

المرشد الدعوي الرقمي

مفهومه، أهميته، مشروعيته، أهدافه، ضوابطه، وأثره على المتلقي

The Digital Da'wah Mentor: Concept, Significance, Legitimacy, Objectives, Guidelines, and Impact on the Audience

[10.35781/1637-000-141-002](#)

د. فاطمة بنت سعود الكحيلي*

*أستاذ الدعوة والحسبة المشارك بجامعة طيبة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية
قسم الدراسات الإسلامية

الملخص

الرقمية في نشر الرسالة الإسلامية، رغم الترحيب الرسمي بها. وقد اعتمد البحث المنهجين الاستقرائي والاستنباطي لجمع البيانات وتحليلها وتصنيفها، مع دراسة مشروعيتها وأهدافها وضوابطها، وقياس أثرها على المتلقي بالأسلوبين الكمي والنوعي، وأظهرت نتائج البحث أن مشروع المرشد الدعوي الرقمي يمثل حاجة أساسية للبيئة الرقمية الدعوية، إذ يساهم في خدمة علم الدعوة وفروعه، ويعزز مصداقية المحتوى الديني، وقوة تأثيره في بناء الإنسان المسلم عقدياً، وفكرياً، وسلوكياً، واجتماعياً وأخلاقياً، مما يجعل البيئة الرقمية أكثر فائدة وتنظيماً وفاعلية.

الكلمات المفتاحية: الدعوة الرقمية،
المرشد الديني، التقنية الحديثة

يتناول هذا البحث موضوع "المرشد الدعوي الرقمي: مفهومه، أهميته، مشروعيته، أهدافه، ضوابطه، وأثره على المتلقي" ويهدف إلى دراسة إنشاء منصة رقمية أو تطبيق يعمل كداعية متخصص وقد يكون نظام تقني، يقدم التوجيه والإرشاد الدعوي عبر الوسائط الرقمية، مستفيداً من أدوات التقنية الحديثة. ويسعى المشروع إلى تحقيق أهداف الدعوة الإسلامية بأساليب تفاعلية مؤثرة، ومنضبطة شرعاً، مع تأسيس هوية دعوية رقمية تابعة لجهة رسمية نظامية تمنح الأفراد والمؤسسات الاعتماد للقيام بالدعوة الرقمية وفق لوائح تنظيمية وتشريعية، وتبرز أهمية البحث من الحاجة الملحة لتطوير الدعوة الرقمية في العالم العربي، إذ لوحظ تأخر في استثمار الوسائط

The Digital Da'wah Mentor: Concept, Significance, Legitimacy, Objectives, Guidelines, and Impact on the Audience

Dr. Fatimah bint Saud Al-Khuhaili*

*Associate Professor of Da'wah and Hisbah

Department of Islamic Studies, College of Arts and Humanities
Taibah University, Al-Madinah Al-Munawwarah, Saudi Arabia

Abstract

This study explores "The Digital Da'wah Guide: Its Concept, Importance, Legitimacy, Objectives, Guidelines, and Impact on the Recipient", aiming to develop a digital platform or application that functions as a specialized preacher or technical system. It delivers guidance and religious counseling through digital media, employing modern technological tools to achieve Islamic da'wah objectives interactively and Sharia-compliantly. The platform establishes an official digital da'wah identity, granting individuals or organizations authorization to conduct digital Islamic da'wah under regulatory and legislative frameworks. The study highlights the urgent need to advance digital da'wah in the Arab world, given the delayed

utilization of digital media despite official encouragement. Using inductive and deductive methods, the research collects, analyzes, and classifies data, examining legitimacy, objectives, guidelines, and the impact on recipients through quantitative and qualitative approaches. Findings indicate that the Digital Da'wah Guide is essential for enhancing the credibility and effectiveness of online da'wah, positively influencing Muslims intellectually, behaviorally, socially, ethically, and doctrinally, while making the digital environment more organized and impactful.

Keywords: Digital Da'wah, Religious Guide, Modern Technology

المقدمة:

الحمد لله حمد الشاكرين، حمداً يملأ السماوات السبع والأرضين، كما يُحب ربُّنا ويرضى،
والصلاة والسلام على منْ لا نبي بعده، إمام الدعاة إلى الله تعالى، وهادِيهم إلى منهج الصراط المستقيم،
وسيد ولد آدم أجمعين، صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه الأبرار الطيبين الطاهرين؛ رضوان الله
عليهم أجمعين، وعلى من اقتفى أثره واتبع سنته إلى يوم الدين.
ثمَّ أما بعد:

شهدت السنوات الأخيرة تحولات كبيرة في مجال الدعوة الإسلامية، نتيجة الانتشار الواسع
للتقنيات الرقمية، ووسائل التواصل الحديثة، ذات التأثير العالي على جمهور المتابعين، في توجيه الرأي
العام، وخلق الاتجاهات والأفكار، وفتح مساحات للحوار مع المسلمين وغير المسلمين، فيما يخص
موضوعات الدعوة إلى الله تعالى، وأصولها ومبادئها، الأمر الذي أسهم في ابتكار فكرة، ومشروع
المرشد الدعوي الرقمي، كأداة فاعلة لنشر المعرفة الدنيّة، وبيان أهميتها، وضوابطها والثابت منها
والمغيّر.

ويقصد بالمرشد الدعوي الرقمي: داعية متخصص، وقد يكون نظام معلومات مقنّنة، مثل
الذكاء الاصطناعي، يقدم التوجيه والإرشاد الدعوي عبر الوسائط الرقمية، باستخدام أدوات التقنية
الحديثة، لتحقيق أهداف الدعوة إلى الله تعالى، بطرق تفاعلية مؤثرة، ومنضبطة شرعاً.
ويكون له لأئحة رسمية تنظمه، وجهة تشرف عليه، وتمنح الترخيص المناسب له، وتدعو
الراغبين للانضمام تحت مظلة المرشد الدعوي الرقمي، بصورة عمل مؤسسي، مبني على رؤية، ورسالة
ذات أهداف، واستراتيجيات مرحلية تجعل الدعوة إلى الله تعالى الرقمية منظمة لا عشوائية، ذات نتائج
يمكن رؤيتها، وقياسها على أرض الواقع، وفي العالم الرقمي.

أهمية البحث:

على الرغم من تزايد النشاط الدعوي على المنصات الرقمية مثل: أكس، وتيك توك، وسناب
شات، وفيس بوك، وانستغرام، وتليجرام، في العالم العربي، يُلاحظ أنّ مفهوم المرشد الدعوي الرقمي
كمصطلح رسمي وموحد؛ غائب تماماً، فالحجّات الرسمية مثل وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف
والدعوة والإرشاد في السعودية لم تصدر حتى الآن تعريفاً محدداً أو اعتماداً رسمياً للأفراد الذين
يمارسون الدعوة الرقمية تحت هذا المسمى "المرشد الدعوي الرقمي" مع وجود عدد كبير من الأفراد
النشيطين الذين يقومون بالدعوة في المنصات الرقمية، التي هي وسائل التواصل الاجتماعي، هؤلاء قد
يطلق عليهم مؤثرون دينيون، أو دعاة رقميون، أو مرشدون دينيون، وتختلف المسميات حسب المنصة
الرقمية، والمحتوى، والجمهور، والأسلوب الدعوي المتبع.

إنَّ غياب التعريف الرسمي ومواءمته مع الممارسة الفعلية في المنصات الرقمية التي صارت جزءاً أساسياً في حياة الناس في التواصل، يشكل هذا الغياب فجوة علمية مهمة يمكن استثمارها في البحث الأكاديمي، من خلال اقتراح فكرة مبتكرة بعنوان " المرشد الدعوي الرقمي " ودراسة خصائصه، وأدواته، وأساليبه، وأثره على الجمهور، ومدى الحاجة إلى تنظيم أو اعتماد رسمي له، ومن ثمَّ يمكن للباحث أن يقدم تعريفاً علمياً واضحاً للمصطلح، مستنداً إلى الواقع الرقمي، بما يضيف قيمة علمية، ويضع أسساً للبحوث المستقبلية في هذا المجال.

إنَّ العمل المؤسسي الذي يعتمد على التنظيم، والتوزيع المنهجي للمهام، بحيث تكون المسؤوليات والقرارات موزعة حسب لوائح المؤسسة، وليس مبنية على الفردية، والذي يعمل ضمن توجهات استراتيجية بعيدة المدى⁽¹⁾، هذا النوع من العمل المؤسسي هو الذي يحقق الأهداف، ويضمن الاستمرارية، ويقلل الفوضى والارتجال، ويعزز العمل الجماعي والتشاركي، والأقوى أنه يحافظ على الشخصية الإسلامية المتزنة التي تُعرف بالوسطية والاعتدال، وسط انحرافات فكرية كثيرة تؤثر على الجمهور الرقمي في الإفراط والتفريط، مما ينتج عنه فريق متشدد متقطع، وفريق متساهل حد تمييع الثوابت الشرعية.

فتأسيس هوية دعوية رقمية تابعة لجهة رسمية نظامية، تمنح الأفراد أو المؤسسات تصريحاً أو اعتماداً للقيام بالدعوة الإسلامية الرقمية وفق لوائح تنظيمية وتشريعية، بمسمى المرشد الدعوي الرقمي، يُعد مطلباً جاداً، ومهمة لا تنتظر التأجيل، وسط واقع رقمي؛ بدأ يتولى قيادة العالم وتوجيهه.

أسباب الاختيار:

من الأسباب الداعية لكتابة بحث " المرشد الدعوي الرقمي، مفهومه، أهميته، مشروعته، أهدافه، ضوابطه، وأثره على المتلقي " ما يلي:

- 1- التأخر في التطوير الرقمي الدعوي على مستوى العالم العربي، والسبب هو أنَّ المنصات الرقمية حديثة النشأة، وتقريباً لها 15-20 سنة، منذ عام 2006م، وتوسعت مع انتشار الهواتف الذكية⁽²⁾.
- 2- غياب الاهتمام المباشر، أو ترتيب الأولويات، أو عدم وجود الفكرة أصلاً، فعدم تصنيف المرشد الدعوي الرقمي كحاجة ملحة لإنشاء فئة جديدة أو مصطلح رسمي مستقل، كل ذلك واقع يدعو إلى ضرورة الرعاية والعناية بفكرة الإرشاد الدعوي الرقمي.

¹ - بلال، عبد الحكيم، العمل المؤسسي في المنظمات الإسلامية، المفهوم، الأسس، المقومات، (ص33).

² - وليد، خالد، شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، (ص45).

3-لا يوجد منع أو رفض للفكرة بشكل صريح، بل يوجد تشجيع ودعم على استخدام المنصات الرقمية للدعوة والإرشاد ضمن ضوابط عامة، مثل المحتوى المقبول، وعدم التحريف، واحترام القيم والأخلاق الإسلامية⁽¹⁾.

4-قوة التأثير والتوجيه للمنصات الرقمية على جمهور الناس المتابعين، فهي أداة مؤثرة في قيادة الفكر، وبلورة الاتجاهات العامة عبر التحكم في المعلومات ورسائل التأثير، فهي قادرة على إحداث تفاعلات سياسية، واجتماعية، وفكرية، ودينية، فهي تمثل الأمن الوطني في عدة جوانب، وهذا يجعل أهمية العمل المؤسسي من قبل الدولة تجاه قيادة هذه المنصات الرقمية خاصة الجانب الدعوي الرقمي أمر ملح، وحاجة ضرورية⁽²⁾ و⁽³⁾.

5-إسهام البحث في تقديم نموذج معرفي يمكن أن يُستفاد منه في تصميم التطبيقات الدعوية النظرية والعملية، والمشروعات الدعوية الرقمية بشكل مثمر ومفيد.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

- 1- اقتراح فكرة مبتكرة في المجال الدعوي الرقمي بعنوان: المرشد الدعوي الرقمي.
- 2-بيان مفهوم المرشد الدعوي الرقمي، وماهيته، ومحتواه، وجمهوره.
- 3-تأصيل مفهوم المرشد الدعوي الرقمي، من منظور شرعي ودعوي وبيان موقعه ضمن منظومة العمل الدعوي المعاصر.
- 4- وضع الضوابط الشرعية والمنهجية التي تحكم عمل المرشد الدعوي الرقمي، بما يضمن التزامه بالمنهج السليم.
- 5-اقتراح معايير علمية لتقويم أداء المرشد الدعوي الرقمي، وضمان توافقه مع مقاصد الشريعة، وخصائص الخطاب الدعوي الرشيد.
- 6-تحليل أثر المرشد الدعوي الرقمي على الملتقي، من حيث الوعي الديني، والتفاعل، وبناء الاتجاهات السلوكية، والإيمانية.

¹ - ينظر: اللائحة التنظيمية لشؤون الدعوة والدعاة، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد المملكة العربية السعودية،

<https://www.moia.gov.sa/Rules/Pages/Details.aspx?ID=11>

² - ينظر: الشهري، حنان، أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، ص (88).

³ - ينظر: المدني، أسامة غازي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى نموذجا، (ص44).

6- عرض رؤية مستقبلية للمرشد الدعوي الرقمي كتطبيق رقمي، وترخيص رسمي معتمد للأفراد أو الجهات.

7- بيان كيفية قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي في العالم الرقمي على المتابعين.

مشكلة البحث وتساؤلاته:

إنَّ تسارع التحول الرقمي ودخول الوسائط الالكترونية في كل مجالات الحياة، أصبحت الدعوة إلى الله ﷻ موجودة في المنصات الرقمية مع وجودها في المنابر التقليدية، ممَّا أوجد أنماطاً حديثة من التواصل الدعوي، الذي يمكن تسميته المرشد الدعوي الرقمي وهو شخصية أو منظومة رقمية تقدم التوجيه الديني والإرشاد الدعوي عبر الانترنت والذكاء الاصطناعي والتطبيقات التفاعلية.

ورغم هذا الانتشار ما تزال الهوية الرقمية للمرشد الدعوي الرقمي غير معرَّفة، فما مفهومها، وما محتواها، ومن هو جمهورها، وما مشروعيتها، وأهدافها وضوابطها، وما المعايير الخاصة التي تتعلق بهذه الهوية، وما أثرها على المتلقي، ومن هنا تظهر مشكلة البحث، التي تتطلب الإجابة عن التساؤلات التالية:

- 1- ما المقصود بمصطلح المرشد الدعوي الرقمي؟ هل هو شخص؛ أم منظومة؛ أم تطبيق تفاعلي؟
- 2- ما الفرق بين المرشد الدعوي الرقمي والمرشد الدعوي التقليدي، والدعاة الرقميون، والمؤثرون الدينيون الرقميون؟
- 3- ما أهمية وجود مرشد دعوي رقمي في ضوء المتغيرات التقنية والإعلامية الحديثة؟
- 4- ما مشروعية استخدام التكنولوجيا والتقنية في المرشد الدعوي الرقمي من منظور شرعي؟
- 5- ما الأهداف التي يسعى المرشد الرقمي الدعوي إلى تحقيقها في العالم الرقمي؟
- 6- ما الضوابط الشرعية والمنهجية التي يجب أن تراعى عند إنشاء أو تشغيل المرشد الدعوي الرقمي؟
- 7- ما المخاطر أو الانحرافات المحتملة في حال غياب تلك الضوابط؟
- 8- ما أثر المرشد الدعوي الرقمي على سلوك المتلقي ووعيه الديني؟ وكيف يمكن قياس فاعليته؟

الدراسات السابقة:

لأهمية الدعوة إلى الله تعالى، وعظيم أثرها في حياة الناس، لأنها تمثل الإسلام الذي ندين به لله تعالى، فقد كتب الباحثون والمختصون؛ الكثير من البحوث والأوراق العلمية، عن دور المنصات الرقمية في الدعوة إلى الله تعالى، وأقيمت المؤتمرات والملتقيات لمناقشة موضوع الخطاب الدعوي الرقمي، والدعوة الرقمية، والدعاة الرقميون، وتحدثوا عن الفرص، والتحديات، والاستراتيجيات، وعن الأثر الديني على المتابعين الرقمين، ووضعوا رؤى استشرافية لمستقبل الدعوة الرقمية، ويُعد هذا

البحث رؤية استشرافية مستقبلية، ومقترح رقمي مبتكر، في تخصص الدعوة إلى الله، وفيما يلي استعراض لبعض هذه الدراسات والبحوث:

- 1- (توظيف التقنية الحديثة في خدمة الدعوة إلى الله، الأهمية، الضوابط، المجالات) خالد سعد الزهراني، بحث علمي، الجامعة الإسلامية، السعودية، الناشر: جامعة الأزهر، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، المجلد (40) ص (1-112) سنة 2021م⁽¹⁾.
- 2- (الحكمة في الدعوة من خلال تقنيات التواصل الحديثة) لولوه سليمان الغنام، بحث علمي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة، الناشر: مجلة البحوث الإسلامية، مجلد (5) عدد (33) سنة النشر: 2019م⁽²⁾.
- 3- (الضوابط التطبيقية لتوظيف تقنية المعلومات في خدمة الدعوة) خالد محمد البداح، بحث علمي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة، الناشر: مجلة العلوم الشرعية، العدد (19) سنة 1432هـ⁽³⁾.
- 4- (توظيف الإعلام الرقمي في الدعوة الإسلامية، رؤية استشرافية) أحمد الندي، إيهاب عويس، علي دقميسة، بحث علمي، مجلة العلوم الإسلامية، ماليزيا، مجلد (37) عدد (1) سنة 2025م⁽⁴⁾.
- 5- (دور المؤثرين الإسلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المعرفة الدينية لدى الشباب الجامعي) مروة محمود، وآية الفخراني، بحث علمي، جامعة القاهرة، كلية الإعلام: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد (82) (ج2) سنة 2023م⁽⁵⁾.
- 6- (الخطاب الديني في العصر الرقمي) عبد الكريم الوزان، بحث علمي، جامعة السويس، كلية الإعلام، مجلة بحوث الإعلام الرقمي، مجلد (2) عدد (1) سنة 2023م⁽⁶⁾.

¹ - رابط البحث:

https://bfdm.journals.ekb.eg/article_192435_e905d9e3170902120cec2719c1a42699.pdf

² - رابط البحث: <https://saaid.org/book/22/18085.pdf>

³ - رابط البحث: <https://imamjournals.org/index.php/jis/article/download/1026/932>

⁴ - رابط البحث: <https://uijournal.usim.edu.my/index.php/uij/article/view/667/368>

⁵ - رابط البحث: https://ejsc.journals.ekb.eg/article_300998.html

⁶ - رابط البحث: https://jsmd.journals.ekb.eg/article_355924.html

الجديد في هذه الدراسة:

هذه الدراسة تستفيد من كل البحوث والجهود القيمة، المثمرة، التي تناولت الدعوة إلى الله في المنصات الرقمية، وتحدثت عن الأهمية، والضوابط، والمجالات، والمعوقات والتحديات، والفرص، والتي تم ذكر بعضها⁽¹⁾ وتزيد عليها بأن البحث مقترح دعوي مبتكر، قد يكون تطبيق بمسمى (المرشد الدعوي الرقمي) محتواه يشمل كل فروع علم الدعوة، من تاريخ الدعوة، وأصولها، ومنهجها، ودعاتها والمدعويين، ووسائلها وأساليبها، ومنهجها، وأثرها، وكيفية قياسه، هذه الرؤية الأولى: وهي للمتخصصين في علم الدعوة، والرؤية الثانية: منح ترخيص رسمي من وزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد بمسمى: مرشد دعوي رقمي مرخص، لضبط سيل المعلومات الدينية المتدفقة بدون توثيق على المنصات الرقمية وإيجاد مرجعية رسمية رقمية في الدعوة الرقمية.

منهج البحث:

يستخدم البحث المنهج الاستقرائي والذي يبدأ من الوقائع الجزئية ثم ينتقل بها إلى القوانين أو المبادئ العامة القابلة للتعميم، ويطبق البحث ذلك بجمع المعلومات والبيانات من المنصات الرقمية الخاصة بالمجال الدعوي، من حيث مشروعية الدعوة، والتأصيل لها، وجواز تنوع الوسائل والأساليب الدعوية، ونوعية الدعوة المقدمة من الأفراد أو الجهات الرسمية الدينية، ويحللها ويصنفها، ثم يضع لها تقييماً مفصلاً، يساعده في اصدار التقرير العام عن واقع الدعوة إلى الله ﷻ الرقمية. كما يستخدم البحث المنهج الاستنباطي الذي ينطلق من القواعد العامة ليطبقها على جزئيات محددة، وينتج عن ذلك نتائج واضحة، ويُستفاد من تلك النتائج في وضع لائحة تنظيمية، وإرشادات وتوجيهات، مع ذكر معايير كلها تتعلق بالمرشد الدعوي الرقمي، مع مقارنته بأداء المرشد الدعوي التقليدي من حيث المصادقية، والفاعلية والتأثير⁽²⁾.

مخطط البحث:

يتكون البحث من مقدمة وتمهيد، وأربعة مباحث وفق التالي:

المبحث الأول: مفهوم المرشد الدعوي الرقمي والفرق بينه وبين الداعية التقليدي:

المطلب الأول: مفهوم المرشد الدعوي الرقمي.

المطلب الثاني: الفرق بينه وبين الداعية التقليدي والمؤثر الديني الرقمي.

¹ - في ثنايا البحث تم ذكر عددا من البحوث الميدانية التي تمت، وفي مجال موضوع الدراسة.

² - ينظر: الزبيعة، عبد العزيز، البحث العلمي حقيقته ومصادره ومادته ومناهجه وكتابته وطابعته ومناقشته، (ص172).

المبحث الثاني: أهمية المرشد الدعوي الرقمي ومشروعيته:

المطلب الأول: أهمية المرشد الدعوي الرقمي.

المطلب الثاني: مشروعية المرشد الدعوي الرقمي.

المبحث الثالث: أهداف المرشد الدعوي الرقمي وضوابطه:

المطلب الأول: أهداف المرشد الدعوي الرقمي.

المطلب الثاني: ضوابط المرشد الدعوي الرقمي.

المبحث الرابع: أثر المرشد الدعوي الرقمي على المتلقي وكيفية قياس الأثر:

المطلب الأول: أثر المرشد الدعوي الرقمي على المتلقي.

المطلب الثاني: كيفية قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي.

الخاتمة، ونتائج البحث وتوصياته، والمصادر والمراجع.

المبحث الأول: مفهوم المرشد الدعوي الرقمي والفرق بينه وبين الداعية التقليدية

المطلب الأول: مفهوم المرشد الدعوي الرقمي:

المرشد الدعوي الرقمي هو: فكرة مبتكرة، ومقترح دعوي، ومشروع استثماري لمن يريد، وهو مصطلح حديث يمكن تعريفه، أي المرشد الدعوي الرقمي: هو شخصية وقد يكون منظومة رقمية، تُعنى بتوجيه الأفراد والجماعات في العالم الإلكتروني، نحو فهم الإسلام، وتمثله سلوكاً ومعرفة، من خلال توظيف التقنيات الحديثة، ووسائل التواصل والمنصات الرقمية في الإرشاد الدعوي، بأسلوب علمي منهجي، يعتمد التأصيل الشرعي، ومهارات التواصل الرقمي، والتحليل النفسي والاجتماعي للمخاطبين، لتحقيق مقاصد الدعوة في ضوء الضوابط الشرعية.

وباختصار " المرشد الدعوي الرقمي: داعية متخصص، وقد يكون نظام معلومات مَقْنَنَة، مثل الذكاء الاصطناعي، يقدم التوجيه والإرشاد الدعوي عبر الوسائط الرقمية، باستخدام أدوات التقنية الحديثة، لتحقيق أهداف الدعوة إلى الله تعالى، بطرق تفاعلية مؤثرة، ومنضبطة شرعاً⁽¹⁾. ويمكن تحديد المعايير والمحددات العلمية، والشرعية، والتقنية، والخصوصية للمرشد الدعوي الرقمي⁽²⁾ بما يلي:

- 1-المحدد الشرعي: التزام المرشد بأصول الدعوة إلى الله ﷻ، وضوابطها ومنهجها المستمد من كتاب الله ﷻ والسنة النبوية، وتحقيق مقاصد الشريعة في البلاغ والبيان بالحكمة والموعظة الحسنة.
- 2-المحدد المعرفي:

يمتلك المرشد الدعوي الرقمي التأصيل العلمي الكافي في علوم الشريعة ومنها الدعوة، والتي تضم، تاريخ الدعوة، أصول الدعوة ومنهجها⁽³⁾ وكل ما يتعلق بالدعاة والمَدْعُوبين من خصائص وصفات، المسلمين وغير المسلمين، وأنواع الوسائل والأساليب الدعوية، ومقاصد الدعوة ومصالحها، والقواعد الدعوية، والأثر الدعوي، والتطبيقات الدعوية النظرية والعملية⁽⁴⁾ وكل المحتوى العلمي الذي تجده في كليات الدعوة وأقسامها، ودراساتها العليا البحثية⁽⁵⁾.

¹ - تعريف الباحثة.

² - ينظر: مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، مجلد (1-3-5) 2016م.

³ - ينظر: المغذوي، عبد الرحيم، الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية، (ج1-2).

⁴ - ينظر: الكحيلي، فاطمة، التطبيقات الدعوية مفهومها، أقسامها، فوائدها، أمثلتها، (ص17).

⁵ - ينظر: العواجي، موسوعة دليل الداعية، 16 مجلد.

3-المحدد القيمي والأخلاقي:

التحلي بالقيم والأخلاق الإسلامية الثابتة والرصينة، مع الأمانة العلمية، والوسطية، والالتزان في الخطاب الدعوي الرقمي، وما مدى تأثير المنصات الرقمية في تغيير القيم المجتمعية (1).

4- المحدد التقني الاتصالي:

من مهام المرشد الدعوي الرقمي إلمامه باستخدام المنصات الرقمية الحديثة، وإدراكه لخصائص الجمهور في البيئة الالكترونية، وقدرته على بناء تفاعل إيجابي مؤثر مع المتلقين بما يحقق أهداف الدعوة ويصون قيمها (2).

5- المحدد الوظيفي:

يقوم المرشد الدعوي الرقمي بوظائف محددة تتكامل مع بعضها لتحقيق رسالة الدعوة إلى الله ﷻ في العصر الرقمي وهذه الوظائف هي:

الوظيفة التعليمية: فينقل المعارف الشرعية، والدعوية منها خاصة، والمهارية عبر الوسائط الحديثة بصورة مبسطة منهجية وتراكمية، لأن المعرفة بناء.

الوظيفة التوعوية: وتهدف إلى تنمية الوعي الديني والأخلاقي في قضايا العصر التي تهم المسلم الرقمي.

الوظيفة الإصلاحية: وذلك بالإسهام في اصلاح الفكر والسلوك، من خلال حملات رقمية هادفة.

الوظيفة الوقائية: حماية المتابعين من الانحرافات الفكرية، والمعلومات المغلوطة المنتشرة في العالم الرقمي.

الوظيفة التفاعلية: بناء جسور التواصل المباشر مع الجمهور، والاستماع لتساؤلاتهم واستفساراتهم.

الوظيفة البحثية والتقويمية: المساهمة في الدراسات العليا البحثية، ورصد الظواهر الدعوية الرقمية، لدراساتها،

وتقييم المحتوى الدعوي، لتطويره.

معايير الخصوصية والأمن للمرشد الدعوي الرقمي:

1-الموافقة المسبقة: ينبغي الحصول على موافقة صريحة وواضحة من المستخدم أو المستفيد قبل جمع أو استخدام بياناته الشخصية أو الدعوية، مع إعلامه بأهداف الاستخدام (3).

¹ - ينظر: الحسين، أسعد، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، أسعد الحسين، (ص56).

² - ينظر: مهري، شفيقة وآمال، خصائص الجمهور في البيئة الرقمية رؤية نظرية في التطور من المفهوم التقليدي للجمهور للمفهوم الحديث، مجلة الدراسات الإعلامية، ألمانيا، مجلد (7) العدد (26) سنة 2024م.

³ - ينظر: نظام حماية البيانات الشخصية -https://laws.boe.gov.sa/boelaws/laws/lawdetails/b7cfae89-828e-4994-b167-adaa00e37188/1

- 2- **حماية البيانات الشخصية:** وذلك باتخاذ إجراءات قوية لحماية البيانات من أي اختراق أو تسريب، مثل استخدام التشفير والتقنيات الأمنية المتقدمة، والحفاظ على سرية المعلومات الشخصية⁽¹⁾.
 - 3- **عدم استخدام البيانات لأغراض دعائية دون إذن:** ينبغي عدم إرسال مواد دعوية أو توعوية عبر الوسائل الرقمية إلى الأفراد بدون موافقتهم، مع توفير آلية إيقاف الاشتراك في الرسائل.
 - 4- **سرية المعلومات:** وهذه في غاية الأهمية، المحافظة على سرية المعلومات المتعلقة بالمستفيدين والمتابعين، وعدم إفشائها إلا لأشخاص مخولين، وبموجب ضوابط واضحة⁽²⁾.
 - 5- **شفافية المعلومات:** وذلك بتوفير معلومات واضحة للمستخدم عن كيفية إدارة بياناته، واستخدامها، والحق في تعديل أو حذف البيانات عند الطلب.
 - 6- **الالتزام بالنظم واللوائح:** العمل المؤسسي الناجح هو الذي يلتزم بالنظم واللوائح المحلية والدولية، المتعلقة بحماية البيانات الشخصية، وخصوصية المستخدمين، مثل نظام حماية البيانات الشخصية في السعودية.
- هذه المعايير تضمن أن يكون عمل المرشد الدعوي الرقمي آمناً، ويحترم الخصوصية للأفراد، مع الالتزام بالأحكام الشرعية، والقانونية الخاصة بحماية البيانات.

المطلب الثاني: الفرق بين المرشد الدعوي الرقمي وبين الداعية التقليدي والمؤثر الديني الرقمي:

سبق تعريف المرشد الدعوي الرقمي، والمقصود بالداعية التقليدي هم: الدعاة إلى الله تعالى في الواقع الحقيقي والذي يمكن تعريفه بأنه: "كل مسلم مكلف اشتغل بهداية الناس وبدلالاتهم على الله تعالى" و"هو كل من تتوفر فيه عوامل التكليف والتأهيل الشرعي، والقائم على إيصال دين الإسلام للناس كافة، سواء أكان شخصاً حقيقياً أم اعتبارياً، وفق منهج الدعوة القويم"⁽³⁾ أما المؤثر الديني الرقمي فهو: شخصية تمتلك حضوراً فاعلاً في المنصات الرقمية، تسهم في تشكيل الوعي الديني والقيمي لدى المتابعين، عبر المحتوى المنشور في العالم الرقمي، سواء كانت هذه الشخصية داعية متخصصاً مؤهلاً علمياً، يقدم خطاباً دعوياً مؤصلاً، أو شخصية عامة غير متخصصة، تنقل القيم والمضامين الدينية بأسلوب مؤثر يعتمد على الجاذبية الشخصية، والتفاعل الجماهيري، ويشترك

¹ - ينظر دليل خصوصية البيانات في

السعودية- <https://www.pwc.com/m1/en/services/consulting/technology/ksa-data-privacy-handbook-2023-ar.pdf>

² - ينظر: أحكام الدليل الرقمي وفق الإثبات السعودي:

https://jfsit.journals.ekb.eg/article_369522_4ac80c2c7360e7982b0390b4c172a1d5.pdf

³ - المغذوي، عبد الرحيم، الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية، مرجع سابق، (44/1).

الطرفان في استخدام الوسائط الرقمية، لتحقيق التأثير في الاتجاهات والسلوكيات الدينية والاجتماعية⁽¹⁾.

هذه المصطلحات الثلاثة المرشد الدعوي الرقمي، والداعية الحقيقي التقليدي، والمؤثر الديني الرقمي، كلها مصطلحات متقاربة، بينها علاقة تكاملية قوية، لكنها تختلف في التعريف، والمنطلق، والأداة، والوظيفة، والسمات، خمس فروقات تفصل بينهم، وهي مهمة جداً، لقيام عمل مؤسسي، يؤمن بتحديد المهام وتوزيع المسؤوليات، ويمكن إيضاح هذه الفروقات وفق ما يلي:

1-التعريف:

المرشد الدعوي الرقمي متخصص في الإرشاد الدعوي عبر المنصات الرقمية، لتوجيه الأفراد والجماعات دينياً وتربوياً ضمن إطار منهجي وتأسيس علمي، أما الداعية التقليدي هو من يتولى الدعوة والإرشاد في الواقع العملي في المسجد والمدرسة والجامعة، والدروس والمحاضرات والمجالس العلمية، والمؤثر الرقمي هو شخصية عامة تنشر محتوى دينياً على المنصات الرقمية، وتركز على التأثير العاطفي أو الإعلامي أكثر من التأصيل الشرعي.

2-المنطلق:

المرشد الدعوي الرقمي ينطلق من رؤية علمية شرعية؛ ومنهجية، تقوم على التأصيل والضوابط الشرعية، ويعتمد التقنية والتكنولوجيا كأسلوب دعوي معاصر، وهذه هويته، أما الداعية التقليدي فهو أيضاً ينطلق من رؤية علمية شرعية؛ ومنهجية، لكنه يعتمد على الخطاب المباشر دون وسائط وتقنية غالباً، والمؤثر الديني الرقمي هو شخص مسلم محب لدينه، ينشر المحتوى الديني بدون رؤية علمية، أو منهجية متبعة، وله تأثيره المفيد، فهو ينطلق من الجانب العاطفي غالباً.

3-الأداة:

المرشد الدعوي الرقمي يعتمد الوسائط الرقمية الحديثة (مواقع، تطبيقات، ذكاء اصطناعي، بث مباشر، محتوى تفاعلي) والداعية التقليدي أدواته؛ الاتصال المباشر وجها لوجه، والمشافهة، والوسائل الورقية والميدانية، والمؤثر الديني الرقمي أدواته وسائل التواصل الاجتماعي وهي المنصات الرقمية المشهورة، إكس، فيس بوك، تيك توك، انستغرام، تليجرام.

4-الوظيفة:

المرشد الدعوي الرقمي وظيفته الإرشاد والتوجيه، وبناء الوعي الديني السليم وفق أهداف مدروسة، ووظيفة الداعية التقليدي بيان الدين وتعليمه، وتحفيز العمل به في المجتمع الواقعي، أما المؤثر الديني الرقمي فوظيفته التأثير والانتشار عبر المحتوى الديني الجذاب.

¹ - تعريف الباحثة، لم أجد تعريفاً اصطلاحياً للمؤثر الديني الرقمي، رغم وجود المعنى وتداوله علمياً، نظراً لحداثة المنصات الرقمية، والمحتوى الديني فيها.

5-السمات:

المرشد الدعوي الرقمي سماته أنه علمي متزن، توجيهي، تفاعلي، ملتزم بأصول الخطاب الدعوي وضوابطه، والداعية من سماته أنه تقليدي، وجاهي، يعتمد الحضور المادي، أقل مرونة في التفاعل الواسع أو الفوري مع الجمهور، ومن سمات المؤثر الديني الرقمي أنه جاذب، سريع الانتشار، يركز على الصورة والعاطفة، وليس متخصصاً في العلم الشرعي غالباً.

يتضح مما سبق العلاقة التكاملية بين المرشد الدعوي الرقمي وبين الداعية التقليدي، والمؤثر الديني الرقمي، تكامل في الوظيفة الدعوية، وفي الجمهور المستهدف، وفي الوسائل والأساليب، وفي الأثر، ويمكن للمؤسسات الدعوية والهيئات الشرعية أن تبني شراكات تجمع هؤلاء الثلاثة ضمن مشروع واحد، بحيث يضع الداعية التأسيس الشرعي، ويصوغ المرشد الدعوي الرقمي المحتوى التفاعلي الموجّه، ويقوم المؤثر الرقمي بنشره بأسلوب جذاب، يحقق وصولاً واسعاً، وتأثيراً مجتمعياً ملموساً.

إن المرشد الدعوي الرقمي يمثل حلقة الوصل العلمية والمنهجية بين الخطاب الشرعي التقليدي، والخطاب الإعلامي المؤثر، فيؤدي دوراً محورياً في تحويل الدعوة من النمط التقليدي المحدود إلى منظومة رقمية، واعية ومؤصلة ومؤثرة.

المبحث الثاني: أهمية المرشد الدعوي الرقمي ومشروعيته

المطلب الأول: أهمية المرشد الدعوي الرقمي:

تظهر أهمية المرشد الدعوي الرقمي من التحولات العميقة التي شهدتها العالم المعاصر في مجال الاتصال ونقل المعرفة، حيث أصبحت الوسائط الرقمية بمختلف أشكالها منصة رئيسة للتفاعل الفكري والثقافي والديني، ومع هذا التحول، برزت الحاجة إلى وجود مرشدين دعويين، يمتلكون الكفاءة الشرعية والمعرفة الرقمية، ليقوموا بوظيفة الدعوة إلى الله تعالى في العالم الإلكتروني، وفق منهج علمي رشيد يجمع بين الأصالة الشرعية والمعاصرة التقنية.

ويمكن بيان أهمية المرشد الدعوي الرقمي وفق التالي:

أولاً: يسهم المرشد الدعوي الرقمي في توسيع نطاق الدعوة:

إذ لم تعد الجغرافيا أو الحدود السياسية عائقاً أمام وصول الرسالة الإسلامية، بل أصبح بالإمكان مخاطبة مختلف الشعوب والثقافات عبر المنصات الرقمية، وهذا يعزز مبدأ عالمية الإسلام، ويجعل الخطاب الدعوي أكثر شمولاً وتأثيراً وقد تكون هذه التقنية الرقمية أحد وسائل تحقيق بشارة رسول الله ﷺ الذي قال: (ليبلغن هذا الأمر ما بلغ الليل والنهار، ولا يترك الله بيت مدر ولا وبر إلا أدخله الله هذا الدين، بعز عزيز أو بذل ذليل؛ عزاً يعز الله به الإسلام، وذلاً يذل الله به الكفر)⁽¹⁾.

ثانياً: يساعد المرشد الدعوي الرقمي في مواجهة الخطاب المنحرف والتطرف الفكري:

منذ ظهور الإسلام وحتى يومنا هذا الحاقدون الكارهون للإسلام لم يتوقفوا عن الكيد له، والعمل على إزالته، وتشويه صورته، وصدق الله تعالى في إخباره عنهم: ﴿وَقَدْ مَكَرُوا مَكْرَهُمْ وَعِنْدَ اللَّهِ

مَكْرُهُمْ وَإِنْ كَانَ مَكْرُهُمْ لِتَزُولَ مِنْهُ الْجِبَالُ ٤٦﴾ [إِبْرَاهِيم : 46]

أعلن المركز العالمي لمكافحة الفكر المتطرف (اعتدال) على حسابهم في منصة أكس أنهم رصدوا استخدام التنظيمات الإرهابية لأكثر من مليون ومائتين وأربعة وأربعون 1,244,000 رابط إلكتروني بهدف الهروب من الرصد الرقمي، وتوجيه المستخدمين إلى محتويات بديلة، وذلك في الربع الأول من سنة 2025م⁽²⁾ وفي نفس الفترة أزال (اعتدال) من منصة تيلجرام 16,062,667 مادة متطرفة في المنصة، وأغلقت 1,408 قناة متطرفة، وتأسس المركز العالمي لمكافحة الفكر المتطرف (اعتدال)

¹ - أخرجه الإمام أحمد في مسنده، (98/28) رقم الحديث: 16957، وأخرجه العلامة الألباني في السلسلة الصحيحة، (42/1) رقم الحديث: 3.

² - ينظر: https://x.com/Etidal/status/1923996978427592748?t=s68W3n-s5g1GIHsKJ8_drA&s=08

سنة 1438هـ، 2017م، أي له تسع سنوات، ويهدف إلى رصد وتحليل الخطاب المتطرف ومكافحة الفكر الإرهابي⁽¹⁾.

إنها هجمة شرسة لا تريد التوقف، ومعها الفرق والجماعات ذات المناهج المنحرفة عن منهج الإسلام الوسطي، فأصحاب الفكر التكفيري، والمتشدد، والخطاب البدعي والخرافي، والخطاب السياسي المتطرف والثوري، والخطاب العلماني، والنسوي، كلها تعمل ضد الإسلام. والحقيقة أن الكارهون للإسلام وضعوا خططاً تشمل كل الفئات العمرية في المجتمع، من الطفل حتى الشيخ الكهل، لذلك إن المُرشد الدعوي الرقمي هو فكرة عملية للمساهمة في حماية الأمن الفكري الديني، مع الجهود الجبارة الأخرى التي تبذلها الدول لحماية شعوبها.

ثالثاً: يمثل المُرشد الدعوي الرقمي حلقة وصل فعالة بين العلماء والجمهور العام: يساهم في تبسيط المفاهيم الدينية بلغة معاصرة، تراعي مستوى المتلقي واهتماماته، مع الحفاظ على المضمون العلمي، كما يعزز التواصل الإيجابي بين المؤسسات الدعوية والجماهير من خلال أدوات رقمية أكثر مرونة وتأثيراً.

رابعاً: يحقق المُرشد الدعوي الرقمي التكامل بين العلم والدعوة: يتيح العالم الرقمي توظيف التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات والتفاعل التواصلي في تطوير أساليب الإرشاد والتأثير، بما يتناسب مع طبيعة الجيل الرقمي المعاصر، الذي يتفاعل مع الصورة والوسائط أكثر مما يتفاعل مع النصوص التقليدية.

المطلب الثاني: مشروعية المُرشد الدعوي الرقمي:

الفكرة المبتكرة، والمشروع الدعوي، المسمى: المُرشد الدعوي الرقمي له تأصيل شرعي قوي يتمثل فيما يلي:

1- إن الدعوة إلى الله تعالى وشريعته واجب على كل مسلم ومسلمة، وهذا هو القول الراجح في حكم الدعوة إلى الله على المسلمين والمسلمات، والأدلة في ذلك كثيرة منها: قوله تعالى: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥﴾ [النحل: 125] وقوله تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَنَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ١٠٨﴾ [يوسف: 108] وقوله تعالى: ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ ٧١﴾ [التوبة: 71]

¹ - ينظر: المركز العالمي لمكافحة الإرهاب https://etidal.org/?utm_source=chatgpt.com

- 2- ومن الحديث النبوي قوله ﷺ: (بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً) ⁽¹⁾ وقوله ﷺ: (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان) ⁽²⁾
- 3- الإجماع من العلماء المعتبرين أنَّ وسائل الدعوة وأساليبها إلى الله تعالى هي ليست توقيفية بل اجتهادية ⁽³⁾ وهذا من أعظم الأدلة على مرونة الإسلام وصلاحه لكل زمان ومكان، وتُعد المنصات الرقمية وكل أشكال وأنواع التقنية والتكنولوجيا الحديثة من الوسائل المشروع استخدامها في الدعوة، بل قد تكون ضرورة ملحة.
- 4- اتفق علماء الأصول ⁽⁴⁾ على أنَّ الوسائل التي لا يتم الواجب إلا بها فهي واجبة، فالدعوة إلى الله ﷻ واجبة، واليوم الوسائل الرقمية هي وسيلة مؤثرة يتلقى الناس عبرها دينهم وأحكام شريعتهم، فعدم استخدامها يُعد تقصيراً في أداء الواجب.

¹ - أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، باب: ما ذكر عن بني إسرائيل (3/ 1275) رقم الحديث: 3461.

² - أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، باب: ما جاء في الأمر بالمعروف (1/ 243) رقم الحديث: 49.

³ - ينظر: مخدوم، مصطفى، قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية، (ص33).

⁴ - ينظر: الغزالي، محمد، المستصفى، (80/1) الأمدي، الأحكام في أصول الأحكام، (1/ 168) ابن قدامة، روضة الناظر، (1/ 128).

المبحث الثالث: أهداف المرشد الدعوي الرقمي وضوابطه

المطلب الأول: أهداف المرشد الدعوي الرقمي:

الهدف هو النتيجة النهائية المرغوب تحقيقها والوصول إليها، وقد سبق تعريف المرشد الدعوي الرقمي، والهدف الأسمى له هو: أن يكون سبباً في هداية الناس، وتركيز نفوسهم، ومساعدتهم على العيش بطريقة ترضي الله تعالى عنهم، ونشر الدعوة عند غير المسلمين، وترغيبهم بدخول الإسلام، ويمكن تصنيف الأهداف وفق ما يلي:

1-الأهداف التعريفية التوعوية:

تقديم صورة صحيحة عن الإسلام، ونشر تعاليمه السمحة والوسطية، والتصدي للشبهات والمفاهيم المغلوطة، وتبسيط العلوم الشرعية من عقيدة وفقه، وحديث وتفسير، وسيرة نبوية عطرة، بلغة تناسب العصر الرقمي، وتوعية الناس وخاصة الشباب بمخاطر الانحراف الفكري، وتقديم كل ما يحصنهم ضد التطرف والإلحاد، من خلال الحوار المنطقي والعلمي⁽¹⁾.

2-الأهداف التواصلية والتفاعلية:

بناء مجتمع إلكتروني إيجابي، بتكوين مجتمع افتراضي متماسك يدعم أفراد بعضه البعض، وبناء جسور من الحوار البناء، بإنشاء مساحات آمنة للحوار مع المسلمين الجدد، والباحثين عن الحق، وحتى المشككين؛ بلغة راقية واحترام متبادل، والإجابة على كل أنواع الأسئلة والاستفسارات⁽²⁾.

3-الأهداف الإعلامية والمحتوى:

إنتاج محتوى دعوي مبتكر وجذاب، باستخدام كافة أشكال المحتوى، من مقاطع فيديو، إنفوجرافيك، بوستات، بودكاست لتوصيل الرسالة الدعوية بجودة عالية، واستخدام أدوات التحليل لقياس التأثير، من مراقبة إحصائيات المشاهدات والتفاعل لفهم احتياجات الجمهور، وتحسين المحتوى، وكذلك التعاون مع المؤثرين والمتخصصين لعقد لقاءات مباشرة مع شخصيات مؤثرة لإثراء المحتوى الدعوي، وزيادة انتشاره.

4-الأهداف التطويرية للمتابع:

من الأهداف العملية والمهمة هي تحفيز المتابع على التطبيق العملي، عن طريق تقديم برامج عملية، وتحديات شهرية لتحويل المعرفة إلى فعل، وتيسير سبل طلب العلم الشرعي، وتوجيه الراغبين في التعمق إلى المناهج والدورات العلمية الموثوقة عبر الانترنت، والجهد يذكر ولا ينكر، والفضل ينسب

¹ - ينظر: الحق، محمد أمين، استخدام وسائل الإعلام الرقمي في مجال الدعوة بين الواقع والآفاق، (ص56).

² - ينظر: الهيتي، مهند، استراتيجيات الدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية دراسة تحليلية لفعالية المنصات الرقمية، (ص55).

لأصحابه، أن تخصص علم العقيدة والدراسات الفكرية لهم إنجازات متقدمة في العالم الرقمي، وجهود عظيمة، ظهر أثرها على جمهور المتابعين⁽¹⁾ وكذلك تخصص القرآن وعلومه فحلقات التحفيظ، والقراءات لا تتوقف في العالم الرقمي⁽²⁾.

والدعوة مطلوبة لباقي التخصصات العلمية الشرعية في علم الحديث، والفقه، والدعوة، أن يحذو حذوهم، في بذل الجهود والأوقات لتقديم الخير الذي يملكونه؛ في العالم الرقمي.

5- الأهداف الداخلية (التطوير الذاتي للمرشد):

إن جعل كل فرد مسلم هو مرشد دعوي رقمي؛ هدف تسعى إليه فكرة المشروع، لأن حقيقة الانتماء للإسلام جزء أصيل في قلب وعقل كل المسلمين، فإذا وجدت اللوائح المنظمة لهذا، وتم منح الأفراد الجادين، تصريح المرشد الدعوي الرقمي، تأتي مرحلة التزكية العلمية، والمتابعة المستمرة، واستمرارية طلب العلم والدراسة، لتعميق المعرفة الشرعية، مع الالتزام بالأخلاقيات الرقمية، من الأمانة والصدق، والصبر وحسن الخلق، وأيضا الموازنة بين العمل الرقمي والحياة الشخصية، للحفاظ على الصحة النفسية والجسدية، فلا ضرر ولا ضرار.

وتحقيق كل الأهداف السابقة لا يكون إلا بالعمل المؤسسي التشاركي، المبني على وضع استراتيجيات ذات مراحل ثلاثة، أولى، ومتوسطة، وبعيدة المدى، لتحقيق الهدف النهائي للمرشد الدعوي الرقمي هو أن يكون سبباً في هداية الناس، وتزكية نفوسهم، وليكون الصفة الغالبة على المجتمع الصلاح والاستقامة.

المطلب الثاني: ضوابط المرشد الدعوي الرقمي:

تمثل ضوابط المرشد الدعوي الرقمي مجموعة من الأسس التي تحكم فكره، وسلوكه، وأدواته، في ممارسته الدعوة إلى الله تعالى عبر الوسائط الرقمية، بحيث تضمن سلامة المنهج الدعوي، ومصداقية التأثير، وتوازن الشخصية الرقمية، وتنقسم هذه الضوابط إلى أربع مجالات هي: الشرعية، والأخلاقية والسلوكية، والمهنية والإعلامية، والدعوية والاجتماعية.

أولاً: الضوابط الشرعية:

أ-الإخلاص في النية شرط أساسي لكل عمل يبتغى به وجه الله تعالى، فالمرشد الدعوي الرقمي يقصد بدعوته رضا الله تعالى، لا نفعاً دنيوياً، ولا شهرةً وصيتاً، قال رسول الله ﷺ: (إنما الأعمال بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى)⁽³⁾.

¹ - ينظر: موقع المجلة العلمية السعودية لعلوم العقيدة والأديان والفرق والمذاهب. <https://www.aqeeda.sa/>

² - ينظر: موقع مقرة الحرمين الشريفين عن بعد. <https://maqraa.prh.gov.sa/ar>

³ - أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، كتاب بدء الوحي، باب كيف كان بدء الوحي إلى رسول الله ﷺ (3/1) رقم الحديث: 1

ب- الالتزام بالمنهج الصحيح في الدعوة، قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ١٠٨﴾ [يُوسُف : 108] إِنَّ النَّبِيَّ ﷺ دعا على بصيرة، وأمرنا نحن أتباعه أن نقتدي به في الدعوة إلى الله تعالى على بصيرة، والتي من معانيها: المعرفة، والتحقق، والحجة، واليقين، والبرهان الشرعي والعقلي، فهي صفة علمية تربط بين العلم الشرعي والقدرة على استيعاب حال المدعويين، ووسائل إيصال المقصود، فهي العلم المتحقق، والحجة واليقين الذي ينير القلب لدى الداعية، فيمكنه من رؤية الحق والباطل، ومعرفة ما يدعو إليه، وتمييز أولويات العمل، الوسيلة المحكمة للوصول للمقاصد الدعوية⁽¹⁾.

ج- عدم الفتوى والقول بغير علم، المرشد الدعوي الرقمي ليس مفتياً ولا يتصدر للفتوى، مهمته إذا طلب منه فتوى يحيل إلى الجهات الرسمية للفتوى، اتباعاً لقول الله تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولاً ٣٦﴾ [الإِسْرَاء : 36]

د- تحقيق المقاصد الشرعية، وهذا أصل في عمل المرشد الدعوي الرقمي، جلب المصالح للناس، ودرء المفسد عنهم، وحفظ الضروريات الخمس لهم، وهي الدين والعقل والنفس والمال والعرض، يقول الإمام الشاطبي رحمه الله: في التأكيد على مقاصد الشريعة "الشريعة كلها مصالح، إما تدراً مفسدة، أو تجلب مصلحة"⁽²⁾.

ثانياً: الضوابط الأخلاقية والسلوكية:

أ- الصدق في الكلمة، وهو أصل الأخلاق، قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ١١٩﴾ [التَّوْبَةُ : 119] فلا ينقل المرشد إلا ما تحقق من صحته، سواء في الأخبار أو المحتوى الدعوي.

ب- الأمانة الفكرية، وتشمل نقل المعلومة من مصدرها الصحيح، دون تعريف المعنى، وحفظ حقوق الآخرين، وتشمل الأمانة الرقمية عدم سرقة المحتوى ونسبته للنفس، قال ﷺ: (أد الأمانة إلى من ائتمنك)⁽³⁾.

¹ - العنزي، عزيز فرحان، البصيرة في الدعوة إلى الله، (ص19).

² - الشاطبي، الموافقات، (8/2)

³ - أخرجه أبو داود في سننه، كتاب الأدب، باب في رد الأمانة، (273/4) رقم الحديث: 3534.

ج- **الحياء والوقار الرقمي**، من الضوابط التزام المرشد الرقمي الدعوي بآداب الإسلام في مظهره، وصوره، ومقاطع الفيديو التي يقدمها، بعيداً عن المبالغة أو الميوعة الإعلامية، ويلتزم بقوله ﷺ: (الحياء لا يأتي إلا بخير)⁽¹⁾.

د- **العدل في الطرح والإنصاف**، فلا يجوز التعميم، أو تصنيف الناس بغير علم، أو الحزبية، ويلتزم قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ؕ اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ۝٨﴾ [المائدة: 8]

هـ- **القدوة الحسنة**، فينبغي أن تكون شخصية المرشد الدعوي الرقمي مطابقة لقيمه التي يدعو إليها، في سلوكه الواقعي والرقمي، قال تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ ءَآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ۝٢١﴾ [الأحزاب: 21]

ثالثاً: الضوابط المهنية والإعلامية:

أ- **احترام الملكية الفكرية**، فلا يستعمل المرشد محتوى الغير بدون إذن، لأن الحقوق المعنوية لها حرمتها في الفقه الإسلامي⁽²⁾.

ب- **الوعي بخصائص المنصات الرقمية**، والعالم الرقمي، على المرشد أن يدرك طبيعة كل منصة، وجمهورها، ولوائحه النظامية، حتى لا يقع في محذور مخالفتها، وهذا من الفقه الدعوي المطلوب لمعرفة الواقع.

ج- **الإتقان والاحتراف في إعداد المحتوى**، فينبغي إعداد المواد الدعوية بجودة عالية تحترم المتلقي، وفي الحديث الشريف

قوله ﷺ: (إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً، أن يتقنه)⁽³⁾

د- **الاعتدال في الظهور الإعلامي**، فلا يفرط المرشد الدعوي الرقمي في الظهور على المنصات الرقمية، لأنه قد يضعف أثر الدعوة، ولا تتحقق الموازنة بين الدعوة والحياة الشخصية للمرشد، وخوفاً عليه من السمعة والرياء، استجابة لتحذيره ﷺ في قوله: (من سمع؛ سمع الله به، ومن رأى؛ رأى الله به)⁽⁴⁾.

¹ - أخرجه البخاري في صحيحه، كتاب الأدب، (8/ 276) رقم الحديث: 6117.

² - ينظر: الطريقي، عبد الله، الملكية الفكرية في الفقه الإسلامي، (ص45).

³ - أخرجه الإمام الحاكم في المستدرک، (3/ 57) رقم الحديث: 5646.

⁴ - أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، (1/ 55) رقم الحديث: 218.

رابعاً : الضوابط الدعوية والاجتماعية :

أ- معرفة فقه الأولويات، فالمرشد الرقمي صفته الأساسية أنه متخصص، ويلزم من ذلك أن يكون لديه قدرة ومهارة في تقديم الأهم على المهم، وفي تقديم القضايا الكبرى والاجتماعية على المسائل الجزئية، ولا يكون محتواه ردود فعل، وتفاعل عاطفي غير منضبط.

ب- مخاطبة الناس على قدر عقولهم، وذلك بتبسيط الخطاب الدعوي، بحيث يفهمه كل الناس، وترك الغريب والشاذ من المعلومات والاختلافات الفقهية التي لا تذكر ولا تعتبر، قال الخليفة الراشد علي بن أبي طالب عليه السلام : (حدثوا الناس بما يعرفون، أتحبون أن يكذب الله ورسوله) ⁽¹⁾.

ج- الرحمة والرفق واللين بالمدعويين، وهذا أصل في الدعوة الرقمية، وثبت عن رسول الله صلى الله عليه وسلم قوله : (ما كان الرفق في شيء إلا زانه، وما نزع من شيء إلا شانه) ⁽²⁾.

د- تحقيق التوازن بين التفاعل والمصادقية، فالمتابعة الرقمية ليست غاية، بل وسيلة لتبليغ الرسالة والدعوة، فلا بعد قاسي، ولا قرب يتجاوز الحد المطلوب بين المرشد الدعوي الرقمي وجمهور المتابعين.

يتضح مما سبق بيانه: أن الضوابط التي تضبط عمل المرشد الدعوي الرقمي، وهي ضوابط فيها شمول وكمال، إذا تم الالتزام بها، فإنه يساعد كثيراً في تحقيق الأهداف والمقاصد المراد الوصول إليها عبر المرشد الدعوي الرقمي، كما أن عمل المرشد هو عمل غالباً مؤسسي يعتمد على العمل الجماعي، والتكامل التخصصي، بين الدعوة والإعلام والتقنية، والأنظمة واللوائح القانونية.

¹ - أخرجه الإمام الطبراني في المعجم الكبير، (167/9) رقم الحديث: 8789، حكمه: حسن.

² - أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، (196/4) رقم الحديث: 2599.

المبحث الرابع: أثر المرشد الدعوي الرقمي على المتلقي وكيفية قياس الأثر

المطلب الأول: أثر المرشد الدعوي الرقمي على المتلقي:

أصبحت الدعوة إلى الله تعالى الرقمية؛ أحد الفاعلين في تشكيل الوعي الديني لدى المتلقين في العصر الحديث، إذ أدى تطور الوسائط الرقمية إلى وجود بيئة دعوية واسعة الانتشار عبر العالم الرقمي، بيئة مفتوحة تستقطب ملايين المستخدمين حول العالم، وقد انعكس هذا التطور على أنماط التلقي، ومستويات التأثير، وسلوكيات المتابعين، بل ومراجعة كثير من المعلومات المشهورة والتحقق من مصدرها وموثوقيتها، ويرتبط أثر المرشد الدعوي الرقمي المتوقع على المتلقي بعدة أبعاد وجوانب:

1-البعد المعرفي:

يسهم المرشد الدعوي الرقمي في رفع الوعي الديني، وتيسير الوصول إلى المعرفة الشرعية الموثوقة بطرق تفاعلية جذابة مما يعزز الثقافة الإسلامية لدى المستخدمين، كما أظهرت دراسات ميدانية أن المحتوى الدعوي الرقمي يسهم في سد فجوة التعلم الديني لدى الشباب، لسهولة الوصول إليه، وتنوع وسائطه⁽¹⁾.

2-البعد الوقائي الفكري:

مع تنامي الخطابات المتطرفة والمنحرفة عن المنهج الوسطي الإسلامي، وكثرتها في المنصات الرقمية، يبرز دور المرشد الدعوي الرقمي في تحصين المتلقي من الانحرافات الفكرية، عبر الخطاب الوسطي المعتدل، المؤصل شرعاً، والمبني على مقاصد الشريعة⁽²⁾.

3-البعد الوجداني والقيمي:

يؤدي الخطاب الدعوي الرقمي المعتدل إلى ترقيق القلوب، وتعميق الارتباط الروحي بالقيم الإسلامية، خصوصاً عندما يستخدم المرشد الدعوي أساليباً مؤثرة، قائمة على القصة والموقف الواقعي، والتفاعل المباشر، ويعد هذا الأثر من أهم مكونات التأثير الوجداني في الدعوة المعاصرة:

4-البعد السلوكي:

يمكن للمرشد الدعوي الرقمي أن يحدث تحولاً في سلوك المتلقي، إذ تشير بعض الدراسات إلى أن التفاعل المنتظم

¹ - ينظر: عبد الخالق، ولاء، تأثير الخطاب الإسلامي الموجه عبر المنصات الرقمية على التواصل الديني مع المؤسسات الدينية الرسمية لدى الجمهور المصري، دراسة ميدانية، https://journals.ekb.eg/article_400081.html

² - ينظر: السالم، فاطمة، مواقع التواصل الاجتماعي والتطرف الفكري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الكويت، https://ejsc.journals.ekb.eg/article_253939.html

مع المحتوى الدعوي الرقمي، يساهم في تحسين الممارسات الدينية اليومية، كالمواظبة على الصلاة، والإقلاع

عن بعض السلوكيات السيئة، كما أنه يساعد في ظهور القدوة الحسنة، وصفاتها، ضد تيار المؤثرين السلبيين⁽¹⁾.

5- البعد الاجتماعي:

أسهمت المنصات الدعوية الرقمية في تكوين مجتمعات إلكترونية قائمة على التفاعل الإيجابي، وتبادل الخبرات الدينية، ودعم الهوية الإسلامية في مواجهة الخطابات ذات التوجه الغربي، والمنحرفة، وهذا يعكس دور المرشد الدعوي الرقمي كفاعل اجتماعي يساهم في بناء الوعي المجتمعي⁽²⁾.

وبناء على ما سبق يمكن القول:

إن أثر المرشد الدعوي الرقمي يتجاوز مجرد نقل المعرفة إلى بناء الإنسان فكرياً، وروحياً، وسلوكياً في بيئة رقمية تفاعلية، وهذا ما يجعل من وجوده ضرورة في منظومة الدعوة المعاصرة، شرط الالتزام بالضوابط العلمية والمنهجية الدعوية في العرض والتأثير.

المطلب الثاني: كيفية قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي:

يُعد قياس أثر الدعوة الرقمية والتي منها المرشد الدعوي الرقمي، من القضايا المنهجية الحديثة المطلوبة في الدراسات الدعوية والإعلامية، إذ صار النجاح في العالم الرقمي لا يُقاس بعدد المتابعين فقط، بل بدرجة التأثير الفعلي في وعي وسلوك الجمهور المستهدف، ويمكن تسميته: بتحليل الأثر الرقمي، أو التحليل الدعوي الرقمي، وبعض المنصات الرقمية تقدم هذه الخدمة للمستخدم، مثل منصة أكس، وتيك توك، وسناب شات، وهو أي التحليل الدعوي الرقمي يشمل عدة أمور هي: المؤشرات والأدوات، والأساليب البحثية والإحصائية، والتحديات العلمية في قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي.

أولاً: مفهوم قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي:

المقصود بقياس الأثر الرقمي للمرشد الدعوي هو: " عملية منهجية؛ تقوم على استخدام أدوات تحليل البيانات الكمية والنوعية، لقياس التغييرات المعرفية أو السلوكية أو الوجدانية، التي يُحدثها المحتوى الدعوي الرقمي لدى

¹ - ينظر: السميح، فهد، تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي، دراسة ميدانية على طلاب وطالبات جامعة أم القرى، مجلد (1) العدد (3) 2019م. <https://search.shamaa.org/fullrecord?ID=331104>

² - ينظر: المرجع السابق.

الجمهور، وذلك من خلال تتبع التفاعل مع الرسائل الدعوية، ودرجة وصولها، وأنماط الاستجابة لها، عبر المنصات الرقمية، بهدف تقييم فاعلية الإرشاد الدعوي، وتطوير استراتيجياته⁽¹⁾.

ثانياً: مؤشرات قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي:

تم تقديم عدة دراسات بحثية نظرية وميدانية⁽²⁾ درست الخطاب الديني الرقمي وأثره على المتابعين في العالم الرقمي⁽³⁾ ويمكن الاستفادة من هذه البحوث والدراسات، وغيرها، في قياس مؤشرات أثر المرشد الدعوي الرقمي وهي:

1- مؤشرات التواصل:

وهي تقيس عدد المستخدمين الذي وصل إليهم محتوى المرشد الدعوي الرقمي، وتشمل عدد المشاهدات، وعدد المتابعين وعدد الدخول للصفحات.

2- مؤشرات التفاعل:

وهي من أهم المؤشرات التي تدل على عمق العلاقة بين المرشد الدعوي الرقمي والمتلقي، فتشمل الإعجابات، والتعليقات، والمشاركات، ومدة المشاهدة، والاستماع للمحتوى الدعوي، ومعدل النقر على الروابط الدعوية، بل إن المنصات الرقمية طورت من أدواتها كي تساعد صاحب الصفحة ومالكها؛ من قياس هذه المؤشرات في صفحته، ومدى تجاوب متابعيه معه، مثل منصة أكس، وتيك توك، فإنها تقدم خدمة التحليل الرقمي للمستخدم.

3- مؤشرات التحول السلوكي:

وهي قياسات نوعية⁽⁴⁾ تظهر مدى تغير السلوك أو الممارسة الدينية للمستفيد، مثل المشاركة في حملات الخير، أو التفاعل مع مبادرات تطوعية، أو الالتزام بعبادة معينة بعد متابعة محتوى دعوى مؤثر كقيام الليل، وصلاة الضحى، ومن يتابع استخدام الناس للمصطلحات المنتشرة في العالم الرقمي، من مثل: اعتزل ما يؤذيك، الشخصيات السامة، تفاعل وابتسم، اعقلها وتوكل، يدرك قوة أثر العالم الرقمي في التحول السلوكي اللفظي، وهذا ما يهدف إليه المرشد الدعوي الرقمي في مجال تخصصه الدعوة إلى الله تعالى.

¹ - تعريف الباحثة.

² - ينظر: في الدراسات الميدانية السابقة، (ص15).

³ - ينظر: السمالوطي، نبيل، الخطاب الديني الرقمي وبناء المجتمع والحضارة الإسلامية، مجلد (33) عدد (1)

⁴ - ينظر: الشافي، محمد، أساليب البحث النوعي، سعيد إسماعيل، (ص40) والمنهج النوعي في البحث العلمي، (45)

4- مؤشرات الثقة والمصادقية:

وهذه تُقاس من خلال معدل الاحتفاظ بالمتابعين، وعدد الإشارات الإيجابية في النقاشات، ومستوى التفاعل المتكرر مع المحتوى ذاته، ومع إعادة نشر المحتوى من قبل المتابعين، والاحتفاظ بالمحتوى الدعوي في المفضلة، فكل ما سبق يعطي دلالة على أن المرشد الدعوي الرقمي حصل على الثقة والمصادقية.

5- المؤشرات التحليلية النوعية:

مثل تحليل التعليقات، والمناقشات الدينية، والاستفسارات، وطرح الأسئلة ونوعيتها، ورصد تغير المفاهيم، والمواقف الفكرية، باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، والتحليل اللغوي ذو الدلالة على المضمون.

ثالثاً: أدوات قياس (1) أثر المرشد الدعوي الرقمي:

في المجال الدعوي يمكن الاستفادة من التخصصات الأخرى التي سبقت، في استخدام أدوات القياس التي تخصها وتطبيقها على أثر المرشد الدعوي، ومن تلك الأدوات، تحليل الجمهور، تحديد الفئة المستهدفة، وفهم سلوك المتلقين، وتحليل التفاعل، ومداه، وجودة المحتوى، وتحليل الاتجاهات، ورصد الموضوعات الدعوية الرائجة، وتحليل النصوص والتعليقات لتحليل المشاعر والانطباع العام، والدلالات القيمية، ومدى انتشار المحتوى الدعوي.

هذه الأدوات تحول المرشد الدعوي الرقمي من نشاط عشوائي إلى عمل مؤسسي مقاس بالأدلة والبيانات.

رابعاً: الأساليب البحثية لقياس أثر المرشد الدعوي الرقمي:

يمكن استخدام التحليل الكمي (2) مثل الإحصائيات الرقمية للمنصات الدعوية، والتحليل النوعي، مثل المقابلات مع المتابعين، أو تحليل محتوى التعليقات والمشاركات الدعوية، وفي مناهج البحث العلمية يمكن استخدام المنهج التجريبي الميداني، حيث يقوم الشخص أو الجهة التي تمثل المرشد الدعوي الرقمي بتجربة حملة دعوية رقمية محددة، ثم يقيس أثرها عبر أدوات التحليل المذكورة سابقاً، ويمكن استخدام المنهج المختلط وهو الأحدث في الدراسات الدعوية الرقمية، ويجمع بين الأرقام والتحليل التفسيري.

¹ - الفرق بين مؤشرات قياس الأثر وأدواته، أن المؤشرات معايير محددة وملاحظة يمكن استخدامها لقياس متغير معين، مثل: عدد المشاهدات والمشاركات للمنشور ومدى الالتزام بممارسة العبادات، أما أدوات القياس فهي الوسائل التي يستخدمها الباحث لجمع البيانات عن المؤشرات، كالاستبانات والمقابلات والملاحظة، فهي الوسيط الذي يتيح الحصول على المعلومات لأجل التحليل والتصنيف. ينظر: إسماعيل، سعيد، أساليب البحث النوعي، مرجع سابق، (66).

² - المرجع السابق.

خامساً: التحديات العلمية في قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي:

قياس الأثر ليس أمراً مستحيلاً، ولا صعباً، إنما يحتاج مثله، إلى جهود فردية وجماعية، إلى عمل مؤسسي متقن، وعمل فردي محكم، وهمة عالية، ومصادقية وإخلاص، في إيصال الدعوة الإسلامية بكل خصائصها الشمولية، إلى الناس كافة، قدر المستطاع، ويمكن ذكر التحديات المتوقعة لقياس أثر المرشد الدعوي الرقمي على المتلقي: كالتالي:

1- تعدد العوامل المؤثرة على المتلقي:

يتأثر المتلقي في العالم الرقمي بعدة عوامل خارج نطاق الرسالة الدعوية ذاتها، مثل خوارزميات المنصات، والمحتوى الموازي، والاتجاهات الاجتماعية، والإعلامية مما يجعل عزو الأثر حصرياً إلى المرشد الدعوي الرقمي.

2- صعوبة تحديد الأثر الحقيقي مقابل التفاعل السطحي:

لا يعبر عدد الإعجابات أو المشاركات أو التعليقات، بالضرورة؛ عن تغير معرفي أو سلوكي لدى المتلقي، إذ قد يكون التفاعل نابعا من دوافع اجتماعية أو فضولية، لا من قناعة فكرية أو إيمانية.

3- غياب أدوات قياس معيارية موحدة:

تفتقر الدراسات الدعوية الرقمية إلى مقاييس علمية مقننة، يمكن اعتمادها لرصد الأثر الدعوي بدقة، بسبب حداثة العالم الرقمي، وحداثة تطبيق البحوث الميدانية الدعوية، فقياس عمق الفهم والتغير القيمي، يحتاج إلى أداة ضابطة تضمن من خلالها استخراج نتائج واقعية.

4- صعوبة التحقق من هوية المتلقين وتنوعهم:

في البيئة الرقمية لا يمكن التأكد من خ صائص المتابعين بدقة، فالكذب، والخداع وارد بقوة، وهذا يجعل نتائج القياس عرضة للتحييز.

5- تأثير الزمن واستمرارية الأثر:

بعض الآثار الدعوية تكون تراكمية، وبعيدة المدى، فلا يمكن رصدها فوراً بعد التفاعل مع المحتوى، مما يحد من قدرة الباحث على قياس الأثر اللحظي أو قصير المدى بدقة.

6- الطبيعة الذاتية للتأثير الدعوي: قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي يتصل غالباً بمتغيرات وجدانية وروحية داخلية، يصعب قياسها بأدوات كمية تقليدية، بل يحتاج الأمر إلى الدمج بين الكمي والنوعي والمنهج الوصفي الميداني لتحقيق نتائج أكثر دقة⁽¹⁾.

¹ - ينظر: تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي، دراسة ميدانية على طلاب وطالبات جامعة أم القرى، مرجع سابق. والخطاب الديني الرقمي وبناء المجتمع والحضارة الإسلامية، مرجع سابق.

الخاتمة:

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات، حمداً يليق بجلاله تعالى، تقدست أسماؤه، وتعاظمت صفاته، الحمد لله الذي أعانني ووفقني على إتمام بحث (المُرشد الدعوي الرقمي، مفهومه، أهميته، مشروعيته، أهدافه، ضوابطه، وأثره على المتلقي) والذي جاء في مقدمة وتمهيد وأربعة مباحث، خلصت إلى بيان مفهوم المُرشد الدعوي الرقمي، والداعية التقليدية، والمؤثر الرقمي، وأوجه الشبه والفرق بينهما، مع التركيز مع مفهوم موضوع البحث، وماهيته، ومحتواه، وأهدافه، وضوابطه ومعاييرها، وختمت بكيفية قياس أثر المُرشد على المتلقي، ومن النتائج التي توصل لها البحث، ما يلي:

نتائج البحث:

- 1- أن المُرشد الدعوي الرقمي هو: داعية متخصص، وقد يكون نظام معلومات مَقْنَنَة، مثل الذكاء الاصطناعي يقدم التوجيه والإرشاد الدعوي عبر الوسائط الرقمية، باستخدام أدوات التقنية الحديثة، لتحقيق أهداف الدعوة إلى الله، بطرق تفاعلية مؤثرة، ومنضبطة شرعا.
- 2- أنه فكرة مبتكرة، ومشروع دعوي تقني، يمثل مرحلة تطور في عالم الدعوة الرقمي.
- 3- تعد الدعوة الرقمية امتداداً طبيعياً للدعوة التقليدية، لكنها تميزت بالسرعة والانتشار، والقدرة على الوصول إلى فئات واسعة؛ ومتنوعة من الجمهور في وقت وجيز، مما أعاد تشكيل الخطاب الدعوي في ضوء متطلبات العصر.
- 4- مشروعية المُرشد الدعوي الرقمي ثابتة بأدلة من القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة، ومن مقاصد الشريعة، إذ تدخل ضمن باب تبليغ الدعوة بوسائل العصر، تحقيقاً لقوله تعالى: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥﴾ [النحل: 125] وقاعدة "ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب".
- 5- يتسع نطاق أهداف المُرشد الدعوي الرقمي ليشمل: نشر الوعي الديني الصحيح، مواجهة الانحرافات الفكرية، بناء الهوية الإيمانية للشباب، وتصحيح الصورة الذهنية عن الإسلام في العالم الرقمي.
- 6- تتطلب الممارسة الدعوية الرقمية ضوابط علمية وأخلاقية، أبرزها: الالتزام بالمنهج الوسطي، التحقق من صحة المعلومات، احترام الخصوصية الرقمية، تجنب الجدل العقيم، وضبط النشر وفق مقاصد الشريعة في الدعوة.
- 7- يظهر أثر المُرشد الدعوي الرقمي على المتلقي في أبعاد متعددة:
بُعد معرفي: رفع مستوى الوعي الديني والفكري.
بُعد وجداني: تعزيز الارتباط بالقيم الإيمانية والروحية.

بعد سلوكي: تحفيز التفاعل الإيجابي في الواقع والعمل التطوعي الدعوي.

إلا أن هذا الأثر يظل متفاوتاً تبعاً لجودة المحتوى وصدق المرسل وخبرة المتلقي لدى الجمهور.

8- قياس أثر المرشد الدعوي الرقمي يواجه تحديات منهجية، منها: تداخل المؤثرات الرقمية، صعوبة التحقق من نوايا التفاعل، غياب أدوات قياس معيارية، والطبيعة الوجدانية غير المرصودة للتأثير الديني.

9- يتبين أن العمل الدعوي الرقمي ما زال في طور التأسيس المؤسسي، إذ يغلب عليه الجهد الفردي والاجتهاد الشخصي، مما يستدعي إطاراً مؤسسياً يضبط العمل ويطوره ويقيس أثره علمياً.

التوصيات:

1- تنفيذ فكرة ومشروع المرشد الدعوي الرقمي، من قبل الجهات المعنية بالدعوة.

2- تأسيس مراكز وطنية أو جامعية متخصصة في "الدعوة الرقمية" تُعنى بتأهيل المرشدين الرقميين علمياً وتقنياً، وتطوير أدوات قياس الأثر الدعوي عبر المنصات الرقمية.

3- دمج مهارات الإعلام الرقمي في برامج إعداد الدعاة وأقسام الدعوة، بحيث يتخرج الداعية مؤهلاً للتعامل مع أدوات الاتصال الحديثة والتأثير عبرها بفعالية.

4- تصميم معايير مهنية وأخلاقية للمرشد الدعوي الرقمي، تحدد ضوابط النشر والمحتوى وآداب الحوار الرقمي، لتجنب الانحراف أو الاستقطاب أو الفتوى غير المنضبطة.

4- إجراء دراسات ميدانية كمية ونوعية لقياس أثر الخطاب الدعوي الرقمي في تشكيل الاتجاهات الدينية لدى فئات المجتمع المختلفة، مع توظيف أدوات تحليل البيانات الرقمية

5- الاستفادة من الذكاء الاصطناعي والتحليل الرقمي في قراءة اهتمامات الجمهور وتوجيه المحتوى الدعوي بما يتناسب مع احتياجاته الواقعية، دون الإخلال بمقاصد الشريعة.

6- تشجيع الجامعات ومراكز البحث على تبني مشاريع بحثية في (المرشد الدعوي الرقمي) لتطوير نظريات محلية أصيلة تربط بين الدعوة الشرعية وعلم الاتصال الحديث.

7- تعزيز العمل الدعوي الجماعي والمؤسسي عبر فرق رقمية متكاملة (شرعية، إعلامية، تقنية، نفسية)، لتجاوز العشوائية في المحتوى الدعوي الرقمي.

المصادر والمراجع

القرآن الكريم

- 1- إسماعيل، سعيد (2019) أساليب البحث النوعي، دار الشروق، عمان، ط (1).
- 2- ابن قدامة، موفق الدين (1419) روضة الناظر وجنة المناظر في أصول الفقه، مؤسسة الريان للطباعة، دمشق، ط (1).
- 3- الألباني، محمد ناصر الدين (1415) الأحاديث الصحيحة وشيء من فقهها وفوائدها، الرياض، مكتبة المعارف، ط (1).
- 4- الأمدى، سيف الدين (1424) الإحكام في أصول الأحكام، دار الصميعي، الرياض، ط (1).
- 5- البخاري، محمد بن إسماعيل (1311) الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول وأيامه، المطبعة الأميرية، مصر ط (1).
- 6- البداح، خالد محمد (1432) الضوابط التطبيقية لتوظيف تقنية المعلومات في خدمة الدعوة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، مجلة العلوم الشرعية، العدد (19).
- 7- بلال، عبد الحكيم (1990) العمل المؤسسي في المنظمات الإسلامية، المفهوم، الأسس، المقومات، المنتدى الإسلامي، لندن، ط (1).
- 8- الحسين، أسعد ناصر (2016) أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، جامعة الأزهر، مجلة التربية، مجلد (35) العدد (169) جزء (3).
- 9- الحق، محمد أمين (2025) استخدام وسائل الإعلام في مجال الدعوة بين الواقع والآفاق، المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد (9) عدد (10).
- 10- الربيعه، عبد العزيز (1433) البحث العلمي حقيقته ومصادره ومادته ومناهجه وكتابته وطباعته ومناقشته، مكتبة العبيكان، الرياض، ط (6).
- 11- الزهراني، خالد سعد (2021) توظيف التقنية الحديثة في خدمة الدعوة إلى الله، الأهمية، الضوابط، المجالات، جامعة الأزهر، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، المجلد (40) ص (112-1).
- 12- السالم، فاطمة (2022) مواقع التواصل الاجتماعي والتطرف الفكري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الكويت، مجلد سنة 2022م، العدد (79).
- 13- السجستاني، سليمان بن الأشعث أبو داود (1371) سنن أبو داود، المكتبة العصرية، مصر، ط (1).

- 14- السالموطي، نبيل (2024) الخطاب الديني الرقمي وبناء المجتمع والحضارة الإسلامية، جامعة الأزهر، قطاع الدراسات الإنسانية، مجلد (33) عدد (1) (1-32).
- 15- السميح، فهد (2019) تأثير الإعلام الاجتماعي على الوعي الديني لدى الشباب في المجتمع السعودي، دراسة ميدانية على طلاب وطالبات جامعة أم القرى، مجلد (1) العدد (3).
- 16- الشاطبي، إبراهيم بن موسى اللخمي (1417) الموافقات في أصول الشريعة، تحقيق: عبدة آل سلمان، دار ابن عفان، الأردن، ط (1).
- 17- الشهري، حنان (1433) أثر استخدام شبكات التواصل الالكترونية على العلاقات الاجتماعية الفيس بوك وتويتر نموذجا، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة ماجستير، دراسة ميدانية، ط (1).
- 18- الطريقي، عبد الله (2004) الملكية الفكرية في الفقه الإسلامي، دار طيبة للنشر، الرياض، ط (1).
- 19- العنزي، فرحان (1426) البصيرة في الدعوة إلى الله، دار الإمام مالك، أبو ظبي، ط (1).
- 20- العواجي، محمد بن عبد العزيز (1442) موسوعة دليل الداعية، المدينة المنورة، مكتب الدار للدراسات والاستشارات التعليمية، إشراف: معهد البحوث والدراسات بالجامعة الإسلامية، ط (1)
- 21- الغزالي، محمد الطوسي (1413) المستصفى، دار الكتب العلمية، بيروت، ط (1).
- 22- الغنام، لولوه سليمان (2019) الحكمة في الدعوة من خلال تقنيات التواصل الحديثة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة، مجلة البحوث الإسلامية، مجلد (5) عدد (33).
- 23- عبد الخالق، ولاء (2024) تأثير الخطاب الإسلامي الموجه عبر المنصات الرقمية على التواصل الديني مع المؤسسات الدينية الرسمية لدى الجمهور المصري، دراسة ميدانية، مجلد (30) (3/33).
- 24- القشيري، مسلم بن الحجاج (1427) صحيح الإمام مسلم، دار طيبة للنشر، الرياض، ط (1).
- 25- الكحيلي، فاطمة سعود (1445) التطبيقات الدعوية مفهومها، أقسامها، فوائدها، أمثلتها، دار تكوين للنشر، جدة، ط (1).
- 26- اللائحة التنظيمية لشؤون الدعوة والدعاة، وزارة الشؤون الإسلامية والدعوة والإرشاد المملكة العربية السعودية، <https://www.moia.gov.sa/Rules/Pages/Details.aspx?ID=11>
- 27- المدني، أسامة غازي (2017) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى نموذجا، جامعة السلطان قابوس، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، مجلد (3) العدد (2).
- 28- المغدوي، عبد الرحيم (1430) الأسس العلمية لمنهج الدعوة الإسلامية، دار الحضارة، الرياض، ط (2).

- 29- محمود والفخراني، مروءة وآية (2023) دور المؤثرين الإسلاميين على مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم المعرفة الدينية لدى الشباب الجامعي، جامعة القاهرة، كلية الإعلام؛ المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد (82) (ج2).
- 30- مخدوم، مصطفى (1420) قواعد الوسائل في الشريعة الإسلامية، دار اشبيليا، الرياض، ط (1).
- 31- مهري، شفيقة وآمال (2024) خصائص الجمهور في البيئة الرقمية رؤية نظرية في التطور من المفهوم التقليدي للجمهور للمفهوم الحديث، مجلة الدراسات الإعلامية، ألمانيا، مجلد (7) العدد (26).
- 32- مؤتمر: (2016) ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، الجامعة الإسلامية، المدينة المنورة، مجلد (1-3-5).
- 33- موقع: الجمعية العلمية السعودية للدراسات العقدية والأديان والفرق والمذاهب،
[/https://www.aqeeda.sa](https://www.aqeeda.sa)
- 34- موقع: مقراء الحرمين الشريفين، حلقات تحفيظ القرآن الكريم عن بعد،
<https://maqraa.prh.gov.sa/ar>
- 35- الندي وعويس ودقميسة، أحمد وإيهاب وعلي، توظيف الإعلام الرقمي في الدعوة الإسلامية، رؤية استشرافية، مجلة العلوم الإسلامية، ماليزيا، مجلد (37) عدد (1) ص (98-111) سنة 2025م
- 36- نظام حماية البيانات الشخصية
<https://laws.boe.gov.sa/boelaws/laws/lawdetails/b7cfac89-828e-4994-b167-adaa00e37188/1>
- 37- الوزان، عبد الكريم (2023) الخطاب الديني في العصر الرقمي، جامعة السويس، كلية الإعلام، مجلة بحوث الإعلام الرقمي، مجلد (2) عدد (1).
- 38- الهيتي، مهند (2024) استراتيجيات الدعوة الإسلامية في المجتمعات الافتراضية دراسة تحليلية لفعالية المنصات الرقمية، العراق، مجلة الفارابي للعلوم الإنسانية، عدد (6) جزء (2).
- 39- دليل خصوصية البيانات في المملكة العربية السعودية
<https://www.pwc.com/m1/en/services/consulting/technology/ksa-data-privacy-handbook-2023-ar.pdf>
- 40- وليد، خالد (2011) شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي، دار مدارك، بيروت، ط (1).



مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية

مجلة دولية شهرية علمية محكمة

الترقيم الدولي الإلكتروني : ISSN : 2410- 521X

الترقيم الدولي الورقي : ISSN : 2410- 1818

البريد الإلكتروني : journal@andalusuniv.net

المجلة مفهرسة في المواقع الآتية :



2025	2024	2023	2022	2021	العام
0.5978	0.3068	0.3759	0.1954	0.2692	معامل أرسيف
1.81	1.55	1.25	1.73	1.60	معامل التأثير العربي