مجلة الإحياء، المجلد 26، العدد: 39، جويلية 2026، ص - ص: 287-300
الترقيم الدولي: 1112-4350 الترقيم الدولي الإلكتروني: 2588-2406

الفضاء الافتراضي والدعوة الإسلامية بين التمثل الواقعي والتفعيل الشبكي
دراسة تحليلية لصفحة أ.د/ عبد الحليم قابة

The Virtual Space and Islamic Da‘wah: Between Real Representation and Network Activation
An Analytical Study of the Safha (Page) of Dr. Abdel Halim Gaba

طالبة دكتوراه إبتسام زوينة[1] **أ.د/ سعيدة عباس**
Ibtissem ZOUINA **Saida ABASSE**
كلية العلوم الإسلامية – جامعة باتنة1
مخبر LCCUIPS
ibtissem.zouina@univ-batna.dz saida.abbasse@univ-batna.dz

تاريخ الإرسال: 2025/09/25 **تاريخ القبول: 2026/05/19**

الملخص:
يعتبر الفضاء الافتراضي من بين الوسائل المعاصرة المعتمدة في إيصال مختلف العلوم في كل المجالات وشمل ذلك الدعوة الإسلامية، والفيسبوك من بين أهم الوسائط الافتراضية التي تعد أكثر شيوعا وتداولا لدى المستخدمين، وبات هذا الأخير وسيلة دعوية معتمدة، فجاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على الدعوة الإسلامية من خلال صفحة أ.د/ عبد الحليم قابة وتحليل محتواها ومن بين أهم النتائج المتوصل إليها أن الصفحة تعالج مواضيع متعددة وذلك برؤية إسلامية واعتماد اجتهادات الدكتور في ذلك معتمدا على استمالة المدعوين من خلال تنويع الأساليب الدعوية.
الكلمات المفتاحية : الفضاء الافتراضي؛ الدعوة الإسلامية؛ صفحة عبد الحليم قابة.

Abstract:
The virtual space is considered one of the modern means adopted in transmitting different sciences in all fields, including Islamic Da‘wah (preaching). Among the most widespread and commonly used virtual platforms is Facebook. This latter has become a reliable tool for Da‘wah purposes. Therefore, this study aims to shed light on Islamic Da‘wah through the page of Dr. Abdel Halim Gaba and analyze its content. Among the key findings reached by the researcher is that the page addresses multiple topics with an Islamic orientation, relying on the efforts of the professor in responding to the audience’s questions and meeting their needs, while also diversifying Da‘wah methods.
Key words: virtual space; Islamic Da‘wah; Safha (page) of Abdel Halim Gaba.

[1] المرسل المؤلف.

المقدمة

يشهد العالم اليوم حركية تكنولوجية وثورة معلوماتية علمية متطورة مست جميع الأصعدة والميادين، هذا التطور كان سببا في ظهور أشكال جديدة من الاتصال تجاوزت الحدود الجغرافية والسياسية، وجعلت البشرية تنتقل من الواقعي إلى الافتراضي.

لقد فرضت التحديثات الجديدة نوعا من التواصل الإنساني بين التجمعات البشرية، انتقل من الواقع إلى الرقمي عبر مختلف الأفضية الافتراضية في تسابق غير مسبوق نحو تشكيل مصادر للمعلومة في جميع المجالات والعلوم المختلفة، وهذا ما انعكس على الدعوة الإسلامية، حيث اعتبرت الفضاء الافتراضي بؤرة أساسية لممارسة العمل الدعوي، وتوضيح موقف الإسلام من القضايا المعاصرة وتبيين قيمه ومبادئه والأخلاق التي يدعو لها.

أولا- البناء المنهجي والمفهومي

1- الإشكالية

يعتبر الفضاء الافتراضي من أهم الوسائل الاتصالية الدعوية التي فرضتها العولمة الجديدة والتي يعتمدها الدعاة اليوم ﴿وَمَا هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ﴾ (القلم: 52)، معتمدين في ذلك على استخدام مختلف الوسائط التي يتيحها، ويعتبر الفيسبوك من بين أهم تلك الوسائط الافتراضية وأكثرها شيوعا واستخداما، والتي يستخدمها الكثير من المتلقين في البحث عن المعلومة الدينية وحتى الفتوى، واستيضاح الإشكالات النازلة، ما جعل العديد من الدعاة يعتمدونه ويكيفونه حسب التحولات الواقعية لمزاحمة أهل الباطل من المروجين للفتن باسم الإسلام والدعوة من المتطرفين، والتصدي للتيارات الفكرية النازحة لنا من الغرب.

وتماشيا ومواكبة لهذا النوع من التواصل والاتصال المعاصر ظهرت صفحة الأستاذ الدكتور عبد الحليم قابة، والتي من خلالها يسعى لنشر الدعوة الإسلامية من خلال تبيين موقف الإسلام من قضايا العصر، وتوضيح المسائل الدعوية المختلفة، أو بالتذكير بقيم ومبادئ الإسلام، وحتى بطرح الموضوعات الاجتماعية وعلاجها برؤية إسلامية وبحكمة ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ (النحل: 125)، فجمع من خلال صفحته بين متغيري موضوع دراستنا – الفضاء الافتراضي والدعوة الإسلامية-.

وبناء عليه يمكن تنطلق دراستنا من التساؤل التالي:

ما طبيعة الممارسة الدعوية الإسلامية الافتراضية من خلال صفحة الأستاذ "عبد الحليم قابة" عبر الفيسبوك؟

وتتفرع منه عدة تساؤلات كالآتي:

أ- على مستوى الشكل

- ما هي نوعية النشر الدعوي الافتراضي التي اعتمدها "عبد الحليم قابة" في صفحته؟
- ما هي الأساليب الاقناعية التي استخدمها "عبد الحليم قابة " في محتواه الدعوي الافتراضي؟

ب- على مستوى فئات المضمون

- ماهي الموضوعات الدعوية الافتراضية التي اهتم بها "عبد الحليم قابة" من خلال صفحته الدعوية على الفضاء الرقمي؟
- ما هي الأهداف التي سعى "عبد الحليم قابة" لتحقيقها من خلال صفحته؟
- ماهي المصادر التي اعتمد عليها "عبد الحليم قابة" في بلورة محتوياته الدعوية؟

- ما أنواع المدعوين الذين استهدفتهم المنشورات الدعوية لـ " عبد الحليم قابة"؟

2- أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الموضوع في كونه يتناول الدعوة الإسلامية في شقيها الوسائلي والموضوعاتي، فهي من حيث الشق الأول يُعد دراسة الفضاء الافتراضي وكيفية توظيفه في خدمة الدعوة الإسلامية من أبرز الموضوعات المتداولة حاليا، حيث لا يمكن أن تحقق الدعوة مقصدها وفعاليتها إلا من خلال العناية بالوسيلة التي تعتبر الواسطة بين الداعية والمتلقي، كما تظهر الأهمية من حيث الموضوعات المطروحة في الساحة الدعوية الافتراضية، إذ انحسرت بعض الممارسات والخطابات التقليدية لتحتضن الأفضية الرقمية أنماطا جديدة وتنتج سرديات تستعرض فيها الواقع الناتج عن عديد التحولات، كما تتجلي أهمية الموضوع في النموذج المختار والمتمثل في صفحة الدكتور "عبد الحليم قابة"، لما يحمله من صورة رمزية وقدوة إيجابية واقعا وافتراضيا.

3- أهداف الدراسة

كأي طرح علمي فإن هاته الدراسة جاءت لتحقيق جملة من الأهداف نذكر منها:

- ✓ التعرف على أهمية الموضوعات الدعوية المطروحة في صفحة الأستاذ "عبد الحليم قابة"
- ✓ فهم دور الصفحات الفيسبوكية في استنبات فضاء دعوي جاد وحركي.
- ✓ رصد أهم الأساليب الاقناعية المستخدمة في الأفضية الرقمية الدعوية.
- ✓ الكشف عن الجمهور المتلقي للمضامين الدعوية الافتراضية.

4- المفاهيم

وقبل البدء في هذا البحث لا بد من الوقوف أولا على تحديد مفاهيم الدراسة لغة واصطلاحا، حتى توضح لنا معاني ومفاهيم عناصر البحث.

4-1- مفهوم الفضاء الافتراضي

4-1-1- الفَضَاءُ لغة: الْمَكَانُ الْوَاسِعُ مِنَ الأَرض، وَقَدْ فَضَا المكانُ وأَفْضَى إذا اتَّسَعَ وأَفْضَى فلانٌ إلى فُلَانٍ أَي وَصَل إليه[1]، فالفضاء الافتراضي من المنطلق اللغوي يقصد به التواصل في مكان واسع.

4-1-2- الفضاء الافتراضي اصطلاحا: تلك البيئة الافتراضية التي تعمل بها المعلومات الإلكترونية والتي تتصل عبر شبكات الكومبيوتر[2].

ومنه الفضاء الافتراضي في دراستنا هو مجموعة التطبيقات الاجتماعية التي توفرها الشبكة الإلكترونية، ويتم من خلالها التواصل الإنساني والاجتماعي، للتعريف والتعرُف بالدعوة الإسلامية، وهذا عبر صفحة فايسبوك الأستاذ عبد الحليم قابة.

4-2- الدعوة الإسلامية

4-2-1- لغة: دعا بالشَّيْء دعوا ودعوة وَدُعَاء وَدَعوى طلب إِحْضَاره يُقَال: دعا بِالْكتاب وَالشَّيْء إِلَى كَذَا احْتَاجَ إِلَيْهِ، وَدعَاهُ إِلَى الصَّلَاة وَدعَاهُ إِلَى الدّين وَإِلَى الْمَذْهَب حثه على اعْتِقَاده وَسَاقه إِلَيْهِ[3]، والدعوة الإسلامية.

4-2-2- اصطلاحا: تبليغ الإسلام للناس، وتعليمه إياهم، وتطبيقه في واقع الحياة[4].

والمقصود بها في دراستنا مجموع المواضيع والمحتوى الدعوي الذي ينشره عبد الحليم قابة لجمهوره من التابعين عبر صحفته على الفيسبوك.

ثانيا- البناء النظري

1- الفضاء الافتراضي خصائص ومميزات

يعتبر ظهور الفضاء الافتراضي من بين الوسائل المعاصرة التي فرضت نوعا جديدا من أنواع التواصل الإنساني، يتضح ذلك من خلال تغير طرق تعبير المجتمعات عن أفكارهم وبحثهم عن المعلومة، وحتى طرحهم لقضايا مجتمعاتهم، أصبحت تُعالج افتراضيا نظرا للمميزات والخصائص التي يتيحها الفضاء الافتراضي، ومن أهم خصائص الفضاء الافتراضي ومميزاته ما يلي(5):

- غياب الحدود الجغرافية التي يفرضها الواقع، مما يوفر للمستخدمين التنقل عبر المواقع الافتراضية دون قيود.
- توفير فيض من المعلومات في شتى ومختلف المجالات والعلوم.
- سرعة تناقل المعلومات وتدفقها وصلاحية الدخول للشبكة دون تحديد زمن للتصفح والاستخدام.
- توفر المعلومات بشكل مجاني وأخرى مدفوعة الأجر لمن يريدها.
- توفير شبكة من التواصل والعلاقات بين المستخدمين يتم من خلالها التفاعل فيما بينهم في جميع مجالات الحياة (الصحة، السياسة، الاقتصاد، التعليم...)

وبناء على ما سبق نقول أن الفضاء الافتراضي عبر صفحة الفيسبوك يوفر فيضا من المعلومات الدعوية التي يسهل الوصول إليها، من كل الأماكن متجاوزين بذلك كل القيود والحدود الجغرافية، كما أنه يسرع عملية الوصول للمعلومات الدينية الدعوية وتصفحها دون تقيد بزمن ووقت. ويتيح الفضاء الافتراضي أيضا فرصة طرح المواضيع الدعوية بين المستخدمين، وتبيين مواقف الإسلام من القضايا الاجتماعية والإنسانية المطروحة في الساحة الدولية والعالمية.

إن الفضاء الافتراضي عبر وسيلة الفيسبوك يضمن للمستخدمين تصفح المعلومات الدينية الدعوية بشكل مجاني، مع التفاعل معها من خلال طرح تساؤلاتهم وانشغالاتهم الدينية، أو حتى إبداء آرائهم ووجهات نظرهم حول القضايا المطروحة.

إضافة إلى ذلك فإن الفيسبوك يوفر خدمة الخصوصية للمنشورات التي ينشرها الدعاة، إذ يمكن لصاحب الصفحة الدعوية أن يجعل منشوراتها خاصة بالأصدقاء المشتركين معه في الصفحة فقط كما يمكنه من خلال بيانات التطبيق أن يجعلها منشورات عامة للأصدقاء وغيرهم.

ومن الخصائص التي يوفرها تطبيق الفيسبوك تعدد وسائل النشر، فيمكن للمستخدم أن يعرض ويطرح محتواه الدعوي من خلال الكتابة وإرفاقها بصورة أو فيديو أو الاعتماد على كل وسيلة منفصلة عن الأخرى.

2- الدعوة الإسلامية والفيسبوك: بين رهانات التطبيق ومعيقاته

2- 1- أهمية الدعوة من خلال الفيسبوك: لم تعد عملية الاتصال الدعوي مقتصرة على الخطابات المسجدية رغم فعاليتها وأهميتها ومكانتها في الدعوة، كما أننا لا يمكن حصرها في الوسائل المكتوبة أو المسموعة أو غيرها، بل تطورت لتشمل كل وسيلة تكنولوجية معاصرة نظرا لإقبال المستخدمين عليها. فالدراسات تثبت ارتفاع نسبة المستخدمين وإقبالهم على استعمال الفيسبوك كوسيلة لنشر وتعلم وتعليم الدين الإسلامي، وتأثير محتواها في سلوك الجمهور المدعو وأفكارهم وحتى توجهاتهم المختلفة، ولذلك كان على الدعاة الاهتمام بالدعوة عبر هذه الوسيلة التي تستقطب عددا كبيرا من المستخدمين والمتفاعلين مع محتوى هذه الصفحات.

إن الدعوة عبر الفضاء الافتراضي وبالأخص عبر صفحات الفيسبوك أصبحت من حتميات وضروريات هذا العصر، وذلك لسد ثغر من ثغور الدعوة، في ظل انتشار الصفحات المروجة للمحتوى التافه والباطل بشتى صوره من أخلاقيات لا سلوكية ولا تمد لا للدين ولا للعرف السوي بصلة ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾ (الأعراف: 199)، فالمؤمن مطالب ومأمور بالإعراض عن كل جهل وجهالة تروجوها صفحات الفيسبوك صيانة لدينه وخلقه وفكره، كما أنه بات من واجب الدعاة التصدي لمثل هاته الحملات بنشر ما يعزز قيم ومبادئ الدين الإسلامي عبر محتواهم الفيسبوكي.

وتبرز أهمية الدعوة من خلال الفيسبوك أيضا في وصول الدعوة الصحيحة إلى أماكن كان يصعب الوصول إليها، أو يعتبر الوصول إليها ضربا من الخيال، وأن الفيسبوك يوفر سهولة في الاتصال بالمدعوين مع تنويع الأساليب - الكتابة، الصورة، إرسال الكتب والمحاضرات- وذلك كله بتكلفة قليلة مقابل الطرق التقليدية الدعوية، مع زيادة نسبة المتصفحين لها مقارنة بالواقع[6].

لقد هيأ الفيسبوك للدعوة آفاقا رحبة وميادين واسعة يمكن أن تنطلق من خلالها لتبليغ دعوة الحق إلى العالم كله، ومن ثمة فإن برامج الدعوة وخططها يجب أن تواكب هذا التطور الحاصل في المجتمعات المعاصرة، وأن تستفيد من هذا التقدم العلمي في خدمة الدعوة الإسلامية وتحقيق أهدافها، كما أن الدعوة عبر الفيسبوك يتوفر لها من المزايا ما لم يتوفر لغيرها[7] - كما سبق وعرفنا- مما يجعل هاته المزايا تفعل من عملية الاتصال الدعوي.

إن استخدام التقنية الحديثة في الدعوة إلى الله تعالى من مقتضيات العصر نظرا لما تقدمه من منافع للدعوة، فهي تمكن الداعية من نشر وتصحيح كثير من المفاهيم الخاطئة والمعلومات غير صحيحة عن الإسلام والمسلمين فقد أتاح الفيسبوك للدعاة اليوم تصحيح العديد والكثير من المغالطات المنسوبة للإسلام زورا[8].

2-2- ضوابط استخدام الفيسبوك في الدعوة الإسلامية

كأي وسيلة دعوية فإن استخدام الفيسبوك في نشر الدعوة الإسلامية يخضع لجملة من الضوابط والشروط، وهي لا تخرج عن ضوابط الإسلام التي حددها في مجال العلاقات التواصلية الاجتماعية والإنسانية، ويمكن تلخصيها في النقاط التالية[9]:

- الصدق والإخلاص لله تعالى فكل عمل يتقرب به لله تعالى لا بد أن يكون أساسه ومنبعه الصدق والإخلاص ونظرا لثمرات هاتين الصفتين على فاعلية العمل الدعوي، ﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ (الأنعام: 162).
- أن يدرك المستخدم للفيسبوك بأن أقواله ومنشوراته تحت الرقابة الإلهية ﴿مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾ (ق: 18)، فيتجنب نشر الإشاعات والأخبار المكذوبة والفحش، وكل ما يتنافى مع الآداب والأخلاقيات الإسلامية.
- عدم توظيف الفيسبوك في القول على الله بغير علم، والتثبت في إصدار الفتاوى والمعلومات الدينية، أو الانتقاص من العلماء وتجريحهم ﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّيَ الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزِّلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ (الأعراف: 33).
- الحرص على نشر الوحدة الإسلامية، ونبذ كل أشكال خطابات العنف والعنصرية أو المهددة للأمن القومي والعالمي.
- عدم التجسس على أسرار الأفراد والمؤسسات والدول أو نشرها للعامة.

- الحرص على حفظ الأمن الوطني وعدم نشر أسرار الدولة الإسلامية، وعدم نشرها للأعداء المتربصين بها باسم الدين.
- الحرص على عدم تضييع الأوقات في هذه الصفحات، وتضييع الوقت أمامها وتضييع الواجبات من طاعات ومسؤوليات.

2-3- معيقات الدعوة الإسلامية عبر الفيسبوك

إن الدعوة عبر الفيسبوك شأنها شأن الدعوة في الواقع هي الأخرى تواجهها جملة من المعيقات والتحديات على عدة مستويات، وهذه المعيقات هي سنة الله في الكون فمن بعثة الأنبياء عليهم الصلاة والسلام جميعا إلى كل من حمل لواء الدعوة من بعدهم واجهوا جملة من المعيقات، فطريق الدعوة لا يخلو منها. فالمتأمل في المعيقات التي تعترض الدعوة الإسلامية عبر الفيسبوك يلاحظ أنها تقسم إلى ثلاث مستويات كالآتي:

- **معيقات على مستوى الداعية:** يعترض الداعية في دعوته عبر الفيسبوك لجملة من المعيقات، ولا بد أن ننوه بأن العقبات المذكورة هنا لا تجتمع كلها لدى داعية واحد، كما أنها ليست انتقاصا لجهدهم وعملهم فلكل مجتهد نصيب، ولكن لابد من التعرض لها لعلاجها ولتطوير العمل الدعوي، ومن بين هذه المعيقات ما يلي:

– ضعف التكوين التقني والتكنولوجي للدعاة فإن لم يحسن الدعاة التعامل مع معطيات ومنتجات الثورة المعلوماتية بما فيها الفيسبوك ستظل قوالب جامدة لا يمكن تسخيرها للارتقاء بالواقع الدعوي ورسم معلم مستقبله[10].

– ضيق وقت أغلبية الدعاة نظرا لالتزاماتهم، وخاصة أن أغلبيتهم موظفون في قطاعات أكادمية وأئمة فكل وقتهم مسخر في وظائفهم الواقعية لذلك يواجهون إشكالية التفرغ للنشر عبر صفحاتهم عبر الفيسبوك أو يكون نشرهم بنسب قليلة.

– ضعف التكوين العلمي الشرعي عند بعض الدعاة فهم يحتاجون لتطوير قدراتهم العلمية في العلوم الشرعية من عقيدة وأصول الفقه والفقه والتاريخ والسيرة، وإحاطة بكتب الديانات والمذاهب والعلوم الحديثة، إضافة للاطلاع على العلوم الخادمة للدعوة والداعية معا من علم النفس وعلم الاجتماع، وهذا راجع لعدم وجود كليات متخصصة في تكوين الدعاة أو ضعف وافتقار برامجها وعدتها التي يحتاجها الدعاة في دعوتهم عبر الفيسبوك[11].

- **معيقات على مستوى الدعوة:** تواجه الدعوة الإسلامية منذ بعثتها جملة من العقبات والتحديات التي تختلف باختلاف الظروف المحيطة بها وباختلاف الأزمنة، وكما أن الدعوة الإسلامية توسعت رقعتها وتعددت أشكال إيصالها ونشرها من خلال توظيف تكنلوجيا الاتصال وتوظيفها في ذلك، فستكون غالبية هاته المعيقات على مستوى هذه الوسيلة التكنلوجية.

إن الملاحظ والمطلع على ما تواجهه الدعوة الإسلامية عبر الفيسبوك يجد أن هناك ما يطلق عليه بمصطلح - فوضى الفتاوى[12]- خاصة وأن الدافع الأساسي لاستخدام الصفحات الدعوية من قبل المدعوين يكون بالدرجة الأولى للاطلاع والبحث عن المعلومة الفقهية[13]. وتحمل فوضى الفتاوى عدة أوجه؛ فيمكن أن تصدر الفتوى من جهات غير مختصة أو مجهولة، وإما أن يفتى بالفتاوى الشاذة الغريبة عن عرف البلاد والعباد، ومن أوجهها كذلك الخروج عن المرجعية الدينة للبلاد، فيترتب عليه حيرة

المستفيدين ويكون لسان حالهم بفتوى من نأخذ وهذا ما تثبته الصفحات الفيسبوكية الاجتماعية من خلال التعليقات والنقاشات الدائرة بينهم، كما يترتب عليه اختلال نسق الوحدة الإسلامية داخل البلد الواحد.

ومن العقبات أيضا شيوع وانتشار الخطابات المتطرفة التي توسعت مساحتها وزاد خطرها ببروز تكنولوجيا الاتصال المعاصرة، والتي اكتسحت الفضاء الافتراضي وجعلت منه وسيلتها المتحررة في زرع وبث الأفكار المتطرفة والمائعة التي تشوه الدين والدعوة، وتهدد أمن وعقيدة المجتمعات الإسلامية، وتشوه صورة الدين لدى غير المسلمين. إن المتأمل لواقع صفحات الفيسبوك والمتصفح لها يجد أن هناك ثورة على كل ما هو قيمي وأخلاقي وإسلامي، فقد برزت عشرات الصفحات تشجع على الخروج على كل ما يضبط نظام المجتمع ونسقه وتشجع على حرية تتعارض مع ما أرساه الإسلام من أسس ومبادئ حضارية تبنى عليها المجتمعات. فقد ابتليت الدعوة بمن يروج للتفاهة والتفنن في نشرها استقطابا لأكبر عدد من المتابعين، وهذا ما تؤكده الأعداد الهائلة التي تتابع هذه الصفحات والتي لا تخفى عن أي باحث يحمل هم الدعوة، فقد بات من أكبر تحديات الدعوة أن تجد قبولا ومكانا بين هذه الخطابات التافهة التي لاقت قبولا لدى فئات كثيرة.

- **معيقات على مستوى الوسيلة (التقنية):** تواجه الدعوة الإسلامية عبر الفيسبوك عدة معيقات وعقبات تؤثر على فعاليتها ومسارها ويمكن أن نذكرها فيما يلي:

- كثرة الصفحات الفيسبوكية الدعوية وغياب التنسيق والتنظيم بينها، فلا يوجد تخطيط وتكامل بين دعاة هاته الصفحات في تسيير العملية الدعوية، ويلاحظ متصفحها تكرار المادة العلمية أو يفاجأ بمحتوى يتعارض وأفكار الإسلام وقيمه وأخلاقياته[14]. حيث عملية الدعوة عبر الفيسبوك تحتاج لتنسيق من الهيئات الحكومية أو الدعوية لتنيظيم العمل الدعوي من خلالها وترتبيه، وسد حاجات جمهور المدعوين المخاطبين لضمان فعالية الدعوة ونفعهم بها في جميع المجالات والميادين الخاصة بها – فقه، عقيدة، معاملات، أخلاقيات.....-، وفي مقابل ذلك قد تكون هاته الصفحات قليلة النشاط والنشر، نظرا لانشغال الدعاة بمهنهم في الواقع وضيق أوقاتهم كما ذكرنا ذلك في العقبات المتعلقة بالدعاة، مما يجعل الإقبال على المحتوى الدعوي قليلا من قبل جمهور المستخدمين.
- انعدام التخطيط الحكومي الشامل والمبرمج لتوظيف واستثمار الإمكانات المتاحة في الفضاء الافتراضي وتسخيرها في خدمة العملية الدعوية عبر الفيسبوك[15]، حيث تفتقر إلى التخطيط والتسيير على مستوى التقنية، فالدعوة تعاني ندرة وقلة في استغلال الوسائل الحديثة واكتفاء الدعاة بالمنابر والخطب لنشر الدعوة.

ثالثا: الاطار التحليلي

1- منهج الدراسة: نظرا لطبيعة الدراسة والتي يتم من خلالها وصف الدعوة الإسلامية عبر الفضاء الافتراضي وذلك عبر صفحة عبد الحليم قابة، فقد تم اعتماد المنهج الوصفي، في تتبع تفاصيل الظاهرة المدروسة واستجلاء متغيراتها والعلاقات الكامنة بينها.

2- مجتمع وعينة الدراسة: نظرا لطبيعة الموضوع فقد اعتمدنا فيه على اختيار العينة القصدية لدراسة الدعوة الإسلامية عبر الفضاء الافتراضي من خلال صفحة عبد الحليم قابة، نظرا لصعوبة حصر ودراسة جميع الموضوعات والمنشورات الدعوية عبر صفحته ولذلك تم اختيار هذه العينة وهي 62 منشورا في الفترة الممتدة من شهر رمضان إلى شهر ذي الحجة من سنة 1446هـ (من شهر مارس إلى منتصف جوان)، وهي فترة معروفة بالنشاط الدعوي لدى الدعاة نظرا لكثرة إقبال المدعوين وأسئلتهم في

هذه الفترة، ونظرا لتزامنها مع موسمين مهمين لدى المسلمين مرتبطين بركنين من أركان الإسلام وهما شهر رمضان وموسم الحج.

3- أداة الدراسة: تم اعتماد أداة تحليل المحتوى، لتحليل المنشورات الدعوية المنشورة في صفحة عبد الحليم قابة، في الفترة المشار إليها أعلاه.

4- فئات التحليل: تم الاعتماد على فئتي الشكل والمضمون؛ إذ تحيل فئات الشكل إلى المحددات الشكلية للمضمون الدعوي في صفحة "عبد الحليم قابة"، أي "فئات كيف قيل؟"، واقتصرت على فئة النشر وفئة الأساليب الاقناعية، بينما جاءت فئات المضمون لتعالج "ماذا قيل؟" في صفحة "عبد الحليم قابة" والتي لها علاقة بالمضمون الدعوي الافتراضي، وتمثلت في فئة الموضوعات والأهداف والمصدر والجمهور المستهدف.

5- وحدة التحليل اعتمدت الدارسة على وحدة الموضوع.

6- عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

1-6- التعريف بصفحة عبد الحليم قابة: صفحة أنشئت من قبل مؤسسها عبد الحليم قابة وهو أستاذ بجامعتي الجزائر ومكة المكرمة سابقا.

رابط صفحته الرسمية على الفيسبوك: https:// www. Facebook.com/balaghgaba

1-6- عرض وتفسير نتائج فئات الشكل

1-1-6- فئة الأساليب الاقناعية:

الجدول رقم (01) : يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الأساليب الاقناعية

نوع الأسلوب	التكرار	النسبة (%)
عقلي (القرآن الكريم، السنة النبوية، الأحكام الشرعية أقوال العلماء، الشواهد التاريخية)	40	%64.52
عاطفي (الحكمة، الموعظة الحسنة، النصيحة)	22	%35.48
المجموع	62	%100

المصدر: الباحثتان

قراءة تحليلية للجدول رقم (01):

من خلال القراءة التحليلية لنسب الجدول نلاحظ تنوعا بين الأسلوب العقلي والعاطفي حيث حاز الأسلوب العقلي على المرتبة الأولى من الأساليب حيث بلغت نسبته 64.52**%** وبلغت نسبة الأسلوب العاطفي 35.48%.

إن الملاحظ للنسب الرقمية للجدول يلاحظ أن الداعية اعتمد على الأسلوب العقلي من خلال مخاطبة عقول المدعوين وتقديم الحجج والبراهين والأدلة الفقهية والشرعية المأخوذة من الكتاب والسنة، لتقريب المفاهيم والمسائل وتبسيطها وتوضيحها.

ولم يهمل الداعية الأسلوب العاطفي الذي من خلاله يتم استمالة القلوب والمشاعر للقضايا الدعوية ولقضايا المجتمع والأمة من خلال تجلي الحكمة والنصحية في المواضيع التي طرحها وعالجها.

6-1-2- فئة نوعية النشر المعتمدة

الجدول رقم (02): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب نوعية النشر المعتمدة.

نوعية النشر	التكرار	النسبة (%)
المنشورات المكتوبة	**32**	**%51.61**
الصور	**04**	**%6.45**
الفيديوهات	**06**	**%9.67**
الإعلانات	**03**	**%4.86**
الاقتباسات	**17**	**%27.41**
المجموع	**62**	**%100**

المصدر: الباحثتان

قراءة تحليلية للجدول رقم (02):

يتضح لنا من خلال القراءة التحليلة للجدول أعلاه أن هناك تنوعا في النشر حيث احتلت المنشورات المكتوبة نسبة 51.61% من المنشورات، في حين حضيت الاقتباسات المرتبة الثانية من نوعية النشر حيث شكلت نسبة 27.41% تليها نسبة 9.67% للفيديوهات ثم تليها نسبة الصور والتي شكلت نسبة 6.45% واحتلت نسبة الإعلانات آخر مرتبة حيث شكلت 4.86%.

إن الملاحظ للجدول أعلاه يستنتج أن الداعية نوع في منشوراته وأولى أهمية للمنشورات المكتوبة والمختلفة بين مقالات وكلمات ومواعظ في مواضيع مختلفة كما نجد أيضا اعتمادا على المنشورات المقتبسة سواء من خلال إعادة النشر من الصفحة نفسها أو من خلال الاقتباس من صفحات العلماء والدعاة.

6-2- تحليل وتفسير فئات المضمون (ماذا قيل؟)

6-2-1- فئة المواضيع

الجدول رقم (03): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المواضيع المقترحة

الموضوعات	التكرار	النسبة (%)
فقهية	08	% 12.91
الاجتماعية والأخلاقية	16	% 25.81
الدعوية الفكرية	13	% 20.97
المناسبات الدينية والوطنية	20	% 32.25
قضايا الأمة	05	% 8.06
المجموع	62	%100

المصدر: الباحثتان

قراءة تحليلية للجدول رقم (03):

يبين الجدول أعلاه أن مواضيع المناسبات الدينية والوطنية شكلت أكبر نسبة حيث بلغت 32.25% تليها نسبة 25.81% للمواضيع الاجتماعية والأخلاقية، ثم نسبة 20.97% للموضوعات الدعوية الفكرية، ونسبة 12.91% للموضوعات الفقهية، ثم نسبة 8.06% لموضوعات قضايا الأمة.

من خلال معطيات الجدول يتبين لنا اهتمام الداعية بنشر موضوعات المناسبات خلال فترة دراسة الموضوع وهذا راجع لتزامنها مع شهر رمضان وموسم الحج، والاهتمام بفقه المناسبات يرسخ العلم في قلب المدعوين ويهيئ نفوسهم لحسن استقبال هذه المواسم واغتنامها.

تليها بالدرجة الثانية المواضيع الاجتماعية والأخلاقية نظرا لحاجة المجتمع للتذكير بالقيم الأخلاقية التي تحكم سير الفرد والمجتمع وتضبط العلاقات ويزداد حرص الدعاة على التذكير بها في مثل هذه الأيام والنفحات الربانية التي يحرص من خلالها المسلمون على إصلاح وتزكية أنفسهم.

ونلاحظ من خلال نسب الجدول أيضا أن الداعية اهتم بطرح ونشر المواضيع الفقهية من خلال نشر الفتاوى المتعلقة بشهر رمضان كحكم صيام المريض وأحكام ذي الحجة ليشكل من خلال موضوعاته انسجاما بين ذكر المناسبة وتبيين حكمها محققا بذلك قاعدة "ما وجب علمه وجب العمل به"

ومن المواضيع التي اهتمت بها الصفحة أيضا الاهتمام بقضايا الأمة وعلى رأسها القضية الفلسطينة لأن تذكير المسلين بقضية إخواننا فيه إحياء للقلوب والمشاعر نحوهم وهو كذلك نوع من أنواع النصرة لهم.

6-2-2- فئة الأهداف

الجدول رقم (04): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب الأهداف

الأهداف	التكرار	النسبة (%)
التعريف بالمناسبات الدينية	20	%32.26
تبيين الأحكام الشرعية	08	%12.90
نشر مواعظ وحكم	29	%46.78
الدفاع عن قضايا الأمة	05	%8.06
المجموع	62	%100

المصدر: الباحثتان

قراءة تحليلية للجدول (04):

من خلال القراءة التحليلية للجدول نلاحظ أن نسبة نشر المواعظ والحكم قد نالت أول مرتبة حيث شكلت نسبتها 46.78% من إجمالي أهداف النشر، ونسبة 32.26% للتعريف بالمناسبات الدينية، ثم تليها نسبة 12.90% لتبيين الأحكام الشرعية، في حين احتل الدفاع عن قضايا الأمة نسبة 8.06%.

نلاحظ من خلال تحليلنا لفئة الأهداف أن د. عبد الحليم قابة اهتم اهتماما واضحا بنشر المواعظ والحكم، وأسلوب الحكمة والموعظة من الأساليب الدعوية المعتمدة والتي حث عليها الخطاب القرآني نظرا لفعاليتها ووقعها على العقول والقلوب.

كما يتضح هدف التعريف بالمناسبات الدينية وهذا راجع لتفعيل فقه المناسبات لتذكير المدعوين بالعبادات التي تربطهم بخالقهم، والتي تزامن معها هدف تبيين الأحكام الشرعية المتعلقة بهذه المناسبات لتعليم المدعوين أمور دينهم وتعريفهم بالمسائل الفقهية المرتبطة بها.

ومن أهداف النشر أيضا التركيز على التذكير بقضايا الأمة وقد أولى أهمية بطرح القضية الفلسطينة والتي بين من خلالها كيفية نصرتهم في ظل تداعي الأمم علينا وقداسة هذه القضية العقدية العادلة ومدى الظلم الذي يتعرض له إخواننا هناك وتذكرهم بالدعاء الذي اعتبره أدنى درجات النصرة لهم.

6-2-3- فئة المصدر

الجدول رقم (05): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب المصدر

المصدر	التكرار	النسبة (%)
القرآن الكريم	07	%11.30
السنة النبوية	05	%8.06
مسير الصفحة	37	%59.68
الشخصيات الدعوية	05	%8.06
القنوات التلفزيونية	04	%6.45
صفحات أخرى	04	%6.45
المجموع	62	%100

المصدر: الباحثتان

قراءة تحليلية للجدول رقم (05):

تبين نسب الجدول أن المصادر المعتمدة لدى الداعية عبد الحليم قابة في دعوته عبر صفحة الفيسبوك متنوعة ومتعددة وذلك بنسب متفاوة حيث توزعت كالآتي:

القرآن الكريم بنسبة 11.30%، السنة النبوية بنسبة 8.06%، مسير الصفحة بنسبة 59.68%، الشخصيات الدعوية بنسبة 8.06%، القنوات التلفزيونية بنسبة 6.45%، وصفحات أخرى بنسبة 6.45%.

من خلال القراءة التحليلية لنسب الجدول يتبين أن عبد الحليم قابة اعتمد عدة مصادرمتنوعة في نشره، وأعلى هذه النسب كانت لمصدر مسير الصفحة إذ أنه اعتمد على اجتهادته العلمية والفكرية والدعوية في منشوراته وذلك من خلال توضيف القرآن السنة النبوية وأقوال العلماء وجعلها منطلق موضوعاته وطروحاته وعدم الخروج أومعارضة النص القرآني والسنة النبوية، رغم قلة نسبة هذين المصدرين في منشوراته.

6-2-4- فئة الجمهور المستهدف

الجدول رقم (06): يمثل توزيع عينة الدارسة حسب الجمهور المستهدف

الجمهور	التكرار	النسبة (%)
جمهور خاص	10	%16.12
جمهور عام	52	%83.88
المجموع	62	%100

المصدر: الباحثتان

قراءة تحليلية للجدول رقم (06):

من خلال قراءة نسب الجدول نلاحظ أن عبد الحلم قابة استهدف نوعين من الجمهور في منشوراته؛ جمهور خاص وآخر عام، وبلغت نسبة الجمهور الخاص 16.12% ، ونسبة 83.88% للجمهور العام.

استهدف عبد الحليم قابة من خلال منشوراته نوعين من الجمهور، فكانت جل منشوراته موجهة للجمهور العام من المسلمين وخاطبهم من خلال طرح المواضيع الفقهية والأخلاقية وعلاج القضايا

الاجتماعية، كما أنه لم يهمل استهداف نوع من الجمهور الخاص والمتمثل في المهتمين بالعمل الدعوي ونشر الدعوة فقد خصص لهم بعض الموضوعات التي أرشد من خلالها إلى سبل الدعوة ومناهجها وأسباب نجاحها في العصر الحالي من خلال المقالات والكلمات الافتتاحية في بعض المجالات والتي نشرها عبر صفحته الخاصة.

خاتمة:

على ضوء التحولات التي يعايشها العالم الراهن وما فرضته الثورة المعلوماتية من اختراق لكل الميادين والقطاعات، لم تعد الدعوة الإسلامية مقتصرة ومحصورة على الخطب والمنابر، بل انبرى الدعاة لكل نمط ووسيلة مستجدة تواكب حتمية التطور التكنولوجي، من أهمها منصات التواصل الاجتماعي التي تندرج في طليعة تلك الوسائل والأدوات، وذلك لما تتيحه من مزايا وتسهيلات.

ويعد الدكتور "عبد الحليم قابة " واحدا من الدعاة الذين اتخذوا من صفحات الفيسبوك منطلقا لدعوتهم، إذ اعتبر هذه الوسيلة فعالة لطرح المعالجات الفكرية والاجتماعية والدعوية التي تمس واقع المجتمع المسلم ومناقشتها ومعالجتها من منظور إسلامي انطلاقا من المصدرين الأساسيين للتشريع الإسلامي وما صدر عنهما من اجتهادات.

ويتبين من خلال الدراسة التحليلية لصفحة الدكتور أنه على الدعاة اليوم التمكن من مجال التقنية والتضلع فيه لمزاحمة الكم الهائل من المحتويات المعاكسة لقيم وأخلاقيات الدعوة الإسلامية، وذلك لاستقطاب أكبر عدد من المتابعين خاصة فئة الشباب المستهدفة والتي تعتبر مشروع فساد قيمي وأخلاقي من قبل التيارات المعادية، وتناول مواضيع شبابية تمس اهتمامات الشباب وعلاجها بل وحتى التفاعل معهم وطرح آرائهم لأن التفاعل مع المواضيع من خلال الصفحة يعتبر محدودا مقارنة بنسبة التفاعلات التي تشهدها صفحات المحتوى اللاقيمي.

النتائج العامة للدراسة التحليلية:

- اعتمدت الصفحة محل الدراسة على تنوع الأساليب الدعوية في نشر الدعوة الإسلامية بهدف استمالة القلوب والعقول من خلال الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة والنصيحة، أو باعتماد الأدلة الشرعية من الكتاب والسنة النبوية والشواهد التاريخية.
- اعتمد عبد الحليم قابة على تنويع المواضيع التي طرحها وعلاجها من خلال صفحته عبر الفيسبوك بين المواضيع الفكرية والفقهية والأخلاقية الاجتماعية والتي تخدم الدعوة الإسلامية.
- لم يعتمد عبد الحليم قابة على نوعية نشر واحدة بل نلاحظ تنوعا بين منشورات مكتوبة وأخرى مقتبسة، أو موضحة في شكل صورة أو بث لقاء مباشر.
- تنوع أهداف النشر فلكل موضوع مقصد، فمنها ما جاء لتبين الأحكام الشرعية وشرحها، أو التعريف بالمناسبات الدينية والوطنية، ومنها ما كان الهدف منها التذكير بقضايا الأمة العادلة.
- لم يركز عبد الحليم قابة من خلال دعوته عبر صفحة الفايسبوك على جمهور واحد بل كان جمهوره منوعا بين العام والخاص وذلك من خلال المواضيع المطروحة والتي خص بها كل فئة من الجمهور.
- اعتمد عبد الحلية قابة على مجموعة من المصادر المختلفة في دعوته، (القرآن الكريم، السنة النبوية، القنوات الفضائية....)
- اعتماد الصفحة على لغة واحدة في الخطاب وهي اللغة العربية الفصحى.

التوصيات:

1. ضرورة تكوين الدعاة في مجال التقنية الحديثة والتمكن منها باعتبارها وسيلة معاصرة يفرضها الواقع الدعوي المعاصر.
2. حث الباحثين في مجال الدعوة على الاهتمام بالدراسات ذات صلة بوسائل الدعوة المعاصرة وعرض التحديات وطرح حلول لها.
3. التعريف بأهمية التنويع في وسائل الفضاء الافتراضي والخروج من نمطية الطرح لضمان فاعلية الدعوة وانتشارها في أوسع نطاق.

قائمة المراجع:

القرآن الكريم

1- ابن منظور جمال الدين (ت:711هـ)، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط3، 1414هـ.

2- أحمد محمد الشرنوبي، الدعوة إلى الله تعالى من خلال الشبكة الدولية (الإنترنت)، د.د، د.ط.

3- آسيا حنكة وآخرون، الخطاب الدعوي وتحديات وسائل الاتصال المعاصرة -الفيسبوك نموذجا-، مذكرة ماستر في الدعوة والإعلام، الوادي، قسم أصول الدين، 2020/ 2021م.

4- البيانوني أبو الفتح، مدخل إلى علم الدعوة، مؤسسة الرسالة بيروت، ط3، 1995م.

5- حميد حرحوز، بلال بوختالة، استخدام موقع فايسبوك في نشر الدعوة الإسلامية – دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإسلامية بجامعة المسيلة نموذجا-، مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2018/ 2019م.

6- خالد بن سعيد الزهراني، توظيف التقنية الحديثة في خدمة الدعوة إلى الله (الأهمية، الضوابط، المجالات)، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، جامعة الأزهر، مصر، العدد 40.

7- عبد الحميد صلاح، يمنى عاطف، الإعلام والفضاء الإلكتروني، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، ط1، 2015م.

8- عيسى بوعافية، الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، قسم الدعوة والإعلام، 2002/ 2003م.

9- محمد أمين، مشاكل الدعوة والدعاة في عصرنا الحاضر ووسائل علاجها، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، 1/35، 2008 م.

10- محي الدين إسماعيل، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاتصالية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، ط1، 2015م .

11- مصطفى إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة، د.ط، د.ت.

12- نوال بومشطة، الخطاب الدعوي الإسلامي عبر وسيلة التواصل الاجتماعي" الفيسبوك" دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة الإبراهيمي للآداب والعلوم الإنسانية برج بوعريريج، 1/2، جانفي 2021م.

الهوامش:

(1) ابن منظور جمال الدين (ت:711هـ)، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط3، 1414هـ، 15/ 157.

(2) عبد الحميد صلاح، يمنى عاطف، الإعلام والفضاء الإلكتروني، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، ط1، 2015م، ص9.

(3) مصطفى إبراهيم وآخرون، المعجم الوسيط، دار الدعوة، د.ط، د.ت، 1/ 286.

(4) البيانوني أبو الفتح، مدخل إلى علم الدعوة، مؤسسة الرسالة بيروت، ط3، 1995، ص17.

(5) عبد الحميد صلاح، عاطف يمنى، الإعلام والفضاء الإلكتروني، (م، س) ص 9، 10، 11.

(6) نوال بومشطة، الخطاب الدعوي الإسلامي عبر وسيلة التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة الإبراهيمي للآداب والعلوم الإنسانية، برج بوعريريج، 1/2، جانفي 2021، ص181.

(7) أحمد محمد الشرنوبي، الدعوة إلى الله تعالى من خلال الشبكة الدولية (الإنترنت)، د.د، د، ط، ص 20، 22.

(8) خالد بن سعيد الزهراني، توظيف التقنية الحديثة في خدمة الدعوة إلى الله (الأهمية، الضوابط، المجالات)، مجلة كلية أصول الدين والدعوة بالمنوفية، جامعة الأزهر، العدد 40، ص35.

(9) عيسى بوعافية، الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة، قسم الدعوة والإعلام، 2002/ 2003، ص 79، 80، 81.

(10) محي الدين إسماعيل، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الاتصالية على جمهور المتلقين، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، ط1، 2015، ص290.

(11) محمد أمين، مشاكل الدعوة والدعاة في عصرنا الحاضر ووسائل علاجها، مجلة دراسات، علوم الشريعة والقانون، 1/35، 2008 ، ص89.

(12) آسيا حنكة وآخرون، الخطاب الدعوي وتحديات وسائل الاتصال المعاصرة -الفيسبوك نموذجا -، مذكرة ماستر في الدعوة والإعلام، الوادي، قسم أصول الدين، 2020/ 2021م، ص41.

(13) حميد حرحوز، بلال بوختالة، استخدام موقع فايسبوك في نشر الدعوة الإسلامية - دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الإسلامية بجامعة المسيلة نموذجا-، مذكرة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2018/ 2019، ص 33.

(14) عيسى بوعافية، الدعوة الإسلامية عبر الإنترنت، (م، س)ص 87.

(15) محي الدين إسماعيل، تأثير شبكات التواصل الاجتماعية الاتصالية على جمهور المتلقين، (م، س) ص 288.