

التحديات التي تواجه إمام المسجد في ظل وسائل التواصل الاجتماعي (خطبة الجمعة أنموذجا)

Challenges facing the imam of the mosque given the social media (The case of the Friday sermons)

كلثوم قاجة^{1*} ، بن علي راس الماء²

¹ جامعة حسية بن بوعلي بالشلف (الجزائر)، k.gadja@univ-chlef.dz

² جامعة حسية بن بوعلي بالشلف (الجزائر)، b.raselma@univ-chlef.dz

تاريخ النشر: 2022 / 06 / 14

تاريخ القبول: 2022 / 06 / 03

تاريخ الإستلام: 2022 / 01 / 14

ملخص:

انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي في العالم أجمع، وصارت متاحة لكل الأفراد، فمنهم من يستعملها بطريقة عقلانية، ومنهم من أوصلته إلى حد الإدمان، ومنهم من لم يدخل أغوارها بعد، لكن لا يمكن لأحد إنكار تأثير الإنترنت على حياتنا، وبناء عليه وجب على أئمة المساجد أن يكونوا مواكبين لهذه التطورات الهائلة في مجال الثورة المعلوماتية بحكم تعاملهم مع المصلين، فمهما طغت وسائل التواصل الاجتماعي إلا أن للمسجد مكانته البارزة في المجتمعات الإسلامية خاصة في المناسبات الدينية، ومازال المصلون يرتادون المساجد للصلاة ويزداد عددهم يوم الجمعة، والإمام مطالب بتحضير خطبة الجمعة كل مرة. لذا جاءت هذه الدراسة لتجيب عن التساؤل الآتي: ما التحديات التي تواجه إمام المسجد في تحضير وإلقاء خطبة الجمعة في ظل تواجد وسائل التواصل الاجتماعي؟

الكلمات المفتاحية: الإمام؛ التحديات؛ خطبة الجمعة؛ المسجد؛ وسائل التواصل الاجتماعي.

Abstract:

Social media have spread all over the world and have become accessible to all people, including those who use them rationally, those who have become addicted, and those who have not yet explored them, but no one can deny the impact of the Internet on our lives. Therefore, the imams of the mosques must go along with these enormous developments in the field of the information revolution given their contact with the worshippers during prayers. Regardless of the dominance of social media, the mosque occupies a prominent place in Islamic societies, particularly on religious occasions, and the worshipper always continue to attend the mosques for prayers and their number increases on the day of the Friday sermons. The Imam is required to prepare the Friday sermons each time. To this end, this study aims at answering the following questions: What challenges does the imam of the mosque have to face to prepare and give Friday sermons in the presence of social media?

Keywords: Challenges; Friday Sermons; Imam; Mosque; social media.

مقدمة

قال الله تعالى ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ﴾ [الحجرات: 13] ذكر ابن كثير (2000) في تفسير هذه الآية: أن الله سبحانه وتعالى يخبر الناس أنه خلقهم من نفس واحدة، وجعل منها زوجها، وهما آدم وحواء، وجعلهم شعوبا وقبائل ليحصل التعارف بينهم، أي: كل يرجع إلى قبيلته، ويتفاضلون عند الله بالتقوى لا بالأحساب، والله هو الحكيم العليم الخبير في ذلك كله. فالاتصال إذا موجود منذ وجود البشرية، ولا يمكن لأي إنسان أن يعيش بمعزل عن الآخرين وهذا مما يجعله في بحث دائم عن الطرق اليسيرة التي تساعد في الاتصال مع الآخرين، وعليه تطورت وسائل الاتصال والإعلام مع تطور المجتمعات على مر العصور.

بما أن نبينا محمدا ﷺ هو آخر الأنبياء والرسل، فقد كلفه الله تعالى بتبليغ الدين الإسلامي إلى الناس كافة، مما يشير إلى أهمية الاتصال والإعلام في تبليغ الدعوة إلى الله، وفي هذا الصدد أشار كل من بلخيري وعابدي (2017) أن الرسول ﷺ عاش حياة إعلامية حافلة تجسدت معالمها الأولى قبيل الإسلام من خلال فرص الاتصال الذاتي التي عاشها في غار حراء عن طريق التأمل والتفكير في خلق الله، ومع نزول الوحي بدأت مرحلة الإعداد والتخطيط لتحقيق هدف المهمة الإعلامية المقدسة وهو إخراج الناس من ظلمات الشرك إلى النور لعبادة الله وحده، فانتقل الرسول ﷺ إلى الاتصال الشخصي وذلك بتبليغ الدعوة إلى الأقربين من حوله، وبعد أن أمره الله الجهر بالدعوة انتقل إلى الاتصال الجمعي من خلال وقوفه ﷺ خطيبا في القبائل والأسواق وفي مواسم الحج وبذلك يكون الرسول ﷺ قد مارس كل أشكال الاتصال المذكورة آنفا ﷺ طوال حياته.

تعتبر الخطابة إذا وسيلة الاتصال الأولى التي اعتمد عليها الرسول ﷺ في نشر دعوته، فالخطاب الديني الإسلامي كما عرفه القرضاوي (2004) هو: "البيان الذي يوجه باسم الإسلام إلى الناس مسلمين أو غير مسلمين لدعوتهم إلى الإسلام، أو تعليمه لهم، وتربيتهم عليه: عقيدة أو شريعة، عبادة أو معاملة، فكرا أو سلوكا. أو لشرح موقف الإسلام من قضايا الحياة والإنسان والعالم: فردية أو اجتماعية، روحية أو مادية، نظرية أو عملية" (ص 15).

من أبرز الأماكن التي كان يتم فيها الخطاب الديني الإسلامي بشكل يومي ومباشر في عهد رسول الله ﷺ وفي عهد الخلفاء الراشدين من بعده، وتابعهم إلى يومنا هذا؛ هو المسجد، ويتفق الباحثان مع العديد من الباحثين منهم (بن عثمان، 2018؛ حسين، 2019؛ خوني ودبلة، 2017؛ مهندس، 2019، 2020؛ موشموش، 2017؛ عبد اللاوي، 2014؛ عبيد، 1996) أن المسجد أحد مؤسسات التنشئة الاجتماعية والذي يقوم بوظائف متعددة منها إقامة الصلاة، وتحفيظ القرآن الكريم وتفسيره، وشرح السنة النبوية، وإلقاء الخطب، والمحاضرات والدروس، للوعظ والإرشاد، وكل ذلك من أجل التأثير في شخصية الأفراد من جميع جوانبها الروحية والنفسية والتربوية والاجتماعية والأخلاقية، ويذيب بينهم جميع الفوارق الطبقية والعرقية والمادية وجميع أشكال التمايز الاجتماعي. إذا من بين الأدوار التي يقوم بها المسجد هي إلقاء الخطب، فأصبحت الخطابة مرتبطة بأداء الشعائر الدينية صلاة الجمعة، صلاة العيدين، ومن سنن الله في الكون أنه فرض على المسلمين تأدية صلاة الجمعة في المساجد كل يوم جمعة من كل أسبوع، وهذا يعتبر يوم الجمعة أفضل أيام الأسبوع. فعن شداد بن أوس: قال: قال سول الله ﷺ: إن من أفضل أيامكم يوم الجمعة. فيه خلق آدم. وفيه النفخة. وفيه الصعقة. فأكثرُوا علي من الصلاة فيه؛ فإن صلاتكم معروضة علي" فقال رجل: يا رسول الله! كيف تعرض صلاتنا عليك وقد أرمت، يعني بليت؟ فقال "إن الله قد حرم على الأرض أن تأكل أجساد الأنبياء" (ابن ماجه، باب في فرض الجمعة، رقم الحديث 1085، ص 345)

خص الله سبحانه يوم الجمعة بالصلاة في المسجد في قوله: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ [الجمعة: 9] ذكر الجزائري (1992) في

شرح هذه الآية أن الله سبحانه تعالى يخاطب المؤمنين أنهم إذا سمعوا أذان المؤذن لصلاة الجمعة والمراد من الأذان هنا الأذان الذي يكون الإمام معه فوق المنبر ليخطب على الناس، فامضوا إلى سماع الخطبة وأداء الصلاة وتركوا البيع والشراء، وهذا المضي إلى الصلاة وترك البيع والشراء فيه الثواب الجزيل والأجر العظيم عند الله تعالى.

فأمر الله سبحانه وتعالى للمؤمنين واضح، وهو السعي إلى المسجد لسماع خطبة الجمعة وأداء صلاتها وقبل ذلك كله ينبغي على المصلي أن يلتزم بأدائها ومنها ما ذكره كل من (ابن عثيمين، 1988؛ ابن القيم، 2009؛ الجزائري، 1992) وهو: الاغتسال فقد قال النبي ﷺ: "غسل الجمعة واجب على كل محتلم"، كما ينبغي للمصلي أن يتطيب ويلبس أحسن ثيابه ويكر إلى المسجد فيشتغل بالصلاة والقراءة والذكر حتى يأتي الإمام، وأن يلزم نفسه بالاستماع والإنصات للخطبة، فعن أبي هريرة، عن النبي ﷺ قال: "إذا قلت لصاحبك يوم الجمعة أنصت، وإمام يخطب، فقد لغوت" (البخاري ومسلم، باب الإنصات للخطبة يوم الجمعة، رقم الحديث 1206، ص 348).

في ظل انتشار وسائل الإعلام بكل أنواعها التلفاز بكل قنواته الفضائية، والمذياع، والجرائد، والمجلات صار من السهل الوصول لكل ذلك عن طريق هواتفنا بواسطة الإنترنت، ويحذر مركز رؤية للدراسات الاجتماعية (2014) "من أن وسائل الإعلام لها القدرة على تصوير القضايا والأحداث على خلاف الواقع الفعلي، وتقديم تلك التصورات للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية، وذلك من خلال توظيف الصورة الذهنية، حيث تعرض وسائل الإعلام جزءاً من الصورة الحقيقية عن قضية ما -وتركز عليها- وتقدمها للجمهور على أنها تمثل الصورة الحقيقية بكامل أجزائها، ومن خلال تعرض المتلقي المستمر لوسائل الإعلام، تتكون لديه صور ذهنية متعددة عن جملة من القضايا أو الأحداث بناء على الاتجاهات السياسية والفكرية والثقافية لتلك الوسائل" (ص 7).

بفضل خدمات الإنترنت التي أصبحت متوفرة وفي متناول الجميع، ظهر نوع جديد من الإعلام وهو الإعلام الإلكتروني حيث يتفق الباحثان مع ما أشارت إليه دراسة الصالح (2018) من ظهور جيل جديد يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى جيل الإنترنت، وامتزج الاتصال الذاتي والشخصي والجمعي والجماهيري في بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد، وساهمت في التأثير على منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك الفرد.

من كل ما سبق ذكره يتضح لنا أهمية خطبة الجمعة التي بين الشريف (2004) أن لها تأثير ضخم في حياة المسلمين، وفي تعليمهم أمور دينهم، وفي تثقيفهم وتبصيرهم بالواقع من حولهم، وهي تعد أهم منبر تعليمي وتثقيفي ووعظي وإرشادي للأمة، وهي أقوى تأثير من أي وسيلة إعلامية، رغم كثرة الوسائل الإعلامية المعاصرة، وتنوعها وإغرائها للمتابع أو المشاهد" (ص 92)، ومن هنا تبرز عظم المسؤولية الملقاة على عاتق الإمام في إعداد وإلقاء خطبة الجمعة في ظل وجود وسائل التواصل الاجتماعي التي تزاخمه هنا وهناك، وتضعه أمام عدة تحديات، فما هي وسائل التواصل الاجتماعي؟ وما هي أبرز التحديات التي تواجه إمام المسجد في إعداد خطبة الجمعة؟ وما هي الإجراءات التي يتخذها كي يتجاوز هذه التحديات؟

أولاً: وسائل التواصل الاجتماعي

1. تعريف وسائل التواصل الاجتماعي

تعريف الصالح (2018): "هي مجموعة من الأدوات الموجودة على شبكة الإنترنت ومتاحة من الهواتف الذكية، تتيح للأفراد التواصل بين الأصدقاء والمعارف أو تكوين علاقات مع مجتمع افتراضي لهم نفس الاهتمامات والميول مع اختلاف العقائد والفكر والتوجهات، ويقوم الأفراد من خلال هذه الأدوات بالتواصل المرئي والصوتي، وتبادل

المقاطع والصور ونشر الكثير من النشاطات التي يقومون بها ومتابعة ما ينشره الآخرون والتفاعل معه " (ص 125).

2. تصنيف وسائل التواصل الاجتماعي

وقد ذكرها الصالح (2018، ص 213) كالآتي:

1.2 واتساب (Whatsapp): هو تطبيق تراسل فوري في الهواتف الذكية يوفر خدمات إرسال الرسائل والصور والرسائل الصوتية، الفيديو والوسائط، تأسس في عام (2009م) من قبل الأمريكي (بريان أكتون) والأوكراني (جان كوم)، ورغم حداثة إلا أن انتشاره كان سريعاً حيث وصل عدد الرسائل اليومية في عام (2012م) عشرة مليارات رسالة يومية، وفي عام (2013) بلغ عددها 27 مليار رسالة، وهو تطبيق متوفر في كل الهواتف الذكية.

2.2 سناب شات (Sanp chat): هو تطبيق رسائل مصورة أسسها (إيفان شبيغل، روبرت مورفي) في (2011م) ويمكن للمستخدمين التقاط الصور، وتسجيل الفيديو وإضافة نص ورسومات، وإرسالها إلى قائمة التحكم من المتلقين، بلغ عدد الرسائل في يونيو (2013م) 200 مليون رسالة، وفي سبتمبر بلغ عددهم 350 مليون رسالة.

3.2 أنستغرام (Instagram): هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضاً، أطلق في أكتوبر عام (2010م) يتيح للمستخدمين من التقاط الصور، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة انستغرام نفسها، بلغ عدد المستخدمين في بداية ظهوره في عام (2010م) مليون مستخدم، وفي عام (2011) وصل عدد المستخدمين 5 مليون مستخدم، واستمرت الزيادة في عدد المستخدمين لتصل عام (2014م) 300 مليون مستخدم.

3. آثار وسائل التواصل الاجتماعي

لكل وسيلة إيجابياتها وسلبياتها، إلا أن المتبع للواقع اليوم يلاحظ أن وسائل التواصل الاجتماعي ألقت بسلبياتها على مجتمعاتنا وغيرت العديد من القيم والأخلاق، فدأب الباحثون على دراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية للأفراد، ومن بين هذه الدراسات دراسة يطو وين شهيدة (2018) التي هدفت التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على ممارسات وقيم التلاميذ، وهل لهذه الوسائل أثر فاعل في الحياة الاجتماعية والتعليمية للتلاميذ، على عينة مكونة من 140 تلميذا وتلميذة من ثانويتين من بلدية عين الترك بوهران الجزائر، وتوصلت الدراسة أن معظم التلاميذ يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي في الاتصال بأصدقائهم، وربط صداقات جديدة وبالأسرة، ومن النتائج أيضاً هو اكتساب ثقافات جديدة، ومن الفارقات أن غالبية التلاميذ لا يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي في التعليم.

وفي الاتجاه نفسه توصلت دراسة الصالح (2018) التي هدفت إلى بيان أثر وسائل التواصل الاجتماعي على النسق القيمي لدى الطلبة الجامعية، والتعرف على أدوار الأخصائية الاجتماعية للحد من الآثار السلبية باستخدام النموذج المعرفي في خدمة الفرد، على عينة مكونة من أعضاء الهيئة التعليمية بمدينة الرياض البالغ عددهم 150 عضواً، إلى وجود آثار سلبية على النسق القيمي للطلبة الجامعية ومنها: ظهور ألفاظ وعبارات دخيلة على لغتنا ومرفوضة أخلاقياً، التأثير بسلوك الآخرين في المظهر الخارجي، التهاون في عرض الصور الشخصية، كما أوضحت النتائج مناسبة النموذج المعرفي في الحد من هذه الآثار السلبية.

ثانياً: التحديات التي تواجه الإمام في إعداد خطبة الجمعة والقائها

لكي يقوم الإمام بتأدية خطبتي وصلاة الجمعة مع المصلين يحتاج إلى ثلاث مراحل وهي مرحلة الإعداد ومرحلة الإلقاء، ومرحلة التقويم والمتابعة، وكلها مهمة، ولا يمكن المفاضلة بينها بل إنها تكمل بعضها البعض وهي

1. مرحلة الإعداد

يحتاج الخطيب لخطبة الجمعة عدة إجراءات نذكر منها:

1.1 معرفة تركيبة المصلين: يأتي إلى صلاة الجمعة كل فئات المجتمع من مراحل عمرية مختلفة أطفالاً، وشباباً وكهولاً، وشيوخاً، ونساءً، ومن مستويات ثقافية واقتصادية، واجتماعية مختلفة فيجتمع الغني مع الفقير والمتعلم مع الأمي، كما يجتمع أصحاب المهن كالموظف والطبيب والأستاذ والشرطي، مع أصحاب الحرف المتنوعة كالمزارع والتاجر وراعي الغنم... مطلوب من الإمام أن يقدم لهم خطبة واحدة، وهو ليس بالأمر الهين إعداد خطاب موحد لهؤلاء جميعاً، فقد أشار كل من (بن عثمان، 2018؛ حسين، 2019؛ عبيد، 1996) أن هذا الجمهور المتباين تعتبر عملية إعداد خطاب له من أصعب المهمات التي يقوم بها الإمام .

2.1 تحديد لغة الخطبة: أن تكون باللغة التي يفهمها المجتمع المقصود بالخطاب الديني اقتداء بما أمر به الله سبحانه وتعالى رسوله الكريم في مخاطبة الناس بما يفهمونه، وما تقبله عقولهم قال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾ [إبراهيم: 4]، وقد ورد في تفسير ابن كثير (2000): هذا من لطفه تعالى بخلقه، أنه يرسل إليهم رسلاً بلغاتهم ليفهموا عنهم ما يريدون وما أرسلوا به إليهم، وبعد البيان وإقامة الحجة عليهم يضل الله تعالى من يشاء عن وجه الهدى، ويهدي من يشاء إلى الحق، فما شاء الله كان، ومن لم يشأ لم يكن. الحكيم في أفعاله، فيضل من يستحق الضلال، ويهدي من هو أهل لذلك.

3.1 معرفة البيئة التي يقدم فيها الإمام الخطبة: من الأحسن أن يكون الإمام من أهل المنطقة حتى يكون على علم ووعي تام بخصوصياتها، وثقافتها، وعاداتها، وتقاليدها، ومشاكلها، وفقرائها، وأغنيائها، وأعداد اليتامى، وعدد الأمل، وغير ذلك من أحوال المنطقة، ليفهم طبيعة المنطقة وتركيبها وطريقة تفكيرها، ونسبة استعدادها وتقبلها وهذا يساعده في اختيار الطرق والوسائل المناسبة لإبلاغهم بموضوع الخطبة فقد أشار الكثير من الباحثين لذلك منهم: (بلخيري وعابدي، 2017؛ بن عثمان، 2018؛ عبيد، 1996؛ بودالية وسوالمية، 2012)، وقد اختار الله سبحانه وتعالى نبينا محمداً ﷺ من بني قومه، لأنه الأعرف بأحوال أهل مكة وطبيعتهم وطريقة تفكيرهم، وإن كان الإمام من غير تلك المنطقة فعلياً أن يجتهد في التعرف عليها حتى تكون خطبته واقعية.

4.1 معرفة الإمام بوسائل التواصل الاجتماعي: والتي منها فيسبوك Facebook، واتساب Whatsapp، أنستغرام Instagram فقد أكد" (Arab social media report, 2015) أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تحمل ما يتعارض مع الثقافة المحلية وتساعد على تبني الثقافة الغربية على صعيد الملابس والموضة، والابتعاد عن الثقافة العربية، كما أنها تعزز النرجسية والسطحية، من خلال الحاجة للتباهي ولفت الأنظار مع فقدان التركيز على القيم الهامة في الحياة" (الصالح، 2018: 207)، فمعرفة هذه الوسائل وما تنشره، سيساعده ذلك على معالجة بعض المشاكل التي خلفتها وسائل التواصل الاجتماعي والتي من بينها الإدمان على هذه الوسائل فخلفت العزلة، والاعتراب النفسي، والخلافات الزوجية، مما أدى إلى التغيير الاجتماعي في القيم والسلوك والأخلاق، وهو ما يجب على الإمام التركيز عليه في بعض الخطب حينما يتعلق الأمر بأحوال المجتمع .

5.1 تحديد موضوع الخطبة: لكي يختار الإمام الموضوع المناسب يجب عليه أن يكون ملماً ببعض التخصصات كالعلوم الفقهية، وعلوم اللغة العربية وآدابها، والعلوم الإنسانية (علم الإعلام والاتصال والتاريخ)، والعلوم الاجتماعية (علم النفس، وعلم الاجتماع، وعلوم التربية، والأنثروبولوجيا)، والعلوم الاقتصادية والسياسية

والحقوق، والإعلام الآلي... وغيرها من العلوم، وهو ما يساعده على جمع المعلومات الكافية حول الموضوع، كما يسر له عملية إعداد الخطبة، إضافة إلى التراث الإسلامي الذي تزخر به أمتنا الإسلامية، والواقع الاجتماعي، بالنظر إلى مشاكل المجتمع وحاجاته، ومناسباته الدينية والوطنية، المهم أن يكون هناك موضوع محدد استنادا لما كان يقوم به رسول الله ﷺ، وقد أشار إلى ذلك كل من (بخيت، 2005؛ بودالية وسوالمية، 2012؛ الشريم، 2003؛ الطنطاوي، 1960).

كما حذر الطنطاوي (1960) من الخوض في كل شيء في الخطبة الواحدة، لأن ذلك سيكون مدعاة لتشابه الخطب في سائر الأيام، وبالتالي لا يأخذ منها السامع عبرة، ولا يخرج منها بنتيجة عملية. مثلا في هذه الآونة انتشر فيروس كورونا (كوفيد-19) في كل العالم، وفرض على الناس المكوث في المنازل، واغلقت المساجد، والمدارس، والجامعات، والعديد من المحلات التجارية وكل يوم يتزايد عدد المصابين به، مع موت العديد منهم، وانتشر الفزع والهلع في نفوس الناس، هنا يبرز أحد أهم أدوار الإمام المتمثلة في نشر الوعي، والتفاؤل، وبث روح التضامن بين الناس... إلخ، وبهذا فهو لا يقل دوره عن دور الطبيب والإخصائي النفسي والاجتماعي، فكلهم مجندون لخدمة الآخرين، وحمایتهم من الناحية الجسمية والعقائدية والنفسية والاجتماعية.

6.1 صياغة أهداف الخطبة: عندما يختار الإمام أحد المواضيع، عليه أن يحدد له أهدافا، أي: ما الذي يريد أن يوصله للمصلين، وما الأفكار التي يريد أن يغيرها عندهم، أو يذكها إن كانت إيجابية، وما السلوكات التي يريد منهم أن يلتزموا بها، أو ينمى لديهم، أو يطلب منهم تجنبها إن كانت مخالفة للشرع.

7.1 الحجج والبراهين: لكي تكون الخطبة لها أثر في نفوس المصلين عليه أن يدعمها بالحجج والبراهين، وأحسن ما يدعم به كلامه هو القرآن الكريم، قال تعالى: ﴿وَإِنَّهُ لَتَنْزِيلُ رَبِّ الْعَالَمِينَ نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ عَلَى قَلْبِكَ لِتَكُونَ مِنَ الْمُنذِرِينَ بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ﴾ [الشعراء: 192-195]، كما يحتاج الإمام إلى أدلة من السنة النبوية لذلك عليه أن يتبين من صحة الأحاديث التي يوردها في خطبته، فيحذر من الأحاديث الموضوعة، أو الضعيفة، ويستند إلى الأحاديث الصحيحة التي رواها الصحابة الثقات، وأن يتجنب المسائل الخلافية، حيث حذر الطنطاوي (1960) بعض الخطباء من "أن يأتي بأحكام غير محققة، ولا مسلمة عند أهل العلم، يفتي بها على المنبر، ويأمر الناس بها، ولو اقتصر على المسائل المتفق عليها فأمر بها العامة، وترك الخلافات لمجالس العلماء لكان أحسن" (ص 89).

8.1 الموازنة بين الأصالة والمعاصرة في الخطبة: على الإمام أن يأتي بالمستجدات في خطبته ولا يعتمد على الخطب التي حضرها منذ زمن بعيد بل يحاول أن يترجم فيها الواقع الحالي، وتغييراته، وقد نبه القرصاوي (2004) إلى خطورة عدم التجديد في الخطاب الديني حيث قال: "وإذا كان المحققون من أئمة الدين وفقهائه قد قرروا: أن الفتوى تتغير بتغير الزمان والمكان والعرف والحال. والفتوى تتعلق بأحكام الشرع. فإن نفس المنطق يقول: إن تغيير الدعوة أو الخطاب - بتغير الزمان والمكان والعرف والحال. أحق وأولى" (ص 17)، وهو نفس ما يراه حسين (2019) من إعادة النظر في محتوى الخطاب الديني بالاستفادة من التراث ونشره بروح ثقافة العصر حتى يتمكن المتلقي من استيعابه.

9.1 ضبط وقت الخطبة: كلما حدد الإمام وقت الخطبة أثناء مرحلة الإعداد كلما أمكنه ذلك من ضبط الوقت أثناء إلقائها، ومن شروط الخطبة ألا تكون طويلة، فقد نبه الطنطاوي (1960) من إطالة الخطبة، والإسهاب فيها، وأنكر على الأئمة الذين تزيد خطبتهم الواحدة أحيانا على نصف ساعة، مع أن السنة تقصيرها، وتطويل الصلاة، وهذه خطب الرسول المأثورة، وخطب الصحابة، منها ما هو صفحة واحدة، أو أقل من ذلك.

10.1 تحديد الطرق والأساليب المناسبة للخطبة: بما أن الإمام يتصل مباشرة مع المصلين بدون واسطة فيحتاج إلى طرق تساعده في توصيل خطبته منها: الطريقة التشويقية، أسلوب القصة، أسلوب ضرب المثل، أسلوب الترغيب والترهيب... إلى غير ذلك.

11.1 كتابة الخطبة: بعدما راعى الإمام الإجراءات السالفة الذكر، يتعين عليه كتابة الخطبة، وقد أشار عبد العظيم (2005) إلى أن تكون ألفاظ الخطبة واضحة ومعروفة، تحدث أثراً في المصلين، وأن تكون الألفاظ الجزلة في مقامها والرقيقة كذلك، ويستخدم الألفاظ المثيرة للخيال والتي توقظ الذكريات الحية في النفوس.

2. مرحلة التنفيذ

بعدها أعد الإمام خطبته تأتي مرحلة إلقاء الخطبة، وهي لا تقل أهمية عن مرحلة الإعداد، حيث يراعي فيها الإمام حسن التقديم حتى يجذب أنظار المصلين، بعدها ينتقل إلى صلب الموضوع حتى يصل إلى اختتام الخطبة، معنى ذلك أن يكون متميزاً في إلقاء خطبته ويتفق الباحثان مع ما أشار إليه مهنديس (2019) وذلك أننا نصلي في مساجد كثيرة قد لا ندري عنها شيئاً سوى أن خطيب الجمعة بها هو فلان الفلاني، نظراً لإشعاعه ولمعانه في هذا المجال، ونجد إقبالاً لافتاً للنظر يوم الجمعة على المساجد التي لها خطباء متميزون منهجياً ومعرفياً في خطبهم. لكي يكون الإمام متميزاً في إلقاء خطبته عليه اتباع الإجراءات الآتية:

1.2 طريقة التحدث: أن يكون مقبلاً على الناس جميعاً حتى يتمكن من رؤيتهم، وأن يتحدث باللغة التي يفهمها أهل المنطقة التي هو فيها، وأن يتمهل في الكلام أثناء الحديث.

2.2 نمط الصوت: على الإمام ألا يلقي خطبته على نمط صوتي واحد، وإنما يستعمل التعبيرات المناسبة للحديث من استفهام إلى تعجب إلى نفي ... إلخ، ومن رفع للصوت، وانخفاضه إذا لزم الأمر، حتى لا يمل المصلون من الإنصات، وقد أكد العديد من الباحثين منهم (عبد العظيم، 2005؛ عزوز، 2016)، وفي هذا الموضوع يشيد الشريم (2003) بالخطباء أثناء إلقاءهم الخطبة في قوله: "ما أعظم رتبة الخطباء، وما أكرم مكانتهم. إنهم يغدون في خمائل الخطابة، فتراهم تارة يحذرون، وتراهم تارة يبشرون، وأخرى يعظون، ورابعة يذكرون، يستلينون الناس بالقول إذا قسوا، ويستخضعونهم به إذا عصوا، ويمتلكون أفئدتهم بالرغبة والرغبة أخرى، فله ما أعظم محل الخطباء في النفوس، وأنفذ كلامهم في القلوب، وأشد إثارتهم للعواطف، وبالله كم تتجه الأنظار نحوهم، وتحقق الأبصار شاخصة بهم، وتلتف حولهم القلوب، وتترامى إليهم الآمال" (ص 15).

3.2 الحماسة: يشير كل من (بلخيري وعابدي، 2017؛ عبد العظيم، 2005) أنه يجب على الإمام أن يكون متحمساً أثناء مخاطبته للمصلين، حتى يثير الحماسة في قلوبهم فيتأثرون وهذا يؤدي بهم إلى الاستجابة، لأن ما يخرج من القلب يدخل القلوب من غير استئذان.

4.2 قوة الإقناع: أشار عدد من الباحثين منهم: (بلخيري وعابدي، 2017؛ عزوز، 2016؛ عبد العظيم، 2005) أنه على الإمام امتلاك فن الإلقاء الذي يعتمد فيه على القدرة اللغوية والبلاغية، وقوة الاستدلال بالحجج والبراهين التي يدرجها أثناء إلقائه الخطبة للتأثير في قلوب المصلين. واستخدام الحكمة، والموعظة الحسنة لاستمالة السامعين والتودد إليهم قال تعالى: ﴿يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَمَا يَدْرُكَ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ [البقرة: 269]، وقال في آية أخرى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ [النحل: 125]، ويركز عبيد (1996) على حسن اختيار الألفاظ والعبارات فيخطب الإمام قائلاً: "إن الكلمة التي تقولها من فوق المنبر لها خطورتها؛ لأن الناس يسمعون منك ولا يناقشون، فتخير الكلمات وضع العبارات، وسق الأدلة بين يديك، ولا تورط نفسك في ذكر شيء يجرح شعور الآخرين (ص 118)، ويحذر الطنطاوي (1960) من "التكلف في الإلقاء، والتشدد في اللفظ، فخير الإلقاء ما كان طبيعياً لا تكلف فيه، والرسول ﷺ قد كره المتشدين وذمهم" (ص 88).

5.2 أداء صلاة الجمعة: ثم تأتي بعد ذلك إقامة الصلاة وأدائها حيث ذكر ابن عثيمين (1988) أن من مسؤوليات الإمام أن يحرص على إكمال الصلاة بحيث ترقى إلى أن تكون مثل صلاة النبي ﷺ، وأن يحرص على إقامة الصفوف

وتسويتها بالقول وبالفعل إذا لم يفد القول. فعن أنس عن النبي ﷺ قال: "سووا صفوفكم فإن تسوية الصف من إقامة الصلاة" (البخاري ومسلم، باب تسوية الصفوف وفضيلة الأول، رقم الحديث 1157، ص 340).

3. مرحلة المتابعة والتقويم

لا يتوقف دور الإمام في إعداد الخطبة وتقديمها فقط، وإنما يحتاج إلى معرفة تحقيق الهدف من الخطبة، والأثر الذي تركته في نفوس المصلين، والنمو العقلي الذي أحدثته في أفكارهم، وسلوكهم، ويظهر له ذلك جليا في الأيام اللاحقة.

خاتمة:

نستنتج مما سبق الدور المهم للإمام في إعداد وإلقاء خطبة الجمعة، وأن مهمته تزداد تعقيدا يوما بعد يوم في ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي وتوفرها بأرخص الأثمان، واختلط فيها الحابل بالنابل، ولذلك فنحن نحتاج إماما متمكنا ومتميزا حتى يواجه كل التحديات التي من شأنها أن تقلل من دوره في المجتمع، خاصة وأن العلماء ورثة الأنبياء، وهم أول من يدافع عن الدين الإسلامي، ويتصدون لكل المغرضين سواء كانوا من داخل الدول الإسلامية أو من خارجها. وعليه نقترح مجموعة من التوصيات من شأنها أن تساهم في ترقية الخطاب الديني عامة، وخطبة صلاة الجمعة خاصة، وهي:

- وضع معايير لانتقاء الطالب الإمام قبل توليه مهمة الإمامة.
- أن يدرس الطالب الإمام تخصصات عديدة منها الاتصال والاعلام، علم النفس، علم الاجتماع، العلوم السياسية، والعلوم الاقتصادية، والحقوق، والتاريخ، ... إلخ لمساهمتها في إعداد خطاب ديني مسجدي مؤسس بطريقة صحيحة.
- تكوين إمام المسجد تكوينا يتلاءم مع المهمة الموكلة إليه.
- استعانة الإمام بكل الوسائل المتاحة والمشروعة من وسائل الإعلام والاتصال والتي تكون عوناً له في إعداد خطبة الجمعة.
- توفير الوسائل المناسبة للإمام، وتدريبه عليها.
- التكفل بمشاغل الإمام حتى يتفرغ لأداء وظيفته على أكمل وجه من أجمادي يكفيه، وسكن لائق يأويه.
- أن يكون الإمام من أهل المنطقة لأنه الأعلم بمشاكلها، وإن حصل وكان من خارج المنطقة فعليه أن يندمج مع أهل المنطقة حتى يتعرف على خصوصياتهم والتي تفيده في تحضير خطبة الجمعة.
- أن يدرك الإمام أهمية المسجد في التفاعل الاجتماعي، خاصة بعد انتشار وسائل التواصل الاجتماعي التي جعلت الإنسان يعيش العزلة والافتراق.
- أن يدرك الإمام أهمية خطبة الجمعة في أنها وسيلة اتصال مباشرة، يمكنه بواسطتها التأثير في المتلقين.
- أن يحذر الإمام من أن تكون خطبته عملاً روتينياً يؤديه كل جمعة، بل يحرص على التحضير الجيد لها.
- أن يسعى الإمام على الإلقاء الجيد لخطبة الجمعة مستعملاً في ذلك نبرات الصوت، والإقناع، والتأثير، والاستمالة... إلخ.

المراجع:

- ابن العثيمين، محمد بن صالح. (1988). الضياء اللامع من الخطب الجوامع. الرئاسة العامة لإدارة البحوث العلمية والإفتاء والدعوة والإرشاد. ط 1. المكتبة الشاملة الحديثة.
- ابن قيم الجوزية، أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن أيوب شمس الدين (2009). زاد المعاد في هدي خير العباد. (ضبط شعيب الأرنؤوط وعبد القادر الأرنؤوط). ط 1. بيروت: مؤسسة الرسالة.
- ابن كثير، إسماعيل بن عمر القرشي الدمشقي. (2000). تفسير القرآن العظيم. بيروت: دار ابن حزم. ط 1.

- ابن ماجة، أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني (د.ت). سنن ابن ماجة. ج 1 و2. (تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي). دار إحياء الكتب العربية.
- البخاري ومسلم. (2011). الجامع بين الصحيحين. (جمع وترتيب صالح أحمد الشامي). ط 2. ج 1. دمشق: دار القلم.
- بخيت، محمد حسن (2005). أدب الحوار. مؤتمر الدعوة الإسلامية ومتغيرات العصر. (16-17 أبريل). 47-78.
- بلخيري، رضوان وعابدي لدمية (2017). الأساليب الاتصالية والإعلامية للرسول صلى الله عليه وسلم في تبليغ الدعوة الإسلامية. مجلة المعيار. (42). 465-499.
- بن عثمان، فهيمة (2018). راهن الخطاب المسجدي ووسائل ترقيته. مجلة قيس للدراسات الإنسانية والاجتماعية، 2 (2). 168-199.
- بودالية، نواتية وسالمية نورية (2012). المرجعية الدينية الوطنية للخطاب المسجدي بين التأصيل التاريخي والواقع المعاصر. مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية. (2). 61-97.
- الجزائري، أبو بكر جابر. (1992). المسجد وبيت المسلم. ط 1. دمنهور: دار لينة.
- حسين، حسبية. (2019). قراءة تأويلية في فجوات النصوص الموظفة في المؤسسات الدينية مؤسسة المسجد أنموذجاً. المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية. 11 (2). 1-8.
- خوني، وردية ودبلة، عبد العالي (2017). المسجد كمؤسسة داعمة للإنتماء الوطني. مجلة العلوم الإنسانية. جامعة محمد خيضر بسكرة. (47). 637-652.
- الشريف، محمد بن شاكر. (2004). تجديد الخطاب الديني بين التأصيل والتحريف. ط 1. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- الشريف، سعود بن إبراهيم بن محمد. (2003). الشامل في فقه الخطيب والخطبة، ط 1، الرياض: دار الوطن.
- الصالح، إكرام بنت محمد (2018). دور الممارس العام في مواجهة التغير النسق القيمي لدى الطالبة الجامعية الناتج عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال النموذج المعرفي. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإنسانية. 26 (2). 204-239.
- الطنطاوي، علي. (1960). فصول إسلامية. ط 1، دمشق: دار الدعوة.
- عبد العظيم، سعيد (2005). كيف تكون خطيباً؟ التيسير في الخطب والوعظ والتذكير. الإسكندرية: دار الإيمان.
- عبد اللاوي، عمر (2014). دور المسجد في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى فئة الشباب. مجلة علمية تصدر عن معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية. جامعة الجلفة. (3). 94-102.
- عبيد، منصور الرفاعي. (1997). الدعاة والتنمية الاجتماعية. ط 1. القاهرة: مكتبة الدار العربية للكتاب.
- عزوز، أحمد (2016). الاتصال ومهاراته مدخل إلى تقنيات فن التبليغ والحوار والكتابة. منشورات مخبر اللغة العربية والاتصال. الجزائر.
- القرضاوي، يوسف (2004). خطابنا الإسلامي في عصر العولمة. ط 1. القاهرة: دار الشروق.
- مركز رؤية للدراسات الاجتماعية. (2014). أثر مواقع التواصل الاجتماعي على عملية الضبط الاجتماعي. ط 1. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- مهندس، عدنان (2020). المسجد التفاعلي في المغرب خلال العهد العلوي وما قبله. مجلة الميدان للدراسات الرياضية والاجتماعية والإنسانية. 3 (10). 53-65.
- مهندس، عدنان. (2019). الإمام والخطيب ورسالتهم التفاعلية. مجلة التراث. 9 (32). 71-85.
- موشموش، محمد (2017). العناصر الوظيفية في المساجد من خلال نماذج من مساجد مدينتي تلمسان والجزائر. مجلة آفاق للعلوم. جامعة الجلفة. (7). 407-423.
- يطو، عبد الغني وبين شهيدة، أحمد (2018). الصورة السمعية البصرية وتأثيرها على القيم والممارسات لدى تلاميذ الثانويات (شيكات التواصل الاجتماعي. الفيسبوك** Facebook نموذجاً) دراسة ميدانية على تلاميذ ثانويات بلدية عين الترك بوهران. مجلة التدوين. (11). 210-218.