتابع تطورات القضية لحظة بلحظة، مع التوظيف المحدود للفيديوهات والرسوم والجرافيك والموشن جرافيك. وقد يرجع ذلك إلى الخبرة المحدودة بتطبيقات الهاتف المحمول التي تتطور بشكل متسارع يقتضي عقد دورات تدريبية مستمرة للدعاة لتوظيف هذه التطبيقات في مواجهة هذا الخطاب.

### جدول (13)

يوضح أبرز القضايا التي يركز عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى للحد من خطاب الكراهية

ك	ن	أبرز القضايا التي يركز عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى للحد من خطاب الكراهية
238	66,1	نبذ العنف بأشكاله المختلفة.
246	68,3	احترام معتقدات الآخرين ومقدساتهم ورموزهم الدينية.
285	79,2	نشر مبادئ الأخوة الإنسانية والاحترام المتبادل بين المسلمين وغيرهم.
157	43,6	اللجوء إلى الحوار في طرح القضايا الخلافية وحل المشكلات الطائفية والعرقية.
217	60,3	نبذ جميع أشكال التعصب الفكري والمذهبي.
172	47,8	نشر ثقافة احترام الأديان والمقدسات والرموز الدينية.
207	57,5	رفض خطاب الكراهية أياً كان شكله، أو مصدره، أو سببه.
360=ن		

تشير بيانات الجدول (13) إلى ما يلي:

جاءت فئة "نشر مبادئ الأخوة الإنسانية والاحترام المتبادل بين المسلمين وغيرهم" في المرتبة الأولى بنسبة 79,2%، فيما جاءت فئة "احترام معتقدات الآخرين ومقدساتهم ورموزهم الدينية" في المرتبة الثانية بنسبة 68,3%، بينما جاءت فئة "نبذ العنف بأشكاله المختلفة" في المرتبة الثالثة بنسبة 66,1%، في حين جاءت فئة "نبذ جميع أشكال التعصب الفكري والمذهبي" في المرتبة الرابعة بنسبة 60,3%، فيما جاءت فئة "رفض خطاب

الكرهية أياً كان شكله، أو مصدره، أو سببه" في المرتبة الخامسة بنسبة 57,5%، وجاءت فئة "نشر ثقافة احترام الأديان والمقدسات والرموز الدينية" في المرتبة السادسة بنسبة 47,8%. وتشير هذه النتيجة إلى وعي الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بأهمية نشر مبادئ الأخوة الإنسانية والاحترام المتبادل بين المسلمين وغيرهم، واحترام معتقدات الآخرين ورموزهم ومقدساتهم الدينية، ونبذ العنف بأشكاله المختلفة، ونبذ جميع أشكال التعصب الفكري والمذهبي، ورفض خطاب الكراهية؛ ولعل هذا يرجع إلى رؤية مؤسستي الأزهر والأوقاف للعلاقة مع الآخر والتي تعتمد على هذه الأسس التي تدعو إلى نبذ نشر مبادئ الأخوة الإنسانية، واحترام الديانات الأخرى، والرموز والمقدسات الدينية، ونبذ جميع أشكال العنف والتطرف التي تتعارض مع مبادئ الإسلام السمحة؛ حيث قامت المؤسستان بعقد العديد من المؤتمرات، والندوات، واللقاءات، والدورات التدريبية التي تؤكد على علاقة التسامح والأخوة وقبول الآخر ونبذ العنف والتصرف والتعصب تماهيا مع الجهود الحثيثة التي تبذلها الدولة المصرية في هذا السياق.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد الحفيظ درويش، 2021) والتي أكدت على أن أهم القيم المتضمنة في تأطير الصحف الإلكترونية العربية لأزمة الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- تأتي في مقدمتها قيم التسامح مع الآخر، والسلم المجتمعي، واحترام الأديان والمقدسات، وقبول الآخر، والافتداء بالأنبياء والرسول (74).

#### جدول (14)

يوضح مصادر المعرفة الدينية التي أتاحها تطبيقات الهاتف المحمول للدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي

الفتوى لاستخدامها في الحد من خطاب الكراهية

المصادر المعرفية التي أتاحها تطبيقات الهاتف المحمول للوعاظ والدعاة لاستخدامها في الحد من خطاب الكراهية	ن	%
المنصات والمراسد الإلكترونية للمؤسسات الدعوية الرسمية.	218	60,6
صفحات المؤسسات الدينية الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي.	228	63,3
الصفحات الشخصية للعلماء والدعاة.	225	62,5
المكتبات الإلكترونية.	199	55,3
الكتب الورقية.	166	46,1
مواقع الصحف العربية والأجنبية.	64	17,8
ن=360		

تشير بيانات الجدول (14) إلى ما يلي:

جاءت "صفحات المؤسسات الدينية الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي" في مقدمة المصادر المعرفية التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى في

استقاء المعلومات المرتبطة بخطاب الكراهية واستخدامها في الحد من هذا الخطاب بنسبة 63,3%، بينما جاءت "الصفحات الشخصية للعلماء والدعاة" في المرتبة الثانية بنسبة 62,5%، فيما جاءت "المنصات والمواقع الإلكترونية للمؤسسات الدعوية الرسمية" في المرتبة الثالثة بنسبة 60,6%، بينما جاءت "المكتبات الإلكترونية" في المرتبة الرابعة بنسبة 55,3%.

وتشير هذه النتيجة إلى تصدر مواقع التواصل الاجتماعي المصادر المعرفية والمنصات والمواقع الإلكترونية التي يعتمد عليها الدعاة في تجلية هذا الخطاب كأحد أهم المنصات الإلكترونية الفاعلة؛ ولعل ذلك يرجع إلى سهولة استخدام تطبيقاتها المختلفة وإتاحتها للعديد من الوسائط التفاعلية، وتعرض الجمهور للمحتوى الذي يتم نشره عبرها بشكل كبير؛ في ظل العزوف عن المنصات والمواقع الأخرى التي يتسم بعضها ببطء التحميل، وارتفاع التكلفة، ومحدودية الوسائط التفاعلية.

وتشير هذه النتيجة أيضاً إلى أهمية المنصات والمرصد الإلكترونية للمؤسسات الدعوية الرسمية، والتي أصبحت أحد المصادر والوسائل المهمة لتناول الخطابات العدائية وكراهية الآخر والتعصب الممقوت وتقنيدها ودحضها، وتجلية غوامضها، ونشر قيم التسامح مع الآخر، واحترام الأديان والرموز والمقدسات الدينية، وتحقيق التعايش السلمي، والمساواة بين الجميع في ظل قيم التعددية والمواطنة والإخاء. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فودة محمد على، 2021م) والتي أكدت على ضرورة استخدام المنصات الإعلامية الجديدة في التصدي لخطاب الكراهية والفكر المتطرف والتصدي لهذا الفكر من خلال التعاون بين المؤسسات المختلفة<sup>(75)</sup>.

## جدول (15)

### يوضح رؤية الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لأفضل السبل للرد على الخطابات المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم

٪	ك	أفضل السبل للرد على الخطابات المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم
59.4	214	إظهار احترام الدين الإسلامي للآخر وقبوله.
57.7	208	عرض نماذج عبر تطبيقات الهاتف المحمول توضح تعامل الرسول صلى الله عليه وسلم مع الآخر ونشره لقيم التسامح والتعايش السلمي.
39.7	143	إطلاق منصة إعلامية بلغات مختلفة للتعريف بسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم.
31.1	112	تشكيل لجنة خبراء قانونية دولية لرفع دعوى قضائية على الصحف والمواقع المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم.
26.3	95	استخدام الهاشتاجات والوسوم التي تحث على الدفاع عن الرسول صلى الله عليه وسلم.
24.1	87	المطالبة بإقرار تشريع عالمي يجرم معاداة الأديان السماوية والرسول والمقدسات الدينية.
18.6	67	الدعوة للمقاطعة الاقتصادية لمنتجات الدول التي تصدر بها الصحف والمواقع التي تسيء للرسول صلى الله عليه وسلم.
18.3	66	نشر المبادئ والتشريعات الإسلامية التي تجرم الاعتداء على حقوق المسلم وغير المسلم.
7.7	28	عدم نشر الرسوم المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم.
7.2	26	إدانة الهجمات الإرهابية على غير المسلمين.
6.3	23	الاستشهاد بآراء غير المسلمين الراضين للإساءة للرسول والأديان والمقدسات الدينية.
5.2	19	بيان فكرة حرية التعبير من منظور الدين الإسلامي.
3.8	14	بيان إنكار الإسلام للإساءة لغير المسلم.
ن=360		

### تشير بيانات الجدول (15) إلى ما يلي:

جاءت فئة "إظهار احترام الدين الإسلامي للآخر وقبوله" في المرتبة الأولى كأفضل السبل للرد على الخطابات المسيئة للرسول - صلى الله عليه وسلم - بنسبة 59,4%، بينما جاءت فئة "عرض نماذج عبر تطبيقات الهاتف المحمول توضح تعامل الرسول - صلى الله عليه وسلم - مع الآخر ونشره لقيم التعايش والتسامح السلمي" في المرتبة الثانية بنسبة 57,7%، فيما جاءت فئة "إطلاق منصة إعلامية بلغات مختلفة للتعريف بسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم" في المرتبة الثالثة بنسبة 39,7%، وجاءت فئة "تشكيل لجنة خبراء قانونية دولية لرفع دعوى قضائية على الصحف والمواقع المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم" في المرتبة الرابعة بنسبة 31,1%، بينما جاءت فئة "استخدام الهاشتاجات والوسوم التي تحث على الدفاع عن الرسول صلى الله عليه وسلم" في المرتبة الخامسة بنسبة 26,3%.

ولعل هذه النتيجة توضح مدى وعي الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى بأهمية نشر ثقافة التسامح وقبول الآخر، وإظهار احترام الدين الإسلامي وأتباعه للرموز والشعائر والمقدسات الدينية لأصحاب الديانات الأخرى، وعدم الانزلاق للفتنة الطائفية التي تسعى للوقية بين أبناء الوطن الواحد. وتوضح هذه النتيجة أيضاً رؤية الدعاة لأهمية المنصات الإعلامية المختلفة وتطبيقات الهاتف المحمول التي يمكن أن تؤدي دوراً فاعلاً في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول - صلى الله عليه وسلم - من خلال نشر الفيديوهات والمحتويات الإعلامية التي تظهر الشريعة الإسلامية السمحة، والاعتماد على "الهاشتاغات والوسوم" التي تحث على الدفاع عن الرسول - صلى الله عليه وسلم - وبيان سيرته العطرة وكيفية تعامله مع الآخر.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (محمد سيد محمد، 2020م) حيث جاءت قضية "التعايش السلمي وقبول الآخر واحترامه" كأحد أبرز القضايا التي يركز عليها وعاظ وواعظات الأزهر لتوعية الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني والحد من الكراهية. وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة (عبد الحفيظ درويش، 2021م) التي أكدت على أن أهم أساليب الرد على هذه الإساءات هي "الاعتداء بالرسول - صلى الله عليه وسلم - واتباع منهجه ونشر صورة الإسلام الصحيحة وسيرة الرسول - صلى الله عليه وسلم - والمقاطعة الاقتصادية" و"المطالبة بالإجراءات القانونية ورفع دعاوى قانونية على المسيئين<sup>(76)</sup>. وأشار الدكتور محمد سيد محمد - مدير المركز الإعلامي بمجمع البحوث الإسلامية إلى أن المجمع قام بعمل حملات توعية مباشرة باللغتين العربية والإنجليزية باستخدام وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية؛ لمواجهة حملات الإساءة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، ومن هذه الحملات: "النبي الذي لا يعرفونه" كما يشارك المجمع أيضاً في المنصة الإعلامية التي بصددها أن يطلقها الأزهر الشريف للتعريف بالنبي محمد صلى الله عليه وسلم<sup>(77)</sup>.



## جدول (16)

يوضح أسباب عدم اعتماد بعض الأئمة والدعاة والوعاظ وباحثي الفتوى على تطبيقات الهاتف المحمول في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية

ن	ك	لماذا لا تعتمد على تطبيقات الهاتف المحمول في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية
18	60.0	لا أجد التعامل مع هذه التطبيقات.
10	33.3	لا أملك هاتفاً محمولاً يتيح هذه التطبيقات.
17	56.7	أفضل التواصل مع الجمهور بشكل مباشر في تناول هذه القضايا.
ن=30		

تشير بيانات الجدول (16) إلى ما يلي:

جاءت فئة "عدم إجابة بعض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى التعامل مع تطبيقات الهاتف المحمول" في المرتبة الأولى بنسبة 60%، فيما جاءت فئة "تفضيل الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى للتعامل مع الجمهور بشكل مباشر في تناول خطاب الكراهية والإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم" في المرتبة الثانية بنسبة 56,7%، بينما جاءت فئة "عدم تملك بعض الدعاة والأئمة والوعاظ للهواتف الذكية التي تتيح هذه التطبيقات" في المرتبة الثالثة بنسبة 33,3%.

ولعل هذه النتيجة تشير إلى الحاجة الملحة لعقد دورات تدريبية متخصصة في التعامل مع تطبيقات الهواتف الذكية، وكيفية توظيفها في المجال الدعوي لتأهيل الدعاة للقيام بدورهم الدعوي عبر الوسائط الإلكترونية بالشكل الأمثل، ومواجهة حملات الإساءة للرموز والمقدسات الدينية بالوسائل التقليدية والإلكترونية؛ مع الحاجة إلى نشر الوعي بأهمية التواصل غير المباشر مع الجماهير عبر منصات الإعلام الرقمي الذي استحوذ على شريحة كبيرة من الجمهور لرفع الوعي الديني، ونشر قيم التسامح، وقبول الآخر، واحترام العقائد، والأديان، والرموز، والمقدسات الدينية بشتى الطرق والأساليب التي تشمل التواصل المباشر والتواصل عبر شبكة الإنترنت. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (فودة محمد على، 2021) والتي أكدت على ضرورة عقد دورات تدريبية للدعاة والأئمة والوعاظ في التعامل مع وسائل الإعلام الجديد وعدم ترك الساحة لغير المتخصصين الذين يسيئون للإسلام<sup>(78)</sup>.

## فروض الدراسة:

سعت الدراسة للتحقق من صحة بعض الفروض التي تسهم في تحقيق بعض أهداف الدراسة، وذلك على النحو التالي:

**الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباط بين معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي وإسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

## جدول (17)

يوضح العلاقة بين معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي وإسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

الإسهام في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.		معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول
150.	معامل بيرسون	
,004	مستوى المعنوية	
360	العدد	

تشير بيانات الجدول (17) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الأول تشير النتائج إلى وجود علاقة ذات ارتباط إيجابي بين معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول، والإسهام في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- فقد بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (150,0) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,004)؛ مما يعني وجود علاقة ارتباطية بين معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول، والإسهام في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباط بين تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

## جدول (18)

يوضح مدى العلاقة بين تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

درجة الإسهام في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.		تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى
107.	معامل بيرسون	
,043	مستوى المعنوية	
360	العدد	

تشير بيانات الجدول (18) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الثاني تشير النتائج إلى وجود علاقة ذات ارتباط إيجابي بين تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- فقد بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (107,0) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,043)؛ مما يعني وجود علاقة ارتباطية بين تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتمد عليها الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباط بين معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

#### جدول (19)

يوضح العلاقة بين معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

درجة الإسهام في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.		معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي
470.	معامل بيرسون	
000.	مستوى المعنوية	
360	العدد	

تشير بيانات الجدول (19) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الثالث تشير النتائج إلى وجود علاقة ذات ارتباط إيجابي بين معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- فقد بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (470,0) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,000)؛ مما يعني وجود علاقة ارتباطية بين معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباط بين توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمول وتفاعلهم مع الجمهور في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

#### جدول (20)

يوضح العلاقة بين توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمول وتفاعلهم مع الجمهور في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

التفاعل مع الجمهور في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم		توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمول
402.	معامل بيرسون	
.000	مستوى المعنوية	
360	العدد	

تشير بيانات الجدول (20) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الرابع تشير النتائج إلى وجود علاقة ذات ارتباط إيجابي توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمول وتفاعلهم مع الجمهور في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- فقد بلغت قيمة معامل الارتباط "بيرسون" (402,0) وهي دالة عند مستوى معنوية (0,000)؛ بما يعني وجود علاقة ارتباطية بين توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهواتف المحمول وتفاعلهم مع الجمهور في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

**الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية والمتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، المؤسسة الدعوية التابع لها الباحث، سنوات الخبرة في العمل الدعوي، الكلية التي تخرج منها الباحث، الدخل، الدرجة العلمية، محل الإقامة).

#### الفرض الفرعي الأول من الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ومتغير النوع.

#### جدول (21)

يوضح الفروق بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ومتغير النوع.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	النوع	توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
دالة	.008	358	-2.675	64573.	3.7194	253	ذكر	
				36172.	3.8972	107	أنثى	

تشير بيانات الجدول (21) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الفرعي الأول من الفرض الخامس تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير النوع، حيث بلغت قيمة ت (-2.675) عند مستوى معنوية 0008؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير النوع.

الفرض الفرعي الثاني من الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير المؤسسة التابع لها المبحوث.

جدول (22)

يوضح الفروق بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ومتغير المؤسسة التابع لها المبحوث.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	المؤسسة	توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
دالة	0.005	358	2.813	.51014	3.8244	262	الأزهر	
				.72350	3.6327	98	الأوقاف	

تشير بيانات الجدول (22) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الفرعي الثاني من الفرض الخامس تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير المؤسسة التابع لها المبحوث؛ حيث بلغت قيمة ت (2.813) عند مستوى معنوية 005؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير المؤسسة التابع لها المبحوث.

الفرض الفرعي الثالث من الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير سنوات خبرة الباحث.

## جدول (23)

يوضح الفروق بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم-

ومتغير سنوات خبرة الباحث.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	سنوات الخبرة	توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
غيردالة	0.902	358	.052	.57735	3.7778	27	أقل من 3 سنوات	
				.58251	3.7718	333	من 3 سنوات إلى 5 سنوات	

تشير بيانات الجدول (23) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الفرعي الثالث من الفرض الخامس تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير سنوات خبرة الباحث؛ حيث بلغت قيمة ت (.052) عند مستوى معنوية 0.90؛ مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير سنوات خبرة الباحث.

الفرض الفرعي الرابع من الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير محل الإقامة.

## جدول (24)

يوضح الفروق بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير محل الإقامة.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ك	محل الإقامة	توظيف الباحثين لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
غيردالة	.256	358	1.137	.54563	3.8000	220	ريف	
				.63294	3.7286	140	حضر	

تشير بيانات الجدول (24) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الفرعي الرابع من الفرض الخامس تشير النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير محل إقامة المبحوث؛ حيث بلغت قيمة  $t(1.137)$  عند مستوى معنوية 256؛ مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير محل إقامة المبحوث.

الفرض الفرعي الخامس من الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير عمر المبحوث.

جدول (25)

يوضح الفروق بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير عمر المبحوث.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	عمر المبحوث	توظيف المبحوثين لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
دالة	.000	3	11.386	.38859	3.8901	191	من 25 سنة إلى أقل من 35	
				.71875	3.6294	143	من 35 إلى أقل من 45	
				.00000	4.0000	17	من 45 إلى أقل من 55	
				1.05409	3.1111	9	50 سنة فأكثر	
				.58133	3.7722	360	الإجمالي	

تشير بيانات الجدول (25) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الفرعي الخامس من الفرض الخامس تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير عمر المبحوث؛ حيث بلغت قيمة  $F(11.386)$  عند مستوى معنوية 000؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف

المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير عمر المبحوث.

#### الفرض الفرعي السادس من الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير الكلية التي تخرج منها المبحوث.

#### جدول (26)

يوضح الفروق بين المبحوثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير الكلية التي تخرج منها المبحوث.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	الكلية التي تخرج منها المبحوث	توظيف المبحوثين لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
دالة	.000	5	8,929	.42079	3.8829	111	الدعوة	
				.74417	3.5972	72	أصول الدين	
				.18890	3.9634	82	الدراسات الإسلامية	
				.57661	3.7959	49	الشريعة	
				.93109	3.3125	32	اللغة العربية	
				.49725	3.6429	14	التربية	
				.58133	3.7722	360	المجموع	

#### تشير بيانات الجدول (26) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الفرعي السادس من الفرض الخامس تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير الكلية التي تخرج منها المبحوث؛ حيث بلغت قيمة F (8.929) عند مستوى معنوية 000؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير الكلية التي تخرج منها المبحوث.



### الفرض الفرعي السابع من الفرض الخامس

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير دخل المبحوث.

#### جدول (27)

يوضح الفروق بين المبحوثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير دخل المبحوث.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	الدخل	توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
دالة	.000	2	8.605	.46061	3.8723	141	أقل من 3 آلاف جنيه	
				.58481	3.7475	198	من 3 آلاف إلى أقل من 5000 آلاف جنيه	
				.96609	3.3333	21	أكثر من 5000 آلاف جنيه	
				.58133	3.7722	360	الاجمالي	

#### تشير بيانات الجدول (27) إلى ما يلي:

فيما يتعلق بالفرض الفرعي السابع من الفرض الخامس تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير دخل المبحوث؛ حيث بلغت قيمة F (8.605) عند مستوى معنوية 000؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير دخل المبحوث.

**الفرض الفرعي الثامن من الفرض الخامس:**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير الدرجة العلمية التي حصل عليها الباحثون. جدول (28)

يوضح الفروق بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير الدرجة العلمية التي حصل عليها الباحثون.

مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات	الدرجة العلمية	توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية
دالة	.000	2	9.407	.48168	3.8340	259	ليسانس	
				.65573	3.7123	73	ماجستير	
				.95119	3.3571	28	دكتوراه	
				.58133	3.7722	360	الاجمالي	

**تشير بيانات الجدول (28) إلى ما يلي:**

فيما يتعلق بالفرض الفرعي الثامن من الفرض الخامس تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير الدرجة العلمية التي حصل عليها الباحثون؛ حيث بلغت قيمة F (9.407) عند مستوى معنوية 000؛ مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين فيما يتعلق بتوظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- ومتغير ومتغير الدرجة العلمية التي حصل عليها الباحثون.

**النتائج العامة للدراسة:****توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:**

- 1- جاء استخدام الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول في المجال الدعوي بنسبة مرتفعة مع الحرص الدائم على استخدام هذه التطبيقات؛ وهو دلالة على السعي الدائم لتطوير الأداء الدعوي، وتوظيف وسائل الإعلام الجديد في الأنشطة الدعوية المختلفة.
- 2- جاءت أبرز التطبيقات التي يحرص الباحثون على استخدامها في المجال الدعوي متمثلة في "تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي" و"التطبيقات الدينية" والتي

تسهم في التفاعل مع الجمهور وتناول القضايا الجدلية، ومحاولة معالجة آثارها بتوظيف كل الوسائل الدعوية الممكنة.

3- أشارت النتائج إلى الاستخدام المكثف لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- لمواجهة هذا الخطاب، وتفنيد حججه الباطلة، وبلورة رؤية منهجية شاملة لتلافي آثاره، وتوعية الجمهور بكيفية التعامل مع هذا الخطاب من منظور القيم الإسلامية التي تحث على التسامح وقبول الآخر، ونبذ العنف والكراهية الدينية، ونشر ثقافة التعايش السلمي.

4- تصدرت "تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي" أهم التطبيقات التي يقوم المبحوثون بتوظيفها في العمل الدعوي، ثم "تطبيقات تحرير النصوص ومعالجتها"، ثم "تطبيقات الفيديو والمونتاج". وأظهرت هذه النتيجة حاجة المبحوثين لمزيد من الدورات التدريبية للتوظيف الأمثل لتطبيقات الهاتف المحمول وغيرها من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الدعوي والحد من خطاب الكراهية.

5- جاءت أبرز السبل للرد على خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول- صلى الله عليه وسلم- متمثلة في "إظهار احترام الدين الإسلامي للآخر وقبوله"، و"عرض نماذج عبر تطبيقات الهاتف المحمول توضح تعامل الرسول مع الآخر ونشره قيم التسامح والتعايش"، و"إطلاق منصة إعلامية بلغات مختلفة للتعريف بسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم"، و"تشكيل لجنة خبراء قانونية ودولية لرفع دعاوى قضائية على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم"، و"استخدام الهاشتاجات والوسوم التي تحث على الدفاع عن الرسول صلى الله عليه وسلم".

6- توصلت نتائج الدراسة إلى أن تطبيقات الهاتف المحمول أسهمت بدرجة كبيرة في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.

7- أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين معدل تعرض الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لتطبيقات الهاتف المحمول والإسهام في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم، ووجود علاقة ارتباط إيجابية بين تطبيقات الهاتف المحمول التي يعتمد عليها المبحوثون ودرجة إسهامها في الحد من خطاب الكراهية.

- 8- توصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين معدل توظيف الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى لهذه التطبيقات في المجال الدعوي ودرجة إسهامها في الحد من الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- 9- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين توظيف الباحثين لهذه التطبيقات وتفاعلهم مع الجمهور في طرح قضايا الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم.
- 10- أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث توظيفهم لتطبيقات الهاتف المحمول في الحد من خطاب الكراهية المتمثل في الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم ومتغيرات (النوع، والعمر، والمؤسسة التابع لها الباحث، والكلية التي تخرج منها، والدخل، والدرجة العلمية التي حصل عليها).

#### توصيات الدراسة:

- وضع خطة إعلامية دعوية تشارك فيها المؤسسات الدعوية والإعلامية لمواجهة الإساءة للرموز والمقدسات الدينية.
- وضع سياسات إعلامية دعوية تضع نصب أعينها الاهتمام بعقد دورات تدريبية للدعاة والأئمة والوعاظ؛ لاكتساب مهارات التعامل مع تطبيقات الهاتف المحمول وتقنيات الذكاء الاصطناعي لاستخدامها في التواصل مع الجمهور، والحد من خطاب الكراهية والتعصب.
- إجراء المزيد من الدراسات والأبحاث عن رؤية الآخر للرموز والمقدسات الدينية، وكيفية تصحيح الصورة المغلوطة التي تنشرها بعض الصحف والمواقع الإلكترونية الأجنبية وبعض منصات مواقع التواصل الاجتماعي.
- معرفة الجوانب التي تم إغفالها في الدراسات السابقة لتوضع في اعتبارات الباحثين في الدراسات المستقبلية؛ وذلك لجذب انتباههم إلى موضوعات جديدة ومجالات حديثة لتأثيرات ما يقدمه الإعلام الديني على الجماهير.
- توظيف هذه التطبيقات في دعم التواصل والتماسك المجتمعي، وتوطيد أواصر المحبة والسلام والتعايش المشترك بين الأديان المختلفة.
- تمكين الخبراء والمتخصصين في مجال الاتصال وتقنياته من التناول الإعلامي لهذه الظاهرة والاعتماد عليهم في تغطية أحداثها.

- تصنيف الدراسات والبحوث التي قام بها الباحثون في موضوع الدراسة؛ بهدف الوقوف على الدور الذي تؤديه تطبيقات الهواتف الذكية في معالجة خطاب الكراهية من خلال الدعاة والأئمة والوعاظ وباحثي الفتوى.

#### مراجع الدراسة:

(1) Sergio Anders، Castano Harvey Mauricio & Herrera Lopez " Internet social media & Online hate speech. **Systematic review" Aggression and Violent Behavior**، Vol 58، May-June 2021.

(2) إيمان عاشور سيد حسين، تعرض الشباب الجامعي لقضية الإساءة للرسول صلى الله عليه وسلم عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالسلم المجتمعي في مصر، **مجلة البحوث في التربية النوعية**، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا، المجلد السابع، العدد 32، يناير 2021 م.

(3) عبد الحفيظ عبد الجواد درويش، أطر مواجهة الصحف الإلكترونية العربية لأزمة الرسوم المسيئة للرسول محمد صلى الله عليه وسلم، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد السابع والخمسون، الجزء الرابع، أبريل، 2021 م.

(4) محمد حسني حسن محروس، إدارة أزمة الإساءة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم في الصفحات الرسمية دراسة تحليلية لصفحتي الأزهر الشريف وفرنسا 24، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد 56، يناير 2021 م.

(5) Andon Majhosev، Jadranka Denkova& Shenaj Osmanov "Hate Speech on Social Media Networks and Traditional Media in Republic of N. Macdonia" (**Journal of Prosess Management- New Technologies**، International. Vol.8، No3، 2020.

(6) محمد سيد محمد سيد، توظيف وعاز الأزهر لمواقع التواصل الاجتماعي في نوعية الشباب بقضايا التطرف الفكري والديني، دراسة، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد الثالث والخمسون، الجزء الثاني، يناير 2020، ص-ص 721-764.

(7) Binny Mathew، Ritam Dull، Pawan Goyal and Animesh Mukherjee " Spread of Hate Speech in Online social media" **Indian Institute of Technology Kharagpur**، June 2019.

(8) خالد الديب عبد العزيز محمود، خطاب الكراهية وعلاجه في ضوء الدعوة الإسلامية، **حولية كلية الدعوة الإسلامية**، العدد الثلاثون، المجلد الثاني لعام 2018 م.

(9) عادل عبد الله هندي، وسائل التواصل الاجتماعي وتوظيفها الدعوي، الآداب والآثار، **حولية كلية الدعوة الإسلامية**، العدد الثلاثون، المجلد الثاني، 2018 م.

(10) Nermeen Nabil Alazrak "Renewing the religious discourse in Egypt: Attitudes Of the youth towards the new Islamic Preachers" **discourse & impact on them.**

بحث منشور في **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة العدد 61 لسنة 2017 م.  
(11) ياسمين عبد القادر محمد خليل، تأثير نشر الرسوم الكاريكاتيرية المسيئة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم على **المسلمين في الدنمارك**، (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2017 م).

(12) رضا عبدالواحد أمين، الإساءة للنبي صلى الله عليه وسلم في وسائل التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها، بحث مقدم للمؤتمر العالمي عن الرسول صلى الله عليه وسلم الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، المملكة العربية السعودية، يناير 2013 م.

(13) Nasar meer per mouritsen "political culture compared، the Mohamed cartoons in the punish and British press" **Ethnicities** 2009 vol 9 (3) 360.

(14) Frauke Miera & Valerie salapala "The construction of Islam as a public issue in western European countries through the prism of the Muhammed cartoons controversy، A comparison between France and Germany " **Ethnicities** ،vol 9 (3)2009. 383-408. <http://etn.sagepub.com>

(15) Goran Larsson & Lasse Lindekilde "Muslim claims-making in context، comparing the Danish and the Swedish Muhammed cartoons controversies " **Ethnicities**، vol (3)2009. 361-382.

<http://etn.sagepub.com>

(16) بركات عبد العزيز، **مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق**، (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2012م)، ص47.

(17) سمير حسين، **بحوث الإعلام دراسات في مناهج البحث العلمي**، (القاهرة: عالم الكتب، 2006)، ص233.

(18) بوب ماتيويز ليزروس ترجمة محمد الجوهري، **الدليل العلمي لمناهج البحث في العلوم الاجتماعية**، (القاهرة: دار الكتب المصرية المركز القومي للترجمة، 2016م)، ص414.

(19) شارلين هس بيبير باتريشيا ليفي ترجمة هناء الجوهري، **البحوث الكيفية في العلوم الاجتماعية**، (القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2018م)، ص123.

تم تحكيم الاستمارة من الأساتذة الآتي أسماؤهم:

الأستاذ الدكتور/ جمال عبد الحي النجار- أستاذ الصحافة بقسم الصحافة كلية الدراسات الإسلامية والعربية- جامعة الأزهر.

الأستاذ الدكتور/ سعيد الغريب- أستاذ الصحافة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.

الأستاذ الدكتور/ رضا عبدالواحد أمين- أستاذ الصحافة الرقمية بكلية الإعلام- جامعة الأزهر

الأستاذ الدكتور/ أشرف عوض- أستاذ الثقافة والدعوة الإسلامية بكلية الدعوة – جامعة الأزهر.

الأستاذ الدكتور/ محمود الصاوي- أستاذ الدعوة والثقافة الإسلامية بكلية الدعوة- جامعة الأزهر.

(20) أيمن محمد إبراهيم بريك، اتجاهات القائمين بالاتصال نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية المصرية والسعودية- دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، **مجلة البحوث الإعلامية**- جامعة الأزهر، العدد 53-ج2، يناير 2020، ص471.

(21) محمد محمد عبده بكير، تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحفية عبر تقنيات الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم (دراسة في إطار نموذجي الاستخدام والتأثيرات وتقبل التكنولوجيا)، **مجلة البحوث الإعلامية**، جامعة الأزهر، العدد 60، ج2، يناير 2022م، ص635.

(22) محمد عبد الحميد أحمد، توظيف طلاب الإعلام لتطبيقات الهواتف الذكية (Smart Phones) في تطوير جانبي التعليم والتدريب، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 74، مارس 2021م، ص26.

(23) Kumi Ishii، Madison Lyons and Sabrina A. Carr "Revisiting media richness Theory for today and Future" ،**Human Behavior and Emerging Technologies**، Vol1، Issue2. April 2019، p.131.

(24) Kil Soo Such "Impact of Communication medium on task Performance and Satisfaction: an examination of media-richness Theory" ،**Information & Management** 1999، p.259.

(25) محمد حسني محروس، فاعلية المراصد الإعلامية للمؤسسات الدينية في إدارة الأزمات- دراسة تحليلية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد 75، 2021م، ص419.

(26) مصطفى شكري محمد علوان، توظيف المؤسسات الدينية المصرية لمنصات الرقمية في تناول جائحة كورونا- دراسة تحليلية في إطار مفهوم تعدد المنصات، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد التاسع والخمسون الجزء الرابع، أكتوبر 2021م ص1797.

- (27) محمد علي القعاري، نظريات الاتصال- رؤى فلسفية وتطبيقات عملية، (المملكة العربية السعودية، الرياض مكتبة الرشد، 2019م)، 324.
- (28) ثريا أحمد البدوي، مستخدمى الإنترنت- قراءة في نظريات الإعلام الجديد ومناهجه، (القاهرة: عالم الكتب، 2015م)، ص 28.
- (29) مصطفى شكري محمد علوان، مرجع سابق، ص 1797.
- (30) محمد علي القعاري، مرجع سابق، ص 323.
- (31) Katarzyna Stawarz et al. "Use of Smartphone App، Social Media and Web-Based Resources to Support Mental Health and Well-Being: Online Survey" ،**National Library of Medicine، National Center for Biotechnology information** 2019  
Available at:  
Pubmed.ncbi.nlm.nih.gov
- (32) Ladislava Knihova "Mobile Apps as an Integral Part of Media Studies"  
،**Conference: Megatrends & Media 2018**. At: Smolenice Castle، Sl0vaciav، April 2018.
- (33) خالد الديب عبد العزيز محمود، مرجع سابق، ص 679.
- (34) عمرو محمد عبد الحميد، العداء لوسائل الإعلام التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، (القاهرة: دار العربي للنشر والتوزيع، 2019م)، ص 171.
- (35) رضا عبد الواحد أمين، الإساءة للنبي صلى الله عليه وسلم في وسائل التواصل الاجتماعي، مرجع سابق، ص 8.
- (36) سامح محمد عبد الغني، إسماعيل عبد الرازق الشرنوبى، فن الاتصال بالجمهير (بدون ناشر، 2021)، ص 92.
- (37) Amy Schmitz Weiss **OP cit** p435.
- (38) برامود كيه نيار، ترجمة جلال الدين عز الدين علي، مقدمة إلى وسائل الإعلام الجديدة والثقافات الإلكترونية، (مؤسسة هندواي للنشر والتوزيع، 2017)، ص 13.
- (39) Sylvia Chan-Olmsted & Ronen Shay "Understanding Tablet Consumer: exploring the factors that Affect Tablet and Dual Mobile Device Ownership." ، **Journalism & Mass Communication Quarterly** Vol93 (4)2016. P858.
- (40) Keith N. Hmpton، Lauren F. Session & Eun Ja Her "Core Network، Social Isolation and New Media. How Internet and mobile phone use is related to Network Size and diversity" ،**Information Communication & Society** ،August 2014).
- (41) إيمان فتحي عبد المحسن، تعرض طالبات الجامعة للمواقع الصحية الإلكترونية والتطبيقات الصحية بالهواتف الذكية وعلاقتها بمستوى المعرفة الصحية لديهم، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، العدد 61، 2017م، ص 595.
- (42) عهود بنت سلطان الشهريل، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على حوار الأديان، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 73، سنة 2020م، ص 362.
- (43) Richard Moon، 'Religion and hate speech' Hate Speech، Religious Insulte Critique" January 2018.
- (44) Matteo Bonotti 'Religion Hate Speeche and non-domination' **Ethnicities** Vol.17، No.2 April 2017، PP.259-274. Special Issue: Religion and public life.  
Published By: Sage publication، Inc
- (45) Ayse Konkavar 'Hate Speech in New Media' **Academic Journal of Interdisciplinary Studies**، Vol2، No 8، 2013.

(46) Teona Gelashvili "Hate Speech on Social Media Implication of Private regulation and governance gaps JAMMO7 Master Thesis، International Human Rights Law، 30 Higher Education Credits، Spring Term 2018. P.32.

(47) Sule Kilci، Zeynep Benan Dondurucu and Ayse Beynem 'Hate Speech in New Media Environment: The Analysis of you tube videos Containing Hate Speech'، **Academic Journal of Information Technology** (30):2017، pp 155-187.

(48) Matteo Bonotti **OP Cit**، pp 259-274.

(49) أولاف فايكس، دور الأديان في نشر السلام ونبذ العنف والكراهية، (القاهرة: دار القدس العربي، 2018م)، ص25.

(50) محمد قريش شهاب، موقف الأديان من التطرف والعنف وتغليب عقوبة الأذى والقتل دور الأديان في نشر السلام ونبذ العنف والكراهية، (القاهرة: دار القدس العربي، 2018م)، ص62.

(51) عمرو محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 171.

(52) عبد الرحيم درويش، داليا المتبولي، بحوث الإعلام الديني في مصر، دراسة تحليلية من المستوى الثاني، بحوث المؤتمر العلمي الثالث للمعهد الدولي العالي بالإعلام بالشروق، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد الخامس 2018م، ص 11.

(53) جمال عبد الحي النجار، مرجع سابق، ص7.

(54) موقع اليوم السابع، الأربعاء 28 أكتوبر 2020 الساعة 10:55 صباحًا.

مناح على الرابط [m.youm7.com](http://m.youm7.com)

(55) موقع اليوم السابع، الأحد 28 مارس 2021 الساعة 00:33 صباحًا.

مناح على الرابط [m.youm7.com](http://m.youm7.com)

(56) موقع المصري اليوم، الأربعاء 2-9-2020م الساعة: 21،44

(57) موقع اليوم السابع الثلاثاء 11 يناير 2022م الساعة 08:28

مناح على الرابط [m.youm7.com](http://m.youm7.com)

(58) أحمد زايد، صوت الإمام الخطاب الديني من السياق إلى التلقي، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، مكتبة الأسرة، 2019م)، ص 21.

(59) عرفة أحمد عامر، تحسين صورة الإسلام والمسلمين على الفضائيات الإسلامية خلال فترة التحول الديمقراطي العربي، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد السادس والثلاثون، أكتوبر 2011م، ص15.

(60) بوابة الأهرام 11-3-2021م

مناح على الرابط

[http:// gate.ahram.org.eg](http://gate.ahram.org.eg)

(61) أماني عبد الرؤوف محمد، آليات تصحيح صورة المسلم علي شبكة الإنترنت- دراسة تحليلية نقدية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 2 2016 ص 351.

(62) شريف درويش اللبان، مرجع سابق، ص 128.

(63) هديل مصطفى الخولي، الإرهاب عبر الشبكة العنكبوتية (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب مكتبة الأسرة، 2015م) ص 50.

(64) أحمد الطيب، لقاء جنيف دور الأديان في نشر السلام ونبذ العنف والكراهية من أعمال الندوة الدولية لمجلس حكماء المسلمين ومجلس الكنائس العالمي المنعقدة بجنيف بسويسرا في: 30 سبتمبر- 1 أكتوبر 2016م، (القاهرة: دار القدس العربي، 2018م)، ص 13.

(65) أولاف فايكس تفت، لقاء جنيف دور الأديان في نشر السلام ونبذ العنف والكراهية من أعمال الندوة الدولية لمجلس حكماء المسلمين ومجلس الكنائس العالمي المنعقدة بجنيف بسويسرا في: 30 سبتمبر- 1 أكتوبر 2016م، (القاهرة: دار القدس العربي، 2018م)، ص 27.

(66) جرجيس بولس يوحنا، كلمة في التعايش، ملخص أعمال مؤتمر الأزهر العالمي لمواجهة التطرف والإرهاب المنعقد في 3-4 ديسمبر 2014م، (القاهرة: دار القدس العربي، 2018م)، ص 149.



- (67) رفعت السيد العوضي، تأسيس دولة المواطنة في الإسلام (الأزهر الشريف، مجمع البحوث الإسلامية، السلسلة العملية، 2019م)، ص 8.
- (68) عرفة أحمد عامر، مرجع سابق، ص 27.
- (69) محي الدين عفيفي أحمد، الغلو والتطرف، من أعمال مؤتمر الأزهر العالمي لمواجهة التطرف والإرهاب 3-4 ديسمبر 2014، (الأزهر الشريف، مجمع البحوث الإسلامية، سلسلة مجمع البحوث الإسلامية، السنة الثامنة والأربعون، 2017)، ص 63.
- (70) محمد إبراهيم بسيوني هاشم، صورة الداعية المسلم في الدراما العربية (مسلسل الداعية نموذجًا)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة الأزهر: كلية الدعوة، قسم الثقافة الإسلامية، 2020م)، ص 72.
- (71) مقابلة مع الدكتور/ عياد نظير- الأمين العام لمجمع البحوث الإسلامية- بمكتبه يوم الثلاثاء 2022/1/25م.
- (72) مقابلة متعمقة مع الدكتور/ مصطفى شكري- المشرف علي الدورات التدريبية بأكاديمية الأزهر العالمية للتدريب بمجمع البحوث الإسلامية- يوم السبت 2022/1/ 22م الساعة الواحدة ظهرًا.
- (73) فودة محمد علي عيشة، استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف، مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 57، 2021، ص 1669.
- (74) عبدالحفيظ عبد الجواد درويش، أطر مواجهة الصحف الإلكترونية العربية لأزمة الرسوم المسيئة للرسول محمد صلى الله عليه وسلم، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، العدد 57، 2021م، ص 1953.
- (75) فودة محمد علي عيشة، مرجع سابق، ص 1693.
- (76) عبد الحفيظ عبد الجواد درويش، مرجع سابق، ص 1954.
- (77) مقابلة متعمقة مع الدكتور/ محمد سيد محمد- مدير المركز الإعلامي لمجمع البحوث الإسلامية- بمكتبه بتاريخ 2022/1/22م الساعة العاشرة صباحًا.
- (78) فودة محمد علي عيشة، مرجع سابق، ص 1693.

## References

Sergio Anders, Castano Harvey Mauricio & Herrera Lopez " Internet social media & Online hate speech. **Systematic review" Aggression and Violent Behavior**, Vol 58, May-June 2021.

-Hussain, E. (2021), taearad alshabab aljamieiu liqadiat al'iisa'at lilrasul salaa allah ealayh wasalam eabr alshabakat alaijtimaeiat waealaqatih bialsilm almujtamaeii fi masr, majalat albuqhuth fi altarbiat alnaweiat, kuliyyat altarbiat alnaweiat, jamieat Alminyaa, 32(7).

-Darwish, A. (2021). 'atr muajahat alsuhuf al'iiliktruniat allearabiyyat li'azmat alrusum almusiyat lilrasul muhamad salaa allah ealayh wasalama, majalat albuqhuth al'ieliamiyyat, jamieat Al'azhar, 57(4).

-Mahrous, M. (2021), 'iidarat 'azmat al'iisa'at lilnabii muhamad salaa allah ealayh wasalam fi alsafahat alrasmiiyyat dirasatan tahliliyyat lisafhatay al'azhar alsharif wafaransa 24, majalat albuqhuth al'ieliamiyyat, jamieat Al'azhar, 56(2).

(78) Andon Majhosev, Jadranka Denkova & Shenaj Osmanov "Hate Speech on Social Media Networks and Traditional Media in Republic of N. Macdonia" (**Journal of Prosess Management- New Technologies**, International. Vol.8, No3, 2020.

-Sayid, M. (2020). tawzif waeaz al'azhar limawaqie altawasul alaijtimaeii fi naweiat alshabab biqadaya altataruf alfikriyyat walidiyyat, dirasata, majalat albuqhuth al'ieliamiyyat, jamieat Al'azhar, 53(2), 721-764.

(78) Binny Mathew, Ritam Dull, Pawan Goyal and Animesh Mukherjee" Spread of Hate Speech in Online social media" **Indian Institute of Technology Kharagpur**, June 2019.

-Mahmud, K. (2018). khataab alkarahiyyat waeilajuh fi daw' aldaawat al'iislamiyyat, hawliyyat kuliyyat Aldaawat al'iislamiyyat, 30(4).

-Hindi, K. (2018). wasayil altawasul alaijtimaeii watawzifuha aldaewi, aladab waluwathar, hawliyyat kuliyyat Aldaawat al'iislamiyyat, 30(1).

(78) Alazrak, N. (2017). "Renewing the religious discourse in Egypt: Attitudes Of the youth towards the new Islamic Preachers" discourse & impact on them. The Egyptian Journal of Media Research, Cairo University, 61(1).

-Khalil, Y. (2017). tathir nashr alrusum alkarikatiriyyat almusiyat lilnabii muhamad salaa allah ealayh wasalam ealaa almuslimin fi Aldanimarki, (jamieat Alsharq Al'awsat, kuliyyat al'ieliamiyyat).

-Amin, R. (2013), al'iisa'at lilnabii salaa allah ealayh wasalam fi wasayil altawasul alaijtimaeii wasubul muajahatiha, bahath muqadim lilmutamar alealamiyyat ean alrasul salaa allah ealayh wasalam aljamieat Al'iislamiyyat, almadinat almunawarati, Almamlakat Allearabiyyat Alsueudiyyat.

(78) Nasar meer per mouritsen "political culture compared, the Mohamed cartoons in the punish and British press" **Ethnicities** 2009 vol 9 (3) 360.

(78) Frauke Miera & Valerie Salapala "The construction of Islam as a public issue in western European countries through the prism of the Muhammed cartoons controversy: A comparison between France and Germany " **Ethnicities** ,vol 9 (3)2009. 383-408. <http://etn.sagepub.com>

(78) Goran Larsson & Lasse Lindekilde "Muslim claims-making in context: comparing the Danish and the Swedish Muhammed cartoons controversies " **Ethnicities** , vol (3)2009. 361-382.

<http://etn.sagepub.com>

-Abd Aleaziza, B. (2012). manahij albaht al'ielamii al'usul alnazarat wamaharat aldatbiqi, (Alqahira: dar Alkitaab alhadithi).

-Husayn, S. (2006). buhuth al'ielam dirasat fi manahij albaht aleilmi, (Alqahirati: Alam Alkutub,).

-Lizrus, B. (2016). tarjamat Muhamad Aljawhari, aldalil aleilmiu limanahij albaht fi aleulum aliajtimaeiati, (Alqahira: dar al kutub Almisriat almarkaz alqawmia liltarjamati).

-Levy, S. (2018). tarjamat Hana' Aljawhari, albuht alkaayfiat fi aleulum aliajtimaeiati, (Alqahira: almarkaz alqawmia liltarjamati, 2018m), s 123.

-Brik, A. (2020). aitijahat alqayimin bialaitisal nahw aistikhdam taqniaat aldhaka' alaistinaeii fi almuasasat alsahufiat almisriat walsaeudiati- dirasat maydaniatan fi 'iitar alnazarat almuahadat liqabul waistikhdam altiknulujiia ((UTAUT, majalat albuht al'ielamiati- jamieat Al'azhara, 53(2).

-Bakir, M. (2022). taqabal aljumarh liaistikhdamat aldatbiqat alsahufiat eabr taqniaat alhawatif aldhakiat fi almamlakat alarabiati alsaeudiati watathiratiha alaitisaliati ealayhim (dirasat fi 'iitar namudhajay alaistikhdam waltaathirat wataqabul altiknulujiia), majalat albuht al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 60(2).

-Ahmed, M. (2021), tawzif tulaab al'ielam litatbiqat alhawatif aldhakia (Smart Phones) fi tatwir janibay altaelim waltadrib, almajalat Almisriat libuht al'ielami, 74(2),.

(78) Kumi Ishii, Madison Lyons and Sabrina A. Carr "Revisiting media richness Theory for today and Future" **Human Behavior and Emerging Technologies** , Vol1, Issue2. April 2019, p.131.

(78) Kil Soo Such "Impact of Communication medium on task Performance and Satisfaction: an examination of media-richness Theory" **Information & Management** 1999, p.259.

-Mahrous, M. (2021), faeiliat almarasid al'ielamiati lilmuasasat aldiyniat fi 'iidarati al'azmati- dirasat tahliliata, almajalat almisriat libuht al'ielami, jamieat Alqahira, 75(2).

-Alwan, M. (2021), tawzif almuasasat aldiyniat almisriat liminasatiha alraqamiati fi tanawul jayihat kuruna- dirasat tahliliatan fi 'iitar mafhum taeadud alminasaati, majalat albuht al'ielamiati, 59(1).

- Alqaeari, M. (2019). nazariaat aliatisali- ruy falsafiat watatbiqat eamaliati, (almamlakat Alearabiat Alsueudiati, Alriyad maktabat alrishdi).
- Albadaway, T. (2015). mustakhdimi al'iintirnit- qira'atan fi nazariaat al'ielam aljadid wamanahijih, (Alqahira: Alim Alkutub).
- (<sup>78</sup>) Katarzyna Stawarz et al. "Use of Smartphone App, Social Media and Web-Based Resources to Support Mental Health and Well-Being: Online Survey" **‘National Library of Medicine’ National Center for Biotechnology information 2019**  
Available at:  
Pubmed.ncbi.nlm.nih.gov
- (<sup>78</sup>) Ladislava Knihova "Mobile Apps as an Integral Part of Media Studies" **‘Conference: Megatrends & Media 2018**. At: Smolenice Castle, Slovakia, April 2018.
- Abd alhamidi, A. (2019). aleadaa' liwasayil al'ielam altahadiyat almihniat waistieadat thiqat aljumphur, (Alqahira: dar Alearabii lilnashr waltawzie).
- Abd alghani, S. (2021), fana aliatisal bialjamahir.
- Nayyar, P. (2017), tarjamat Jalal aldiyn Ezz aldiyn, muqadimat 'iilaa wasayil al'ielam aljadidat walthaqafat al'iiliktruniati, (muasasat hindawiin lilnashr waltawziei).
- Sylvia Chan-Olmsted & Ronen Shay "Understanding Tablet Consumer: exploring the factors that Affect Tablet and Dual Mobile Device Ownership." **‘ Journalism & Mass Communication Quarterly Vol93 (4)2016**. P858.
- (<sup>78</sup>) Keith N. Hampton, Lauren F. Session & Eun Ja Her "Core Network, Social Isolation and New Media. How Internet and mobile phone use is related to Network Size and diversity" **‘Information Communication & Society’** (August 2014).
- Abd almuhsin, E. (2017). taerid talibat aljamieat lilmawaqie alsihiyat al'iiliktruniat waltatbiqat alsihiyat bialhawatif aldhakiyat waealaqatiha bimustawaa almaerifat alsihiyat ladayhim, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahirat, 61(4).
- Al-Shuhail, A. (2020), 'athar wasayil altawasul alaijtimaeii ealaa hiwar al'adyan, almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahira, 73(2).
- (<sup>78</sup>) Richard Moon, 'Religion and hate speech" Hate Speech, Religious Insults Critique" January 2018.
- (<sup>78</sup>) Matteo Bonotti 'Religion Hate Speech and non-domination' **Ethnicities Vol.17, No.2 April 2017, PP.259-274**. Special Issue: Religion and public life.  
Published By: Sage publication, Inc
- (<sup>78</sup>) Ayse Konkavar 'Hate Speech in New Media' **Academic Journal of Interdisciplinary Studies, Vol2, No 8, 2013**.
- (<sup>78</sup>) Teona Gelashvili "Hate Speech on Social Media Implication of Private regulation and governance gaps JAMMO7 Master Thesis, International Human Rights Law, 30 Higher Education Credits, Spring Term 2018. P.32.

(78) Sule Kilci, Zeynep Benan Dondurucu and Ayse Beynem 'Hate Speech in New Media Environment: The Analysis of you tube videos Containing Hate Speech' **Academic Journal of Information Technology** (30):2017, pp 155-187.

(78) Matteo Bonotti **OP Cit**, pp 259-274.

-Weiks, O. (2018)., dawr al'adyan fi nashr alsalam wanabdh aleunf walkarahiati, (Alqahira: dar Alquds alearabii).

-shihab, M. (2018). mawqif al'adyan min altataruf waleunf wataghliz euqubat al'adhaa walqatl dawr al'adyan fi nashr alsalam wanabdh aleunf walkarahiati, (Alqahira: dar Alquds alearabii).

-Darwish, A. (2018), buhuth al'ielam aldiynii fi masra, dirasat tahliliatan min almustawaa althaani, buhuth almutamar aleilmii althaalith lilmaehad alduwalii aleali bial'ielam bi Alshuruq, majalat albuqhuth waldirasat al'ielamiati, 5(2), .

m.youm7.com

-Zayid, A. (2019). sawat al'iimam alkhitaab aldiyniu min alsyaaq 'iilaa altalqi, (Alqahira: Alhayyat Almisriat aleamat lilkitabi, maktabat Al'usrati).

-Amer, A. (2011), tahsin surat al'iislam walmuslimin ealaa alfadayiyaat al'iislatiati khilal fatrat altahawul aldiymuqrati allearabii, majalat albuqhuth al'ielamiati, jamieat Al'azhar, 33(2).

[http:// gate.ahram.org.eg](http://gate.ahram.org.eg)

-Muhamad, A. (2016). aliat tashih surat almuslim ealiin shabakat al'iintirnta- dirasat tahliliat naqdiatun, majalat albuqhuth waldirasat al'ielamiati, 2(5) .

-Alkhuli, H. (2015). al'iirhab eabr alshabakat aleankabutia (Alqahira: Alhayyat Almisriat aleamat lilkitab maktabat Al'usrat) .

-Altayb, A. (2018).liqa' jinif dawr al'adyan fi nashr alsalam wanabdh aleunf walkarahiat min 'aemal alnadwat alduwaliat limajlis hukama' almuslimin wamajlis alkanayis alealamii almuneaqadat bi Jinif bisuisra fi:30 sibtambar- 1'uktubar 2016m, (Alqahira: dar Alquds alearabii).

-Toft, O. (2018)., liqa' jinif dawr al'adyan fi nashr alsalam wanabdh aleunf walkarahiat min 'aemal alnadwat alduwaliat limajlis hukama' almuslimin wamajlis alkanayis alealamii almuneaqadat bijinif bisuisra fi:30 sibtambar- 1'uktubar 2016m, (Alqahira: dar Alquds alearabii).

-Yohanna, G. (2018), kalimat fi altaeyyishu, mulakhas 'aemal mutamar al'azhar alealamii limuajahat altataruf wal'iirhab almuneaqad fi 3-4 disambir 2014m, (Alqahira: dar alquds alearabii).

-Al-Awadi, R. (2019)., tasis dawlat almuatanat fi al'iislam (Al'azhar alsharifi, majamae albuqhuth al'iislatiati, alsilsilat aleamaliata).

-Ahmed, M. (2017)., alghuluu waltatarufu, min 'aemal mutamar al'azhar alealamii limuajahat altataruf wal'iirhab 3-4 disambir 2014, (al'azhar alsharifi, majamae albuqhuth al'iislatiati, silsilat mujamae albuqhuth al'iislatiati, alsanat althaaminat wal'arbaeun, 2017),.

-Hawash, M. (2020)., surat aldaaeiat almuslim fi aldirama alearabia (musalsal aldaaeiat nmwdhjan), risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Al'azhar: kuliyyat aldaewati, qism althaqafat al'iislamiati).

-Eisha, F. (2021), aistikhdam aldueaat limawaqie altawasul aliajtimaeii waealaqatih bi'asalibihim fi altasadiy lilfikir almutatarifi, majalat albuqhuth al'iislamiati, 57(2).

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

---

## Chairman: Prof. Mohamed Elmahasawy

President of Al-Azhar University

---

## Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of 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](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

● Issue 62 July 2022 - part 2

● Deposit - registration number at Darekhotob 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.