

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي

تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

د. حسام إلهامي (*)

مقدمة:

كيف يتجلى "الخطاب الديني Religious Discourse المنشور على صفحات التواصل الاجتماعي؟ هذا هو ما يبحث عنه البحث الحالي؛ مستهدفاً الكشف عن ملامح وسمات خطاب التدين كفكر وعقيدة وممارسة لدى مستخدمي التواصل الاجتماعي، وتحديدًا موقع "فيس بوك" من المسلمين.

وعلى الصعيد المنهجي يُجرى البحث من خلال تطبيق أسلوب تحليل الخطاب Discourse analysis الذي يتيح تفكيك العناصر والمكونات اللغوية والنصية الخاصة بالمنشورات الدينية على موقع "فيسبوك"، وإعادة تفسيرها على نحوٍ علمي، في محاولة لاكتشاف النظام العام الحاكم لهذا الخطاب، ولامحه الرئيسية، وذلك من خلال تطبيق رؤية تحليلية تنطلق من أنّ الخطاب يُشكل في الأساس فعلاً اجتماعياً كاشفاً عن غيره من القوانين الاجتماعية المؤثرة في سلوك الفرد، وعلى رأس هذه السلوكيات السلوك اللغوي الذي يأتي متأثراً بهذه القوانين، فالخطاب نتاج للسياقات والشروط الاجتماعية النفسية التي أنتجته.

وقد تم تطبيق تحليل الخطاب على عينة من التدوينات الدينية الإسلامية على عينة من المنشورات الدينية المدونة على صفحات مستخدمي موقع "فيسبوك" من الأفراد المقيمين بمصر، خلال فترة ثلاثة أشهر؛ هي يناير وفبراير ومارس 2017م.

الدراسات السابقة

تناولت دراسة بشار عبدالرحمن مُطَهَر (2016)¹ علاقة الشباب الأردني الجامعي بالمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي وإتجاهاته نحوها، وأكدت الدراسة على ارتفاع نسب تعرض العينة للمضمون الديني المتعلق بالمذهب السني، بوصفه المذهب السائد في المملكة الأردنية الهاشمية، يليه التعرض للمضامين الدينية المتعلقة بالمذاهب والأديان الأخرى، كما تبين ارتفاع تعرض العينة لدعاة الدين الجدد من الشباب، وتبني العينة لإتجاهات سلبية إزاء دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني. حيث يرتفع لديهم الشعور بأنّ تلك الوسائل أدت إلى الربط بين الإسلام والإرهاب، وإلى إثارة النزعات المذهبية، بالإضافة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين الجنسين على

(*) تم ترقيته سيادته بهذا البحث لدرجة أستاذ مساعد بقسم الإعلام والعلاقات العامة، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية، (البحرين)

صعيد معدل استخدام المضمون الديني عبر مواقع التواصل، وطبيعة المضامين الدينية التي تتعرض لها العينة، واتجاهاتهم نحو دور تلك المواقع في تنمية الوعي الديني.

وفي دراسة تحليلية للقصص الديني المنشور على الإنترنت قام كلٌّ من هيندراكر Hinderaker وأوكونر O'Connor (2015)² بتطبيق أسلوب تحليل السرد على 50 مروية أو قصة من قصص الخروج التي كتبها قساوسة ينتمون إلى جماعة مسيحية كاثوليكية ونشرت على موقعين من مواقع الإنترنت. وأظهرت نتائج تحليل السرد أنَّ الروايات التي كتبها هؤلاء القساوسة لقصة الخروج كانت إلى حد كبير متأثرة بالمعتقدات الشائعة بين أعضاء هذه الجماعة الدينية، أكثر مما كانت تقدم سردًا محايدًا للقصة.

وبحثت دراسة جمال المنيس (2014)³ في العلاقة بين التدين واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في المجتمعات الإسلامية كما يدركها المستخدمون من خلال دراسة مسحية على عينة من طلاب الجامعات في مرحلة البكالوريوس اشتملت على مجموعة مقابيس تقيس مستوى التدين، والتأثيرات النفسية الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل. وأظهرت النتائج أنَّ مستوى التدين يرتبط ارتباطًا عكسيًا بمستوى إدراك وسائل التواصل الاجتماعي بوصفها بديلاً للتفاعل الشخصي المباشر، كما يرتبط ارتباطًا عكسيًا كذلك بالشعور بالخوف والقلق جراء فقدان الاتصال بتلك الشبكات، كما خلصت الدراسة إلى أنَّ التدين يحمي الأفراد من التأثيرات السلبية لاستخدام شبكات التواصل ووجود فروق بين الجنسين في أربعة من المتغيرات التابعة الخمسة التي اشتملت عليها الدراسة،

وبحثت دراسة تشيلوا Chilwa (2013)⁴ في ملامح الأفكار والتفاعلات الدينية لأتباع الديانة المسيحية في أفريقيا على شبكة الإنترنت، وإلى أي مدى أدت الممارسات الدينية التعددية التي تتم على الإنترنت في ثلاث دول أفريقية؛ هي نيجيريا وغانا والكاميرون إلى خلق مجتمعات دينية افتراضية، وبحث أشكال التفاعل التي تتم في إطار تلك المجتمعات، وإلى أي مدى يتفاعل المسيحيون مع المواقع الخاصة بالكنيسة. وبينت نتائج الدراسة أنَّ المسيحيين الأفارقة في الدول الثلاث ممن يمارسون العبادات أو يتحدثون في الدين أو يتواصلون مع الكنائس يميلون بالفعل إلى تشكيل ما يمكن أن يطلق عليه "مجتمعات افتراضية" تتسم بعدد من السمات من قبيل: تشارك المعلومات Information Sharing والتوافق على معايير محددة تحكم تلك المجتمعات، والاعتراف ببناء هرمي تراتبي في العلاقات فيما بين أفرادها، بالإضافة إلى تشابهها في بعض السمات مع الجماعات الدينية في العالم الواقعي، وذلك على مستوى طرق بناء العلاقات والتفاعل أو حل الصراعات.

ووجدت الدراسة كذلك أنَّ أفراد هذه الجماعات ينظرون إلى صفحاتهم وحساباتهم على "فيس بوك" و"تويتر" بوصفها فرصة للتواصل مع الآخرين، ونشر التعاليم الدينية

والصلوات، والإعلان عن تجمعات وأحداث دينية ونشر شهادات عن رجال الدين. غير أن الدراسة وجدت كذلك أن الأفراد المتدينون يميلون إلى النظر للفضاء الرقمي بوصفه فضاءً مقدسًا يتيح تبادل الآراء في المسائل الدينية والروحية والتعبدية، وليست مجرد ساحة ل طرح المشكلات أو الإفصاح عن المشاعر كما هو الحال في حسابات التواصل الاجتماعي العادية.

وفي إطار استعراض الدراسات السابقة أيضًا لوحظ أن عددًا من الباحثين قد عمدوا في السنوات الأخيرة إلى دراسة استخدام الجماعات الدينية اليهودية للاتصال والإعلام الجديد، من أمثلة تلك الدراسات وأحدثها دراسة جابي أبراماك Gabi Abramac (2017)⁵ التي قامت على تطبيق المنهج الإثنوجرافي القائم على الملاحظة بالمشاركة والمقابلات المتعمقة للبحث في كيفية استخدام الحاخامات المنتمين لحركة الحاسيديم Hasidism اليهودية لوسائل التواصل الاجتماعي خلال تواصلهم مع جمهورهم وأتباعهم ومتابعيهم.

وتوصلت الدراسة إلى أن هؤلاء الحاخامات يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بهدف إنجاز مهمتين أساسيتين هما نقل المعرفة الدينية لليهود المتدينين، واجتذاب اليهود العلمانيين أو غير المتدينين إلى ممارسة الشعائر الدينية، وأن منصات التواصل الاجتماعي مكنت هؤلاء الحاخامات من توظيف استراتيجيات وديناميات للتفاعل أدت بدورها إلى خلق هوية لهم، وإلى انشاء انماط جديدة من التفاعلات والصراعات الداخلية، وإيجاد تحولات في مساحات القوة وهياكل العلاقات فيما بينهم وبين متابعيهم.

هناك أيضًا دراسة صامويل ستروب Samuel Stroope (2012)⁶ التي إتجه فيها إلى تحليل أثر شبكات التواصل الاجتماعي في الدين، وفي أنماط التدين والممارسات الدينية للمستخدمين والعلاقات الاجتماعية التي تنشأ عليها وأخيرًا أثرها في تشكيل الممارسات الدينية، وذلك من خلال تحليل البيانات الخاصة بالجوانب والأنشطة التعبدية والاعتقادية للجماعات الدينية اليهودية المستخدمة لتلك الشبكات. وقد بينت نتائج الدراسة أن مستوى الارتباط والتضامن داخل المجموعات والجماعات الدينية اليهودية على شبكات التواصل الاجتماعي يلعب دورًا مهمًا في التأثير في مستوى التدين، وفي طبيعة الممارسات الدينية التي تتم على تلك الشبكات، كما أن الفرد المستخدم كلما انخرط في صداقات ذات طابع ديني مع أقرانه ممن يذهبون إلى دور العبادة في الحياة الواقعية، كلما كان أكثر تدينًا، وكان أكثر إظهارًا للتدين على تلك الشبكات.

وفي الإطار ذاته حاولت دراسة يارون كاتز Yaron Katz (2012)⁷ استكشاف أنماط استخدام تقنيات الاتصال الحديثة من جانب المتدينين والجماعات الدينية في إسرائيل، وتحديدًا داخل مجتمع أو طائفة الحريديم اليهودية Haredi المعروفة بأصوليتها الدينية. وطبقت الدراسة على 100 من الشباب ممن تتراوح أعمارهم بين 20 و30 سنة ممن وصفوا أنفسهم بأنهم متدينون. وتوصلت الدراسة إلى وجود اتجاهات إيجابية لدى عينة

الشباب المتدين في إسرائيل نحو الاستخدامات الدينية لشبكة الإنترنت، كما استنتجت من إجابات العينة أنّ فئة الشباب من الطائفة الأرثوذكسية اليهودية يميلون إلى استخدام وسائل الاتصال الحديثة على نحو يطوعها لخدمة أهدافهم وتفضيلاتهم، كما أنهم يتوقعون الحصول من الشبكة على معلومات دينية مركزة. وأنه على الرغم مما شكلته وسائل الاتصال الحديثة من تحدٍ للطوائف الدينية المحافظة في إسرائيل، إلا أنّ تلك الطوائف استطاعت سريعاً الاستفادة من تلك الوسائل لخدمة أهدافها والوفاء باحتياجاتها الدينية.

وفي دراستهما التي حللا فيها محتوى البحوث العلمية التي تناولت الدين والجوانب الروحية في بحوث الاتصال على مدار عشر سنوات كاملة توصل كل من ميلر Miller وتيل Teel (2011)⁸ إلى أنّ الهدف الأبرز لغالبية تلك البحوث تمثل في فهم السلوك الديني للجمهور، والعمل على استكشاف عناصر ومكونات الرسائل الاتصالية الدينية ذات التأثير عليه، كما كانت تلك الدراسات أكثر تركيزاً على المعتقدات والقيم والمعاملات، وأنّ أغلبها أُجري على التدين بمعناه العام، يليه التدين المسيحي، وركزت بالدرجة الأكبر على الجماعات الدينية في الولايات المتحدة، وطبق غالبيتها أسلوب المسح وتحليل المضمون.

وجاءت دراسة جريج سميث Greg Smith (2006)⁹ كجزء من مشروع بحثي أُجري خلال عقد التسعينيات أُطلق عليه مشروع أطلس المعتقدات الدينية بشرق العاصمة البريطانية لندن. وقد انصبت هذه الدراسة تحديداً على بحث شبكة العلاقات بين معتنقي الديانات المختلفة Inter-Faith Relations وربطها بفكرة الهويات الدينية Religious Identities في عصر العولمة وتطور تقنيات الاتصال.

وقد أظهرت نتائج المسوح التي أُجريت على عينات المتدينين إلى وجود ثلاثة أنماط رئيسية من الهويات الدينية الخاصة بالأفراد والجماعات والمنظمات الدينية، تحدد بشكل كبير طبيعة نظرتها لنفسها، وهي الهوية الدينية للجماعات ذات الشرعية أو التي تحظى القبول الاجتماعي، تليها الهوية الدينية للجماعات المناهضة أو التي ترى نفسها معارضة للقوى والجماعات المهيمنة. وأخيراً تأتي الهوية الدينية التي وصفها الدراسة بأنها جماعات ذات مشروع، وهي مجموعات دينية تعمل على توظيف الأطر الثقافية والأفكار المتاحة وعلى رأسها الدين لبناء أدوار وهويات اجتماعية جديدة بهدف إحداث تغيير اجتماعي.

وفي إطار توظيف تحليل الخطاب الديني أجرت Andréia Cristina Cipriani (2002)¹⁰ دراسة قامت فيها بتحليل اثنين من النصوص الدينية لخطبتين أو عظتين كتبهما أحد الأساقفة باللغتين الإنجليزية والبرتغالية. ألقاهما في كنيسة إنجيلية برازيلية، حيث بحثت الدراسة في مدى تجلي فكرة القوة في الخطاب الديني عموماً والخطاب الوعظي Hortatory Texts منه على وجه الخصوص. وأظهرت نتائج الدراسة أنّ

الخطاب الوعظي كان محملاً بحمولة أيديولوجية وبمجموعة من القيم الاجتماعية، يتم توظيفها للتأثير في أفكار وسلوكيات المتلقين لهذا الخطاب. كما كانت نصوص الإنجيل توظف لتكريس علاقات القوة، فكانت القصص والعظات الدينية التي يتم اقتباسها من الإنجيل يُعاد بناؤها لإعادة تقديم الواقع.

وتعليقاً على الدراسات السابقة التي تم استعراضها في التراثين العربي والأجنبي يلاحظ ميل الدراسات العربية إلى إجراء الدراسات الميدانية على المستخدمين، (كدراسة بشار عبدالرحمن مطهر 2016؛ ودراسة جمال المنيس، 2014)، في حين كانت الدراسات الأجنبية أكثر ميلاً إلى التوازن ما بين الدراسات التحليلية على النصوص الدينية المنشورة على المواقع الإلكترونية والدراسات الميدانية التي تجرى على مستخدمي المحتوى الديني من إتباع الديانات والمذاهب المختلفة. ومن قبيل الدراسات التحليلية التي رصدها البحث دراسة هيندراكر Hinderaker وأوكونر O'Connor 2015؛ ودراسة ميللر Miller وتيل Teel، 2011.

لاحظ الباحث كذلك خلال مطالعة هذه الدراسات أن ثمة إهتماماً واضحاً في التراث العلمي الأجنبي، سواء الأوروبي الغربي أو الأمريكي أو المنتمي لأقاليم أخرى بتطبيق تحليل الخطاب الديني على الخطابات والنصوص الدينية المنتمية للديانات المختلفة، فيما يقصر ذلك نوعاً ما عددًا وعدة في التراث العلمي العربي الذي كان أكثر انشغالاً بتحليل خطاب الإسلام السياسي بصورة تفوق تحليل الخطاب الديني العام للمتدينين.

أما على صعيد العلاقة بين التدين والخطاب الديني من جانب، ووسائل التواصل الاجتماعي من جانبٍ آخر أظهرت الدراسات السابقة عددًا من النتائج المهمة من قبيل: ارتفاع نسب التعرض للمحتوى الديني على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن التدين من شأنه أن يحمي الأفراد من التأثيرات السلبية لاستخدام شبكات التواصل. وميل الجماعات الدينية المتواجدة على صفحاتها إلى تشكيل "مجتمعات افتراضية"، وميل الأفراد إلى النظر إلى الفضاء الرقمي الحامل للمنشورات والنقاشات الدينية بوصفه فضاءً مقدسًا.

وفي حين حمل المسلمون إتجاهات سلبية إزاء دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني. نظرًا لما أدت إليه تلك الوسائل من الربط بين الدين والإرهاب، وإثارة النزعات المذهبية والطائفية، بينت نتائج أخرى أن المتدينين اليهود يحملون إتجاهات إيجابية نحو الاستخدامات الدينية لشبكة الإنترنت عمومًا.

وعلى مستوى تحليل الخطابات الدينية على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي بينت الدراسات الأجنبية أن تلك الخطابات لم تكن دينية خالصة، بل كانت تأتي متأثرة بالمعتقدات الشائعة بين أعضاء الجماعة الدينية أكثر مما كانت تقدم سردًا دينيًا محايدًا، كما أن الخطاب الديني الوعظي في وسائل الاتصال غالبًا ما يأتي محملاً بحمولة

أيدولوجية وبمجموعة من القيم الاجتماعية يتم توظيفها للتأثير في أفكار المتلقين وسلوكياتهم.

مشكلة البحث

بدأت مشكلة البحث من ملاحظة رصدها الباحث وهي الانتشار المتزايد للتدوينات الدينية على مواقع التواصل، والتي يضعها ويشاركها ويطلعها ويعلق عليها مختلف المستخدمين، مدفوعين إلى ذلك المسلك بدوافع شتى مازال الكثير منها غامضاً، كما تتناول تلك التدوينات قضايا دينية شديدة التباين، وتنعكس قيماً دينية متباينة.

على الجانب الآخر يتفق الباحث مع ما ذهب إليه عبد الله شلبي من أن المنتج البحثي الاجتماعي في مجال سوسولوجيا الدين والتدين على إمتداد العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين ومطلع الألفية الثالثة ركز بدرجة أكبر على بحث ظواهر الإحياء الأصولي الإسلامي، محلاً أسبابها وديناميتها وجماعاتها، ومرجعياتها، وهو ما مثل اختزالاً للظاهرة الدينية في شكلها الكلي بكل ما تتسم به من تنوع وثراء. ولكن مقابل هذه الوفرة الكمية في البحوث التي تناولت التدين السياسي، هناك شبه ندرة في البحوث السوسولوجية التي تبحث في أنماط السلوك الديني للفئات الاجتماعية المختلفة في مجتمعاتنا العربية¹¹.

يُضاف إلى ذلك أن التدين الشعبي الذي يشكل مكوناً جوهرياً من مكونات الظاهرة الدينية في أي مجتمع، بكل ما يحويه هذا النمط من التدين من اعتقادات وإيمان وفولكلور وطقوس يتداخل فيها الإيمان مع الشعبي مع التاريخي مع موروث العادات وخبرات الحياة اليومية وحكمة الشيوخ مع الأمثال الشعبية في مزيج اجتماعي إنساني فريد ما يزال بعيداً عن الرصد والتأويل السوسولوجي والأنثروبولوجي¹²، كما أنه ما يزال بعيداً عن رصد أنماط الاتصال التي تجري أو تتم خلال دقائق السلوك الديني ولحظاته المختلفة. رغم أن الدين في المجتمعات العربية والإسلامية يعد هو بؤرة القيم الحاكمة والضابطة والموجهة للسلوك الاجتماعي.

ويعلل شلبي مسألة إجماع الباحثين عن دراسة التدين الشعبي من الناحية السوسولوجية تعليلاً يرجعه إلى التأفف الذي قد يصل أحياناً إلى مرحلة العداء للذهنية الشعبية الدينية من جانب الباحثين، بدعاوى عدة أبرزها: استغراقها في البدع والخرافة أو شيوع رؤى ظالمة للتدين الشعبي تقرر استغراقه في المحافظة والتواكلية والقدرية والأسطورية إلى حد إعتباره الأساس الذي تعتمد عليه السلطة السياسية في تأكيد وإعادة إنتاج مصداقيتها ومشروعيتها¹³.

من جانب آخر ذي صلة بوسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتدين يشير صمويل ستروب Samuel Stroope إلى أنه رغم تأكيد العديد من البحوث والكتابات على وجود أثر ما لشبكات التواصل الاجتماعي على الدين، وعلى أنماط التدين السائدة، إلا

أنه لا يوجد سوى القليل جدًا من الدراسات التي قامت بالرصد والتحليل العلمي لحقيقة العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والتدين لدى الأفراد والجماعات الدينية¹⁴.

وانطلاقًا من الملاحظات والتحليلات السابقة تشكل السؤال الأساسي والمحوري لهذا البحث والذي يلخص مشكلته العلمية وهو: هل صاحب ظهور تقنيات التواصل الاجتماعي بعض الأشكال والممارسات الدينية الجديدة؟ وهل أثرت تلك التكنولوجيا الجديدة على الطريقة التي يمارس من خلالها الناس المسلك الديني من الناحية الاتصالية؟ وما طبيعة وملامح الخطاب الديني المنتج على تلك المواقع؟

أهمية البحث

تتبع أهمية البحث من كونه يرصد جزئيًا طبيعة العلاقة المتبادلة بين الدين والاتصال، خاصة الإعلام الجديد، إذ يرصد كيفية توظيف الأفراد للتواصل الاجتماعي على الصعيد الديني.

كذلك تتبع أهمية البحث من رصده لملامح الخطاب الديني الفردي أو الخطاب الديني للفرد العادي، وهو درب من الخطاب لم يحظ بالإهتمام الكافي من جانب دارسي الخطاب الديني الذين كانوا يركزون على تحليل خطابات علماء الدين أو وسائل الاتصال والإعلام التقليدية المؤسسية، أو خطابات جماعات الإسلام السياسي دون الاكتراث بالخطابات الدينية الصادرة عن الأفراد إلا في القليل النادر من بحوث الخطاب التي حمل عاتق إنجازها بعض علماء الاجتماع بصورة أكبر مما إتجه إليه علماء الاتصال في هذا الشأن.

وأخيرًا تتجسد أهمية البحث من كون دراسة الخطاب الديني في وسائل الاتصال والإعلام الجديد يسهم في دراسة العلاقة بين الدين – بوصفه بنية تقليدية قديمة قدم المجتمعات الإنسانية – وبنية الإعلام الجديد التي تشكل ملمحًا من ملامح الحداثة التي تشهدها المجتمعات الراهنة.

أهداف البحث:

يسعى البحث بصورة رئيسية إلى فهم سمات وملامح خطاب التدين كما يتجسد في رسائل الأشخاص العاديين على مواقع التواصل الاجتماعي، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيسي العام الأهداف الفرعية التالية:

1. رصد وتحليل سمات خطاب المنشورات الدينية لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي والكشف عن محتواه وأبرز قضاياها وأطروحاته وانشغالاته الرئيسية.
2. وصف طبيعة الممارسات Practices الاتصالية الدينية على تلك المواقع، وسمات الرسائل الاتصالية الدينية، اللفظية منها وغير اللفظية وطبيعة الرموز التي توظفها.

3. الكشف عن مستويات توظيف مستخدمي التواصل الاجتماعي لمكونات أو عناصر الظاهرة الدينية.
4. رصد ومحاولة ترتيب نسق القيم السائدة في خطاب التدين المنشور على الموقع.
5. رصد وتصنيف الأنماط الأساسية لخطاب المنشورات الدينية على "فيس بوك"
6. وأخيراً يحاول البحث الكشف عن المقاصد الأساسية أو المغزى الضمني للخطاب، فضلاً عن الإطار العام أو النظام العام الحاكم لآليات إنتاج الخطاب الديني على مواقع التواصل الاجتماعي.

تساؤلات البحث:

1. ما طبيعة الأفكار والموضوعات الرئيسية التي تشتمل عليها المنشورات الدينية لمستخدمي موقع "فيس بوك"؟ وما الأطروحات المركزية في هذا الخطاب؟
2. ما مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها أو يركز عليها ذلك النوع من الخطاب؟
3. ما القوى الفاعلة الأساسية التي يشتمل عليها الخطاب؟ وما أبرز المُخاطَبين (أو الموجه لهم الخطاب) في تلك المنشورات؟ وما التصورات المطروحة حول ذات المتكلم أو منشئ الخطاب؟
4. ما المجالات أو الحقول الدلالية للكلمات والعبارات المفتاحية في الخطاب الديني لمستخدمي فيس بوك؟
5. ما طبيعة أو نسق القيم الدينية التي يشتمل عليها ذلك الخطاب؟
6. ما مغزى أو مقاصد هذا الخطاب الديني؟
7. هل ثمة أنماط واضحة للخطاب الديني الذي ينشره مستخدمو "الفيس بوك"؟ وما طبيعة هذه الأنماط؟
8. ما السمات أو الملامح العامة للخطاب الديني لمستخدمي التواصل الاجتماعي وفق ما أوضحه تحليل خطاب تلك المنشورات على موقع "فيس بوك"؟

الإطار المنهجي Methodology

يطبق البحث أسلوب "التحليل الكيفي للخطاب" Qualitative Discourse Analysis منطلقاً من كونه أنسب الأساليب والمداخل التحليلية لتحليل الخطاب الديني. ولاسيما أنّ السلوك الديني للفرد - في أحد أبعاده - هو سلوك اجتماعي، وفق ما تقرر أدبيات علم الاجتماع الديني، وأنّ التدين أو السلوك الديني دائماً ما يكون في حالة تفاعل مع العوامل السياسية والاقتصادية والاجتماعية، كما يقول فيليب جورسكي Philip

Gorski، وهو ما يتسق مع منطلقات أسلوب تحليل الخطاب، الذي ينظر إلى الفعل أو المسلك اللغوي بوصفه نتاجاً للسياق الاجتماعي المحيط بالفرد.

فقد بات من المتفق عليه في أدبيات التحليل العلمي للنصوص أن أسلوب تحليل الخطاب يعد من أكثر مداخل التحليل اللغوي، إن لم يكن أكثرها تركيزاً على دراسة "اللغة" في علاقتها بالمجتمع، محاولاً اكتشاف التأثيرات المتبادلة بين اللغة والمتغيرات والأوضاع الاجتماعية¹⁵.

ويتفق ذلك مع ما ذهب إليه نورمان فيركلوف Norman Fairclough من أن "الخطاب" ما هو إلا إعادة إنتاج للمجتمع، بكل ما يشتمل عليه من ظروف ووضعيات، فهو من أكثر الأشياء التي تعكس الهويات والعلاقات الاجتماعية والمعارف والمعتقدات السائدة، فضلاً عن أنه يساهم في تغيير المجتمع¹⁶.

ويحدد الخطاب بوصفه واقعة اجتماعية تواصلية من خلال ثلاث منطلقات أساسية؛ أولها أن الخطاب هو كلام الأفراد فيما بينهم، بين مخاطبين (بالكسر) ومخاطبين (بالفتح)، أي أنه يشكل واقعة اجتماعية، وثاني تلك المنطلقات أن الخطاب هو نقل لما هو موجود في الأذهان من فكر، أي أن الخطاب هو في أحد جوانبه مرآة للفكر. ليغدو الخطاب بمثابة الكاشف الرئيسي عن الفكر الذي يتحول من بنية خفية إلى بنية مكشوفة تكشف عنها اللغة. وثالث تلك المنطلقات أن الخطاب نهاية المطاف هو فعل تواصلية، أي أنه فعل يوظفه الأفراد لقضاء حوائجهم، وتحقيق أهدافهم ومآربهم¹⁷.

وعلى ذلك فحين نتحدث عن تحليل الخطاب، فإننا لا نتحدث عن الأفكار والمقولات، ولكننا نبحث عن شيء أعمق من ذلك. صحيح أن التعرض لتلك الأفكار أمرٌ لازم لفهم الخطاب، غير أن الخطاب في جوهره يعني النظام العميق الذي ينتج المقولات والتفصيلات، والذي تنتظم الأفكار داخله، الخطاب هو إطار عام كلي وجامع لكل الأفكار وأشكال التعبير، هو النموذج العام الحاكم لما يقال، هو أيضاً شروط إنتاج الأفكار، هو المفهوم العميق الذي يتأسس عليه هذا الخطاب، أو لنقل هو النظام المعرفي المسير لعملية إنتاج الخطاب¹⁸.

وتنتقل مداخل تحليل الخطاب من أن الدلالات الجزئية في أي نص أو فعل لغوي تجتمع فيما بينها مشكلة ما يصطلح على تسميته بـ: "القيمة الكلية للنص"، وهي قيمة تحدد الجملة، ولكنها ترقى عنها إلى مرتبة أسمى هي "الخطاب"، وهذا الأخير يصير فعلاً تاماً يتحقق عبر تفاصيل يحددها المشاركون في إنتاج الخطاب، ومكان وزمان إنتاجه¹⁹.

كذلك يتأسس تحليل الخطاب على حقيقة مهمة، وهي التأكيد على وجود أنواع أو طبقات عديدة من المعنى داخل النص الذي يتم تناوله، فإلى جانب الفكرة الظاهرة على سطح النص، وسياق النص، والعلامة، هناك أيضاً ما يعرف بـ: (مقصد) الخطاب، أو مقصد منتج الخطاب، أو الغرض والحاجة التي دفعته لإنشاء النص، وهو الهدف أو طائفة

الأهداف التي يسعى الكاتب أو القائل إلى بلوغها، وهذا الهدف يؤثر لا محالة في القول الذي يقال²⁰.

وكما يقرر كل من جيليان براون Gillian Brown وجورج يل George Yule فإن تحليل الخطاب كأداة للتحليل يتجاوز مسألة البحث في السمات الخاصة باللغة إلى البحث عن الغاية أو الوظيفة التي تستخدم اللغة من أجل تحقيقها، وبالتالي فتحليل الخطاب هو تحليلٌ وظيفي للغة يبحث في غاياتها²¹.

أداة جمع البيانات:

تم بناء أداة البحث وفق منطق يسعى إلى تفكيك نصوص المنشورات الدينية لمستخدمي موقع "فيس بوك"، ووضع مختلف المكونات الجزئية لتلك النصوص على بساط البحث، ثم إعادة تركيب هذا الخطاب من خلال عملية تحليل كمي لمختلف الأفكار والمكونات والصفات والملامح. وفي ضوء هذا المنطلق اشتملت أداة التحليل على الفئات الكيفية والكمية التالية:

- القضية المحورية التي يتم تناولها
- الطرح المركزي في الخطاب والكلمات المحورية التي يشتمل عليها
- مقاصد الخطاب أو مغزى الخطاب (تحليل المستوى الضمني في الخطاب)
- وصف الرسالة (توصيف نمط السلوك الاتصالي)
- توصيف طبيعة السلوك الديني ونمط السلوك الديني الغالب على المادة: إعتقادات/ دعاء/ عبادات.. إلخ
- مدى استدعاء مرجعية في الخطاب، وطبيعة المرجعيات التي يتم استدعاؤها
- الرموز غير اللفظية المصاحبة للخطاب، وطبيعة هذه الرموز، ووظيفتها
- الفاعلون الحاضرون في الخطاب، والمُخاطب أو الموجه له الخطاب، والصور التي يعكسها عن الذات
- القيم الدينية التي يشتمل عليها الخطاب
- نمط الخطاب الديني. وبناء على الدراسة الاستطلاعية الأولية التي قام بها البحث تحددت مجموعة أولية من تلك الأنماط كالخطاب الوعظي، وخطاب التبليغ، والحجاجي، والكشفي عن الذات، والتوظيفي الذي يوظف الدين، والتأملي والوجداني النفسي واللجوي أو الالتجائي.. وغيرها من أنماط الخطاب.
- مستوى لغة الخطاب.

وخلال إجراءات التحليل، وتحديدًا في المرحلة الأولى منه عمّد الباحث إلى الرصد والوصف المجرد دون إصدار أحكام بوضع المعنى المرصود بين قوسين، وتعليق أو إرجاء أي حكم عليه، ليبدو الأمر كما لو كان الباحث في تحليل الخطاب يجري تحليلًا مزدوجًا أو تحليلًا على مرحلتين؛ ففي المرحلة الأولى يتم تحليل المادة الاتصالية الخام الأصلية بهدف تفكيك مكوناتها والرصد والملاحظة لسائر المكونات التي يمكن العثور عليها في ذلك الخطاب، والوصف المجرد لهذه المكونات، لتبدأ بعد ذلك الخطوة أو المرحلة الثانية من التحليل، وهي تحليل كل الأوصاف والسمات والتصنيفات والوظائف والمقاصد والغايات التي كتبها الباحث في المرحلة الأولى من التحليل، أي أنه تحليل لما كتبه هو ذاته كراصد وكمحلل للمادة، وليكون التحليل في هذه المرحلة كميًا وكيفيًا في آن. لذا ينبغي أن تكون أداة التحليل مهيأة لإجراء كلا الصنفين من التحليل.

مجتمع البحث والعينة:

يتألف مجتمع البحث من جميع المنشورات التي ينشرها الأشخاص العاديون وتحمل في طياتها أفكارًا أو ممارسات دينية. وقد حاول الباحث خلال اختيار العينة الممثلة لهذا المجتمع المتشعب أن يكون الاختيار علميًا يخضع لمعايير ترتبط بهدف البحث، وأن تمنع التحيز في الاختيار.

وانطلاقًا من تلك الاعتبارات، ولتحقيق العلمية في اختيار العينة؛ طالع الباحث بعض الاجتهادات البحثية التي قدمت في إطار محاولات التقنين العلمي لطرق سحب عينات رسائل التواصل الاجتماعي. وكان من أهم ما اعتمد عليه الباحث في هذا الشأن دراسة كل من ويلس ولينك (Michael Link & Tom Wells) التي أجريها على طرق اختيار العينات الاجتماعية بين مستخدمي موقع "فيس بوك"²²، وخلصا فيها إلى أن أي عينة من مستخدمي موقع "فيس بوك" لابد كي تكون عينة تتوفر لها العلمية من أن تمثل جانبين مهمين؛ الأول هو معدلات استخدام الموقع (كثيف - متوسط - منخفض)، والثاني أن تمثل مختلف السمات الديموجرافية التي يمكن الوصول إليها من خلال الموقع لهؤلاء المستخدمين؛ كالنوع والعمر والدخل والتعليم.. وغير ذلك.

وانطلاقًا من هذين المعيارين واستنادًا لدراسة استطلاعية مصغرة أجريت على مادة التحليل قبل الشروع في بناء أداة البحث وضع الباحث مجموعة من المعايير التي حكمت اختيار العينة، بحيث تأتي تلك العينة ممثلة لمختلف سمات وملامح مجتمع مستخدمي فيس بوك، فتم تحديد سمات للعينة بحيث تشمل على عينة من الذكور والإناث بنسبة متساوية تقريبًا، وأن تمثل مختلف المستويات التعليمية (متوسط - عالي - دراسات عليا). كما اشترط أيضًا لاختيار حساب من الحسابات والبحث عن منشورات دينية فيه أن يكون الاسم الموجود على الحساب اسمًا حقيقيًا وليس مستعارًا، وأن تظهر على صفحة المستخدم بياناته الديموجرافية كالتعليم والمهنة، وأن يكون النص الديني أو الرسالة الدينية التي تخضع للتحليل من إنشاء المستخدم نفسه، أي لا تكون مجرد صورة

أو بوستر يضعهما المستخدم فقط أو يضعهما تطبيق آلي يشترك فيه على الموقع، إلا إذا كان يقوم بإضافة نصوص دينية على هذه المنشورات، بحيث تكون مصحوبة برسائل يكتبها أو ينشؤها هو بنفسه، وأن يكون المستخدم نشطاً في كتابة وتدوين المنشورات الدينية، وأن ينتمي الأفراد التي تحلل منشوراتهم إلى سياق اجتماعي (تحدد بالمجتمع المصري)، وسياق زمني واحد أي خلال فترة زمنية محددة.

وبناء على تلك المعايير جرى البحث المكثف عن أفراد وحسابات لأشخاص تتوافر فيهم المعايير سالفة الذكر، وتم في الوقت ذاته تحديد ثلاثة أشهر (من أول يناير إلى نهاية مارس 2017). بحث تم إجراء حصر شامل لكامل المنشورات الدينية الموجود على حسابات الأشخاص ممن وقع عليهم الاختيار خلال تلك الفترة. وقد بدأ تجميع المنشورات برصد حساب أولي بشكل عشوائي ثم الولوج إلى أصدقائه والبحث بينهم ثم البحث في أصدقائهم.. وهكذا حتى تم فحص 250 صفحة شخصية وصلت عدد المنشورات الموجودة بها إلى عدد ضخم تم حصرها وتجميعها ثم تطبيق معايير الاختيار عليها واستبعاد الحسابات والنصوص الدينية التي لا ينطبق عليها المعايير السابقة. وبناء على تطبيق تلك المعايير تم الاستمرار على تحليل 200 منشور من المنشورات التي نشرها أفراد العينة المختارة على صفحاتهم وحساباتهم على موقع "فيس بوك" خلال الفترة المشار إليها.

مؤشرات الصدق والثبات:

للتحقق من صدق أداة جمع البيانات عمد الباحث إلى تطبيق أسلوب قياس الصدق الظاهري من خلال عرض أداة التحليل على مجموعة من المحكمين^(*) للتحقق من مدى قدرة الأداة على قياس المستهدف قياسه.

أما على مستوى قياس ثبات النتائج والتأكد من أن البحث بتصميمه وأدواته وإجراءاته يؤدي إلى الوصول إلى النتائج ذاتها إذا ما تكررت عملية التحليل فقد تم إختيار 10% من عينة مواد التحليل، وجرى إعادة تحليل لها من قبل الباحث بعد مرور شهر على التحليل الأصلي، وأسفرت المقارنة بين نتائج تحليل العينتين إلى وجود نسبة تشابه في الأحكام والتصنيفات للفئات التي أخضعت للتحليل الكيفي بواقع 90.8%.

(*) عرضت أداة التحليل على كل من:

- د. مها عبد المجيد: خبير الإعلام بالمركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية وأستاذ الإعلام المشارك، كلية الإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا.
- د. أحمد سمير حماد: أستاذ الإعلام المساعد، كلية الإعلام، جامعة الأزهر
- د. أسامة عبد الرحيم: أستاذ الإعلام المساعد، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة.
- ا. د. كاظم مؤنس عزيز: أستاذ الإعلام والمتخصص في الخطاب والسرد، قسم الإعلام والعلاقات العامة، كلية الآداب والعلوم، الجامعة الأهلية
- أ. د. رضا عبد الواحد أمين: أستاذ الإعلام جامعة الأزهر.

الدين والتدين.. مفاهيم وجوانب أساسية

الدين لصيق بالإنسان، وثيق الصلة به وبوجوده وبكيانه؛ هذا ما تكشف عنه وتجمع عليه مختلف الدراسات التاريخية والميدانية المعاصرة، فحيثما وجد الإنسان وجد الدين. فلم يثبت وجود مجتمع من المجتمعات بلا دين، وقد أثبتت البحوث أنّ الحاجة إلى الدين والتدين فطرة لدى الإنسان الذي يشعر أنه فان عاجز، مما يجعله يتطلع دائماً نحو خالقه يستمد منه العون، ويمنحه تفسيراً مقنعاً لسبب وجوده، ووجود العالم من حوله، وسبب ما يوجد ويحدث من حوادث، ويوضح له مصيره ومآله. وقد انتهت تلك البحوث إلى أنّ الدين يمثل ضرورة اجتماعية *Social imperative*، للوصول للضبط الاجتماعي، وتنظيم العلاقات الاجتماعية، إلى جانب كونه ضرورة نفسية تربوية ترتبط بالجانب الوجداني للإنسان²³.

ويشكل الدين كذلك مكوناً جوهرياً في علاقة الإنسان بالطبيعة وما وراء الطبيعة، إذ يرتبط الدين بشعور الإنسان الدائم بوجود قوة عليا تؤثر فيه، وفي وجدانه وأفكاره وسلوكه. كما أنّ الدين يشكل رابطاً أساسياً بالقيم الإنسانية كالصدق والحق والفضيلة والخير²⁴.

و"الدين"، شأنه في ذلك شأن كثير من المصطلحات واجه صعوبات كبيرة في تعريفه، ووضع مدلول محدد له، مرد ذلك ضرورة شمول التعريف لأرقى وأدنى صور التدين على النحو الذي تطبق به هذه الممارسات في مختلف المجتمعات الإنسانية على اختلاف ظروفها. ولكن رغم تعدد الرؤى هناك شبه إجماع على شيئين، الأول اتسام الظاهرة الدينية بالعالمية، والثاني وجود وظيفة اجتماعية للدين، فقد أصبح من المؤكد علمياً اتسام ظاهرة التدين بالعالمية وأنّ الظاهرة الدينية لازمت البشرية منذ نشأتها الأولى، إذ لا يوجد مجتمع من المجتمعات إلا وقام هيكله الاجتماعي على أساس ديني.

ويشير تتبع الأصل اللغوي والتاريخي لكلمة "دين" إلى كونها مشتقة في الإنجليزية والفرنسية من كلمة (Religion) التي تُرجع معظم الدراسات أنها مشتقة بدورها من لفظة لاتينية (رغم أنّ الدين أقدم من الحضارة اللاتينية بكثير)²⁵، فعند دراسة المعنى المتداول لكلمة الدين Religion وجد فضيل حضري (2011) أنّ الصيغة الغربية قد طغت على المحاولات العلمية لصياغة مفهومي الدين والتدين، حيث ترجع معظم الدراسات الغربية اشتقاق هذه الكلمة إلى المصدر اللاتيني، وكأنه لا وجود لهذه اللفظة إلا في أحضان الحضارة اللاتينية. وأغلب ما تقرّ به هذه البحوث مرده إلى الفكرة التي طرحها دي لاجراسي De La Grasserie الذي جعل كلمة Religion مشتقة من الفعل اللاتيني Religare والمشتقة بدورها من اللفظة Relier والتي تعني في العربية ربط أو أوثق، كما يرجعها الباحثون الغربيون إلى ما ذهب إليه روجيه باستيد R.Bastide وغيره من اعتبار كلمة Religion ترجع أصلاً إلى الفعل اللاتيني Religere بمعنى العبادة المصحوبة بالرهبة والخشية والخشوع والاحترام.

أما كلمة "الدين" حسب معاجم اللغة العربية فدلالاتها مختلفة، تُؤخذ تارة من فعل مُتعد باللام هو "دان له"، وتارة من فعل متعد بالباء "دان به"، وتارة ثالثة من فعل متعد بنفسه "دانه". ودان له تعني الخضوع والانقياد والاستسلام لطرف ما، أما دان به أي اعتقده أو آمن به، فيما تعني دانه ملكه وحكمه²⁶.

الدين والتدين من منظور علم الاجتماع:

يُعرّف علماء الاجتماع الدين بأنه: مجموعة متماسكة من العقائد والعبادات ذات الصلة بالعالم القدسي، تنظم سلوك الإنسان حيال هذا العالم، بحيث تُؤلف هذه المجموعة وحدة دينية تنظم حياة كل من يؤمنون بها²⁷. أما العقائد الدينية من منظور علم الاجتماع فهي مجموعة التصورات الفكرية المشتركة التي تؤمن بها جماعة إنسانية ما، فيما تشير العبادات إلى مجموعة من الطقوس والشعائر والعمليات التعبدية. وتسهم العبادات والعقائد التي يؤمن بها ويزاولها أفراد الجماعة في إيجاد وحدة روحية وترابط اجتماعي بين أفراد الجماعة²⁸.

وقد بدأت الدراسة العلمية لفكرة التدين والسلوك الديني مع الإهتمام الكبير الذي أولاه الأنثروبولوجيون عندما حاولوا الإجابة على سؤال التدين من الوجهة النفسية والاجتماعية سائلين: لماذا يحدث التدين؟ ولماذا يعتنق الفرد الدين؟ وللإجابة على تلك الأسئلة تضمنت بحوثهم تحليلاً ووصفاً دقيقاً للشعائر والطقوس الدينية بين الشعوب البدائية. ويرجع بعض الأنثروبولوجيين سبب ظهور هذا النمط من السلوك إلى قلق الإنسان من الوجود وحاجته للوصول إلى تفسير للظاهرة الكونية، وقشله في العثور على تفسير مقنع لها²⁹.

ويقرر علماء الاجتماع أنّ النظام الديني يُعتبر من أهم النظم الاجتماعية وأخطرها شأنًا في حياة الفرد والمجتمع. وقد وضع "إيميل دوركايم" النظام الديني في قمة النظم الاجتماعية، معتبراً في بحوثه أنّ الأشكال الأولية لمختلف مظاهر النشاط كانت منبثقة عن الدين أو متأثرة به³⁰.

وصنف "ستيفن رايس" استاذ علم النفس 16 حاجة سيكولوجية تدفع الناس إلى التدين أو بمعنى أدق تدفع بهم للبحث عن معنى من خلال الدين. هذه الحاجات البشرية الأولية، قادرة – بحسب رأيه – على تفسير الأسباب التي تجعل بعض الناس منجذبين إلى الدين، وكانت أكثر الأسباب التي كان علماء النفس يعززون إليها الانجذاب إلى الدين هي الخوف من الموت. غير أنّ "رايس" يرى أنّ الدين أعقد من ذلك بكثير، فهو ظاهرة متعددة الوجوه، ولا يمكن إرجاعه إلى رغبة واحدة أو رغبتين، وكتب محددًا الرغبات الست عشرة التي تقف وراء الانجذاب نحو التصرف الديني بأنها: القوة والاستقلالية والفضول والتقبل، والطقس الديني، والادخار والشرف والمثالية والاتصال الاجتماعي والعائلة والمكانة الاجتماعية والعاطفية والأكل والتمارين البدنية والسكينة³¹.

وعلى وجه الإجمال تتصدى العلوم والفلسفة واللاهوت للبحث في الأديان من خلال الإهتمام بتحديد ماهية الدين أو الظاهرة الدينية لتصبح موضوعا للبحث، ووصف بُنى الدين بوصفه منظومة أو نظامًا، وتعليل الدين بربطه بالعلل والأسباب البيولوجية والنفسية والاجتماعية والثقافية والتاريخية، وتأويل الدين بالبحث في معناه وربط السلوكيات الدينية الظاهرة بمنبعها الذاتي داخل الفرد، والبحث في الحقيقة الأنطولوجية للدين بالبحث في معناه الفلسفي، وأخيرًا بحث الجوانب الدينية القيمة الخلقية الدينية.

أما علم الاجتماع فيهتم بدراسة الظاهرة الدينية من خلال التركيز على وجهها الموضوعي، فيتناول علم الاجتماع الديني بالتحليل والتعليل التصورات المشتركة والأنماط السلوكية الجماعية، ونظام الفرائض، والنظم التي تتميز بها حياة الجماعة فيما يتعلق بالإعتقاد الديني³².

والدين بمفهومه في العلوم الاجتماعية عموماً وعلم الاجتماع الديني وتاريخ الأديان يقصد به ظاهرة اجتماعية تتضمن جانبيين، أولهما جانب نفسي أو حالة نفسية، وهي حالة ذاتية داخلية يستشعرها المتدين يطلق عليها حالة التدين التي تنطوي على انقياد وإذعان للمعبود، وثانيهما جانب خارجي موضوعي يشتمل على وقائع موضوعية مجسدة يمكن ملاحظتها ودراستها بواسطة علم الاجتماع، ويتضمن هذا الجانب العادات والشعائر والمباني والمعابد والروايات المأثورة والمعتقدات والمبادئ التي تدين بها الأمة أو مجتمع ما³³.

ويقصد بالنظام الديني ذلك النظام من المعتقدات الذي يمد بتفسير لحقيقة الحياة والوجود وحقيقة الإنسان وواقعه ومركزه في هذا الكون وغاية الوجود والإنسان والكون وما سؤول إليه مصير الإنسان وسبب التفاوت الواضح بين الناس، كما يهدف إلى جانب الطقوس والشعائر التي يمارسها الناس تحقيق الاقتراب من المقدس، وعلاقة الإنسان بالإله وإنعكاس هذه العلاقة على علاقته ببقية أعضاء المجتمع الذي يعيش فيه، بالإضافة إلى الأثر الذي قد يمارسه الدين على السلوك الاجتماعي للإنسان بأشكاله ودوائره المختلفة³⁴.

وفي أخريات حياته أظهر عالم الاجتماع الفرنسي إميل دوركايم (1858-1917م) اهتماماً كبيراً بموضوعات ذات طبيعة أنثروبولوجية، مثل: الدين، والأنساق الرمزية، والتصورات الجماعية، مركزاً خلال معالجته لهذه الموضوعات على الكشف تأثير الجوانب الاجتماعية على أنساق القيم والدين، عامداً إلى دراسة الدين والتدين في إطار المدخل الوظيفي Functionalism، فقد أنفق مؤسس الوظيفة في العلوم الاجتماعية ربحاً من عمله الأكاديمي في دراسة الأديان، لاسيما في المجتمعات الصغيرة، وذلك في معرض دراسته للمجتمعات البدائية بين سكان استراليا الأصليين، فوجد أن نظام القرابة البدائية يحمل في جنباته أشكالاً بدائية للتدين، وهو ما أورده في كتابه الصادر عام 1921 تحت عنوان: "الأشكال البدائية من الحياة الدينية" The Elementary

Forms of the Religious Life، حيث أتاحت له بساطة الدين البدائي ومن ثم سهولة دراسته، استكشاف أوجه العلاقة القائمة بين الدين وبقية النظم الاجتماعية.

وقد أسهم دور كايم في بلورة مفهومين جوهريين من مفاهيم علم الاجتماع الديني، وأنثروبولوجيا التدين، وهما مفهوما المقدس والديني، فقد أكد دور كايم خلال معالجته للمفهومين على أهمية التصورات الجمعية للدين بإعتباره نتاجاً لامتزاج المقدس والديني، كما أبدى اهتماماً كبيراً بالتأثير الكبير والمتبادل بين النسق الديني والتصورات السائدة حول الدين من جهة وبنية المجتمع من جهة أخرى، وكان يرى أن هذا التفاعل المتبادل يتضح في أتم صورته في ديانات المجتمعات البدائية³⁵. وقد انتهت هذه التصورات العلمية لدور كايم وتلاميذه ومن حذوا حذوهم إلى أن الدين يقدم خدمة ضرورية ومهمة للمجتمع كونه يقوم بوظيفة اجتماعية تساعد على إيجاد معتقدات قوية للجماعة تؤدي بدورها إلى تشكيل أساس صلب للتضامن والتماسك الاجتماعي³⁶.

الدين والإعلام والاتصال

منذ بواكير ظهورها تأثرت وسائل الاتصال تأثراً عميقاً بالفكر الديني، فقد استخلص بيرنر مانفريد Pirner Manfred من تحليله العديد من البحوث الدينية والأنثروبولوجية في علاقتها بالاتصال وجود تأثير واضح للدين وللأفكار والممارسات الدينية فيما تبيته وسائل الإعلام. وقد بدا هذا الأثر واضحاً في العديد من المظاهر أبرزها وجود العديد من القصص والأعمال الدرامية التي قدمتها وسائل الإعلام متشعبة بالأفكار ذات المنشأ الديني أو المستوحاة من الدين، من قبيل ذلك اشتمال تلك الأعمال على إشارات واضحة لفكرة الخلاص بالمعنى الديني، وفكرة الصراع بين الخير والشر؛ فغالب الأعمال الدرامية في وسائل الإعلام لا تكاد تخلو من أبطال أحيان يحاربون الشر من أجل نشر الخير وتحقيق العدل. وغالبا ما يحدث انتصار الأخيار من خلال مساعدة قوى علوية أو خارج الطبيعة أو مفارقة لعالم البشر بعد التضحية بأشياء غالية لديهم، ربما بحياتهم ذاتها ن أجل انتصار الخير على الشر.

تجلى أيضا تأثير الدين على وسائل الإعلام والاتصال في إتجاه تلك الوسائل الإعلام إلى طرح أسئلة وجودية كبرى عادة ما تطرح في إطار الدين والفكر الديني، من قبيل تلك الأسئلة الوجودية: من أين جننا؟ وإلى ماذا سنصير؟ ما معنى الحياة؟ ما الذي تنطوي عليه المعاناة الإنسانية من معانٍ؟ ولماذا تحدث تلك المعاناة؟ ما المصير؟ ما حقيقة الحياة الآخرة التي تنتظرنا خلف تلك الحياة التي نحياها؟ ما الصواب وما الخطأ؟ ما الخير وما الشر؟ وكيف لنا أن نعرف الفرق بينهما؟ وغيرها من الأسئلة؟ كما تناولت وسائل الاتصال مختلف أشكال المشاعر الإنسانية؛ من حب وخوف ويأس ورجاء وميول عدوانية من خلال توظيف الدين³⁷.

وتشير الكتابات إلى أن وسائل الإعلام التقليدية لطالما واجهت عدداً من المعضلات في إطار تغطيتها للشأن الديني جعلها تعتقد أنه مجال يصعب تغطيته وفقاً لأساليب العمل

الإعلامي المعتادة، أبرز تلك الصعوبات أن أغلب الإعلاميين ليسوا على درجة كافية بالثقافة الدينية ويفتقرون للتدريب على تغطية أحداثه وقضاياها، وإعتقاد المحررين والناشرين أن تغطية هذه القضايا يؤدي في كثير من الأحيان إلى الوقوع في الخلاف والجدل، كون أغلب القضايا الدينية هي بطبيعتها قضايا جدلية.

يضاف إلى ذلك اعتقاد الكثير من الإعلاميين عدم قدرتهم على الوفاء بالمعايير الدينية عند تغطيتهم للشأن الديني؛ كمعايير الموضوعية والحياد، نظرًا لأن الشأن الديني لا يوجد فيه طرفان واضحاً المعالم يمكن التعويل على التوازن بينهما تحقيقاً لهذين المبدأين³⁸.

هناك مشكلة أخرى ينفرد بها الدين في وسائل الاتصال عن غيره من الشؤون الأخرى، وهي أن أغلب ما هو ديني يرتبط بالضرورة بالوحي والحياة الآخرة، وبما هو روعي أو متعالي غير مادي، أما الإعلاميون، فأكثر تعاملهم مع ما هو ملموس من وقائع تقع في مكان وزمان محددين، ووجود العديد من الأديان التي يصعب على الإعلاميين تصنيفها أو توصيفها. لهذا يُستلم القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام بضرورة الإتجاه نحو تغطية الظواهر والوقائع الدينية وفقاً لمجموعة من الافتراضات التي إلى مستوى التحيز (biases)³⁹.

وينبه ستيفورت هوفر Stewart M. Hoover أحد أبرز من بحثوا في العلاقة بين الدين ووسائل الاتصال إلى أن فهم التدين على حقيقته في عصرنا الراهن يستلزم فهم الطرق والوسائل التي باتت الأديان المختلفة ومعتقديها يتفاعلون بها مع وسائل الإعلام الحديثة. فمنذ منتصف القرن العشرين بدأ الأمر على صعيد العلاقة بين الدين ووسائل الاتصال وكأن الطرفين قد وصلا إلى ما يشبه حالة الثبات والاستقرار في العلاقة بينهما، وهي حالة شكلتها محدودية عدد وسائل الاتصال المتاحة آنذاك من جانب، وقلة، أو ضعف المحتوى الديني في تلك الوسائل التي كانت دائماً أكثر انشغالاً بأنماط أخرى من المحتوى مقارنة بالدين.

وخلال الربع الأخير من القرن العشرين مع بروز العديد الحركات الدينية الأصولية وحركات التجديد الديني في الغرب حاولت تلك الجماعات الدينية تحقيق الإنتشار والبروز عبر استغلال وسائل الاتصال والإعلام، فقد بدأ لزعماء تلك الحركات أنه من اليسير عليهم استغلال الروح التجارية الترويجية والرموز والرسائل الإقناعية التي تحفل بها وسائل الإعلام في نشر أفكارها ومعتقداتها وجذاب والمزيد من المؤمنين بأفكارهم⁴⁰.

ومع مطلع القرن الحادي والعشرين شهد العالم وقوع هجمات 11 سبتمبر في نيويورك، ودوت تفجيرات في بالي ومدريد ولندن، وهي الأحداث التي أدت إلى تغيير التصورات المتعلقة بالدين على المستوى الدولي، وقدمت تصورات مغايرة حول الدين والتدين أسهمت في تشكيل ردود الفعل، والخطاب المتعلق بالدين في مختلف أنحاء العالم، كما

ساهمت في إعادة تشكيل عدد من الحقائق الاجتماعية في الغرب، من قبيل إعادة النظر في فكري الهجرة والتنوع العرقي، واللذان بات الغرب ينظر إليهما نظرة جديد ملؤها الشك والارتياب.

وتشكلت بناء على كل ذلك تصورات شائعة حول الدين، قامت للأسف الشديد على سوء الفهم والجهل والتشكك أكثر مما قامت على المعرفة الحقيقية بجوهر الدين، وبدت وسائل الإعلام والاتصال أقل قدرة على مقاومة إغراءات التعرض للدين في مختلف المضامين والمواد الاتصالية، نظرًا لما صار الدين يتمتع به من قدرة على جذب الجماهير وطرح القضايا المثيرة للجدل وللنقاش⁴¹.

وتشهد الظاهرة الدينية عموماً والأديان المختلفة تغيرات شتى ويرى Stewart M. Hoover أن الكثير من تلك التغيرات يمكن أن تعزى إلى وسائل الإعلام والاتصال، إذ تشكل وسائل الاتصال – وفق مقولات وتفسيرات نظرية التأطير الإعلامي – الإطار The Frame أو النافذة التي ننظر من خلالها للدين ونفهم ما يترتب الديانات المختلفة. سواء الديانات التي نعتنقها أو تلك القريبة منا أو تلك البعيدة عن مواقعنا وأفهامنا.

ويقسم الأطر التي تقدمها وسائل الاتصال والإعلام حول الدين والتدين إلى فئتين كبيرتين من الزوايا والأطر، أطر تتعلق بالأخبار ووسائل الإعلام الإخبارية، وأطر خاصة بوسائل الاتصال غير الإخبارية من ترفيهية وفنية وثقافية ودرامية⁴².

الدين والإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي:

منذ ظهورها ونموها وتوسع عدد مستخدميها من منتجين ومستهلكين للمحتوى اشتبكت الإنترنت مع الظاهرة الدينية، على وجه التحديد منذ أواسط عقد التسعينيات من القرن المنصرم، لدرجة دفعت البعض إلى صياغة وصكّ عدد من المصطلحات التي حاولت توصيف المحتوى الديني على الشبكة، من قبيل مصطلحات: التدين الرقمي Digital Religion والتدين السيبراني Cyper-Religion، وغيرهما من المصطلحات التي عكس محتواها نوعاً جديداً من التدين لا ينتمي بشكل كامل للعالم الواقعي⁴³.

وقد أدى ارتباط التدين بالبيئة الرقمية إلى خلق أشكال جديدة من التصورات حول الدين، بعضها يوتوبي متفائل، وبعضها الآخر متشائم، وبعضها الثالث خيالي، غير أنّ هذه التصورات تعود وتتفق بشأن التأكيد على أنّ البيئة الرقمية الافتراضية خلقت أشكالاً جديدة من الممارسات الدينية المتحررة من أنماط التدين التقليدية وقيوده⁴⁴.

ويمكن النظر إلى المحتوى والسلوك الاتصالي الديني على مواقع التواصل الاجتماعي على أنّه سلوك اجتماعي يتم وفق نظام للمعلومات والاتصال، شأنه شأن شتى سلوكيات التفاعل الاجتماعي التي تتم على تلك المواقع، وهو التوجه الذي يجب أن يحكم أي مدخل لتحليل رموز وشفرات ورسائل التواصل الاجتماعي، فوسائل التواصل الاجتماعي باتت ساحة تتجسد عليها أشكال جديدة من العلاقات الاجتماعية تتم عبر ما

أطلق عليه أفعال التواصل الجمعي *collective communicative acts*، في إطار تقنيات ونظم معلوماتية واتصالية ذات طبيعة معينة⁴⁵.

ويلفت كامبل Campbell إلى أن الطوائف الدينية في تعاملها مع وسائل الاتصال لم تكن معارضة للتكنولوجيا الحديثة كما قد يتبادر لتفكير البعض، غير أنهم تعاملوا مع تلك الوسائل في إطار مجموعة من القيود والمحددات والعوامل ذات الأساس الديني، هذه المحددات والعوامل أثرت في تشكيل أنماط تعامل الأفراد المتدينين مع وسائل الاتصال والإعلام الجديد⁴⁶.

وقد لاحظ كل من هوفر Stewart M. Hoover وفينتوريلي Shalini S. Venturelli أن بعض البحوث والكتابات رصدت أن صعود الأصوليات الدينية واليمين الديني المحافظ وأجنحة اليسار الديني الراديكالي تزامن مع بروز ظواهر العصر الرقمي الجديد. والتغيرات الجوهرية التي طرأت على الحياة المعاصرة⁴⁷.

وفي دراسة لها تبدي يارون كاتز Yaron Katz دهشتها من ملاحظة غريبة وهي أن الجماعات التي كانت أكثر إنديفاً للتعامل مع تقنيات التواصل الحديثة في المجتمع الإسرائيلي هي الجماعات الأرثوذكسية اليهودية الأصولية وجماعات الحريديم والتي تعد من أكثر الجماعات تشدداً في أرثوذكسيتها، وهي مفارقة غريبة أن يندفع لتوظيف تقنيات التواصل الحديثة الجماعات الدينية الأكثر محافظة وتشدداً⁴⁸.

وقد فرضت تكنولوجيا الاتصال الحديثة تحديات جديدة أمام الطوائف و الجماعات والمذاهب الدينية المختلفة، غير أن الأفراد و الجماعات الدينية استوعبوا سريعاً هذه التقنيات الحديثة لدرجة جعلتهم يتقنون كيفية استخدام وتوظيف الإعلام الجديد بما يعود بالفائدة على أديانهم ومذاهبهم والوفاء باحتياجاتهم الدينية من جانب وخدمة سجالاتهم مع التجمعات الأقل تديناً في المجتمع من جانب آخر⁴⁹.

ويرى ستيفورات هوفر Stewart M. Hoover أستاذ ورئيس مركز الإعلام والدين والثقافة بجامعة كلورادو أن الثورة الرقمية لم تؤد فقط إلى فيضان من الكتابات التي تتحدث عن التغيير بل أن تلك الثورة الرقمية أنتجت أيضاً سلوكيات دينية مستحدثة لم تكن قائمة من قبل، ممارسات نكون ساذجين في فهمنا لها لو اعتبرناها محايدة ستترك التدين والمتدين على ما كانا عليه، فهذا ضد منطق الظواهر الاجتماعية التي تأتي التأثير ببعضها البعض، فقد أثارت تلك التقنيات نقاشات حادة حول تأثيرها على الممارسات الثقافية والبناء الاجتماعي، ومدى إمكانية استمرار البناءات الاجتماعية التقليدية التي كانت قائمة قبل تلك التقنيات⁵⁰.

نتائج البحث

1- الأفكار والموضوعات الرئيسية التي تشتمل عليها المنشورات الدينية

جدول رقم (1): الأفكار والموضوعات الرئيسية

النسب المئوية	التكرارات (*)	الأفكار والموضوعات
18,9	56	الدعوة إلى حسن الخلق والتمسك بالقيم الدينية وحسن العبادة
17,3	51	التوجه إلى الله بالدعاء والرجاء
10,5	31	الدعوة إلى القرب من الله ومحبيه وذكره وتسبيحه وتأمل صفاته
10,3	30	الحث على الصبر عند وقوع البلاء، وحمد الله على البلاء، والرضا به عند وقوعه
8,5	25	انتقاد مسلك ديني أو مسلك اجتماعي من منظور ديني
8,1	24	الحديث عن فضل الشهور والمناسبات والأوقات وتوجيه التهاني والدعاء في المناسبات
5,8	17	الاستغفار أو طلب العفو والمغفرة
4,7	14	إظهار الود للأخريين وتمني الخير لهم
4,4	13	فكرة التوكل على الله وتفويض الأمر له، وطلب العون منه والاستعانة به
3,7	11	التوجه بالشكر والحمد والثناء على الله تعالى
2,7	8	الترحم على الموتى وطلب الرحمة والمغفرة لهم
2,3	7	الثناء على الرسول والإعلان عن محبته والافتداء به وحث الآخرين عليه
2,1	6	إبداء التعاطف مع بعض الفئات الاجتماعية وإبداء التسامح مع الآخر
0,7	2	موضوعات أخرى
100	295	المجموع

(*) إجمالي عدد الأفكار أكبر من إجمالي العينة، لأن التدوينية الواحدة قد تشتمل على أكثر من فكرة أو قضية أو طرح فهي في النهاية رسائل لقضايا شخصية غير مخطط لها عفوية في أغلب الأحيان لهذا لا تلتزم فيها الفقرة بفكرة واحدة كما هو معتاد في كتابات أخرى.

بينت نتائج التحليل أن موضوعين رئيسيين يحتل الترتيب الأول ضمن موضوعات المنشورات الدينية، وبنسب مئوية متقاربة للغاية، وهما موضوع "الدعوة إلى حسن الخلق والتمسك بالقيم الدينية وحسن العبادة" بنسبة 18,9%، يليه موضوع "التوجه إلى الله بالدعاء والرجاء" بواقع 17,3%. ففي إطار الدعوة إلى حسن الخلق والتمسك بالدين وردت العديد من المنشورات التي تتضمن الدعوة إلى التمسك بالقيم والسلوكيات الدينية، والحث عليها وعلى حسن الخلق في المعاملات، والنهي عن ارتكاب الأفعال الخاطئة أو المشينة. كذلك تضمن موضوع "التوجه إلى الله بالدعاء والرجاء" أدعية شتى لرفع الابتلاء وإبعاد الحزن وارتجاع التمسك بالدين والسعي إلى الفرج بعد الضيق، وتيسير أمور الحياة والنصر.. وغيرها من أوجه الدعاء لله تعالى.

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

وورد بالترتيب الثالث بنسبة 10,5% الدعوة إلى القرب من الله ومحبته وذكره وتسبيحه وتأمل صفاته، ومن أمثلة ذلك تناول قيمة اعتزال الناس وإظهار الرغبة في الاعتزال الدنيا، والدعوة إلى الزهد في الدنيا والتعلق بالآخرة، وإظهار الفقر بين يدي الله، والحديث عن الذات والصفات الإلهية وتنزيهه الله تسبيحه وتمجيده.

وبنسبة قريبة للغاية من السابقة بواقع 10,3% يرد الحث على الصبر عند وقوع البلاء والإبتلاء، وحمد الله على البلاء، والرضا به عند وقوعه من قبيل ذلك إبداء الفرح وعدم الحزن ودعوة وحث الآخرين على عدم اليأس والثقة في فرج الله، والرضا بقضاء الله وقدره، والإيمان بحكمة القدر، وأن الأمر كله خير، وضرورة الصبر لتحقيق الآمال.

وبنسبة أقل بلغت 8,5% ترد طائفة الموضوعات التي تقوم على انتقاد مسلك ديني أو مسلك اجتماعي من منظور ديني، حيث إشتهل الخطاب على العديد من الموضوعات التي تقوم على الاشتباك مع الواقع من منظور ديني. من قبيل ذلك: انتقاد الخطاب الديني لدى فئات المجتمع أو لدى وسائل الإعلام، والتعليق الساخر أحياناً على وقائع دينية، أو بث الشكوى من سلوكيات الآخرين وانتقاد مسلكهم، ومناقشة أمور الحكم والسياسة من منظور ديني.. وغيرها من الموضوعات.

يلي ذلك مجموعة من الموضوعات التي وردت بنسب مئوية أقل، وبفارق واضح عن الموضوعات السابقة، من قبيل موضوعات: الاستغفار أو طلب العفو والمغفرة، وإظهار الود للآخرين وتمني الخير لهم، والتأكيد على فكرة التوكل على الله وتفويض الأمر له، وطلب العون والنصر منه والاستعانة به، فالتوجه بالشكر والحمد لله والثناء عليه، والترحم على الموتى وطلب الرحمة والمغفرة لهم، والثناء على الرسول والإعلان عن محبته والافتداء به وحث الآخرين على ذلك، وإبداء التعاطف مع بعض الفئات الاجتماعية وإظهار التسامح وقبول الآخر.

2- تحليل الأطروحات المركزية في الخطاب:

يهتم هذا الجانب بتحليل الفكرة الرئيسية أو المحورية في خطاب المنشورات الدينية على "فيس بوك"، أي الجانب الجوهرية الذي يتم تناوله في المنشور. والجدول التالي يبين نتائج هذا التحليل.

جدول رقم (2): الطرح المركزية في الخطاب

النسب المئوية	التكرارات	الأطروحات المركزية
21,5	43	التوجه لله بالدعاء والرجاء
15	30	الحث على حسن العبادة والتعبد أو ممارسة الشعائر والعبادات
9	18	الدعوة للقيم الأخلاقية ومكارم الأخلاق وحسن الخلق
9	18	الدعوة إلى التوكل على الله وتفويض الأمر لله والإقرار بالقدرة الإلهية وإبداء الثقة في تدبير الله

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

8	16	نقد مسلك أو خطاب ديني أو ممارسة النقد الاجتماعي وانتقاد ظواهر اجتماعية من منظور ديني
6	12	الحث على الصبر والدعوة إلى عدم اليأس، وتقبل البلاء والابتلاء، وبتث الثقة والثبات في الذات والآخرين
5	11	إظهار التعلق بالدين وبالله، وارتجاع القرب منه وإفراغ القلب له والتمسك بطريقه
4	9	توجيه التهاني والدعوات لله في المناسبات وتمني الخير للآخرين
4	8	التوجه بالشكر والحمد والثناء على الله
4	8	طلب أو تمني الخير من الله وارتجاع العطاء
3	6	الترحم على الموتى وطلب الرحمة لهم وتعزية النفس لفراقهم والتأكيد على الحزن للفراق
3	6	تناول أمور الحكم والسياسة وتناول الواقع السياسي والاجتماعي من منظور ديني
2	4	الإقرار بالتقصير والاستغفار وطلب العفو والمغفرة والرحمة من الله
1,5	3	تشارك اللحظات والأحداث الشخصية والاجتماعية مع الآخرين من منظور ديني
1,5	3	إظهار القرب والمودة من الآخرين وتقبل الآخر، وإظهار التسامح والتعاطف معهم
1,5	3	مدح الرسول وإظهار الحب له
1	2	تأمل الذات والصفات الإلهية تأمل قدرة الله وتنزيهه عن الظلم
100	200	المجموع

ويظهر تحليل الفكرة أو القضية الرئيسية في خطاب المنشورات الدينية على موقع "فيس بوك" أن تلك الأطروحات يتصدرها التوجه لله بالدعاء والرجاء، وهو الطرح الذي ورد بأعلى نسبة مئوية وهي 21,5%، مما يشير إلى غلبة الطرح والصياغة الموجهة إلى الله بالدعاء والرجاء، ويكشف في الوقت ذاته أن خطاب المنشورات الدينية المنشورة على الفيس بوك هو في جانب منه خطاب لجوئي أو التجائي إن جاز التعبير يتوجه نحو الإله أو الذات الإلهية راجيا القرب منه وإفراغ القلب له.

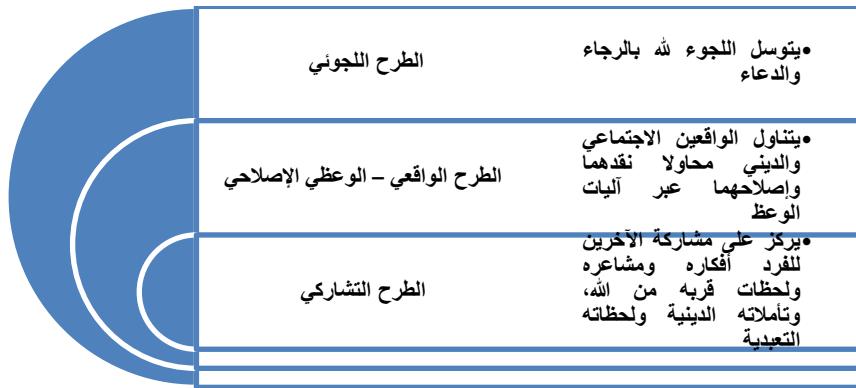
يلي ذلك بفارق ملحوظ عن النتيجة السابقة الأطروحات التي تركز على جانبين قريبين أولهما "الحث على حسن العبادة والتعبد أو ممارسة الشعائر والعبادات"، الذي ورد في الخطابات بنسبة 15%، ثم الأطروحات التي تركز على "الدعوة للقيم الأخلاقية ومكارم الأخلاق وحسن الخلق"، وهو الطرح الذي ورد بنسبة أقل بعض الشيء وهي 9%.

ترد بعد ذلك مجموعة الأطروحات التي تركز على نقد مسلك أو خطاب ديني أو ممارسة النقد الاجتماعي وانتقاد ظواهر اجتماعية من منظور ديني، وعلى الحث على الصبر والدعوة إلى عدم اليأس، وتقبل البلاء والابتلاء، وبتث الثقة والثبات في الذات والآخرين. وتلي ذلك مجموعة أطروحات وردت بنسب مئوية أقل، والتي تمثلت على الترتيب في: إظهار التعلق بالدين وبالله، وارتجاع القرب من الله وإفراغ القلب لله والتمسك بطريقه، ثم توجيه التهاني والدعوات لله في المناسبات وتمني الخير للآخرين، فالتوجه بالشكر والحمد والثناء على الله، وطلب أو تمني الخير من الله وارتجاع العطاء منه، يلي ذلك

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

الترحم على الموتى وطلب الرحمة لهم وتعزية النفس لفراقهم والتأكيد على الحزن للفراق، وتناول أمور الحكم والسياسة، وتناول الواقع السياسي والاجتماعي من منظور ديني، والإقرار بالتقصير والاستغفار وطلب العفو والمغفرة والرحمة من الله، وإعلام الآخرين ومشاركتهم اللحظات والأحداث الشخصية والاجتماعية من منظور ديني، وإظهار القرب والمودة من الآخرين، وتقبل الآخر، خاصة من أتباع الديانات الأخرى، وإظهار التسامح والتعاطف معهم، ومدح الرسول وإظهار الحب له، وتأمل الذات والصفات الإلهية تأمل قدرة الله وتنزيهه عن الظلم.

ومن خلال تحليل الأطروحات المركزية بالخطاب يمكن القول بوجود وجود ثلاث أطروحات رئيسية تتنافس على البروز داخل الخطاب، وهي: الطرح اللجوني الذي يتوسل اللجوء لله بالرجاء والدعاء، ثم الطرح الواقعي - الوعظي الإصلاحي الذي يتناول الواقعيين الاجتماعي والديني محاولاً تقديمهما وإصلاحهما عبر آليات الوعظ. وأخيراً هناك الطرح التشاركي، الذي يركز على مشاركة الآخرين للفرد أفكاره ومشاعره ولحظات قربه من الله، وتأملاته الدينية ولحظاته التعبديّة. وهو ما يمكن توضيحه عبر الشكل التالي:



شكل رقم (1): الأطروحات الرئيسية بخطاب المنشورات الدينية على موقع "فيس بوك"

3- وصف طبيعة الرسائل الاتصالية الدينية المنشورة على موقع "فيس بوك"

جدول رقم (3): طبيعة الرسالة الاتصالية الدينية

النسب المئوية	التكرارات	وصف طبيعة الرسالة الاتصالية الدينية
22	63	نصوص الدعاء والرجاء
18,5	53	استلهام وإيراد واستدعاء نص تراثي أو نص مقدس أو دعاء أو نص ديني ماثور
13,6	39	نص يقرر أو يؤكد مبدأ دينياً أو فضيلة من الفضائل
8,1	23	التوجه للآخرين بدعوة مباشرة أو غير مباشرة للتخلي بقيمة ما

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

7,3	21	نص يعبر عن شعور أو هم شخصي من منظور ديني
6,6	19	الحديث النقدي أو الساخر عن ممارسات أو مقولات دينية أو عبارات ناقدة للواقع الديني والسياسي والاجتماعي
6,2	18	عبارات التهاني في المناسبات الدينية والتشارك الاجتماعي
3,8	11	الحديث المباشر إلى الذات الإلهية
3,8	11	استدعاء مقولات وآراء وقصص ذات بعد ديني وتأبيدها أو تفنيدها
2,4	7	عبارات الحمد والثناء وشكر الله على نعمته وعبارات الذكر والتسبيح
2,4	7	عبارات الترحم على الموتى
2,1	6	استعارة قصص ديني أو سير وحكمة دينية أو مقاطع شعرية واسقاطها على الواقع السياسي والاجتماعي
2,1	6	عبارات الذات والصفات وتأمل القدرة الإلهية وحسن التدبير الإلهي
1,1	3	حديث عن الدين أو التدين بلغة شعبية دارجة أو بلغة الفرائكو أراب
100	287	المجموع

تصدرت نصوص الدعاء والرجاء النصوص والرسائل والمنشورات الدينية على فيس بوك بنسبة بلغت 22%، مما يشير بشكل واضح إلى توظيف كبير من جانب أفراد العينة لنصوص الدعاء والرجاء على صفحات التواصل الاجتماعي رغم كونها من النصوص التي توجه إلى الله أو الذات الإلهية في الأساس وهو أمر لا بد أن يستلقت إنتباه البحث في هذا النوع من الخطابات على وجه العموم والتفسير النفسي لهذا المسلك على وجه الخصوص.

يلي ذلك في الترتيب الثاني ما يمكن أن نسميه "استلهام المقدس"، بمعنى استلهام وإيراد واستدعاء نص تراثي أو نص مقدس أو نص ديني ماثور، وهو ما يرد غالبًا بهدف عرض وتدعيم الفكرة وتقوية حجتها*).

ويرد في الترتيب الثالث، بفارق واضح عن سابقه النصوص والرسائل التي تؤكد على مبدأ ديني أو فضيلة من الفضائل أو قيمة من القيم الدينية، وذلك بنسبة (13,6%). وترد بعد ذلك بنسبة أقل الرسائل التي تتضمن التوجه للآخرين بدعوة مباشرة أو غير مباشرة للتخلي بقيمة ما، مع توظيف لعبارات الحث والإغراء للآخرين على التحلي بتلك القيم الدينية أو القيام بسلوك.

وبنسبة مقارنة لسابقتها ترد النصوص التي تعبر عن شعور أو هم شخصي من منظور ديني، وإيراد الرسائل التي تشير إلى الإفصاح عن حالة الذات وما تشعر به. ثم، وينسب أقل ولكنها متقاربة، ترد نوعيتان من النصوص أو الرسائل الاتصالية، أولهما الرسائل الساخرة أو الناقدة لممارسات أو مقولات دينية أو عبارات ناقدة للواقع الديني والسياسي والاجتماعي، أما الثانية فهي الرسائل التي تحمل عبارات التهاني في المناسبات الدينية والتشارك الاجتماعي وإلقاء التحية بعبارات دينية، وتمني الخير للآخرين وإبداء التعطف معهم.

وترد بعد ذلك بنسب أقل مجموعة أخرى من الرسائل تتمثل في: الرسائل التي تتضمن حديثاً مباشراً للذات الإلهية، ونصوص ورسائل تقوم على استدعاء مقولات وآراء وقصص ذات بعد ديني وتأبيدها أو تفنيدها، والرسائل التي تنطوي على عبارات الحمد

(* لاحظ الباحث خلال التحليل أن استلهام النص الديني الماثور أو المقدس، وإعادة كتابته على الصفحة كانت تشويه في بعض الأحيان أخطاء واضحة في الصياغة، وهو أمر يبدو طبيعيًا في ضوء طبيعة الوسيلة من حيث كونها تقوم على المساهمات الشخصية غير المدققة.

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

والثناء وشكر الله على نعمته وعبارات الذكر والتسبيح، تليها عبارات الترحم على الموتى، والرسائل التي تقوم على استعارة القصص الديني أو استلهاهم السير والحكم الدينية أو إبراد مقاطع شعرية، واسقاطها على الواقع السياسي والاجتماعي، فالعبارات التي تكون رسائل تصف الذات والصفات وتشير إلى تأمل القدرة الإلهية وحسن التدبير الإلهي، فالرسائل التي تتناول الدين أو التدين بلغة شعبية دارجة أو بلغة "الفرانكو أراب"، أو ما يطلق عليه أيضاً "الأرابيش" أو "الأرابيزي"، والتي تشيع على صفحات التواصل الاجتماعي، علماً بأن تلك النوعية الأخيرة من الرسائل وردت بنسب ضئيلة للغاية، ولكنها وردت بشكل أو بآخر، ما يشير إلى أن الرسائل الدينية تأثرت على نحو ما بسمات الوسيلة الجديدة الحاملة للخطاب.

4- مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها أو يركز عليها الخطاب:

يتناول هذا الجزء تحليل المكون الديني الذي يشتمل عليه الخطاب، أي طبيعة الجانب الديني الذي يركز عليه، فهل ما يُطرح مثلاً يتعلق بالاعتقادات أم بالعبادات أم بالدعاء أم باستلهاهم النص المقدس من قرآن وحديث؟ وهكذا.

جدول رقم (4): مكونات الظاهرة الدينية التي يتناولها الخطاب

النسب المئوية	التكرارات(*)	مكونات الظاهرة الدينية
17,3	74	دعاء
12,8	55	اعتقادات
11,5	49	التعبير عن هم نفسي أو عن حالة شعورية بعبارات دينية
9,8	42	التذكير والحث والتبليغ
7,9	34	روى وتفسيرات ودلالات دينية للواقع
6,1	26	عبادات
5,8	25	المعاملات
4,2	18	استحضار نص قرآني
3,9	17	انعكاسات التدين على الواقع الفردي والاجتماعي
3	13	إبداع أو جلب أو استدراج التعاطف مع الذات والآخرين
2,5	11	طقوس دينية
2,5	11	نقد الواقع السياسي والخطاب الديني والاشتباك مع حالة الصراع السياسي
2,3	10	الممارسات الشعبية والتدين العام أو التدين لدى عامة الناس
2,1	9	استحضار الحديث الشريف
1,9	8	فولكلور أو موروث ديني
1,4	6	قبول الآخر والتسامح والتعاطف معهم
1,2	5	استعادة مآثور ديني عن السلف
0,9	4	السيرة والتاريخ الديني
0,9	4	نقد سلوك المسلمين أو ممارسات الجماعات الدينية وجماعات الإسلام السياسي
0,4	2	القصص الديني
0,2	1	التفسير
0,7	1	موروث صوفي
0,7	3	أخرى
100	428	المجموع

(*) إجمالي عدد مكونات الظاهرة الدينية التي تم رصدتها أكبر من إجمالي العينة، لأن التدوينة الواحدة قد تشتمل على أكثر من مكون ديني فقد تشتمل على دعاء وآية قرآنية وحديث وتعبير عن اعتقاد ديني ما.. إلى غير ذلك من مكونات.

وقد خلص التحليل إلى أنَّ المكون الأبرز والذي تصدر المكونات الدينية الأخرى هو مكون "الدعاء" بنسبة بلغت 17,3%، يليه في الترتيب الإهتمام بإيراد "الإعتقادات" من خلال عبارات تؤكد على إعتقادات دينية معينة بنسبة قريبة من سابقتها بلغت 12,8%، ليرد في الترتيب الثالث وبنسبة قريبة من سابقتها المكون الذي يوظف بهدف التعبير عن هم نفسي أو عن حالة نفسية وشعورية بعبارات دينية بنسبة مئوية بلغت 11,5% ويرد بعد ذلك طائفة واسعة من المكونات الدينية التي عير عنها الخطاب والتي تمثلت في: التذكير والحث والتبليغ، وتقديم رؤى وتفسيرات دينية للواقع، فالتركيز على العبادات، ثم التركيز على المعاملات، ثم استحضار النص القرآني، فتناول انعكاسات التدين على الواقع الفردي والاجتماعي، وإبداء أو جلب أو استدرار التعاطف مع الذات والآخرين. أما مكونات الظاهرة الدينية التي وردت بنسب مئوية قليلة نوعاً ما فقد تمثلت في: إبداء أو جلب أو استدرار التعاطف مع الذات والآخرين، وتناول الطقوس الدينية، فالحديث في نقد الواقع السياسي، والخطاب الديني والاشتبك مع حالة الصراع السياسي، كل ذلك من منظور ديني، فتناول الممارسات الشعبية والتدين العام أو التدين لدى عامة الناس، ثم القيام باستحضار الحديث الشريف، فتناول الفولكلور أو الموروثات الدينية، ففكرة قبول الآخر والتسامح والتعاطف معه، واستعادة مأثور ديني عن السلف، فتناول السيرة النبوية والتاريخ الديني، ثم نقد سلوك المسلمين أو ممارسات الجماعات الإسلامية وجماعات الإسلام السياسي، فأيراد القصص الديني، والتفسير، وأخيراً الموروثات الصوفية.

5- مغزى الخطاب أو المقاصد الضمنية للخطاب:

يبحث هذا الجزء من التحليل في مقاصد الخطاب، وغاياته الرئيسية الجوهرية، من خلال البحث عن المستوى الضمني من الخطاب الديني. ويقصد بمغزى الخطاب أو المقاصد الضمنية للخطاب القصد الجوهرى والفعلي من إنتاج الخطاب، ونشره والذي قد لا يبدو على سطح النص، ولكنه يحتاج إلى رصد وربط بين لغة الخطاب وسياق إنتاجها ومجمل المعنى العامة الذي حاول المستخدم توصيله.

جدول رقم (5): مغزى أو مقاصد الخطاب الديني

النسب المئوية	التكرارات	مغزى الخطاب أو مقاصد الخطاب
26	52	الإعلان عن الذات الدينية وتوكيدها وترسيخ صورة الذات المتدينة وأفكارها ومشاعرها
21	42	التعبير عن الحالة الشعورية وتشاركها مع الآخرين مع ربط تلك الحالة بالدين
17	34	الحث والوعظ والتبليغ من خلال دعوة الذات والآخرين إلى التمسك بالقيم الدينية
10	20	الإلتجاء إلى الله، والإعلان عن التمسك بالله وبطريقه والإلتجاء إليه
10	20	بث الصبر واليقين في الذات، وتوسل الطمأنينة والسلام النفسي
9,5	19	التعبير عن رؤيته الذاتية للواقع
5,5	11	انشاء حالة من التواصل مع الآخرين وتشارك الأفكار والمشاعر معهم
1	2	نشر وبسط أفكار و مبادئ دينية
100	200	المجموع

تُبيّن نتائج تحليل المغزى الضمني أو مقاصد خطاب المنشورات الدينية لمستخدمي "فيس بوك" أن المقصد أو المغزى الضمني الخاص بالإعلان عن الذات الدينية، أو الذات المتديّنة وتوكيدها وتوكيد حضورها وترسيخ صورة تلك الذات المتديّنة والإعلان عن أفكارها ومشاعرها وسماتها وملامحها، وكان هذا المغزى أو المقصد الضمني حاضرًا في الخطاب بنسبة رصد بلغت 26%.

ولعل من أبرز أمثلة حضور هذا المقصد الضمني تلك النصوص والمنشورات التي تشير إلى إطلاع الآخرين المتواجدين على الصفحة على العلاقة بالذات الإلهية والتفكير الدائم فيها والرغبة في القرب منها والتعبير عن سير المستخدم في طريق الله، والارتباط بهذا الطريق بالإضافة إلى المنشورات التي يعمد فيها المستخدم إلى بث الرجاء والدعاء والاستغفار، والإشارة إلى الانحياز إلى القيم الدينية السوية، فغالب المنشورات التي تم فيها رصد هذا المغزى أو المقصد الضمني لمنشئ الخطاب كانت تسعى في عمقها الفكري وسمتها اللغوي إلى اظهار وإطلاع الآخرين على موقفه من التدين والتدين، وشكل العلاقة بالله وأنه على التواصل مع الله.

يرد بعد ذلك في الترتيب الثاني المقصد الخاص بالتعبير عن الحالة الشعورية وتشاركها مع الآخرين مع ربط تلك الحالة بالدين، وذلك بنسبة (21%)، حيث رصد البحث في هذا السبيل انشغال الكثير من النصوص في معانيها الضمنية بالتعبير عن الهم النفسي ومحاولة التغلب على الحزن الهروب من الهموم والكرب وإعلان الفرد عن حالته النفسية الشعورية للآخرين من منظور ديني.

ويرد في الترتيب الثالث بنسبة (17%) القصد الخاص بالحث والوعظ والتبليغ من خلال دعوة الذات والآخرين إلى التمسك بالقيم الدينية، يلي ذلك الإلتجاء إلى الله، والإعلان عن التمسك بالله وبطريقه والإلتجاء إليه أمام الآخرين أو في حضور الآخرين بنسبة مئوية بلغت (10%)، وبالنسبة ذاتها يرد المقصد الخاص ببث الصبر واليقين في الذات، وتوسل الطمأنينة والسلام النفسي.

ثم ترد بعد ذلك المقاصد الخاصة بالرغبة في التعبير من جانب الفرد عن رؤيته الذاتية للواقع، وتشاركه أفكاره مع الآخرين والإعلان عن رأيه بشأن الواقع السياسي والاجتماعي، وممارسة النقد السياسي الاجتماعي، رغبة في تغيير الواقع، أو مهاجمة واقع أو ممارسات معينة وانتقاد بعض الممارسات الدينية والاجتماعية، مع ضرورة ملاحظة أنّ الإتكاء على النص أو الخطاب الديني والانطلاق منه قد يتيح للفرد نقد الواقع السياسي والاجتماعي في لغة مناورة غير مباشرة.

ثم يرد بعد ذلك بنسبة أقل المقصد الضمني الخاص بالرغبة المجردة في انشاء حالة من التواصل مع الآخرين، وتشارك الأفكار والمشاعر معهم، دون وجود أي هدف آخر واضح لذلك، وأخيرًا المقصد الضمني المتعلق بنشر وبسط أفكار ومبادئ دينية معينة.

6- أنماط الخطاب الديني بالمنشورات:

يقوم هذا الجزء على تصنيف الخطاب الديني لمستخدمي موقع "فيس بوك" إلى مجموعة أنماط رئيسية بعد إجراء تحليل استطلاعي قبل التحليل الفعلي للخطاب جرى من خلاله استخراج الأنماط التي تبدو أكثر بروزاً وتكراراً، ثم جرى أثناء التحليل رصد معدلات ورود وحضور هذه الأنماط الرئيسية في الخطاب.

جدول رقم (6): تحليل أنماط الخطاب في المنشورات الدينية لمستخدمي فيس بوك

النسب المئوية	التكرارات (*)	أنماط الخطاب الديني
24.5	49	خطاب الوعظ والنصح والحث
15	30	الخطاب الكشفي أو الكاشف
10.5	21	الخطاب اللجوني أو الالتجاني
8.5	17	خطاب بث الرجاء والدعاء
6	12	الخطاب التبليغي أو التعريفي
4.5	9	الخطاب العاطفي أو الوجداني أو النفسي
4	8	الخطاب النقدي أو الانتقادي
4	8	خطاب بث وإبداء التعاطف مع الآخرين أو استدرار تعاطف الآخرين مع الذات
3.5	7	خطاب الحديث المباشر للذات الإلهية
3.5	7	الخطاب التوظيفي (يوظف الدين للاشتباك مع الواقع)
3	6	الخطاب التأملية
2.5	5	خطاب الاعتراف بالتقصير أو اقتراح الذنوب والاستغفار وطلب العفو والرحمة
1.5	3	الخطاب الشعبي
1.5	3	الخطاب القرآني
1.5	3	خطاب توجيه الحمد والثناء إلى الله وامتداح ذاته وصفاته وأفعاله
1	2	الخطاب الحجاجي
1	2	خطاب النهي عن فعل
1	2	الخطاب الساخر، أو الخطاب الذي ينطوي على توظيف الأسلوب الساخر
1	2	خطاب التحذير من الوعيد
1	2	الخطاب الصراعي
1	2	نمط غير محدد
100	383	المجموع

(*) مجموع التكرارات أكبر من حجم العينة لاشتمال المنشورات على عدة أنماط من الخطاب

تبيّن نتائج تحليل أنماط الخطابات الدينية بمنشورات الفيس بوك أنّ النمط الأبرز في هذا السبيل هو نمط "خطاب الوعظ والنصح والحث"، الذي شغل مساحة تربو على ربع العينة بواقع (24.5%) ما يشير إلى انشغال جانب غير قليل من هذا الخطاب بفكرة الوعظ الديني للآخرين. ويرد في الترتيب الثاني بواقع (15%) فقط ما أطلق عليه البحث "نمط الخطاب الكشفي أو الكاشف"، ثم تبدأ النسب المئوية في الهبوط أكثر مع

النمط الثالث من أنماط الخطاب الديني بمنشورات "فيس بوك" أطلق عليه البحث اسم "الخطاب اللجوي أو الالتجائي" الذي ورد بنسبة (10,5%)، والذي يلتجأ فيه المستخدم إلى الدين وإلى الله.

وبنسبة أقل ترد ثلاثة خطابات أساسية تتمثل في: "خطاب بث الرجاء والدعاء"، والذي يفسح المجال لعبارات الدعاء والرجاء، فالخطاب "التبليغي أو التعريفي"، و"الخطاب العاطفي أو الوجداني أو النفسي". وهو نمط يتحدث فيه المستخدم عن مشاعره وعواطفه من منظور ديني أو بعبارة دينية.

يلي ذلك الخطاب النقدي أو الانتقادي الذي يقوم على نقد الواقع السياسي والاجتماعي من منظور ديني أو نقد السلوك الديني للأفراد والجماعات المختلفة.

ومع انخفاض النسب المئوية لأنماط الخطاب الديني التي رصدها البحث ترد مجموعة من الأنماط، يتصدرها "خطاب بث وإبداء التعاطف مع الآخرين أو استدرار تعاطف الآخرين مع الذات" يليه خطاب "الحديث المباشر للذات الإلهية"، والذي لم يعد على صفحات التواصل الاجتماعي مجرد مناجاة كما كان في السابق، بل صار خطابًا يطلع عليه الآخرون المتواجدون على الصفحة. ثم هناك أيضًا نمط أطلق عليه البحث نمط "الخطاب التوظيفي" أو الخطاب الذي يوظف الدين للاشتباك مع الواقع. ليرد بعد ذلك "الخطاب التألمي"، الذي يبيث فيه المستخدم تأملاته الدينية أو الكونية أو الوجودية. هناك كذلك "خطاب الاعتراف بالتقصير أو الإقرار باقتراف الذنوب والاستغفار وطلب المغفرة والرحمة والعفو".

أخيرًا، ترد بقيم منخفضة أنماط من قبيل "الخطاب الشعبي"، والذي رصد التحليل أنه يستخدم ويوظف التعبيرات الشعبية في تناول الشأن الديني، ثم هناك "الخطاب القرآني" المقتصر على نشر آية قرآنية، أو عدد من الآيات الدالة على فكرة محددة ووضعها داخل المنشور، و"خطاب توجيه الحمد والثناء إلى الله وامتداح ذاته وصفاته وأفعاله"، ثم "الخطاب الحجاجي"، و"خطاب النهي عن فعل"، ثم "الخطاب الساخر"، أو الخطاب الذي ينطوي على توظيف الأسلوب الساخر في تناول المسائل الدينية، و"خطاب التحذير والوعيد"، و"الخطاب الصراعي"، وهو خطاب لاحظ الباحث أنه يقوم على توظيف الدين، سواء في إطار جوانب الصراع الفردي مع الآخرين، أو في إطار الصراع السياسي أو الاجتماعي للجماعات التي ينتمي إليها الفرد.

7- القيم الدينية التي يشتمل عليها الخطاب:

إطارًا كشف آخر لملامح خطاب التدين على مواقع التواصل الاجتماعي يقوم على رصد وتحليل القيمة الدينية المركزية التي تشتمل عليها منشورات ذلك الخطاب. وفيما يلي نتائج تحليل هذا الجانب.

جدول رقم (7): القيم الدينية التي يشتمل عليها الخطاب

النسب	التكرارات	القيم الدينية
15,9	39	ذكر الله والقرب منه والتمسك بطريقه والارتباط والتعلق به ومحبه
13,4	33	المحبة والود والإحسان للآخرين
10,2	25	حسن الفعل والالتزام بالأفعال الطيبة واستقامة وصلاح العمل والسلوك وحسن المعاملة
9,8	24	التوكل على الله أو اليقين بالله وبعطائه والثقة به وتفويض الأمر لله
8,5	21	الصبر وعدم اليأس والتمسك بالأمل ومغالبة الحزن، والرضا بالبلاء والإبتلاء والرضا بالقضاء، والإيمان بالقدر
6,1	15	الثبات على المبادئ والتمسك بالحق والصدق مع النفس
5,7	14	التوبة والاستغفار وطلب المغفرة
5,7	14	طاعة الله وحسن العبادة والتمسك بها والاجتهاد فيها وعدم المعصية
5,3	13	حمد الله، وشكر نعمته، والثناء عليه وعلى ذاته وصفاته
4,5	11	التسامح واحترام الاختلاف وتقبل الرأي الآخر
4,1	10	بر الوالدين والأهل والترحم على من مات منهم
2,8	7	ارتجاع الرحمة ونشر قيم الرحمة والتراحم
2	5	ارتجاع العون والتيسير والنصر والحماية من الله
1,2	3	الافتداء بالرسول ومحبه
1,2	3	حب الوطن والتعلق به
0,8	2	الزهد في الدنيا واعتزال الناس
0,8	2	انتقاد الواقع السياسي والاجتماعي
2	5	أخرى
100	246	المجموع

ويظهر الجدول أنّ القيم المتعلقة بذكر الله، والقرب منه والتمسك بطريقه، والارتباط والتعلق به، ومحبة الله تصدرت مجمل القيم الدينية التي رصدها التحليل بالمنشورات بواقع 15,9%، يلي ذلك في الترتيب بنسبة 13,4% قيم المحبة والود والإحسان للآخرين، وهو ما تجلّى في الخطاب في الدعوة إلى أو إظهار المودة للآخر، وإبداء المشاركة الوجدانية والتعاطف معهم، وتمني الخير لهم، و الدعوة إلى الإحسان إلى الآخرين وتقديم العون والمساعدة لهم، واحترامهم والرحمة بهم، وحسن التعامل معهم، والترحم على الموتى.

ووردت في الترتيب الثالث بنسبة 10,2% تقريباً قيم حسن الفعل والالتزام بالأفعال الطيبة، واستقامة وصلاح العمل والسلوك وحسن معاملة الآخرين. وهي درب من الأخلاق و القيم التطبيقية إن جاز التعبير والتي تدعو إلى تطبيق القيم الدينية في الواقع والمعاملات.

تلي ذلك مجموعة من القيم الأساسية بنسب أقل تنصدرها قيم التوكل على الله أو اليقين بالله وبعطائه والثقة به وتفويض الأمر لله، ثم قيم الصبر والمثابرة وعدم اليأس والتمسك بالأمل ومغالبة الحزن، والرضا على البلاء والإبتلاء والرضا بالقضاء والتغلب على

الحزن، والإيمان بالقدر. وكلا القيمتين السابقتين ربما يتخذهما الفرد سبيلاً لمقاومة إحباطات الواقع و التأقلم معه عبر الثقة في الله أولاً، والصبر والمثابرة على إحباطات هذا الواقع ثانياً.

وترد بعد ذلك القيم الداعية إلى الثبات على المبادئ والتمسك بالحق والصدق مع النفس، وهي قيم عكستها في المنشورات دعوات للاستقامة والصدق وعدم ازدواج الشخصية أو المعايير، وعدم ادعاء التدين، والبعد عن التدين الشكلي، وعدم التناقض في السلوك الديني، والتركيز على ما هو جوهري في الحياة وفي جوهر الدين، ونبذ ما هو هامشي، وعدم الانخداع بالظاهر.

وبنسبة ومعدلات قليلة نسبية عمّا هو سابق ترد مجموعة أخرى من القيم تتمثل في: التوبة والاستغفار وطلب المغفرة، وطاعة الله وحسن العبادة والتمسك بها والاجتهاد فيها وعدم المعصية، ثم حمد الله، وشكر نعمته، والثناء عليه وعلى ذاته وصفاته، تليها قيم التسامح واحترام الاختلاف وتقبل الرأي الآخر، وقيم بر الوالدين والأهل والترحم على من مات منهم، و القيم الداعية إلى أو المعبرة عن ارتجاع الرحمة ونشر قيم الرحمة والتراحم بين الناس، فقيم ارتجاع العون والتيسير والنصر والحماية من الله، وقيم الاقتداء بالرسول ومحبته، فقيمة حب الوطن والتعلق بهو التي كان يربطها بالقيم الدينية، ثم قيم الزهد في الدنيا واعتزال الناس، والقيم المرتبطة بانتقاد الواقع السياسي والاجتماعي.

8- تحليل المجالات أو الحقول الدلالية للكلمات والعبارات المفتاحية في خطاب المنشورات الدينية لمستخدمي "فيس بوك"

رصد البحث الكلمات المفتاحية في الخطاب، ثم جرى تحليلها بتقسيمها على مجالات أو حقول دلالية محددة، وحساب تكرارات هذه الحقول، ثم إعادة قراءة وتفسير تلك الحقول بعد ذلك، على النحو الموضح بالجدول الذي يظهر هذه الحقول كمياً وأمثلة بعض الكلمات والعبارات التي تنتمي لكل حقل.

جدول رقم (8): تحليل المجالات أو الحقول الدلالية للكلمات والعبارات المفتاحية في الخطاب

المجالات أو الحقول	التكرارات (*)	النسب	أمثلة للكلمات والعبارات المفتاحية (**)
تعبيرات دالة على الحث على التحلي بالقيم الخلقية والدينية، والحث على الأفعال والسلوكيات القويمة	45	15,5	التسامح - الأرزاء تُغرض ولا تُفرض - يثبت اللي بيصلي - في قلوبكم خيراً - اعتزال الناس - الحسنات يذهبن السيئات - في الدنيا كأنك غريب - رحم الله رجلاً خلقاً - الاختلاف - حاولوا تكونوا حقيقين - الدين محبة - الكنيسة - أضوا القلوب بالمحبة - لتنبهوا العقول بالدين - المسيحيون - المواطنة - الاستغفار - الصلاة - إني أحب أن أسمع من عبادي كلمة يارب - بروا أباءكم - الحب - لعنتك للأخرين - يقال اسمك في دعاء - يدعون لنا بالخير.
طلب المعونة وارتجاع الخير وطيب الحياة واستقامة السعي والخلق من الله	31	10,7	جياة طيبة - السعادة - عدم الشقاء - الرضى - جبر الخاطر - اليسر - الفرح - دون ذنب دون فقد دون خيبة - أكفنا شر الناس - أدرك عبادك - الفرج - النصر - العطاء - الستر - الشفاء المرض - كن معي - يا مسهل - ارفع عنا
عبارات دالة على التوبة والرجاء في الرحمة والعفو والمغفرة	23	7,9	تقصير - العفو - القرآن شفيقنا - البركات - الغفران - التوبة - الرحمة - اطلب رحمتك - غفران الذنوب - الاستغفار - العقاب - الذنوب - إني كنت من الظالمين - يارب اغفر - فعفوك يا إله الكون أعظم.

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

تعبيرات دالة على التوكل على الله وتقويض الأمر لله، واليقين به وبمعونته ونصره	23	7,9	تنتصر - عدل ربنا - زمن الفتنة - الثبات - اللهم انتقم الرزق - التوكل - وأفوض أمري - ألم أفقد اليقين - راضي بقضائك وعدك - تدبير الأمور - تهيئة الأسباب - عليك توكلينا
تعبيرات تتعلق بنقد السلوك الديني وتصحيح المفاهيم والسلوكيات الدينية، ونقد السلوك الاجتماعي من منظور ديني	23	7,9	بكي شيخنا - غصبا الأزاء تُغرضُ ولا تُفرضُ - يشوفوا نفسهم على حقيقتها - بلاش ادعاء - تجارة دين - مدعي التدين - حاولوا تكونوا حقيقيين - هتدمروا الدين - أي دين يعتنقون - عن اي مواطنه تتحدثون - الكذب - النفاق - في قلوبهم مرض - كغثاء السيل.
تعبيرات دالة على الحمد لله، وشكر نعمته والثناء على ذاته وصفاته	22	7,6	سبحان مغير الأحوال - بيده ملكوت كل شيء - واسع - عليم - الحمد - بصير - سبحان الله - فسبحوا الله وأحمدوه - الحمد لله - النور - أنت رحيم.
عبارات التوجه بالرجاء والدعاء	20	6,9	يارب - يدعى لما الدنيا تمطر - لا تجعلنا من الذين ضل سعيهم - أروي قلوبنا فرحاً - اللهم ارزقنا - اللهم أصلحني.
التهنيتي وتمني وارتجاء الخير للآخرين والدعاء لهم	19	6,6	كل سنة وأنتم طيبون - عيد ميلاد مجيد - جمعة مباركة - كل عام والأخوة المسيحيين بخير - اللهم بلغنا رمضان.
عبارات تؤكد على التعلق بالله وبطريقه والقرب منه والإطمئنان إليه، والزهد في الدنيا	18	6,2	الصدور - تطمئن القلوب - ألا بذكر الله - بابك يارب - متعلق بطريق الله - تقربت من ربي - اسجد واقترب - في الدنيا كاتك غريب
عبارات ترتبط بالبلاء والابتلاء في الدنيا والدين، وبث الصبر ومحاولة التغلب على الأحزان	18	6,2	الابتلاء - يوم بكيت منه - الابتلاء / الصبر على الابتلاء - الرضا - الصبر - بشر الصابرين - صبر جميل - لا تياسن - الحمد لله على كل حال.
عبارات تتعلق ببر الوالدين والأهل، وطلب الرحمة والمغفرة لهما	17	5,9	الآباء - الوالدين - بر الوالدين - رحمة الوالدين - بروا آباءكم - ذكري وفاة - يا اعز الناس - لاحياء ذكري - أشدد به أزرى
عبارات دالة على السلوكيات والشعائر والطقوس الدينية والعبادات والحث عليها	16	5,5	من قال سُبْحَانَ اللَّهِ - مسافة بينك وبين الله - على النبي صلوا - صلاة الفجر
تعبيرات دالة على التعبير عن المشاعر	8	2,8	الحزن - نزع حبه من قلبك - المحبوب - التعلق - الحب.
امتداح صفات النبي وابداء الحب له والافتداء به	3	1	اللهم صل وسلم
مجالات أو حقول أخرى	4	1,4	
المجموع	290	100	

(* عدد التكررات يفوق حجم العينة وذلك لرصد أكثر من كلمة أو عبارة مفتاحية في المنشور الواحد، وكذا إمكان تصنيف الكلمات والتعبيرات في أكثر من حقل دلالي.
(**) التزم الباحث في عرض أمثلة الكلمات والعبارات المفتاحية بالنص الحرفي للكلمات والعبارات الواردة بالمنشورات، والتي قد يجد قارئ البحث بعضها غير منضبط لغوياً، فقد تم إيرادها بنصها الحرفي دون التدخل فيها بالضبط اللغوي لإعطاء صورة واقعية.

يوضح تحليل الحقول الدلالية التي تنتمي لها العبارات المركزية في خطاب منشورات "فيس بوك" مستويات اقتران الكلمات والتعبيرات بأفكار محددة تشكل أو ترسم ملامح انشغالات مستخدمي فيس بوك وغاياتهم عند إنشاء وتشكيل الخطابات الدينية على موقع "فيس بوك". وقد أظهرت نتائج تحليل هذا المكون أن الكلمات والعبارات التي وردت بهذا الخطاب تنتمي إلى حقول شتى، جرى تحليلها كيفيا وكميا على عدة فئات ومستويات من التحليل، وكانت التعبيرات الدالة على "الحث على التحلي بالقيم الخلقية والدينية والحث على الأفعال والسلوكيات القويمة" تأتي في صدارة تكرارات ومعدلات الكلمات التي وردت بهذا الخطاب بنسبة بلغت (15,5%).

ويرد في الترتيب الثاني مجموعة العبارات والتعبيرات الدالة على "طلب المعونة وارتجاع الخير وطيب الحياة واستقامة السعي والخلق من الله"، أي الرجاء في الله في تحقيق أشياء محددة وورد هذا الحقل الدلالي بما نسبته (10,7%). فيما يرد في الترتيب الثالث بواقع (7,9%) ثلاثة حقول دلالية بالنسبة ذاتها، وهي: حقل "التوبة والرجاء في الرحمة والعفو والمغفرة"، وحقل "التوكل على الله وتفويض الأمر لله واليقين في الله وفي معونته ونصره"، وأخيرًا حقل "نقد السلوك الديني وتصحيح المفاهيم والسلوكيات الدينية، ونقد السلوك الاجتماعي من منظور ديني".

في إطار تقارب النسب المئوية أيضًا ترد الكلمات والتعبيرات المركزية المرتبطة بعدد من المجالات أو الحقول الدلالية القريبة بشكل كبير من بعضها البعض من حيث معدل الورد بالخطاب وهي حقل "التنهاني وتمني وارتجاع الخير للآخرين والدعاء لهم"، ثم حقل "التعلق بالله وبطريقه والقرب منه والإطمئنان إليه، والزهد في الدنيا"، فحقل "البلاء والابتلاء في الدنيا والدين، وبث الصبر ومحاولة التغلب على الأحزان"، إلى جانب الحقل الذي يؤكد على "بر الوالدين والأهل، وطلب الرحمة والمغفرة لهما"، وحقل "السلوكيات والشعائر والطقوس الدينية والعبادات والحث عليها"، ثم حقل "التعبير عن المشاعر" وجقل "امتداح صفات النبي وابداء الحب له والافتداء به".

9- المرجعية التي يستدعيها خطاب المنشورات الدينية على موقع "فيس بوك":

(أ) مدى استدعاء الخطاب لمرجعيات يستند عليها:

جدول رقم (9): مدى استدعاء الخطاب لمرجعيات

النسب المئوية	التكرارات	مدى استدعاء مرجعيات
42.5	85	نصوص تم فيها استدعاء مرجعيات
57.5	115	نصوص لم يتم فيها استدعاء مرجعيات
100	200	المجموع

تظهر نتائج الجدول السابق أن أقل من نصف نصوص العينة بقليل تم فيه استدعاء مرجعية ما، في حين كان ما يزيد عن نصف العينة بواقع 57,5% خاليًا من مرجعيات واضحة.

(ب) المرجعيات التي يستدعيها خطاب المنشورات الدينية:

جدول رقم (10): الأطر المرجعية أو المرجعيات التي تشتمل عليها المنشورات الدينية

النسب المئوية	التكرارات (*)	الأطر المرجعية
28,6	28	النص القرآني
21,4	21	مأثور الدعاء والابتهالات الدينية
15,3	15	الحديث الشريف والحديث القدسي
11,2	11	التاريخ والأثر والقصص الديني وسير ومأثورات الصالحين والسلف
5,1	5	السنة والسيرة النبوية
4,1	4	الأدب والشعر
4,1	4	مقاطع فكرية
6,1	6	خطابات دينية لأشخاص آخرين
4,1	4	مرجعيات أخرى
100	98	المجموع

(*) مجموع التكرارات أكبر من تكرارات نصوص العينة التي ظهر استعانتها بمرجعية معينة، نظرًا لأن بعض النصوص والمنشورات كانت تستدعي في بعض الأحيان أكثر من مرجعية.

تشير النتائج إلى أن النص القرآني أو النص المقدس يتصدر المرجعيات التي تستدعيها المنشورات الدينية على مواقع التواصل، يليه في الترتيب استدعاء مأثور الدعاء، تليها مجموعة من المرجعيات التي وردت بمنشورات الفيس تتصدرها الأحاديث النبوية والقدسية، وهي تنتمي إلى فئة المقدس كذلك، هناك أيضًا التاريخ والأثر والقصص الديني وسير ومأثورات الصالحين والسلف، والسنة والسيرة النبوية، والأدب والشعر، والكتابات والمقاطع فكرية المستمدة من كتب الفكر والثقافة، فالخطابات الدينية لأشخاص آخرين.

يلاحظ أيضًا أن ارتفاع استدعاء القرآن الكريم أو الحديث الشريف، سواء في إطار توسل غاية النصح أو توسل غاية التعليق على الواقع والاشتبك أو الكشف عن الذات ربما يمكن إرجاعه إلى شعور منتج الخطاب الديني بأن المقولات المقدسة والمأثورة تمنح قوة للحجج والأفكار التي يقدمها.

وقد لوحظ خلال التحليل أن الدعاء يجري بنسبة كبيرة باستخدام مأثور الدعاء أكثر من كونه دعاء يلقيه أو يكتبه المستخدم بنفسه أو على نحو مرتجل، وهو أمر لا بد أن يستلقت الانتباه؛ لماذا يفضل الناس حين يتوجهون بالدعاء التوجه بمأثور الدعاء؟

10- الفاعلون الحاضرون في خطاب المنشورات الدينية:

يعالج هذا الجزء جانبين، حيث يرصد القوى الفاعلة في خطاب المنشورات الدينية، ثم يرصد فئة المخاطب أو الموجه له الخطاب في تلك المنشورات، وذلك على النحو الموضح بالجدول التالي:

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

جدول رقم (11): القوى الفاعلة في الخطاب الديني لمنشورات "فيس بوك"

النسب المنوية	التكرارات	فئة المخاطب أو الموجه له الخطاب	النسب المنوية	التكرارات	القوى الفاعلة
59	92	الله أو الذات الإلهية	49.8	137	الله أو الذات الإلهية
29.6	46	الآخرون أو عموم الناس أو الذات الجمعية أو العباد أو الإنسان بشكل عام أو البشر أو الناس، أو الشعب	17.5	48	الآخرون أو عموم الناس أو الذات الجمعية أو العباد أو الإنسان بشكل عام أو البشر أو الناس، أو الشعب
1.3	2	النبي	6.9	19	النبي
3.2	5	الوالدان والأهل والأقارب وأفراد الأسرة والأصدقاء	5.1	14	الوالدان والأهل والأقارب وأفراد الأسرة والأصدقاء
0.6	1	ذات المتكلم (توظيف ضمير المتكلم)	2.9	8	ذات المتكلم
0.6	1	الصحابة	4	11	صحابية الرسول والصالحو الأولياء العباد الصالحون السلف الصالح
1.3	2	الشيوخ ورجال الدين والدعاة خطباء المساجد	1.8	5	الشيوخ ورجال الدين والدعاة خطباء المساجد
0.6	1	الحاكم أو الحكومة أو السلطات الرسمية	1.8	5	الحاكم أو الحكومة أو السلطات الرسمية
		-	0.7	2	شخصيات القصة الديني
1.3	2	المسيحيون وأتباع الديانات الأخرى	2.1	6	المسيحيون وأتباع الديانات الأخرى
		-	0.4	1	الجماعات المحافظة والمتشددة
		-	1.5	4	الفقراء والمحرومين والمرضى وذوي الحاجة ومن هم في محنة
		-	0.4	1	المحبوب
		-	2.1	6	الموتى والمتوفين
		-	0.4	1	المرأة
0.6	1	الوطن وأهله	1.1	3	الوطن وأهله
1.9	3	أخرى	1.5	4	أخرى
100	156	المجموع	100	275	المجموع

على مستوى القوى الفاعلة بالخطاب كان للذات الإلهية الحضور الأكبر سواء في فئة الفاعل أو فئة المخاطب أو الموجه له الخطاب، ما يشير إلى أن الخطاب الديني في

جوهره نوع من الإلتجاء إلى الذات الإلهية لتلمس العون منها والقرب إليها، إلتجاء لها واستعانة بها على محن الواقع ومصاعبه ورغبة في تحقيق الأمنيات.

يلي ذلك فئات أخرى كثيرة ترد بنسب مرتفعة أبرزها الآخرون أو عموم الناس أو الذات الجمعية أو العباد أو الإنسان بشكل عام أو البشر أو الناس أو الشعب و الذين يوجه لهم أو عنهم الخطاب الديني أو يتعلق بهم بشكل أو بآخر، فالنبي(ص)، ثم الوالدان والأهل والأقارب وأفراد الأسرة والأصدقاء، فذات المتكلم، وصحابة الرسول والصالحون الأولياء العباد الصالحون السلف الصالح، والشيوخ ورجال الدين والدعاة خطباء المساجد.

وهنا لا بد من ملاحظة انشغال المنشورات الدينية بالحديث عن العلاقة بالآخر، حيث تشيع في المنشورات الأفكار والموضوعات والكلمات ذات الدلالة المرتبطة بالمسيحيين في مصر والتي حملت العديد من الأفكار الإيجابية عنهم، وعن الآخر عمومًا، وكانت تعبر بشكل كبير عن قبول الآخر، والود والمحبة لهم.

11- الصور التي يعكسها الخطاب الديني للمنشورات عن الذات

يرصد هذا الجزء جملة الصفات الخاصة بـ:"الذات" في الخطاب الديني بمنشورات "الفيس بوك" من خلال استخلاص الصفات المركزية التي يحاول منتج الخطاب أن يبدو بها أو يبدو عليها، وهي فئة تنتمي إلى فئات الخطاب الضمني.

وقد بينت النتائج أن الصورة الأبرز للذات هي صورة الداعي للخير، والناصح الذي يحث على العبادة ومكارم الأخلاق والقيم الدينية، والعمل الصالح، تليها صورة الملتجأ إلى الله، والمتعلق بطريقه، متوكل عليه، ومفوض الأمر له، يثق في عطاء الله، يقر بأن كل شئ بيد الله، باحث عن طريقه ذاكر له يرجو القرب منه.

جدول رقم (12): صورة الذات في الخطاب

النسب المنوية	التكرارات	صورة الذات
23,4	61	داع للخير، ناصح يحث على العبادة ومكارم الأخلاق والقيم الدينية والعمل الصالح
18,4	48	ملتجأ إلى الله، ومتعلق بطريق الله، متوكل عليه، ومفوض الأمر له، يثق في عطاء الله
8,4	22	يتمنى الخير للآخرين
6,9	18	مهموم أو حزين يشعر بالألم والمعاناة ووطاة الحياة والواقع
4,6	12	يتحلى بالصبر، متمسك بالأمل في الله، غير يانس، متقبل للبلاء والابتلاء، يثق في الله
4,6	12	مقصر في العبادة، مستغفر، يطلب عفو الله ومغفرته ورحمته
4,6	12	متدين، متعبد، متمسك بالعبادة
4,6	12	ساخر من الواقع السياسي والاجتماعي ناقد له، يقاوم الأفكار المغلوطة السائدة
3,4	9	بار بوالديه وباهله، حزين على فراق من مات منهم، ويطلب الرحمة لهم
3,1	8	متوجه لله بالدعاء ومتعلق بالرجاء في الله
3,1	8	متسامح، متقبل للرأي الآخر
3,1	8	يسعى إلى المثوبة، ونوال الخير من الله، متطلع إلى السعادة وعدم الشقاء في الدنيا
1,9	5	متأمل لله وصفاته وذاته، ومتأمل لقدرة الله، ومقدر لها
1,9	5	متأسى أو مقتدي بالرسول والصالحين

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

1,9	5	حامد لله شاكر له على أنعمه
1,1	3	ثابت على المبدأ
1,1	3	محب لوطنه
1,1	3	مطلع في الدين أو قارئ للفكر الديني
0,8	2	زاهد في الدنيا يرغب في اعتزال الناس
0,8	2	يعاني من تصرفات الآخرين يتحصن بالله من تصرفات الآخرين
0,8	2	سعيد في حياته، يشعر بالسعادة
0,4	1	أخرى
100	261	المجموع

ثم يرد في الترتيب الثالث وبفارق نوعي عن الصورتين السابقتين صوة من يتمنى الخير للآخرين. ثم صورة المهوم أو الحزين أو من يشعر بالألم والمعاناة ووطأة الحياة والواقع. وهي صورة عادة ما يوظفها المستخدم في التعبير عن حزنه وكونه يعاني آلاماً نفسية أو يشعر بالعجز أو أنه في محنة ويطلب مشاركة الآخرين له في محنته، وفي بعض الأحيان يطلب من الآخرين الدعاء له.

يلي ذلك أربعة مكونات لصورة الذات وردت بالنسبة المئوية ذاتها وهي أنه يتحلى بالصبر، متمسك بالأمل في الله، غير يائس، متقبل للبلاء والابتلاء، يثق في الله وفي فرجه، وأنه مقصر في العبادة، مستغفر، يطلب عفو الله ومغفرته ورحمته، ثم أنه متدين متعبد، متمسك بالعبادة، وأخيراً أنه ساخر من الواقع السياسي والاجتماعي ناقد له، يقاوم الأفكار المغلوطة السائدة فيه.

12- توظيف الرموز غير اللفظية في الخطاب الديني بمنشورات "فيس بوك":

(أ) مدى وجود رموز غير لفظية مصاحبة للمنشور:

جدول رقم (13): مدى وجود رموز غير لفظية مصاحبة للمنشورات الدينية

النسب المئوية	التكرارات	مدى وجود رموز غير لفظية
34,5	69	نصوص تصاحبها رموز غير لفظية
65,5	131	نصوص لا تصاحبها لا توجد رموز غير لفظية
100	200	المجموع

تبين النتائج أنّ الجانب الأكبر من المنشورات الدينية المنشورة على "فيس بوك" تأتي غير مصحوبة برموز غير لفظية وذلك بنسبة تقرب من الثلثين بواقع (65,5%) مقابل (34,5%) فقط من النصوص صاحبها الرموز غير اللفظية، مما يشير إلى جانبين؛ الأول أن الغالب على المنشورات الدينية أن ترد في شكل نصي ربما بنسب أو معدلات أعلى من النوعيات الأخرى من المنشورات، أما الأمر الثاني فهو أن قدرًا من تلك المنشورات يصل إلى ما يربو الثلث عمد بالمقابل إلى الاستفادة من سمات الوسيلة الحاملة للخطاب والتي تتيح توظيف طائفة واسعة من الرموز اللفظية وغير اللفظية.

التدين على مواقع التواصل الاجتماعي
تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"

وكانت أيقونات التعبير عن المشاعر في مقدمة الرموز غير اللفظية التي وظفت في إطار المنشورات الدينية، تليها الصور الفوتوغرافية، ثم البوسترات التي تجمع بين الصور أو الرسوم و الكلمات، تليها الخلفيات الملونة ثم الرموز الزخرفية ذات الطابع الديني بالطبع ثم النصوص التي تأخذ شكل تشكيلات جرافيكية.

(ب) طبيعة الرموز غير اللفظية المصاحبة للمنشورات الدينية:

جدول رقم (14): طبيعة الرموز غير اللفظية المصاحبة للمنشورات الدينية

النسب المئوية	التكرارات	طبيعة الرموز غير اللفظية
37,5	33	أيقونات التعبير عن المشاعر
23,8	21	صورة فوتوغرافية
19,3	17	بوستر
11,4	10	خلفية لونية
3,4	3	رموز زخرفية ذات طابع ديني أو زخارف دينية أو رموز دينية
2,3	2	جرافيك نصي أو نص جرافيك
2,3	2	أخرى
100	88	المجموع

وثمة ملاحظة شكلية تتعلق بتوظيف الرموز غير اللفظية في المنشورات الدينية وهو نشر الكثير من تلك الرموز في شكل بوستر كبير الحجم، وبخطوط مبالغ في حجمها ويمكن للباحث أن يفسر ذلك بأمرين يتكاملان لتفسير هذا المسلك؛ الأول أن هذا الكبر والبروز يتوافق مع فكرة تعظيم المكون الديني ورغبة المستخدم في إبراز هذا التعظيم والإجلال، أما الأمر الثاني فهو رغبة المستخدم في لفت الانتباه إلى المحتوى، وإسباغ أكبر قدر من الجاذبية عليه.

(ب) وظائف الرموز غير اللفظية المصاحبة للمنشورات الدينية:

جدول رقم (15): وظائف الرموز غير اللفظية المصاحبة للمنشورات الدينية

النسب المئوية	التكرارات	وظائف الرموز غير اللفظية
40.5	49	تجسيد المعاني أو المشاعر المجردة التي تحملها الرسالة
38.8	47	تقوية وتوكيد المعنى الذي تحمله الرسالة وإبرازه
15.7	19	إضفاء سمات وملامح على الرسالة
2.5	3	توثيق المعنى
1.7	2	إيضاح المعاني والإفصاح عنها بشكل غير مباشر
0.8	1	إضافة معاني إضافية على الرسالة
100	121	المجموع

تبين النتائج أن تجسيد المجرّد من أفكار أو مشاعر يمثل الوظيفة الأبرز للرموز غير اللفظية المصاحبة للمنشورات الدينية بنسبة مرتفعة بلغت 40,5%، تليها في الترتيب

وبنسبة قريبة بشكل كبير من سابقتها وظيفة تقوية وتوكيد المعنى الذي تحمله الرسالة وإبرازه على نحو أفضل وأكثر تأثيرًا بنسبة 38,8%

والنسبة المئوية المرتفعة للوظيفتين السابقتين تشير إلى أنّ هاتين الوظيفتين هما الأبرز لكون الوظائف الأخرى ترد بنسب ضعيفة مقارنة بهما حيث ترد بعد ذلك وظائف: إضفاء سمات على الرسالة، وتوثيق المعنى، إيضاح المعاني والإفصاح عنها بشكل غير مباشر، وأخيرًا إضافة معاني إضافية على الرسالة.

النتائج العامة للبحث ومناقشتها:

أجري البحث الحالي بهدف دراسة ظاهرة التدين على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك"، ومن خلال هذا التحليل توصل البحث إلى مجموعة من النتائج والخلاصات والتفسيرات التي يمكن إيرادها ومناقشتها على النحو التالي:

على صعيد الموضوعات الرئيسية التي تشتمل عليها المنشورات الدينية بينت نتائج التحليل أنّ موضوعين رئيسيين كانا يحتلان الترتيب الأول ضمن تلك الموضوعات، وهما "الدعوة إلى حسن الخلق والتمسك بالقيم والدينية وحسن العبادة" و"التوجه إلى الله بالدعاء والرجاء".

فيما يتعلق بتحليل الفكرة الرئيسية أو المحورية في خطاب المنشورات الدينية على "الفيس بوك"، بيّن التحليل أنّ تلك الأطروحات يتصدرها التوجه لله بالدعاء والرجاء، ما يمكن تفسيره بأنّ خطاب المنشورات الدينية الفيس بوك هو في جانب منه خطاب لجوئي أو إلتجائي يتوجه خلاله المستخدم نحو الإله أو الذات الإلهية بالدعاء والرجاء.

كما تؤكد النتيجة السابقة أيضًا أنّ صفحات "الفيس بوك" توظف دينيًا كساحة أو مساحة لبث الرجاء والدعاء لله ولكن مع ملاحظة أنّ ذلك يتم في حضور الآخرين، وفي ظل دعوة مبطنة أو ضمنية لمشاركتهم للفرد أو فيما يمر به من أزمة مع الذات أو الواقع دعت لبث هذا الدعاء أو الرجاء. يلي ذلك بفارق ملحوظ عن النتيجة السابقة الأطروحات التي تركز على جانبيين قريبيين أولهما "الحث على حسن العبادة والتعبّد أو ممارسة الشعائر والعبادات"، ثمّ الأطروحات التي تركز على "الدعوة للقيم الأخلاقية ومكارم الأخلاق وحسن الخلق".

ولعل ارتفاع نسب هذه الأطروحات أمرٌ مرتبط بملحين أساسيين؛ الأول هو رغبة الفرد في ممارسة دور إصلاحي في الواقع عمومًا وأحوال المتدينين على وجه الخصوص عبر الحث على حسن التعبّد وحسن الأخلاق، كما يشير من جانب آخر إلى ملمح ديني كامن في العديد من الديانات، ومن بينها الدين الإسلامي، وهو أنّ الحث على الاستقامة وحسن الخلق وممارسة الشعائر والعبادات يعد في ذاته من الواجبات الدينية أو

من قبيل العبادات. وهذان الملمحان يمكن أن يفسرا لنا ارتفاع نسبة ورود الأطروحات التي تحت الآخرين على الفعل الحسن وحسن العبادة.

وإنتهى البحث من تحليل الأطروحات المركزية إلى وجود ثلاث أطروحات رئيسية تتنافس على البروز داخل هذا الخطاب، وهي: الطرح اللجوي الذي يتوسل اللجوء لله بالدعاء، ثم الطرح الواقعي - الوعظي الإصلاحي الذي يتناول الواقعين الاجتماعي والديني محاولاً تقديمهما وإصلاحهما عبر الوعظ. وأخيراً هناك الطرح التشاركي، الذي يركز على مشاركة الآخرين للفرد أفكاره ومشاعره وتأملاته الدينية ولحظاته التعبديّة.

وفيما يتصل بطبيعة الرسائل الاتصالية الدينية المنشورة تصدرت نصوص الدعاء والرجاء أيضاً مجمل نصوص المنشورات الدينية على فيس بوك، يلي ذلك في الترتيب ما يمكن أن نسميه "استلهام المقدس"، بمعنى استلهام وإيراد واستدعاء نص تراثي أو نص مقدس أو نص ديني ماثور.

وتشير النتائج السابقة على نحو ما أيضاً إلى أنّ الجانب الأكبر من النصوص الدينية المنشورة يعمد إلى طرح الأفكار من خلال استدعاء أو استلهام مباشر أو غير مباشر لنص ديني مقدس أو ماثور، ومزجه بالفكرة المطروحة، لدرجة أنّ الملمح الديني في النص لا يتجسد أو لا يظهر إلا من خلال هذا المقطع النصي الذي يمهد للفكرة المطروحة، أو يصيغها بصيغة دينية، أو يقوي حجتها، أو يضيف عليها قدرًا من التقدير والإحترام لدى الآخرين، فضلاً عن أنّ وضع واستلهام نص ديني يسبغ على العبارة وعلى المعنى ملمحاً تراثياً يُلمح من بعيد أو على نحو غير مباشر إلى قدسية الدين وجلاله، وهي القدسية التي يحاول منشئ الخطاب أن يعكسها في خطابه.

وأظهر تحليل المكون الديني أو الجانب الديني الذي يركز عليه الخطاب، أنّ المكون الأبرز هو مكون "الدعاء" يليه في الترتيب الإهتمام بإيراد "الإعتقادات" من خلال عبارات تؤكد على إعتقادات دينية معينة، ويرد في الترتيب الثالث المكون الذي يوظف بهدف التعبير عن هم نفسي أو عن حالة نفسية وشعورية بعبارات دينية. ما يؤكد أنه خطاب يوظف للبوح أكثر من أي شكل آخر.

وقد لوحظ من خلال النتائج أنّ بث الدعاء لله عزّ وجلّ عبر صفحات التواصل الاجتماعي ظاهرة تتكرر بصورة لافتة في مختلف أجزاء هذا الخطاب. ويمكن إرجاع ذلك إلى عدة تفسيرات؛ إذ يحمل الإكثار من نشر الدعاء على مواقع التواصل لملمحين أوجانبين نفسيين، أولهما الرغبة في التواصل مع الذات الإلهية، حيث يُشكل الدعاء بعد الصلوات السبيل الثاني للحديث الإنساني للذات الإلهية، أما الملمح الثاني فهو شعور الذات بافتقاد شئ ما في الواقع وشعورها بالعجز إزاء تحقيقه، فتتوجه للذات الإلهية بالدعاء لتحقيقها. ولا نعني هنا بالافتقاد الافتقاد المادي فقط، بل الافتقاد النفسي أيضاً مع تسليمنا بأن بعض الشعور بالفقد النفسي ناتج في جانب منه عن افتقاد مادي اجتماعي. وبالتالي فهذا النوع من الدعاء هو محاولة للتواصل مع المقدس أو الذات الإلهية

والاقتراب منها، وبت الشكوى والرجاء لها، مع ملاحظة أنّ هذا الاقتراب يتم في حضور المجتمع الافتراضي الذي ينتمي إليه الفرد أو يحيط به على صفحته طلبًا للدعم والمساندة منهم، من منطلق نظرة إسلامية لفكرة الدعاء تقرر أنّ التأمين من الآخرين في الدعاء إشراك لمن يؤمن في الدعاء، وتقوية للدعاء والرجاء لله.

ووفق تفسير آخر يمكن النظر لذلك المسلك على أنه محاولة من الفرد لنشر وبت شكايته ومعاناته وانشغالاته ورغباته وتطلعاته للآخرين بشكل غير مباشر، فالدعاء على صفحات التواصل الاجتماعي هو ببت شكوى إلى الله، ولكن بثها في العلن، أي أننا يمكن أن نعتبر أنّ الدعاء على "الفيس بوك" هو درب من الجهر بالدعاء إن جاز التعبير. فلو أنّ الفرد يريد أن يبت هذه الشكوى لله وحده لسلك مسلكًا آخر، مسلك المناجاة الفردية للذات الإلهية، ولكن الفرد حين يبت هذه الشكوى عبر صفحته على مواقع التواصل الاجتماعي فهو يشير للآخرين عن همومه وانشغالاته الشخصية إلى جانب الدعاء.

وعلى ذلك يمكن الوصول إلى تفسير أعمق لفكرة ببت الدعاء عبر صفحات التواصل الاجتماعي بإرجاع تلك الظاهرة إلى أكثر من سبب وأكثر من تفسير على النحو التالي:

- محاولة للتواصل مع المقدس أو الذات الإلهية والاقتراب منها وبت الشكوى والرجاء لها.
- أنه محاولة للتواصل مع الذات الإلهية وبت الشكوى والرجاء لها في حضور المجتمع الشبكي الافتراضي الذي ينتمي إليه الفرد على صفحته طلبًا للدعم والمساندة منهم من جانب من منطلق نظرة إسلامية لفكرة الدعاء أن التأمين من الآخرين في الدعاء إشراك لمن يؤمن في الدعاء
- التفسير الآخر أنه محاولة من الفرد لنشر وبت شكايته ومعاناته وانشغالاته ورغباته للآخرين بشكل غير مباشر، فلو أنّ الفرد يريد أن يبت هذه الشكوى لله وحده لسلك مسلكًا آخر مسلك المناجاة الفردية للذات الإلهية ولكن الفرد حين يبت هذه الشكوى عبر صفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي فهو يشير للآخرين عن همومه وانشغالاته الشخصية إلى جانب الدعاء.

بينت نتائج تحليل المغزى الضمني أو مقاصد خطاب المنشورات أنّ مقصد الإعلان عن الذات الدينية، أو الذات المتدنية وتوكيدها وتوكيد حضورها وترسيخ صورتها والإعلان عن أفكارها ومشاعرها وسماتها وملاحها كان المقصد الأكثر حضورًا في هذا الخطاب. ويرد بعد ذلك في الترتيب الثاني المقصد الخاص بالتعبير عن الحالة الشعورية وتشاركها مع الآخرين مع ربط تلك الحالة بالدين، فيما يرد في الترتيب الثالث القصد الخاص بالحث والوعظ والتبليغ من خلال دعوة الذات والآخرين إلى التمسك بالقيم الدينية، يلي ذلك الإلتجاء إلى الله، والإعلان عن التمسك بالله وبطريقه أمام الآخرين أو في حضور الآخرين.

أما على صعيد أنماط الخطابات الدينية بمنشورات "الفييس بوك" تبين أنّ النمط الأبرز في هذا السبيل هو نمط "خطاب الوعظ والنصح والحث"؛ ما يشير إلى انشغال جانب غير قليل من هذا الخطاب بفكرة الوعظ الديني للآخرين، كما يمكن تفسير ذلك في ضوء اعتبار الأفراد في ظل الدين الإسلامي أنّ وعظ ونصح الآخرين أو "التناصح" هو درب من دروب العبادة. أيضًا يمكن تفسير تقدم نمط الخطاب الوعظي بكونه محاولة لإصلاح الواقع عبر إصلاح الآخرين، والدليل على ذلك حشد مؤثرات نصية في الخطاب الوعظي من قبيل إشتمال جانب من هذا الخطاب على أشكال من الوعد والتهديد والوعيد الديني.

ونصح الآخرين ولفتهم إلى قيمة دينية أو مسلك ديني أمرٌ يؤدي عدة وظائف أو أهداف لمنشئ الخطاب، فهو من جانب يعكس شخصيته، وصورة الذات التي يرغب في أن يراه الآخرون عليها، كما أنه من جانب آخر يعمل على إنشاء حالة تواصل بين المستخدمين يؤدي فيها المستخدم وظيفة دينية هي النصح للآخر.

ويرد في الترتيب الثاني وبفارق واضح عن سابقه "نمط الخطاب الكشفي أو الكاشف"، وهو درب من الخطاب ينطوي على طرح كاشف عن الذات، ذات المتكلم وما تشعر به من مشاعر وهموم وأحزان، وما تفكر فيه من قضايا وأشياء وما تحمله من آراء.

النمط الثالث من أنماط الخطاب الديني بالمنشورات أطلق عليه البحث اسم "الخطاب اللجوني أو الالتجائي"، وهو خطاب يلتجأ فيه منتج الخطاب إلى الدين وإلى الله للتغلب على الهموم والخوف والعجز وأي مشاعر أو مشاكل أو معوقات تقابله في العالم الواقعي، غير أنّ الباحث يعتبره على نحو ما أيضًا لجوء إلى الجماعة المتواجدة على الصفحة للتنفيس عن ذاته المأزومة أمامهم.

في إطار تحليل القيم الدينية التي يشتمل عليها الخطاب تبين أنّ القيم المتعلقة بذكر الله، والقرب منه تصدرت مجمل القيم الدينية التي رصدتها التحليل بالمنشورات، ما يشير إلى أنّ جانبًا من المنشورات الدينية هو خطاب متعلق بالله أو بمخاطبة ومناجاة الإله. يلي ذلك قيم المحبة والود والإحسان للآخرين، ثم قيم حسن الفعل والالتزام بالأفعال الطيبة، واستقامة وصلاح العمل، والسلوك وحسن معاملة الآخرين.

ويمكن الخروج من تحليل القيم الدينية لخطاب المنشورات الدينية بنتيجة أساسية وهي أنّ الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي متمسكون بالقيم الدينية الرفيعة، داعون لها، فهم في منشوراتهم قرييون من الله، متسامحون، يقبلون الآخر، ينشرون الحب والود تجاه الآخرين، ملتزمون دينيًا في العبادات وفي المعاملات، متوكلون على الله يحملون قدرًا كبيرًا من اليقين به وبعطائه والثقة به إلى جانب كونهم يتسمون بالصبر وعدم اليأس والتمسك بالأمل ومغالبة الحزن.

ولاحظ الباحث خلال التحليل أنّ القيم التي يحاول الخطاب الديني بثها على مواقع التواصل ربما تبدو في الظاهر قيمًا دينية، غير أنّ المزيد من التحليل العميق لها

وللسياقات المحيطة بإنتاجها تكشف عن كونها في الأساس مجموعة من القيم الاجتماعية السياسية المغلفة بغلاف ديني، فالحديث عن قيمة الرضا تبدو في الظاهر قيمة دينية، ولكن في سياق سياسي محدد تبدو دعوة لانتهاج قيم المحافظة ضد الاعتراض أو المعارضة للنظم الاجتماعية والسياسية السائدة.

أظهرت نتائج تحليل المجالات أو الحقول الدلالية للكلمات والعبارات المفتاحية في الخطاب الديني أنّ التعبيرات الدالة على "الحث على التحلي بالقيم الخلقية والدينية والحث على الأفعال والسلوكيات القويمة" تأتي في صدارة الحقول الدلالية لهذا الخطاب، ويرد في الترتيب الثاني مجموعة العبارات والتعبيرات الدالة على "طلب المعونة وارتجاء الخير وطيب الحياة واستقامة السعي والخلق من الله"، أي الرجاء في الله في تحقيق أشياء محددة. فيما يرد في الترتيب الثالث ثلاثة حقول دلالية بالنسبة ذاتها، وهي: حقل "التوبة والرجاء في الرحمة والعفو والمغفرة"، وحقل "التوكل على الله وتفويض الأمر لله واليقين في الله وفي معونته ونصره"، وأخيرًا حقل "نقد السلوك الديني وتصحيح المفاهيم والسلوكيات الدينية، ونقد السلوك الاجتماعي من منظور ديني".

وعلى مستوى المرجعيات التي يستدعيها الخطاب كان أقل من نصف نصوص العينة يعمد إلى استدعاء مرجعية ما، في حين كان ما يزيد عن نصف العينة بواقع 57,5% دون مرجعيات واضحة. وهنا لا بد من ملاحظة أنّ الخطاب الديني لمستخدمي التواصل يجد في استدعاء نصوص دينية يمكن توظيفها كمرجعية مساندة للخطاب من شأنه أن يقوي حجة هذا الخطاب، وقدرته على التأثير والإقناع.

وتصدر النص القرآني، أو النص المقدس المرجعيات التي تستدعيها المنشورات الدينية على مواقع التواصل، يليه في الترتيب استدعاء مآثور الدعاء والرجاء والابتهال إلى الله، إذ يبدو أنّ محاولات التقرب من الله والدعاء والرجاء يستعين فيها المستخدم بنصوص منمقة حسنة السبك والصياغة من جانب، ويعتقد بكونها تحقق المزيد من القرب من الإله ونوال ما يرتجيه، ربما لأن تقادم نص الدعاء وإيغاله في الزمن يضفي عليه قدرًا من القداسة، خاصة إذا كان من مآثورات الدعاء الشائعة.

على مستوى القوى الفاعلة بالخطاب كان للذات الإلهية الحضور الأكبر سواء في فئة الفاعل أو فئة المُخاطب أو الموجه له الخطاب، ما يشير إلى أنّ الخطاب الديني في جوهره نوع من الإلتجاء إلى الذات الإلهية لتلمس العون منها والقرب إليها، إلتجاء لها واستعانة بها على الواقع ومصاعبه لتحقيق الأمنيات.

أما على مستوى صورة الذات الأبرز في خطاب المنشورات الدينية على الفيس فقد تمثلت في صورة الداعي للخير، والناصح الذي يحث على العبادة ومكارم الأخلاق والقيم الدينية، والعمل الصالح، تليها صورة المُلتجأ إلى الله، والمتعلق بطريقه.

وعلى المستوى الشكلي كان الجانب الأكبر من المنشورات الدينية على "فيس بوك" تأتي غير مصحوبة برموز غير لفظية وذلك بنسبة تقرب من الثلثين بواقع (65,5%) مقابل (34,5%) فقط من النصوص صاحبها الرموز غير اللفظية، وكانت أيقونات التعبير عن المشاعر في مقدمة الرموز غير اللفظية التي وظفت في إطار المنشورات الدينية، وكانت وظيفة تجسيد المجرّد من أفكار أو مشاعر هي الوظيفة الأبرز للرموز غير اللفظية المصاحبة للمنشورات الدينية، تليها بنسبة قريبة وظيفة تقوية وتوكيد المعنى الذي تحمله الرسالة وإبرازه على نحو أفضل وأكثر تأثيراً.

سمات وملامح خطاب المنشورات الدينية على موقع "فيس بوك":

يمكن من خلال التحليلات والخلاصات السابقة رصد الملامح التالية لخطاب المنشورات الدينية:

• أنه خطاب لحوثي أو إلتجائي - إن جاز التعبير -، يتوجه نحو الإله راجياً القرب منه وإفراغ القلب له، وفي الوقت ذاته الاستعانة به على ما يشعر به إزاء الواقع من إحباطات أو مشاكل.

• من سمات الخطاب الديني على مواقع التواصل الاجتماعي كذلك أنه خطاب يوظف للبوخ والتنفيس عن الذات القلقة أكثر من أي شيء آخر، فحتى أكثر أشكال هذا الخطاب خصوصية، وأقصد بها تلك الخطابات والعبارات التي توجه فيها ذات الفرد الخطاب للذات الإلهية أو تتاجي فيها الإله بشكل مباشر، أو حتى تتاجي ذاتها من منظور ديني، كلها تطرح في حضور الآخرين، وفي تقدير الباحث أن هذا الحضور له دور كبير في تشكيل هذا الخطاب بوظائفه وأشكاله المتعددة.

وهنا يمكن تفسير السلوك الاتصالي لمستخدمي التواصل الاجتماعي عند كتابة المنشورات الدينية بأنه شكل من أشكال الإلتجاء إلى الكتابة للتغلب على القلق النفسي وإفراغ النفس من الهم والحزن، وتخفيف الضغوط النفسية، ويكون اللجوء للدين هنا أمراً منطقياً كونه يشكل ملاذاً أساسياً ودعوة للتغلب على الحزن واستعادة حالة الرضا والاتزان النفسي، فالفطرة الإنسانية تنظر إلى الله بوصفه يشكل الملاذ والملجأ عند الشعور بالهم والحزن في لحظات العجز أمام الواقع. والدليل العلمي على ذلك أن الذات الإلهية كان لها حضوراً طاغياً في فئة المخاطب أو الموجه له الخطاب كما أوضحت النتائج الكمية في موضع آخر.

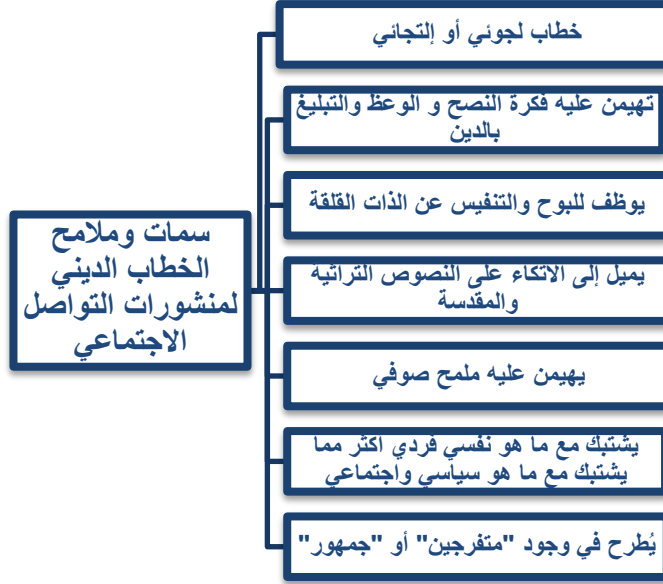
إذن ففقدان شيء في الواقع يجعل البعض منهم يلجأ إلى الدين لالتكاء عليه لمخاطبة الآخرين به، وإشعارهم بعمق الأزمة التي يمر بها، وبأنه لجأ للدين لحلها، فقد لوحظ أن الدين والتدين هنا هو وسيلة لبث الصبر في أنحاء الذات التي تشعر في أعماقها بقصور الواقع عن تحقيق تطلعاتها، فيلتجأ الفرد إلى الدين لبث الصبر من جانب، واليقين من جانب آخر.

- وعلى ذلك يمكن القول أنّ الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي قد يعمدون إلى إتخاذ الدين والتدين كوسيلة لحل مشكلات الواقع الاجتماعي والسياسي وإعادة طرحه وفق تصورات الذات، التي تحاول أن تتوسل حلّ مشكلات الواقع عبر الدين والتدين وبث الأقوال الدينية الكاشفة عن تلك المحاولات. كما يتحول الدين من جانب آخر والخطاب الديني إلى آلية لبث الصبر والاحتمال على ما هو قائم من سوء الحال والمآل وبث الأمل في النفس برجاء المثوبة على هذا الاحتمال من الإله.
- يلاحظ كذلك أن الخطاب الديني للمنشورات هو في جانب منه خطاب يهيمن عليه ملمح صوفي، يتجه أو يميل نحو الزهد في الدنيا والتعلق بالإله، والسعي إلى الارتباط به وإفراغ القلب له، ولكن لا بد أن نطرح هنا سؤالاً: هل يحدث ذلك فعلاً عن قناعة شخصية؟ أم يأتي ياساً من الحياة ومشكلاتها وعجزاً عن مواجهة المصاعب التي تواجه الفرد فيها؟ هذا ما لا يستطيع البحث الإجابة عليه، وربما يختلف هذا الأمر من فرد لآخر.
 - من سمات وملامح خطاب المنشورات الدينية أيضاً أنّه خطاب تهيمن عليه فكرة النصيح والوعظ والتبليغ بالدين، وهداية الآخرين وحثهم على حسن العمل مسلكاً لا يمكن رده إلى محاولة الفرد لنيل رضا الله فقط، بل هو منزع نفسي يهدف بقدر ما أيضاً إلى إرضاء الذات عبر محاولات جاهدة يبذلها الكثيرون منّا؛ متدينون وغير متدينين لحمل الآخرين والدفع بهم دفعا نحو ما نعتقد أنّه صواب.
 - على المستوى اللغوي الأسلوبي سنجد أنّ خطاب المنشورات الدينية على وسائل التواصل الاجتماعي يميل بشكل كبير إلى الاتكاء على النصوص التراثية أو النصوص المقدسة الجاهزة واستدعائها؛ ربما لإضفاء هالة من القداسة والقوة على الأفكار والعبارات الشخصية التي يطرحها.
 - يُلاحظ أيضاً على الخطاب الديني لمنشورات الفيس بوك، وربما مواقع التواصل الاجتماعي أنّه خطاب يشترك ويتقاطع في مساحة كبيرة منه مع ما هو نفسي وفردى أكثر مما يشترك مع ما هو سياسي واجتماعي، رغم ورود بعض الجوانب السياسية والاجتماعية في هذا الخطاب. وهو أمرٌ يمكن تفسيره بعدة أشياء، منها على سبيل المثال مستوى حرية الرأي والتعبير في المجتمع، فكلما أتيحت الفرصة أمام الجمهور للتعبير عن الآراء بحرية انعكس ذلك بالضرورة على الخطابات المختلفة التي يتداولونها وعلى رأسها الخطاب الديني الذي يشترك مع الهم السياسي والاجتماعي، أما في حالة إغلاق المجال العام أمام حرية الرأي والتعبير كلما انكفأ الخطاب الديني على ذات الفرد، وتناول العبادات والطقوس الفردية، وتحول الخطاب الديني إلى بث الرجاء والدعاء لتفريغ هموم نفسية فردية لا يحددها الخطاب بشكل واضح وصريح، بل يكتفي ببث الإحساس بالهموم خشية التعبير الصريح، كما يمكن تفسير ذلك بكون تلك المنشورات صادرة عن أشخاص بشكل

فردى للتعبير عن جوانب شخصية اجتماعية في إطار شبكة من الأصدقاء صداقة شخصية بصاحب الصفحة.

- وارتباطاً بالنقطة السابقة أيضاً يؤكد البحث والتحليل على حقيقة علمية، ربما تحتاج للمزيد من البحوث لتأكيدها أو نفيها، وهي أن الفرد المدون للخطاب الديني على مواقع التواصل الاجتماعي كلما كان أقل اشتباكاً مع الواقع السياسي والاجتماعي وتوظيفاً للدين في هذا الإطار في منشوراته، كلما كان أكثر ارتباطاً بفكرة التدين التقليدي والحديث عن المسائل الاعتقادية والعبادات والطقوس الشعائرية، وميلاً للخطابات الوعظية، والعكس صحيح أيضاً، فكما كان الفرد مشتبكاً في خطابه الديني مع الواقع السياسي والاجتماعي، كلما كان أقل حديثاً عن الطقوس والشعائر والعبادات، وكان ناقدًا بصورة أكبر للواقع ساخطاً بدرجة أعلى عليه.
- أمرٌ أو ملمحٌ آخر مهم من ملامح خطاب التدين على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو أنه خطاب يكتب وي طرح في وجود "متفرجين" أو "جمهور" - إن جاز التعبير - وهم شبكة الأصدقاء الموجودين على حساب الشخص المدون للمنشور. صحيحٌ أن بعض الطقوس الدينية تحدث في إطار جماعي في أغلب الديانات؛ سواء السماوية أو غير السماوية، ولكن يبقى أن هناك مساحة من الخصوصية للعبادات الفردية تقوم على مناجاة الذات الفردية للذات الإلهية في خصوصية شبه تامة، أما في حالة وسائل التواصل الاجتماعي فهو مسلك ديني يؤدي في وجود متفرجين ينتظر الفرد مشاركتهم له وتقديم نقرات الإعجاب أو المشاركة أو التعليق، وهو تبدل جوهرى في المسلك الديني لا بد من أن يستلقت انتباه علماء الأديان وعلماء النفس والاجتماع وأخيراً علماء الاتصال.

والشكل التوضيحي التالي وضعه الباحث ليلخص الملامح الرئيسية للخطاب الديني لمنشورات التواصل الاجتماعي وفقاً لما أفضى له التحليل.



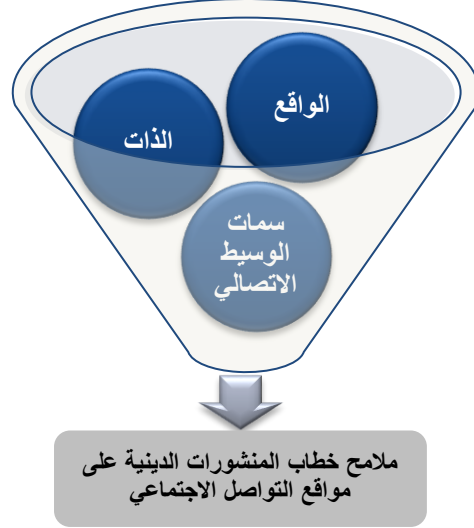
شكل رقم (2): الملامح والسمات العامة للخطاب الديني على مواقع التواصل الاجتماعي

المكونات الرئيسية المؤثرة في تشكيل ملامح الخطاب الديني لمنشورات التواصل الاجتماعي

ويمكن الخروج في النهاية بنتيجة عامة تفسر طبيعة الخطاب الديني المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي وملامحه الرئيسية وهي أنّ هذا الخطاب بكل سماته ما هو إنتاج لتفاعل جدلي مستمر بين عدة مكونات جوهرية أو رئيسية، تتمثل في:

- الذات الفردية ومعارفها ومشاعرها الوجدانية وقيمها وعلاقتها الاجتماعية
- الواقع الاجتماعي المحيط بالفرد، بكل أبعاده السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وسماته وملامحه وظروفه.
- خصائص الوسيلة الحاملة للخطاب، بكل سماتها ورموزها وشبكة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل في إطارها، وما توفره من إمكانات تفاعلية لفظية أو غير لفظية.

ويكون الخطاب الديني المنشور على تلك المواقع، بكل سماته وملامحه الرئيسية والفرعية هو نتاج لهذا التفاعل بين تلك المكونات أو الأبعاد أو المتغيرات الثلاثة. وبالقدر الذي يمتزج به هذه المكونات الثلاثة تتشكل سمات وملامح الخطاب الديني بكل منشور ديني ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي. والشكل التالي يوضح هذه العلاقة.



شكل رقم (3)

المكونات والأبعاد الرئيسية المؤثرة في تشكيل ملامح وسمات الخطاب الديني على مواقع التواصل الاجتماعي

وقد أضافت الوسيلة وسماتها الاتصالية - كبعد مؤثر في تشكيل ملامح هذا الخطاب - أبعاداً جديدة للرسالة الاتصالية الدينية أو للمسلك الديني على تلك الوسيلة، فقد أضيف إلى النص الديني التقليدي وما يحمله من أفكار شبكة واسعة من الرموز غير اللفظية تتيج كما رصد البحث أداء عدة وظائف، كتجسيد المجرد، خاصة تجسيد المشاعر أو وظيفة تقوية المعنى وتدعيم الرسالة.. وغيرها من الوظائف التي نشأت في رحاب تلك الوسيلة.

أيضاً لا يمكن القول بأي حال من الأحوال إنَّ الخطاب الديني على مواقع التواصل هو خطاب ديني صرف، ولكنه خطاب يأتي محملاً بقيم وعلاقات ومؤثرات اجتماعية ونفسية كثيرة ومتشابهة، فالخطاب الديني الشخصي أو الفردي على مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر مساحة للتعبير عن الذات الفردية القلقة مقابل أو في مواجهة خطاب التدين الرسمي أو خطاب المؤسسة الدينية الرسمية أو الخطاب الديني المنقول عبر لوسائل الإعلام التقليدية، والخطابان الدينان الأخيران على وجه الخصوص يتسمان بسمتين تجعلهما مختلفين عن خطاب التدين الفردي في نواح عدة؛ فخطاب التدين الرسمي يتسم من جانب بكونه أقرب لتوجهات للطبقات والقوى المسيطرة والمهيمنة في المجتمع، إن لم يكن منحازاً لها. كما يتسم من جانب آخر بعدم الاشتباك مع القضايا الجوهرية للواقع، واستبدال ذلك بمعالجات دينية هامشية سطحية للقضايا من منظور ديني.

وفي نهائية البحث يمكن تلخيص وإجمال سمات وملامح ورد نظام الخطاب الديني لمنشورات التواصل الاجتماعي - إن جاز أن نعتم نتائج البحث على سائر وسائل التواصل الاجتماعي - إلى نظام أساسي يحكم سائر التفاعلات والتصرفات الدينية لمستخدمي التواصل الاجتماعي، يتجسد ذلك النظام الحاكم للخطاب في كونه يشكل في عمقه وفي جوهره ونواته الأساسية خطاباً وسائلياً أو أداتياً (Instrumental)، أي أنه نمط من الخطاب يقوم على الاستخدام أو التوظيف الوسائلي للوسيلة الاتصالي بل وللددين أيضاً في تحقيق هدف ما، أي استخدام الخطاب الديني هنا كوسيلة، ليس فقط للتعبير عن هموم الذات، وما تعانیه إزاء الواقع، رغم حضور هذا الهدف بشكل كبير في ثنايا هذا الخطاب، ولكنه يتخذ كوسيلة لتحقيق العديد من الأشياء والغايات الإنسانية التي يستخدم التدين وطرح الأفكار والممارسات ذات الطابع الديني لتحقيقها، ولعل أبرز تلك الغايات هي توكيد صورة الذات لدى الآخرين، وتوكيد صفاتها وخصائصها على النحو الذي يتمناه هو، وأداء مهمة أو عبادة النصح للآخرين، تطبيقاً لمبدأ الدين النصيحة في الفكر الإسلامي، كما أنه يتخذ كوسيلة لبث الصبر والاحتمال في ذات قلقة تشعر بالإحباط والحرمان، كما ينظر المدون إليه بوصفه - وهذا هو الأهم كوسيلة لتحقيق القرب من الذات الإلهية...إلى غير ذلك من المآرب الأخرى.

يضاف إلى ذلك أن التوظيف الديني لصفحات التواصل الاجتماعي من قبل الأفراد يهدف إلى تحقيق غاية جوهرية وأساسية، وهي اطلاع الناس على ما يعتمل في ذهن ونفس الفرد من أفكار ومشاعر دينية، ودعوة الآخرين - بشكل غير مباشر - إلى مشاركته في هذه الأفكار والمشاعر. فهو إذن سبيلٌ يلجأ إليه الفرد للإعلان عن ذاته وعن حالته النفسية بشكل غير مباشر عبر الإشارة إلى الشاغل النفسي والاجتماعي في ثنايا وبين طيات النص الديني الذي يتم استدعاؤه. غير أن الغاية الجوهرية لبث هذا الخطاب هو تحقيق فكرة التسامي البشري والتطلع إلى التعالي على الوجود الإنساني المحدود إلى الذات العليا المطلقة.

بالمحصلة العامة والنهائية سوف تفضي أي نظرة علمية تحليلية مدققة للخطاب الديني عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى نتيجة أساسية وهي أننا إزاء "فعل اجتماعي" يقوم على تطويع التقنية الحديثة من أجل الوفاء بحاجة اجتماعية للبشر، الحاجة للدين والتدين والقرب من الله، بمعنى آخر نحن أمام محاولة بشرية لتطويع التقنية للوفاء بالحاجات الروحية الدينية العليا وتجاوز الواقع الفرد القلق المحبط إلى عالم روحي مطلق قدسي تتواصل فيه الذات مع المطلق والمقدس.

- 1- بشار عبدالرحمن مطهر، علاقة الشباب الأردني الجامعي بالمضمون الديني بمواقع التواصل الاجتماعي وإتجاهاته نحوها. **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، (جامعة القاهرة – كلية الإعلام)، العدد (57)، أكتوبر - ديسمبر 2016، ص ص 487 – 532
- 2 - Amorette Hinderaker & Amy O'Connor, The Long Road Out: Exit Stories from the Church of Jesus Christ of Latter-day Saints. **Communication Studies**, Vol. 66, No. 5, November–December 2015, p.p. 509–527
- 3 -Jamal J. Almenayes, Religiosity and the Perceived Consequences of Social Media Usage in a Muslim Country. **Journal of Arts and Humanities (JAH)**, Vol. 3, No. 5, May, 2014, p.p. 108 - 117
- 4 - Innocent Chiluwa, Community and Social Interaction in Digital Religious Discourse in Nigeria, Ghana and Cameroon. **Journal of Religion, Media and Digital Culture**. Vol 2, No 1, 2013
- 5 - Gabi Abramac, Neo-Hasidism and Digital Emunah: How the Digital Sphere Re-Configures Traditional Transmission of Torah Knowledge and Hasidic Thought. **A paper presented at The 116th Annual Meeting of the American Anthropological Association**. Washington, D.C., Nov 29, 2017,
- 6 - Samuel Stroope, Social Networks and Religion: The Role of Congregational Social Embeddedness in Religious Belief and Practice. **Sociology of Religion**. Vol. 73, No. 3, September 2012, p.p. 273-298
- 7 - Yaron Katz, Technology Use in the Religious Communities in Israel: Combining Traditional Society and Advanced Communications, **Journal of Religion, Media & Digital Culture**, issue 1, Vol. 3, 2012
- 8 - Ann E. Miller & Simone Teel, A Content Analysis of Research on Religion and Spirituality in General Communication and Health Communication Journals. **Health Communication**, Vol. 26, No. 7, April 2011, p. p. 615-20 •
- 9 - Greg Smith, “Religious Identities, Social Networks and the Power of Information; Field work issues in mapping religious diversity in London”. **Fieldwork in Religion**, Vol. 1, No 3, September 2006
- 10 - Andréia Cristina Cipriani, Power in Religious Discourse: A Discourse Analysis Of Sermons From The Universal Church Of The Kingdom Of God. Universidade Federal De Santa Catarina. **A master Thesis** (Mestre Em Letras), 2002.
- 11 - عبد الله شلبي، التدين الشعبي لفقراء الحضر. القاهرة: مركز المحروسة للنشر والخدمات الصحفية والمعلومات، 2008، ص 14
- 12- المرجع السابق، ص 15
- 13- المرجع السابق، ص 16

- 14 - Samuel Stroope, Op. Cit.
- 15 - Andréia Cristina Cipriani, Op. Cit., P. 5
- 16 - Ilze Bezuidenhout, A Discursive-Semiotic Approach to Translating Cultural Aspects in Persuasive Advertisements. **A Master Dissertation**, Available online: <http://ilze.org/semio/> access date: 16/1/2018
- 17- عبد المجيد العابد، سيميائيات الخطاب الروائي: "اللص والكلاب" و"ذات".. رؤية جديدة. الشارقة: دارشرة الثقافة والإعلام. سلسلة كتاب "الرافد" -/ديسمبر 2013، ص ص 7-9
- 18- علي مبروك، في تجديد الخطاب بين المضمون والنظام. المؤتمر السنوي الثاني لمؤسسة مؤمنون بلا حدود. المغرب 17 - 18 مايو 2014. مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، 2015. متاح على شبكة الإنترنت:
<http://www.mominoun.com/pdf1/2015-09/55fac046626c7946152813.pdf>
تاريخ الإتاحة: 2017/12/15
- 19- أنوال طامر، "ضمنية الخطاب في المسرح". إنسانيات (المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية). العدد 43، مارس 2009، ص ص 23 - 36، ص 24
- 20- مصطفى ناصف، اللغة والتفسير والتواصل. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 1995، سلسلة عالم المعرفة - 193، ص 11
- 21 - Gillian Brown & George Yule, **Discourse Analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 1983, p. 1
- 22 - Tom Wells & Michael Link, Facebook User Research Using a Probability-Based Sample and Behavioral Data. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 19, Issue 4, January 2014.
- 23- نبيل محمد توفيق السمالوطي، الدين والبناء الاجتماعي. جدة: دار الشروق، 1981، ص 11
- 24 - عبد الله الخريجي، علم الاجتماع الديني. ط2. جدة: دار رامتان، 1990، ص 28
- 25- فضيل حضري، مستويات الدين وأشكال التدين: محاولة تصنيفية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات. العدد 11، 2011، 178 - 190، ص 179
- 26- المرجع السابق، ص 179
- 27- مهدي محمد القصاص، علم الاجتماع الديني، القاهرة: عامر للطباعة والنشر، 2009، ص 17
- 28- المرجع السابق، ص 16
- 29- حيدر كريم سكر، السلوك الديني لدى طلبة الجامعة. مجلة كلية التربية الأساسية. العدد (52)، 2007، 269 - 284، ص 274
- 30- مهدي محمد القصاص، مرجع سابق، ص 17
- 31- صحيفة الشرق الأوسط، 16 حاجة سيكولوجية تدفع الناس للجوء إلى الدين. الشرق الأوسط. العدد 9355، 9 يوليو 2004
- 32- بولس الخوري، في الدين - مقارنة أنثروبولوجية، بيروت، 2004- متاح على الإنترنت:

<http://al-hakawati.net/arabic/civilizations/74.pdf>

تاريخ الإتاحة: 2016/9/22

- 33- نبيل محمد توفيق السمالوطي، مرجع سابق، ص 19
- 34- المرجع السابق، ص 20
- 35- عبد الله عبد الرحمن يتيم، إميل دوركايم: ملمح من حياته وفكره الأنثروبولوجي. مجلة "إضافات" (المجلة العربية لعلم الاجتماع)، العدد 25، شتاء 2014، ص ص 35 - 36
- 36- المرجع السابق، ص ص 35 - 36
- 37 - Manfred Pirner, Religious Socialization by the Media? An Empirical Study and Conclusions for Practical Theology. **International Journal of Practical Theology**; Vol. 13, No. 2; 2009, p.p. 275 – 292, P. 276
- 38 - Stewart M. Hoover, "Religion and the Media in the 21st Century". *Trípodos*, No. 29, Barcelona, 2012, p. 29
- 39 - Ibid., p. 29
- 40 -Ibid., p. 28
- 41 - Ibide., p. 28
- 42 - Ibide., p. 29
- 43 - Heidi A. Campbell (Ed.), **Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds**. USA and Canada: Routledge, 2013, p. 2
- 44 - Ibide., p. 2
- 45 - Ibid., p. 12
- 46 - Yaron Katz, Op. Cit., p. 5
- 47 - Stewart M. Hoover and Shalini S. Venturelli, The Category Of The Religious: The Blindspot Of Contemporary Media Theory? **Critical Studies in Mass Communication**. Vol., 13, Issue. 3, 1996
- 48 - Yaron Katz, Op. Cit., p. 2
- 49 -Ibid., p. 5
- 50 - Kaitlyn Alessandra Maria Bolongaro, Book Review, **MedieKultur: Journal of media and communication research**. 2013, 55, p.p. 109-112, p. 109