

تاريخ الاستلام: 2025/01/11 تاريخ القبول: 2025/12/14 تاريخ النشر: 2025/12/25

عياش بوشليحة *

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة (الجزائر)

مخبر البحوث و الدراسات الاجتماعية جامعة سكيكدة

Email: a.boucheliha@univ-skikda.dz

المخلص :

نحاول في هذا المقال العلمي أن نثير موضوع الخطاب الديني كأحد الخطابات الاجتماعية وآلياته في وسائل التواصل الاجتماعي، ثم حاجة الخطاب الديني للوسائل والتكنولوجيات الحديثة للاتصال والتواصل الاجتماعي، حتى يتسنى له ضخ تعاليم الدين الإسلامي والفكر الإسلامي في أوساط الجمهور الإلكتروني، خاصة وأن عملية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي باتت مهيمنة على كل جوانب الحياة الاجتماعية، الاقتصادية والتنموية و الثقافية... الخ، والمنافسة تزداد وتشتد على احتلال المواقع في المجتمع من أجل فرض التصورات على الجمهور وصناعة المشهد من خلال فرض الرأي والرؤية من قبل فعاليات ثقافية وفكرية وترفيهية في المجتمع.

هذا ما يحتم ويدفع بالقائمين على الخطاب الديني مسيرة التغيرات الاجتماعية والبحث عن منابر اجتماعية بالتواصل والتفاعل تكون فرصة للتواصل والتفاعل والتعارف من خلال هذه الوسائل الإعلامية الجديدة كمنصات للتربية والتعليم والإصلاح.

الكلمات المفتاحية : الخطاب، الديني، الخطاب الديني، وسائل التواصل الاجتماعي، الفيسبوك.

Abstract:

In this scientific article, we are trying to raise the topic of religious discourse as one of the social discourses and its mechanisms in social media, and then the need of religious discourse for modern means and technologies of communication and social communication, so that it can inject the teachings of the Islamic religion and Islamic thought among the electronic audience, especially since the process of using social media has become dominant in all aspects of social, economic, developmental and cultural life... Etc, the competition is increasing and intensifying to occupy positions in society in order to impose perceptions on the public and the scene industry through the imposition of opinion and vision by cultural, intellectual and entertainment events in society.

This is what makes it imperative and motivates those responsible for religious discourse to keep pace with social changes and search for social platforms through communication and interaction that will be an opportunity to communicate, interact and get acquainted through these new media as platforms for education, education and reform.

Keywords: Discourse, Religious, Religious Discourse, Social Media, Facebook.

المقدمة :

لقد اتسع اهتمام القارئ على الخطاب الديني في مجال الدعوة والتبليغ للدين الإسلامي وتعاليمه، ولم يتوقف عند الوسائل الكلاسيكية كالخطب والدروس المسجدية أو الساحات والميادين العامة كما في الأعياد والمناسبات الدينية، بل تجاوزه إلى التفكير في استخدام وسائل تكنولوجيا حديثة تماهيا مع التطورات التي تحدث في المجتمع والتغيرات التي تجري في الحياة الاجتماعية عموما.

فكانت وسائل التواصل الاجتماعي بكل مكوناتها الإنترنت وكل مضامين التكنولوجيا الرقمية ذات البعد التواصلية والإعلامية فرصة للخطاب الديني حيث وجدنا وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من ضمن اهتمامات القارئ بالخطاب الديني وتوظيف هذا الأخير لهذه التكنولوجيا التواصلية جاء بعد القناعة التامة لما لهذه الوسائل من قدرة على الانتشار والتأثير وحضور الخطاب الديني ضمن صفحات ومنتديات وتطبيقات بمادة علمية فكرية ثقافية تربوية في نشاطات وبرامج متنوعة تمس كل جوانب الحياة، وهذا الخطاب الديني يقدم مشروعا بتصورات معينة قصد تحقيق أهداف محددة ومعينة قد تكون علمية أو تربوية... إلخ

فوسائل التواصل الاجتماعي وما تتضمنه من شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك واليوتيوب.... إلخ، قربت الخطاب الديني إلى جمهور هجين وغير محدد وافتراضي وهي معادلة شكلت ظاهرة اجتماعية منذ فترة ما جعلها محط الاهتمام بالبحث والدراسة من قبل متخصصين ومتابعيها - الظاهرة - للوصول إلى إجابات عن جملة من الأسئلة تحيط بالظاهرة المدروسة التي تتصل بالصفحة الرسمية على الفيسبوك للشيخ الأستاذ الجامعي مبروك زيد الخير.

1. الإشكالية:

تعرف المجتمعات الحديثة تحولات واسعة وتغيرات كبيرة وتطورات أوسع مست كل جوانب الحياة الاجتماعية، خاصة فيما يتصل بالتقنيات التكنولوجية في جانب الإعلام و الوسائط الإعلامية في إطار الإعلام الجديد.

حيث يشهد العالم حاليا تنامي كبير في ظاهرة استخدام تقنيات التواصل الاجتماعي، فأصبحنا نرى محركات البحث والمنصات الاجتماعية وكذا الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية -ومنها - الفيسبوك وغيره، تغطي حاجات الناس والجمهور وتلبي طلباتهم وتشبع رغباتهم وذكرنا - الفيسبوك - كموقع إلكتروني واسع الانتشار والشهرة والاستخدام في العالم وعند عموم الجمهور، وهذا لما يتميز به من خصائص تقنية ومميزات خدمية في مقابل بقية المواقع الإلكترونية الأخرى.

ووجدنا منذ فترة ليست بالقصيرة انخراط القائمين على الخطاب الديني الإسلامي من مشايخ ودعاة وكذا مهتمين بالدعوة إلى الإسلام والإصلاح الاجتماع، انخراطهم في شبكات التواصل الاجتماعي، وتكوين صفحات أو حسابات إلكترونية خاصة بهم على مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف تقديم الخطاب الديني الإسلامي وفق رؤية وتصور وآليات عبر هذه الوسائل الحديثة من وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن خلال صفحة - الشيخ مبروك زيد الخير - وكنموذج لهذا الأسلوب الجديد في تصريف الخطاب الديني الإسلامي وتقديمه عبر تقنيات جديدة تتحدد المشكلة البحثية من حيث المبدأ أو الرؤية، حيث يتعين توفر في هذه العملية جملة الشروط الموضوعية والآليات التي تكسب الخطاب الديني حضورا فاعلا في أوساط الجمهور لتحقيق الهدف والوصول إلى المكتسبات.

و أبعاد دراستنا نراها في الرهان الذي يجريه القائم بالخطاب الديني على مستوى الرسالة الاتصالية مع جمهوره، وضرورة احتوائها على ما يثير الجمهور الافتراضي

المتلقي و يستميله ، ومثيرات الرسالة للجمهور المتلقي هي، اهتماماته واحتياجاته النفسية والاجتماعية وانشغالات أخرى على مستوى أولويات الحياة الاجتماعية، وإن الجمهور الافتراضي إنما يتفاعل مع من يتبنى انشغالاته ويحرص على التواصل معه، في إطار الموضوعات التي يبت فيها القائم بالخطاب الديني الافتراضي.

وفي إطار دراستنا الحالية أخذنا صفحة "الشيخ مبروك زيد الخير" على صفحة الفيس بوك أنموذجا، في محاولة تتبع امتدادات المشكلة البحثية.

ومما تقدم عرضه يمكننا أن نطرح التساؤل المركزي التالي:

ما أهم الموضوعات التي يتناولها الخطاب الديني ؟

ويتفرع عن هذا السؤال المركزي تساؤلات فرعية

ما هي اللغة المستخدمة في محتوى الخطاب الديني؟

ما هي القيم التي حملها الخطاب الديني الافتراضي إلى الجمهور المتلقي؟

2. مجال الدراسة:

مجال الدراسة تدخل دراستنا في إطار الدراسات الوصفية التحليلية، كونها تشتمل على محتوى عينة صفحة من الموقع الاجتماعي فيسبوك كنموذج لتحليل الخطاب الديني الافتراضي، هذا الأخير الذي يتضمن مجموعة من البرامج والدروس والخطب وكده الفيديوهات، التي يقدمها الشيخ الدكتور "مبروك زيد الخير" من خلال صفحته الرسمية على موقع الفيسبوك.

والذي نسعى إليه من خلال استخدام تقنية "تحليل المضمون" الكشف عن واقع الخطاب الديني الافتراضي في وسائل التواصل الاجتماعي.

ويعرف تحليل المحتوى بأنه «ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيل الصوتي أو الفيلمي أو الكلامي أو الإيمائي، من معاني مختلفة ويعبر عنها الفرد في نظام معين لتوصيلها للآخرين» (أحمد عياد، 2009، ص 14)

3. المجال الزمني للدراسة :

هو المدة التي تمت فيها متابعة الظاهرة أو العينة. ومن أجل وصف الصفحة الخاصة بالشيخ "مبروك زيد الخير" ومواكبة نشاطه تتبعناه طيلة شهر كاملاً، وهو شهر جويلية 2024، حيث تتبعنا (09) حلقات بمعدل حلقة كل 3 أيام له نشاط جديد على صفحته وكل حلقة تكون بنشاط مغاير، أي بمعنى قد يكون درس علمي أو موعظة أو تغطية لنشاط خارج الأستوديو للشيخ... إلخ وقد تراوحت مدة كل نشاط أو حلقة من 3 دقائق إلى ¼ ساعة بحسب طبيعة النشاط.

(حمدي أبو الفتوح عطية ، 1996، ص 166 / 167)

4. أهمية الدراسة:

تظهر لنا أهمية هذه الدراسة في كونها أنها تبحث في موضوع الخطاب الديني وعلاقته بوسائل التواصل الاجتماعي، وتفاعل الجمهور مع مضامين الخطاب الديني وتقديره للدين، للتوجيه والإصلاح وتمدده وتوسعه في أوساط الجماهير سعياً في سد الحاجات المعرفية والتطلعية للدين وتوجيهاته.

5. أهداف الدراسة:

1. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة آليات الخطاب الديني من خلال وسائل التواصل الاجتماعي عبر نموذج صفحة الشيخ مبروك زيد الخير على الفيسبوك وتواصله مع جمهور الإعلام الجديد من متبعي الخطاب الديني.
 2. إبراز الإضافة التي يقدمها الإعلام الجديد - وسائل التواصل الاجتماعي - للخطاب الديني عند جمهوره.
- الوقوف على نوع الموضوعات التي تقدمها وتثيرها صفحة الشيخ مبروك زيد الخير على الفيسبوك.

6. قراءة في مفاهيم الدراسة:

يتمظهر الخطاب الديني الإسلامي في صورة المواعيد والدروس ولا محاضرات وكذا البرامج التليفزيونية والإذاعية التي تعنى بالجانب التربوي والأخلاقي وأيضاً في المقالات الصحفية والندوات والمكتبيات الفكرية التي تهتم بالإصلاح الاجتماعي وتعليم الجمهور مبادئ وقواعد وأحكام الشريعة الإسلامية ومحاولة الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي عقيدة وشريعة وأدبا و أخلاقاً، وهي مقومات البناء الاجتماعي الإسلامي. وسنحاول الوقوف على ضبط مفاهيم هذه الدراسة:

أ. الخطاب:

الخطاب كأسلوب اتصالي تواصلي يتم بين طرفين إثنين أحدهما مرسل أو القارئ بالخطاب والثاني متلقي للخطاب بينما فكرته أو موضوع ربط للوصول إلى هدف، وجاءت عدة تعريفات للخطاب منها:

تعريف كل من-هازتمان -و- ستيروك-أن «الخطاب نص محكوم بوحدة كلية واضحة ويتألف من صيغة تعبيرية متوالية عن متحدث فرد يبلغ رسالة ما» (نزهة محمود الدليمي، 2015، ص 32)

ويعرف عبد الرحمن طه الخطاب بأنه «هو ما يصلح أن يكون كلاماً وهو الذي ينهض بتمام المقترضات الواجبة» (عبد الرحمن طه، 1988، ص 215)

و«الخطاب هو إيصال الأفكار إلى الآخرين بواسطة الكلام المفهوم واللغة في ذلك هي أداة الخطابي ومحملة للمتلقى» (أبو العطاء أشرف، 2007، ص 76)

من خلال ما تقدم من هذه التعريفات النظرية يمكن أن نقدم التعريف الإجرائي للخطاب كونه «الكلام المنظم والمرتب من القارئ بالخطاب بصورة مباشرة أو عن طريق وسيلة اتصالية ما، يعالج فيه موضوع أو قضية، أو ظاهرة اجتماعية ما، نحو جمهور المتلقين و المهتمين، يريد الوصول معهم إلى أهداف محددة سلفاً في زمان ومكان محددين»

وللخطاب مؤشرات دالة عليه يعرف بها هي:

- الخطاب يتبنى حلولاً للمشكلة التي يريد أن يعالجها مع جمهور ما.
- يعتبر الخطاب أحد الأدوات المستخدمة في الإقناع والاستمالة والتأثير في جمهور المتلقين وصناعة الرأي عنده (الجمهور).
- يتعامل الخطاب مع جمهور هجين وليس بالضرورة متجانس.
-
- كل خطاب هو رسالة ومضمون، ويتصل بمستويات في فهم الناس أو الجمهور والوعي به (الخطاب).

ب. الدين:

تعددت تعريفات الباحثين لمفهوم الدين، كمفهوم اجتماعي مركزي في جميع الثقافات والأيديولوجيات في المجتمعات القديمة والحديثة، باعتبار الدين أحد المقومات الموجهة والحيوية والدقيقة في حياة الأفراد والمجتمعات، تاريخياً وحديثاً. يرى سعود بن عبد العزيز الخلف بأن الدين هو «الشرع الإلهي المتلقى عن طريق الوحي» (سعد بن عبد العزيز الخلف، 2004، ص 9).

ويرى فاروق الدسوقي «أن الدين الذي تدين به الجماعة مجموعة المبادئ التي تلزم الجماعة بالخضوع لما هو أعلى منها والتي تحدد لها كيفية الخضوع، فهو بهذا المعنى عقيدة تصورية ومبادئ تنظيمية لحياة هذه الجماعة من شأنها أن تجعلها خاضعة وعابدة للمعبود» (فاروق الدسوقي، 1986، ص 28).

ونستعرض الآن بعض تعريفات علماء الغرب للدين على النحو التالي:

ينذهب - سيسرون - Cècèron- المشرع الروماني إلى القول أن «الدين هو الرباط الذي يصل الإنسان بالله» (نبيل محمد توفيق السمالوطي، 1981، ص 24).

ويرى الفيلسوف النقدي الألماني -إيمانويلكانط- في دراسة له بعنوان «الدين وحدود العقل» إلى أن «الدين هو الشعور بواجباتنا من حيث كونها قائمة على أوامر إلهية» (المرجع نفسه ص 24).

ويذهب عالم الاجتماع البريطاني -هربرت سبنسر- H. Spencer -في دراسة له بعنوان «المبادئ الأولى» إلى أن العنصر الأساسي في الدين هو الإيمان بالقدرة اللانهائية، أي لا يمكن تصور نهايتها الزمانية والمكانية» (المرجع نفسه، الصفحة 24). وانسجاماً مع ما مر معنا من تعريفات وتوضيحات للدين وتميزاً عنها نرى في محاولتنا لمعنى الدين، هو منظومة العقائد التي لا يرقى إليها الشك والتي يكون لها التأثير في سلوك وأخلاق وإبداع وتصور الحياة، في إطار اعتقاد واضح، وهو اعتقاد في وجود إله - أو قوة غيبية كما يصف ذلك غير المسلمين - هذا الإله الذي خلق الإنسان والطبيعة والوجود.

ت. الخطاب الديني الإسلامي:

الخطاب الديني الإسلامي أسلوب في التبليغ للدعوة الإسلامية والتعريف بأحكام الإسلام وشريعته وآدابه وأخلاقه وعقيدته، مع عملية الإسقاط لمجموع هذه المتلازمة للدين على دواليب الحياة والحكم على الأعمال والسلوكات - سلوكات الأفراد والمجتمع في عمومته -.

ث. مواقع التواصل الاجتماعي:

وتسمى أيضاً مواقع التشبيك الاجتماعي، وهي عبارة عن مواقع تستعمل من طرف الأفراد من أجل التواصل وإقامة علاقات التعارف، وبناء جماعات افتراضية ذات اهتمامات مختلفة، ويمكن للمستعمل أن ينشأ صفحته الخاصة عبرها، وينشر فيها ما يريد» (إبراهيم بعزيز، 2012، ص 174).

وذهب آخرون إلى تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بالقول أنها «خدمة متوفرة عبر الأنترنت تعمل على ربط عدد كبير من المستخدمين من شتى أنحاء العالم ومشاركتهم

وتشبيكهم في موقع إلكتروني واحد، يتواصلون معا مباشرة ويتبادلون الأفكار والمعلومات ويناقشون قضايا لها أهمية مشتركة بينهم ويتمتعون بخدمات الأخبار والمحادثة الفورية بمشاركة الملفات النصية والمصورة وملفات الفيديو والصوتيات» (عبد المولى السيد، أبو خطوة السيد أحمد نصحي، أنيس الشربيني الباز، 2011، ص 192).

ج. الفيسبوك:

تري حنان شعشوع أن الفيسبوك هو «موقع تواصل يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات و الصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة وكذلك إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى والجدد وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم.

وباستطاعتنا القول أن الفيسبوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره تتمثل بالدرجة الأولى، في الوسائل وهي خاصية يتبعها الفيسبوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء» (حنان شعشوع، 2013، ص 15)

ح. وسائل التواصل الاجتماعي:

لقد عرف كل من -أندرياسكايلان-و- ميشال هايلين -وسائل التواصل الاجتماعي بأنها «مجموعة من التطبيقات على الإنترنت التي يتم بناؤها باستخدام تكنولوجيا الويب 2.0.

والتي تسمح للمستخدمين بخلق تبادل المحتوى الاتصالي، أي أنها تطبيقات تمكن المستخدمين من إنشاء صفحات -ملفات - شخصية تربطهم ببعض أصدقائهم ومعارفهم وتمكنهم من التواصل معا من خلال ترك التعليقات المختلفة التي يشارك

ففيها المستخدمين ، وقد تحتوي تلك الملفات أو الصفحات الشخصية على صور أو ملفات فيديو صوتية»

وتقسم - ستيل هيلجا تودور- وسائل التواصل الاجتماعي إلى جزأين إثنيين هما:
أ. الجزء الأول كلمة: ميديا - media- وتعني أي وسيلة من وسائل الإعلام التي
تتيح تواصل الأفراد معا، بما في ذلك الوسائل التقليدية الراديو والتلفزيون
والصحف.

ب. الجزء الثاني- Social - تعني أن العملية الاتصالية تسير في اتجاهين من المرسل
إلى المستقبل (الرسالة) وفي نفس الوقت من المستقبل إلى المرسل (ردّة
الفعل) (نيرمين علاء الدين، 2020، ص 11).

ويمكن محاولة تقديم تعريفا إجرائيا يتسنى لنا معرفة وفهم وسائل التواصل
الاجتماعي، حيث أن هذه الأخيرة هي «مجموعة الطرق والأدوات المادية التي بواسطتها
يمكن التبادل اللا محدود بين الأفراد في المعارف العلمية والمعلوماتية والأفكار
والرؤى والتصورات ووجهات النظر والأخبار، هذا الذي يعمل على إيجاد علاقة بين
اثنيين أو أكثر، بواسطة وسائل تكنولوجية ، تدمج فيها الصورة المتحركة والثابتة
وكذا النص بالصوت»

7. أهم آليات الخطاب الديني:

يستند الخطاب الديني إلى آليات في أثناء عملية التواصل مع جمهوره وإن المعنى
الضماني للآليات هو جملة الوسائل التي يفعلها القائم بالخطاب الديني التي تحقق له
تحفيز أذهان الجمهور يتعاطى الاهتمام مع ما يقدم من مواد إعلامية
تربوية، الصلاحية... إلخ و تتمثل هذه الآليات التي يعتمدها الخطاب الديني مع
جمهوره في :

أ-الحوار مع الآخر:

يعتبر الحوار كآلية وأسلوب من أقوى الأساليب والميكانيزمات في مستويات التواصل، واعتماد الخطاب الديني على آلية الحوار مع الآخر - إن على المستوى الداخلي فيما بين المسلمين، أو على مستوى الخارجي مع غير المسلمين - يعتبر أسلوب شرعي ودعوي في التبليغ لتعريف الآخرين حقيقة الرؤية والتصور الذي يقدمه القائم بالخطاب الديني من خلال القرآن والسنة ولا بديل عن الحوار للتعارف وتفاهم وفهم الإسلام في مستويات الفهم والإدراك الواعي مع أعمال العقل والفكر في تلك العملية مع الجمهور.

والحوار في الإسلام مبدأ لا يسقط في كل الحالات والظروف والأوضاع، حيث تزيد الحاجة إليه في النزاعات والخصومات والاختلافات، لأن في غياب الحوار تزداد المصاعب والنزاعات وتغيب معاني المواطنة والتعايش السلمي والاستقرار وبدائل الحلول والاقتراحات.

والقصص القرآني فيه من الشواهد الدالة على أهمية الحوار كقيمة اجتماعية وثقافية وفكرية وإنسانية لتفعيل بناء التنظيم الاجتماعي وكذا تقوية الضبط الاجتماعي والنسق الاجتماعي العام، وكذا تفعيل معنى التساند الاجتماعي وتقويض حالات اليأس والخلل الاجتماعي.

ب- الانفتاح على الثقافات الأخرى:

المكونة للنظام الاجتماعي العام وعدم إغفالها أو عدم الانتباه منها كعنصر بنائي يدخل في ممارسات وسلوكات اجتماعية من طرف فاعلين اجتماعيين لأن الطبيعة البنائية للمجتمعات عبارة عن مزيج اثني وعرقي حيث تتعدد اللغات واللهجات والعادات والتقاليد والأعراف وهذا ما يحتم على القائم بالخطاب الديني أن يدعو إلى ثقافة المشاركة للجميع ولكل الفعاليات الاجتماعية على اختلافاتها حتى يحاصر

الشعور بالتمهيش والإقصاء الذي يكون له تبعات وانعكاسات اجتماعية خطيرة على الدولة القطرية.

ويدعم الخطاب الديني ضرورة احترام الآخر وإن كان الاختلاف و التميز فهذا الاختلاف لا يفسد للود قضية وهذا الذي يشدد عليه القائم بالخطاب الديني باستخدامه آلية الانفتاح الاجتماعي على كل الحساسيات الاجتماعية.

- ضرورة تقديم الخطاب الديني بأسلوب عصري ملائم، وهذه الآلية داعمة للقبول الجماهيري والحضور الناجح للخطاب الديني.

فعلى القائم بالخطاب الديني أن يكون مطلعاً على المستجدات والقضايا الراهنة خاصة ذات الأولوية والانشغال الواسع للجمهور بها، والإحاطة بهذه القضايا الاجتماعية ذات الأولوية من جوانبها واعتماد الرؤية العلمية المستفيضة من شأنه أن يعطي انطبعا إيجابيا عند الجمهور أن الطرح أو الرؤية الدينية ليست حبيسة القوالب النمطية الجاهزة، وأن الدين بتعاليمه المتسامية ليس مستحيل من حيث الالتزام والعيش في إطار تعليمه.

ومن جهة أخرى يقدم الدين على أنه قادر على مساندة التغيرات والتطورات الحاصلة وكذا التحولات الاجتماعية في كل جوانب الحياة الاقتصادية والثقافية، والفكرية والسياسية. و الفنية.. إلخ

- ونجد من آليات الخطاب الديني أنه يتجه مباشرة رأساً إلى محاولة تقديم القراءة المتكاملة للموضوع المثار والإحاطة به وتقديم بدائل الحلول للمشاكل الاجتماعية المثارة خاصة والمتكررة منها والمستحدثة منها أيضاً.

وحتى يبتعد القائم بالخطاب الديني عن الأسلوب الاستهلاكي والدخول في مواجهة الخلل الاجتماعي الذي ينشأ عن غياب أو التقصير في القيام بالدور الاجتماعي، بمعنى الأداء الوظيفي في الحضور الإيجابي في مركز ومحيط النسق الاجتماعية الفرعي الذي يؤسس بناء النسق الاجتماعي العام، أو النظام الاجتماعي العام.

والقائم بالخطاب الديني المتميز هو من يضمن خطابه تكثيف الإشارة في ضرورة التقيد بمجموعة القواعد والمبادئ المشتركة في السلوك الاجتماعي اليومي وذلك في جزئيات ومفاصل الحياة الاجتماعية اليومية هذا من شأنه أن يقلل من صور و مظاهر الخلل الاجتماعي التي يبعث على حدوث الظواهر الاجتماعية المرضية التي تؤثر في السير العادي للحياة اليومية للمجتمع.

من هذا نجد أن آلية المباشرة الرأسية للمشكلة الاجتماعية توفر الجهد وتختصر الوقت وتحاصر الظاهرة المرضية في المجتمع بخطاب متوازن أساسه الإحاطة الواعية من القائم بالخطاب الديني على طبيعة الحياة الاجتماعية بالمشاركة و التفاعل.

-ومن آليات الخطاب الديني في وسائل التواصل الاجتماعي وهي من مخرجاته وأهدافه نجد الانخراط والمحاولة الجادة في تقديم الحلول الممكنة للمشكلات الاجتماعية المثارة.

وذلك بطرح بدائل الحلول الممكنة من القائم بالخطاب الديني من خلال رؤى وتصورات يقرأ بها المشكلات المثارة في المجتمع الذي يخاطبه بمعرفة واسعة يراعي فيها جملة من القواعد التي تحقق معنى التأثير والإقناع والاستمالة.

فهذه القواعد الاجتماعية التي ينتهي إليها الجمهور المخاطب من دين وتاريخ ولغة وعادات وتقاليد وقيم وأعراف تعتبر بمثابة مفاتيح في يد القائم بالخطاب الديني يدخل من خلالها إلى جمهور يبحث عن حلول لمشكلاته الاجتماعية.

8. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.8. منهج الدراسة:

تدخل دراستنا في إطار الدراسات الوصفية التحليلية، كونها تشتغل على وصف محتوى عينة صفحة من الموقع الاجتماعي فيسبوك كنموذج لتحليل الخطاب الديني، هذا الأخير الذي يتضمن مجموعة البرامج والدروس والخطب والمواعظ وكذا الفيديوها، التي يقدمها الشيخ الدكتور مبروك زيد الخير من خلال صفحته على موقع الفيسبوك، حيث نعتد على تحليل المحتوى، الذي يقدم مفهومه "بيرلسون" بأنه «تقنية بحث للوصف الموضوعي المنظم والكمي لمضمون واضح لوسائل، هدفه التفسير من أجل الوصول إلى ما تحمله المادة التي يتم تحليلها» (طاهر حرية، 2017، ص 86).

والذي نسعى إليه من خلال استخدامنا - تحليل المضمون - الكشف عن واقع الخطاب الديني من خلال وسائل التواصل الاجتماعي عبر الموقع الاجتماعي الفيسبوك كنموذج تحليلي لوسائل الإعلام الجديد.

ويعرف تحليل المحتوى أيضا «ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيل الصوتي أو الفيلمي أو الكلامي أو الإيمائي، من معان مختلفة ويعبر عنها الفرد في نظام معين لتوصيلها للآخرين» (أحمد عياد، 2009، ص 134).

2.8. عينة الدراسة وأداة جمع البيانات :

العينة وهي «مجموعة أو مجموعات من الأفراد مشتقة من المجمع الأصل وتمثله تمثيلا حقيقيا (صادقا)، أن تمثل هذه العينة المتغيرات موضوع الدراسة، بنفس قيمها ومستوياتها التي توجد بها في المجتمع الأصل» (حمدي أبو الفتوح عطية، 1996، ص 166/167)

والعينة التي تم تحديدها في دراستنا كانت قصدية أو عمدية أو غرضية.

وتعريفها: « أن العينة القصدية وتسمى أيضا بالعمدية و الغرضية، وتكون باختيار الباحث لمجموعة من المفردات قصديا لاعتقاده بأنها تساعد على تحقيق الغرض من البحث أحسن من غيرها»

(كمال بلخير وآخرون، 2007، ص 90)

وإنما وقع الاختيار لأنها تفي بغرض الدراسة التي نحن بصدها وهي صفحة الشيخ "مبروك زيد الخير" على موقع الفيسبوك.

ويرى الباحث بأن هذا النوع من العينة - قصدية - يعين على تحقيق الشروط الواجب تحققها في العينة الخاصة بهذه الدراسة الخاصة.

1- شرط أن تكون العينة أو المفردة الممثل علمية، دعوية، أي عمليا يكون القائم بالخطاب الديني الافتراضي شخصية متخصصة في الميدان وقد تحقق الشرط الأول في الميدان.

2- شرط الشهرة محليا وعربيا في السنوات الأخيرة.

3- شرط الحضور والفعالية المستمرة افتراضيا مع وجود المشاركين والمتابعين والمعجبين.

وهذه برامج عينة الصفحة الرسمية للشيخ زيد الخير على الفيس بوك، خلال شهر جويلية 2024 م.

تاريخ البرنامج	اسم البرنامج	مدة البرنامج
2024/07/02	دعاء كان الصالحون يدعون به	14 ثانية
2024/07/04	على نفسك يا مسكين	59 ثانية
2024/07/07	فتنة الدنيا	57 ثانية
2024/07/09	وما خلقت الجن والإنس إلا ليعبدون وما خلقت الجن والإنس إلا ليعبدون	42 ثانية
2024/07/11	إنما الصبر عند الصدمة الأولى	14 دقيقة
2024/07/26	كعب بن زهر ومعاملة النبي صلى الله عليه وسلم له	5 دقائق
2024/07/28	فضائل السفر	22 ثانية
2024/07/30	إنما نسمة المؤمن طير تحلق في الجنة	11 دقيقة
2024/07/31	زهد النبي	4 دقائق

- فئات الشكل:

ونعني به التحليل الذي يصفه الحيز المكاني والصورة الفيزيقية وكذا القوالب التي
ظهر بها المحتوى والتي نراها محددة من خلال:

- الديكور: وهو الشكل وتشكيلة المكان أو الأستوديو من حيث التجهيز و
الأثاث والألوان وترتيب الزخارف ونوعيتها عصرية كانت أم إسلامية
تقليدية، ويتمثل في (تراثي إسلامي، تراثي، عصري)
- لغة الخطاب: ونعني باللغة التي يعتمدها الشيخ في خطابه الدعاوي، هي لغة
عربية فصحي أم أنها هجينة بين الفصحي والعامية أم أنها عامية خالصة.
- الهندام: ونعني به لباسه وهيئته العامة هل يرتدي لباس عصري أو تقليدي
نمطي؟

فئة أشكال المعلومة:

ونعني به نوع طبيعة الخطاب أو الموضوع هل هو ديني علمي (سيرة، فقهي، حديث) أو موعظة (تربوي) تزكية أفعال القلوب).

فئة العدد و المساحة:

ونقصد بهذه الفئة المدة الزمنية التي يستغرقها البرنامج وكذا مساحة هذا النوع من البرنامج

- الدروس العلمية

- الدروس التربوية

- دروس التزكية

أ. فئة الموضوعات:

وهي الموضوعات المثارة بحدّة و بتكرار عند القائّم بالخطاب الديني إلى الجمهور، هذا الأخير لاهتماماته بهذه الموضوعات.

ب. فئة الاستشهادات :

من القرآن والسنة والحكم والأقوال المأثورة والشعر وكذا التجارب الاجتماعية من التراث الإنساني قديما وحديثا.

ج. فئة القيم:

وهي القيم التي كثيرا ما يحرص الشيخ على إيصالها في كذا من حلقة وخطاباته الدينية.

د. فئة الأهداف:

وهي التي يسعى القائّم بالخطاب الوصول إليها وتحقيقها ولولا الأهداف المرجوة ما كان هناك خطاب.

من خلال التراكمات المعرفية وتطلعنا إلى العديد من الأعمال على مستوى الخطابات الدينية ومجموع البرامج التي تشغل في توظيف الخطابات وجدنا أن الخطاب الديني الذي يشغل عليه الشيخ لا يخرج عن تقاطع نقاط المحتوى، من الموضوعات والمادة العلمية الإعلامية وضرورة تجديدها مع تعزيز الخطاب الديني بالآيات والأحاديث و الاتساع في الدلالة على قوة الفكرة من أقوال مأثورة وحكم....الخ ويريد بذلك الوصول إلى أهداف من خلال التأثير وصناعة الرأي لحدود التغيير والانتقال من صور نمطية إلى أخرى يراها إيجابية.

هـ. فئات المحتوى:

وهو التحليل الذي يتصل رأساً بالمضمون والمحتوى المعروض في التقديم للجمهور، ويتعين ذلك من خلال الفئات التالية:

فئة الأساليب الإقناعية:

ونعني به اختيار الأسلوب الدعوي المؤثر والذي يحمل الرسالة بقوة إلى الجمهور، وقد جمع الشيخ بين أسلوب الترهيب والترغيب.

فئة الاستمالات الإقناعية:

ونعني به مجموع الخصائص التي يطرحها المصدر للتأثير في المتلقين مثل: الأجر والثواب والوعد الحسن وحسن الخاتمة.

3.5. تحليل النتائج:

1. تطبيق فئات الشكل:

جدول (1) تصنيف الشكل فئة الديكور

التكرار ونسبة الفئة		التكرار	النسبة
فئة الديكور	تراثي اسلامي	00	٪00
	تراثي	09	٪100
	عصري	00	٪00
المجموع		09	٪100

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال ملاحظتنا لمجموع الحلقات لشهر جويلية وعددها تسع (09) حلقات على صفحة الشيخ - مبروك زيد الخير - على موقع الفيسبوك.

وجدنا أن ديكور الاستوديو الذي يقدم فيه الشيخ خطابه يدرج في خانة العصري وهو عبارة عن مكتب وثير إلى جانب الكرسي الذي يجلس عليه الشيخ مع إضاءة مركزة على شخص الشيخ ما يساعد على التركيز على خطاب الشيخ وعموم الديكور بسيط ولا يوحي بالأبهة انسجاما مع طبيعة البرنامج وفي أستوديو قار وثابت.

جدول (2): تصنيف فئة الهندام اللباس

التكرار ونسبة الفئة	التكرار	النسبة
فئة الهندام (اللباس)	تقليدي اسلامي	00
	تقليدي محلي	09
	عصري	00
المجموع	09	100%

المصدر: من إعداد الباحث

عند تتبعنا للشيخ عبر حلقات خطابه الدينية لاحظنا أن وهندامه (لباسه) أنيق ومرتب وتقليدي محلي في عمومته حيث يضع طربوش على رأسه وقميص أبيض ثم يلتحف عباءة مع أنه يضع ربطة عنق عصرية فنرى أنه قد غلب على لباسه اللباس التقليدي المحلي مع وجود القشابية.

جدول (3) تصنيف فئة لغة الخطاب

التكرار ونسبة الفئة	التكرار	النسبة
فئة لغة الخطاب	عربي فصيح	09
	عربي فصيح مزيج بالعامية	00
	بالعامية	00
المجموع	09	100%

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال تتبعنا لبرامج الشيخ مبروك زيد الخير على صفحته في الفيسبوك وطيلة تسع حلقات ، لاحظنا أن لغة الخطاب عند الشيخ بالعربي الفصيح ولا يكاد يستخدم المصطلحات العامية، وهو أستاذ اللغة العربية والأدب العربي في تكوينه العلمي الأصلي، ومن جانب آخر فاستخدامه للغة العربية الفصيحة في حد ذاته رسالة إلى الجمهور إلى ضرورة تعلم اللغة العربية مع استخدامها في الحياة اليومية بالحوار والتواصل، والإجتهاد في تعلم اللغة العربية والتحدث بها من أصول التربية الإسلامية.

جدول (2) تصنيف أشكال المعلومة

النسبة	التكرار	التكرار ونسبة الفئة	
33.33%	03	السيرة النبوية	فئة أشكال المعلومة
00%	00	شرح الحديث	
00%	00	درس فقهي	
100%	09	09	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال تتبعنا لبرامج الشيخ مبروك زايد الخير على صفحته خلال شهر جويلية 2024 وكان عدد الحلقات 09 وجدنا عند فئة أشكال المعلومات أنه تعرض للسيرة النبوية في 03 ثلاث حلقات من مجموع الحلقات (09) أي بنسبة 33.33% وهي نسبة لها دلالاتها الإحصائية التي تشير إلى حضور موضوع السيرة في فئة أشكال المعلومة هي الأكثر وأن اهتمام السيرة بالسيرة في هذه كان اهتماما كبيرا.

جدول (3) تصنيف العدو والمساحة

النسبة	التكرار	التكرار ونسبة الفئة	
%33.33	03	الدروس العلمية	فئة العدو والمساحة
%22.22	02	الدروس التربوية	
%44.44	04	دروس التزكية	
%100	09	09	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال تتبعنا لبرامج الشيخ في تصنيف الشكل وعند فئة العدو والمساحة وصلنا إلى النسب المئوية لكل فئة من وحدات التحليل أن المجال الزمني لفئة الدروس التزكية أعلى من حيث الزمن المخصص لها وكذا مساحتها من إجمالي الدروس التي يقدمها الشيخ.

2. تصنيف فئات المضمون:

وفئات المحتوى تتشكل من أربع وحدات أساسية في عملية التحليل على مستوى تصنيف المضمون.

جدول (4) تصنيف المحتوى لفئة الموضوعات

التكرار ونسبة الفئة		التكرار	النسبة
فئة الموضوعات	فضل الدعاء	4	16.66٪
	ستر الله على العباد	2	8.33٪
	عدم التعلق بالدنيا	1	4.16٪
	حقيقة الحياة في العبادة	2	8.33٪
	الصبر	4	16.66٪
	الدين المعاملة	2	8.33٪
	فضائل السفر	1	4.16٪
	نعيم الجنة	4	16.66٪
	زهده النبي ﷺ	4	16.66٪
	المجموع	24	99.95٪

المصدر: من إعداد الباحث

نقرأ هذا الجدول في فئة الموضوعات في تصنيف المحتوى إن الشيخ يمشي على نسق ثابت من الموضوعات التربوية وأيضا الموضوعات التي تعرف بالرقائق ذات

التربية الروحية التي تقوم على الذوق والسلوك والمعاملة من الدعاء إلى التعريف بحقيقة الحياة الدنيا التي تقوم على العبادة لله تعالى وكذلك من السيرة النبوية وما يصل بزهد النبي ﷺ.

جدول (5) تصنيف المحتوى فئة القيم

النسبة	التكرار	التكرار ونسبة الفئة	
13.79%	4	الاستقامة	فئة القيم
6.89%	2	الرحمة	
13.79%	4	الزهد	
17.24%	5	العبادة	
13.99%	4	الصبر	
10.34%	3	الأخوة	
6.89%	2	الاجتهاد	
3.44%	1	الرفائق	
13.79%	4	اتباع النبي ﷺ	
99.96%	29	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث

قرأتنا لهذا الجدول تتصل بتعدد القيم التي ينصرف إليها خطاب القائم بالخطاب الديني هنا الشيخ مبروك زيد الخير، حيث نجد دعوة الجمهور إلى ضرورة الاستقامة على الدين والعيش في حدوده سلوكا في الرحمة عند التواصل والزهد في الانغماس في الشهوات والملذات مع ضرورة الاجتهاد في العبادة والتحلي بأعضاء مال أخلاقك الصبر وإشاعة الحب والأخوة مع التوكل على الله في كل الأعمال وأن يتلطف المسلم مع إخوانه ويكون رفيق في جبر خواطرهم بعيدا عن الخشونة والرعونة والغلظة عليهم، لأن الدين معاملة في النهاية.

جدول (5) تصنيف المحتوى فئة الأساليب الإقناعية

النسبة	التكرار	التكرار ونسبة الفئة	
66.66%	06	الترغيب	فئة الأساليب الإقناعية
33.33%	03	الترهيب	
100%	09	09	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

نقرأ في هذا الجدول في فئة الأساليب الإقناعية وتغليب الشيخ لأسلوب الترغيب واعتماد خطاب السير والتسيير وتحبيب الدين والأخلاق والفضائل، مع مراعاة جبر الخواطر بتعيين التوبة والاستغفار والعودة إلى الطريق المستقيم، تغليب كل هذا على الترهيب والوعد والوعيد.

جدول (6) تصنيف المحتوى فئة الاستمالات الإقناعية

النسبة	التكرار	التكرار ونسبة الفئة	
44.44%	04	الأجر والثواب	فئة الاستمالات الإقناعية
11.11%	01	السعادة في الدنيا	
44.44%	04	دخول الجنة يوم القيامة	
100%	09	09	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

يوضح الجدول أعلاه كمية الاستمالات الموجبة للجمهور تحتوي استمالات وتحفيزات كثيرة وقوية مثل التذكير بالأجر والثواب الذي تم الإشارة إلى أن السعادة كهدف في الدنيا على الاستقامة وفي الآخرة الدخول إلى الجنة، فجاءت نسبة تكرارات الأجر والثواب تساوي نسبة تكرارات دخول الجنة يوم القيامة بأن العمل الصالح سببا في دخول الجنة برحمة الله.

جدول (7): فئة الأهداف

التكرار ونسبة الفئة		التكرار	النسبة
فئة الاهداف	ضرورة الالتزام بتعاليم الدين	01	4.16%
	الندم على التقصير	02	8.33%
	الحرص على الطاعات	02	8.33%
	التخلق بأخلاق الدين	01	4.16%
	حب الناس و احترامهم	02	8.33%
	التوكل على الله دائما ثم الاجتهاد	05	20.83%
	التعلق بالآخرة	04	16.16%
	الاجتهاد في تقوية الشخصية	03	12.5%
	عدم الإغترار في الدنيا	04	16.66%
	المجموع	24	99.71%

المصدر: من إعداد الباحث

وفي قراءة الجدول عند فئة الأهداف نلاحظ بأنه كانت هناك أهداف وسترات ومحددة في مضامين الخطاب الديني الموجه للجمهور حيث أن نسب الأهداف تتأرجح بين أعداد الأهداف التي حددها القائم بالخطاب أو القائم بالإيصال من ضرورة الالتزام بتعاليم الدين الإسلامي، مع الندم على التقصير في الطاعات والعبادات وضرورة التخلق بالخلق الحسن الجميل مع احترام الناس وحبهم وأن يكون مصدر اطمئنان للآخرين، ثم التوكل على الله في هذه الحياة والاجتهاد في بنائها وإنمائها، وهدف بناء الشخصية المسلمة بعيدا عن غرور ومبررات الفساد والإفساد.

الجدول (8): تصنيف المحتوى فئة الاستشهادات

النسبة	التكرار	التكرار ونسبة الفئة
59.52%	25	فئة الاستشهادات
21.42%	09	القرآن الكريم
14.28%	06	السنة النبوية
4.76%	02	أحداث من تاريخ الأمة الإسلامية
99.94%	42	نماذج في التجارب المعاصرة
		المجموع

المصدر: من إعداد الباحث

نلاحظ في قراءتنا لهذا الجدول الخاص بفئة الاستشهادات أن مادة الخطاب الديني هو القرآن الكريم والسنة النبوية الشارحة للقرآن الكريم فالقرآن والسنة هما مدار الفكر والثقافة، وبناء التصور وتحديد الرؤية للقائم بالخطاب الديني، فأى نموذج نهضوي وتنموي حضاري يستلهم من وحي القرآن والسنة ومن دروس التاريخ والأحداث والوقائع التي عرفتها الأمة لأنها تحتوي دروس ودلالات وعبر ومواعيد، مع الأخذ من التجارب الناجحة عند بقية الشعوب والأمم الأخرى، من قبيل الاستفادة من الحكمة واغتنامها من أي وعاء صدرت والحكمة ضالة المؤمن فصيله بهذه المعاني وغيرها يتواصل القائم بالخطاب الديني الشيخ مبروك زايد الخير مع جمهور الإعلام الجديد من خلال الوسائل الاجتماعية وموقع الفيسبوك تحديداً.

6. النتائج ومناقشتها:

توصلت دراستنا من خلال جملة الخطوات المنهجية التحليلية وكذا الملاحظة بالمشاركة لصفحة الشيخ مبروك زايد الخير كنموذج للقائم بالخطاب الديني على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي وآليات هذا الخطاب في هذه الوسائط الاجتماعية، وعمليات التشاركية والتفاعلية لسيرورة الخطاب الديني ومسيرة التطورات الاجتماعية، فجاءت هذه النتائج كالتالي:

- أثبتت دراستنا أن الخطاب الديني عبر الوسائط التكنولوجية الحديثة ومنها وسائل التواصل الاجتماعي أنها تحظى باهتمام ومتابعي ومشاركة اجتماعية واسعة، بفعل الأسلوب الجديد في التقديم والمعالجة والاقتراب بالتفاعل من القائمين عليه.

- التحاق الخطاب الديني بهذه الوسائط جعله يلتقي بالانشغالات والحاجات الواقعية والفعلية فصيلة اجتماعية ومعرفية وثقافية للجمهور ولم يعد الخطاب الديني عام بل موجه بدقة في عملية تشاركية يفي بأغراض حقيقية ما يجعله أكثر تأثيراً.

- أثبتت الدراسة أيضاً انفتاح الخطاب الديني على كل الجمهور الذي يريد أن يتواصل معه، اعتمد الحيادية في الطرح من غير إكراه أو محاولة تأثير بقوة، لأنه يمتلك قوة واحدة الخطاب الديني هي قوة الحجة والدليل بعيداً عن المزايدة أو التهويل أو التهوين فصيلة وإنما بموضوعية وعقلانية مبنية على علم ودراية وتخصص.

دخول الخطاب الديني معترك الإعلام الجديد له دلالة ثقافية أن الدين الإسلامي يشجع على العلم واستخدام مخرجات العلمي ولا يرى في ذلك بأس وهو دين العلم والفكر والثقافة وهذا ما يجعله في مقدمة الأديان التي يعني عشان يقه الناس بكثرة

في العالم، وقد كانت وسائل التواصل الاجتماعية داعمة للخطاب الديني في الانتشار والتوسع وهذا الذي توصلت إليه هذه الدراسة.

الخاتمة:

حاولت دراستنا البحثية توضيح ظاهرة الإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد في صورة وسائل التواصل الاجتماعي وآليات الخطاب الديني من خلال هذه الشبكات التواصلية.

هذا الخطاب الديني بمحتوى تربوي إرشادي وتعليمي يعتبر امتدادا للوظيفة الاجتماعية والدينية للمستجد ومن برا للإعلام التربوي الهادف الذي يعمل على تعزيز القيم والمبادئ وبناء الفرد في فناء المجتمع حيث أصبح هذا النموذج الخطاب الديني في وسائل التواصل الاجتماعي منتشرا في كل البلاد العربية، له جمهوره ومتابعين ومشاركين على منصات الإعلام الجديد ، وهي الخاصية التي أتاحها وسائل التواصل الاجتماعي، حيث قربت القائمين على الخطاب الديني بالجمهور وكسرت حاجز الفصل بينهما ولم يعد القائم بالخطاب الديني يقدم كما في الصورة النمطية الدروس ، ويثير الموضوعات بمعزل عن الاطلاع القريب من حاجات واحتياجات فعلية وواقعية، عبر خط تفاعلي على صفحة القائم بالخطاب الديني ومن خلال التعليقات والردود والتعليقات، وهذا الذي حفز الخطاب الديني في المعالجة الإيجابية للعديد من الظواهر الاجتماعية ، ومن خلال هذه الوثائق التكنولوجية.

لأن الوظيفة الحقيقية للخطاب الديني هي إصلاح الفرد ومن ثم المجتمع فاصلة وليس الخطاب من أجل الخطاب والتمظهر وإنما من أجل كسب فرد دواعي

مستوعبا لدينه عقيدة وشريعة وأخلاقا نقطة ومنتجا وله إضافات إيجابية على نفسه ومجتمعه المحلي وحتى المجتمع الإنساني، فكانت هذه الفرصة السانحة متمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي التي أضافت ما كان ينقص الخطاب الديني في الانتشار والخروج من الأطر إلى محاولة استيعاب المجتمع والذهاب إلى أفراد، من غير إن تدار قدوم الأفراد إلى المساجد، لأن الكثير من الناس لا يرتادون المساجد. في عبر وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح الخطاب الديني يقتحم كل الأنساق الاجتماعية ويصبح متوصلا في تقديم البدائل والاختيارات الأنسب في معالجة الظواهر الاجتماعية.

التوصيات:

التوصيات من خلال هذه الدراسة العلمية ارتأينا أن تكون نقاط توصيات نرى بأنها تدعم الآراء الإيجابية في الأوساط الإعلامية، وما يتصل بالخطاب الديني فنذكر ما يلي:

- أن يقوم الخطاب الديني عبر وسائل التواصل الاجتماعي نخبة متخصصة ومؤهلة علميا وثقافيا واجتماعيا وإعلاميا، لأنها رسالة على مستوى من الأهمية، هذا ليظهر الخطاب الديني في الإعلام الجديد بكفاءة واقتدار والمجال وليس للعب أو اللهوي أو الكلام في الدين بغير علم، فهو ليس كلاً أن مباح مستباح.
- أن تكون الموضوعات المعالجة في الخطاب الديني لها معالجة خاصة بحكم المجال والوسيلة والجمهور، ولا يكون بالضرورة يشبه الصورة النمطية أي يفترض مستوى من الإبداع للتأثير والإقناع.
- أن ينخرط الخطاب الذي في وسائل التواصل الاجتماعي في مشروع المجتمع ولا يرتبط بفكرة النهضة والتنمية الاجتماعية.
- ضرورة الاهتمام بالإعلام الرقمي والإعلام الجديد ومسيرة التطورات الحاصلة في هذا المجال، لأن العالم يتقدم نحو المستقبل الرقمي في كل شؤون الحياة.

- إدراج مادة تعليمية في كل أطوار التعليم تعنى بتعليم وتطوير المهارات في استخدام التكنولوجيا والابتكارات التكنولوجية الرقمية الحديثة.

الإحالات والمراجع:

- 1- إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012.
- 2- أحمد عیاد مدخلي منهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الاجتماعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2009.
- 3- حنان شعشوع الشهري أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، الفيسبوك نموذجا، مذكرة ماجستير كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز، جدة السعودية، 2003.
- 4- أبو العطا أشرف تطور الخطاب الديني كأحد التحديات التربوية المعاصرة، ملتقى الإسلام والتحديات المعاصرة، جامعة سوهاج، مصر، 2007.
- 5- طه عبد الرحمن فصیلا اللسان والمیزان، ب ط، الدار البيضاء، المركز الثقافي، 1988.
- 6- محمد نبیل توفیق السمالوطي، الدين والبناء الاجتماعي، الجزء الثاني، الطبعة الأولى، دار الشروق، جدة، السعودية، 1981.
- 7- نزهة محمود الدليبي، الخطاب الدعائي، دار نفائس، الأردن، 2015.
- 8- فاروق الدسوقي، مقومات المجتمع المسلم فصيلة الطبع الثانية، مكتبة فرق الرياض، السعودية، 1986.
- 9- صالح محمد الفوال، مناهج البحوث في العلوم الاجتماعية، مكتبة عرين، ب ط، مصر، 1982.
- 10- محمد عابد الجابري، التراث والحداثة، دراسات ومناقشات، الطبعة الثالثة، مركز الوحدة العربية، بيروت، لبنان، 2006.
- 11- عبد المولى السيد أحمد نصحي فصيلة أنیس الشربيني، شبكة التواصل الاجتماعي وأثارها على الأمن الفكري، المجلة العربية لضمان جودة التعليم العالي، مملكة البحرين، عدد 15، 2011.
- 12- عمار بوحوش، محمد محمود الديبان، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1995.
- 13- عدنان أحمد، البحث الاجتماعي الميداني، الخطوات، التصميم التنفيذ، الطبعة الأولى، الجزء الأول، منشورات جامعة دمشق، سوريا، 2000.
- 14- عبد الباسط محسن الحسن، وصول البحث الاجتماعي، دار الغرب، القاهرة، 1977.
- 15- رفيق قروي، وآخرون، سلسلة البحوث الاجتماعية في منهجية البحث الاجتماعي، منشورات مكتبة اقرار، قسم تينا، الجزائر، 2007.