مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكّمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

- الخطاب الديني في العصر الرقمي
  أ. د. عبد الكريم عبد الجليل الوزا
- المؤسسات والوعي الديني للشباب في العصر الرقمي: رؤية تحليلية نقدية
  أ. د. آمال حسن الغزاوى
- الخطاب الديني في شبكات الإنترنت: سماته وضوابطه
  بروفيسور دكتور قاضي دين محمد
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التوعية الدينية
  د. هشام خلف الله
- ضوابط وأخلاقيات نشر المحتوى الديني في وسائل التواصل الاجتماعي
  د. ياسر يوسف عوض الكريم أبو القاسم
- جهود المؤسسات الحكومية في تحصين الوعي الديني وبثه في المجتمع
  د. محمد عبادي

العدد الثاني: يوليو ٢٠٢٣

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثاني: يوليو ٢٠٢٣

Digital Media Research Journal

Quarterly Scientific Journal issued by
The Faculty of Media and Communication Technology - Suez University

- Religious Discourse in the Digital Age.
  Prof. Dr. Abdel Karim Abdel Jalil Al-Wazzan
- Institutions and Religious Awareness of Youth in the Digital Age: An Analytical Critical View.
  Prof. Dr. Amal Hassan Al-Ghazzawi
- Religious Discourse on the Internet: Its Features and Controls.
  Prof. Dr. Qazi Din Mohammed
- Using Artificial Intelligence Techniques in Religious Awareness.
  Dr. Hisham Khalafallah
- Controls and Ethics of Posting Religious Content on Social Media.
  Dr. Yasser Youssef Awad Al-Karim Abu Al-Qasim
- Efforts of Government Institutions to Fortify Religious Awareness and Spread it in Society.
  Dr. Mohammed Abadi

Number Two
July
2023

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكّمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

أ.د/ حسين أمين	الأستاذ بكلية الإعلام – الجامعة الأمريكية بالقاهرة
أ.د/ حمدى حسن أبو العينين	أستاذ الإعلام بالجامعات المصرية
أ.د/ سامى عبد العزيز	أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د/ سامي محمد ربيع الشريف	أستاذ الإذاعة والتلفيزيون وعميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة
أ.د. سهير صالح إبراهيم	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق
أ.د/ سيد بهنسي	أستاذ الإعلام بكلية الآداب- جامعة عين شمس
أ.د / عادل عبد الغفار	الأستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د/ عادل فهمي البيومي	الأستاذ بكلية الإعلام – جامعة القاهرة
أ.د. عبد الرحمن محمد الشامي	أستاذ الإعلام بجامعة قطر – دولة قطر
أ.د. عبد الرحمن بن نامي المطيري	الأستاذ بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية– المملكة العربية السعودية
أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي	الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية- المملكة الأردنية
أ.د/ محمد رضا أحمد	أستاذ الإعلام – بجامعة المنصورة
أ.د/ محمد علي شومان	أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر
أ.د/ محمد سعد إبراهيم	أستاذ الصحافة - قسم الإعلام - جامعة المنيا
أ.د/ مني سعيد الحديدي	الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفيزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ هويدا مصطفي	أستاذ الإذاعة والتلفيزيون وعميد كلية الإعلام الأسبق - جامعة القاهرة

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكّمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال- جامعة السويس

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

مساعدو رئيس التحرير

أ.د. حسن علي محمد

الأستاذ المتفرغ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

أ.د. عبد اللّه بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ.د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام- جامعة البترا- المملكة الأردنية

أ.د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة الكويت

مدير التحرير

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

أ.م.د. علا عبد القوي عامر

السكرتير الإداري

مي محمد سليم

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبّر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال – جامعة السويس- السويس- مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمى المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يعدّها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمى.
- توفير فرصة التقويم العلمى للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذى يأخذ على عاتقة تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمى، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمى.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمى، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمى.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصًا التحول الرقمي.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمي ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمي في مصر والعالم العربي والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متّسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألاّ يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألاّ يكون البحث مقدماً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلاّ بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلات منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألاّ يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع)بمقاس A٤ / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وتُرقم ترقيماً متسلسلاً، وتُكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وتُرقم ترقيماً متسلسلاً وتُكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتُكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتُذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوى البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضًا بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويُكتب الملخصان في صفحتين مستقلتين.
-
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمى باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويُكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

الفهرس

- تقديم أ. د. سامي الشريف، الأمين العام لرابطة الجامعات الإسلامية 10
- كلمة أ. د. محمد مختار جمعة، وزير الأوقاف 12
- كلمة أ. د. السيد عبد العظيم الشرقاوي، رئيس جامعة السويس 13
- كلمة أ. د. شوقي علام، فضيلة المفتي 15
- كلمة أ. د. أسامة العبد، الأمين العام 18
- كلمة أ. د. نظير عياد 21
- كلمة أ. د. عصام الكردي 24
- كلمة أ. د. أمين سعيد، عميد كلية الإعلام بجامعة السويس 26
- أ. د. محمد بشاري، الجرائم الإلكترونية ودورها في التحريض على الإرهاب والعنف والتطرف 31
- السفير أشرف عقل، رقمنة الخطاب الديني الإسلامي 41
- أ. د. عبد الكريم عبد الجليل الوزان، الخطاب الديني في العصر الرقمي 49
- د. محمد الشيخ عبد الله، الفتوى المعاصرة بين الضوابط الشرعية والتحديات الرقمية 57
- أ. د. أسامة عبد الرحيم علي، الضوابط الأخلاقية لاستخدام الدعاة لمنصات الإعلام الرقمي 71
- د. عبد الله حسين الشيعاني، دور رابطة الجامعات الإسلامية في نشر الوعي الثقافي والتعليمي، منصة (تويتر) نموذجا: دراسة تحليلية 79
- د. خالد حامد أبو قوطة، فعالية منصات التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الشباب الفلسطيني 89
- أ. د. محمود السيد داود، شبهات الخلاف الفقهي والتعامل الصحيح معها في العصر الرقمي 109
- أ. د. موسي طه تاي الله الحداد، قنوات الدعاة: التحديات والأولويات 127
- د. هشام خلف الله، استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التوعية الدينية 137
- د. ياسر يوسف عوض الكريم أبو القاسم، ضوابط وأخلاقيات نشر المحتوى الديني في وسائل التواصل الاجتماعي 143
- أ. رفعت فياض، الوعي الديني لدى الشباب في ظل الرقمنة 151

✍ بروفيسور دكتور قاضي دين محمد، الخطاب الديني في شبكات الإنترنت: سماته وضوابطه 155
✍ أ. د. آمال حسن الغزاوي، المؤسسات والوعي الديني للشباب في العصر الرقمي: رؤية تحليلية نقدية 163
✍ د. عبد الله بن ناصر الحمود، أسس وتطبيقات تسويق القيم الثقافية عبر وسائط التقنية الرقمية المعاصرة 171
✍ د. محمد عبادي، جهود المؤسسات الحكومية في تحصين الوعي الديني وبثه في المجتمع 181
✍ د. يوسف أحمد عمر، مهارات التعليم الرقمي 191

الخطاب الديني في شبكات الإنترنت: سماته وضوابطه

بروفيسور دكتور قاضي دين محمد

لا شك أن الإنترنت أخذ مكانة عظيمة في كل شيء، صغير أو كبير، ووصل دور الإنترنت إلى حد يعجز البشر أو العالم دونه ولو برهة من الزمان، والإنترنت يُستخدم كمنصة كبيرة للخطاب الديني، ويصعد على هذه المنصة الكبيرة الصالحون والطالحون، ومن الملاحظ أن بعض الدعاة والعلماء يخطبون الناس دون التزام الآداب المفروضة والأدلة العقلية والنقلية من القرآن والسنة ما يؤدي إلى الفوضى والفتن بين عامة الناس.

فمن المنشود أن يكون الخطاب الديني في شبكات الإنترنت مراعيا الجوانب الأخلاقية النبيلة ومتسلحا بالأدلة النقلية والعقلية؛ وذلك ملتزما بالآداب الإسلامية دون المجادلة وانتهاك حرمات الآخرين، وهذا المقال ما هو إلا محاولة بسيطة لبيان موضوع الخطاب الديني في شبكات الإنترنت وشرح بعض من سماته وضوابطه في ضوء القرآن والسنة، والله ولي التوفيق.

مفهوم الخطاب الديني:

أولا: الخطاب: جاء في المعجم الوسيط أن الخطاب: الكلام، وفي القرآن الكريم: (فقال أكفلنيها وعزني في الخطاب) (سورة ص: ٢٢)، أي غلبني يقال : عز يعز : إذا قهر وغلب.

والخطاب: الرسالة، وفصل الخطاب: ما ينفصل به الأمر من الخطاب. يقول تعالى: (وآتيناه الحكمة وفصل الخطاب) (سورة ص: ٢٠).

ثانيا: الدين:

والدين هو الاعتقاد، وهو كما جاء في المعجم الوسيط: اسم لجميع ما يعبد به الله، والدين إذا أطلق أريد به الإسلام، قال تعالى: (إِنَّ ٱلدِّينَ عِندَ ٱللَّهِ ٱلْإِسْلَٰمُ ۗ وَمَا ٱخْتَلَفَ ٱلَّذِينَ أُوتُوا۟ ٱلْكِتَٰبَ إِلَّا مِنۢ بَعْدِ مَا جَآءَهُمُ ٱلْعِلْمُ بَغْيًۢا بَيْنَهُمْ ۗ وَمَن يَكْفُرْ بِـَٔايَٰتِ ٱللَّهِ فَإِنَّ ٱللَّهَ سَرِيعُ ٱلْحِسَابِ) (سورة آل عمران: ١٩).

ومعناه أن الطاعة التي هي الطاعة عنده تعالى: الطاعة له، وإقرار الألسن والقلوب له بالعبودية والذلة، وانقيادها له بالطاعة فيما أمر ونهى، وتذللها له بذلك، من غير استكبار عليه، ولا انحراف عنه، دون إشراك غيره من خلقه معه في العبودية والألوهية.

ثالثا: الخطاب الديني:

الخطاب الديني "هو المضمون الذي يقدمه أي شخص أو مؤسسة حول القضايا الدينية، سواء كان هذا المضمون خطبة للجمعة أو مقالا صحفيا، أو حديثا إذاعيا أو تليفزيونيا، أو محاضرة، أو موقعا من المواقع الإلكترونية المختلفة في شبكة الإنترنت، أو التدوين من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، أو حتى الحديث المباشر الذي يتم بين الأشخاص وبين بعضهم البعض، وغالبا ما يتم فيه الاستشهاد بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية، وتكون مرجعيته الشريعة الإسلامية".

سمات الخطاب الديني :

١- المصدر السليم: لا بد أن يكون الخطاب الديني من المصدر السليم الواضح، ولا شك أن القرآن والسنة النبوية والإجماع والقياس من أهم وأبرز مصادر الخطاب الديني للخطيب على منصة الإنترنت أو غيرها من المنصات الأخرى.

٢- الاهتمام بالمقاصد الشرعية: الخطاب الديني دائما يراعي المقاصد الشرعية ويحافظ على الكليات الخمس أو الضرورات الخمس التي نادى الدين بحفظها وصيانتها.

٣- وضوح الهدف: الهدف شيء مهم لكل شيء، فلا بد أن يكون هدف الخطاب الديني واضحا بغير غموض، من خلال بيان الخطيب أن يظهر بأن خطابه ما هو إلا النداء إلى الحق وهو إخراج البشرية من الظلمات إلى النور ودعوة الناس إلى عبادة رب العباد.

٤- العالمية: أن يكون الخطاب الديني عالميا لا لطائفة خاصة وجنس خاص، يقول تعالى في القرآن: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) (سورة الأنبياء: ١٠٧).

٥- الواقعية: أن يكون الخطاب الديني واقعيا، يرتبط بواقع حياة الناس، وليس غارقا في الفلسفات الغربية ولا في الأشياء التي لا تعطي إلا مفسدة.

٦- التوازن: يكون الخطاب الديني متوازنا دون أي خلل، يوازن بين حاجات النفس والبدن، وبين الدين والدنيا، وبين العقل والنقل.

٧- الوسطية: الوسطية من أهم سمات الخطاب الديني، الإسلام لا يحب الإفراط ولا يحب التفريط، وهو يدعو إلى منهج الوسطية والاعتدال، يقول تعالى في القرآن الكريم: (وَكَذَٰلِكَ جَعَلْنَٰكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِّتَكُونُواْ شُهَدَآءَ عَلَى ٱلنَّاسِ وَيَكُونَ ٱلرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۗ وَمَا جَعَلْنَا ٱلْقِبْلَةَ ٱلَّتِى كُنتَ عَلَيْهَا

إِلَّا لِنَعْلَمَ مَن يَتَّبِعُ ٱلرَّسُولَ ممَّن يَنقَلِبُ عَلَىٰ عَقِبَيْهِ ۚ وَإِن كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى ٱلَّذِينَ هَدَى ٱللَّهُ ۗ وَمَا كَانَ ٱللَّهُ لِيُضِيعَ إِيمَٰنَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ بِٱلنَّاسِ لَرَءُوفٌ رَّحِيمٌ) (سورة البقرة: ١٤٣).

٨- العقل: الإسلام دين عقلاني يخاطب العقل البشري، ويدعو الناس إلى تدبر آيات الله في الكون، فالخطاب الديني يراعي هذا الجانب عند توجيه الناس.

٩- العقيدة السليمة: الخطاب الديني يركز دائما على العقيدة الصحيحة السليمة دون النظريات أو الفلسفات الضالة الفاسدة.

١٠- خطاب أخلاقي: الخطاب الديني لا بد أن يكون متسلحا بالأخلاق النبيلة من التزام الصدق والأمانة والوفاء واللين والرأفة والشفقة والرحمة والكرم والجود، ويبتعد عن كل نوع من
أنواع الفساد والظلم والطغيان والزور والكذب والخيانة والغدر والفحش والحسد.

ضوابط الخطاب الديني في شبكات الإنترنت:

الضابط الأول: الانضباط بأحكام الشرع

أي أن يكون الخطاب الديني مأخوذا من نصوص الكتاب والسنة، ومستنبطا من المصادر الشرعية الأخرى مثل: الاجتهاد، القياس، الاستحسان، المصالح المرسلة، ومعنى ذلك ألا يستخدم الداعية الوسائل والأساليب المحرمة والممنوعة.

الضابط الثاني: الاهتمام بالأولويات

إنه يجب على الخطيب الديني أن يراعي الأولويات في إلقاء خطبته في شبكات الإنترنت، وهو يهتم بالأهم على المهم ولا المهم على الأهم مراعيا حالة المخاطبين وأحوال بلاده.

الضابط الثالث: رعاية المصلحة

لا بد للخطيب الديني أن يراعي هذا الجانب المهم في أثناء خطبته للناس، حيث لا يترتب على كلامه مفسدة أو فتنة، وهو دائما يحاول تجنب الفتنة والفساد، وأن يكون في باله دائما "درء المفسدة مقدم على جلب المصلحة"، قال الله تعالى: (وَلا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْواً بِغَيْرِ عِلْمٍ) (سورة الأنعام:١٠٨).

الضابط الرابع: التدرج

وهو التقدم شيئاً، والصعود درجة درجة، ومعناه: أن يتدرج الداعي بدعوته شيئاً فشيئاً، كما قال تعالى: (وَقُرْآناً فَرَقْنَاهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَى مُكْثٍ وَنَزَّلْنَاهُ تَنْزِيلاً)(سورة الإسراء:١٠٦)، وقد استخدم الرسول صلى الله عليه وسلم منهج التدرج في كل شأن من شؤونه، فعلى دعاة الإسلام أن يراعوا هذا المنهج في الخطاب الديني، وهم يرسخون الأمور الاعتقادية في عقول الناس تدريجيا.

الضابط الخامس: عدم المبالغة في البيان

يوجد بعض الدعاة الذين يبالغون في الخطاب والبيان ويكثرون من ذكر القصص الخرافية، وهذا شيء خطير جدا مما يؤدي إلى إفساد عقول الناس وانحرافهم عن الصراط المستقيم، فعليهم أن يتحدثوا مستنيرين من الأدلة القرآنية والسنة النبوية وترك المبالغة في وصف الموضوع.

الضابط السادس: الابتعاد عن نشر الأحاديث الموضوعة والأكاذيب

من الأسف أن نرى كثيرا من الدعاة الذين يتكلمون في منصات الإنترنت يقومون بنشر الأحاديث الموضوعة والأساطير والأكاذيب التي تسبب مشاكل فكرية واعتقادية بين عامة الناس الذين لا يعرفون الحق، وأخيرا يتأثرون بها ويقعون في البدع والضلال؛ لذا ينبغي على الدعاة أن ينتبهوا عند بيان الحديث النبوي ويبحثون عن مصدره هل هو صحيح أم ضعيف أم موضوع.

الضابط السابع: الابتعاد عن سباب وتكفير المخالفين

ومن الأسف أيضا أن نرى بعض الدعاة على منصات الإنترنت يسبون مخالفي مذهبهم ومنهجهم بل يكفرونهم أحيانا ويوصفونهم بصفات سيئة، وهذا لا يأتي إلا بالشر والتفرقة والشحناء والبغضاء فيما بينهم، فلابد للدعاة على منصات الإنترنت أن يبتعدوا عن سباب الآخرين وأن يتبعوا منهج الرسول صلى الله عليه وسلم في كل حين.

الضابط الثامن: عدم إصدار الفتوى

هناك بعض الناس من يتكلمون في منصات الإنترنت ويقومون بإصدار الفتوى في كل مسألة يُسألون، وهذا شيء خطير جدا، وينبغي للدعاة أن يفهموا بأنهم دعاة لا قضاة، وأن إصدار الفتوى ليس من عملهم.

الخاتمة:

لقد توصلنا من خلال هذا البحث بعنوان: "الخطاب الديني في شبكات الإنترنت: سماته وضوابطه" إلى نتائج عديدة، منها ما يلي:

١- الخطاب الديني هو ما يلقيه الداعي من توجيهات ربانية أمام الناس سواء كان ذلك في منبر المسجد أو منصة الحفل أو شبكات الإنترنت.

٢- للخطاب الديني سمات وميزات لا بد من توافرها في الداعي إلى الله والخطيب.

هناك ضوابط عديدة للخطاب في شبكات الإنترنت، فلا بد للداعي أو الخطيب أن يراعي كل هذه الضوابط عند إلقاء خطبه في شبكات الإنترنت.

وصلى الله وسلم وبارك على نبينا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.