مجلة رفوف – مخبر المخطوطات – جامعة أدرار – الجزائر ـــــــــــــــــــ المجلد: 13 / العدد:01 (مـــاي 2025) ص162–185
ISSN: 2335-1381 EISSN: 2602-5949 Legal Deposit: 2013-6352

الخطاب الديني الإسلامي ومواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية تداولية لبعض الخطابات الدينية الإسلامية على موقع الفيسبوك

Islamic religious speech and social media sites An analytical and discursive study of some Islamic religious speeches on Facebook

فوزي زغدي [1]، أ.د. رابح دفرور [2]
Zegdhi Faouzi[1], Prof :Rabah Defrour[2]
1 جامعة أحمد درايعية بأدرار (الجزائر)، fao.zeghdi@univ-adrar.edu.dz
2 جامعة أحمد درايعية بأدرار (الجزائر)، Rab.defrour@univ-adrar.dz

تاريخ الاستلام: 2023/12/27	تاريخ القبول: 2025/02/26	تاريخ النشر: 2025/05/28

الملخص: تتناول دراستنا موضوع الخطاب الديني الإسلامي ومواقع التواصل الاجتماعي دراسة تحليلية تداولية لبعض الخطابات الدينية الإسلامية على موقع الفيسبوك، ونظراً لكثرة هذه المواقع فقد حددنا موقع الفيسبوك كنموذج، والهدف من هذه الدراسة تمثل في الوقوف على أهم سلبيات الخطاب الديني الإسلامي المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومحاولة بيان كيفية علاجها وإصلاحها، حتى يكون الخطاب أكثر نجاعةً وتأثيراً على جميع أفراد المجتمع.

وقد توصلت الدراسة بعد التحليل والنقد إلى الوقوف على بعض السلبيات التي من شأنها أن تعيق المسار الدعوي، مع تقديم مجموعة من الحلول العملية المتعلقة بكل عنصر من عناصر العملية الاتصالية للخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي، والتي يمكن بتطبيقها أن نصحح الأخطاء الموجودة لكي نحقق أهداف الدعوة المنشودة عبر الفضاء الأزرق. **كلمات مفتاحية:** الخطاب الديني الإسلامي؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الفيسبوك؛ المرسل؛ المتلقي.

Abstract: Our study delves into the subject of Islamic religious discourse and social media, conducting an analytical and discursive examination of certain Islamic religious speeches on the Facebook platform. Due to the abundance of such platforms, we selected Facebook as a representative model. The objective of this study is to identify the major shortcomings of Islamic religious discourse disseminated through social media and to attempt to articulate how these shortcomings can be addressed and rectified. Following the analysis and critique, the study identified several deficiencies that could impede The path of invitation. It also presented a set of practical solutions related to each element of the communicative process of Islamic religious speech on Facebook. By implementing these solutions, it is possible to rectify existing flaws.
Keywords: Islamic religious speech; Social media sites; Facebook; Sender; Recipient.

المؤلف المرسل: د. فوزي زغدي، **الإيميل**: fao.zeghdi@univ-adrar.edu.dz

1. مقدمة:

إن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم ومن بينها موقع الفيسبوك؛ أصبحت تشكل أرضية خِصبة للخطاب الديني الإعلامي الحديث، حيث منحته رواجاً أكثر بين الأفراد والجماعات، وسرعةً في النشر وكثافةً في المعلومات، وهذا ما أدركه بعض الباحثين في تجاوز قدرتها الإعلام التقليدي والتفوق عليه.

وبالرغم من هذا التفوق والتقدم، فإن جودة الخطاب الديني الإسلامي الذي تحمله بين مواقعها، يختلف باختلاف صاحبه (الانتماء العقدي والمذهبي، المستوى العلمي، والهدف الذي يسعى من ورائه)، والمضمون الذي يحمله (ديني أو سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي)، والشكل الذي يكون عليه (القوالب الفنية والتقنية)، وقدرة تأثيره في المتلقين (عالي التأثير، متوسط التأثير، منخفض التأثير، عديم التأثير)، وهذه الفروق ظهرت لنا جلياً عند استقرائنا وتتبعنا لعدد كبير من مواضيع هذا النوع من الخطاب عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيسبوك.

ورغم تعدد الفروق والتنوع الهائل بين الخطابات الدينية الإسلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إضافةً للكم الهائل المتزايد في عدد صفحاتها سواءً المتخصصة أو غيرها، إلا أن أغلب الخطابات الدينية الإسلامية المنشورة عبر صفحاتها بقيت تعاني صعوبات جمة، ونقائص كثيرة، سواءً من حيث الشكل أو المضمون، أو طرق وأساليب معالجتها من طرف القائمين عليها وكيفية تعامل المتلقين لها.

ونظراً للمكانة التي أصبح يحظى بها الخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي ذاع صيتها بين مختلف فئات المجتمع عبر أنحاء العالم، جاءت دراستنا باحثة عن حلول للإشكالية الآتية: ما هي أهم سلبيات الخطاب الديني الإسلامي المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي عموما، والفيسبوك خصوصا؟

أما الهدف من هذه الدراسة فيتمثل في الوقوف على أهم سلبيات الخطاب الديني الإسلامي المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومحاولة بيان كيفية علاجها وإصلاحها، حتى يكون الخطاب أكثر نجاعةً وتأثيراً في جميع أفراد المجتمع، لكي نحقق الدعوة إلى الله تعالى على أكمل وجه، متبعين في ذلك المنهج التحليلي في الجانب النظري، وتحليل الخطاب للنماذج الثلاثة المختارة وفق المنهج التداولي في جزئيته القصدية بوصفها مقاربة لغوية للكشف عن دلالات الخطاب الديني الإسلامي المنشور عبر موقع الفيسبوك ومحاولة الكشف عن الجديد الذي يمكن تفعيله في الواقع.

حملت خطة الدراسة في طياتها ثلاثة مباحث، الأول تكلمنا فيه عن قراءة تحليلية لمفاهيم الدراسة من حيث مفهوم كل من الخطاب الديني الإسلامي ومواقع التواصل الاجتماعي، والعلاقة بينهما في ثلاثة مطالب، فالمطلب الأول حددنا فيه مصطلحات الدراسة، وتطرقنا في الثاني إلى دور الفيسبوك في نشر وخدمة الخطاب الديني الإسلامي، أما المطلب الثالث فتحدثنا فيه عن خدمات موقع الفيسبوك للخطاب الديني الإسلامي. بينما المبحث الثاني خصصناه لتحليل ثلاثة نماذج لخطابات دينية إسلامية منشورة عبر الفيسبوك وذلك في ثلاثة مطالب حمل كل مطلب منها نموذجا واحدا. أما المبحث الثالث فتطرقنا فيه للكلام عن استراتيجية تطوير الخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع الفيسبوك في ثلاثة مطالب أيضاً؛ تناولنا في الأول واقع الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي، وفي الثاني معوقات الخطاب الديني الإسلامي عبر منصات الفيسبوك، بينما حمل المطلب الثالث والأخير الحلول المقترحة للنهوض بالخطاب الديني الإسلامي عبر صفحات الفيسبوك.

وفيما يخص الدراسات السابقة المتعلقة بالموضوع فنجد دراسة للأستاذ نايلي حسين من جامعة سطيف والمتمثلة في مقال علمي بعنوان: تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي – قراءة لعينية من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك–، وتطرق صاحب هذه الدراسة إلى وصف الخطاب الإسلامي من حيث تصميم الصفحات الفيسبوكية، ونوع المضامين التي يحملها والأساليب المتنوعة التي تدخل ضمن الفنون الإعلامية الحديثة، والتركيز على مقاصد هذه الخطابات وغيرها من المواصفات الأخرى، متوصلاً بذلك إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي من أنجح الوسائل التي يمكن الاعتماد عليها في نشر الخطابات الإسلامية، وأن الخطاب الديني الذي يبث منها له وجهين؛ سلبي وإيجابي. لذا لابد من وضع استراتيجية ومخطط هادف له، وأن يتوفر على آليات تساعده على تحقيق الفعالية وتشريف الإسلام عبر وسائل الإعلام عموما والشبكة العنكبوتية خصوصاً، وهذه الدراسة ركزت على تحديث أساليب بث الخطاب الديني دون توصيف حقيقي للواقع الذي يعيشه، والأسباب التي أدت إلى تدهوره، ومن هنا جاءت دراستنا مكملةً لها، حتى تكون هذه الأساليب الحديثة ذات نجاعة وفعالية أكثر.

وهناك دراسة بعنوان: بلاغة جمهور الخطاب الديني على وسائل التواصل الاجتماعي (الفايس بوك "نموذجا") للدكتور لعويجي أحمد من جامعة المسيلة، تطرق من خلالها إلى مفهوم الخطاب وأنواعه ومستوياته، ووضع مقارنة بين البلاغة القديمة وبلاغة الجمهور وأهداف بلاغة الجمهور وخصائصها، واختار بعض النماذج لتعليقات الجمهور في مواضيع متعددة، متوصل بذلك إلى أن الدلالات الاجتماعية التي تحملها الاختيارات اللغوية تشير إلى المحيط الثقافي والاجتماعي الذي ينتمي إليه المعلق، أي أن الوسط الطبيعي والاجتماعي وقِوام الحياة

الروحية (الدين) لها من الأثر ما لها، وهو ما يظهر جلياً في نص التعليق، ويهدف في مجمله إلى رفع التحدي، ويتطلب من الخطيب والجمهور استغلال التكنولوجيا وحسن استخدامها للوصول إلى ما يصبو إليه كل منهما، غير أن هذه الدراسة ركزت على حلقة واحدة تمثلت في استجابات (التعليقات) الجمهور للخطاب الديني وما تحمله من دلالات اجتماعية، دون التطرق إلى مضامين هذا الخطاب والمستوى الذي وصل إليه، وكيفية استغلال هذه المواقع لنشر وتحسين هذه الخطابات الدينية الإسلامية للخطيب والجمهور على حدٍ سواء، لذا جاءت دراستنا شاملة لكل عنصر من عناصر العملية الاتصالية.

كما جاءت دراسة أخرى متمثلة في مقال علمي بعنوان: آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات الإعلام الرقمي دراسة في محتوى بودكسترات الدعاة الجدد: الداعية حسني مصطفى على الفيسبوك نموذجا، للباحثة بوزيد فائزة من جامعة بسكرة، وحاولت الباحثة التوصل إلى طبيعة الخطاب الديني الذي يقدمه الدعاة الجدد اليوم عبر الإعلام الرقمي، ومعرفة الآليات التقنية والوظيفية التي يستخدمها، متوصلة بذلك إلى أن البودكاست أو الفيديو القصير بمحتوى ديني إرشادي وتوجيهي أصبح يحتل مكانة كبيرة بين مستخدمي الفيسبوك في المجتمعات العربية والإسلامية، وأنه نوع من أنواع التجديد في الخطاب الديني الإسلامي المعاصر، وأن وسائل الإعلام الجديدة بمختلف خصائصها ووسائطها وأوعيتها أتاحت الفرصة للخطباء والفقهاء للوصول برسالة الدين إلى مستويات عالمية، ومحاولة توجيه خطب تدعوا للاعتدال والوسطية وتكون بديلة لخطب بعض المساجد التي يغلب عليها التعصب والتشدد، وهذه الدراسة ركزت على شكل واحد من أشكال الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي دون ذكرها للنقائص والصعوبات التي يتخبط فيها البودكاست، لذا جاءت دراستنا عامة وشاملة لكل أشكال الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي سواءً منها النصوص الدينية المكتوبة أو الصور.

ويوجد دراسة أخرى، هي عبارة عن مقال علمي تحت عنوان: التدين على مواقع التواصل الاجتماعي تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع فيسبوك، للدكتور حسام إلهامي من جامعة البحرين، وحاولت الدراسة إيجاد حلول للإشكالية الأساسية والمتمثلة في: هل صاحَبَ ظهور تقنيات التواصل الاجتماعي بعض الأشكال والممارسات الدينية الجديدة؟ وهل أثّرت تلك التكنولوجيا الجديدة على الطريقة التي يمارس من خلالها الناس المسلك الديني من الناحية الاتصالية؟ وما طبيعة وملامح الخطاب الديني المنتج على تلك المواقع؟ وقام الباحث بتحليل بعض المنشورات لمستخدمي التواصل الاجتماعي، متبعا في ذلك أسلوب التحليل الكيفي للخطاب، متوصلاً إلى خلاصة عامة ونهائية وهي أننا إزاء فعل اجتماعي يقوم على تطويع التقنية الحديثة من أجل

الوفاء بحاجة اجتماعية للبشر؛ الحاجة إلى الدين والتدين والقرب من الله، بمعنى آخر نحن أمام محاولة بشرية لتطويع التقنية للوفاء بالحاجات الروحية الدينية العليا وتجاوز واقع الفرد المحبط إلى عالم روحي مطلق قدسي تتواصل فيه الذات مع المطلق المقدس، ويتبين أن هذه الدراسة ركزت على الجانب السوسيولوجي الذي يبحث عن نمط السلوك الديني للأشخاص العاديين دون المؤسسات الدينية وعلماء الدين، وأهملت تجديد هذا الخطاب ومعالجة مشكلاته وهو لب موضوع دراستنا.

كما تناولت دراسة سابقة أخرى، وهي مقال علمي بعنوان: شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الديني الموجه لمستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة الفايسبوك أنموذجا، للباحثة هالة دغمان بجامعة الجزائر، وحاولت من خلاله الإجابة عن عدة تساؤلات أهمها: كيف استطاع الإعلام الديني أن يساهم في توجيه آراء الشباب وتشكيل منظومتهم القيمية؟ إلى أي مدى أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم في الترويج للخطاب الديني في أوساط الشباب؟ إلى أي مدى تعد وسائل التواصل الاجتماعي فضاء خِصباً لنشر الخطابات الدينية والدعوية في أوساط الشباب؟، وذلك بدراسة العلاقة بين كل من الإعلام الديني والشباب المستخدم لموقع الفايسبوك والدواعي التي أدت إلى ظهور هذا النوع من الإعلام، والمعوقات والتحديات التي واجهته، متوصلة بذلك إلى أن هذا النوع جاء للدفاع عن المرجعيات الإسلامية أساسا، وأن على الخطاب الإعلامي أن يراجع مضامينه وأسسه وغاياته، خاصة في الجزائر التي غلب عليها التيار الوهابي، وهذه الدراسة اكتفت بالتوصيف السطحي للخطاب الديني الإعلامي وذلك بذكر بعض الصعوبات العامة (دون تفصيل دقيق) التي يتخبط فيها، ودون البحث عن حلول عملية يمكن من خلالها تصحيح مساره وإعادة بعثه من جديد، ولذا جاءت دراستنا مكملة ومفصلة لهذا الجانب المهم جداً.

2. المبحث الأول: قراءة تحليلية لمفاهيم الدراسة

سنحاول في هذا المبحث تحديد مفهوم الخطاب الديني الإسلامي ومواقع التواصل الاجتماعي حتى يتبين للقارئ كل من المصطلحين، ثم إظهار الدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في خدمة ونشر الخطاب الديني الإسلامي، وذلك كالآتي:

1.2 المطلب الأول: تحديد مصطلحات الدراسة

1.1.2 الخطاب الديني الإسلامي: إن البحث في مفهوم الخطاب الديني الإسلامي يقودنا إلى معرفة لفظة الخطاب من الناحيتين اللغوية والاصطلاحية.

1.1.1.2 تعريف الخطاب: فجاء في اللغة بمعاني كثيرة نذكر منها ما يلائم بحثنا بمعنى مراجعة الكلام أي "خَاطَبَهُ بِالْكَلَامِ مُخَاطَبَةً وخِطَابًا وخَطَبَ عَلَى الْمِنْبَرِ خُطْبَةً بِضَمِّ الْخَاءِ وخَطَابَةً" (الرازي، 1420هـ/1999م، صفحة 92)، والجمع خطب، وهو اسم كلام الخطباء (الحريري البصري، 1418هـ/1998م، صفحة 265).

أما اصطلاحاً وردت فيه تعاريف كثيرة أيضاً حسب نظرة أصحاب كل فن له، منهم علماء الشريعة كالطاهر بن عاشور الذي قال بأن الخطاب هو "الكلام الموجه لحاضر لدى المتكلم أو كالحاضر المتضمن إخبارا أو طلبا أو إنشاء مدح أو ذم" (بن عاشور، 1984م، صفحة 50)، بينما المختصون في الإعلام كالدكتور محمد منير حجاب الذي عرَّفه بأنه "تعبير عن الأفكار بالكلمات، أو محادثة بين طرفين أو أكثر، أو مناقشة رسمية أو معالجة مكتوبة لموضوع ما، أو حوار أو كلام" (حجاب، 2004م، صفحة 239).

2.1.1.2 تعريف الخطاب الديني الإسلامي: والخطاب الديني الإسلامي كذلك وردت فيه تعاريف كثيرة وتعددت نذكر منها على سبيل المثال تعريف زايد أحمد بقوله هو "الأقوال والنصوص المكتوبة التي تصدر عن المؤسسات الدينية أو عن رجال الدين والتي تعبر عن موقف إيديولوجي ذي صبغة دينية أو عقائدية أو وجهة نظر محددة إزاء قضايا دينية أو دنيوية". (زايد ، 2007م، صفحة 645).

ويمكن القول إن الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي يدخل ضمن الإعلام الإسلامي، الذي عرفه محي الدين عبد الحليم بأنه "تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي؛ المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله؛ بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته". (عبد الحليم، 1404هـ/ 1984م، صفحة 147)

3.1.1.2 تعريف الخطاب الديني الإسلامي إجرائياً: ومن جملة ما تم عرضه يمكن تعريف الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي إجرائياً بأنه: الخطاب الذي يحمل في مضمونه مواضيع دينية إسلامية متخصصة أو عامة، والذي ينشر عبر صفحات الفيسبوك موجهاً نحو مستخدميها، من طرف قائم بالاتصال له ثقافة دينية إسلامية واسعة، يهدف من خلاله إلى نشر الدعوة إلى الله تعالى.

1.2.1.2 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي: تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم وسائل التواصل التي شهدها العالم في العصر الحديث، حيث ألغت الحدود بين الدول وقربت المسافات بين أفراد المجتمع ووفرت لمشتركيها العديد من الخدمات عبر شبكة الإنترنت، منها الدردشة الفورية صورةً وصوتاً، وقراءة النصوص وتحميل

الصور والملفات وغيرها من الخدمات. اختلفت آراء الباحثين في تحديد تعريف لها، ونذكر منها تعريف الدكتور عبيدة صبطي عند قوله بأنها: "شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان من العالم، ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية". (صبطي، 2018م، صفحة 55)

1.2.1.2 تعريف مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً: ويمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي إجرائياً بأنها: عبارة عن تطبيقات ومواقع إلكترونية تشتغل عبر شبكة الإنترنت، لها وظائف متعددة، تتيح للأفراد فرصة التواصل فيما بينهم بالدردشة الفورية وإرسال الرسائل والصور والفيديوهات والملفات والروابط، من خلال إنشاء صفحة أو صفحات خاصة بهم وفق نظام معين يبين كيفية إنشائها واستعمالها.

3.1.2 تعريف الفيسبوك: والفيس بوك كلمةٌ أعجميَّة، مُكوَّنة من جُزأين: فيس **Face** وبوك **Book**؛ وهي تعني كتاب الوُجُوه، مثلما أراد بها مؤسِّس الموقِع. (أحمد قمحية، 2017م، صفحة 58)، ويعرّف الفيسبوك على أنّه "شبكة اجتماعية تضم ملايين من المستخدمين يتواصلون بالصور والمشاركات عن طريق الإنترنت وتعود نشأته إلى 28 أكتوبر 2003 وصاحبه هو Mark Zuckerberg وعمره 23 سنة". (حسنين، 2015م، صفحة 68)

2.2 المطلب الثاني: دور الفيسبوك في خدمة ونشر الخطاب الديني الإسلامي

تتعدد أدوار الفيسبوك في خدمة ونشر الخطاب الديني الإسلامي حسب الهدف الذي يسعى إليه القائمون على نشره بين مشتركيه، ونذكر منها ما يأتي:

1.2.2 دور دعوي: يعتبر موقع الفيسبوك من بين أهم المواقع التي خدمت الخطاب الديني الإسلامي الرقمي الحالي في مجاله الدعوي، نظرا لأهمية هذا الموقع بين أصناف المجتمع خاصة فئة الشباب، لذلك فقد لعب دورا كبيرا في نشر الدعوة الإسلامية سواءً للداعية أو المدعو، والمتمثل في:

1.1.2.2. بما أنه يتيح الفرصة للكثير من الأشخاص باختلاف أجناسهم وألوانهم ولغاتهم وبلدانهم، التواصل فيما بينهم، سهل ذلك على القائمين بنشر الخطابات الدينية الإسلامية ودعوة أشخاص من ديانات أخرى في أقل وقت ممكن وإلى أبعد نقطة من بقاع الأرض، على عكس ما كان عليه الدعاة في الماضي، كانوا يضربون أكباد الإبل أياما وشهورا للوصول إلى مناطق وأشخاص محددين قصد دعوتهم إلى الله تعالى.

2.1.2.2. كما يتيح للمتلقين له مشاهدة الصور الدينية الإسلامية وسماع الخطب والمحاضرات الدينية الإسلامية سواء إن كان نقلها نقلًا مباشرًا أو غير مباشرًا، كما يوفر لهم ميزة الرجوع إليها وتحميلها ومشاهدتها في أي وقت كان.

3.1.2.2. توفير موقع الفيسبوك ميزة التفاعلية في الخطاب الديني الإسلامي بين مشتركيه، كالسؤال في مسألة معينة أو توضيح غموض في الخطاب والإجابة مباشرة من طرف مقدم هذا الخطاب وغيرها من الأمور المتعلقة بالخطاب الديني الإسلامي، وهذه الميزة كانت مفقودة في بعض وسائل الاعلام الدينية الإسلامية الأخرى كالصحافة الإصلاحية المكتوبة مثلاً.

2.2.2 دور تعليمي وتثقيفي: لعب موقع الفيسبوك دوراً مهماً في نشر العلم الشرعي بين مختلف فئات المجتمع، وكان بمثابة الجامعة أو المدرسة الافتراضية التي جمعت بين الدعاة والأئمة كأساتذة ومعلمين، وبين متلقي الخطاب الديني الإسلامي كطلبة الجامعات والمعاهد وتلاميذ المدارس، مع أخذهم لهذا العلم دون حواجز أو عوائق، ودون تكاليف مالية ولا تنقلات من مكان إلى آخر، ومما لا شك فيه أن هذه المنصة الإلكترونية الإعلامية خدمت الخطاب الديني الإسلامي في جوانب عدة، فمقدم الخطاب باعتباره ناشراً للعلم الشرعي تكون له بمثابة المنبر الذي يبلغ فيه الدعوة إلى الله تعالى، والأخذ بأمر النبي صلى الله عليه وسلم عند قوله: «بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً،...» (البخاري، 1422هـ، صفحة 170)، أما متلقي الخطاب فتعد بالنسبة له المنبع الذي يأخذ منه علومه الشرعية زيادة على المنابع الأصلية الأخرى المعتادة.

3.2.2 دور اجتماعي: يُعد موقع الفيسبوك وسيلة تواصلية حديثة النشأة، جعلت من العالم بكل مسافاته ولغاته وأجناسه ودياناته قرية كونية صغيرة جداً يمكن الولوج إليها في لحظات معدودة دون عناء يُذكر، وهذا ما سهل الأمر على جميع أفراده في خلق جوٍّ للتعارف والنقاش والحوار، ونشر المحبة والسلام فيما بينهم، وربط أواصر الأخوة والجوار والتشجيع على التكافل الاجتماعي وغيرها من الأعمال الخيرية النبيلة التي يسعى إليها الخطاب الديني الإسلامي المعاصر.

3.2 المطلب الثالث: خدمات موقع الفيسبوك للخطاب الديني الإسلامي

تعددت خدمات موقع الفيسبوك للخطاب الديني الإسلامي، واختلفت حسب دور ووظيفة كل نافذة من النوافذ المتوفرة لديه، والتي من بينها:

1.3.2 تفعيل ميزة المشاركة: أي عند ضغط المتلقي على زر المشاركة ينشر الخطاب الديني الإسلامي إلى كل أصدقائه، سواء كانت المجموعة عامة أو خاصة، أو أكثر، لشخص واحد أو لعدة أشخاص، وهذا حسب رغبة المشارك في من يريد إيصال الخطاب إليهم، وبتفعيل هذه الميزة المهمة جداً، نكون قد نشرنا الخطاب الديني الإسلامي إلى أبعد نطاق وفي وقت وجيز، ربما قد يصل في بعض الأحيان إلى عشرات أو مئات الملايين من المشتركين في موقع الفيسبوك، دون جهد أو عناء.

2.3.2 استخدام خاصية التعليقات: خاصية التعليقات متاحة بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها – ذلك يعتمد أيضاً على الصلاحيات الممنوحة – يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات والضغط على زر comment إضافة تعليق (وائل مبارك، 2010م، صفحة 18)، كما يمكنه تعطيل خاصية التعليقات أو حذف أي تعليق يراه غير لائق نظراً لطبيعة هذا النوع من الخطاب، الذي يتطلب الأدب في الرد والمجادلة بالحسنى وينبذ كل أشكال الفحش واللغو...الخ، وتمنح هذه الخاصية للجميع حق التعبير عن رؤيتهم الخاصة تجاه الخطاب الديني الإسلامي المنشور، من خلال المناقشة فيما بينهم وتبادل الأفكار والآراء وتصحيح الأخطاء إن وجدت، دون تعصب أو تشدد.

3.3.2 تشغيل نافذة القصة: يقوم مقدم الخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع الفيسبوك بتشغيل نافذة القصة الموجودة أعلى الصفحة، عن طريق إدخال صور أو فيديوهات تحمل محتويات دينية إسلامية أو مزج صور دينية إسلامية بأصوات لأئمة ودعاة أو موسيقى شرعية، حتى تعطي لهذا الخطاب رونقاً وجمالاً، لكي يكون أكثر جاذبية وتأثيراً وإقناعاً للمتلقين، كما يمكنه تحديد الأشخاص المراد رؤيتهم له أو إخفاؤه عنهم، وتقدر مدة استمرار ظهور هذه القصة 24 ساعة فقط سواء على الفيسبوك أو الماسنجر.

4.3.2 إنشاء غرفة للدردشة: يمكن لمقدم الخطاب الديني الإسلامي إنشاء غرفة دردشة على صفحته الفيسبوكية، قصد فتح باب الحوار والنقاش البناء حول موضوع الخطاب الديني الإسلامي المنشور، وتبادل الآراء ووجهات النظر ومحاولة الإجابة عن كل التساؤلات المطروحة أمامه، كما تساعد هذه الغرفة طلاب العلم الشرعي على تبادل المعلومات والمعارف الشرعية مع زملائهم أو مع الأئمة والدعاة، وتتيح لصاحبها الحق في إضافة أشخاص آخرين أو حظرهم من الدخول إليها.

5.3.2 نافذة الرسائل (Messenger): وهذه النافذة موجودة في أعلى الصفحة على جهة اليسار، وغالباً ما يستعملها مقدم الخطاب الديني الإسلامي في خطابات تتسم بميزة خاصة، كحل المشاكل الأسرية التي تتطلب

نوعا من السرية، أو في حالة إرسال صور وفيديوهات لأشخاص معينين، قصد شرح الخطاب أو لتقوية الحجة وإقناع الطرف الآخر أو غيرها من الأمور التي تخدم الخطاب.

3. المبحث الثاني: استراتيجية تطوير الخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع الفيسبوك

إن النظر لمرحلة تطوير الخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع الفيسبوك، لا بد لها من استراتيجية ونظرة دقيقة وشاملة، تبدأ بتوصيف ومعرفة واقع هذا الخطاب، والبحث عن موضع الداء وأسباب القصور والخلل، حتى نستطيع تقديم وصفة علاجية ناجعة، ويكون ذلك كالآتي:

1.3 المطلب الأول: واقع الخطاب الديني الإسلامي عبر الفيسبوك

يعيش الخطاب الديني الإسلامي المنشور عبر صفحات الفيسبوك اليوم، حالة من التذبذب وعدم الطمأنينة والاستقرار، وهذه الحالة لا تعني قصورا في الدين، لأن هناك فرق كبير بين الإنتاج الرباني كوحي لا يأتيه الباطل من بين يديه ولا من خلفه، وبين الإنتاج البشري المبني على الاجتهاد والتأويل والقابل للصحة والنقص والخطأ، ومعلومٌ أن هذا الأخير أثّرت فيه بعض الظروف المحيطة به، كالخلافات العرقية والدينية والسياسية وغيرها من الأمور التي انعكست سلباً على الخطاب الديني الإسلامي، ليتحول من خطاب إسلامي مُبَلِّغ لرسالة الإسلام إلى خطاب يحمل نوعاً من الكراهية ونفي الآخر ولو كان على حق، ومحاولة التشكيك وزرع الشحناء والبغضاء والرعب والرهبة في قلوب المسلمين وغيرهم، ما أدى إلى تشويه صورة الإسلام والمسلمين عبر العالم. وهذا الخطاب –حسب رأيي المتواضع– لا يزال بعيداً كل البعد عن الخطاب الديني الإسلامي الوسطي المعتدل الشامل والكامل لرسالة الإسلام، كما جاءت في القرآن الكريم وبيَّنتها السنة النبوية الشريفة، وكما عمل بهما السلف الصالح من القرون الأولى الخيِّرة، ولعل ذلك راجع زيادةً على الظروف المحيطة به إلى افتقاره للمؤهلات الدينية والدنيوية والعلمية والعملية القادرة على توجيه المتلقين نحو مقاصد الشريعة الإسلامية وغاياتها السمحة، وزرع الألفة والمحبة والسلام بين المسلمين وغيرهم.

2.3 المطلب الثاني: معوقات الخطاب الديني الإسلامي عبر الفيسبوك

تعددت أسباب تدهور الخطاب الديني الإسلامي الإلكتروني في هذا العصر وتنوعت، ويمكن ذكر بعضها والمتمثل في:

1.2.3 عدم وضوح الهدف من الخطاب الديني الإسلامي: إن السامع أو القارئ المتمعن لبعض الخطابات الدينية الإسلامية عبر صفحات الفيسبوك، يلاحظ أنه يشوبها نوع من الغموض في تحديد صاحبها للهدف الذي يسعى إليه

من ورائها، ومعلوم أن الخطاب الديني الإسلامي كغيره من العمليات الاتصالية يحتاج إلى وضوح الهدف منها. ويُعد "عدم وضوح الهدف عائقاً كبيراً من معوقات الاتصال بين الناس؛ لأن الاتصال له هدف، ولا يتم بدون تحقيقه، وهو إيجاد حالة مشتركة من المعرفة، وبقدر ما ينجح المرسل في الوصول إلى هذه الحالة بقدر ما تكون عملية الاتصال قد حققت أهدافها" (ماجد رجب، 2011م، صفحة 197)، وخير دليل على ذلك تحطيم سيدنا إبراهيم عليه الصلاة والسلام لأصنام قومه وترك كبيرهم ثم أشار إليه، كما قال تعالى:﴿قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَذَا فَاسْأَلُوهُمْ إِنْ كَانُوا يَنْطِقُونَ﴾ [سورة الأنبياء: 63]، قال الزمخشري: "والقول فيه إن قصد إبراهيم صلوات الله عليه لم يكن إلى أن ينسب الفعل الصادر عنه إلى الصنم، وإنما قصد تقريره لنفسه وإثباته لها على أسلوب تعريضي يبلّغ فيه غرضه من إلزامهم الحجة وتبكيتهم" (محمود الزمخشري، صفحة 125)، وإثباته لهم أنها أصنام لا تنفع ولا تضر حتى نفسها، فكيف ستنفع وتضر غيرها؟

2.2.3 كثرة المرجعيات الدينية: يعاني الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي من مشكلة تعدد المرجعيات الدينية الإسلامية التي يُبنى عليها، لدرجة وجود أكثر من مرجعية في خطاب ديني إسلامي واحد، وهذا ما أطلق عليه الفقهاء بالتلفيق (عياض، 2005م، صفحة 489)، ممَّا قد يحدث ذلك تناقضات كثيرة، قد تضرُّ بمحتوى الخطاب وتخرجه عن قيمته العلمية، ويفقد بذلك ثقة المتلقين له. وقد يظهر في بعض الأحيان أيضاً أنه "خطاباً دينياً ينطلق من مرجعيات وأدبيات غربية، وإلى حدٍ ما نستطيع أن نقول: إنه خطاب ديني إعلامي بالمفهوم (العلماني) الليبرالي" (نصير، صفحة 181) باستثناء الصفحات الفيسبوكية المتخصصة في الخطاب الديني الإسلامي، والتي لم يسلم أغلبها من التشديد والتعسير والتبديع والتكفير، "الشيء الذي أثر ويؤثر سلباً على المتلقين الشباب خاصة" (نصير، صفحة 193)، بصفتهم الفئة **الأكثر استعمالاً لموقع الفيسبوك.**

3.2.3 استخدام البعض لأسلوب المراوغة: إن "استخدام تعبيرات مخففة أو غامضة أو غير مباشرة للإشارة إلى ظاهرة أو سلوك أو حدث ما، بهدف توجيه إدراك مستخدمي اللغة لهذه الظاهرة أو السلوك أو الحدث وجهة معينة" (ثقبايت، صفحة 166)، يؤدي إلى عدم فهم المتلقي للخطاب الديني الإسلامي، ويخلق بينه وبين الخطاب حاجزاً، سواء أكان ذلك عن قصد، أو عن غير قصد.

4.2.3 تكرار بعض الخطابات الدينية الإسلامية التي تجاوزها الزمن وعدم تجديدها: لأن الخطاب الديني الإسلامي إنتاج بشري ينطلق من الثوابت الشرعية، ويراعى فيه الظروف الزمكانية، خاصةً في ظل التقدم التكنولوجي الهائل في شتى المجالات، ونذكر منها على سبيل المثال الخطابات التي تُبَدِعُ ركوب وسائل النقل

الحديثة (الطائرة والسيارة ... الخ)، بحجة أن النبي صلى الله عليه وسلم وأصحابه لم يركبوها، وكذلك تحريم قيادة المرأة للسيارة وقِس على ذلك من هذه الخطابات.

5.2.3 ضعف طريقة تقديم الخطاب الديني الإسلامي وأساليب اللغة المستخدمة: إن المتتبع لبعض الخطابات الدينية الإسلامية الفيسبوكية، يرى أنه يغلب عليها الثرثرة وكثرة الكلام، ونحن في زمن كثرت فيه المشاغل والمصالح مع ضيق الوقت، ما جعل القارئ الحديث للخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي "يشترط القلة في الكلام مع غزارة المعنى وفقا للقاعدة الإعلامية التالية: تقديم أكبر عدد ممكن من المعلومات في أقل قدر ممكن من الكلمات، وهو ما يسمى الاختصار والإيجاز" (نصير، صفحة 194)، ناهيك عن قصور في الأسلوب المستعمل وركاكة اللغة المستخدمة الغالب عليها الأخطاء اللغوية والإملائية ومزجها بألفاظ عامية يصعب فهمها من طرف أشخاص آخرين.

6.2.3 الضعف التكويني لبعض مقدمي الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي: سواء أكان ذلك في مضمون الخطاب أو في تقنيات هندسته وتقديمه.

7.2.3 غياب الرقابة والإشراف والمتابعة والمحاسبة: بما أن الفيسبوك موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، وهي مواقع تشتغل عبر شبكة الإنترنت والتي تعد "أول شبكة اتصالية عالية تعلن عن انتهاء دور حارس البوابة" (الهاشمي، 2004م، صفحة 256)، أدى بها ذلك إلى جعلها أرضية خِصبة لنشر خطابات دينية إسلامية مجهولة المصدر، يلقيها من هب ودب، تؤدي إلى الفُرقة والعنف ونشر الإرهاب الفكري والعملي، أكثر من نشرها للفكر الوسطي المعتدل. كما أن غياب النظام الإداري الإيماني القائم على منهاج الله والملبِّي لحاجات الواقع، والذي يبيّن قواعد الأحكام والجزاءات والوسائل والأساليب في ميدان التطبيق لينمو مع الممارسة، أدى هذا الخلل الكبير إلى تسلل أفراد إلى مواقع لا يحقّ لهم بلوغها، لعدم توافر شروطها فيهم، وكذلك أدّى إلى أن تخسر الدعوة طاقات ومواهب كثيرة قتلتها الفوضى الإدارية والتحاسد والتباغض والتناجش والصراع على الدنيا وزخارفها وعصبياتها (شحاتة ، صفحة 1633)، ولخير دليل على ذلك الصفحات الداعشية التكفيرية ذات الخلفيات السياسية الواضحة أو ما يطلق عليه بالتدين السياسي.

8.2.3 جمود بعض الخطابات الدينية الإسلامية الفيسبوكية: تظهر بعض الخطابات الدينية الإسلامية الفيسبوكية "في ظل الظروف المتسارعة والمتجددة باستمرار، بمظهر من الركود وقلة الإبداع سواء في الأسلوب أو في الطريقة، مما أدى إلى الملل من الخطاب الديني وعدم حدوث الأثر المرجو، أو تحقيق الأهداف المنشودة" (حيتامة و بوحبيلة، 2019م، صفحة 50)، مقارنةً بالخطابات الإعلامية الأخرى التي وصل فيها الإبداع والتفنن إلى أعلى مستوياته،

وهناك خطابات إعلامية قُدِّمت بأساليب وطرق متطورة جداً (هوليوودية)، أقنعت وأثرت على متلقيها بشكل كبير جداً.

3.3 المطلب الثالث: الحلول المقترحة للنهوض بالخطاب الديني الإسلامي عبر صفحات الفيسبوك

سنحاول هنا اقتراح بعض الحلول التي يمكن بتطبيقها أن نتدارك النقائص الموجودة، وذلك حسب كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية الفيسبوكية، وذلك كالآتي:

1.3.3 الحلول المقترحة لمقدمي الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي: وهي كما يلي:

1.1.3.3. تطبيق النظام الإداري على الصفحات الفيسبوكية الدينية الإسلامية المتخصصة: لا بد من إقامة نظام إداري على الصفحات الدينية الإسلامية الفيسبوكية، لأن ذلك "يوفر نظام المتابعة والمراقبة والإشراف، ونظام التوجيه والنصح العملي التطبيقي، ونظام المعالجة والمحاسبة والتذكير، ليتمّ ذلك كله بصورة منهجيَّة مدروسة محددة تحقق أهدافها وغاياتها الإيمانية" (شحاتة ، صفحة 1633)، وهذا النظام لا بد أن يشرف عليه متخصصون في الشريعة الإسلامية من الموثوق فيهم من أئمة ودكاترة جامعيين وشيوخ وعلماء الدين، لتمكين دور حارس البوابة عبر هذه الصفحات، وحتى يتم مرور هذه الخطابات الدينية الإسلامية على أهل التخصص قبل نشرها، لتصحيحها من الأخطاء وتصفيتها من الشوائب الدخيلة على الإسلام، تفادياً لأي غموض أو تناقض في المرجعيات الدينية أو غيرها من الأمور التي تعيق المسار الدعوي.

2.1.3.3. لا بد من تحذير المتلقين للخطابات الدينية الإسلامية الفيسبوكية من الأشخاص والصفحات المشبوهة التي تضر بالخطاب الديني الإسلامي، ومحاولة التشهير بهم حتى لا ينخدع بهم العامة من أصحاب الثقافة الدينية المحدودة.

3.1.3.3. الاستفادة من الوسائل التكنولوجية المتاحة عند عرض الخطاب الديني الإسلامي، كإدخاله في برنامج الفوتوشوب قبل نشره، لتنسيق الألوان والصور المعبرة والجذابة، التي تزيد من رونقه وجماله، والتي تحكي الخطاب بالمشاهدة قبل القراءة أو السماع، ثم نضيف إليها بعض التأثيرات الصوتية المتناسبة مع الصورة قصد تحريك الوجدان، لكي تكون في أفضل حُلة.

4.1.3.3. على مقدم الخطاب الديني الإسلامي عبر الفيسبوك أن يُدخل على خطابه التأثيرات الصوتية بتقنيات عالية جداً خاصة ونحن في زمن التقدم والتطور التكنولوجي غير المسبوق، كإدخال موسيقى الحزن والبكاء عند عرض مشاهد العذاب والنار والحسرة والندم، مقابل موسيقى الفرح والابتسامة في مشاهد الجنة والسعادة والسرور والانتصار.

5.1.3.3. الاعتماد والتركيز على الاستمالات العاطفية في الخطاب الديني الإسلامي الموجه للمتلقين من النساء والأطفال و" ذوي الثقافة المحدودة والبسطاء والعامة " (برغوث، 2005م، صفحة 14) عبر صفحات الفيسبوك.

6.1.3.3. مراعاة واقع وحال المدعوين وتشخيص حالتهم عند نشر الخطاب الديني الإسلامي، فلا يمكن مخاطبة أفراد في مجموعة مسيحية عن الصلاة والصوم قبل التوحيد، لأنهم مازالوا لم يؤمنوا أصلاً فكيف نكلمهم عن الصلاة والصوم.

7.1.3.3. ربط مضمون الخطاب بالمصدر أو المرجع: هناك أنواع من الجماهير التي لا تقتنع بسهولة بما يقدمه الآخرين من مضامين، أمثال المشككين، والمجادلين وغيرهم ممن لا يسهل إقناعهم بوجهة نظر بعينها، ومثل هذه الجماهير ينبغي أن يتم إطلاعها على مصادر المعلومات المساندة لوجهة النظر التي يقدمها المرسل (برغوث، 2005م، صفحة 16)، كربط الأحكام بالأدلة الشرعية من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وأيضاً أقوال الصحابة والعلماء الجهابذة من القرون الأولى ومن سار على دربهم.

8.1.3.3. مراعاة الخلفيات العقائدية والفقهية والثقافية والاجتماعية والسياسية لمتلقي الخطاب الديني الإسلامي الإلكتروني.

9.1.3.3. عدم حذف التعليقات أو الأشخاص المخالفين لرأي صاحب الخطاب المنشور، والعمل على مناقشتهم وجدالهم بالتي هي أحسن، كما قال تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ [سورة النحل: 125].

2.3.3. الحلول الخاصة بمتلقي الخطاب الديني الإسلامي عبر الفيسبوك: والمتمثلة في:

1.2.3.3. عدم مشاركة الخطاب الديني الإسلامي عبر منصة الفيسبوك إلا بعد التثبت والتأكد من صحة ما يتضمنه الخطاب، من خلال استشارة المتخصصين من أهل الوسطية والاعتدال.

2.2.3.3. التعليق على الخطاب الديني الإسلامي لا يكون إلا عن معرفة وبصيرة بمضمونه وصحة أدلته، كما قال تعالى: ﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي...﴾ [سورة يوسف: 108].

3.2.3.3. يجب على المتلقين للخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي تبليغ السلطات الأمنية في الدولة، أثناء تلقيهم لخطابات دينية تحريضية، لأن مثل هذه الخطابات غير شرعية وغير قانونية يعاقب عليها الشرع والقانون، والتي تدخل ضمن إطار التحريض على العنف والإرهاب وزرع الفتنة بين أفراد الوطن الواحد، وتبدأ هذه الخطابات

بالمخالفة للمرجعية الدينية الإسلامية للدولة، ثم تبديع وتكفير كل من يخالفهم، إلى أن يصلوا إلى التفجير والتصفية الجسدية.

4.2.3.3. عدم أخذ الخطابات المنشورة على الصفحات الفيسبوكية غير معروفة المصدر، ولا العمل بها، إلا بعد استشارة وأخذ رأي أهل التخصص من الموثوق فيهم.

5.2.3.3. يجب على المتلقي أن يلج إلى الصفحات الفيسبوكية الدينية الإسلامية الرسمية المعروفة والمتخصصة لأخذ الخطب والكتب الدينية والمحاضرات...الخ.

6.2.3.3. على المتلقي أن لا يثق في الخطابات الدينية الإسلامية التي ينشرها أشخاص بأسماء مستعارة ووهمية، لأن هؤلاء الأشخاص غالباً ما ينتمون إلى تنظيمات متطرفة ويروجون لأفكارها الإرهابية الهدامة.

3.3.3. الحلول الخاصة بمحتوى الخطاب الديني الإسلامي: والمتمثلة في:

1.3.3.3. عدم الإكثار من الترهيب والتعزير في مضمون الرسالة الدينية الإسلامية، لأن ذلك قد يؤدي إلى تنفير المتلقين له.

2.3.3.3. أن يكون الخطاب الديني الإسلامي مركزاً ومختصراً اختصاراً غير مخل، أي قصير في عدد الكلمات سواء أكانت مكتوبة أو سمعية أو بصرية أو سمعية بصرية، وأبلغ وأشمل للفكرة المراد توصيلها للمدعوين، لأن النصوص الطويلة قد لا يقرؤها إلا القلة القليلة، وكلما كان الخطاب أقل حجماً إلا وكان عدد قرائه أكثر.

3.3.3.3. أن يكون وقت نشر الخطاب مناسباً له، كالخطابات التي تشرح وتبين فقه الصيام وأحكامه، فالأفضل نشرها قبل شهر رمضان بأيام معدودة أو تكون في بدايته، ولا تلقى قبولاً عند الكلام عنها في شهر ربيع الأول الذي يكثر فيه النقاش حول شرعية الاحتفال بالمولد النبوي الشريف.

4.3.3.3. أن يكون الخطاب ثرياً بالأدلة الشرعية من الكتاب والسنة النبوية، مع ربط الفكرة أو الفتوى بالدليل المناسب لها، والاستشهاد بأقوال الصحابة والتابعين والعلماء من أهل التّقى والنقاء.

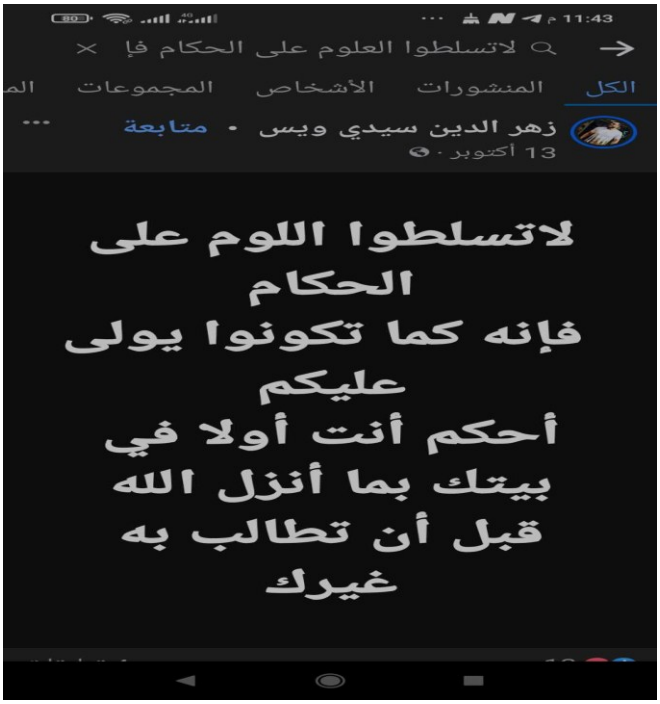
4. المبحث الثالث: دراسة تحليلية تداولية لبعض الخطابات الدينية الإسلامية عبر مواقع الفيسبوك

سيتم في هذا المبحث تحليل ثلاثة خطابات دينية إسلامية منشورة عبر صفحات جزائرية كعيّنة قصدية من مجتمع الدراسة المتمثل في كل الخطابات الدينية الإسلامية (المكتوبة والسمعية والسمعية بصرية) المنشورة عبر صفحات الفيسبوك لأشخاص جزائريين في ثلاثة أشهر (أوت وسبتمبر وأكتوبر) لسنة 2023، مركزين على القصدية كمنهج تداولي، كما أن القراءة القصدية للخطاب الديني الإسلامي المنشور عبر صفحات الفيسبوك يستدعي الوقوف عند كل الألفاظ المذكورة فيه، لأن هذه الألفاظ وضعت بشكل مقصود ومتعمد من طرف المخاطِب، لذا فقد

اعتمدنا في تحليل معيار القصدية إلى تحديد الأفعال الكلامية الموجودة داخل الخطاب والعمل على إظهار المقاصد الظاهرة والخفية له، وذلك كما يأتي:

1.4. المطلب الأول: الخطاب الأول: جاء نص الخطاب الأول عند قول المخاطِب:

الصورة 1



المصدر: زهر الدين سيدي ويس، 2023/10/13، الصفحة الرسمية على موقع الفيسبوك.

1.1.4. الأفعال الكلامية في الخطاب الأول:

استخدم المرسل في هذا الخطاب الإخباريات والتوجيهيات بأسلوبين، وهما النهي والأمر، اللذين وظفهما المرسل من أجل تبليغ قصده وتحقيق أهدافه من الخطاب، وهي:

1.1.1.4. الإخباريات: في قوله: (فإنه كما تكونوا يولّى عليكم)، أراد المرسل هنا أن يبيِّن للمتلقين أن سلوك الأفراد يؤثر على نوعية الحكام الذين يولَّون عليهم، ويوجه رسالة إليهم بأن عليهم إدراك أن هناك عوامل وأمورًا يتعذر على الحكام السيطرة عليها، نظرًا لأنهم نتاج للسلوك الجماعي للأفراد. والمقصد الخفي من وراء هذا الخطاب توجيه

المتلقين للنظر إلى أنفسهم وسلوكهم، وإدراك تأثير ذلك على نوعية الحكام الذين يتولون السلطة، لتقليل لوم الحكام وحدهم وشمل الجميع في مسؤولية الوضع الراهن.

2.1.1.4. التوجيهيات: وهي:

1.2.1.1.4. النهي: في هذا الخطاب يوجد فعل نهي واحد يتمثل في قول المرسل: (لا تسلطوا اللوم على الحكام)، "والنهي يتوسل به إلى عدم إتيان الفعل لقبحه ومنافاته للحق والصواب" (مشعاله، 2010/2009، صفحة 216)، استعمله المرسل لتوجيه المتلقي للصفح وتحذيره من اللوم على ما يصدر من الحكام من قرارات قد تظهر مخالفة وغير مناسبة للواقع المعاش، وهم أدرى بها. والقصد الخفي من وراء هذا الفعل الإنجازي هو تقديم توجيه واضح للجمهور بتغيير نمط تفكيرهم تجاه الحكام والملوك العرب والمسلمين، والتبرير لموقفهم تجاه القضية الفلسطينية، وما نتج عن ذلك من حزن وبؤس جعل الشعوب العربية والمسلمة تُلقي اللوم عليهم لما يحدث في غزة من إبادة جماعية لم يسلم منها الأطفال والنساء والشيوخ وحتى المرضى داخل المستشفيات، فهل سكوتهم هذا دليل على رضاهم بما يحدث أو خوفا من إسرائيل والدول الغربية؟. فإن كان دليلًا على رضاهم لما يحدث فقد خانوا الله ورسوله، وإن كانوا خائفين من إسرائيل والدول الغربية العظمى، فإنَّ العظيم هو الله ولا خوف إلا منه، وعلينا أن نأخذ بالأسباب، ونعد لهم العدة، ونواجههم بكل ما أوتينا من قوة، كما قال تعالى:﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ﴾(الأنفال60).

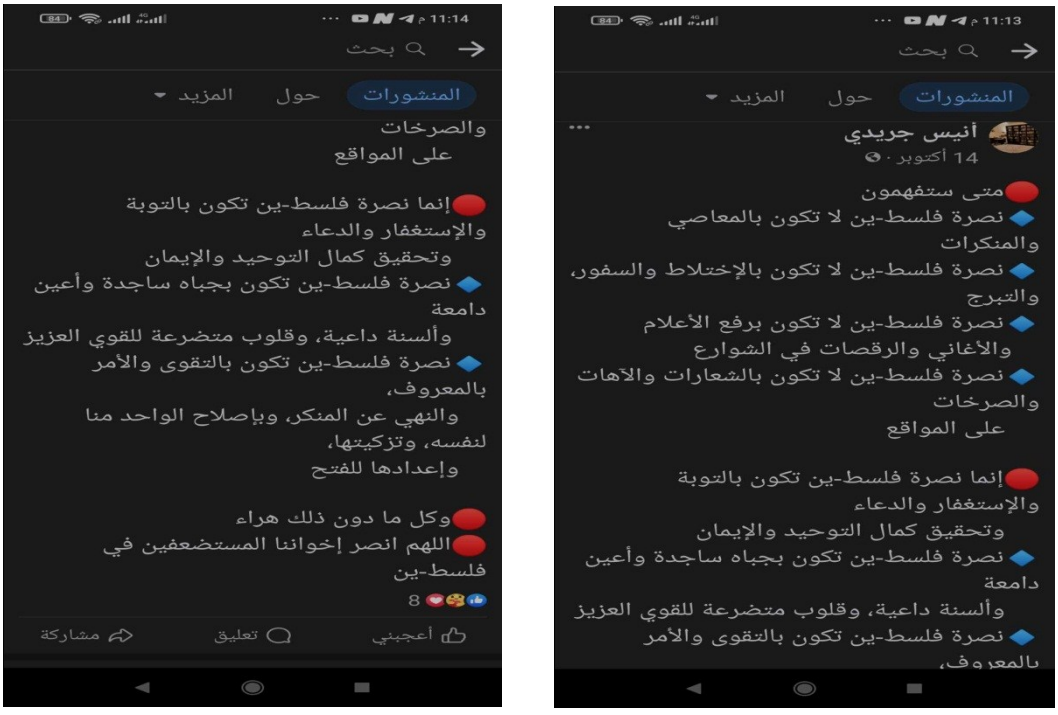
2.2.1.1.4 الأمر: يعد الأمر من الأفعال الكلامية التوجيهية، لأنه يوجه المتلقي للقيام أو الامتناع عن القيام بسلوك أو عمل ما، يوجد في هذا الخطاب فعل أمر واحد عند قول المرسل: (أحكم أنت أولا في بيتك بما أنزل الله قبل أن تطالب به غيرك). فالأمر هنا ليس حقيقيًا بل يوحي بالاستهزاء والتهجم والتعزير؛ حيث أمر المرسل المتلقي بالحكم بما أمر الله في بيته قبل المطالبة به غيره، لعلمه بصعوبة السيطرة على الزوجة والأولاد في زمن كثرت فيه الفتن والتحديات في أمور دينه ودنياه. والقصد الخفي من وراء هذا الفعل هو دعوة وتوجيه المتلقين من الجماهير العربية والمسلمة إلى طاعة السلطان مهما كانت الأسباب أو التصرفات (سلبية أو إيجابية) التي تصدر عنهم، مع العلم أن هذا الخطاب جاء في سياق أحداث "طوفان الأقصى" في غزة، وما قابله من سكوت أغلب الملوك والرؤساء والحكام العرب عن المجازر التي يرتكبها الجيش الإسرائيلي كل يوم في قطاع غزة.

كما أن المرسل يريد توجيه المتلقين للأخذ والاقتناع بأقوال علماء الحجاز المعاصرين، الذين عندهم "أنه لا يجوز لهم منازعة ولاة الأمور، ولا الخروج عليهم، إلا أن يروا كفرا بواحا عندهم من الله فيه برهان؛ وما ذاك إلا لأن

الخروج على ولاة الأمور يسبب فسادًا كبيرًا وشرًا عظيمًا، فيختل به الأمن، وتضيع الحقوق، ولا يتيسر ردع الظالم، ولا نصر المظلوم، وتختل السبل ولا تأمن، فيترتب الخروج على ولاة الأمور فساد عظيم وشر كثير، إلا إذا رأى المسلمون كفرًا بواحًا عندهم من الله فيه برهان، فلا بأس أن يخرجوا على هذا السلطان لإزالته إذا كان عندهم قدرة، أما إذا لم يكن عندهم قدرة فلا يخرجوا، أو كان الخروج يسبّب شرًا أكثر، فليس لهم الخروج؛ رعاية للمصالح العامة" (بن باز، الصفحات 203-204).

2.4. المطلب الثاني: الخطاب الثاني: جاء نص الخطاب الثاني في قول المرسل:

الصورة 2



المصدر: أنيس جريدي، 2023/10/14، الصفحة الرسمية على موقع الفيس بوك.

1.2.4. الأفعال الكلامية في الخطاب الثاني:

استخدم المرسل في هذا الخطاب عدة أفعال كلامية متمثلة في الإخباريات والتوجيهيات في أسلوبين: النفي والاستفهام، التي وظفهما المرسل من أجل تبليغ قصده وتحقيق أهدافه من الخطاب، وهي كالآتي:

1.1.2.4. الإخباريات: يُعدُّ الإخبار من الأفعال الكلامية التي توجه المتلقي لوجهة معيّنة وتلزم نحوه بوعود متنوّعة، يستلزم أوّلًا وقبل كل شيء إخباره بالأمر الذي يجهله وإشراكه في صميم القضيّة المعبّر عنها، إذْ لابدّ من معطيات إخباريّة يتوسّل بها المتلقي لضمان إنجاز الفعل على أكمل وجه، وقد جاءت هذه الإخباريات في قول المخاطِب: (إنما نصرة فلسط–ين تكون بالتوبة والاستغفار والدعاء وتحقيق كمال التوحيد والإيمان، نصرة فلسط–ين تكون بجباه ساجدة وأعين دامعة وألسنة داعية وقلوب متضرعة للقوي العزيز، نصرة فلسط–ين تكون بالتقوى والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر وبإصلاح الواحد منا لنفسه وتزكيتها وإعدادها للفتح وكل ما دون ذلك هراء، اللهم انصر إخواننا المستضعفين في فلسط–ين)، وذلك لتوجيه المتلقي ونصحه بالتمسك بحبل الله تعالى والعمل على تقوية إيمانه من خلال القيام بالطاعات على أكمل وجه، لكي يكون من القوم الذين يحبون الله ويحبهم الله، قصد تحقيق النصر وفتح بيت المقدس. والقصد الخفي من كلام المخاطِب هو محاولة إقناع المتلقي بأن القضية الفلسطينية من القضايا الكبرى التي لا يفصل فيها إلا ولاة الأمور دون غيرهم، فالأولى له في حياته الدينية التركيز على الطاعات والعبادات، والاهتمام بالتوحيد والإيمان الذي يُعدُّ ركنًا من أركان الإسلام قبل الكلام عن تحرير الأقصى.

2.1.2.4. التوجيهيات: وجاءت في أسلوبين: النهي والاستفهام، كما يأتي:

1.2.1.2.4. النهي: نفي غرضه النهي

جاء النهي في أربعة مواضع من الخطاب وهي: (نصرة فلسط–ين لا تكون بالمعاصي والمنكرات، نصرة فلسط–ين لا تكون بالاختلاط والسفور والتبرج، نصرة فلسط–ين لا تكون برفع الأعلام والأغاني والرقصات في الشوارع، نصرة فلسط–ين لا تكون بالشعارات والآهات والصرخات على المواقع)، وهذا لتوجيه المتلقي ونصحه وإرشاده بالابتعاد عن المحرمات، وأن الدفاع عن المقدسات لا تكون بالوسائل التي تؤدي إلى مفاسد. والقصد الخفي من ذلك هو توجيه المتلقي نحو سلوكيات محددة تتماشى مع القيم الأخلاقية والدينية، ويحذرهم من تبني سلوكيات يعتبرها غير مقبولة أو غير شرعية (الاختلاط والسفور والتبرج والأغاني والرقصات في الشوارع...).

2.2.1.2.4. الاستفهام: يُعدُّ الاستفهام من الآليات التوجيهية؛ بوصفها توجّه المرسَل إليه إلى ضرورة الإجابة عنها، ويستعملها المرسل للسيطرة على مجريات الأحداث، والسيطرة على ذهن المرسل إليه (تجاني، 2016، صفحة 310)، وقد ورد في هذا الخطاب في موضع واحد جاء في أوله بقول المتحدث: (متى ستفهمون). توجيه الاستفهام هنا للمتلقي ليس للإجابة المباشرة عن السؤال، لأن الاستفهام ليس حقيقيّا، بل هو توجيه للمتلقي واستثارة انتباهه للاستعداد لما سيقال. أما القصد الخفي من وراء الاستفهام فهو تحفيز المتلقي ومحاولة إقناعه على التفكير والعمل لفهم كيفية نصرة غزة.

3.4. المطلب الثالث: الخطاب الثالث: تمثل نص الخطاب الثالث في قول المرسل:

الصورة 3



المصدر: الكتاب والسنة بفهم سلف الأمة، 2023/09/22، الصفحة الرسمية على موقع الفيس بوك.

1.3.4. الأفعال الكلامية في الخطاب الثالث:

يوجد في هذا الخطاب ثلاثة أفعال كلامية، منها فعل واحد إخباري واثنان توجيهيان تمثلا في الاستفهام والنهي، وذلك كالآتي:

1.1.3.4. الإخبار: الفعل الكلامي الإخباري في هذا الخطاب يكمن في قول المخاطِب: (الواجب تنبيههم على أن يبتعدوا عن البدع ويتركوا الأمور المحرمة)، يقول فوندرليش "أن الفعل الكلامي يمكن أن يشتغل وظائف عدة في وقت واحد، يمكن للمنطوق أن يكون إقراراً من الناحية الدلالية (وفقاً لشروط النجاح المحددة للمنطوق) ولكنه من الناحية التداولية (أي وفقاً لوظيفتيه في الخطاب) استنكار" (العبد، 2004/2003، صفحة 135)، فالمخاطِب

استنكر على من يبتدع أمورًا في الدين، بل الواجب تنبيهه بأن هذا الفعل محرم شرعًا. والقصد الخفي من هذا الخطاب توجيه المتلقي للاقتناع بأن الاحتفال بالمولد النبوي الشريف بدعة محرمة نهى عنها الشارع الحكيم.

2.1.3.4. التوجيهيات: يوجد في هذا الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي فعلان كلاميان توجيهيان هما: النهي والاستفهام، كما يأتي:

1.2.1.3.4. الاستفهام: تمثل في قول المخاطِب: (هل يجوز أكل طعام أهل البدعة؟ كصنع الطعام للمولد النبوي؟)، هنا عدل الاستفهام عن معناه الحقيقي، وأدى إلى معنى مجازي آخر، حتى يوجه المتلقي لا للإجابة عن السؤال مباشرةً، بل لإفهامه وإعلامه بأن أكل الطعام المصنوع خصيصًا للاحتفال بالمولد النبوي الشريف بدعة لا يجوز أكله. والقصد الخفي من سياق الخطاب هو إظهار وإفهام وإقناع المتلقي بأن الاحتفال بالمولد النبوي الشريف بدعة محدثة في الدين لا يجوز القيام بها، وأن أي شيء ينتج عنه يدخل ضمن البدع الواجب اجتنابها.

2.2.1.3.4. النهي: جاء في قول المخاطِب: (لا يأكل من الطعام الذي صنع لأمور مبتدعة ولأمور محرمة). حيث أن المخاطِب هنا استنكر على من يأكل الطعام المقدم في المناسبات والاحتفالات المبتدعة والمحرمة، واعتبره أكل حرام، ولا يجوز للمسلم أن يدخل في بطنه أكل حرام، لأن الجسم الذي نبت من حرام فالنار أولى به، كما يجب عليه أن لا ينساق وراء الشهوات في أمور محرمة التي من شأنها أن تفسد عقيدة المسلم السوي. والقصد الخفي من ذلك هو إقناع المتلقي والتأثير فيه بأن الاحتفال بالمولد النبوي الشريف بدعة محرمة لا تجوز شرعًا، وأن كل ما له علاقة بهذه الاحتفالات محرم كذلك، آخذًا بقاعدة ما بني على باطل فهو باطل.

5. خاتمة: لقد قمنا في هذه الدراسة بتسليط الضوء على موضوع الخطاب الديني الإسلامي ومواقع التواصل الاجتماعي مركزين على موقع الفيسبوك كنموذج من جملة هذه المواقع، وحاولنا الكشف عن العلاقة بينهما من خلال التطرق للخدمات والدور الذي يلعبه موقع الفيسبوك في خدمة الخطاب الديني الإسلامي، كما تم تحليل ثلاثة خطابات كعيّنة قصدية للدراسة من بين الخطابات الدينية الإسلامية الفيسبوكية المنشورة عبر صفحات جزائرية، ومحاولة الكشف عن أهم السلبيات التي يحملها، والحلول الممكنة لإصلاحها، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

– علينا أن ندرك جيداً حتمية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للداعية والمدعو، وأن لا ننفلت منها وندعو للابتعاد عنها، لمجرد أخطاء الآخرين بل علينا توضيح الأخطاء والعمل على تداركها.

– لا يمكن تصور معالجة أهم سلبيات الخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي دون استراتيجية واضحة المعالم والأهداف.

– يجب على المؤسسات الدينية الإسلامية العمومية أو الخاصة أن تضع برامج وخطط مدروسة ومؤطرة بالتنسيق بين متخصصي الإعلام الرقمي ومتخصصي الدعوة الإسلامية، قصد تطبيقها على مواقع التواصل الاجتماعي.

– لا يمكننا الرفع من مكانة الخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي من دون الاستغلال الأمثل للإمكانات التكنولوجية المتاحة وتوظيفها في خدمة الخطاب الديني الإسلامي.

– محاولة استغلال كل برامج التواصل الاجتماعي لنشر الخطاب الديني الإسلامي، كبرنامج Tik Tok وkwai وLikee وغيرها من البرامج الحديثة النشأة.

أما الاقتراحات فيمكن تلخيصها فيما يلي:

– العمل على إنشاء صفحات دينية إسلامية فيسبوكية بكل اللغات الأجنبية الأخرى.

– العمل على تعاون الكفاءات وتكثيف الجهود لتصحيح الأخطاء الموجودة في الخطاب الديني الإسلامي الفيسبوكي.

– التركيز على الخطابات الدينية الإسلامية التي تخص شؤون الأمة الإسلامية، والابتعاد عن الخلافات الفرعية.

– ضرورة وضع خطط استراتيجية طويلة المدى، يسير وفقها القائمون بالخطاب الديني الإسلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

6. قائمة المراجع:

1. أبو القاسم محمود الزمخشري. (بلا تاريخ). *الكشاف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل*. (عبد الرزاق المهدي، المحرر) بيروت: دار إحياء التراث العربي.
2. أحمد زايد . (2007م). *صور من الخطاب الديني المعاصر "خطاب المؤسسة والنخبة"* (الإصدار مجلة المعيار، مج23، العدد 45، 2019، المجلد ط1). (نقلا عن: مصطفى سحاري، و أمينة نبيح، المترجمون) القاهرة، مصر: دار العين للنشر.
3. العبد السكر ماجد رجب. (2011م). *التواصل الاجتماعي أنواعه –ضوابطه –آثاره –معوقاته "دراسة قرآنية موضوعية"*. كلية أصول الدين، قسم التفسير وعلوم القرآن. غزة: الجامعة الإسلامية.

4. العيد حيتامة، و سارة بوحبيلة. (2019م). الخطاب الديني بين أساليب النجاح والمشكلات التي تواجهه. *مجلة الدراسات في علوم الإنسان والمجتمع*.
5. القاسم بن علي الحريري البصري. (1418هـ/1998م). *درة الغواص في أوهام الخواص* (المجلد 1). (عرفات مطرجي، المحرر) بيروت: مؤسسة الكتب الثقافية.
6. أمينة تجاني. (ديسمبر، 2016). القصدية والنظام اللغوي قصة سليمان –عليه السلام– مقاربة لغوية. *مجلة حوليت المخبر*، الصفحات 303–321.
7. بن نامي بن عوض السلمي عياض. (2005م). *أصول الفقه الذي لا يسع الفقيه جهله* (المجلد ط1). الرياض، المملكة العربية السعودية: دار التدمرية.
8. بوعلي نصير. (بلا تاريخ). الخطاب الديني الإعلامي المعاصر "مقاربة نقدية معيارية للبنية والوظيفة". *المجلة الجزائرية للاتصال*.
9. حامدة ثقبايت. (بلا تاريخ). بلاغة الجمهور في تلقي الخطاب الديني في الجزائر "دراسة في نسق الاستجابة والرد". *مجلة الخطاب*.
10. حسَّان أحمد قمحية. (2017م). *الفيسبوك تحت المجهر* (المجلد ط1). مصر: دار النخبة.
11. حمود بن عبد الله بن عبد الرحمن التويجري. (1414هـ). *إتحاف الجماعة بما جاء في الفتن والملاحم وأشراط الساعة* (الإصدار ج1، المجلد ط2). الرياض ، المملكة العربية السعودية: دار الصميعي للنشر والتوزيع.
12. خضر فضل الله وائل مبارك. (2010م). *أثر الفيس بوك على المجتمع*. مدونة شمس النهضة.
13. زين الدين أبو عبد الله محمد الرازي. (1420هـ/1999م). *مختار الصحاح* (المجلد 5). (يوسف الشيخ محمد، المحرر) بيروت – صيدا: المكتبة العصرية – الدار النموذجية.
14. شفيق حسنين. (2015م). *الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية "التسريبات ..التجسس ..الإرهاب الإلكتروني"*. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
15. شفيق حسنين. (2015م). *الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية "التسريبات ..التجسس ..الإرهاب الإلكتروني"*. دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.
16. صقر شحاتة . (بلا تاريخ). *إدارة العمل الدعوي*. الإسكندرية، مصر: دار الخلفاء الراشدين ودار الفتح الإسلامي.

17. عبد العزيز بن عبد الله بن باز. (بلا تاريخ). *مجموع فتاوى العلامة عبد العزيز بن باز رحمه الله* (الإصدار ج8). (محمد بن سعد الشويعر، المحرر)
18. عبيدة صبطي. (2018م). *الإعلام الجديد والمجتمع*. (عبد الوهاب جودة الحايس، المحرر) مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع.
19. علي برغوث. (2005م). *الاتصال الإقناعي "مذكرة تعليمية لطلبة مستوى ثالث"*. غزة: قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة الأقصى.
20. محمد الطاهر بن عاشور. (1984م). *التحرير والتنوير*. (الإصدار ج30). تونس: الدار التونسية للنشر.
21. محمد العبد. (2004/2003). تعديل القوة الإنجازية دراسة في التحليل التداولي في الخطاب. *فصول مجلة النقد الأدبي علمية محكمة*(العدد65)، الصفحات 134-162.
22. محمد بن اسماعيل أبو عبد الله البخاري. (1422هـ). *صحيح البخاري* (الإصدار ج4، المجلد ط1). (بن ناصر الناصر محمد زهير، المحرر) دار طوق النجاة.
23. محمد مشعاله. (2010/2009). *الاغتراب عند الإمام علي من خلال نهج البلاغة*. باتنة -الجزائر: جامعة الحاج لخضر.
24. محمد منير حجاب. (2004م). *المعجم الإعلامي* (المجلد ط2). القاهرة، مصر: دار الفجر.
25. محمد هاشم الهاشمي. (2004م). *تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري "مدخل إلى الاتصال وتقنياته الحديثة"* (المجلد ط1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
26. محي الدين عبد الحليم. (1404هـ/ 1984م). *الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية* (المجلد ط2). القاهرة، مصر: مكتبة الخانجي بالقاهرة ودار الرفاعي بالرياض.