

تجدد الخطاب الاسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي - قراءة لعينية من الصور الدينية عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك

الأستاذ: نايلي حسين

جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2

ملخص باللغة العربية:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بأدوات التشبيك الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الإعلام الجديد الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، لتصبح بذلك أداة جديدة من أدوات الإعلام الديني لكن من منظور جديد مختلف شكلا ومضمونا. فمن خلال صفحات شبكة الفايسبوك تتجلى خطابات دينية بمظهر الكتروني تشاركي تفاعلي في شكل أنساق ألسنية وبصرية، هدفها نشر الثقافة الدينية الإسلامية، ومن هنا كانت حتمية تحديث أساليب بث الخطابات الدينية، ونظرا للتطور الحاصل على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي وبالضبط شبكة الفايسبوك اتجه هؤلاء لتصميم صفحات الكترونية على الشبكة وتوجيه مضامينها اتجاهها دينيا، وعرض تلك المضامين على الشبكة التي تشهد تزايدا مستمرا في مستخدميها. فبالنظر الدقيق نجد أن صفحات الفايسبوك المتخصصة كخطاب مرئي يحمل العديد من الدلالات والرموز والأفكار الدينية وظفها أصحاب تلك الصفحات بغية تحقيق مقصدية محددة. فما هي أبرز الملامح الالكترونية للخطاب الاسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي؟

Summary:

Social networking sites are a new kind of new media types thatHe grew up in an environment of Internet and multimedia. These social media sites become a new tool of religious media tools but from a new and different perspective in form and content.Through the pages of the Facebook network, religious speeches appear in the form of electronic participation and interactive in the form of linguistic and visual cognitive.The aim of these patterns is to spread Islamic religious culture that's why it was

necessary to develop methods of spreading religious discourses; On the other hand because of this development, which happened on the level of social networks and Facebook in particular; they Designed a set of interactive Web pages on the Internet and they made their content based on religious ground then the content offered on the network which receive daily large numbers of interactive and visitors. Through analysis we find that Facebook pages specializing in particular that rely on Visual communication carries a lot of Numerology and symbols and religious ideas that are hired for specific purposes. So what are the electronic features of the Islamic discourse under the application of social networking sites?.

اشكالية الدراسة:

إننا نعيش اليوم مرحلة الإعلام الجديد بكل مظهراتها سمتها الأساسية هي الإعلام الإلكتروني والانترنت والكمبيوتر أدواته الأساسية، فقد أصبحت شبكة الانترنت الآن واحدة من أهم المصادر الغنية بالمعلومات يرجع إليها كثيرون في شتى المجالات والتخصصات لما لها من تقنيات اتصالية جديدة ومتطورة كالمشاركة والتفاعلية. فالعالم إذن اليوم يواجه العديد من التطورات المختلفة التي لها الأثر البالغ على مستعملي شبكة الانترنت ومن أهم هذه التطورات في عالم الانترنت المواقع الاجتماعية التي تطورت بشكل كبير.

وتعدم واقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بأدوات التشبيك الاجتماعي نوعا جديدا من أنواع الإعلام الجديد الذي نشأ وتبلور في بيئة الانترنت وتكنولوجيا الوسائط المتعددة، حيث تلعب دورا بارزا في عملية تحصيل وتحليل الأخبار والمعلومات وتبادلها بين المستخدمين، يكون فيها المتلقي الحلقة الأساسية في بناء وصياغة تلك الأخبار والمعلومات وتبادلها على نطاق واسع. على اعتبار أن التواصل الاجتماعي هو استخدام شبكة الانترنت وتكنولوجيا الهواتف النقالة لتحويل عملية الاتصال إلى حوار تفاعلي، فهي منبر يقوم على تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات حيث يتم تداول الصور والفيديوهات والأخبار والمقالات والمدونات الصوتية بين مستخدمي الشبكة، وقد تعددت شبكات التواصل الاجتماعي على غرار شبكة الفيسبوك

وكذا تطبيق الصفحات ولها نفس ميزات استخدام المجموعات فيما عدا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية لكل المستخدمين وغالبا ما يكون هذا التطبيق للترويج لأفكار معينة فهي صفحات متخصصة منها الصفحات ذات المضامين الثقافية، والسياسية، والتوعوية وأخرى ذات المضامين الدينية. وهو ما

يؤكد على أن دور مواقع التواصل الاجتماعي لم يعد يقتصر على بث وتداول المعلومات فقط وربط وتكوين الصداقات في إطار المواضيع ذات الاهتمام المشترك، بل تعددت مجالاتها واتسع نطاقها لتشمل قضايا ذات أبعاد مختلفة مثل تفعيل المشاركة السياسية وتنمية الوعي السياسي وجوانب أخرى ثقافية، اقتصادية، اجتماعية، إنسانية وتوعوية وكذا القضايا الدينية، لتصبح بذلك أداة جديدة من أدوات الإعلام الديني لكن من منظور جديد مختلف شكلا ومضمونا.

إنه منظور الإعلام الديني الإلكتروني الذي يعتمد على شبكات التواصل الاجتماعي. ومن خلال صفحات شبكة الفيسبوك تتجلى خطابات دينية بمظهر الكتروني تشاركي تفاعلي في شكل أنساق ألسنية وبصرية، هدفها نشر الثقافة الدينية الإسلامية كونه رسالة المسلمين من العلماء والمفكرين والمثقفين والدعاة مستلهمين أفكارهم من مصادر دينية. فلما كان نشر الإسلام واجب على الأمة كان لابد من تكثيف الحملات وبرامج الدعوة عبر قنوات الإعلام المختلفة وعلى رأسها وسائل الإعلام الإلكترونية، حيث يتم عبرها توضيح رؤية الإسلام في كل ما يطرح ضده بتصحيح المفاهيم الخاطئة وإظهار الحقائق المتعلقة بالعبقيرة وعلومها، ولتحقيق ذلك لابد من تنفيذ الشبكات حول الدين بالإجابة على الاستفسارات المطروحة.

ولما كانت هذه هي أهداف الخطاب الديني بشكل عام فإنه يتوجب على القائمين على مثل هذه الخطابات المتخصصة البحث عن أنجع الوسائل لإيصال أفكارهم وتحقيق أهدافهم. من هنا كانت حتمية تحديث أساليب بث الخطابات الدينية، ونظرا للتطور الحاصل على مستوى الاعلام الجديد و شبكات التواصل الاجتماعي وبالضبط شبكة الفيسبوك اتجه هؤلاء لتصميم صفحات الكترونية على الشبكة وتوجيه مضامينها اتجاهها دينيا، وعرض تلك المضامين على الشبكة التي تشهد تزايدا مستمرا في مستخدميها.

وللتعرف على أهم المواضيع التي تطرقت لها لها تلك الخطابات. ومعرفة الأفكار المراد إيصالها لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، والكشف عن مختلف الدلالات التضمينية والإيحائية لظاهر هذه الخطابات، والوقوف عن كذب على حقيقة هذا النوع من الخطابات وما يريد إيصاله لمستخدمي الشبكات الاجتماعية، سنقوم من خلال هذه الدراسة بتحليل عينة من الخطابات المنشورة على الصفحات ذات المواضيع الدينية على شبكة الفيسبوك، معتمدين في ذلك على

مقاربة التحليل السيميولوجي، على اعتبار أن هذه الصفحات ليست عرضا خاليا من الدلالات، إنها نص وكباقي النصوص لا يمكن أن يستقم وجودها إلا من خلال التفكير، والاقتراع القصدي، تفكيك واقتطاع دوال معينة، من أجل البحث عن مدلولات ضمنية سبيلها في ذلك الكلمات، الصور، الأشكال، الألوان، الرموز... وما بقي من العناصر ذات الدلالات والإيحاءات. فبالنظر الدقيق نجد أن صفحات الفيسبوك المتخصصة كخطاب مرئي يحمل العديد من الدلالات والرموز والأفكار الدينية وظفها أصحاب تلك الصفحات بغية تحقيق مقصدية محددة. فماهي أبرز الملامح الالكترونية للخطاب الاسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي؟

الاجراءات المنهجية:

تهدف للتعرف على أهم الخصائص الالكترونية للخطابات الدينية، ومعرفة الأفكار المراد إيصالها لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. والكشف عن مختلف الدلالات التضمنية والإيحائية لظاهر هذه الخطابات. والوقوف عن كثب على حقيقة هذا النوع من الخطابات وما يريد إيصاله لمستخدمي الشبكات الاجتماعية لوضع تفسيرات لهذه المشكلة وذلك بجمع وتحليل البيانات ميدانيا عبر تقنية التحليل السيميائي واستخلاص النتائج حول هذه الظاهرة وتفسيرها والوصول أخيرا إلى حقيقة هذا التوظيف. لهذا تدخل دراستنا هذه ضمن طائفة الدراسات الوصفية ذات المنحى التحليلي. باعتماد منهج التحليل السيميائي حيث يعتبر التحليل السيميولوجي أفضل منهج يسلط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في الأنساق الدلالية، ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق ثم يعيد تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهم أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية¹²⁴.

وقد عرفت الباحثة "جوليا كرسيفا" الهدف من التحليل السيميولوجي على أنه: "مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة للبحث في صبغ اكتمال حلقة الدلالة في نسق معين. هو الأسلوب العلمي الذي يكشف، يحلل ينقد المعنى في نظام ما، وينقد أيضا العناصر المكونة لهذا المعنى ولقوانينه¹²⁵.

¹²⁴: يخلف، فايزة. (2005). خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الانفتاح الاقتصادي. أطروحة

دكتورا. جامعة الجزائر. ص7.

¹²⁵: Krestriva, Julia. (1969) recherche pour une semanalyse, paris.p19.

ونحن في دراسة الخطاب البصري الافتراضي ومقتضيات الاعلام الجديد نستخدم منهج التحليل السيميولوجي في الشق الميداني للدراسة من حيث كون الخطاب الديني على شبكة الفايبروبوك هو نسق سيميولوجي دال مليئ بالدلالات، للكشف عن الاضافات الالكترونية التي اضافتها تطبيقات الاعلام الجديد على الخطاب البصري الافتراضي. من خلال المزج بين مقارنة التحليل التي اقترحتها الباحثة مارتين جولي (Martine Joly)، والمقارنة التي اقترحتها الباحثة رومان جاكوبسون (Roman Jakobson).

ومجتمع البحث في دراسة الخطاب البصري الافتراضي ومقتضيات الاعلام الجديد تتحدد في كافة الخطابات عبر الصفحات الدينية الإسلامية التي صممت على شبكة الفايبروبوك وعرضت على مستخدمى الشبكة للاطلاع على مضامينها ورسائلها، بغض النظر عن رسمية وعدم رسمية الصفحة لأن تحديد هذه الخاصية يعد أمرا بالغ الصعوبة. كما يعد حصر تلك الخطابات أو تحديدها أمرا غير ممكن كوننا نتعامل مع عالم افتراضي يصعب فيه ضبط الأرقام، وتحديد الهويات.

ولأننا بصدد مسح الخطابات الدينية من خلال صفحات الفايبروبوك فإن حصر كل هذه الخطابات يعد أمرا صعبا للغاية إذا لم يكن مستحيلا، إذ لا يمكن تحديد عدد تلك الخطابات أو الجهات المصممة لها أو مواضعها، ولا حتى جماهيرها المستهدفة، فإن أنسب طريقة لاختيار العينة هي طريقة العينات غير الاحتمالية، التي يتم اختيارها من طرف الباحث طبقا لما يراه مؤديا إلى تمثيل مجتمع البحث. وبالضبط طريقة العينة القصدية، وهي التي يتجه فيها الباحث إلى اختيار الحالات التي يعتقد الباحث أنها تمثل المجتمع الكلي في الجانب الذي يتناوله البحث.

التعريف الاجرائي لمفاهيم الدراسة:

● **شبكات التواصل الاجتماعي:** هي مواقع إلكترونية تتيح للأفراد خلق صفحة خاصة بهم يقدمون فيها لمحة عن شخصيتهم أمام جمهور عريض ومحدد وفقا لنظام معين يوضح قائمة لمجموعة من المستخدمين الذين يتشاركون معهم في الاتصال مع إمكانية الاطلاع على صفحاتهم الخاصة أيضا والمعلومات المتاحة. وتعرف كذلك أنها مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف عن أنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية من خلالها يقومون بإنشاء علاقات اجتماعية وهي تتيح للأفراد التواصل في بنية مجتمع افتراضي يجمع بينهم اهتمامات مشتركة يتم التواصل من

خلال الرسائل والاطلاع على الملفات الشخصية وهي وسيلة للتواصل بين الأفراد سواء نعرفهم في الواقع أو من خلال السياقات الافتراضية فمواقع الشبكات الاجتماعية إذن هي مجموعة من المواقع التي تتيح للأفراد التواصل في مجتمع افتراضي يعرفون فيه بأنفسهم ويتبادلون فيه الاهتمام.

• **الخطاب البصري الإسلامي:** المقصود من مفهوم الخطاب البصري الديني في هذه الدراسة هو الخطاب الديني الإسلامي أي مجموع الخطاب الألسنية أو البصرية التي تنشر عبر الصفحات على شبكة الفايبروك ذات المواضيع والمضامين الدينية الإسلامية على اعتبار أنها خطاب ديني إسلامي موجه لمستخدمي الشبكة.

والخطاب الديني هنا ليس هو الإسلام بنصوص القرآن والسنة النبوية، ولا ثوابته المقطوع بها، ولا أحكامه المنصوص عليها ولا هو أي شيء من مجمل ما أتى به الإسلام من تعاليم وقيم بل هو فقط خطاب بعض المسلمين من العلماء والمفكرين والمثقفين من والدعاة مستلهمين الإسلام حاملين لرسالته.

ثانيا: الإطار النظري للدراسة:

1. مميزات شبكات التواصل الاجتماعي:

أسباب كثيرة جعلت من شبكات التواصل الاجتماعي أدوات ناجحة وجاذبة لمستخدمي الإنترنت وقد حاول الباحث حصر أهم الأسباب فيما يلي:

- سهولة الوصول إلى الشبكات، كونها متاحة للجميع، وهي مجانية الرسوم والانضمام والترخيص، وبالرغم من أن الإعلام الاجتماعي هو الأحدث في سلسلة الابتكارات والتطورات في مجال تبادل المعلومات إلا أنه متاح للجميع، وأصبحت خدمات هذه الشبكات جزءا من الإعلام الاجتماعي، لذلك لا تحتاج إلا القليل من الجهد للوصول إليها.

- كسر الحواجز، حيث استطاعت الشبكات كسر الحواجز التي تعيق إرسال الرسائل، سواء أكانت تلك الرسائل لحملة سياسية أو دعائية أو طوارئ، وغالبا ما تستخدم الصناعات المختلفة شبكات التواصل الاجتماعي وسائل لعرض مميزات.

- إتاحة خيار التضمن، فمثلا تسمح شبكة يوتيوب بتضمن أي مقطع فيديو في أي مكان من المدونات، أو باقي الشبكات كالفيس بوك وتويتر.

- الإقناع، حيث تعتبر عملية إقناع المشتركين من أهم مميزات شبكات التواصل الاجتماعي، لأنها تتيح فرصة لمشاركة الأفكار، وإعطاء المشورة ومشاركة النصائح بين المستخدمين، بطريقة تغلبت على الحدود الجغرافية، وتفادت رقابة الأجهزة الأمنية.
- معلومات غير خاضعة للرقابة أو التنقيح، فقد أبعدت شبكات التواصل الاجتماعي مقص الرقيب، وجعلت المعلومات متاحة بشكل يسهل معه الوصول إليها.
- فورية تشارك المعلومات المحدثه حيث تبقي شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين على إطلاع على تحديثات الموقع، وبث مباشر للفيديو ولحظة تحميل الصورة، وتمثل ذلك بشكل مذهش فيالاحتجاجات المصرية، من خلال توفير تحديثات ثابتة ومستمرة وتغذية فورية راجعة بشكل يظهر فيه الفعل وردة الفعل.
- شبكات متعددة الأبعاد، حيث جاء في إحصائيات فيسبوك أن هناك أكثر من 900 مليون شكل توفرها شبكات التواصل الاجتماعي يتفاعل معها الناس (صفحات، مجموعات، أحداث، صفحات مجتمعية) وغيرها، ومتوسط صنع المستخدم هو 90 جزءا من المحتوى شهريا (الروابط المدونات، الأخبار، البومات صور، والملاحظات ...).
- اتصالات متعددة توفرها مثل المدونات الكبيرة (expressionengine.live journal) ومدونات صغيرة مثل (Meetup.com) ومجمع معلومات مثل(Twine).
- أدوات تقوية وتمكين للجميع، حيث تجسد ذلك في ما حدث في الوطن العربي مؤخرا، فبعد الاستعباد السياسي الطويل، وجد المواطن العربي في وسائل الاتصال الحديثة طريقا لإيصال صوتهم إلى جميع أنحاء العالم، وقدمت لهم الإنترنت وسيلة سريعة ليتمكنوا من المشاركة في إحداث التغيير.
- الوسائط المتعددة، مثل الصور الفوتوغرافية ، والفيديو ، والموسيقى ، والصوت والعروض التقديمية.
- تقنية تمكين الهاتف المحمول، حيث لعبت كاميرا الهاتف المحمول والفيديو المتصل بها دورا كبيرا في التواصل وتبادل المعلومات.
- التغلب على الفوارق الاجتماعية، فقد قلصت شبكات التواصل الاجتماعي فجوة الاتصالات، وربطت الناس مع بعضهم على اختلاف الجنس والعمر والعرق، ومع وجود الفيسبوك، وتويتر وغيرها انعدمت الحواجز بين السلطة السياسية والجمهور، وبات من السهل على المواطنين المشاركة وإسماع صوتهم.

2. تطبيقات شبكة الفايبروك:

ثم إنشاء التطبيقات كاستبيانات أو مسابقات من السهولة تنفيذها وهناك ألعاب Games مختلفة تتبع لكبرى الشركات المعروفة، حالياً هنالك عدد كبير جداً من التطبيقات بعضها منشأ من قبل شركات كما أسلفنا والبعض الآخر منشأ من قبل مستخدمين عاديين.

عند استخدامك لمعظم التطبيقات يتم تنبيهك بأن تنفذ هذا التطبيق الدخول على بياناتك الشخصية ولا يمكن إكمال أجزاء التطبيق من دون الخطوة ولا يعرف المستخدم مستوى البيانات الشخصية التي تتطلبها المشاركة في التطبيق.

أنت كمستخدم لديك ملف، يتضمن صورتك، وأي معلومات أخرى عنك، ولديك جدار (صفحة) تكتب فيها كما تشاء، ولديك ألبومات صور وملفات أخرى، ولديك قائمة بالأصدقاء، الذين تضيفهم أو يضيفونك، وبالتالي يستطيعون مشاهدة ملفك وكل ما تعرضه في مساحتك، بل وقائمة أصدقائك بحسب ما تسمح لهم بالخصوصيات المتاحة عبر صاحب الصفحة نفسها ويسهل عملية توزيع الصلاحيات للمشاهدة والتعليق عبر تقسيم الأصدقاء إلى مجموعات مثل: زملاء العمل، العائلة دفعة الجامعة ...

"أكتب ما يدور في عقلك" وهي الشخصية تسمح بكتابة نصوص أو إضافة رابط لموقع آخر أو إضافة فيديو أو إضافة نوت بالإضافة إلى إنشاء المجموعات Group والصفحات Pages.¹²⁶

- المجموعات Group: يمكن لكل مشترك في الموقع أن ينشئ مجموعة عبر تسميتها وكتابة تعريف عن الفكرة ثم أيميل مدير Admin، كما أسلفنا سابقاً يتم إنشاء المجموعات لاهتمامات مشتركة أو لأعضاء نادي معين أو لحملة فكر اجتماعي كان أو ديني أو سياسي.

المجموعات لديها نفس عناصر وأدوات الصفحة الشخصية ذاتها (Wall) صفحة يسمح بالكتابة فيها لجميع أعضاء المجموعة وألبوم صور ومساحة للحوار

126: الرعود، عبد الله ممدوح مبارك. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من جهة الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير. الأردن . جامعة الشرق الأوسط ص

(discussion) وملفات فيديو وكل ذلك يتم عبر صلاحيات المنح التي يشرف عليها مدير المجموعة.

- الصفحات Pages: الصفحات لها نفس ميز واستخدامات المجموعة فيما عدا أنها أكثر تفاعلا عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (Home) لكل المستخدمين وغالبا ما يكون هذا التطبيق لـ (Fan clubs) معجبون للمشاهير ونجوم المجتمع بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصية المعنية، كما شهد الفايسبوك ظهور صفحات متخصصة منها السياسية، الترفيهية، الفنية وحتى الدينية ...

- الصفحة الرئيسية Home: يظهر بهذه الصفحة كل جديد تعليقات وصور وروابط أصدقائك الذين أضفتهم إليك وربما قد يظهر لك تعليقات وصور أصدقاء أصدقائك وذلك يحدث فقط إذا أتاح المستخدم عبر إعداد الصلاحية مشاهدة محتويات صفحة أصدقاء أصدقائه.

- الألعاب Games: بالفايسبوك العديد من الألعاب المختلفة مغامرات، إستراتيجية كرة قدم، يستطيع المستخدم أن يستخدمها ويجتاز مراحلها مرحلة تلو الأخرى والمثيرة في هذه الألعاب والأكثر أهمية هو أنه يمكن للمستخدم أن يدعو عدد من أصدقائه لممارسة لعبة معينة (جماعية).

- المناسبات Event: إقامة دعوة لأصدقائك أو لأعضاء مجموعة معينة لحدث مهم أو عمل جماعي أو اجتماع على أرض الواقع توضح فيه عنوان الحدث وتاريخ بدايته ونهايته وتحديد الأعضاء المدعوين له وبعض المناسبات Event تكون مفتوحة لأي عضو في الفايسبوك.

3. آليات التواصل بين مستخدمي شبكة الفايسبوك:¹²⁷

- التعليقات: خاصية التعليقات المتاحة بين الأصدقاء وفي المجموعات والصفحات المنضمين لها ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة يمكن للمستخدم أن يكتب تعليقا في مساحة التعليقات ويمكنك الضغط على زر Comment إضافة تعليق وفي نفس المساحة يمكنك أن تضيف رابط موقع أو صورة.

- الإشارة Tags: خاصية الإشارة متاحة في الصورة والفيديو والنوت بحيث يمكنك أن تلفت انتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو في مقطع الفيديو المحمل عبر الفيسبوك وبالتالي سترسل لهم تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة.

¹²⁷: الرعود، عبد الله ممدوح مبارك. مرجع سبق ذكره. ص 16-17.

- الإعجاب Like: خاصية معجب أيضا متاحة بنفس آلية التعليقات بين الأصدقاء والمجموعات والصفحات المنضمين لها، ذلك يعتمد أيضا على الصلاحيات الممنوحة حيث يمكن للمستخدم أن يقوم بعمل معجب Like لأي نص أو صورة أو فيديو لأصدقائك.

خاصية " معجب " طورها موقع الفيسبوك في 2010 وقد تمت إضافتها في كل المواقع الأخرى كوسيلة لربط المستخدم بحسابه في الموقع وبمنظرة أخرى تهدف للترويج للمواقع.

- Poke :تحدث فقط بين الأصدقاء بحيث يقوم المستخدم بتنفيذ ذلك على أحد أصدقائك وبينما يقوم الآخر برد Poke لصديقه.

- آلية التشبيك: المشترك الجديد في الفيسبوك يلاحظ أن الفيسبوك يقترح Suggest إضافة أصدقاء يعرفهم وله معهم تواصل، مما يثير استغراب المستخدم في معرفة الموقع لهم تفسير ذلك أن الموقع يقوم بامتلاك عناوين قائمة معارفك في البريد الالكتروني ان كان في Hotmail أو Yahoo أو Gmail ويقوم بعمل اقتراح لك أن كانوا أعضاء في الفيسبوك واقتراح دعوتهم للانضمام إلى الموقع وهذه الخطوة تتم كخرق واضح من شركات البريد الالكتروني بدون مشورة صاحب البريد.

وعبر خاصية أصدقاء أصدقائك بإمكانك في فترة بسيطة التعرف والتوصل مع كل معارفك زملاء الدراسة منذ الابتدائية والثانوية ثم مرحلة الجامعة وزملاء العمل. وكذلك عبر التشبيك مع مختلف الشبكات هذه شبكة الأصدقاء بمختلف اهتماماتهم وشبكة زملاء العمل وشبكة العائلة بمختلف اهتماماتهم ستكون قد تواصلت وكونت شبكة كبيرة وهكذا يتم مع جميع المستخدمين فتتكون بالتالي في فترة بسيطة العديد من الشبكات للمستخدمين في الموقع بشكل هرم مقلوب كلما مر الوقت تزايد عضوية المستخدمين.

- التفاعل اليومي على الموقع: مسألة أن يتشارك الشخص يومياته وبرامجه خلال اليوم فرصة جيدة والتناصح و الدعم من مجموعة أصدقائه الذين يبلغ متوسطهم 140 صديقا اعتمادا على أرقام إدارة الموقع سنة حميدة لدفع المستخدمين للعبير والمشاركة الأدوات التي يوفرها الموقع من نظام الرسائل وناظرة المحادثات (chat) جعل معدل قضاء استخدام الفيسبوك في اليوم بالنسبة للمستخدم العادي يكون كبيرا، وقد ساهم هذا التواجد الكثيف وطوال اليوم من انتشار الأخبار بصورة

سريعة موقع فيسبوك وفر مصادر غنية من البيانات السلوكية الطبيعية، يمكن عبره جمع البيانات والربط بين صفات الشخص أو من خلال استخدام تقنيات الجمع الآلي أو من خلال مجموعات البيانات المقدمة من الشركة مباشرة، وتمكين الباحثين تحليل شبكة لاستكشاف أنماط على نطاق استخدام واسع، ومؤشرات واضحة كاستقصاءات رأي واستطلاعات صحافية.

وقد أجرى العديد من الخبراء في 2007 دراسات تشير إلى أن استخدام الموقع للحفاظ على العلاقات القائمة حالياً أو القديمة بدلا من العلاقات الجديدة للمستخدمين التي قد تكون العلاقات علاقات ضعيفة ليس بينها ارتباط معين، والتي نجدها متوفرة كالعناصر المشتركة بين علاقات الأفراد الذين يملكون أصدقاء مثل المدرسة أو الكلية أو العائلة أو العمل

4. خصائص الخطاب الديني:

- حسب بعض الباحثين فإن أهم ما يجب أن يتصف به الخطاب الديني هو:
- الإيجابية في الطرح والدفع بالتي هي أحسن وذلك استنادا إلى قوله تعالى: "ادفع بالتي هي أحسن".¹²⁸
- الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة وذلك امتثالا لأمر الله تعالى في قوله: "ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة".¹²⁹
- مراعاة الزمان والمكان، وأن يعالج القضايا الآنية ويحل مشكلات العصر الذي نعيشه.
- فهم المرحلة والعصر وتحديد حاجاته، من الضروري أن يتعايش الخطاب الديني مع كافة المراحل والعصور ورياح التغيير.
- ترتيب الأولويات، أي ترتيب ما هو أولى وما يفيد أفراد الأمة الإسلامية.
- تكوين الرأي العام الجماهيري الإسلامي، يجب أن يتناول كل ما يهم المسلمين ويجمع كلمتهم حول كل أمر يرفع من شأن الأمة الإسلامية.¹³⁰

¹²⁸: سورة فصلت، الآية 43.

¹²⁹: سورة النحل، الآية 125.

¹³⁰: صبري، إبراهيم. (1985). تجديد الخطاب الإسلامي (المجلد 410)، دط. مصر. حوليات أدب

عين شمس. ص 17.

ولكي يؤدي الخطاب الديني وظيفته عبر الأثير، ولكي يصل إلى فئات متباينة من الجمهور ذا ثقافات ومستويات علمية وانتماءات مختلفة، ولكي يؤدي الخطاب دوره فعليه أن يتميز بمايلي:

- **التنوع:** وينصب في طريقة تناول الموضوعات، والبعد عن التكرار الذي يخلق الملل ويترك المتلقي نافرا لما يقدم له فيجب الاعتماد على المزج بين الألوان من خلال الديكورات التي تساعد على شد المتلقي مدة طويلة وكذا خلق الجو الطبيعي وعدم التمثيل لأن المتلقي واعي بما يقدم و ما يطرح من أفكار، فلدية الانتقائية للتعرض وحتى الوعي الدائم بما تحمل الرسالة الدينية مثلا من أهداف خفية تحتها.

- **الشمولية:** هوأن تشمل البرامج الدينية لكل الجوانب الحياتية للفرد دون إقصاء لجانب عن آخر وهذا يتمكن من التأثير في الجمهور.

- **الوسطية وعدم التطرف:** فهذه النقطة وللأسف نجدها من خطابنا الديني فأصبحت قنواته محل صراع مذهبي ونوع من إنكار الرأي الآخر ونجدها متطرفة ومتشددة على رأيها مما تترك الجمهور مشتب في دينه، إلا أن القنوات الإعلامية بالتحديد وجدت لنزع أي إبهام لدى المتلقي فالاعتماد على الوسطية هو التحام بين المضمون والأسلوب مما يعكس إجابا على المضمون ومردودية في المشاهدة.

- **الموضوعية:** فبالعرض مع الأحداث الجارية دون إقصاء أو تضخيم أي خبر على الآخر فالأخلاق المهنية تدم هذا التصرف فالموضوعية في العمل الإعلامي ونقل الأحداث كماهي وعدم صناعة واقع آخر من صنع الأنا.

- **الصدق:** فهي من عنوان الدين الإسلامي ولا بد من القنوات التي ترسل عبر مضامينها الرسالة الإيمانية أن تتجلى بصدق القول والفعل، فهذه الصفة تحترم المؤسسة الإعلامية لدى الجمهور وتكون مقياسا للصدق والثبات في الخير.

- **التجدد والمعاصرة:** فالخبر في الإعلام يولد ليموت، فإذا ما تجددت عناوين وبرامج وواكبت الصرح المعلوماتي يمكن أن نقول إن الخطاب الديني الذي تحمله لا داعي لبثه لأنه غير صالح. فسينبغي للخطاب الديني أن يعاصر مشاكل الفرد ولا ينحصر على ما كان عليه بل يعتمد على اجتهادات العلماء والفقهاء في الدين.

5. خصوصية الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

تعد معظم وسائط الاتصال الجماهيرية التقليدية أحادية ورأسية الاتجاه (من المرسل إلى المستقبل)، وهو ما يجعل الانترنت لا تعتبر ثنائية الاتجاه فقط لكنها وعلى

ضوء أحداث عالمية قوية، وبدء من فضيحة "مونيكا لونيسكيث"، مروراً بالانتفاضة الفلسطينية ثم تفجيرات أمريكا في الحادي عشر من سبتمبر سنة 2001 وصولاً إلى ما يسمى بالحرب على الإرهاب، أثبتت أنها وسيط متعدد الاتجاهات تتقاطع فيه كل الأفكار بالايديولوجيات، الأديان بالإلحاد، الأكاذيب بالحقائق الجريمة بمكافحة الإرهاب، والجغرافيا بفضاءات لا تعترف بحدودها،¹³¹ والدين إذا يشكل عنصراً من بين كل المتناقضات التي تتضمنها الانترنت، وإن العديد من الديانات تستثمر الانترنت بنشاط كبير في الإعلام والدعوة والتبشير والدعاية.¹³²

جاء في دراسة أعدتها شركة "بارنا" لاستطلاعات الرأي في "كاليفورنيا"، أواخر سنة 2000 أن حوالي 8 بالمائة من البالغين و 12 بالمائة من المراهقين، في الولايات المتحدة يستخدمون الشبكة لأغراض دينية أو روحية.¹³³ ومن بين الأنشطة التي اعتبروها أكثر جاذبية الاستماع إلى الدروس الدينية وأداء الصلوات عبر الإنترنت وشراء منتجات ذات طابع ديني من الشبكة.¹³⁴

تقول إحصائيات سنة 2003 أن: "المواقع التنصيرية في الشبكة تزيد عن المواقع الإسلامية بمعدل 1200 بالمائة ونصيب المسلمين من الانترنت حتى الآن مازال هزئلاً، ولا يرقى إلى المستوى المطلوب وقد أشارت دراسة حديثة إلى أن المنظمات المسيحية هي صاحبة اليد العليا في الإنترنت حيث تحتل نسبة 62 بالمائة من المواقع، ويلها في الترتيب المنظمات اليهودية بينما تساوى المسلمون مع الهندوس حيث لم تزد حصة كل منهم على 9 بالمائة فقط"

إن ممارسات المسلمين داخل الانترنت ارتفعت لتصوراتهم عنها، ورد الشبهات. غير أن الدخول إليها دفع إلى ممارسات وخيارات أخرى، تارة باعتبارها وسيلة لدعوة المسلمين أنفسهم، وأخرى بوصفها أداة للنشر، وثالثة كونها سبيلاً للانفلات من

¹³¹: مدير، عصام أحمد. (2002)عالم افتراضي ما بعد 11 سبتمبر. دط. بيروت. الدار العربية

للعلوم. ص 32.

¹³²: لعقاب، محمد. (1999). الانترنت وعصر ثورة المعلومات. ط1. الجزائر. دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع. ص 82.

¹³³: الزاوي، محمد الطيب. (2004). الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقع إسلامي على شبكة الانترنت. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر. ص 235.

¹³⁴: نفس المرجع، ص 235.

القيود السياسية بما توفره من الحرية التي عانى الإسلاميون من غيابها، ورابعة باعتبارها وسيلة إعلامية إعلانية.

لكن النظر إلى الانترنت باعتبارها شبكة معلومات سيطر على ممارسات المسلمين كثيرا حتى عرف بعضهم الموقع الإسلامي على انه مكتبة كبيرة وغنية بالمعلومات عن الإسلام، في حين كثر الطلب على إنشاء "قاعدة معلومات إسلامية مشتركة لمختلف الدول الإسلامي"، وهذا الإلحاح على الجانب المعلوماتي يفسر غلبة المواقع التي تقدم الكتب الإسلامية التراثية والمعاصرة.

في المقابل حرصت كل جهة أو مؤسسة أو جماعة أو فرد، على أن تنشأ موقعا لها مما يعكس إيماننا بضرورة الحضور إما رغبة في العالمية، أو استجابة لإكراه هذا العالم المهر، وهنا تجد الإشارة إلى إن اغلب المواقع الإسلامية هي مواقع فردية.

فالمواطن المسلم يبحث عن الخطاب الديني النافع، لذلك كان لزاما إدراك طبيعة جمهور الانترنت، أي أن جمهورها الآن من الشباب الذي تشهد ثقافته تحولات عديدة وأمامه الكثير من التحديات، فينبغي مراعاة هذه المتغيرات وينبغي كذلك فهم طبيعة الأداة نفسها بوصفها تتسم بخصائص تختلف عن وسائل الإعلام الأخرى، وأبرزها احتواء شبكة الانترنت على وسائط متعددة تتفاعل بدرجة أكبر مع الجمهور، وبوصفها أداة عالمية فلا يصح أن يكون الخطاب فيها نمطيا، لان كثيرا من المواقع الإسلامية تتعامل مع الجمهور بطريقة نمطية لا تشمل ثقافات المجتمعات كافة أو تهتم للوصول إلى عقلية الشباب وأفكارهم.

- نتائج القراءة:

بناء على قراءتنا وما توصلنا إليه من خلال تحليلنا لعينة من الخطابات الدينية المنشورة على شبكة الفيسبوك، وباعتماد الملاحظة بالمشاركة لهذه الخطابات على مدار فترة انجاز هذه الدراسة، وعلى ضوء إشكالية الدراسة وتساولاتها وأهدافها، واعتمادا على المعلومات النظرية، توصلنا إلى النتائج التالية:

فإن أغلب مضامين الخطاب الديني عبر شبكات التواصل الاجتماعي تندرج ضمن جانب الأخلاق وتتمثل فيالصفات الحسنة، والسلوك المستقيم الذي جاء به الإسلام، وبعث رسول الله عليه وسلم ليتممه أو يقره. خاصة المعاصرة منها، كما تتجه بعض الخطابات إلى تفسير الخطابات القرآنية، والأحاديث النبوية، وأقوال الصحابة من خلال تقديم شروحات لآيات قرآنية، وأقوال نبوية وأقوال الصحابة

وتذكير المتلقي المسلم بما تتضمنه من نصح وإرشاد، توجيه وتذكير ومعالجة لقضايا إسلامية هامة.

يراعى في الرسالة الإعلامية الإسلامية في الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك أن تهم أكبر عدد ممكن من الجماهير المستقبلية لها، ويتحقق ذلك بأن لا تتعارض هذه الرسالة مع عادات الجماهير وتقاليد الراسخة، فالإسلام يعتمد المرحلية في التغيير، والمنطلق يكون بأن تشعر الجماهير بحاجتها إلى موضوع الرسالة الإعلامية الإسلامية وأنها تعالج مشاكلهم، وتتناول مختلف قضاياهم الدينية والدنيوية. وهذا لا ينف أن تراعى المستويات المختلفة للجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية وخصائص فئاته، "فتوجه الرسالة باللغة التي يفهمها هذا الجمهور ويتجاوب مع معانيها.

تمزج الرسالة الإعلامية الإسلامية بين إسلامية المنهج وفنية الأسلوب الإعلامي، فالخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك يستخدم الفنون الإعلامية الحديثة التي تساهم بشكل فعال في جذب مستخدمي شبكة الفايسبوك.

وتتجلى مقاصد الخطاب الديني بشكل واضح من خلال الوظيفة الإفهامية التي حددها "جاكوبسون" في مخططة الاتصال لوظائف اللغة. فإن أهم مقصد للخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك هو التبليغ والتذكير، والنصح والتوجيه حسب ما أبرزته الدراسة الميدانية. فغاية مرسل الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك هو إعداد الشخصية المسلمة الواعية لمهمتها في الحياة، المدركة لمركزها في الوجود، العاملة بالدور الذي ينتظرها في المستقبل، الحافظة لرسالة هذه الأمة في الأرض، العاملة على تحقيق أهدافها العليا، وغايتها السامية، من الناحية الروحية والعقلية والجسدية الاجتماعية، من خلال تذكير المتلقي بأهم أمور دينه وعرض تفسير لآيات قرآنية وأحاديث نبوية ومقولات للصحابة ...

إن أهم ما تم استخلاصه بعد القيام بالدراسة الميدانية هو الإيجابية في طرح الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك، والدفع بالتي هي أحسن. والدعوة بالحكمة، مراعاة الزمان والمكان، ومعالجة القضايا الآنية، وحل مشكلات العصر الذي نعيشه. فهم المرحلة والعصر وتحديد حاجاته، من الأهمية فالخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك مواكب لمتغيرات العصر والأحداث المعاصرة. ترتيب الأولويات، أي ترتيب ما هو أولى وما يفيد أفراد الأمة الإسلامية وقد جاء في أولويات الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك موضوع الأخلاق والتذكير بأبرز القيم الأخلاقية. إن مواضع

الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك متنوعة وتتناول كل ما يهم المسلمين ويجمع كلمتهم حول كل أمر يرفع من شأن الأمة الإسلامية، ويحقق التنوع وينصب في طريقة تناول الموضوعات، والبعد عن التكرار الذي يخلق الملل ويترك المتلقي نافرا لما يقدم له فيجب الاعتماد على المزج بين الألوان من خلال الرموز والمناظر الطبيعية، وصور فوتوغرافية واقعية تساعد على شد المتلقي مدة طويلة وكذا خلق الجو الطبيعي وعدم التمثيل لأن المتلقي واعي بما يقدم و ما يطرح من أفكار، فلدية الانتقائية للتعرض وحتى الوعي الدائم بما تحمل الرسالة الدينية مثلا من أهداف خفية، خاصة وأن متلقي هذه الخطابات أغلبيهم شباب على درجة من الوعي والايجابية في تلقي هذه الخطابات الدينية عبر شبكة الفايسبوك من خلال ما تتيحه الشبكة من تطبيقات للمتلقى كالإعجاب والتلقي والمشاركة ...

وانطلاقا من الدراسة الميدانية فإن القائمين على الصفحات الدينية، أو مصممي الخطابات الدينية عبر شبكة الفايسبوك ليس حكرا على الداعية أي المبلغ للإسلام، والمعلم له، والساعي إلى تطبيقه، ولا على القائمين بالاتصال وتبليغ المضمون الديني والرسالة الإسلامية الذي يفترض به أن يكون واعيا بها ومحيطا بكل جوانب ومتطلبات الرسالة الإسلامية وتبليغها على أحسن صورة، وأكمل وجه. بل يتجاوز ذلك إلى كل مستخدمي شبكة الفايسبوك بغض النظر عن مستوياتهم العلمية أو ثقافتهم الدينية، فأكثر الصفحات الدينية نشاطا هي الصفحات التي ينشئها أشخاص عاديون وتنافس بقوة صفحات الدعاة من ذوي الشهرة والكفاءة في المجال الدعوي. فكل متلقي من معجبي تلك الصفحات، ومن مستخدمي شبكة الفايسبوك بإمكانهم التحول من متلقين إلى مرسلين لتلك الخطابات والتفاعل مع باقي المستخدمين حول تلك المضامين. بطريقة في غاية البساطة. فأصبح الخطاب الديني عبر شبكة الفايسبوك يتمتع بخصوصية مفادها أن تصميم وتبليغ هذه الخطابات ليس حكرا على رجال الدين أو الإعلاميين المتخصصين أو الأمة والدعاة بل أصبح أي شخص عادي بإمكانه تصميم خطاب ديني وتبليغه لجمهور عريض من مستخدمي شبكة الفايسبوك بسرعة وبساطة مطلقة وتلقي ردود أفعال حوله.

خلاصة:

تعد شبكة الانترنت في عصرنا هذا بمواقعها وشبكات التواصل الاجتماعي المختلفة من أنجح الوسائل التي يمكن من خلالها الوصول إلى أكبر قدر من شرائح المجتمع، فهي وسيلة جامعة لخواص الإذاعة المسموعة والوسائل المرئية.

إن وسائل الإعلام الجديد لها من التأثير ما يتركها قوة معلوماتية حاملة لمضامين مختلفة من رسائل ثقافية، سياسية، اجتماعية، دينية، خاصة هدفها توجيه الآراء والاتجاهات والسلوك حيث تكون الرسائل الاتصالية بمثابة الرصاص السحري الذي يصل إلى عقول المستقبلين.

وإن الخطاب الذي يبث عبر شبكة الانترنت يعكس من خلال صورة واحدة وفي كلمة واحدة كل المسلمين للإعلام الجديد عبر شبكات التواصل الاجتماعي له وجهين من السلب والإيجاب فلا بد من وضع إستراتيجية ومخطط هادف خاصة بالنسبة للخطاب الديني الذي يتعرض في كل ثانية إلى التشويه، ونذكر على سبيل المثال ما يحدث في كل مرة من الاتهامات التي يتعرض لها الإسلام الحنيف واتهام المسلمين بالإرهاب القتل، ولا بد للخطاب الديني أن يواكب آليات تحقق وتجسد المضامين الهادفة حتى تجذب اهتمام المتلقي في الوسائل المرئية.

وليضمن الخطاب الديني فعاليته في الإعلام، يجب أن تتوفر على آليات تساعد على تحقيق الفعالية وتشريف الإسلام عبر وسائل الإعلام عموماً، والشبكة العنكبوتية بصفة خاصة بما تقدمه من برامج مساعدة ومدعمة وكذلك مصحح للصورة التي شوهاها الإعلام الغربي.

قائمة المراجع:

- 1- البناء، جمال. (2000). إستراتيجية الدعوة الإسلامية في القرن 21 كما تقدمها دعوة الإحياء الإسلامي. دط. القاهرة. دار الفكر الإسلامي.
- 2- المسيري، عبد الوهاب. (1997). الشرعية السياسية في الإسلام. ط1. القاهرة. دار الفكر الإسلامي.
- 3- الرعود، عبد الله ممدوح مبارك. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من جهة الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير. الأردن. جامعة الشرق الأوسط.
- 4- الزاوي، محمد الطيب. (2004). الإعلام الإسلامي الإلكتروني المعاصر، دراسة وصفية لثلاثة وأربعين موقع إسلامي على شبكة الانترنت. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر.
- 5- علوان، عبد الواحد. (1998). الخطاب والنقد بين الوصاية والتواصل. مجلة الكلمة. بيروت. منتدى الكلمة للدراسات والنشر.
- 6- صبري، إبراهيم. (1985). تجديد الخطاب الإسلامي (المجلد 410)، دط. مصر. حوليات أدب عين شمس.
- 7- لعقاب، محمد. (1999). الانترنت وعصر ثورة المعلومات. ط1. الجزائر. دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع. مدير، عصام أحمد. (2002) عالم افتراضي ما بعد 11 سبتمبر. دط. بيروت. الدار العربية للعلوم.
- 8- يخلف، فايزة. (2005). خصوصية الإشهار التلفزيوني في ظل الانفتاح الاقتصادي. أطروحة دكتورا. جامعة الجزائر.
- 9- Krestriva, Julia. (1969) recherche pour une semanalyse, paris.

