

مستوى بلاغة الجمهور الافتراضي المصري في تلقي الخطاب الديني الرقمي

نورا فتحي محمد السيد

باحثة دكتوراة بقسم الإذاعة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة

ملخص البحث:

تعرض البحث لبيان مستوى بلاغة استجابات الجمهور المصري في تلقي الخطاب الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يندرج البحث ضمن البحوث الكمية والكيفية، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استمارة تحليل المضمون، فيما يتعلق بالجانب الكمي، مثلت فيه حملة "اعرف الصح" مجتمع الدراسة التحليلية، فيما أُدرت عينة البحث ب (1911) تعليقا من تعليقات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري نحو فتوى "جواز الصلاة بالمساجد ذات الأضرحة وعدم الكراهة فيها" إحدى منشورات الحملة في مرحلتها الأولى؛ كما عمدت الباحثة إلى المنهج الكيفي لربط بيانات الواقع بسياقها الاجتماعي، عبر تتبع هاشتاجات الحملة، المدرجة تحت (اعرف الصح، هنعرف الصح، دا الصح) باستخدام أداة الملاحظة؛ وذلك في ضوء ما يُنظر له باسم "بلاغة الجمهور".

استهدف البحث؛ تقديم معارف وأدوات للجمهور الافتراضي يستطيع من خلالها مقاومة الخطابات الدينية الموجهة غير الرشيدة، وذلك عبر الكشف عن مؤشرات تدل

عن مستوى بلاغة المتلقي الرقمي المصري في التعامل مع الخطاب الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال دراسة استجابات الجمهور الافتراضي المصري (العالم/ الخاص) نحو الحملة الدينية الرسمية لمؤسسة دار الإفتاء المصرية الموسومة بـ "اعرف الصح" عبر موقع فيسبوك.

وقد خلص البحث إلى مجموعة من النتائج، أهمها: الارتفاع النسبي في مستوى بلاغة الجمهور الافتراضي المصري بشكل عام في تلقي الخطاب الديني الرقمي، وارتفاع مستوى بلاغة الجمهور الافتراضي الخاص (الدعاة) بدرجة كبيرة وارتفاع استجابتهم بقوة في بعض الأحيان إلى ما يُعرف باسم الخطاب البديل على صفة الخصوص؛ كما خلص البحث إلى التأكيد على ضرورة الاهتمام بتنمية آليات التفكير الناقد لدى المستخدم الرقمي، ذلك في ظل واقع الخطاب الديني المعاصر الرقمي منه خاصة، وما فيه من تباين وتضارب وما ينجم عنه من شتات.

الكلمات المفتاحية: بلاغة الجمهور، التأثير، الاستجابة، الخطاب الديني،

الجمهور الافتراضي

The level of eloquence of the Egyptian virtual audience in receiving digital religious discourse

Noura Fathi Mohammed Alsayed

PhD researcher at Department of Radio & T. V,
Faculty OF Mass Communication, Cairo University

Abstract:

The research is part of quantitative and qualitative research, based on the descriptive analytical approach, using the content analysis form, With regard to the quantitative aspect, the "Know the Right" campaign represented the analytical study community, while the research sample estimated (1911) comments from the comments of social media users from the Egyptian public towards the fatwa "It is permissible to pray in mosques with shrines and not to hate it" one of the campaign's publications in its first stage; In light of What is being theorized under a name of "the eloquence of the public".

The research aimed to provide knowledge and tools to the virtual audience through which it can resist irrational directed religious discourses, by revealing indicators that demonstrate the level of eloquence of the Egyptian digital recipient in dealing with religious discourse through social networking sites, by studying the responses of the Egyptian virtual audience (public / private) towards the official religious campaign of the Egyptian Dar Al-Iftaa Foundation tagged "Know the Right" via Facebook.



The research concluded a set of results, the most important of which are: the relative height of eloquence level of the Egyptian virtual audience in general in receiving digital religious discourse, and the high level of eloquence of the private virtual audience (preachers) to a large degree in particular, and the rise of their response strongly in some cases to what is known as alternative discourse; and the resulting diaspora.

Keywords: audience rhetoric, influence, response, religious discourse, virtual audience

مقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات جذرية في أشكال التواصل؛ حيث صار المجتمع على نمطين مجتمع واقعي، ومجتمع افتراضي؛ وفي ظل تفاعلية الإعلام الجديد، وتفاعل المتلقي مع الخطابات التي يستقبلها، والمشاركة في إنتاجها لا استهلاكها فقط؛ حيث منافسة المسلمون أنفسهم في دائرة التأثير والتأثير، فهم من جهة يشاركون في صناعة خطاب عن أنفسهم وثقافتهم ودينهم، وقد يؤثرون بهذا الخطاب، وهم من ناحية أخرى يستقبلون خطابات أخرى للأمم وحضارات وثقافات وديانات، وهم بطبيعة الحال عرضة للتأثر بهذه الخطابات، ذلك وسط الصعود المتزايد للخطابات الدينية والفكرية عبر وسائل الإعلام، بحضور إعلامي واسع لأصحاب هذه الخطابات والمنافسة على المتابعين⁽¹⁾؛ وعلى الرغم من أنه لا يمكن إنكار سمو الأهداف وراء ظاهرة انتشار الصفحات الدينية ومن ثم زيادة عدد متابعيها، إلا أنها وكما حذر النقاد قد تحمل في طيات مضامينها مصادر بديلة للمرجعية الدينية وتفتح نفقا لمرور الأفكار المتطرفة التي تخدم جهات معينة قد تكون معادية للدين الإسلامي⁽²⁾.

(أ) الإشكالية البحثية:

إن وعي الجمهور/ المتلقي يأتي بمثابة الفيصل بين أهمية الخطابات الدينية والخطر المتعلق ببعضها؛ وعليه وفي ظل استعانة الباحثة بنظرية "بلاغة الجمهور" - وهي فكرة طور البناء - والتي تعني بأن وعي المخاطب بالكيفيات التي تستخدم بها الخطابات الجماهيرية اللغة يمثل خطوة أولى وضرورية لمقاومة سيطرة هذه الخطابات وهيمنتها، ذلك الوعي الذي تعتبر تنميته هي السبيل الأهم لمواجهة محاولات الاستلاب لعقل المسلم المعاصر من قبل تيارات داخلية وخارجية شتى؛ ومن هنا جاءت الإشكالية

البحثية المتمثلة في التالي؛ التعرف على مستوى بلاغة الجمهور الافتراضي المصري في تلقي الخطاب الديني الرقمي؟

(ب) أهمية البحث:

- 1- إبراز أهمية تنمية التفكير الناقد في ظل واقع الخطاب الديني المعاصر عامة، والرقمي منه خاصة
- 2- الإسهام في ترشيد استجابات الجماهير الافتراضية نحو الخطابات الدينية الرقمية .
- 3- الإشارة إلى ما يُنظر له باسم "بلاغة الجمهور" باعتبارها إحدى النظريات الحديثة.
- 4- الإسهام في رفع مستوى الوعي بشأن الغزو الفكري الذي يستهدف عقل الشاب المسلم ويمس أمنه الروحي والعقدي.
- 5- إثراء المكتبات العربية والإسلامية بوحدة من الدراسات الحديثة في مجال الإعلام الإسلامي الرقمي.

(ج) أهداف البحث:

- 1- الكشف عن مستوى بلاغة الجمهور في التعامل مع الخطاب الديني بمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- التعرف على استجابات الجمهور الافتراضي المصري نحو الحملة الدينية الرسمية الرقمية لمؤسسة دار الإفتاء المصرية الموسومة ب(اعرف الصح).

3- تقديم معارف وأدوات للجمهور الافتراضي تمكنه من مقاومة الخطابات الدينية السلطوية/ الموجهة.

(د) تساؤلات البحث

1- ما المقصود ببلاغة الجمهور الافتراضي ؟

2- ما هي أنواع استجابات الجمهور الافتراضي المصري نحو حملة اعرف الصح؟

3- ماهي الطرق التي يتعامل بها منتج الخطاب مع استجابات الجمهور؟

4- كيف تؤثر استجابات الجمهور الافتراضي / متلقي الخطاب الديني على منتج الخطاب/المرسل؟

5- كيف تسهم استجابات المتلقي الافتراضي للخطاب الديني (الخطاب المضاد) في تطوير الخطاب؟

6- ما هي الآليات التي يمكن من خلالها ترشيد استجابات الجمهور الافتراضي نحو الخطاب الديني الرقمي؟

(هـ) الإجراءات المنهجية للبحث

يندرج البحث ضمن البحوث الكمية والكيفية، حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استمارة تحليل المضمون، فيما يتعلق بالجانب الكمي، كما عمدت الباحثة إلى المنهج الكيفي لربط بيانات الواقع بسياقها الاجتماعي، عبر تتبع وسوم "هاشتاغات" (اعرف الصح، هنعرف الصح، دا الصح) باستخدام أداة الملاحظة للنفوذ إلى الأبعاد غير الظاهرة- الكامنة- للإشكالية البحثية من حيث الوقوف على حجم تأثير الحملة على الجمهور، ونوع وشكل استجابات الجمهور العام والخاص نحوها.

- أدوات جمع البيانات: استمارة تحليل المضمون، وأداة الملاحظة

- مجتمع الدراسة التحليلية:

الحملة الدينية الرسمية لدار الإفتاء المصرية الموسومة ب (اعرف الصح)، وهي حملة أطلقتها دار الإفتاء المصرية على مواقع التواصل 1 أكتوبر في 2021م؛ وجاء ضمن تعريف الحملة على الموقع الرسمي لدار الإفتاء المصرية بفيسبوك بأنها، تهدف إلى (تصحيح مفاهيم - الرد على فتاوى شاذة - توضيح لمعتقدات خاطئة - تنفيذ شبهات متطرفة) بحيث شملت 6 منصات، تحت وسم/هاشتاج (اعرف الصح- هنعرف الصح- ده الصح) تشمل الحملة موضوعات (الأخلاق-العبادات- المعاملات- الأسرة - تصحيح فتاوى التطرف والتشدد والإرهاب)



شكل رقم (1) المنشور عينة التحليل

- عينة الدراسة التحليلية: عينة من استجابات (تعليقات) الجمهور الافتراضي المصري العام نحو الفتوى ذات موضوع "الصلاة بالمساجد ذات الأضرحة" كما بالشكل رقم(1)؛ والتي قُدرت ب (1911) تعليقا

نص الفتوى موضوع الدراسة: (#هنعرف_الصح_الخطأ: ❌❌ الصلاة في المساجد التي بها أضرحة شرك ❌❌ الصحيح: ✅✅ الصلاة في المساجد التي بها أضرحة جائزة شرعاً، ولا كراهة فيها ولا شرك #ده_الصح)

عدد كلمات الفتوى: 28 عدد التعليقات: 2100

عدد الشير: 530 عدد التفاعلات: 4700

نوع التفاعل: أعجبي (2800) أحببت (705) مهتم ب (40)

أدهشني(27) أغضبني (98)

أضحكني (949) أحرزني (10)

وقد تم اختيار الفتوى لكونها من الفتاوى المشككة ذات الخلاف الفقهي والتفصيل؛ مع توسط عدد الاستجابات نحوها.

أولاً : بلاغة الجمهور

(أ) مؤسس بلاغة الجمهور:

تُنسب بلاغة الجمهور إلى الدكتور عماد عبد اللطيف أستاذ البلاغة وتحليل الخطاب، والذي وضع الأساس النظري لبلاغة الجمهور في بحث نشره عام 2005 بعنوان "بلاغة المخاطب: البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته"؛ لينشر بعد أربع سنوات نشر كتاب "لماذا يصفق المصريون؟ بلاغة التلاعب بال جماهير في السياسة والفن" ليكون تطبيقاً للتصورات النظرية المؤسسة لهذا الحقل المعرفي، لتتوالى

دراساته بعد ذلك، ثم تُنشر خلال السنوات العشر الأخيرة كتبًا مستقلة، وأعدادًا خاصة من دوريات علمية، وكتبًا محررة، وبحوثًا متفرقة في دوريات علمية، وسُجّلت رسائل جامعية، ومُولت مشروعات بحثية؛ كلها تقع في إطار بلاغة الجمهور. (3) انطلق إقترح عبداللطيف لتوجه بلاغة الجمهور من إدراكه بانشغال البلاغة القديمة بتحقيق أغراض المخاطبين، وتحقيق غاية المتكلم في تحقيق أقصى تأثير لكلامه أو نصه، والنظر إلى المخاطبين على أنهم فرائس للقنص ومرمى للتصويب. (4)

(ب) الركيزة الأساسية لبلاغة الجمهور:

اختصت بلاغة الجمهور بدراسة العلاقة بين الاستجابات التي ينتجها الجمهور، وطرق تشكل الخطاب الذي تستجيب له وأدائه وتداوله؛ بهدف تقديم معرفة موجّهة للمخاطب/الجمهور تحديداً، تمكنه من إنتاج استجابة بليغة؛ أي استجابة مقاومة للخطابات السلطوية التي تمارس تمييزاً أو تلاعباً أو عنصرية أو قهراً أو اقضاء أو استبداداً. (5)

التنظير لبلاغة الجمهور الذي استدعى عودة عبد اللطيف إلى التراث البلاغي العربي ورصد مفهوم الجمهور من خلال التصورات البلاغية له، وهذا ما أنجزه في مقاله التأسيسي لهذا التوجه البلاغي سنة 2005م، حيث أعاد "عبداللطيف" تصنيف البلاغة العربية، وهي ثلاث بلاغات: (بلاغة قرآنية، وبلاغة أدبية، وبلاغة إنشائية) وصفها ببلاغة المتكلم لما تقدمه له من وسائل يوظفها في التأثير على المُخاطب وإقناعه، وفي مقابل بلاغة المتكلم أسس توجهها سماه بداية بلاغة المخاطب، وهو ما سيصبح تحت مسمى بلاغة الجمهور. (6) كما بالجدول التالي:

جدول رقم (1)

مقترح عماد عبد اللطيف في تصنيف البلاغة العربية مع توجهه الجديد (7)

الوظيفة	الموضوع	المادة	معايير التصنيف	
			أنواع البلاغات	
التعليل لإعجازه البلاغي والمشاركة في تفسيره	الأبعاد البلاغية للقرآن الكريم	القرآن الكريم	1	البلاغة القرآنية
استخلاص الخصائص الجمالية للنصوص الأدبية وتحليلها	الخصائص الجمالية للنصوص الأدبية	النصوص الأدبية شعرا ونثرا	2	البلاغة الأدبية
وضع معايير للكلام البليغ، ووضع إرشادات تمكن البليغ من إنتاجه	إنتاج الكلام البليغ	اللغة المستخدمة في الحياة اليومية لتحقيق الإقناع و/أو التأثير	3	البلاغة الإنسانية
تقديم معارف وأدوات للمخاطب تمكنه من مقاومة الخطاب البلاغية السلطوية	دراسة الكيفية التي تستخدم بها هذه الخطابات اللغوية لتحقيق التأثير والإقناع وأثر ذلك في تشكيل استجابة المخاطب وإمكانيات تعديلها وتكييفها وصولاً إلى تحقيق اتصال حر.	الخطابات البلاغية الجماهيرية	4	بلاغة الجمهور (مقترح عماد عبد اللطيف)

كما يتضح من خلال المعطيات المتضمنة في جدول (1)، فإن بلاغة الجمهور تراهن على الجمهور (المتلقي) باعتباره الطرف الأضعف في العملية التواصلية التي تربطه بمنتج الخطاب، علاقة قوامها السلطة؛ بين منتج الخطاب الذي يسعى من خلال خطابه إلى التأثير في الجمهور وإقناعه، ومن ثم السيطرة عليه .

والتساؤل الذي قد يثار هنا، هل كل الخطابات هي خطابات سلطوية تروم السيطرة على الجمهور؟

والجواب أنه لا يمكن الحديث عن تعميم الأمر بجعل كل خطاب بلاغي خطابا سلطويا وهذا ما تراهن عليه بلاغة الجمهور. (8) وذلك بجعل الجمهور قادرا على التمييز بين خطاب سلطوي يستهدف السيطرة عليه وخطاب غير سلطوي يستهدف تحريره، بحيث يستطيع الجمهور بواسطة تطوير وتفعيل استجاباته أن يقاوم الخطاب السلطوي. (9) ومع الإقرار بأن دور المخاطب في العملية التواصلية، لا يقل أهمية عن نظيره المتكلم، فهو طرف فاعل في تلقي الخطاب ثم إعادة إنتاج خطابات بديلة تماشيا مع طرح المتكلم أو نقدا ومعارضة له، فهو يقوم بإعادة إنتاج خطاب المتكلم عن طريق عمليات التأويل والتفسير، كما أنه يُنشئ وينتج خطابات بديلة تنم عن استجابته لمقام التواصل (10) وهنا يقف عدد من العثرات منها: التردد، والمواقف المسبقة، والسقوط تحت سلطة خطابات أخرى، والعثرة الأشد التي هي الخضوع تحت سلطة أهواء النفس ومن ثم جحود الحق ومعاذته؛ فليست كل مقاومة لسلطة الخطاب أمر رشيد.

إذ أننا حينما نتكلم عن سلطة الخطاب الديني، فالأمر خاص، حيث يتميز الخطاب الديني عن باقي الخطابات بموضوعه الذي هو الدين، ومرسله الذي يمتلك سلطة وثقافة دينية، كما يجب الإشارة إلى أن الخطاب الديني يختلف عن الدين، فالدين مُلزم لأتباعه ولا مرء، وأما الخطابات العديدة التي تتدرج كلها تحت مسمى الخطاب الديني، فإنها تتراوح بين الخطاب الديني القائم على الدليل المحكم، وهو كذلك مُلزم، لما

للدليل الصحيح الصريح من سلطان، وبين الخطابات القائمة على المسائل ذات الخلاف الفقهي والتي يتم فيها الترجيح بحسب قوة الدليل - وفيها سعة - وكذلك بينها وبين غيرها من الخطابات التي تتراوح بين التطرف والتفريط، كل ذلك يستوجب، التعلم ومعرفة أنواع الأدلة، ودراسة آليات النقد قبل إعمال النقد، وكذلك التمييز بين الاستفسار وأنواع الاستفهام، والإستدراك، وغيرها من أنماط الاستجابات. كل ذلك في ظل تمتع الخطاب الديني الدائم بسلطان اجتماعي، يمثله الإنسان والأرض، والزمان الذين يملكهم في الحالات جميعا تنمو وتتحرك فيه كل الطاقات، في عمل مشترك من شأنه أن يغير الأوضاع النفسية في الفرد، وملامح الحياة حوله، والذي يستطيع مواجهة كل الظروف الاستثنائية.⁽¹¹⁾ وعليه فإن سلطة الخطاب تتجلي في الآثار التي يحدثها الخطاب في استجابات الجمهور، بمعنى أن نجاح خطاب سلطوي ما في تحقيق وظائفه يُقاس أساسا في قدرته على التأثير في استجابات مستهلكيه.⁽¹²⁾

ثانيا: المتلقي

بقدر ما يُمثل منتج الخطاب الديني الركيزة الأساسية لقيام الخطاب، بقدر ما يحتل المتلقي أهمية بالغة في اكتمال الخطاب وبلوغ المعنى المقصود من ورائه كون هذا الخطاب موجه بالدرجة الأولى إليه، ويكون اكتمال الخطاب عن طريق رد الفعل الذي ينتجه المتلقي، عبر عمليات التأويل والتفسير ل طرح المتكلم تماشيا معه أو نقدا ومعارضة له، والذي عادة ما يكون بأشكال مختلفة منها (الاقتناع- طرح الأسئلة - الاستحسان..) وكلها خطابات بديلة ينتجها المخاطب ردا على الخطاب الموجه من طرف المتكلم⁽¹³⁾.

وعليه ستعرض الباحثه لماهية التلقي؟ كيف يتلقى الجمهور الخطاب؟ وهل المتلقي الديني يخضع للنصوص على نحو سلبي أم يستقبلها فاهما وناقدا ومثولا؟ فضلا عن التعرض لأنماط استجابات تلقي الخطاب الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فبيان أسباب تلك الاستجابات ثم بيان أثر تلك الاستجابات على الخطاب الديني الرقمي؟

(أ) مفهوم التلقي ومعانيه

استُخدم مفهوم التلقي (للخطاب الديني) في العديد من الدراسات الأدبية والإعلامية، المفهوم الذي أجملت (أسماء الرجال، 2019)⁽¹⁴⁾ تعريفه بأنه: عملية تقتضي تدخل المتلقي بمعارفه السابقة وذخيرته المكتسبة في فهم وتفسير وتأويل الخطاب وإعادة صياغة الخطاب الديني في شكل ممارسات يجسدها المتلقي؛ بحيث يدخل الخطاب الديني أثناء نزوله إلى المتلقين في عمليات تأويلية كثيرة الاتجاهات لا تسير في خط واحد بين أفق إنتاج الخطاب ومتلقيه، ولكنها تسير في خطوط مختلفة تتباين بتباين الكثير من العوامل التي يتم فيها تلقي الخطاب⁽¹⁵⁾؛ خطوط التلقي التي تتنوع بتنوع الأطر الثقافية، والخبرة الدينية وعمق هذه الخبرة ودرجة الوعي بدور الدين في الحياة، ما أسماه " أحمد زايد" بالهابيتوس الديني، ذلك الهابيتوس الذي يشكل وعاء التلقي، والذي تحمله الذوات داخل عقولها وأبنيته النفسية⁽¹⁶⁾ إذ قد تكون المؤثرات البنائية واحدة ومتشابهة، ولكن تختلف المعاني وفقا لما يفرضه الوسط الأضيّق للهابيتوس الديني الذي يتحرك فيه الفرد، والذي يتشكل عبر عملية تنشئة دينية مقصودة أو غير مقصودة في الأسرة والمدرسة والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، والخبرات الحياتية المختلفة وممارسة الشعائر الدينية أو عمق الاتصال بجماعات أو تنظيمات دعوية⁽¹⁷⁾؛ وإذا ما تأملنا الواقع الآن نجد تباينات شاسعة في تأويلات الخطاب الديني بعد تلقيه فهناك من يأخذ الجانب المعتدل من الخطاب، وهناك من يأخذ ذات الخطاب ويتلقاه بتطرف، والمثال على ذلك ما شاهدناه مؤخرا في فكر ابن تيمية، الذي اتخذت منه "داعش" - زورا وبهتانا- مفتيا متشددا لأفعالهم المتطرفة، في حين نجد أناس آخرون يستخدمون فكر ابن تيمية في نشر الجانب الإصلاحية والتثويري⁽¹⁸⁾؛ ذلك نتيجة الفهم الذاتي الناتج عن انصهار الأفاق المعرفية والفكرية والاتجاهية لمنتج النص ومتلقيه، وعليه تعدد المعاني والتفسيرات والتأويلات.⁽¹⁹⁾

(ب) أنماط التلقي: بين التعدد والصدام

في ظل التحولات والتغيرات التي شهدتها المجتمع المصري خلال السنوات الأخيرة، والتي كان من نتيجتها صعود بعض -التيارات الدينية، وما نتج عنه من بروز الخطابات الدينية متعددة الصور والأشكال، وترتب على ذلك أيضًا تعدد أصناف الجمهور المتلقي لهذا الخطاب⁽²⁰⁾، فكما تتنوع صور إرسال الرسائل الخطابية، وصور النخب المرسل، تتنوع أنماط المتلقين وتصوراتهم حول ما يطبقونه.⁽²¹⁾ ذلك التنوع للمتلقين الذي يفرض صورًا من الخلاف في أرض الواقع، ويجعل إمكانية الاتفاق ضعيفة.⁽²²⁾ وتظهر حدة الاختلاف خاصة عبر المواقع التي تشمل على توجهات دينية وسياسية مختلفة، وهي توجهات تبرز التعارض مع رؤية هابرماس الخاصة بتجانس الفضاء العام، التي يمكن الوصول إليها بتجاهل الأعضاء للاختلافات القائمة فيما بينهم، وتحولهم لبعض القضايا المؤسسة لحالة من الاجماع من خلال النقاشات النقدية العقلانية⁽²³⁾ الأمر الذي يصل إلى حد التصادم؛ فحينما يكون المتلقي هو المسلم العادي أو المسلم الذي يعيش داخل الحدود الجغرافية لبلد منتج الخطاب أو في أي من ربوع الأمة الإسلامية، فإن تعدد الخطاب يُحدث نوعًا من الارتباك والحيرة نحو القبول بأي نوع من هذه الخطابات لاسيما إذا كانت متنافرة دون حد أدنى من الانسجام الذي تلتقي عنده أفكار الخطاب ورؤيته الذاتية، ما يضيف نوعًا من فقدان الثقة في مصداقية الخطاب فضلًا عن التشويش الذي قد يلحق بشخصية المتلقي ويفقده حاله التوازن، وتسلبه القدرة على الوقوف في المسار الصحيح.⁽²⁴⁾ الخلاف بين المشاركين، الذي يؤدي لا محالة إلى النيل من المؤسسة الدينية الرسمية، وفتح المجال أمام المسلمين العاديين لتفسير المسائل الدينية المختلفة، فضلًا عن فتح المجال أمام التفسيرات الخاطئة التي لا تمت للإسلام بصلة.⁽²⁵⁾ وهنا تبرز أهمية بلاغة المخاطب/ الجمهور والتي تجعله يميز بين الخطابات

المقدمة له، وهذا ما يظهر في كفاءته، وهنا نركز على لغته وكفاءته في إتقانها لأن اللغة مهارة في حد ذاتها⁽²⁶⁾

وعن حجم البلاغة في استجابات الجمهور الافتراضي المصري نحو الخطاب الديني الرقمي فقد قامت الباحثة بتحليل عينة من تعليقات واستجابات الجمهور الافتراضي من متابعي حملة " اعرف الصح" الصادرة عن دار الإفتاء المصرية بموقع فيسبوك، وذلك نحو أحد منشورات الحملة -الموضوع عينة البحث- مع تحليل مجموعة من التعليقات ذات الدلالة من كامل الحملة، وذلك للخروج ببعض المؤشرات عن مستوى البلاغة لدى هذا الجمهور، وذلك كما هو موضح بالجدول التالية، وما تبعها من تفاصيل :

جدول رقم (2) اتجاه التعليق

النسبة	التكرار	اتجاه التعليق
11,87%	227	إيجابي (مؤيد)
71,32%	1336	سلبي (معارض)
16,79%	321	محايد
100%	1911	المجموع

تشير نتائج الجدول رقم (2) إلى ارتفاع نسبة الاتجاه السلبي نحو المنشور محل التحليل ارتفاعاً كبيراً فُدر ب (71,32%) والذي قابله انخفاضاً كبيراً في نسبة التأييد فُدرت ب (11,87%)؛ غلبة الاتجاه السلبي التي ترى الباحثة أن السبب فيها هو الاختلاف الفقهي حول الصلاة في المساجد ذات الأضرحة، والذي لم يُشر إليه المفتي، حيث تجاهل المنشور التفاصيل الكثيرة في المسألة، والآراء الفقهية المعتبرة التي ترى حرمة الصلاة فيها؛ بل أوحى كاتب المنشور بخطأ الرأي القائل بالحرمة، عبر وضع

علامة خطأ فوق عبارة (الصلاة في المساجد ذات الأضرحة شرك)، كما هو موضح في الشكل رقم (1) وان لم يرى أصحاب الرأي الذي يرى الحرمة أن الشرك في الصلاة بذاتها، إلا أنه لا يخفى ما يجري في بعض تلك المساجد من عبادات شركية من الاستغاثة والاستعانة بأصحاب تلك الأضرحة، والذبح والنذر لهم وغير ذلك من مظاهر الشرك بالله تبارك وتعالى.

جدول رقم (3) نوع معارضة المتلقي للفتوى

النسبة	التكرار	شكل/ نوع معارضة المتلقي
12,7%	198	تشكك بصدق المفتي
26,3%	411	تشكك بصدق المؤسسة
4,1%	64	تستدل بفتوى مضادة
8,5%	134	تدعو على المفتي
2,7%	43	تدعو للمفتي (بالهدى والرشاد)
39,7%	620	تتهكم على الفتوى/ المفتي معا
0,64%	10	الاسترجاع (إنا لله وإنا إليه راجعون)
5,06%	79	الحسبنة (حسبنا الله ونعم الوكيل)
100%	1559	المجموع

وفقا للجدول رقم (3) فقد تمثلت النسبة الأكبر من شكل المعارضة للفتوى في السخرية من الفتوى والمفتي بنسبة (39,7%) يليها التشكيك بصدق المؤسسة، فالتشكيك بصدق المفتي بنسب (26,3%) و (12,7%) على التوالي، الأمر الذي ترى الباحثة رجوعه إلى عرض الحكم مجردا من الدليل ، مع عدم الإشارة إلى التفصيلات الفقهية في

المسألة، كما ترى الباحثة أن تلك التفاعلات الساخرة المشككة كنتيجة لا يمكن تفسيرها في ظل هذا المنشور بمعزل عن بقية منشورات الحملة التي سبقت هذا المنشور ذات الموضوعات المشككة كالتقول ببدعة الاحتفال بالمولد النبوي، الأسلوب الذي انتهجه كاتبها المنشورات في عرض غالب الفتاوى "المشككة خاصة"، حيث غياب الدليل وعدم الإشارة إلى الخلاف الفقهي، واستخدام استراتيجية المراوغة عبر استعمال أسلوب التلطيف اللفظي.

جدول رقم (4) نوع تأييد المتلقي للفتوى

النسبة	التكرار	شكل / نوع تأييد المتلقي
21,9%	57	تمدح الفتوى
6.9%	18	تمدح المفتي
63,46%	165	تعلمن عن التأييد للمؤسسة الدينية
7.69%	20	تتهم المخالفين بالجهل
100%	260	المجموع

وفقاً لنتائج الجدول رقم (4) فقد تحولت النسبة الأكبر من تأييد المتلقي للفتوى ذاتها إلى إعلان التأييد للمؤسسة الدينية بنسبة (63,46%)، ومع أن نسبة التأييد للفتوى نفسها جاءت في الترتيب الثاني، إلا أنها جاءت بفارق كبير وصل إلى ثلث الترتيب الأول، وذلك بنسبة (21,9%)؛ ما يمكن تفسيره في ضوء نتائج الجدول السابق، حيث جاء تأييد المؤسسة كنوع من المناصرة للدار عبر المقابلة للتعليقات الراضية للحملة والمشككة في صدق المؤسسة، وهو ما لاحظته الباحثة، من تحول الأمر لدى المؤيدين إلى حالة من الصراع - دون استخدام للأدلة في غالب الأحيان - مع كل ما هو سلفي وهو ما ستشير إليه الباحثة في موضع لاحق في الأشكال رقم (8) و(9) و(10)، هذا

مع أن عدد كبير من المعارضين للحملة أعربوا عن عدم انتماءهم إلى التيار السلفي، وهو ما تبين للباحثة كذلك بالدخول إلى عدد من الحسابات الشخصية للمعلقين المعارضين لمنشورات الحملة.

جدول رقم(5) علاقة التعليق بالفتوى

النسبة	التكرار	علاقة التعليق بالفتوى
82,46%	1576	ذو علاقة بالفتوى
17,53%	235	لا علاقة للتعليق بالفتوى
100%	1911	المجموع

كما يتضح من الجدول رقم (5) ارتباط الغالبية العظمى من التعليقات بنسبة (82,46%) بموضوع الفتوى، وهو ما يعتبر أحد المؤشرات الجيدة عن وعي عينة البحث في تلقي الخطاب الديني الرقمي .

جدول رقم(6) المستوى اللغوي للتعليقات

النسبة	التكرار	المستوى اللغوي للتعليقات
31,6%	605	عربية فصحي
45,78%	1047	عامية
13,18%	252	عامية المثقفين
0,36%	7	فرانكو (كلمات عربية بحروف لا تينية)
100%	1911	المجموع

وفقا للجدول رقم (6) فقد احتلت اللهجة العامية الترتيب الأول من حيث المستوى اللغوي للتعليقات بنسبة (45,78%) يليها العربية الفصحى بنسبة (31,6) فعامية المثقفين بنسبة (13,18%)؛ ما يوحي بتوسط درجة هذا المؤشر من حيث الإشارة

إلى بلاغة الجمهور حيث عادلّت نسبة اللهجة العامية، ذات الدلالة المنخفضة لبلاغة الجمهور، مجموع اللغة العربية الفصحى "ذات الدلالة المرتفعة" وعامية المثقفين ذات الدلالة المتوسطة، مع غلبة اللغة الفصحى على هذا المزيج.

جدول رقم (7) شكل التعليق

النسبة	التكرار	شكل التعليق
8,00%	153	رموز تعبيرية
0,47%	9	رابط الكتروني
3,42%	37	صورة
52,95%	1012	كتابة
2,4%	39	كتابة وصورة
33,69%	644	كتابة ورمز تعبيرية
0,88%	17	كتابة ورابط الكتروني
100%	1911	المجموع

وفقاً لنتائج الجدول رقم (7)، فقد مثلت الكتابة الشكل الأكثر استخداماً في التعليق على المنشور محل التحليل من قبل متابعي حملة " اعرف الصح" بنسبة (52,95%) والذي يُعدّ أمراً منطقياً وإيجابياً في ذات الوقت حيث تُعتبر الكتابة الشكل الأمثل في سوق الأدلة والتعبير عما يختلج نفوس وعقول من آراء وقناعات؛ إلا أن الرمز التعبيري احتل كذلك محلاً مهماً لدى الجمهور الافتراضي من متابعي الحملة حيث جاءت الكتابة + الرمز التعبيري في الترتيب الثاني بنسبة (33,69%)، فالرموز التعبيرية في الترتيب الثالث بنسبة (8%)؛ كأحد أساليب التعبير عن الرأي، ذي الدلالات المهمة، بل والتي لا يمكن وصفها في كلمات وعلى رأسها الاستنكار والسخرية، وهو ما

ستشير إليه الباحثة لاحقا في الجدول رقم (11)، ومن ذلك استخدام الداعية محمد الغليظ للرموز التعبيرية الساخرة في تعليقه حول إيداع الأموال في البنوك من أي شبهة ربا، والذي حاز على ثاني أكبر نسبة تفاعل على مستوى الحملة، كما هو موضح بالشكل رقم (3)، بعد منشوره المتعلق بفتوى حلق اللحية، والذي حاز على أكبر نسبة تفاعل كذلك في الحملة كلها.

جدول رقم (8) نوع التعليق

نوع التعليق	التكرار	النسبة
استفهامي	140	7,32%
استنكاري	997	52,17%
نقدي	332	17,37%
تقريبي	179	9,36%
إشارة إلى صديق	108	5,65%
غير ذلك	155	8,11%
المجموع	1911	100%

تشير نتائج الجدول رقم (8) إلى تصدر الأسلوب الاستنكاري لقائمة الأساليب المستخدمة في التعليقات بنسبة (52,17%) تعبيرا عن رفض الفتوى، يليه الأسلوب النقدي بالترتيب الثاني بنسبة (17,37%)، ثم الأسلوب الاستفهامي في الترتيب الثالث بنسبة (7,32%) .

جدول رقم (9) منهج التعليق

النسبة	التكرار	منهج التعليق
14,91%	285	نقلي
29,8%	571	عقلي
23,70%	453	نقلي وعقلي
31,5%	602	غير ذلك
100%	1911	المجموع

ووفقا للجدول رقم (9) تصدر الأسلوب العاطفي والانفعالي قائمة المناهج التي استخدمها الجمهور الافتراضي من متابعي الحملة نحو المنشور عينة التحليل بنسبة (31,5%) ومع تصدر هذا المنهج الذي يوحي بانخفاض مستوى البلاغة لدى الجمهور إلا أنه إذا ما قورن بمجموع بقية المناهج والتي تدل على ارتفاع نسبة البلاغة من حيث مجموع المناهج (العقلية ، والنقلية، والعقلية والنقلية معا) بنسبة (68,41%)، فإن ذلك يعطي مؤشرا عن الارتفاع النسبي في وعي المتلقي في التفاعل مع الخطاب، مع عدم تجاهل النسبة غير القليلة والمتمثلة في فئة (غير ذلك) والتي غلب عليها الأسلوب الانفعالي والعاطفي .

جدول رقم (10) محور التعليق

النسبة	التكرار	محور التعليق
27,78%	531	تعليق على الفتوى
9,47%	181	تعليق على المفتي
28,9%	552	تعليق على المؤسسة
14,96%	286	تعليق على الفتوى والمفتي
18,89%	361	رد على تعليق
100%	1911	المجموع

وفقا لنتائج الجدول رقم (10) فقد تصدرت المؤسسة الدينية محاور تعليق المتابعين بنسبة (28,9%)، النسبة التي قاربت نسبة التعليق على الفتوى والتي جاءت في الترتيب الثاني، حيث قُدرت ب(27,78%)، وهو ما أشارت الباحثة أنها تراه سببا لذلك في التعليق على الجدول رقم(3)، فيما جاء الرد على تعليق بالترتيب الثالث بنسبة كبيرة نسبيا قُدرت ب(18,89%)، الأخير الذي يدل على قوة التفاعلية بين المتابعين، في الوقت التي تنعدم فيه التفاعلية من قبل القائمين على الحملة، حيث يوجه الكثير من الأفراد الاستدراكات، والأسئلة - الراشدة كثيرا- إلى الدار، ولكن لا يجدون استجابة، ليتطوع آخرون لتقديم الجواب، فيدلي كل بدلو، لتكون التعليقات والتفاعلات إما قائمة على تبادل الأدلة وتبرير تبني رأيا فقهيا معينا كما في الشكل رقم(5)، وأحيانا عاطفية انفعالية غير قائمة على دليل، أو ذات الدليل الضعيف، والرأي المرجوح، فيما تتطوي الردود على التعليقات في أحيان أخرى كثيرة على رمي الاتهامات بالجهل، والتطرف بل وأحيانا السباب بأقذع الألفاظ؛ ما يخلق حالة من الصراع بين المتابعين، فضلا عن وجود حالة من الشتات لدى المتابعين الذين يرون الدليل، ولا يميزون بين مراتبه ، ولا يفرقون بين الراجح والمرجوح؛ الأمر الذي يجعل من ضرورة إيلاء القائمين على الدار للتفاعلية مع الجماهير مزيدا من الاهتمام على كل منشورات الدار عامة، ومع أمثال ذلك النوع من المنشورات والمتمثل في "حملة اعرف الصح" خاصة، لضبط التفاعلات، والإجابة على التساؤلات، كأهم الوسائل لضبط المجال الرقمي، عبر استغلال الخصائص التفاعلية التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي؛ والتي هي أحد أهم ملامح تجديد الخطاب الديني بالمعنى الصحيح.

جدول رقم (11) استجابات الجمهور الرمزية نحو الفتوى عينة التحليل

النسبة %	التكرار	استجابات الجمهور الرمزية نحو الفتوى عينة البحث (الصلاة في المساجد ذات الأضرحة والصالحين)
76,58%	3545	مع
23,4%	1084	ضد
100%	4629	مجموع

جاءت الغالبية العظمى من الاستجابات الرمزية -المتمثلة في نوع التفاعل (الريأكت)- اتجاه المنشور/ الفتوى محل التحليل إيجابية بنسبة (76,58%) متوزعة بين (أعجبنى بنسبة 79% - أحببت بنسبة 19,9% - مهتم ب بنسبة 1,1%) ، فيما جاءت النسبة الأقل من الاستجابات الرمزية سلبية والتي فُدرت ب23,4% موزعة بين (أغضبني - أأزنتني - أدهشني - أضحكني) كان أغلبها أضحكني بنسبة (87,5%)؛ تلك الغالبية المستنكرة من المعارضين التي تتفق مع ما جاء في **جدول رقم (8)** من غلبة الأسلوب الاستكباري على تعليقات المعارضين للحملة؛ وعلى الرغم من انخفاض نسبة استجابة المعارضين للحملة رمزيا على المنشور محل التحليل إلا أنهم كانوا الغالبية في التعليق عليه، كما هو موضح **بالجدول رقم (2)**؛ ما يوحي بالرغبة في التفاعلية والتعبير عن الرؤى لدى هؤلاء المخالفين؛ وذلك على العكس من المؤيدين والتي ارتفعت نسبة تفاعلهم رمزيا، إلا أنها انخفضت بشكل ملحوظ في التعليق على المنشور محل التحليل، السبب الذي ترى الباحثة أنه إما يدور بين القناعة وتبني الرأي الفقهي للمنشور، أو العادة، أو الدعم المطلق للمؤسسة باعتبارها المصدر الرسمي للفتوى، التفسير الأخير الذي ترجحه الباحثة من رغبة المتفاعلين رمزيا في دعم المؤسسة الدينية، الدعم والذي وإن حاز على الغالبية بعدد 3545 متفاعل، إلا أنه يبقى شديد الضعف إذا ما قورن بنسبة المشتركين في الحساب الرسمي لدار الإفتاء المصرية والذي فُدر ب 12 مليون



مشترك؛ النسبة التي وإن مثلت تقدماً ملحوظاً في التفاعل مع الدار عن سابقه، إلا أنها تبقى في حاجة إلى مزيد من العمل الجاد والاستجابة لاحتياجات الجماهير، وتلبية طلباتهم الرشيدة، وتحقيق التفاعلية معهم، وذلك لتتمكن من المضي قدماً في الدور الذي أنشئت تلك الحسابات الرقمية لأجله، والتي هي مُرشحة بقوة للوفاء به.

(ج) عوامل استجابة المتلقي للخطاب الديني الرقمي

حدد (محمد عبد الفتاح، 2017) (27) العناصر المؤثرة في تجاوب المتلقي مع

الخطاب الديني في التالي:

- البيئة الاجتماعية مفترضا أنه كلما قلت الضغوط عن كاهل المتلقي كان أقل تقبلاً للخطاب الديني بحالته ودون مناقشة، أما حينما تزداد الضغوط فإن المتلقي يكون أكثر تقبلاً للخطاب بحالته وسوف ينظر دائماً إلى أن الحوار حول الخطاب نوع جديد من الضغوط التي يبحث عن حل لها، ومردود هذا الخطاب على المشاكل التي تعيشها هذه البيئة سوف يؤدي إلى الانتقال بالفرد المتلقي من الشعور بالوحدة إلى الشعور بالمشاركة الجماعية سواء مع من يعيشون نفس الظروف ويتلقون الخطاب أو من خلال التوحد مع مصدر الخطاب نفسه.

- العلاقة بين الفرد والنظام السياسي: فالمشكلات التي تنتج عن فشل الأنظمة السياسية في التعامل مع احتياجات الفرد، تجعل من المتلقي بيئة خصبة لتقبل الخطاب الديني وتجعله أكثر تأثيراً وأكثر قدرة في تحقيق أهدافه محققاً نتائج إيجابية وقدر غير قليل من الحصول على استجابة سريعة، إضافة إلى تعاطف هؤلاء المتلقين مع خطاب التيارات الدينية التي تعرضت للاضطهاد لسنوات طويلة، معاناة الاضطهاد التي تستغلها -بعض- التيارات الدينية وإظهارها على أنها وليدة دفاعه وانحيازه لهذه الطبقات

وتبنيه الدفاع عن حقوقهم ورد الظلم عنهم، ويمثل عدم القدرة على التواصل مع هذه الطبقات دورا يساهم في تصديق ما يطرحه أصحاب خطابات هذه التيارات الدينية المعاكسة للاتجاه الحكومي.

- **ثقافة المتلقي** سواء ثقافة دينية أو أيا كانت الطبيعة المعرفية لهذه الثقافة والتي تؤثر بالضرورة سلبا أو إيجابا في التلقي، فالفرد المثقف سيتعامل مع لغة الخطاب الديني سواء دعويا او سياسيا بإخضاعها للمعايير العقلية التي اكتسبها وإرجاعها إلى ثقافته، مناقشا للمسائل الدعوية بنوع من الحذر وقد يكون لديه درجة من الانصياع لها، إلا أنها لن تتحدر لدرجة القبول التي عليها الشخص غير المثقف أو الأمي بالكلية، فإذا كانت مسائل الدين يتلقاها المثقف بشيء من الحذر مخافة أن يرتكب إثما من رفضها أو إنكارها لاسيما إن صدرت عن من يكن له احتراماً ويقتنع بفقهاءه الديني، فضلا عن أن ثقافة المتلقي الدينية قد تكون سطحية، أما المسائل السياسية - ذات الصبغة الإسلامية - فحتى إذا كان الشخص لا يعلم الكثير عن السياسة فإنه لا يوجد ما يمنع من المجادلة والحوار حول الأمور السياسية، وتقييم الأداء السياسي والدعوة السياسية انطلاقا من قدر ضئيل من المعرفة واعتمادا على الواقع الذي يعيش فيه؛ حيث أكسب استخدام آليات الدعوة في سياق التنافس السياسي الناس الجرأة على التشكيك في صلاحية خطاب الشرع.(28)

طرح محمد عبد الفتاح الذي أكدّه (خالد مسلم، 2018)⁽²⁹⁾ بأن لتفاوت مراتب البشر في التلقي أثره على الخطاب الديني سلبا أو إيجابا وأن من أسباب تراجع الخطاب الديني هو المُخاطَب بهذا الخطاب فهو إنسان يتأثر بظروف بيئته الخاصة، كظروف

أسرته التي يعيش فيها، وما عليها من غنى وفقر، وعلم وجهل، وجاه وضعف، ونحو ذلك، هذه الظروف تؤثر في شخصيته ونفسيته ونظرتة إلى الحياة، وكما يتأثر المتلقي بظروف بيئته العامة، وظروف العصر الذي يعيش فيه وما فيه من تقدم علمي وتقني، ومن تيارات سياسية، ومن طغيان القوي على الضعيف وغير ذلك من الأمور.

فيما أشارت (ميسرة أحمد، 2018)⁽³⁰⁾ أن استجابة المتلقين للخطاب الدعوي (الديني) تستلزم توفر عدة شروط، صنفتها إلى ثلاث أصناف هي:

- 1- شروط راجعة إلى الداعية كالعلم، والأهلية الشخصية، وقوة الاعتقاد والحجة والبيان، والمعرفة التامة بالوسائل التي يستخدمها
- 2- شروط راجعة إلى المدعويين كالتوازن الاجتماعي
- 3- شروط راجعة إلى الوسيلة كعدم خروجها عن الشريعة الإسلامية.

فيما بينت دراسة (أسماء الرجال، 2019)⁽³¹⁾ أن ثلاثة أسباب تجعل الخطاب الديني منفصلاً عن المتلقين، هي:

- 1- عدم طرح الخطاب بلغة سهلة وميسرة .
 - 2- البعد عن مناقشة القضايا والمشكلات المرتبطة بالواقع .
 - 3- تشدد وتطرف بعض الدعاة في آرائهم.
- (د) استجابة المتلقين للخطاب الديني الرقمي بين البلاغة والضغط على العلماء والدعاة (إنتاج رسائل مضادة)، وبين الإيجابية والسلبية، وبين السطحية وإعمال العقل:

وكما سبق الإشارة إلى أن سلطة الخطاب تتجلى في الأثر التي يحدثها الخطاب في استجابات الجمهور، بمعنى أن نجاح خطاب سلطوي ما في تحقيق وظائفه يُقاس أساساً في قدرته على التأثير في استجابات مستهلكيه⁽³²⁾ إلا أن مفهوم الجمهور لم

يعد ثابتا بعد الآن لأن هويته تتغير بسرعة، بعد أن أصبحت الحدود الفاصلة بين منتج المعلومات أو صانع المحتوى والجمهور أكثر غموضا، فقد يكون الأخير على منصات وسائل التواصل الاجتماعي، مجرد مراقب أو متلق في الدقيقة السابقة، ليصبح ربما صانع المحتوى ومنتج المعلومات في الدقيقة التي تليها. (33) وفي ضوء تحول النموذج من "مرسل إلى جمهور" إلى "من جمهور إلى جمهور تحولت القوة إلى أيدي الناس، الأمر الذي وضع كل فرد في موقع المرسل وموقع المستقبل في آن واحد، ليمنحهم النفوذ الذي كان حكرًا على ملاك الوسائل الإعلامية؛ (34) حيث جعلت وسائل الإعلام الجديدة الجمهور أكثر استقلالية وطمست الحدود الفاصلة بين المنتج/ المرسل والمتلقي، وأصبح المعلقون الاجتماعيون، هم الأشخاص المعروفون سابقا باسم الجمهور "بيد أنهم المسيطرون حاليا على زمام الأمور. (35) المكانة المهمة التي أصبح الجمهور يحتلها في الترويج للخطاب الديني وكذا في تلقيه، وفي إنتاجه أصلا، ومنه ما نراه عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيما يخص التعليقات، ومناصرة الآراء بأفعال كلامية أو من خلال استراتيجيات التفاعل المتعددة بين النص والمتلقي (كالإعجاب/ المشاركة/ أحببت... (36) الاستجابات التي يمكن توصيفها في خمس خصائص أساسية هي: (الآنية- ضعف الخضوع للرقابة- ضخامة حجم الاستجابات وتعدد أنواعها- قابلية تجهيل المصدر وصعوبة التتبع- سهولة القابلية للحصر) (37) تلك الاستجابات الآنية للمخاطب (الجمهور المتلقي) والمتمثلة في ردود الفعل أو التغذية الرجعية، تؤثر في الطريقة التي يبني بها المتكلم نصه ومجمل خطابه، ومن ثم فإن المخاطب الذي يدرك قدرة استجابته على تعديل نص المتكلم، ويمتلك قدرة على التمييز بين خطاب سلطوي يستهدف السيطرة عليه وخطاب غير سلطوي يستهدف تحريره؛ حيث يزعم بعض المنظرين أن القارئ مسؤول مسؤولية كاملة عن خلق المعنى الذي يبرز من اشتباكه مع النص؛ التفاعل الذي يمكن



أن يثير آراء متعددة تعود إلى أسباب مختلفة (38) وأنه يستطيع مقاومة الخطاب السلطوي من خلال تطوير وتفعيل استجاباته (39).

ومع ذلك فإن الباحثة تتفق والرأي بأن تلك السيطرة للمتلقين يشوبها الكثير من الوهم؛ فإن بدا -ظاهرياً- أن مستخدمي المواقع الدينية على شبكة الإنترنت لهم السيطرة الكاملة أو على الأقل لهم سلطة على قرار الانتقاء، إلا أن مراكز القوى التي توجد عادة في شركات الإنترنت، التي تملك المال والمعرفة وضعت الكثير من القيود على سيطرة المستخدمين للمواقع الدينية ونشأت عن ذلك ظاهرتان هما كالتالي (40) :

الظاهرة الأولى: الدين الاستهلاكي: حيث سيطرة شركات الإنترنت على قيود الاستخدام أنتجت العقلية الاستهلاكية تجاه الدين، فكل موقع الوسائط المتعددة لجذب الجمهور، فإن لم يجد المستخدم ما يبحث عنه في موقع ما فإنه ينتقل إلى موقع آخر أكثر جاذبية. وفي حالة التعددية الدينية فإن الأديان المختلفة سوف تلجأ إلى استخدام هذه الطرق لجذب انتباه المستخدم فبسبب التقدم التكنولوجي فإن المنافسة الدينية سوف تزداد، **والظاهرة الثانية: هي ظاهرة احتكار المنتجات (الأيقونات) الدينية Wide casting of Religious Icons** ودحض المنافسة.

وفي هذا المقام لا يفوتنا الإشارة إلى قضية شائكة في بناء الخطاب الديني بشأن متلقي الخطاب الديني -سيان من الدين الإسلامي أو الغير- باعتباره عنصراً ضاغظاً على فكر الخطاب الديني ومحتواه؛ والتي تظهر بوضوح حينما يكون الخطاب الديني وليدا لردة فعل الغير، عبر انشغال بعض أنصار تجديد الخطاب الديني بمحاولة التوفيق بين الثقافة الغربية ومفاهيمها واستجلابها إلى الفكر الإسلامي بدعوى شمولية الإسلام، فبدلاً أن يتلقى الغير الخطاب الديني بأوضاع وتصورات الخطاب الديني ذاته وأصحابه ورؤاهم الذاتية والتي من المفترض أن تتشكل من بواعث ذاتية انطلاقاً من رؤى ومناهج إسلامية ليكون المنهج إسلامياً خالصاً شكلاً ومضموناً دون أي تأثير من

الثقافات الأخرى، فيحاول البعض مثلا تحت تأثير المتلقي أن يثبت أن الديمقراطية وآليات التشريع وأعمال السلطة التنفيذية تتطابق تماما مع المفاهيم الإسلامية؛ مع أنه ليس بالضرورة أن يعرف الإسلام الأشكال والأنماط التي يعيشها الغرب؛ المحاولات التي تتبع في حقيقتها من الشعور بالضعف والقهر الثقافي أمام الغير لاسترضائه، ومن ثم لابد أن يكون التجديد بإرادة ذاتية معبرا عن قضاياها من خلال منهج إسلامي وبمضمون إسلامي لا تحت تأثير ضغوطات خارجية(41).

(هـ) إيجابية المتلقي في التعامل مع المحتوى الديني في ضوء بلاغة الجمهور :

صنف "بالمجرين Palamgreen " إيجابية الجمهور في التعامل مع وسائل الاتصال بصفة عامة إلى ثلاث مستويات هي؛ الانتقائية **selectivity** وهي تسبق التعرض لوسائل الاتصال، الاستغراق **involvement** أثناء التعرض لوسائل الاتصال، الإيجابية بعد التعرض وتتمثل في تعليقات ومناقشات الفرد بعد التعرض للرسالة، كما تتمثل في إحساس الفرد بزيادة المعلومات بعد التعرض، وتأخذ معظم دراسات الاستخدامات لوسائل الاتصال في جانبها التطبيقي بذلك التقسيم الذي يقسم الإيجابية إلى قبل التعرض، وأثناء التعرض، وبعد التعرض.(42)

وبينما تفترض "الرجال" أن المتلقي نشط "فعال" وليس سلبيا، إذ يقوم بإعادة صياغة مفاهيم الخطاب الديني التي يتعرض لها ويجسدها في ممارساته(43) عدم سلبية المتلقي التي أشار إليها (محمد يونس، 2013) بمساهمة التفاعلية والتشابك والحرية في تغيير عقلية المخاطبين الذين شبوا عن ما أسماه "عبد اللطيف الخطيب" طرق الوصاية، والأهلية؛ إلا أنه كذلك سيسهم في تشطي فكرة(مركزية المعرفة الشرعية) والرسالة الدينية.(44) تلك الإيجابية التي لا ينفي وجود متلقيا متقاعسا يكتفي بالتهليل ولا يعطي



لنفسه فرصة نقد الخطاب الذي يتلقاه كما أظهرت دراسة (أسماء الرجال، 2019)⁽⁴⁵⁾ فضلا عن أن الإيجابية ليست مجرد القيام برد فعل، إنما رد فعل رشيد.

نماذج لبعض استجابات الجمهور العام والخاص اتجاه حملة اعرف الصح

النموذج الأول: (حملة بالحق نصدع)

ومن استجابات الجماهير اتجاه حملة اعرف الصح، جاءت المحاولات من قبل أشخاص غير معروفين - لتقديم خطاب بديل للحملة ومن ذلك الحملة الموسومة ب "بالحق نصدع" ضمن عدد من الحملات المضادة ومع أنها ليس الأكثر تأثيراً، بحيث لم تحقق انتشاراً، إلا أن الباحثة ارتأت البدء بها لجودة الفكرة وجدية الطرح، بحيث اتخذت نفس فكرة تصميم " اعرف لصح"، مع تغيير الخط واللوان، وتلافي ما أخذ على الحملة من قبل المعارضين، ليتم عرض مزيداً من الأدلة، ومناقشة القضايا التفریطية، والموضوعات العقدية المهمة، كما ما هو موضح بالشكل التالي:



فيس بوك- كما جمع الغليظ في تعليقه بين اللغة المكتوبة والرموز التعبيرية الاستنكارية، مستخدماً الأسلوب الاستفهامي الاستنكاري، كما غلب عليه استخدام اللهجة العامية، مستعينا كذلك بأسلوب التمثيل للتقريب، كما بالشكل رقم (3)؛ تلك الأدوات التي جعلت الغليظ من أكثر الدعاة متابعة كما تبين في دراسة سابقة أجرتها الباحثة (نورا فتحي، 2023، 449)⁽⁴⁶⁾ حيث حصل الغليظ على الترتيب الثاني بنسبة (41.25%) كأكثر داعية يتابعه الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي بعد مصطفى حسني، والذي تصدر بنسبة (50.5%)؛ ولعل ذلك يرجع إلى حد كبير إلى تنوع عناصر خطابه، وسهولة أسلوبه، ونجاحه في توظيف مواقع التواصل في إيصال ما يتبناه من آراء فقهية بأدلتها إلى أكبر عدد من الشباب. هذا ولم تتوقف استجابة "الغليظ" على التعليق على منشور الحملة، بل أتبعه بمنشور على صفحته الشخصية، مستعينا فيه بعرض مادة مصورة "فيديو" يستعرض خلالها فتوى مضادة لفتوى الدار حول موضوع الربا، لشيخ المالكية في مصر الشيخ "طه أحمد ريان" - عميد أسبق لكلية الشريعة والقانون بالأزهر وعضو هيئة كبار العلماء ورئيس موسوعة الفقه الإسلامي بالمجلس الأعلى للشؤون الإسلامية "رحمه الله"- كما هو موضح بالشكل رقم (3)، عرض الفتاوى المضادة، المنهج الذي اتبعه كثير من المعلقين العوام منهم/ والخواص، ممن هم معروفين بوفرة حظهم من العلم الشرعي من الدعاة، أو خريجي الأزهر الشريف ممن يرتدون عمامته.

41k >

Most relevant ▾

Moh.Elghaleez محمد الغليظ

ولا حتى شبهاية صغنونة يعني كده 🤔
والله أنا حاسس إن الصفحة اتسرقت 🤔
عامة هي حرام برأي مشايخ الأزهر نفسهم
و خليني أسأل حضرتك سؤال: لو مش ربا إني
أستلف منك ١٠٠ ألف جنيه و أرجعهم ١٣٠ ألف جنيه
بعد سنة، لو ده مش ربا، أمال الربا إيه؟

1 y Like Reply 9.9k

Youssef Hisham Moh.Elghaleez محمد الغليظ ...
View 1268 more replies...

Moh.Elghaleez محمد الغليظ
18 Oct 2021
وشهد شاهد من أهلها.
#اعرف_الصح
#هتعرف_الصح
#رد_الصح

5.8k 488 comments 1.6k shares 89k views

شكل رقم (3)

استجابات محمد الغليظ على فتوى خلو إيداع الأموال في البنوك من أي شبهة ربا

18k >

Most relevant ▾

Moh.Elghaleez محمد الغليظ

يا عم والله أنتم مش حاسبين العواقب
طيب قول مثلا ((حلق اللحية من الأمور المختلف
فيها و مطلقها له أجر اتباع السنة))
خطابك يبحث على الحلق رغم ان الخطاب الشرعي
يحث على الإغفاء
عامة نفسي تفهموا إنكم المفروض تجمعوا الناس
مش تفرقوهم
وابقى اعمل حسابك على مهرجان الجودة في يوم لو
فعلا لك قضية

1 y Like Reply 20k

Shawky Abdelwahab Moh.Elghaleez محمد الغ...
View 653 more replies...

شكل رقم (4) استجابة محمد الغليظ حول

فتوى مشروعية حلق اللحية

(ب) تعليق الغليظ على فتوى حلق

اللحية، فقد حاز تعليق الغليظ كذلك على أعلى نسبة من التفاعلات، فُدرت بما يقرب من 20 ألف تفاعلا رمزياً، حيث استخدم فيه اللغة العامية المجردة تارة، وعامية المتقنين تارة أخرى، إلا ان اللهجة العامية قد غلبت على خطابه؛ حيث أشار التعليق إلى عدة أمور مهمة: (المطالبة بالإشارة إلى الخلاف الفقهي - المطالبة بانتهاج منهج التقريب - المطالبة بتناول قضايا

التفريط في الدين) تعليق الغليظ التي شمل على تلخيصا لكثير من ركائز استجابات الجماهير المستدركة على منشورات الحملة، وهو ما ستتعرض له الباحثة في جزء لاحق. قوة الخطاب البديل لمحمد الغليظ والذي يظهر جليا في تفاعل الجمهور مع تعليقيه والذان حازا على أعلى نسبة تفاعل من قبل الجمهور خلال الحملة في مرحلتها الأولى، وذلك كما يتضح في الجداول التالية :

جدول (12) استجابات الجمهور الرمزية نحو فتوى خلو إيداع الأموال في البنوك من أي شبهة ربا			جدول (13) استجابات الجمهور الرمزية نحو تعليق الغليظ حول خلو إيداع الأموال بالبنوك من أي شبهة ربا		
النسبة %	التكرار		النسبة %	التكرار	
54.45%	21700	مع	86.8%	19387	مع
45.54%	18152	ضد	13.2%	2940	ضد
100%	39852	مجموع	100%	22327	مجموع
جدول (14) استجابات الجمهور الرمزية نحو الفتوى بشأن مشروعية حلق اللحية			جدول (15) استجابات الجمهور الرمزية نحو تعليق الغليظ حول فتوى مشروعية حلق اللحية		
النسبة %	التكرار		النسبة %	التكرار	
64.7%	11496	مع	99.5%	20352	مع
35.4%	6298	ضد	0.45%	93	ضد
100%	17794	مجموع	100%	20445	مجموع

الجدول السابقة التي يتضح من خلالها الفجوة الكبيرة بين التفاعلات الرمزية من قبل المتابعين اتجاه اثنين من منشورات حملة اعرف الصح -التابعة لدار الافتاء المصرية- وهما: (فتوى خلو إيداع الأموال في البنوك من أي شبهة ربا، وفتوى مشروعية حلق اللحية) وبين التفاعل الرمزي لهؤلاء المتابعين اتجاه تعليق -الخطاب البديل- الداعية محمد الغليظ على ذات المنشورين، والتي يتضح من خلالهما توسط نسبة تأييد المتابعين للرأي الفقهي المختار من قبل الدار في المنشورين، كما بالجدولين رقم (12) و (14) وذلك بشكل عام، مع انخفاض تلك النسبة مقارنة بالتفاعل الرمزي شديد التأييد للرأي الفقهي المختار من قبل الداعية محمد الغليظ كما هو مبين بالجدولين (13) و(15)، حيث حاز الغليظ على شبه الاجماع في تأييد المتابعين لرأيه الفقهي المختار بشأن فتوى (مشروعية حلق اللحية) بنسبة (99,5%) مقارنة ب بنسبة (64,7%) من المؤيدين للرأي الفقهي للدار، هذا وقد حاز تعليق الغليظ بشأن تلك الفتوى على أعلى نسبة تفاعل من قبل الجمهور خلال الحملة في مرحلتها الأولى، القدر الذي فاق مجموع التفاعل الرمزي من قبل المتابعين مع منشور الدار، فبينما بلغ عدد تفاعل المتابعين مع المنشور (17794) تفاعلا، فقد حاز تعليق الغليظ على مايزيد عن ذلك العدد ب (2500) تفاعلا، ليلعب مقدار التفاعل الرمزي مع تعليقه (20445) تفاعلا؛ الشأن ذاته على وجه التقريب في فتوى (خلو إيداع الأموال في البنوك من أي شبهة ربا) حيث حاز الغليظ على نسبة تأييد كبيره جدا من قبل المتابعين لرأيه الفقهي المختار وذلك بنسبة (86.8%) مقارنة بنسبة (54.45%) من المؤيدين للرأي الفقهي للدار، هذا وقد حاز تعليق الغليظ بشأن الفتوى سالفة الذكر ثاني أعلى نسبة تفاعل رمزي من قبل الجمهور خلال الحملة في مرحلتها الأولى بعد تعليقه بشأن فتوى (مشروعية حلق الحلقية) حيث قُدر عدد التفاعلات الرمزية من المتابعين مع منشور الدار ب (39852) تفاعلا فيما بلغ عدد تفاعل المتابعين مع تعليق الغليظ (22327) تفاعلا؛ النسب سالفة الذكر التي



يتبين من خلالها قوة الخطاب البديل، والمتمثل في تعليقات "محمد الغليظ" كنموذجاً، كما يتبين من خلالها قصور القائمين على حملة "اعرف الصح" في عرض الفتاوى بشأن المسائل ذات الاختلاف والتفصيل الفقهي.

النموذج الثالث: (تعليقات الداعية أحمد رجب)

استجابة الداعية أحمد رجب- يتابع حسابه على موقع فيسبوك 677 ألف شخص- على فتوتي التوسل بالانبياء والصالحين، والتوسل بالنبي صلى الله عليه وسلم، وهو من الدعاة المتفاعلين مع متابعيهم عبر الرد على التعليقات ومن ذلك رده على من عارض رأيه كما بالشكل رقم (5)؛ ومن ذلك تعليقه على فتوى الدار بشأن عدة الحامل المتوفى عنها زوجها، وتأكيد على سلامة الفتوى، كما اعتمد "رجب" استخدام اللغة العربية الفصحى في تعليقاته، وكذلك أسلوب قصر طول الخطاب، ووضع المسافات، بل وحين أردنا مزيداً من التوضيح قسم ما أراد تبينه في أكثر من تعليق، ما يؤشر أيضاً لاستيعابه خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، مع التزامه باللغة العربية الفصحى السهلة في الخطاب وهو ما يُحسب له، كما غلب على أسلوب رجب في الرد منهج التقريب بين الأراء، والهدوء في العرض، وإن خالف الرأي التي تبناه الداعية رأي الدار.

Follow أحمد رجب

التوسل بالنبي من الخلاف السائغ المعتبر عند أهل السنة والجماعة
من قال به لا يبدع بل هو معدود من أهل السنة وقال بالتوسل فطاحل من أهل السنة الكرام

1 y Like Reply 80

Follow أحمد رجب

هل صحيح أن (التوسل بالصالحين) من مسائل الاجتهاد والخلاف المعتبر عند أهل السنة والجماعة..؟!
الجواب:
هذه المسألة من المسائل المهمة التي يتعامل معها البعض بحساسية شديدة ، ولذلك فإن الأفضل أن ننقل كلاما للإمام (محمد بن عبد الوهاب) الذي له منزلة كبيرة في قلوب أهل السنة والجماعة.....
See more

1 y Like Reply 14

View 4 replies...

20k >

Follow أحمد رجب

التوسل بالصالحين من الخلاف السائغ عند أهل السنة والجماعة
وكلا الفريقين المانعين والمجيزين على خير

1 y Like Reply 220

ابو نور الدين

أحمد رجب أما سؤال الأموات والاستغاثة بالأموات والنذر للأموات فشارك أكبر، هذا عمل الجاهلية، عمل قريش في جاهليتها وعمل غيرهم من الكفرة، سؤال الأموات وأصحاب القبور والاستغاثة بهم والاستعانة بهم هذا الشرك الأكبر، هذا عبادة غير الله التي قال فيها جل وعلا: **وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ فَلَا تَدْعُوا مَعَ اللَّهِ أَحَدًا** [الجن:18]، وقال فيها سبحانه: **وَمَنْ يَدْعُ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ لَا بُرْهَانَ لَهُ...** See more

1 y Like Reply 43

View 5 replies...

Follow أحمد رجب

محمد فوزي صلاح هل صحيح أن (التوسل بالصالحين) من مسائل الاجتهاد والخلاف المعتبر عند أهل السنة والجماعة..؟!
الجواب:
هذه المسألة من المسائل المهمة التي يتعامل معها البعض بحساسية شديدة ، ولذلك فإن الأفضل أن ننقل كلاما للإمام (محمد بن عبد الوهاب) الذي له منزلة كبيرة في قلوب أهل السنة والجماعة.....
See more

شكل رقم (5) تفاعل " أحمد رجب" مع الجماهير في أحد منشورات حملة اعرف الصح

إذ لم يتخذ الداعية الموقف المؤيد للدار دائما، ما يوحي بنوع من التوازن والاتساق، ما يتبدى في تعبيره عن الرأي الذي يتبناه باستدراكه على فتوى تأجير عقار لبنك، مستعينا بفتوى مضادة ، وتقديم مزيد من التفصيل في فتوى النوم عن صلاة الفجر، مؤكدا ما جاء في فتوى عدة الحامل المتوفى عنها حملها، مقدما بعض التفصيل بالإشارة إلى الخلاف كما هو مبين في الشكل التالي:



تضمن رجب الاستدراك والتفصيل في التعليق، ما دفع بعض المتابعين للرد عليه في فتوى عدة الحامل المتوفى عنها زوجها كما بالشكل التالي:



التعليقات التي استقرت الباحثة أنها ربما ترجع إلى الموقف المسبق للمعلقين من التيار السلفي الذي ينتمي إليه الداعية؛ فجاءت التعليقات تعبيراً منهم عن رفضهم الوصاية لهذا التيار - وإن جاء الرفض مبطناً - ذلك الرفض المطلق الذي اقترن معه انخفاض مستوى البلاغة، عبر استخدام أسلوب السخرية، مقترناً باللهجة العامية، وذلك مع أن الداعية أضاف الإشارة إلى الخلاف الفقهي بشكل غير صريح عبر استخدامه لعبارة (على الراجح)؛ ما يؤكد أن بلاغة الجماهير لا تتعلق برفض الوصاية بشكل مطلق، إنما التمييز بين الخطاب السلطوي، وغيره، وذلك لخطورة فكرة رفض الوصاية

بشكل مطلق والتي تقود لا محالة إلى معاندة الحق، وجحوده والذي يمكن تلخيصه في التعليق التالي على أحد المنشورات:

Mohammed A Ezz

حتي لو لم يكن شرعيا. احنا هنتحتفل بيه... والدقون خليهم يحتفلوا بالأضرحه. وزواج العذاري بالدسته..

1 y Like Reply 1

شكل رقم (8) نموذج للتطرف في رفض سلطة الخطاب (التطرف فيما يُنظر له برفض الوصاية)

كما جاء الرفض والالتهام للتيارات السلفية وجمعها باختلاف تياراتها تحت لواء واحد هو لواء "الدعشنة" فتارة القول بالسلفية/ السلفنة، وتارة بالإشارة إلى "الشيخ أبي إسحاق الحويني"، وتارة "لوهابية" الشيخ محمد عبد الوهاب" وتارة بالإشارة إلى الملتحين.

Ahmed Awd

فين وزارة الداخلية من الدواعش اللي عايشين وسطنا ؟؟ الناس دي متسابة ليه؟؟!

Fathy El Tahawy

الله يبارك فيكم. خلصونا من الفكر الوهابي القذر ومشايخهم وفتاوي الدم

1 y Like Reply 9

Ghada Elmahdy

انا مبسوطه والله رجعو الاسلام لاصله بدل ما كل حاجه الدقون حرمتها علينا كفايه وهابيه سودو عيشتنا

Ahmed AbuElnaga

طبعاً اللي مش عاجبة الفتوى دي الناس اللي دماغه داعشي. زي ما فجروا تمثال بودا في افغانستان قرفتنوا الله يقرفكم خدوا بعضكم واطلعوا افغانستان ولا اي داهيه...

Ahmed Eleraky

هما السلفيين تعبانين من ايه خايفين الناس تفهم دينها صح

علي يوسف

احنا نحتفل بالجنادرية ونرقص بالسيف إنما نحبي العلم حرام

رواه ابن عبد الوهاب وكام نفر كذا

DrHana Khaled

ياريت دار الافتاء تعمل بلوك للناس اللي داخله تهزرو اللي مش عاجة الفتوى ويباخذ من فريق معين بساطة يعمل unlike

1 y Like Reply 121

Muhammed El-Tamawy Follow

يلا بقى لجان ابن ابو اسحاق الحويني هتظهر دلوقتي , هلك المتنطعون والله

Tareq Youssef
ياريت اي حد معترض على تحية العلم يجمع هنا
عشان يعرفوه ازاى يحترم وطنة مباحث الانترنت

Loay Alkhteeb Follow
الدور اللي بتقوموا بيه مهم جدا.. وتصدي عملي
للسلفية والتشدد والتنطع.. ربنا يوفقكم ولكم كل
الدعم..

Ibrahim Kassem
خليتوا السلفيين يخلصوا علي مراهم الحرقان اللي
في السوق حرام عليكم

1 y Like Reply 13

محمد إبراهيم ابوناجي Top fan
وفقكم الله وسدد الله خطاكم وجزاكم الله خيرا
الهم لاتواخذنا بما فعل النابته الوهابية المتمسفة

شكل رقم (9) بعض نماذج الرفض المطلق غير الرشيد لكل ما هو سلفي

التعليقات التي تدلل على الانخفاض الشديد في مستوى البلاغة، لدى أصحابها، إضافة إلى الانغلاق، والتعصب في الرأي، ورفض الآخر، ذلك الذي اتخذ صورا عدة من قبل بعض المتابعين، كما تبين بالشكل السابق فتارة التحريض الأمني ضد المخالفين، وكقول احدهم "في 450 ارهابي بيضحكوا على حاجة زي دي مفروض إدارة أمن الدولة تشوف شغها معاهم" و"ياريت اللي ممتنع عن تحية العلم يجمع هنا عشان يعرفوه ازاى يحترم وطنه" الأخير الذي أشار إلى الحساب الرسمي لمباحث الانترنت ضمن تعليقه ؛ هذا، وتارة المطالبة بحظرهم، كقول أحدهم "ياريت دار الإفتاء تعمل بلوك للناس اللي داخله تهزر" الحظر الذي يتنافي مع الدور التوعوي الذي أعلنته الدار عند تدشين الحملة، قاصدة بمنشوراتها في المقام الأول الفئات المعارضة لا المؤيدة؛ فضلا عن تعليقات تنطوي على اتهام المخالف بالجهل، والخيانة والعمالة الموقف المتشدد من قبل البعض اتجاه كل ما هو سلفي، ما دفع ببعضهم إلى تتبع فتاوى الدار ليكون تعليقه أيا كان موضوع الفتوى قدحا في السلفية وأحد رموزها كما يتبين في الشكل التالي:



شكل رقم (10) نموذج للرفض المطلق غير الرشيد نحو الخطاب السلفي ورموزه

فيما ارتكز تعليق بعض المعارضين لفتاوى الدار كذلك على الموقف المسبق، و الرفض المطلق، بما يدل كذلك على انخفاض مستوى البلاغة لدى أصحابها كما هو موضح بالشكل التالي:





شكل رقم (11) نماذج للرفض المطلق غير الرشيد نحو الخطاب الديني لمؤسسة دار الإفتاء

فيما شملت بعض التعليقات غير الرشيدة المعارضة للدار على بعض الاتهامات الخطيرة - غير المقبولة على الإطلاق - والتي تنطوي على معنى المروق من الدين، ما يدل على الانخفاض الشديد والخطير في مستوى الوعي وعدم تقدير خطورة الكلمة؛ كما هو موضح بالشكل التالي:



شكل رقم (12) بعض النماذج غير الرشيدة الراضية لخطاب مؤسسة دار الإفتاء المصرية

وإضافة إلى ما سبق فقد انطوت بعض التعليقات المعارضة لحملة اتهامات للدار، باستفزاز المتابعين لزيادة عدد المتفاعلين مع الحسابات الالكترونية للحملة، فضلا عن الاتهامات بالانصياع للعلمانية، وتسييس الفتاوى كما هو موضح بالشكل التالي:

Abd Elrhem
انا حاسس ان ادمن الصفحة دي ابراهيم عيسى أو فريده الشوباши
1 y Like Reply 10

Saber Saeed · Follow
العلمانية في ثوب المفتي الأزهري.
1 y Like Reply 6.5

أحمد بركات
أنا حاسس إلا ماسك الصفحة اسلام البحيرى وإبراهيم عيسى مش دار الافتاء
1 y Like Reply 112

فادي أيمن شوقي · Follow
تقريبا الصفحة بتلم ريتش على حساب الدين.
1 y Like Reply 10

Islam Saleh
دار الإفتاء المصرية فقدت مصداقيتها لدى أغلب المسلمين حول العالم - للأسف الشديد - , أحكامها مُسيئة وتابعة للنظام هنادى الايات المحكمات عن الزيا اللى مالىه كتاب الله دى فين , حرام عليكموا , اتقوا الله !!
1 y Like Reply 16

شكل رقم (13) نماذج من اتهام بعض رافضي الحملة للدار بالعلمانية

ومنه أيضا ما قامت به بعض التعليقات المعارضة من وصف الدار بالصوفية القبورية، بل وبالتشيع ومن ذلك ما هو موضح بالشكل التالي:

عبدالرحمن الصباغ

يحاولون بكل الطرق نشر المنهج الصوفي ببذعه
وخرافته

احمد ابوغنيمه

هذه مسأيرة لعقيدة الصوفية قد تصل من درجة
الرجاء لتصل للغلو والتشدد وبعدها نقل عقائد أخرى
لشريعة المسلمين ولهذا كان قفل هذا الباب أولى بدلا
من فتح باب الولوج في مسارات أخرى تهدم المقصد
الحقيقي للشريعة وهو حفظ الدين وأنا أعلم أن فتح
باب الترجي بالنبي هو البناية الأولى في التوسل
والحلف به حتى نصل للعمامة الخضراء وتخاريف
الصوفية ومنتسبي محبة آل البيت وغير ذلك من
جماعات وطرق ومناهج لا تمت لعقيدة المسلمين
بصلة ولذا قفل باب التفرق والتشردم هو الأولى
والأحوط ليستقيم جماعة المسلمين على منهج أهل
السنة والجماعة

1 y Like Reply



Haytham Abd Elgwad Mansour

اعتقد ان الصوفيه سيطرت علي دار الافتاء زيارة
الاولياء حلال والتبرك بيهم طيب الترجي بالنبي فيها
اقوال انما جبتو منين الترجي بالاولياء
الصالحينالترجي حاجه والحلفان حاجه استقيموا
والله هتقفوا امام الواحد الديان ومحدث هينفعكم

فاستبقوا الخيرات

هي الصفحة دي شيعية ولا صوفية !!!

1 y Like Reply 19

عبدالسلام التمتام

اصحاب الصفحة
اشعرية اسافلة وري
صوفية قبوريين
شيعه الصليان
ماذا تعتقدون منها الورد و الاحاديث الصحيحة ؟؟

شكل رقم (14)

نماذج من تصنيف رافضي الحملة لدار الإفتاء المصرية ضمن التيار الصوفي والاتهام
بالترويج بالبدع والخرافات

كما جاءت بعض الاتهامات للدار بالوقوع فيما أرادت مواجهته، من حيث
الإقصاء والتعصب للرأي؛ فضلا عن عدم الوسطية وذلك كما هو موضح في الشكل
التالي:

دعلاء أنور أبو صهيب

وما الفرق بينكم وبين داعش إذن ! ?
 نفس المنهج
 بتلزموا الناس بقول واحد فقط حتى لو كانت المسألة
 خلافية
 المسألة خلافية وقول الجمهور على أنها عورة في
 الصلاة
 فهل تسفهون قول الجمهور علشان تنتصروا للقول
 العاني وتلزموا الأمة كلها بقول الحنفية ! ?
 طيب فين كلامكم وشعاراتكم" لا إنكار في مسائل
 الخلاف" ! ?
 ولا هو صنم عجوة بتاكلوه وقت اللزوم
 كفاية تضليل للناس
 منهجكم في الفتوى غلط
 وبتفقدكم مصداقيتكم كل يوم لأن الناس عندها
 وعي الآن... ولن يتقبلوا دروشة الصوفية في القرن
 الواحد والعشرين
 خير الهدي هدي محمد ﷺ
 وكل خير في #اتباع من سلف
 وكل شر في #ابتداع من خلف

1 y Like Reply 28

مناف الحسين

هالطريقة الاقصائية مو حلوة خلص قولوا نعتقد
 جواز ذلك وبلا هالاسلوب

1 y Like Reply 3

Mohamed Sobhy

الوسطيه مش معناها كدا اني اكون على الهوى
 الوسطيه معناها العدل من أسلوب صياغه الفتوي
 تحس ان الامر عادي يعني صلى وقت ما تحب..

1 y Like Reply 15

عبدالرحمن الصباغ

#هنعرف_الصح
 #ده_الصح
 #الغباء
 أراد أهل الزيف والضلال مخالفة من يسمونهم
 بالواهيه
 فخالقوا القرآن وصحيح السنة 🙏

1 y Like Reply 2

**شكل رقم (15) نماذج من التعليقات التي تتهم الدار بعدم الوسطية وممارسة الإقصاء
 للمختلف**

حيث عبر البعض عن أن الحملة ارتكزت على الخلافات الفقهية في أمور
 فرعية قاصدة بذلك مخالفة الاختيارات الفقهية لفئة بعينها (السلفيين) بما يثير الجدل،
 ويؤجج الفتن، ويقدم في مصداقية الدار، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

ماجد حامد الشحاوي
لو تحذفوا المنشور خير لكم فقد أتيتم بالكلام الذي لا يليق بسمعة الافتاء وليس كل ما يعرف ينشر واذا كان عندكم خلاف مع احد الفرق في مصر فهذا لا يعمم على جميع البلدان والنقاب بين الفرض والندب والفضيلة وليس كما قلتم والسلام.

1 y Like Reply 413

Ahmed Nabil
لا داعي للتطرق لمثل هذه الموضوعات غير ذات الاهمية والتي تثير استفزاز المتابعين وتفتح الباب لتعليقات تقذح في مصداقية دار الافتاء ... ركزوا في المواضيع المهمة لحياة الناس وتحقيق منفعتهم ...

1 y Like Reply 39

Mohammad Fahmy · Follow
دار الافتاء سابت شغلها الحقيقي في تعريف الناس الحلال من الحرام وعمالة تدور في الفروع والامور المختلف فيها وتثير الفتن وتهجس بدون أدلة شرعية

1 y Like Reply 12

محمد عاطف جاب الله
لسان حال الأدمن
بالعند في السلفيين

1 y Like Reply 17

فالمتتبع لمنشورات الصفحة في الفترة الأخيرة يجده يترك كل ما على الساحة من أحداث ملتبهة، يتمني الناس لو سمعوا رأي مؤسسة وسطية معتدلة مستنيرة تجمع ولا تفرق كالأزهر الشريف وهيئاته، ثم يأتي هذا الفر الهرو يترك كل هذه الأحداث ويجلس لبناكف في فنة بعينها في بعض أو كل اختياراتهم الفقهية التي لم يرغموا أحدا عليها، ولم يخرعوها من قبل أنفسهم، بل من شيوخ وكبار الأزهر من اختار هذه الاختيارات.

فلا احترم الخلاف الفقهي، ولا احترم عقول الناس، ولا احترم تاريخ المؤسسة التي يتحدث عبر أثير صفحاتها، ولا احترم نفسه ورجولته.

#كخ_يا_صغيري

1 y Like Reply 36

ضياء الحق
فتوى لنشر الجدل لا اكثر ولا اقل يعني انتم شفتم حد جاي يهدم فيها ولا يردم في ابو الهول بتراب معلا

1 v Like Reply

شكل رقم (16)

نماذج من التعليقات التي ترى ارتكاز الحملة على المخالفة المتمدة للاختيارات الفقهية للتيار السلفي

ومما سبق وجب الإشارة إلى عدة أمور، أولها؛ وجود حالة من الفزع والصراع المحموم بشأن كل ما هو سلفي لدى بعض المتابعين: حيث تكرر ذكر لفظة (السلفيين) في كثير من التعليقات سواء من المؤيدين، في تأييدهم للحملة، حيث إدراكهم بأن الحملة موجهة في المقام الاول لتصحيح أفكار السلفيين، والذي تباين وصفهم لها بين التشدد والتلطع والدعشنة والجهل، وكذلك تكرر لفظة السلفيين من قبل بعض المتابعين، والذين ارتأوا تعصب الدار، وانغلاقها على اختياراتها الفقهية ورفضها لاختياراتهم الفقهية، كما

ارتأت مجموعة ليست بالقليلة من الجمهور المصري، وبعض الجمهور العربي أن منشأ الفتاوى التي تصدرها الدار ركيزته الخلاف مع التيار السلفي. وهنا وجب الإشارة إلى خطورة وسم كل ما هو سلفي بالتطرف والتشدد، وكذلك خطورة الخلط بين التيارات الإسلامية جميعاً وصهرها في بوتقة الإرهاب، ومن ثم دعوات بعض العلمانيين إلى القضاء عليها؛ الخط الذي يظهر في تعليقات بعض متابعي الحملة- محل البحث- كما سبق الإشارة إلى بعضها في شكل رقم (9)؛ وذلك بما يتفق مع رؤية (أحمد شعبان، 26)⁽⁴⁷⁾ بأن فكر داعش ليس بثقافة غريبة عن توجهات كافة الجماعات الدينية المصرية ولا عن نظم التعليم المصري العامة والدينية (الأزهرية) التي أسماها بالكارثية والتي تحرض على فكر داعش باعتباره الدين الحق في تعميم ووصف السلفي/السنّي بالتطرف والإرهابي، رافضاً تصنيف الجهات الأمنية لبعض هذه التيارات الدينية ضمن فئة الاعتدال.

وقد يضيق المقام بالباحثة لبيان تعريف السلفية، ونشأتها فضلاً عن تبيان الفروق بين التيارات الدينية المختلفة في مصر. إلا أنه وجب كذلك الإشارة إلى أن موطن الخلط ومكمن الخطورة في لفظ "السلفية" يرجع إلى أنه لا توجد حركة تكفيرية تمارس العنف أو لا تمارسه، إلا وتزعم- زورا- أنها تتبنى عقيدة السلف، ومع الاضطراب الذي يجده المنتبِع للتأسيس الأول لفكرة السلفية والمقصود بأهل السلف، إلا أنها حُصرت في الاتجاهات التالية: منهم من خصه بمذهب الصحابة، ومنهم من أدخل معهم التابعين وأتباعهم، ومنهم من زاد فيهم الأئمة الأربعة، وقالت جماعة أنهم أهل القرون الخمسة الأولى.⁽⁴⁸⁾ والجماعات السلفية التي ينتهج أعضاؤها منها سلمياً لا يميل إلى العنف، كثيرة جداً، تتدرج من الوسطية إلى التشدد - (التشدد الجزئي "العملي" لا العقدي)- ويقوم بعضهم بتنظيم الأنشطة الخيرية خاصة بالمناطق الفقيرة، فضلاً عن تولي بعض رموزها العمل على حل الخلافات العائلية، وتحظي هذه الجماعات بالاحترام



من قبل أفراد المجتمع على عكس الجماعات الأخرى (التكفيرية، والخلايا النائمة) ومما يسبق يبدو الفرق بين تيار/ جماعة سلفية معتدلة، وأخرى متطرفة، لا تقبل بأي فكر غير جهادي، والحقيقة أن هذا النوع من الجماعات السلفية الوسطية يستحق الدعم لا المواجهة، إذ يُعتبر أداة مهمة لمواجهة الجماعات التكفيرية.⁽⁴⁹⁾ وعليه فإن إقران لفظ السلفية بالإرهاب لن يكون من نتائجه إلا تمكن الجماعات التكفيرية من السيطرة على فكر الشباب واستغلال طاقته الكبيرة وحميته الدينية، لذا كان من الأهمية العمل على تجريد الجماعات التكفيرية والارهابية من لفظ السلفية، والتفرقة بينها والتيارات المعتدلة التي تجتهد في اتباع منهج السلف الصالح، لا إقرار هذا الزعم والعمل على مواجهة كل توجه ديني إصلاحى معتدل، حيث من حق المواطنين أفراداً وجماعات ممارسة التوجيه الديني بما يحمله من عناصر الإصلاح الخُلقي والاجتماعي الشامل في حرية كاملة⁽⁵⁰⁾ وكذلك اعطاؤهم الحق الكامل في اختيار المذهب الفقهي -المُعتبر- الذي يتبنونه دون وسمهم بالتشدد.

ومن السبل لنشر الاعتدال عدم حصر مواجهة القائمين على الخطاب الديني الرسمي، على التطرف الإفراطى المغالى، مع اهمال التطرف التفرطي؛ بل وجب إيلاء الجانب التفرطي، والرؤى العلمانية والحداثية مزيداً من الاهتمام، وهو ما طالب به عدد كبير مع المتابعين - كمطلب رشيد- والذي ترى الباحثة أهميته، إذ لم تتطرق الحملة - عينة البحث- إلى هذه الموضوعات الا مرة واحدة فيما يتعلق بـ " المساواة بين الذكر والانثى في الميراث" الأمر الذي نال تثمينا من المتابعين المعارضين قبل المؤيدين كما يتبدى في الشكل التالى:

Follow الشيخ على قاسم

من الإنصاف.. أن نصف الخلق ..
ولعلي أوافقكم للمرة الأولى في سلسلة
#اعرف_الصح

ليتكم تفيقوا لواقع الأمة ، وقضاياها الكلية ،
وتحدياتها الداخلية والخارجية ..

وتصرفوا جهودكم للتصدي لغارات العلمانية
وأخواتها ...

بدلا من تأجيج الصراع الإسلامي الإسلامي، الذي
يفرح العدو ، ويحزن الحبيب ...

5.2k >

Ahmed Aboelfadi
احسنتم ،
وبلاش الفتاوى الشاده .

1 y Like Reply

محمد شاهين

أيوه كدا ؛ ركزوا شويه في الدفاع عن القضايا الكبرى
للأمة الإسلامية واجهوا العلمانية ؛ والليبرالية ؛
والإلحاد ؛ والأخلاق السيئة ؛ والفن العاري ؛ والفهم
المغلوط للدين والذي لم ينص عليه العلماء السابقين ؛
ركزوا على احترام آراء العلماء والأئمة الأربعة
واحترام الخلاف ونبذ مدرسة الرأي الواحد ؛ قضايا
كثيرة مهمة ؛ انشغلوا بها وعلموا الناس ما ينفعهم ؛
ولا تكونوا سببا في زعزعة السلم المجتمعي.

شكل رقم (17) نماذج من التعليقات الراضة لبعض منشورات الحملة، والمثمثة لبعض المنشورات

فالعلمانية إن كانت في أصلها دعوة إلى فصل الدين عن الدولة، إلا أنها تتحول إلى محاربة الدين، ومحاصرة جميع أشكال التدين، ما يجعل من بعض الدول نماذج للتطرف العلماني، إذ يُعد فيها التدين من الجرائم السياسية التي يجب محاربتها والقضاء عليها. (51) تلك المظاهر من الهجوم على الدين المرفوضة كليا؛ كما بين (عصمت نجار، 2017) (52) مشيرا إلى الفارق الشاسع بين الحرية والفضوية، والفكر والكفر، والتعبير عن مكونات الأنا والسخرية من معتقدات الآخرين، محذرا من أن ازدياد الأديان ولاسيما في مصر سوف يُعطي مشروعية لظهور الحركات الإرهابية وعصابات التكفير، ومؤسسات الحجر على الحريات.

كل ذلك يجعل من التقريب بين متبني المذاهب الفقهية وقبولهم أمرا مهما؛ وكذلك عدم التركيز على الأمور الفرعية ذات الخلافات الفقهية وفي حال تناولها فإنه يُحمد ذكر أنواع الخلاف ودليل الترجيح.

كما وجب التأكيد على أهمية التزام المتابعين بمنهج الفكر الناقد، والابتعاد عن المواقف المسبقة، والدوران مع الدليل أينما كان؛ الأخير الذي ظهر في الاستجابات

الرشيدة لعدد ليس بالقليل من المتابعين المعارضين لبعض فتاوى الحملة في بدايتها، وتراجعهم عن الموقف مع نشر فتاوى أخرى، كما تبين في الدول السابق، وكذلك عبر مطالبتهم بالدليل في بعض الموضوعات المشكلة ذات الخلاف الفقهي، كما هو مبين في الشكل التالي:

هيثم غنيم
نرجوا منكم تفسير حديث سيدنا النبي محمد صل الله عليه وسلم
ما جعل الله شفاء أمي فيما حرم عليها

أبو خالد زغلول يوسف
لو أنكم تلتزمون منها واحدا في الفتوى لسلمتم من كثير من النقد
ما المانع أن تعرضوا في كل فتوى أقوال الأئمة الأربعة كما تفعلون في بعض الفتاوى؟!

عبدالله خلف الهمامي
احنا مش هنفهم في الدين زي اهله و زي دار الافتاء والازهر الشريف. بس ليه مع كل فتوة ميبقاش في السند بتاعها سواء من القران الكريم او السنة النبوية الشريفة و راي الائمة الاربعة عشان يبقي في مصداقية اكبر للناس؟

محمد شوقي
جزاكم الله خيرا وبارك الله فيكم الموضوع محتاج مزيدا من التوضيح ... متي يكون التأمين حلال ومتي يكون حرام ؟ ... وايه الفرق بين التبرع والتعويض ؟ ... وهل التأمين علي الحياة جائز؟ ... وطبعا الموضوع محتاج أدلة (قران - سنة) حتي يتضح الأمر لمثلي من العوام وجزاكم الله خيرا

مصطفى حنفي
Follow
يمكن تذكر لنا الإجماع لو سمحت ؟

أحمد رسمي
بعض الفتاوى تذكرون الأدلة من القرآن والسنة والبعض الآخر لا تذكرون ما السبب؟؟؟؟

محمود رمضان
ياريت الدار توضح صحة الأحاديث للناس لانني عندما كنت طالبا في كلية الدعوة الإسلامية بالقاهرة قال لنا الاستاذ الدكتور حسن عبيدو استاذ التفسير وعلوم القرآن أنه لم يثبت في فضائل السور الا عشر سور ولم يذكر منها سورة يس والاسف كل ماورد فعلا فهو ضعيف بكلام المحدثين

ابراهيم الجوهري
اذا مات ابن (انقطع) عمله الا من ثلاث صدقة جارية او علم ينتفع به او ولد صالح يدعو له قراءة القرآن للميت لو كان خيرا لسبقونا اليه وما فعله النبي ولا الصحابه ولا التابعيين وان كان حقا فاتنا بالدليل بارك الله فيك

Azza Safwat
برجاء ذكر الدليل

شكل رقم (18) نماذج من التعليقات المعارضة الرشيدة

هذا وقد تكررت من المؤيدين عبارة "هذه دار الإفتاء، ليس ما يطلبه المستمعون" كناية عن تأييد الدار، ودفعها لعدم الرضوخ لضغوط المخالفين؛ وهو ما تتفق معه الباحثة من حيث خطورة ممارسة الضغط على العلماء من أجل تبني موضوعات وقضايا واتخاذ مواقف لا مصلحة منها ليخطبوا ود الجماهير؛ ولكن هذا لا يعني عدم تلبية الاستجابات الرشيدة، والإجابة على التساؤلات البليغة، ما خلصت إليه دراسة (أحمد العسوي، 2017) (53) بوجود اتجاهها إيجابيا لاستخدام الشباب -عينة الدراسة- لوسائل الإعلام الجديدة، حيث أشار نسبة (59%) من المبحوثين بإيجابيتهم في التعامل مع وسائل الإعلام الجديد للمؤسسات الإسلامية الرسمية في السعودية؛ بأنهم عند انتقادهم لشيء في وسائل الإعلام الجديد لهذه المؤسسات يقومون بإبلاغ الجهة المسئولة عن إنتاج هذه الوسائل. فالاستجابة من قبل القائمين على الحملة لاحتياجات ومتطلبات المتابعين الرشيدة، ليس نوعا من الخضوع إلى ضغط المتابعين؛ إنما نوع من التطوير والتحديث، وتعديل المسار.

تلك الاستجابات الراشدة، والتي تعتقد الباحثة أنها ربما انعكست فعليا على تعديل مسار الحملة -عينة التحليل- في بعض الأمور منها: تعديل التصميم الأول للحملة، في تناول نفس الموضوع وهو ما يظهر في الشكل التالي:



شكل رقم (19)



تغيير التصميم المُستخدم في ذات الفتوى جاء مع تغيير مضمون فتوى (كشف القدم في الصلاة) وإن خالف ترجيحهم لرأي الجمهور إلا أنهم أشاروا في تكرار الفتوى إلى وجهة الخلاف، بعد أن وصفوا رأى من حرم كشف القدم في المنشور الأول بالتشدد؛ ذلك الموقف الذي قد ينعكس على أهمية التركيز في منشورات الحملة، وصياغتها صياغة دقيقة، في ظل الصياغة المشكلة لبعض الفتاوى، كفتاوى "خلو إيداع الأموال في البنوك من أي شبهة ربا" و "عدم وجود مانع شرعي من حلق اللحية" و "النقاب عادة" خاصة في ضوء ما خلص إليه البحث من الارتفاع النسبة لبلاغة الجمهور، فلا يتحول الأمر إلى نزال خطابي، يعلو فيه الخطاب البديل أحيانا على خطاب المؤسسة، ما قد يؤدي بدوره إلى زعزعة الثقة في نفوس المتابعين للمؤسسات الدينية الرسمية.

وعليه وجب التمييز بين استجابة العلماء والدعاة عامة، والمؤسسات الدينية الرسمية خاصة لرغبات واحتياجات المتابعين الراشدة، وبين النضال الالكتروني والذي أصبح شكلا من أشكال ال life style الذي يمارسه بعض- الجمهور حتى في القضايا الدينية (54) حيث جنوح المتلقين -عبر التريند- إلى نوع آخر من الضغط على العلماء والدعاة لإجبارهم على مناقشة موضوعات لا مصلحة في مناقشتها ؛ فضلا عن وصفهم بالخيانة والتقليل من شأنهم تحت شعارات مثل (هذا وقت نمتحن فيه العلماء) أو أن يضع أحدهم صورة داعية على صفحته معلقا (أيها العلماء سنسائلكم أمام الله) بصورة تعبر عن ضعف الوعي على أفضل تقدير من هؤلاء المتلقين فضلا عن انعدامه بحيث لا يميزون بين طالب العلم، والداعية والعالم. (55) ما من شأنه المساهمة في التشكيك بقيمة الرموز الشرعية والحكام، وأهل الحل والعقد في المجتمع. (56) ليقابل ذلك على صعيد المؤثرين -الإنفلونسرز- الدينيين تلافيهم مناقشة القضايا المجتمعية تحت تأثير (سلطة الأتباع) وخشية فقد المتابعين أو المهاجمة على صفحات السوشيال ميديا،

ما يجعلهم -على صعيد- يختارون القضايا التي يتحدثون فيها بدقة بالغة حتى لا تزج فئات المجتمع المختلفة متجاوزين بخطابهم المعاني الاجتماعية والمفاهيمية والإيمانية، وكذلك معاني التزكية، وأخوة الاسلام وطلب العلم والمدافعة الدينية، فمثل هذا لا يكاد يذكر على السنتهم، تاركين معارك النضال الكبرى والسرديات الإسلامية التقليدية في العصر الحديث؛ التغير الذي أحدثته وسائل التواصل الاجتماعي في علاقة القائم على الخطاب الديني (الدعاة والمشايخ) بالمتلقين، ليتحول المتابعون إلى عدد أو رقم محدد ومعروف، مالم تعرفه الإذاعة والتلفزيون، فيما أتاحتها التقنية الرقمية بدقة شديدة⁽⁵⁷⁾ فالأتباع هم رأس مالهم الرمزي الذين يخشون فقدانهم على الدوام لا سيما أن أغلب أتباع المؤثرين من طلاب الجامعة وما قبل (14عاما-25) ما يوحي بضحالة فكرية غالبا في ظل الظروف الذي يشهدها الجيل الشبابي الصاعد في مصر، هؤلاء الشباب لم يتلقوا تعلمنا دينيا من قبل، إنما كان انفتاحهم على الدين من خلال هؤلاء المؤثرين.⁽⁵⁸⁾

وهنا تتجلى الخطورة في تكييف العرض الديني مع التوقعات الحقيقية أو المحتملة لجمهور مستهدف بدقة بدل الينبغيات، والمطلقات التي لا ولن تتحقق، حيث يريد الجمهور الأنبي والجاهز، بدلا من انتظار الذي قد يأتي أو لا يأتي، ليتحول هذا الجمهور من معتنق لأيدولوجيات مثالية وماهوية إلى جمهور مستهلك يبحث عما يحتاجه في معيشته اليومية، حيث استهلاك الفتوى دون الرجوع إلى (أهل الحل والعقد) وانتعاش خطاب التسهيل، وحلول ما ينفذ الناس محل الحلال والحرام.⁽⁵⁹⁾ ومن ثم يجب أن يكون الخطاب الديني مدروسا، نزيها، رصينا، لا أن يكون استجابة غير رشيدة لضغوط المتلقين أو أن يكون بمثابة رد الفعل (للداخل/ الخارج)، الأمر الذي يعتبر من أبرز إشكالات الخطاب الديني بشكل عام، والخطاب الرقمي خاصة، وعبر موقع فيسبوك بصورة أخص، ما يختلف كليا عن الوفاء باحتياجات المتلقين، فضلا عن التأكيد على أهمية دراسة خصائص هذا الجمهور المتلقي، ومراعاة طبيعة المتلقي للخطاب الديني



زمانا ومكانا وثقافة ونوعا. (60) كما أن البحث عن مدي استجابة الجمهور للخطابات الدينية المتعددة التي يتعرض لها أمر تقتضيه الضرورة. (61)

ومن ثم وجب التمييز بين البحث في عقلية الشاب واهتماماته بما يمكننا من تحديد آليات التأثير الإيجابي عليه، وبين الرضوخ لرغباتهم غير الرشيدة فالدعاة فضلا عن العلماء لا يتحركون وفقا لما يرغبه المتابعون، وأن المتلقين يتابعون العلماء ليتعلموا منهم لا ليفرضوا عليهم ما يقدمونه من موضوعات، وأن الداعية عليه في تعامله مع قضايا العصر أن يقدم ما يمليه عليه الحق لا ينتظر أن يملي عليه المتلقون ما يجب عليه أن يقول ليخطب ودهم. (62) تلك الإشكالية التي مناصها وعلاجها تنمية الوعي لدى المتلقي؛ الوعي الذي يقوم على مبدأ وموقفين مرتبطين به؛ أما المبدأ فهو: (المسؤولية) ليشعر كل فرد بأنه مسؤول، حيث العمل على تعميق التربية الإيمانية والمسؤولية الفردية، وينبع عن مبدأ المسؤولية موقفان هما: (التحصن والحضور) والمقصود بالتحصن، وضع الحصون الفاعلة للحماية، ولكن دون انفصال عن الواقع، حضور عبر المشاركة المسؤولة التي تنفع الذات والآخر، فكيف نستقبل بوعي ونؤثر بمهارة؟ كيف نبني وعي الاستقبال ومسؤولية الإرسال؟ (63)

جدول رقم (16) مبدأ مسؤولية المتلقي (64)

تحصن (وعي) - حضور (تفاعل)	
تحصن من دون حضور: متفاعل ولكنه غير منتهب للمشكلات	تحصن من دون حضور: يجتهد في حماية الذات لكنه سلبي
تحصن وحضور: يضع برنامج حماية فعال ويقوم بأدوار إيجابية نافعة	لاتحصن ولا حضور: يغلب على الناس الاستهلاك المفتوح والإدمان الإعلامي الاتصالي

التوازن بين الموقفين **تحصن (وعي) - حضور (تفاعل)** الذي يخفف من الاستهلاك السلبي للمحتوى الإعلامي؛ وهنا تبرز الأولوية لتوجيه الجمهور إلى الاستخدام الأمثل للوسيلة باتجاه التوعية والتوجيه والإرشاد، عبر تكوين آليات تفكير واعية بحيث لا يخل ذلك بصحة ودقة المحتوى المقدم، ثانياً بما يتناسب مع خصائص الوسيلة، ومن ثم توظيف ذلك باتجاه خدمة احتياجات الجمهور أولاً ومن ثم رغباته الرشيدة. أي ضرورة إيلاء تخصص (**بلاغة الجمهور**) الاهتمام باعتباره يهتم باستجابات الأشخاص اتجاه خطاب معين، والعلاقة بين الاستجابة والخطاب، ويحاول تقديم معرفة علمية للجمهور تمكنه من التمييز بين الخطاب الذي يهدف خدمته، والخطاب المتلاعب المضلل، وبالتالي يكون إما داعماً للخطاب أو مقاوماً له (65).

إن معالجة مسألة الوعي بشكل علمي قائم على أسس وأصول تعالج مشكلة الخوف من اعتناق الأفكار الخبيثة، حتى مع وضعه في وسط ملوث فكرياً، وذلك أن الفرد (المتلقي) يكون قد امتلك الملكة الفكرية التي تمكنه من فصل الغث عن الثمين كما يقال "الاستفادة بجلد الثعبان وطرح سمه"، إذ **يحصن الوعي الديني** صاحبه من الانخداع بالأفكار الباطلة والآراء المزيفة والحقائق المشوهة التي يلقيها المنحرفون ولاسيما الشخصيات الضالة التي تمتلك القدرة الفائقة في كسب الآخرين والتأثير فيهم واقناعهم بمختلف الأفكار، فالإنسان الواعي يمتلك بوعيه الميزان الذي يقيم به الأفكار، فيكون في غنى عن التقليد الأعمى والسير الهمجي وراء الهتافات الباطلة (66)؛ فلا يتمكن المنحرفون من خداعة، لأنه يملك بوعيه فطنة تجعله يميز بين الصواب والخطأ (67).

ويرتكز علاج اشكالية ضعف واهتراء الوعي الديني لدى مستخدمي مواقع

التواصل (خاصة الشباب على مستويين: الأول؛ مستوى يتعلق بتسمية آيات النقد،



والثاني؛ وجود مواقع تواصل اجتماعية إسلامية وصفحات دينية اسلامية متخصصة ذات تفاعلية جيدة ترد على الادعاءات الكاذبة والمشوهة للإسلام.

المستوى الأول: مستوى يتعلق بتنمية آليات النقد

حيث يفترض الأمر زرع حس نقدي لدى الشباب و أن لا يكونوا مجرد مستقبلين سلبيين لما يقدم في هذه الفضاءات الافتراضية بل فاعلين، ولا يمكن أن يتحقق هذا الأمر دون التربية على استعمال الإعلام الاجتماعي؛ وتعرف التربية على وسائل الإعلام بالقدرة على ولوج وسائل الإعلام وفهمها وتقييم مضمونها ومظاهرها بحس نقدي (68).

ومن طرق تكوين آليات تفكير واعية للمتلقي :

- التوقف عن كثرة استهلاك المعلومات.
- يتوجب على المتلقين تطوير ملكاتهم الفكرية التي تمكنهم من التبين حال تلقي المعلومة/ الخبر وذلك عبر خمسة مراحل: الأولى التوقف مع الخبر ثم مرحلة التبين، وهو علم يحصل بعد التباس وغموض. يقال: تَبَيَّنَ في الأمر والرأي: أي تثبت وتأتى فيه، ولم يَعْجَلْ، فمرحلة التثبت، وهو التحري والتأكد من صحة الخبر قبل قبوله نشرهم، ثم التأكد من صحة الخبر أو المعلومة بحيث لا مجال للشك، وأخيرا النظر في مآلات الأمور وعواقبها، فلا يكفي صحة المعلومة لنشرها بل وجب النظر فيما إذا كان في نشر الخبر مصلحة؟ وهل المصلحة آجلة أم عاجلة؟ هل هي مصلحة شخصية أما مصلحة لعموم المسلمين؟(69)
- وجود خلفية منضبطة ذات معايير شرعية يتم من خلالها التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي ضوابط التواصل الاجتماعي، التي يعرفها (عادل المغذوي، 2016)⁽⁷⁰⁾؛ بأنها مجموعة من المعايير الدينية والأخلاقية والاجتماعية والثقافية من شأنها أن تحكم عملية التواصل الإلكتروني من خلال شبكة الانترنت بين

المستخدمين (الشباب المصري). ومن بين تلك الضوابط الشرعية ما ذكرته (فتحية مشعل، 2016)⁽⁷¹⁾ من حرمة التحريض على الفتن الدينية والعرقية، أي إيجاد فكرة الاعتداء على أمن وسيادة السلطة الشرعية والمجتمع والأفراد في ذهن الغير عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي والحث والتشجيع على ذلك، وحرمة التشهير، أي ذكر المعاييب والمسالب للأشخاص في الانترنت بما تطفح به هذه المواقع ويراه ويعلمه كل زائر ومتصفح لمواقع التواصل الاجتماعي، بل ربما تفككه الناس بذكر المعاييب ونشر الكلام عن الناس وتنافسوا في ذلك أشد المنافسة، وحرمة إشاعة الفاحشة، والقذف، وحرمة نشر الأسرار، ووجوب غض البصر عما لا يحل النظر إليه؛ وتقييد المخاطبة بين الرجل والمرأة للحاجة، والحفاظ على الصلاة في وقتها، وعدم تضييع الوقت. تلك الضوابط التي ينبغي على الشباب مراعاتها أثناء عملية التواصل الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تتمثل في الضروريات أو الكليات الخمس التي أمرنا الله - عز وجل - بها وهي (الدين والنفس، المال، والعرض، والعقل) بما لا يخل بهذه الضرورات الخمس والتي أجملها (عادل المغذوي، 2016)⁽⁷²⁾ في مجموعة من الضوابط أهمها:

- طلب العلم النافع والعمل على تنشئة وإيجاد المواطن الرقمي الصالح.
- تحري الصدق والموضوعية والأمانة في طلب المعلومات والبيانات وتداولها.
- المعلومات التي يتم تداولها للإتاحة والنشر وليس للكتم أو الحبس.
- حماية حقوق الملكية الفكرية، وقوانين الفضاء الإلكتروني.
- كفاية أمن البيانات والمعلومات وسريتها في بعض الأحيان ومراعاة الخصوصية واحترامها.
- اتخاذ كل التدابير الوقائية .



- مراعاة أن أخلاقيات عملية التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت تستمد مبادئها من التشريع الإلهي ومن ثم عادات المجتمع وتقاليد وأعرافه، تلك التي لا تتعارض مع التشريعات الإلهية.
- الالتزام بالقيم الاجتماعية والثقافية والأخلاقية بما يجعلهم يحرصون على انتمائهم وبالتالي تضمن تحصين المستخدمين- الشباب المصري- من السلوكيات المستوردة والغريبة وحمايتهم من الغزو الثقافي المخالف لثقافتنا الإسلامية.
- عدم الإفراط في ارتياد مواقع التواصل وتنظيم الوقت المخصص للعمل والدراسة والحياة الاجتماعية.
- احترام المعارف والعلم والقيم وحقوق الإنسان وضرورات الاتصال والحوار واحترام الآراء المختلفة وحل المشكلات من خلال أساليب بعيدة عن القهر والعنف والتهديد.
- التحلي بالفضيلة ونشر القيم الدينية في نفوس الشباب وبين أفراد المجتمع ليبقى المجتمع الإسلامي مجتمع متماسك قوي قادر على مواجهة الأفكار والقيم الوافدة.
- الثبات والتصدي للاتجاهات الغربية من خلال العمل المستمر على توضيح موقف الدين من القضايا المعاصرة والمشكلات الحياتية التي يعيشها المستخدمون (الشباب المصري).
- الحفاظ على هوية الأمة الإسلامية الثقافية وشخصيتها الذاتية وعدم الانسياق وراء أخطار العولمة، والتي يمكن أن تحصل من جراء عملية التواصل الإلكتروني.
- الالتزام بالقيم الثقافية الإسلامية الجادة والتي تتسم باحترام القواعد الدينية والأخلاقية والقيم السليمة المتمثلة بالنزاهة والحوار والإخلاص والصراحة، ...

هذا؛ وقد أوصى (فهد الحربي، 2016)⁽⁷³⁾ بتقديم البرامج ووضع معايير شرعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالتكامل بين مختلف المؤسسات (الأسرة، المسجد، المؤسسات التعليمية، المبرمج الإلكتروني)، على النحو التالي:

(أ) **تبيين المخالفات الشرعية لدى المستخدمين:** تقوم هذه المؤسسات بتبيين المخالفات الشرعية الناجمة كالمخالفات المتعلقة بالحواس كالكذب والنظر إلى المحرمات، والمخالفات المتعلقة بالفكر كاتباع الفرق الضالة والمبتدعين والتأثر بفكرهم ومناهجهم، والمخالفات المتعلقة بالمجتمع كالعمل على نشر الشائعات والعمل على نشر الرذائل...

(ب) **وضع المعايير للحد من المخالفات الشرعية:** وذلك بعد بيان المؤسسات المعنية لهذه المخالفات، ومن المعايير الواجب إعدادها والتوجيه لها تربوياً ما يلي:

- معايير للتأكد من صحة الموقع المفتوح وأمنه على عدة مستويات هي (الاعتقادي - الحفاظ على الهوية الإسلامية - موافقة السنة النبوية)
- معايير للتأكد من (صحة الخبر - صدق الكلمة - صحة النص الشرعي - سلامة المال لما ينشر أو يعرض)

وعليه يقسم (فهد الحربي، 2016)⁽⁷⁴⁾ مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الشرعية إلى:

جدول رقم (17) مواقع التواصل الاجتماعي من الناحية الشرعية

شبكات تواصل غير شرعية وفقاً للمعايير الشرعية، ومن سماتها	شبكات تواصل شرعية وفق المعايير الشرعية، وأهم سماتها
نشر العقائد الفاسدة	تحافظ على الاعتقاد
تهدم الهوية الإسلامية	تحافظ على الهوية الإسلامية



لا تنشر الصدق	لا تبالي بصدق الخبر أم كذبه
توثق المعلومات الموجودة فيها	لا توثق المعلومات المنشورة فيها
تهتم بالمآلات	لا تهتم بالمآلات

وذلك في ظل ما كشفه الانترنت من ضحالة الوعي لدى قطاعات واسعة من المسلمين في جوانب كثيرة أساسية من الدين، فمثلا، ظهرت مواقع كثيرة، وصفحات لأفراد متفاوتين في علمهم الديني، تنشر أحاديث ضعيفة، وكلاما في الدين لا يخدم قضايا الإسلام. فضلا عن ظهور صفحات كثيرة استخدمت الدين لتبرير المواقف، ولحشد الآراء لصالح جهات وتيارات بعينها، فيما يتعلق بمعالجة الدين لقضايا العصر، وانطلاقا من أن مواقع التواصل الاجتماعي مفتوحة لكل الناس، فإن المواطن البسيط يحتاج إلى رفع درجة الوعي لديه، الأمر الذي يفرض توسيع هامش التربية والتعلم والتوعية في الدين من قبل العلماء والفقهاء، فضلا عن الحاجة الكبيرة لمزيد من الدراسات والأبحاث في مجال معالجة الإسلام لقضايا العصر. (75) خاصة أن أكثر المتلقين لشبكة الإنترنت ليسوا على درجة من الوعي للتأكد من صحة المعلومات التي تعرض أمامهم، وبالتالي لا بد أن يكون لدى الإنسان مناعة ذاتية لكي يحافظ على نفسه من الأفكار السيئة التي تعرض على هذه المواقع؛ إذ إنه حين يكون لدينا الوعي الكاف والمناعة الذاتية نكون أقل عرضة للتأثر بمثل هذه المواقع (76). وكانت دار الإفتاء المصرية قد أصدرت بياناً أظهرت فيه مجموعة من الضوابط الأخلاقية والاجتماعية والثقافية، التي يجب أن يراعيها مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي أثناء التصفح، ومن أبرزها تحري الصدق والموثوقية والأمانة في طلب البيانات والمعلومات وتداولها، والتأكيد على حماية حقوق الملكية الفكرية وقوانين الفضاء الإلكتروني، وضرورة الحفاظ على هوية الأمة الإسلامية والثقافية وشخصيتها الذاتية وعدم الانسياق وراء أخطار الانفتاح غير المنضبط، علاوة على الالتزام بالقيم الثقافية الإسلامية الجادة، والتي تتسم

باحترام النزاهة والحوار والشفافية.⁽⁷⁷⁾ تلك الضوابط والأخلاقيات الإيمانية التي أوصت دراسة (خالد القرشي، 2014)⁽⁷⁸⁾ بضرورة تنميتها ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتفعيل دور الجامعات في تقديم برامج تسهم في رفع مستوى هذه الأخلاقيات، وذلك في ضوء نتائج الدراسة التي أجراها الباحث على عينة قوامها (1939) طالبا من خمس جامعات سعودية، التي خلصت إلى (75%) منهم يهتمون بنشر الفضائح على «الفيسبوك»، مقابل اهتمام (72%) بنشر الغيبة على «تويتر».

المستوى الثاني: وجود مواقع تواصل اجتماعية إسلامية وصفحات دينية

إسلامية متخصصة ذات تفاعلية ترد على الإدعاءات الكاذبة والمشوهة للإسلام، وتوضح فكرة الراقي والحضاري، خاصة لما أتاحه الانترنت من مزايا، حيث الفضاءات الالكترونية المطلقة والهوامش الحرة، التي تكونت في ظلها العديد من التجمعات والتكتلات للعديد من المذاهب الفكرية والإثنية، ما خلق عوالم منعزلة خاصة، فهناك جماعات للمثليين، جماعات اللا دينيين ولعبدة الشياطين وللنازيين الجدد.. إلخ كل هذه الجماعات تشكل أخطار محدقة بالشباب الذين قد يتواصلون مع أفراد هذه الجماعات، ويعبئون رؤوسهم بأفكار شاذة ومنحرفة وقد يؤدي بهم ذلك إلى اتخاذ سلوكيات تتنافى مع القيم الدينية والاجتماعية والعادات والتقاليد التي نشأوا عليها في مجتمعاتهم المحلية، فينزعون إلى التمرد الاجتماعي وكسر كل المحرمات الاجتماعية، ما قد يخلق صراعات اجتماعية بين فئات لا تؤمن بأي مُحرم ديني أو ثقافي أو اجتماعي، وفئات أخرى لا تزال تؤمن بالقيم وتحافظ على النسيج الاجتماعي كما هو.⁽⁷⁹⁾ وكما يقول كلا من⁽⁸⁰⁾ (lee Rainie & Barry Wellman, 2012) بأن الوفرة الغامرة في الخيارات جعلت الأفراد يسيطرون على أين وماذا يشاهد الناس فلم تعد باختصار النظرية القديمة والمفهوم التقليدي للجمهور يتناسبان مع العصر الرقمي الحالي؛ وفي عصر بات أسهل وأخطر ما فيه (نشر المعلومة) فيكفي أن تنتشر خبرا عار تماما عن الصحة بشأن عالم أو داعية أو



حاكم أو مسؤول ... وغيره حتى يتلقفه المتلقون، إذ تتوق النفس إلى تصديق ما ينشر من معلومات تُدين الآخرين خاصة إذا تعلق الخبر بمن نخالفه عقدياً أو فكرياً أو أيديولوجياً إلى غيره قبل النظر في الموضوع، أما أن تتوقف النفس للنظر في المعلومة، والرجوع إلى المصدر، ومقارنته مع ما تم نقله عبر أوساط إعلامية مختلفة المشرب لا أوساط متعددة أحادية المشرب والتي قد يمتلكها شخص واحد؛ فهكذا وعي في التعامل مع المعلومة أو الخبر ليس بالكثير. (81)

أبرز نتائج البحث:

1- الارتفاع النسبي في مستوى بلاغة الجمهور الافتراضي المصري في تلقي محتوى حملة اعرف الصح ، والذي تجلى في عدة ملامح، أبرزها ما يلي:

(أ) تمييزهم لاسلوب المراوغة الذي اعتمده بعض المفتين في عرض بعض الفتاوى

؛ فعند التمعن في لغة الخطاب في بعض الفتاوى سوف يظهر استعانة المفتي باستراتيجية معينة في الاجابة تتعلق بانتهاجة أسلوب المراوغة عن طريق إستراتيجية التلطيف اللفظي، وهذا ما يظهر في طرح بعض الآراء الفقهية، أو عرض بعض الأحكام الفقهية، ما يظهر في قول المفتي حينما سُئل، ما حكم من يطالب بالمساواة بين الرجل والمرأة فيما فرقت فيه الشريعة بينهما كالميراث وتعدد الزوجات ليجيب "بأن الشرع الإسلامي مع إقراره للمساواة لم يقر بالتساوي المطلق بين الذكر والأنثى في الصفات الخلقية والفطرة الربانية والوظائف التكليفية" تلك الاجابة التي ليست هي الجواب للسؤال، وهذا على سبيل المثال لا الحصر، حيث برز أسلوب المراوغة في تلك الفتوى بشكل شديد الوضوح لا الحصر وإلا فالنماذج كثيرة ، وقد تكرر استخدام أسلوب المراوغة في فتاوى عدة؛ الاسلوب الذي ذكره "عماد عبداللطيف" في معرض حديثه عن بلاغة الجمهور، كأحد

الآليات التي يوظفها المتكلم في خطابه بغية التمويه خدمة لاستراتيجية الخطاب،
 ليعني بأسلوب المراوغة: استخدام تعبيرات مخففة أو غامضة أو غير مباشرة
 للإشارة إلى ظاهرة أو سلوك أو حدث ما بهدف توجيه إدراك مستخدمي اللغة
 لهذه الظاهرة أو السلوك أو الحدث وجهة معينة. (**حامدة ثقبابت، مرجع سابق**)⁽⁸²⁾ أين يقع الجمهور في حيرة في تلقي خطاب الفتوى نظرا للتمويه
 والمراوغة التي تنتهجها أجوبة بعض المفتين، والذي فطن له بعض الجماهير
 مما دفعهم إلى طرح الأسئلة والنقاش والنقد على السواء كما يتضح في الشكل
 التالي:

<p>Follow عبدالغني شطا واضح من سياست الكاتب الكتابة بطريقة فعينه وبتالي الناس تعلق وتعرض وبتالي المنشور ينتشر أكثر بكثرة التعليقات والتفاعلات</p> <p>Usama Abdul-Aziz فسر الماء بعد الجهد بالماء</p> <p>Karim Kamre قراءت المقال كذا مره ولكن لم أجد الحكم ؟؟ مع ان السؤال بدا بما الحكم أين الحكم ؟؟</p> <p>عبدالفتاح نصرالقط حكم من يطالب بمساواة المرأة بالرجل في الميراث وتعدد الأزواج. لماذا لم يجيب المفتي بحكم من يطالب بذلك. لا شك ان من يطالب بذلك زاعما ان قوله افضل من حكم الله في الميراث. ويريد ان يحل ما حرم الله في ان ليس للزوجة ان تنزوج على زوجها. فهذا كفر أكبر. يجب تقام الحجة على قائله فإن رجع وإلا حكم بكفره. وان كان ما ينكره مظلوم من الدين بالضرورة في حق امثاله، فيأخذ حكم الكفر بلا اعذار.</p>	<p>وجدي عبدالوهاب لم تجيبوا على السؤال والذي هو حكم من يطالب بالمساواة؟ على ماذا يدل هذا؟؟؟؟.</p> <p>King Arthursudan الجواب: ساوى الإسلام بين الرجل والمرأة في الحقوق والواجبات، فقال تعالى: (فَأَسْجِدْ لَهُمْ زُنْهُمُ أَنِّي لَا أُضِيعُ عَمَلَ عَامِلٍ مِنْكُمْ مِنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ بَعْضُكُمْ مِنْ بَعْضٍ) [آل عمران: 195].</p> <p>اين المساواه فى الايه التى سقتموها دليلا ... وما هو معنى المساواه الذى اقررتموه اذا ... ان الله تعالى عدل لا يضيع اجر الطاعة لله الخالصة له بناء على نوع الطائع (ذكر او انثى) ... دى كده بقت مساواه ... بلاش تلاعب بالألفاظ ...</p> <p>لا توجد مساواه ولا تساوى فى الحقوق والواجبات بين الرجل والمرأة ، كلاهما له حقوق وعليه واجبات تختلف عن الآخر ...</p> <p>اصدعوا بالحق وكفاكم مواربة وتلاعب بالألفاظ مخافة هجوم الفساق ...</p>
<p>شكل رقم (20) استجابات الجمهور اتجاه استعمال بعض المفتين لأسلوب المراوغة</p>	

ومن أبرز النماذج **البليغة** في استجابة الجماهير - المعارضة والمؤيدة على حد سواء - تذكر الباحثة النموذجين التاليين حيث التركيز على الرمزيات وما وراء لغة الخطاب :

أبرز نماذج الاستجابات البليغة المعارضة	أبرز نماذج الاستجابات البليغة المؤيدة
 <p>Ali Abdelrahman كل تفصيلا في الفتوى تحتاج إلى ضبط مفهومها. هي تبدو سليمة لأن الفاظها عمومية وحاملة تاويلات. ويظهر ذلك عند محاولة تطبيق نصها على منات الالاف من الأعمال الفنية في مختلف الفنون؛ فسوف تكون كل حالة قضية تحتل الجدل.</p>	<p>كل الناس اللي انتقدت دي ما شافتش حاجة اسمها فاصلة منقوطة (:) لا وبيععلوا على دار الإفتاء 😊😅</p> <p>1 y</p>
<p>شكل رقم (21) أبرز نماذج الاستجابات البليغة من كلا الجانبين المؤيد، والمعارض</p>	

(ب) المطالبة بعرض الأدلة من القرآن والسنة تدعيما لصحة الفتوى، ذلك من من كلا المعارضين والمؤيدين للحملة على حد سواء

(ت) **المطالبة** بتناول قضايا التفريط إلى جانب الإفراط، ما يدل على الوعي بحقيقة معنى التطرف، **وكذلك** المطالبة بالإشارة إلى الخلاف الفقهي حال وجودة.

(د) وجود مؤشرات لدى عدد المتابعين تدل عن وجود حالة من الوعي بشأن خطورة رضوخ العلماء تحت وطأة ضغط الجماهير: ما تبدى في تكرار عبارة (هذه دار الإفتاء، ليس ما يطلبه المستمعون) ذلك من قبل المؤيدين للحملة تعبيراً عن تأييدهم للدار، ودفعها لعدم الرضوخ تحت وطأة ضغوط المخالفين؛ وهو ما تتفق معه الباحثة من حيث خطورة ممارسة الضغط على العلماء لأجل تبني موضوعات وقضايا واتخاذ مواقف بما لا يعني عدم تلبية الاستجابات الرشيدة، والإجابة على التساؤلات البليغة من قبل تلك الجماهير

- 2- ارتأت مجموعة ليست بالقليلة من الجمهور المصري، وبعض الجمهور العربي من متابعي الحملة ان اختيار فتاوى الحملة ركيزته الأساسية الخلاف مع التيار السلفي، ومن ثم نبذ اختياراته الفقهية.
- 3- انقسمت اتجاهات استجابة المؤيدين لحملة " اعرف الصح" في عدة أساليب؛ فمنهم من كان تأييده مطلقا لفكر الحملة وأداء الدار بشكل مجرد عن اتهام الغير، ومنهم من اتهم المخالف بالخيانة، والارهاب ، والدعشنة، وكثير من اتهم المخالف بالجهل.
- 4- تباينت مواقف المؤيدين لحملة " اعرف الصح" بشأن التعامل مع المخالفين، فأثنى البعض على انطلاق الحملة من منطلق أن الفكر يواجه بالفكر، فيما ارتأى البعض منعهم من التعليق وحظرهم، والموقف الأخطر جاء متمثلا في التحريض الأمني ضد المخالف.
- 5- مع غلبة الاستجابات الرشيدة ذات الدلالة البلاغية، إلا أنه كانت هناك الكثير من الاستجابات غير الرشيدة ذات المدلول غير البليغ " الخطير" من كلا الجانبين المؤيد، والمعارض، وأخطرها تبادل الاتهامات بالدعشنة والارهاب والتحريض الأمني ضد المخالف على جانب؛ وعلى الجانب الآخر الاتهام بالمروق من الدين، والتألى على الله عز وجل والتبشير بالنار والعذاب، فضلا عن الخروج عن حدود الأدب واللياقة لدى البعض من كلا الطرفين.
- 6- بدا للباحثة ان موقف المعارضين للحملة في كثير من الأحيان ليس على سبيل التربص ولا المعارضة المطلقة للدار، إنما لبعض الفتاوى، وذلك وفقا لما جاء من دعمهم لبعض الفتاوى، والمطالبه بالاستمرار على الاستعانة بالدليل -كما سبق الإشارة- وتناول بعض الموضوعات التي ارتأوها أولى بالعرض من الموضوعات

الخلافة المشككة، هذا فضلا عن حرص كثير من المعارضين للحملة على التمييز بين دار الإفتاء وبين المفتي "الأدمن" بل امتد الأمر للتمييز بين المفتين؛ كما هو مبين في الشكل التالي:

التمييز بين المفتين Admins، ودار الإفتاء	تمييز المتابعين للمفتين Admins
<p>كريم مصطفى</p> <p>اتقوا الله في الدار، السخرية والاستهزاء من الدار جاء من الصبيان الذين يتكلموا باسم الدار ألم تعلم احترام أقوال المذاهب الأربعة؟! فلم بهذا التسرع والطيش ننبذ قول مذهب كامل بالوجوب وغيرهم بالاستحباب؟! اتقوا الله في الدار واحترمواها كي يحترمكم الناس ولا تكونوا سببا في تضييع هيبتها في قلوب الناس، إن داومت على هذا الأسلوب كيف نقول للناس احترموا فتاوى دار الإفتاء وكيف تكون الفتوى منضبطة بأقوال المذاهب... See more</p> <p>1 y Like Reply 10</p> <p>أحمد عبده</p> <p>هو مين اللي ماسك الصفحة دي لو عنده قصور في العلم والاحاديث ميطلعش يفتي معظم الفتاوى هنا غلط ومخالفة لنصوص الدين من القرآن والسنة مفيش أي سند للفتوى ولا موجود صاحب الفتوى ولا اخدها عن مين ولا ايه دليله هي هبده جت في دماغه كتبها اتقوا يوما ترجعون فيه إلى الله</p>	<p>Khaled Atef</p> <p>ده أدمن الساعة ٨ الكويس رينا يستر من فتوة الساعة ١١</p> <p>1 y Like Reply 21</p> <p>3.6k ></p> <p>أحمد بن مجاهد</p> <p>أدمن الساعة ٨ ده غسل</p> <p>1 y Like Reply 14</p> <p>نيفين عادل</p> <p>اكتب اسمك يا أدمن احنا خلاص عرفناك بس اكتب اسمك بدهو للتمييز</p> <p>1 y Like Reply 3</p>

	 <p>Ahmed Doban منشور جميل من باب وذكر ان الذكرى تنفع المؤمنين والاولى مخاطبه المسؤولين وبياريت فتاوى طهاره وصلاه ادمم محترم بياريت تمشو ادمن بتاع الخنزير 🐷</p>
<p>شكل رقم (22) نماذج من تمييز المعارضين للحملة بين المفتين وبعضهم، وبين المفتين والدار</p>	

التمييز بين المفتي والدار، وحقيقته والتي ليس للباحثة بها يقين، فالحملة تخرج خلال الصفحة الرسمية لدار الإفتاء، وبالتالي فهي تعبر عن الآراء الفقهية المعتمدة منها وليست آراء شخصية للمفتي، ولكن هذا لا يقلل من تأثير الصياغة في محتوى الرأي الفقهي، والذي قد يعطي الفتوى أبعاد أخرى اقصائية، فتبني رأيا فقهيًا ليس مشكلة في حد ذاته، ولكن المشكلة تكمن في طريقة العرض والتي هي فعل اشخاص وليست مؤسسة بكاملها، ومع ذلك فمسؤولية متابعة كل ما يُنسب للمؤسسة أمر مهم. فيما أشار آخرون في معرض تعبيرهم عن رفضهم لبعض منشورات الحملة إلى التفرقة بين الفتاوى التي تخرج من دار الإفتاء والفتاوى الصادرة عن المؤسسة الأزهرية، حيث الميزاج الإيجابي العام اتجاه المؤسسة الأزهرية، وهو ما أكدته عدد من الدراسات السابقة، ومنها دراسة (نورا فتحي، 2023)⁽⁸³⁾ و (هويدا الدر، 2021)⁽⁸⁴⁾؛ وذلك بالمقارنة مع دار الإفتاء المصرية، والذي لاحظته الباحثة في بعض التعليقات المميزة بين المؤسستين كما هو مبين في الشكل التالي:

 <p>عظبه شاكر القطعاني شيخ الازهر قال ان دار الافتاء لا تتبع الازهر و انه غير مسئول عنها.. وان الازهر له جهتين فقط مجمع البحوث الاسلامية و هيئة كبار العلماء</p> <p>1y Like Reply</p>	 <p>محمد جهاد مجاهد دار الإفتاء بعد فصلها عن الأزهر بقرار سياسي.. أصبحت بلا درع حماية.. لا الأزهر و لا هيئة كبار العلماء يمكنها التدخل في الفتوى بل أصبحت تحت سلطة أهواء الرئيس و أفكاره في تجديد الخطاب الديني.. المخالف للشرع في أغلب أهدافه.. المفتي الان مسؤول لوحده عن الفتوى.. لانه زمان كان يقدر يختبئ خلف الأزهر و هيئة كبار العلماء..</p>
--	--



شكل رقم (23)

نماذج من تمييز المعارضين للحملة بين مؤسسة دار الإفتاء، وبين مؤسسة الأزهر الشريف

الخلاصة

مما سبق يمكن التأكيد على أن بلاغة الجمهور في صناعة الخطاب الديني - الرقمي خاصة- لا تقل أهمية عن تلك التي حظى بها المتكلم لأمد طويل؛ وعليه يبقى الحديث عن بلاغة الجمهور المتلقي في تلقي الخطاب الديني ضرورة ملحة لمزيد من الدراسة، خاصة في ظل تعدد الخطابات الدينية بشكل عام، والخطابات الرقمية بشكل خاص، وكذلك في ظل تعدد الهيئات التي تصيغ تلك الخطابات بين خطابات لغوية وأخرى سيموطيقية إشارية، بحيث ترتسم خلال تلك الخطابات مقاصد معلنة وأخرى مضمرة تستهدف في مجملها إقناع المتلقي والتأثير فيه، ومن ثم توصي الباحثة اجراء مزيد من البحوث في الموضوع محل البحث، مع مزيد من التعمق في تحليل التراكيب اللغوية والاستراتيجيات البلاغية في لغة الخطاب لكلا المرسل والمتلقي، ولو باجراء بحوث مشاركة مع باحثي الدراسات الأدبية، واللغوية، مع أهمية الاعتماد على المنهجين الكيفي والسيميائي في البحوث التحليلية لعناصر الخطاب الديني الرقمي وعدم الاكتفاء بالبحوث الكمية، ذلك لما يحمله ما وراء لغة الخطاب من معاني وما تكتنفه الرموز والصور والأشكال من دلالات ذات معان مهمة، خاصة المنهج السيميائي الذي تمننت الباحثة لو أنها استعانت به، لولا أن حدود البحث والامكانيات البحثية الحالية للباحثة لم تسمح بذلك.

مراجع البحث

- (1) حسن بن محمد الأسمرى، الخطاب العقدي في فضاء العولمة الإعلامية، مجلة التجديد، بحوث ودراسات، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، المجلد (24)، العدد (47)، 2020م، ص ص 29-30. متاح على موقع: <https://journals.iium.edu.my/at-tajdid/index.php/tajdid/article/view/557/409>
- (2) إيمان بو كدرون، أسماء حاج قويدر، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني في الوسط الطلابي، فيسبوك نموذجاً، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجبالي بونعامة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، 2018م، ص72.
- (3) متاح على موقع: <https://emadabdullatif.com/biography-page-arabic/>، تاريخ الدخول: 30/3/2023م
- (4) عماد عبد اللطيف، مقال بعنوان: منهجيات دراسة الجمهور، ضمن كتاب: بلاغة الجمهور، مفاهيم وتطبيقات، تحرير وتقديم الدكتورين: صلاح حسن حاوي وعبد الوهاب صديقي، دار شهريار، العراق، ط1، 2017م، ص160.
- (5) عماد عبد اللطيف، بلاغة الجمهور في الادب، مجلة الخطاب، المجلد(17)، العدد(1)، يناير 2022م، ص13.
- (6) عماد عبد اللطيف، بلاغة المخاطب؛ البلاغة العربية من إنتاج الخطاب السلطوي إلى مقاومته، ضمن (Power and the Role of the Intellectual)، 2005، ص17، متاح على موقع: <file:///C:/Users/FreeComp/Downloads/36402612.pdf>
- (7) عادل المجداوي، مفهوم الجمهور بين "البلاغة العامة" و"بلاغة الجمهور"، مجلة العمدة في تحليل الخطاب واللسانيات، العدد(6)، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2019م، ص186.
- (8) عادل المجداوي، المرجع السابق، ص187.
- (9) عماد عبد اللطيف، 2005، مرجع سابق، ص18

- (10) حامدة ثقبائيت، بلاغة الجمهور في تلقي الخطاب الديني في الجزائر، مجلة الخطاب، العدد (15)، جامعة مولود معمري، كلية الآداب واللغات، لجزائر، 2013م، ص 160.
- (11) نفس المرجع السابق، 160-162.
- (12) خالد إبراهيم مسلم، تراجع الخطاب الديني بين أبناء الأمة وقادتها وإشكاليته على واقع المجتمع، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الإسلامية، المؤتمر الدولي الأول: الإعتدال في الخطاب الديني والسياسي وأثره على تنمية المجتمع، في الفترة 10/31-11/1/2018م، ص 308؛ ناقلا عن مالك بن الحاج عمر بن الخضر بن نبي (ت: 1393هـ) دمشق سورية، المحقق: إشراف ندوة مالك بن نبي، المسلم في عالم الاقتصاد، دار الفكر، دمشق، سورية، 2000م، ص 39.
- (13) أحمد لعويجي، بلاغة جمهور الخطاب الديني على وسائل التواصل الاجتماعي: الفيسبوك نموذجا، مجلة العمدة في تحليل الخطاب واللسانيات، جامعة محمد بوضياف المسيلة، ع (6)، الجزائر، 2019، ص 63
- (14) أسماء الرجال، تلقي الخطاب الديني: القنوات والسياق والأثر، دار العربي للنشر، القاهرة، ص 23.
- (15) بلسم محمد صكبان عبد السيد، أثر لغة الإعلام الحديث في توجيه الخطاب الديني: دراسة في لغة الخطاب الديني في العراق، مجلة كلية التربية، جامعة واسط، ج(1)، العدد(37)، 2019م، ص 171.
- (16) أحمد زايد، صوت الامام؛ الخطاب الديني من السياق إلى التلقي، دارا العين للنشر، ط1، القاهرة، مصر، 2017م، ص ص 256-257.
- (17) أحمد زايد، 2017م، المرجع السابق، ص 244.
- (18) أسماء الرجال، 2019م، مرجع سابق، ص 10.
- (19) أحمد زايد، 2017م، مرجع سابق، ص ص 249-250.
- (20) أسماء الرجال، 2019م، مرجع سابق، ص 15.

- (21) أحمد زايد، 2017م، مرجع سابق، ص 257
- (22) أحمد زايد، صور من الخطاب الديني المعاصر، دار العين للنشر، ط1، القاهرة، 2007م، ص 198.
- (23) محمد يونس، تجديد الخطاب الإسلامي: من المنبر إلى شبكة الانترنت، الدار العربية للكتاب، ط1، القاهرة، 2013م، ص 177.
- (24) محمد عبد الفتاح مصطفى، تجديد الخطاب الديني، كنوز للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2017، ص 175.
- (25) محمد يونس، مرجع سابق، ص 177.
- (26) حامدة ثقبابت، مرجع سابق، ص 162.
- (27) محمد عبد الفتاح مصطفى، مرجع سابق، ص ص 162-166.
- (28) الحبيب على الجفري، تشخيص إشكالات الخطاب الإسلامي المؤثر في مفهوم الدولة، المؤتمر السادس عشر لمؤسسة آل البيت للفكر الإسلامي بعنوان: مشروع دولة اسلامية حديثة قابلة للاستمرار ومستدامة، عمان، الأردن، 2013، ص 17-18
- (29) خالد إبراهيم مسلم، مرجع سابق، ص 312.
- (30) ميسرة أحمد محمد أحمد، وسائل الخطاب الدعوي في ضوء التجديد، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الرباط الوطني، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، السودان، 2018م، ص 102.
- (31) أسماء الرجال، مرجع سابق، ص 10.
- (32) لعويجي أحمد، مرجع سابق، ص 63.
- (33) تونغ تشاو، ت؛ منال كابور، تحليل مفهوم الجمهور في العصر الرقمي، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد (3)، العدد (23)، 2022م، ص 21-28.



- (34) فريد أبو زهير، وسائل التواصل الاجتماعي تنهي عصورا من الاحتكار الإعلامي، مؤتمر وسائل التواصل الحديثة وأثرها على المجتمع: نظرة شرعية، اجتماعية، قانونية، جامعة النجاح الوطنية، كلية الشريعة، 24 أبريل 2014م. ص ص 8-9.
- (35) تونغ تشاو، ت؛ منال كابور، مرجع سابق، ص 25.
- (36) حامدة ثقبائيت، مرجع سابق، ص 153.
- (37) لعويجي أحمد، مرجع سابق، ص 63.
- (38) أسماء الرجال، مرجع سابق، ص ص 15-16.
- (39) عماد عبد اللطيف، 2005م، مرجع سابق.
- (40) وجدان فهم جاسم، الخطاب الديني والوعي السياسي في مملكة البحرين تجاذب أم تتأفر؟، معهد البحرين للتنمية السياسية، سلسلة دراسات، البحرين، 2017م، ص ص 49-50.
- (41) محمد عبد الفتاح، مرجع سابق، ص 161.
- (42) أحمد سالم عسوي، استخدام الشباب السعودي للإعلام التفاعلي للمؤسسات الرسمية الإسلامية وعلاقته بالوسائل التقليدية، المؤتمر الدولي الثاني، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2017/2/22م، ص 51، متاح على موقع: https://journals.ekb.eg/article/22077_75c9dd4de97cbe97ee01a83_762429a10.pdf، ناقلا عن: عادل عبد الغفار فرج خليل، استخدام الصفوة المصرية للتلفزيون الدولي والمحلي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1995م.
- (43) أسماء الرجال، مرجع سابق، ص 10.
- (44) محمد يونس، مرجع سابق، ص 212؛ ناقلا عن: معتز عبد اللطيف الخطيب، المشهد الإسلامي على الانترنت.
- (45) أسماء الرجال، مرجع سابق، ص 143.

(46) نورا فتحي محمد السيد، دور الخطاب الديني الرسمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ضبط المجال الديني الرقمي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد (23)، 2023، ص449.

(47) أحمد بهاء الدين شعبان، السلفي الأخير، الارهاب المعولم والداعشية المصرية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2016م، ص26.

(48) عبد الحليم فضل الله وآخرون، جماعات العنف التكفيري، الجذور، البني، والعوامل المؤثرة، مركز الحضارة لتنمية الفكر الإسلامي، بيروت، ط1، 2016م، ص38-39.

(49) صلاح شعير، الطائفية والتقسيم، أخطار الصراع الطائفي في مصر والعالم العربي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2014م، ص60

(50) السيد يوسف، الاخوان المسلمون وجذور التطرف الديني والارهاب في مصر، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة 2015م، ص659

(51) إسماعيل صديق عثمان، التطرف، والتعصب الديني : أسبابه والعوامل المؤدية إليه ، مجلة الجامعة الليبية العالمية، جامعة بنغازي كلية التربية، العدد (8)، 2017م ، ص3.

(52) عصمت نجار، تجديد الاصولية الاسلامية؛ في فكر الشيخ عبد المتعال الصعيدي، سلسلة الفلسفة، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، 2017م، ص ص 13-14 .

(53) أحمد العسوي، مرجع سابق

(54) محمد فتوح، إسلاميو الإنفلونسرز تشكيل علاقة الفرد بالدين، المعهد المصري للبحوث، يوليو 2019؛ ص7، متاح على موقع: <https://www.academia.edu/39853297>

(55) ياسين العمري (أ) ، العلماء والدعاة وحديثهم عن التطبيع والقضية الفلسطينية ، قناة قراء وعلماء المغرب الأقصى، موقع يوتيوب، تاريخ النشر: 2020/12/13م، تاريخ الدخول:

2020/12/14م، متاح على موقع :

<https://www.youtube.com/watch?v=qnrTsP-L6ml>

(56) مسفر أحمد مسفر الوادعي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأمن الفكري من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية ومعلمي العلوم الشرعية بمنطقة عسير. مجلة كلية التربية - جامعة الأزهر. مج. (35) ع. (171)، ج. (3)، ديسمبر 2016م

(57) زينب البقري، التدين الرقمي: لماذا ثار رواد الفيسبوك على «عمرو خالد»؟ موقع إضاءات، تاريخ النشر: 2017/9/15، تاريخ الدخول: 2020/4/29م، ص7، متاح على موقع:

<https://www.ida2at.com/why-did-facebook-users-revolt-against-amr-khaled>

(58) محمد فتوح، مرجع سابق، ص13.

(59) رشيد جرموني، الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية، كتاب الفيصل (28)، دار الفيصل، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2019 م، ص24.

(60) البيان الختامي للمؤتمر الدولي لكلية الدراسات الإسلامية، تحت عنوان "تجديد الخطاب الديني بين دقة الفهم وتصحيح المفاهيم"

<https://www.youm7.com/story/2017/3/16/الأزهر-حول-تجديد-الخطاب-الديني/3147011>، 2019/9/22

(61) حامده تقبايت، مرجع سابق، ص169.

(62) ياسين العمري (أ)، مرجع سابق.

(63) حسن بن محمد الأسمر، الخطاب العقدي في فضاء العولمة الإعلامية، مجلة التجديد،

بحوث ودراسات، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا، المجلد (24)، العدد (47)،

2020 م، ص ص 45-46، متاح على موقع:

<https://journals.iium.edu.my/at-tajdid/index.php/tajdid/article/view/557/409>

(64) نفس المرجع السابق، ص46

(65) لعويجي أحمد، مرجع سابق، ص 63.

(66) ياسين العمري(ب)، صناعة الوعي المزيف، قناة قراء وعلماء المغرب الأقصى، تاريخ النشر: 2020 /12/23م، تاريخ الدخول: 2020 /10/23م، متاح على موقع: <https://www.youtube.com/watch?v=3GjMM3x4kE4>

(67) أمينة طويجيني، وصديرة ساسي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الديني لدى الطلبة الجامعيين الجزائريين: فيسبوك نموذجا، رسالة ماجستير، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، 2016، 68-69.

(68) نادية العالية، الأنترنيت والتدين الافتراضي.. جدل الفتوى الرسمية والفتوى الإلكترونية، موقع باناصا، تاريخ النشر: 2020/5/13، تاريخ الدخول: 2020/9/26، متاح على موقع: <https://banassa.com/orbites/23239.html> ، ناقلة عن : نقلا عن (Marie Daniel Bougaire, L'autonomisation des jeunes Burkinabé face à internet, Education aux medias à l'heure des réseaux, 2015

(69) ياسين العمري (ب)، مرجع سابق.

(70) عادل بن عايض المغذوي، ضوابط التواصل الإلكتروني من منظور إسلامي ومدى تحققها لدى طلاب التعليم الثانوي بالمملكة العربية السعودية، مجلة كلية التربية، الزقازيق، مصر، دراسات تربوية ونفسية، عدد (90)، ج(2)، يناير 2016، ص 384.

(71) - فتحية إسماعيل محمد مشعل، الضوابط الشرعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين التفعيل الإلكتروني والتأصيل الفقهي، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، المجلد(2)، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 22-23/11/2016م ص ص 314 - 352.

(72) عادل بن عايض المغذوي، مرجع سابق، ص ص 390-399.

(73) فهد بن محمد بن فرحان الوهبي الحربي، الضوابط الشرعية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام،

المجلد(2)، الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة، 22-11/23/2016م، ص ص
433-434.

(74) فهد الحربي، المرجع السابق، ص 435.

(75) فريد أبو ضهير، مرجع سابق، ص6.

(76) المركز الإعلامي بدار الإفتاء المصرية ٢٣-٣-٢٠١٧م، تاريخ الدخول، 2019/9/24،
متاح على

<http://dar-alifta.org/ar/Viewstatement.aspx?sec=media&ID=4879>

(77) شريف درويش اللبان، إشكالات الرقابة: الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل
الاجتماعي في الدول العربية (3)، تاريخ النشر: 2015/7/4 تاريخ الدخول: 1/ 5/

2020 متاح على موقع: <http://www.acrseg.org/39153>

(78) خالد بن على القرشي، أخلاقيات التواصل الاجتماعي الإلكتروني لدى طلاب الجامعات
السعودية، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة أم القرى ، كلية التربية، المملكة العربية
السعودية، 2014.

(79) إيمان بو كدرون، مرجع سابق، ص 183 .

lee Rainie & Barry Wellman, Networked: The New Social Operating (80)
System, The MIT Press, 2012

نقلته الباحثه عن: منال كابور، تحليل مفهوم الجمهور في العصر الرقمي، مجلة بحوث
ودراسات في الميديا الجديدة، المجلد(3)، العدد(23)، 2022م، ص26.

(81) ياسين العمري (ب)، مرجع سابق.

(82) حامدة ثقبابت، مرجع سابق، ص 166.

(83) نورا فتحي، مرجع سابق.



(84) هويدا الدر، دور الحسابات الرسمية للمؤسسات الدينية في نشر الخطاب الديني المعتدل؛ دراسة تحليلية مقارنة للمحتوى الرقمي لمؤسستي الأزهر والحرمين الشريفين؛ مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أبريل 2021م .