

مورفولوجيا الخطاب الديني الرقمي في الجزائر

دراسة تحليلية لعينة من الصفحات الدينية على شبكة الفايسبوك

*Morphology of digital religious discourse in Algeria
An analytical study of a sample of religious pages on the Facebook network*د. شهيرة بوهلة^{1*}¹ جامعة البليدة 2 – لونسي علي (الجزائر).

تاريخ الاستلام : 03 أوت 2023 ؛ تاريخ المراجعة : 04 ديسمبر 2023 ؛ تاريخ القبول : 28 ماي 2024

ملخص:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف أساسي، يتمثل في البحث عن مورفولوجية الخطاب الديني الرقمي المتداول على شبكات التواصل الاجتماعي وتحديد شبكة الفايسبوك، من خلال البحث في أهم التغييرات التي تشهدها الخطابات الدينية في الفضاء الرقمي، والتي ساهمت بشكل أو آخر في تحديد معالم جديدة للخطاب الديني المعاصر مقارنة بالخطاب الديني التقليدي، حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي، وأداة تحليل المحتوى لعينة مكونة من 45 خطابا دينيا. وقد خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها نجد: محتوى الخطابات الدينية ركز بالدرجة الأولى على الترغيب في حفظ القرآن لدى المتابعين. كما تركزت المواضيع المعالجة على الاخلاق الحسنة وتعزيزها لدى المتلقي، وذلك من خلال توظيف مجموعة من الاستمالات العاطفية والمنطقية، والتي كانت في كثير من الاحيان نلمس فيها حس الفكاهة.

الكلمات المفتاحية: مورفولوجيا، الخطاب الديني، الشبكات الاجتماعية، صفحات دينية، الفايسبوك.

Abstract:

This study seeks to achieve a primary goal, which is to search for the morphology of the digital religious discourse circulating on social networks, specifically the Facebook network, by examining the most important changes that religious discourses are witnessing in the digital space, which contributed in one way or another to defining new features of religious discourse. Contemporary compared to traditional religious discourse, where in this study relied on the survey method, and the content analysis tool for a sample of 45 religious discourse. The study concluded a set of results, the most important of which we find: The content of religious discourses focused primarily on the encouragement to memorize the Qur'an among followers. The topics dealt with focused on good morals and enhancing them among the recipient, through the employment of a group of emotional stimulations, in which we often sense a sense of humor.

Keywords: morphology, religious discourse, social networks, religious pages, Facebook.

*Corresponding author: e-mail: chahira.bouhella@gmail.com.

1- مقدمة

يشهد عالمنا المعاصر تحولات عميقة مست شتى المجالات وعلى رأسها مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الذي عرف في السنوات الأخيرة طفرة جد متطورة، كانت من أهم مفرزتها الاعلام الجديد، فقد أصبح من أهم مصادر استقاء المعلومات، حتى أنها أصبحت تشكل أحد أهم أدوات التغيير السياسي وصناعة الرأي العام، حيث استطاعت فعل ما لم تستطع وسائل الاعلام التقليدية فعله، وذلك للخصائص التي يتميز بها من تفاعلية وسهولة في التعامل والتلاعب في الصورة والصوت والخراج وفي مختلف طرق التأثير على الجماهير. ومؤداه أن هذه الثورة الرقمية، وإن أسهمت في انبعاث أنماط جديدة ومسالك مستجدة لإنتاج واستهلاك المعلومة، فإنها قد أسهمت بالموازاة في انبعاث طرائق جديدة لتداول المعلومة، متجاوزة في شكلها وفي مضمونها الطرائق التقليدية التي كانت تتيحها وسائل إعلام ما قبل الثورة الرقمية.

ولا شك أن الثورة التي أحدثها الإعلام الجديد أثرت في مختلف مظاهر الحياة الاجتماعية، ومن أبرزها نجد المجال الديني، حيث سهلت مواقع التواصل الاجتماعي خلال السنوات الأخيرة من تقديم خطاب ديني بأنماط جديدة وبسمات مختلفة عن الخطاب الديني التقليدي، ولعل أبرز ما يميزها ظهور نموذج جديد من الدعاة يختلف عن النموذج التقليدي سواء من حيث المظهر أو طريقة التقديم وتناول مختلف القضايا، والشيء المثير للانتباه أن الكثير منهم لا يفقه النص القرآني ويفتقر لمستوى علمي متخصص يمكنه من ذلك، أما الميزة الأخرى فتتمثل في الدعوة لتجديد الخطاب الديني وضرورة مواكبته للقضايا الراهنة، وهذا ما جعل قضية الخطاب الديني الرقمي في السنوات الأخيرة تشكل إحدى التحديات الرئيسية التي تواجه المجتمع العربي والاسلامي.

وتتجلى الخطابات الدينية على مستوى الشبكات الاجتماعية بصفة عامة والفايسبوك بصفة خاصة بمظهر رقمي تشاركي وتفاعلي في شكل أنساق اتصالية ذات طبيعة ألسنية وبصرية، تهدف لنشر تعاليم الدين الاسلامي ومعالجة قضايا ومشاكل اجتماعية يومية، بهدف التأثير في المتابعين وحثهم على التحلي بالأخلاق والسلوكيات الحسنة، إضافة إلى نشر قيم الثقافة الاسلامية، وبالنظر إلى التغييرات الكبيرة التي جاءت بها تكنولوجيا الاتصال وأصبح العالم قرية صغيرة على حد قول "مارشال ماكلوهان"، وما تبعه من انفتاح ثقافي غير الكثير من ملامح المجتمعات الإسلامية، وفي هذا السياق فإنه ليس من المبالغ إذا قلنا أن الحقل الديني في العالمين العربي والاسلامي يشهد سرعة كبيرة في مجال التحولات الثقافية والقيمية، حيث أصبح يواجه الكثير من التحديات في ظل الانفتاح على ثقافة ومعتقد الآخر، هذا ومن جهة أخرى ظهور الجهات المتطرفة الممولة من طرف جهات مجهولة، التي استغلت شبكات التواصل الاجتماعي في استدراج الشباب المسلم والسعي في تشويه صورة وقيم الدين الاسلامي الحنيف.

ووفقا لهذا الطرح فإن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو الوقوف على الكوين المرفولوجي للخطاب الديني الجزائري في مواقع التواصل الاجتماعي والتي انتشرت بشكل لافت في المنصات الاجتماعية، وذلك من خلال

رصد وتحليل سمات الخطاب الديني المستخدم في المنشورات الدينية على موقع الفيسبوك والكشف عن محتواه، بالإضافة إلى السعي لفهم طبيعة الممارسات الاتصالية الدينية والكشف عن النسق القيمي السائد في المواد الاتصالية الدينية الخاضعة للدراسة والتحليل، ووفقا لهذا جاءت إشكالية الدراسة على النحو الآتي: ماهي مورفولوجية الخطاب الديني الجزائري في محتوى الصفحات الدينية على شبكة فايسبوك؟

1.1- تساؤلات الدراسة:

- وتفرعت عن إشكالية الدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي على النحو الآتي:
- ماهي طبيعة اللغة الموظفة في عينة الخطابات الدينية خلال الفترة الزمنية للدراسة؟
- ماهي طبيعة المنشورات الموظفة في الخطابات الدينية خلال فترة التحليل؟
- كيف تفاعل متابعي الصفحات مع عينة الخطابات الدينية خلال فترة التحليل؟
- ما هي أبرز الموضوعات المتناولة في عينة الخطابات الدينية خلال الفترة الزمنية للدراسة؟
- ما هي مصادر البرهنة الموظفة في عينة الخطابات الدينية خلال فترة التحليل؟
- ما هي أهم استراتيجيات الاقناع الموظفة في عينة الخطابات الدينية خلال الفترة الزمنية لتحليل؟
- فيما تتمثل أهم القيم المستخلصة في عينة الخطابات الدينية خلال فترة التحليل؟
- ما هي أهم الأهداف المستخلصة في عينة الخطابات الدينية خلال فترة التحليل؟

2.1- أهمية الدراسة:

يكتسي موضوع الدراسة أهمية بالغة كونه ضم متغيرين رئيسيين لهما تأثيرا كبيرا في مختلف محطات الحياة الاجتماعية المعاصرة، فالأول يتعلق بالخطاب الديني باعتباره أحد المواضيع الحساسة التي تحظى بأهمية بالغة في المجتمعات الاسلامية كون أن الخطاب الديني يرسى المبادئ العامة والقواعد الناظمة للحياة ويعزز القيم والأخلاق التي تضبط إيقاع المجتمع، من خلال بناء منظومة رقابية ووازع ديني يضبط سلوك الإنسان في عبادة الله عز وجل، وتنظيم علاقة الإنسان بالإنسان الآخر. أما الثاني فهو يرتبط بوسائل الاتصال الجديدة والشبكات الاجتماعية وكيفية اسهامها في الارشاد الديني وبناء الهوية الدينية الوطنية، لاسيما وأننا نعيش في عصر الانفتاح الإعلامي على كافة الاصعدة الثقافية والاجتماعية والقيمية بما فيها الدينية، هذا من جهة ومن جهة أخرى البحث في شكل وطريقة بناء الخطاب الديني الرقمي كون أن هذه الوسائل أحدثت نقلة نوعية في طريقة بناءه من خلال الانتقال المنابر التقليدية للدعوة إلى الوسائل الاتصال الجديدة التي أصبحت تشكل أحد ملامح ما بعد الحداثة التي تشهدها المجتمعات الراهنة.

3.1- الدراسات السابقة:

من بين الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها نجد مايلي:

-الدراسة الأولى: بعنوان الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية تحليلية لعينة من الخطاب الديني السني- الشيعي في الـ " تويتتر " (جودي، 2021)، وهي أطروحة دكتوراه للباحثة خرفية جودي، وتهدف هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن الخطاب الطائفي السني- الشيعي في تويتتر كأحد أبرز وسائط التواصل الاجتماعي انتشارا واستعمالا ، وذلك من خلال الاستعانة بالمنهج المسحي ومنهج تحليل الخطاب، وأداة الاستبيان الإلكتروني التي شمل توزيعها ستة عشر دولة عربية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها نجد: أن الخطاب الطائفي هو خطاب رجعي متحيز يغيب فيه شرط العقلانية والموضوعية. مفلس من القيم ومتوجس من الآخر.

-الدراسة الثانية: بعنوان الداعية الجزائرية المؤثرة في مجال خدمة القرآن الكريم عبر شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) دراسة تحليلية لصفحة المقرئة راضية هلال (منزل غرابة و بوسحابة، 2022)، للباحثين زكية منزل غرابة وأحلام بوسحابة، حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إحدى الداعيات الجزائريات المؤثرات في مجال خدمة القرآن الكريم عبر موقع الفايسبوك ممثلة في الداعية "راضية هلال"، حيث تم الاعتماد على أسلوب تحليل المحتوى كأداة منهجية لتحليل المضامين التي تقدمها بغية معرفة طبيعة الدور الذي تلعبه كشخصية مؤثرة في متابعتها، وقد أكدت النتائج قدرتها على إقناع متابعتها على الاهتمام بالقرآن الكريم من خلال حجم التفاعل الذي بدأ واضحا من قبل هؤلاء المستخدمين.

- الدراسة الثالثة: بعنوان تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي- قراء لعينة من الصور عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفايسبوك (نايلي)، للباحث نايلي حسين، حيث تهدف الدراسة للإجابة التساؤل التالي: ما هي أبرز الملامح الإلكترونية للخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي؟، وللإجابة على هذه الاشكالية تم جمع البيانات عبر تقنية التحليل السيميائي، وقد خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها: أن أغلب مضامين الخطاب الديني عبر شبكات التواصل تندرج ضمن جانب الأخلاق وتتمثل في الصفات الحسنة، والسلوك المستقيم الذي جاء به الاسلام، وبعث رسول الله عليه وسلم ليتممه أو يقره. خاصة المعاصرة منها، كما تتجه بعض الخطابات إلى تفسير الخطابات القرآنية، والأحاديث النبوية، وأقوال الصحابة من خلال تقديم شروحات لآيات قرآنية، وأقوال الصحابة.

-الدراسة الرابعة: بعنوان التدين على مواقع التواصل الاجتماعي: تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع " فيسبوك " (الهامي، 2020)، للباحث حسام إلهامي، حيث تسعى الدراسة للإجابة على التساؤل الآتي: كيف تجلى الخطاب الديني المنشور على صفحات التواصل الاجتماعي؟، حيث تم الاعتماد على أداة تحليل الخطاب على عينة من التدوينات الدينية الإسلامية على صفحات مستخدمي موقع " فيسبوك "،

وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج من أهمها: أن الوسيلة الاتصالية كبعد مؤثر في تشكيل ملامح الخطاب، من خلال ظهور أبعاد جديدة للرسالة الاتصالية الدينية أو للمسلك الديني على تلك الوسيلة، حيث أضيف للنص الديني التقليدي وما يحمله من أفكار شبكة واسعة من الرموز غير اللفظية تتيح عدة وظائف كتجسيد المشاعر وتقوية المعنى وتدعيم الرسالة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرضنا للدراسة السابقة يمكننا أن نستخلص بعض النقاط المهمة التي تتعلق بسمات ولامح الخطاب الديني في الشبكات التواصل الاجتماعي وهي على النحو الآتي:

- أن الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل قوى ذات تأثير عالي في صياغة وبناء الخطابات الدينية. من خلال نشر التغريدات والصور والفيديوهات والوسوم (هاشتاج).
- الصفحات ذات المحتوى الديني لديها قدرة على إقناع متابعيها على الاهتمام بالقرآن الكريم .
- ظهور أبعاد جديدة للرسالة الاتصالية الدينية ذات رموز غير اللفظية تقوي المعنى وتدعم الرسالة.
- أن أغلب مضامين الخطاب الديني عبر شبكات التواصل تندرج ضمن جانب الأخلاق، وتتمثل في الصفات الحسنة، والسلوك المستقيم الذي جاء به جاء به الإسلام.
- كما تتجه بعض الخطابات إلى تفسير الخطابات القرآنية، والأحاديث النبوية، وأقوال الصحابة من خلال تقديم شروحات لآيات قرآنية، وأقوال الصحابة.

2- منهج الدراسة وأدواتها:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تركز على الملاحظات الدقيقة للظاهرة محل الدراسة خلال فترة زمنية معينة فهي تعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة (بوحوش والذنيبات، 2009)، وحسب ما تم الإشارة إليه فإن هذه الدراسة تسعى للكشف عن واقع ممارسة وأشكال الخطاب الديني في الشبكات التواصل الاجتماعي، حيث تم اخضاع متغيرات الدراسة لتحليل والوصف خلال فترة زمنية محددة.

وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج المسحي كونه المنهج المناسب للدراسة، وهو يندرج ضمن الدراسات الوصفية، ويعرف بأنه: " الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الطبيعي الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بها (بن مرسل، 2007، الصفحات 285-286).

وبالنظر إلى سياق الإشكالية وطبيعة تساؤلات الدراسة، فإنه تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى كأداة رئيسية لاكتشاف طبيعة الخطاب الديني في المحتوى الرقمي شكلا ومضمونا، حيث يعرفه لورانس باردن

Laurence Bardin تحليل المضمون بأنه " أسلوب للبحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية للاحتياجات المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه (محمد حسن، الصفحات 233-234). وقد تم الاعتماد على مجموع من الإجراءات والخطوات في تطبيق الأداة، وهي على النحو الآتي:

1.2. تحديد فئات التحليل: تعنى أداة تحليل المحتوى بتقسيم المواد الخاضعة لتحليل بتقسيمها إلى أجزاء يمكن تحليلها، وهي ما تعرف بفئات التحليل، وهي تنحصر ضمن فئتين رئيسيتين هما: فئات الشكل (كيف قيل؟)، وفئات المضمون (ماذا قيل؟)، وقد تم اعتمادها على النحو الآتي:

أ. فئات الشكل (كيف قيل؟): حيث تم تقسيمها في دراستنا على النحو الآتي:

- فئة اللغة المستخدمة: تفيد هذه الفئة في التعرف على طريقة مخاطبة الملتقي، ولاسيما فيما يتعلق بطبيعة اللغة المستخدمة في إثارة انتباه واهتمام الملتقي، خاصة وأن اللغة هي أحد أهم المداخل الإقناعية في الخطاب، حيث تم تقسيم هذه الفئة إلى العناصر التالية: العربية الفصحى، العامية، المزج بين الفصحى والعامية.
- فئة المنشور: ونقصد بها طبيعة المواد المنشورة في الصفحات الدينية خلال الفترة الزمنية للدراسة، حيث تم تقسيمها على النحو الآتي: صور، نص، فيديو، فيديو ونص، رابط.
- فئة تفاعل الجمهور: ويقصد بها طريقة تفاعل جمهور أو متابعي الصفحات الدينية محل الدراسة والهدف منها قياس مدى اهتمام الجمهور بالصفحتين وبالمحتوى الديني المقدم خلال فترة التحليل، حيث تم تقسيم هذه الفئة للعناصر التالية: اعجاب، تعليق، مشاركة.

ب. فئات المضمون (ماذا قيل؟): وتم تقسيمها على النحو الآتي:

- فئة الموضوعات وعناصرها: ويقصد بها الموضوعات التي تتضمنها المواد الاتصالية الدينية المنشورة من طرف الصفحات خلال فترة التحليل، حيث تم تقسيمها على النحو الآتي: تعليم القرآن، الرفق بالحيوان، الحب، الصلاة، الرضى بالقدر، التبجح، البدع والضلالات، العلاقة الزوجية، حسن الخاتمة، بر الوالدين، التوبة، سوء الظن، الثقة بالله، الاخلاص في العمل، فضل الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم، الذكر والاستغفار، الشرك بالله، الوضوء، صلة الرحم، الغيبة والنميمة، نشر الدين، الصدقة، الحسد، فضل يوم عرفة، فضل العشرة الاوائل من ذي الحجة، فضل الدعاء، السعادة، الوضوء والطهارة، عدم إيذاء الناس، عدم تكليف النفس فوق طاقتها.
- فئة مصادر البرهنة وعناصرها: ويقصد بها مسارات البرهنة والتدليل التي تضمنتها المواد الخاضعة لتحليل بغية اقناع الملتقي، وهي تتمثل في: نصوص قرآنية، أحاديث نبوية، آراء العلماء، القصص والروايات الدينية، تجارب واقعية.

- فئة استراتيجية الاقناع وعناصرها: وتعني مختلف الاستراتيجيات التي يستخدمها الخطيب ضمن المواد الاتصالية الخاضعة لتحليل، بهدف اقناع المتلقي وحثه على الالتزام بسلوكيات معينة، هي كالتالي: استمالات التخويف، استمالات المنطق والعقل، استمالات العاطفية.

- فئة القيم وعناصرها: ويقصد بها الوقوف على مجمل القيم التي تضمنتها المواد الخاضعة لتحليل خلال الفترة الزمنية للدراسة، وهي تنقسم إلى: حسن الخلق، توطيد الصلة بالخالق، القناعة والرضى، الإخلاص في العمل.

- فئة الأهداف وعناصرها: وتعني استنباط مختلف الأهداف التي يرجى تحقيقها من خلال المواد الاتصالية الخاضعة لتحليل خلال الفترة الزمنية للدراسة وهي: تنشئة جيل القرآن، بث الاخلاق الحسنة في الشباب، توعية الشباب بقضايا البدع والضلالات.

2.2. وحدات العد والقياس: تم الاعتماد في هذه الدراسة على وحدة مفردة النشر، بالإضافة إلى وحدة الموضوع أو الفكرة، وكذلك وحدة السياق.

3.2 صدق وثبات التحليل: تم إعداد استمارة تحليل المحتوى، والعمل على ترتيب الفئات وعناصرها، كما تم عرض الاستمارة على مجموعة من الأساتذة المحكمين، لاختبار مدى قدرتها على قياس المتغيرات التي نقوم بدراستها، حيث تم إجراء بعض التعديلات على الاستمارة وفق ملاحظات المحكمين، وبعد عرض الاستمارة على المحكمين تمت الاستعانة بمعادلة "هولستي" من أجل التأكد من ثبات الأداة ومفردات التحليل، حيث بلغ متوسط معامل الثبات في التحليل بنسبة بلغت 0.96 وهي نسبة جد عالية، حيث يحصرها برسلون Berlson بين 0.78 و0.99.2 - الطريقة والأدوات:

3. مجتمع وعينة الدراسة:

يشير مجتمع البحث إلى ذلك الإطار الذي يحوي جميع مفردات الظاهرة التي يرغب الباحث في دراستها، وبالعودة إلى إشكالية وتساؤلات الدراسة، والتي تندرج ضمن فترة زمنية محددة، فإن مجتمع الدراسة يتمثل في مجمل الصفحات المعنية بنشر الخطابات والمواضيع الدينية في الجزائر على مواقع التواصل الاجتماعي وتحديدًا الفايسبوك.

إن شساعة حجم المجتمع المشار إليه تحتم علينا انتخاب عينة تمثيلية لمجتمع الدراسة، من أجل الخروج بمجموعة من النتائج، حيث تم اختيار عينة قصدية، باختيار ثلاثة صفحات دينية نشطة في الجزائر، تمثلت هذه الصفحات في كل من "صفحة الأستاذة راضية هلال"، و"صفحة الشيخ رشيد بن عطاء الله"، و"صفحة الشيخ عبد القادر أقشيش"، حيث حاولنا إدماج العنصر النسوي في المجال الدعوي حتى تكون عينة البحث عينة ممثلة لمختلف فئات المجتمع.

وقد حددت الفترة الزمنية لتحليل بفترة شهر واحد بداية 22 جوان 2023 إلى غاية 22 جويلية 2023، وقد بلغ عدد المنشورات الخاضعة لتحليل بـ 45 منشور، حيث يمكننا إظهار تفاصيل عينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

جدول رقم 01: الصفحات الدينية الخاضعة لتحليل

عدد المنشورات	رابط الصفحة	عدد المتابعين	اسم الصفحة
6	https://web.facebook.com/profile.php?id=100044672016715&locale=ar_AR&rdc=1&rdc=1	164K followers	صفحة الأستاذة راضية هلال
28	https://web.facebook.com/Rachidben3talalah/followers	118K followers	صفحة الشيخ رشيد بن عطاء الله
11	https://web.facebook.com/Akchichabdellkadr?locale=ar_AR	95K followers	صفحة الشيخ عبد القادر أقشيش

المصدر: إعداد الباحثة بالاستناد على معطيات الصفحات المتوفرة موقع الفيسبوك

4. مورفولوجية الخطاب الديني الإسلامي بين الإعلام التقليدي والحديث:

1.4. مفهوم الخطاب الديني:

يحظى الخطاب الديني في المجتمعات الإسلامية بأهمية بالغة قد تفوق جميع أنواع الخطابات الأخرى، وفي الكثير من الأحيان يشاكلها ويهيم عليها، ويرجع هذا لمنزلته بين الناس وكذلك لصلته بمصادر الأمة في العقيدة والتشريع، ومن ناحية أخرى، فإن الخطاب الديني أصبح مرآة لصورتنا أمام الأمم والحضارات الأخرى، فمن خلاله تتشكل الانطباعات والتقويمات عن أمتنا وديننا وثقافتنا (بردادي، 2017، صفحة 196).

وتحيل لفظة الخطاب في معاجم اللغة العربية إلى عدة معان، فقد جاء في لسان العرب في مادة (خ ط ب) قوله: خَطَبَ الخَطْبُ: الشأن أو الأمر، صغر أو عظم، وقيل هو سبب الأمر...، والخطاب الأمر الذي تقع فيه المخاطبة والشأن والحال... والخطاب والمخاطبة: مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا، وهما يتخاطبان (بن منظور، 1979، صفحة 134).

ويعرف الخطاب لغة بأنه مراجعة الكلام، وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا أو المخاطبة مفاعلة من الخطاب (عبوب، 2023، صفحة 69)، والخطاب مشتق من كلمة خطب، والتي ترددت في القرآن اثنتي عشر

مرة كما ورد في معجم الألفاظ والأعلام القرآنية (عبوب، 2023، صفحة 69) في القرآن الكريم في عدة مواضع، حيث نجد في قوله تعالى: ﴿وَإِذَا خَاطَبْتَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ (القرآن الكريم، سورة الفرقان، الآية 63)، وكذلك في قوله تعالى: ﴿وَلَا تُخَاطِبُنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا وَأَصْنَعِ الْفُلْكَ بِأَعْيُنِنَا وَوَحِينَا وَلَا تُخَاطِبُنِي فِي الَّذِينَ ظَلَمُوا إِنَّهُمْ مُّعْرِضُونَ﴾ (القرآن الكريم، سورة هود، الآية 37)، وفي قوله تعالى: ﴿وَشَدَدْنَا مُلْكَهُ وَآتَيْنَاهُ الْحِكْمَةَ وَفَصَّلَ الْخُطَابِ﴾ (القرآن الكريم، سورة ص، الآية 20).

والخطاب عند الغرب Discours هو مصطلح نقدي ما بعد حديثي في بعده الفلسفي العام وما بعد البنيوي والمنهجي، وهو من وضع الفيلسوف الفرنسي ميشال فوكو الذي عرف الخطاب بالقول: "هو أحيانا يعني الميدان العام لمجموعة المنطوقات وأحيانا أخرى مجموعة متميزة من المنطوقات وأحيانا ثالثة ممارسة لها قواعد تدل دلالة وصف على عدد معين من المنطوقات المشار إليها (ميلزو وعلوب، صفحة 78).

كما يعرف تايسون الخطاب على أنه هو "اللغة الاجتماعية التي تنتجها ظروف ثقافية معينة في وقت ما ومكان ما لتعبر عن طريقة معينة لفهم التجربة الانسانية، كما يجسد الخطاب السلطة من حيث كونه أنه لا يشير إلى نظم فكرية وصورا وممارسات رمزية التي تشكل حسب رواد الفكر الانثروبولوجي الثقافي بل يعمل الخطاب على صناعة الرموز إحداث التغييرات (بوزيد ، 2020، صفحة 213).

أما عند العرب يرى الامام "الجويني" أن الخطاب والتكلم، والنطق واحد في حقيقة اللغة، وأن الكتابة والعبارة يسميان كلاما مجازا، ويؤكد على قيمة النص، فيثبت أن معنى النص هو المعنى المفهوم بنفسه، يقوم مقام النص، ويقدم على الألفاظ والظواهر (فياض، 2017، صفحة 22). وقدم ابن السبكي تعريفا للخطاب يقول فيه: وهو ما وجه من الكلام نحو الغير لإفادته (بوهلة، 2020، صفحة 610).

من خلال ما سبق يظهر بأن الخطاب هو مجموعة من الرموز الاتصالية ذات قواعد دلالية هادفة، فقد يكون منطوقا أو مكتوبا أو شفويا ويقدم معنى ذو فائدة، كما أن الخطاب يمثل كل تلك العناصر مجتمعة سياق الانتماء الثقافي والتاريخي والاجتماعي.

أما مصطلح الخطاب الديني يعد من التعبيرات الحديثة في مجال العلوم الاجتماعية عامة، واللغويات الاجتماعية خاصة (فياض وفهد، 2022، صفحة 6)، ويعرف الخطاب الديني بأنه الخطاب الإلهي متمثلا في القرآن والسنة الصحيحة، وهو الفعل البشري الهادف إلى التبليغ ونشر تعاليم الدين أيضا، ودعوة الناس إلى الالتزام بأحكامه وتشريعاته، وهذا يعني أن بالخطاب الديني الاسلامي هو حصيلة الفهم البشري من الدين المنزل وما يقوم به البشر من جهد، لنشر هذا الفهم ووضع موضع التطبيق (فياض وفهد، 2022، صفحة 6). ويركز الخطاب الديني على وجه الخصوص، على وصف وتفسير أحكام النظرية الدينية للعالم، بما في ذلك قيمها المميزة، ومعاييرها، وأفكارها، وأساطيرها (Shamsematova , 2021, p. 8). وتكمن إحدى السمات المحددة لترجمة الخطاب الديني في الحاجة إلى نقل المعنى والكشف عن محتوى المصدر الأصلي. يجب أن يكون لدى

مؤلف الترجمة فهم للنص الديني، ومراعاة السمات الأسلوبية للأدب الديني، مثل الإيقاع الشعري والمفردات القديمة (9, 2021, p. Shamsematova).

والمقصود بالخطاب الديني الإسلامي أنه عبارة عن منظومة فكرية تحتوي مفاهيم ومقولات النظرية الإسلامية، التي تسعى إلى تقديم مجموعة من التصورات الإسلامية والدلالات النظرية حول إحدى قضايا الواقع الاجتماعي أو إشكالاته المتباينة (حبيلة، 2015، الصفحات 79-80).

ويشكل الخطاب الديني الإسلامي جزءاً من الإعلام الديني الإسلامي، مستخدماً منهجاً إسلامياً بأسلوب فني يقوم به المسلمون عالمون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماليته المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة، بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب (جودي، 2021، صفحة 32).

2.4. الخطاب الديني بين الإعلام التقليدي والحديث:

إن الحديث عن تطور الخطاب الديني في مختلف وسائل الإعلام يقودنا بالضرورة للحديث عن بعض المفاهيم ذات العلاقة المباشرة به ولعل في مقدمتها نجد مصطلح الإعلام الديني، حيث أننا نحاول فيما يلي استعراض تطور الإعلام الديني في العالم العربي الإسلامي:

يقصد بالإعلام الديني "الإعلام الذي يركز في برامجه ومنتوجه ومحمولاته على البرامج الدينية، سواء كانت دروساً أو فتاوى أو أناشيد وأغاني، أو حوارات أو نصائح أو نقلاً للطقوس الدينية، أو بثاً للقرآن الكريم، وبصفة عامة كل ما يتعلق بالمنظومة الدينية (جرموني، 1440هـ، الصفحات 35-36).

لقد ازدهر الخطاب الديني الإعلامي إلى حد ما، بظهور المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر ميلادي من خلال انتشار الكتب المطبوعة واقتناء الناس لها، وازداد أعداد طلاب العلم وتعدد المعاهد الدراسية الدينية في مختلف المجتمعات العربية والإسلامية، كما أسهمت المجلات الإسلامية المتخصصة في نشر الإعلام الديني بشكل كبير خاصة بعد انتقال المطبعة إلى البلدان العربية والإسلامية، فيمكن القول أن المطبعة حولت الخطاب الديني من خطاب نخبوي فنوي إلى خطاب ديني جماهيري (بوعلي، 2019، صفحة 184).

وقد برزت وسائل الإعلام عند قطاعات واسعة من الناس في أواخر القرن 19م، فالجرائد والمجلات وصناعة الأفلام، توسعت لتشمل الراديو في عام 1920، والقنوات التليفزيونية في الخمسينات، أما في مرحلة الثمانينات، فقد ظهر نوع جديد من الوسائل الحديثة للإعلام من خلال ظهور أجهزة الفيديو والقنوات المشفرة والانترنت (جرموني، 1440هـ، صفحة 35)، ومواكبة لهذا التطور الذي مس وسائل الإعلام بمختلف أنواعها تنوعت محتويات الخطاب الديني الإسلامي وأساليبه والتي كانت على شكل أحاديث وقرارات دينية وتلاوات

قرآنية، الدراما والمسلسلات الدينية، ونقل خطبة الجمعة وغيرها من البرامج الأخرى... إلى حين ظهور القنوات الفضائية المتخصصة في الشأن الديني في أواخر التسعينات من القرن الماضي، حيث كانت قناة "اقرأ" هي الأولى من نوعها وقد أسست سنة 1998م من قبل شركة راديو وتلفزيون العرب بتمويل سعودي (جرموني، 1440هـ، صفحة 36). وحذت الجزائر هذا الحذو بإنشائها في التسعينات من القرن العشرين إذاعة القرآن الكريم، ثم مع بداية الألفية الثالثة أنشأت قناة تلفزيونية لبث القرآن الكريم ومختلف البرامج الدينية (بوعلي، 2019، صفحة 185).

ومن خلال ما سبق فإنه لا يمكننا إنكار الدور الذي لعبته والذي لازالت تلعبه وسائل الاعلام التقليدية بكل أنواعها في إيصال الخطاب الديني إلى جماهير شاسعة ومتعطشة لتلقي قيم الدين الإسلامي في مختلف أقطار البلاد العربية والاسلامية، وذلك بغض النظر الذي عن الهدف التي كانت تسعى إليه تلك المنابر الاعلامية:....

3.4. الخطاب الديني وشبكات التواصل الاجتماعي:

وتعد شبكات التواصل الاجتماعي آخر ما أنتجته تكنولوجيا الاتصال الجديدة، وهي تعتبر أحد أهم أنواع الاعلام الجديد، والتي ساهمت في خلق صورة موازية ومنافسة للإعلام التقليدي، ولها دورا بارزا في عملية تحصيل الأخبار وتبادلها بين المستخدمين، حيث تتميز بطبيعتها الديناميكية من خلال توفير مساحات للتعبير عن الرأي ولتجسيد التفاعلية (حدادي، 2017، صفحة 145)، كما أتاحت مميزات وخصائص الاعلام الجديد بما تشتمل عليه من فورية الاتصال وقلة التكلفة وسهولة الاستخدام فضلا عن التدفق الخبري الدائم والمستمر من خلال الخدمات والتطبيقات التي تتيحها الشبكة العنكبوتية، حيث تضمن هذه الخصائص مجتمعة قدرة وسائط الإعلام على التعبئة والتحرر من قيود السلطة السياسية، والاتصال الافقي والتشبيك فضلا عن انفجار الحراك الشعبي في عدد من العواصم العربية، حيث استطاعت أن تحقق ما عجز عنه الإعلام التقليدي.

ولكي نقرب أكثر في فهم طبيعة التحول الذي جرى في العالم الافتراضي في علاقته بنشر الدين والمعرفة الدينية وإعادة انتاج هذه المنظومات الدينية يرى المتخصص في سوسولوجيا الأديان جون "فرنسوا ماير"، عن الدور الذي يمكن أن تؤديه شبكة الانترنت في إحداث ثورة دينية في مجتمع من المجتمعات، فعلى سبيل المثال المدون "روكوبلمو" بولاية تكساس حقق نجاحا كبيرا، إذ يزور مدونته أكثر من 6 آلاف شخص يوميا ويتابع الفاتيكان نشاطه عن قرب لأنه يقدم الكاثوليكية بطريقة عصرية وفي متناول الجميع (جرموني، 1440هـ، صفحة 73).

وقد أثارت تقنيات الاتصال الحديثة نقاشات حادة حول تأثيرها على الممارسات الثقافية والبناء الاجتماعي، ومدى إمكانية استمرار البناءات الاجتماعية التقليدية التي كانت قائمة قبل تلك التقنيات (الهامي، 2020، صفحة 373). حيث أدرك الاسلاميون أن شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة والفايسبوك بصفة خاصة،

تتجاوز نجاعتها الإعلام التقليدي وتتفوق عليه في أداء الرسالة المطلوبة، لذلك قاموا بسعي دؤوب لاستخدام التقنيات الحديثة، وبدأ الإعلام التقليدي يتوارى بشكل ملحوظ، وإذا ما تتبعنا صورة الاسلاميين اليوم- في فضاءات التواصل الاجتماعي، فقلما نجد صورة لأنموذج الشيخ كما دأب على تقديمها الإعلام الاسلامي التقليدي (دغمان، 2017، صفحة 36).

ولعل أهم ميز الخطاب الديني في ظل التدخل التقني والتكنولوجي المتطور هو ظهور مصطلحات جديد على غرار الدعاة الجدد، حيث صنف البعض منهم كنجوم للدعوة، وبشكل كبير في بداية الألفية الثانية عرف الخطاب الديني شكلا جديدا ارتبط بمصطلح التجديد الذي جاء به مجموعة من الأشخاص ظهورا بشكل متميز كونهم مثلوا صورا لشباب غير ملتزمين بالزي التقليدي للمشايخ الذين تعود عليهم المجتمع عبر المنابر في المساجد، حيث عرفوا بشكل كبير في مصر، فلم تكن المساجد والزوايا ساحات لدعوتهم بل توجهوا نحو الجمهور والمتلقين باحثين عنهم في أماكن تواجدهم في النوادي الرياضية، والأماكن العامة، والأهم أن العديد من الفضائيات قد فتحت لهم المجال، وهو ما أدى بعد ذلك إلى ظهور مصطلح شيوخ الفضائيات (بوزيد، 2020، صفحة 217).

وقد اتاحت شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة، منبرا رقميا لدعاة الجدد لممارستهم دعوتهم الدينية من خلال ما يسمى بالتفاعل الدعوي كونها تسمح للمتلقى أو المستخدم الحصول على مختلف المواد الاتصالية بمختلف أنواعها وقوالها وأشكالها، كما يذهب العديد من الباحثين إلى أن الشبكات الاجتماعية أعادت الظاهرة الدينية إلى الفضاء العمومي بشكل أكثر توهجا عما كانت عليه في شكلها التقليدي، حيث بات عدد المتلقين يتنامى ويتسع بشكل كبير كونها تتميز بسهولة الاستخدام وسرعة الوصول، وزيادة الحريات وقلة القيود.

وبرزت قوة الدعاة الجدد من خلال ثنائية الصورة والخطاب، فاعتمادهم على التقنيات الحديثة لتواصل مكنهم من الوصول إلى شرائح كبيرة من المجتمع، بالإضافة إلى تأثير وسائل الاعلام الحديثة من التلفزيون والانترنت باختلاف تطبيقاتها، حيث استفاد الدعاة الجدد من التطور التقني، كما يؤكد الباحثون إن حداثة سن الدعاة الجدد واهتماماتهم بمظهرهم الخارجي ساهم وبشكل كبير في تعميق أثرهم على الشباب ومختلف الفئات الاجتماعية، إلى جانب الجوانب التقنية والشكلية التي انقلبت كفة الدعاة الجدد بمقابل كفة الشيوخ التقليديين أصحاب العمامة والمنابر كونهم ادمجوا العديد من المفاهيم التي ارتبطت بالتنمية البشرية إلى الخطاب الدعوي والديني (بوزيد، 2020، صفحة 218).

وفي الأخير تجدر بنا الإشارة إلى أنه الرغم من المزايا الاقناعية وقوة التأثير التي تميزها الخطاب الديني والدعاة الجدد في الشبكات الاجتماعية إلا أنه وجهت له العديد من الانتقادات سواء كان ذلك من طرف الفقهاء التقليديين أو من طرف الباحثين الاكاديميين، حيث يعتبر الفقهاء كمصدر تهديد لتجليات الدين الإسلامي ووسيلته من خلال التبسيط المبتذل والتخفيف الذي رأوا فيه مسا لأعمدة الدين وأسس (بوزيد، 2020،

صفحة 219)، ومن الأكاديميين من يرى أن هناك أن جنوح الانترنت المطلق نحو الحرية والغياب الكلي لحارس البوابة، أدى إلى فوضى في نوعية هذا الخطاب من حيث المضمون والشكل والمنهجية في التقديم وكثرة المرجعيات الدينية الشيء الذي أثروا في سلبا على المتلقين الشباب خاصة، ناهيك عن أن بعض المواقع الدينية تختفي وراء أسماء مستعارة خاصة وأن المتصفح يطالع موضوعات القضايا الدينية المصيرية وهو لا يعرف مصدرها ولا هدفها (بوعلي، 2019، صفحة 139)، ولعل أبرز مثال على ذلك استغلال الجماعات المتطرفة الانترنت بشكل واسع خلال السنوات الأخيرة من خلال قيامها بإنشاء حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ممولة من طرف جهات مجهولة.

5. مناقشة نتائج الدراسة التحليلية:

1.5. نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل وعناصرها:

جدول رقم (02): طبيعة اللغة الموظفة في عينة الخطابات الدينية

النسبة %	التكرار	طبيعة اللغة الموظفة
31,11	14	الفصحى
11,11	5	العامية
57,77	26	المزج بين الفصحى والعامية
%100	45	المجموع

تظهر البيانات الرقمية للجدول رقم (02) والذي يوضح طبيعة اللغة الموظفة في عينة الخطابات الدينية الخاضعة لتحليل، أنه تم استخدام المزج بين اللغة الفصحى والعامية بالدرجة الأولى، وذلك بنسبة 57,77%، ثم جاء استخدام اللغة الفصحى في المرتبة الثانية وذلك بنسبة بلغت 31,11%، وفي الأخير نجد اللغة العامية حيث ظهرت بنسبة منخفضة بلغت 11,11%، ومن خلال النتائج السابقة يتبين لنا أن أغلب الخطابات الدينية اعتمدت على اللغة الممزوجة بالفصحى والعامية، وذلك بهدف جذب انتباه المتلقي، إضافة إلى تقريب المعنى للمتلقى كون أن هذا الأخير أصبح يضم مختلف فئات المجتمع سواء كانت متعلمة أو غير متعلمة، فقد ظهرت اللغة الفصحى عند توظيف الآيات القرآنية والأحاديث النبوية لتدليل والاستشهاد، أما في باقي محتوى الخطاب تم توظيف اللغة العامية لتقريب المعنى، خاصة أن المستوى اللغوي العامي يتميز بالسرعة في الأداء، والخفة في تبليغ الفكرة، دون مراعاة الإعراب، فهو يستعمل في المنزل والشارع، فهو مستوى بلا قيود ويستعمله السواد الأعظم من العامة (طيب عمارة).

جدول رقم (03): طبيعة المنشورات في عينة الخطابات الدينية

النسبة%	التكرار	طبيعة المنشور
11,11	5	صور
15,55	7	نص
66,66	30	فيديو ونص
6,66	3	رابط
%100	45	المجموع

تظهر نتائج الجدول رقم (03) والذي يمثل طبيعة المنشورات الموظفة في نشر الخطابات الدينية أن أعلى نسبة سجلت في فئة فيديو ونص من خلال 30 تكرار ما يعادل نسبة 66,66%، ثم نجد في المرتبة الثانية توظيف النصوص وذلك بنسبة 15,55%، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة تم استخدام الصور بنسبة بلغت 11,11%، ومن خلال ما سبق يمكننا القول أنه تم الاعتماد مقاطع الفيديو القصيرة والتي كان أغلبها 2-8 دقائق، وذلك يرجع لعدة أسباب من بينها: تعد مقاطع الفيديو التي يمكن نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أنجح الطرق لتمرير الأفكار والمواضيع، وذلك نظرا لسرعة انتشارها بين الناس، حيث يفضل العديد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المحتوى المرئي بالدرجة الأولى على المحتوى النصي، فالمحتوى المرئي يستقطب مختلف الفئات العمرية ومختلف قطاعات الجمهور المستهدف، كما يمكن للمحتوى المرئي القصير أن يركز على فكرة معينة دون غيرها، يمكن تمريرها للجمهور المستهدف بيسر وسلاسة، كما أن الفيديو القصير يجذب انتباه المتلقي ويجعله يتابعه إلى نهايته دون أن يحدث ذلك مللا في نفسه.

جدول رقم (04): طبيعة تفاعل الجمهور مع عينة الخطابات الدينية

النسبة%	التكرار	طبيعة المنشور
83,71	394792	إعجاب
5,90	27840	تعليق
10,38	48969	مشاركة
%100	471601	المجموع

تظهر مؤشرات الجدول رقم (04) والتي تتعلق بطريقة تفاعل متابعي الصفحات محل الدراسة مع محتوى الخطابات الدينية، حيث جاء الاعجاب في المرتبة الأولى وبنسبة جد عالية بلغت 83,71% عبر 394792 تكرار وهو رقم جد مرتفع مقارنة بفترة التحليل والتي كانت في فترة شهر واحد فقط، ثم نجد مشاركة المنشور بنسبة بلغت 10,38%، وفي الأخير نجد التعليقات بنسبة بلغت 5,90%، تدل المعطيات السابقة على مدى تعلق المستخدمين الجزائريين بالمحتوى الديني، حيث أننا نلاحظ تفاعل متابعي الصفحات من خلال الاعجاب كان

جد مرتفعة بالمقارنة مع فترة التحليل والتي كانت في شهر واحد فقط، وهذا ما كشفته دراسة أعدتها وكالة الاتصال الجزائرية "أنترفاس ميديا" سنة 2018، أن "الجزائريين هم ثاني أكثر الشعوب اهتماماً بالصفحات الدينية على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" بعد المصريين (سكية).

2.5. نتائج التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون وعناصرها:

جدول رقم (05): الموضوعات المطروحة في عينة الخطابات الدينية

النسبة %	التكرار	الموضوعات
9,83	6	تعليم القرآن
3,27	2	الرفق بالحيوان
1,63	1	الحب
6,55	4	الصلاة
8,19	5	الرضى بالقدر
3,27	2	التبرج
4,91	3	البدع والضلالات
3,27	2	العلاقة الزوجية
1,63	1	حسن الخاتمة
3,27	2	بر الوالدين
4,91	3	التوبة
3,27	2	سوء الظن
6,55	4	الثقة بالله
4,91	3	الاخلاص في العمل
4,91	3	فضل الصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم
6,55	4	الذكر الاستغفار
1,63	1	الشرك بالله
1,63	1	الوضوء
1,63	1	صلة الرحم
3,27	2	الغيبة والنميمة
1,63	1	نشر الدين
1,63	1	الصدقة
1,63	1	الحسد

1,63	1	فضل يوم عرفة
1,63	1	فضل العشر الاوائل من ذي الحجة
1,63	1	فضل الدعاء
1,63	1	السعادة
1,63	1	الوضوء والطهارة
1,63	1	عدم اذاء الناس
3,27	2	عدم تكليف النفس فوق طاقتها
%100	61	المجموع

تظهر إحصائيات الجدول رقم (05) والذي يتضمن أهم الموضوعات المتناولة في الخطابات الدينية المنشورة عبر الصفحات عينة الدراسة، والتي تناولت 30 موضوعا، حيث جاء في المرتبة الأولى تعليم القرآن بنسبة بلغت 9,83%، التي ظهرت بدرجة أكبر في صفحة الاستاذة "راضية هلال" وهي تتعلق أساسا بمقراة الجزائر الالكترونية، وكيفية الوصول إلى حلقات المقرأة المفتوحة لتصحيح التلاوة، أو عرض المحفوظ من القرآن الكريم، ثم في المرتبة الثانية نجد الرضى بالقدر بنسبة 8,16%، وفي المرتبة الثالثة ظهرت كل من المواضيع: الصلاة والثقة بالله وفضل الذكر والاستغفار بنسب متساوية بلغت 6,55%، وبعدها ظهرت وفي المرتبة الرابعة كل من المواضيع: التوبة والاخلاص في العمل وفضل الصلاة على النبي محمد صلى الله عليه وسلم، والبدع والضلالات بنسب متساوية بلغت 4,91%، أما في المرتبة الخامسة فنجد كل من المواضيع التالية: الرفق بالحيوان، التبجح، العلاقة الزوجية، بر الوالدين، سوء الظن والغيبة والنميمة، عدم تكليف النفس فوق طاقتها، حيث ظهرت هي كذلك بنسب متساوية قدرت بـ 3,27%، وفي المرتبة السادسة والأخيرة ظهرت كل المواضيع التالية: الحب، حسن الخاتمة، الشرك بالله، الوضوء، صلة الرحم، نشر الدين، الصدقة، الحسد، فضل يوم عرفة، فضل العشرة الأوائل من ذي الحجة، فضل السعادة، الوضوء والطهارة، عدم اذاء الناس، عدم تكليف النفس فوق طاقتها، وذلك بنسبة متساوية بلغت 1,63% عبر تكرار واحد فقط. ومن خلال المعطيات السابقة نستنتج أن محتوى الخطابات الدينية ركز بالدرجة الأولى على تعليم القرآن الكريم وغرس حب القرآن وحفظه في قلوب المتابعين، وملاحظه أن التركيز جاء بالدرجة الأولى على الاخلاق الحسنة وتعزيز الجانب الاخلاقي للمسلمين ولاسيما فئة الشباب، والعديد من المواضيع المهمة الأخرى التي لا تقل أهمية عن الأخلاق كالرضى والقناعة، والصلاة والتوبة وفضل الذكر والاستغفار....

جدول رقم (06): مصادر البرهنة الموظفة في عينة الخطابات الدينية

النسبة %	التكرار	مصادر البرهنة
33,92	19	نصوص قرآنية
17,85	10	أحاديث نبوية

14,28	8	آراء العلماء
8,92	5	القصص والروايات الدينية
25	14	تجارب واقعية
%100	56	المجموع

توضح نتائج الجدول رقم (06) أهم مصادر البرهنة والتدليل الموظفة في عينة الخطابات المنشورة أن النصوص والآيات القرآنية احتلت المرتبة الأولى وذلك بنسبة بلغت 33,92% عبر 19 تكرار، وفي المرتبة الثانية نجد سرد التجارب الواقعية بنسبة بلغت 25%، ثم في المرتبة الثالثة تم توظيف الأحاديث النبوية وذلك بنسبة بلغت 17,85%، أما في المرتبة الرابعة فتم الاعتماد على آراء العلماء وذلك بنسبة بلغت 14,28%، ثم في المرتبة الخامسة والأخيرة نجد القصص والروايات التاريخية بنسبة بلغت 8,92%. تم الاستدلال بالقرآن الكريم والأحاديث النبوية بصفة رئيسية كمدخل أساسي في اقناع المتلقي باعتبارهما أكثر دلالة وبرهانا وتأثيرا على المتابعين، كما تم الاعتماد على آراء العلماء وعلى القصص الدينية والواقعية من أجل الاستدلال على ما نعيشه في يومنا هذا ومعالجة مختلف المواضيع، وبالتالي الوصول إلى مجموعة من النصائح والارشادات.

جدول رقم (07): استراتيجيات الاقناع الموظفة في عينة الخطابات الدينية

النسبة %	التكرار	استراتيجيات الاقناع
13,33	6	استمالات التخويف
40	18	توظيف المنطق والعقل
46,66	21	استمالات العاطفية
%100	45	المجموع

تفيد بيانات الجدول رقم (07) استراتيجيات الاقناع الموظفة في عينة الخطابات الدينية، حيث تم توظيف الاستمالات العاطفية بالدرجة الأولى وذلك بنسبة بلغت 46,66%، كما تم توظيف استراتيجيات المنطق والعقل بنسبة بلغت 40%، أما استمالات التخويف فكانت بنسبة منخفضة قدرت بـ 13,33%. تم الاعتماد بالدرجة الأولى على الاستمالات العاطفية والتي كانت في كثير من الأحيان نلمس فيها حس الفكاهة، وهذا قد يرجع إلى جذب انتباه المتابعين وتحريك مشاعرهم، بهدف التأثير فيهم من أجل حثهم على التصرفات والاخلاق الحسنة، وبنسبة ليست ببعيدة عن الاستمالات العاطفية نجد توظيف المنطق والعقل، حيث تم توظيف الآيات القرآنية والأحاديث النبوية، وذلك لمكانتها في قلوب المسلمين وقوة تأثيرها عليهم، فحين تم استخدام أسلوب التخويف بدرجة قليلة، حيث وظفت حين التذكير بالحساب ويوم القيامة، وذلك بتذكير المتابعين بالنهاية الأكيدة التي لا مناص منها.

جدول رقم (08): القيم المستخلصة في عينة الخطابات الدينية

النسبة	التكرار	القيم
33,87	21	حسن الخلق
50	31	توطيد الصلة بالخالق
11,29	7	القناعة والرضى
4,83	3	الإخلاص في العمل
%100	62	المجموع

تبين لنا المعطيات الرقمية المسجلة في الجدول رقم (08) مجموعة من القيم المستخلصة والموجودة في محتوى الخطابات الدينية المنشورة، أن قيمة توطيد الصلة بالخالق ظهرت بنسبة بلغت 50% عبر 31 تكرار، ثم قيمة حسن الخلق جاءت في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 33,87%. وفي المرتبة الثالثة ظهرت قيمة القناعة والرضى في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 11,29%. وفي المرتبة الرابعة والأخيرة نجد قيمة الإخلاص في العمل بنسبة بلغت نسبة 4,83%. ووفق ما سبق يمكن القول أن القيم التي تضمنها المحتوى الاتصالي الديني الخاضع لتحليل هي قيم متعددة كانت على النحو الآتي: قيم دينية تمثلت في الصلة بالخالق من خلال التوبة والعبادة والاستغفار والرضى بالقضاء والقدر، ومنها ماهي قيم اجتماعية والأخلاقية على غرار الإخلاص في العمل، والابتعاد عن إيذاء الغير، وسوء الظن، والعلاقة الزوجية...وبالتالي في مجملها مجموعة من القيم التي عالجت مواضيع وقضايا يومية يعيشها الفرد الجزائري في مجتمعه.

جدول رقم(09): الأهداف المستخلصة في عينة الخطابات الدينية

النسبة	التكرار	الأهداف
13,33	6	تنشئة جيل القرآن
80	36	بث الاخلاق الحسنة في المتلقي
6,66	3	الوعظ والارشاد
%100	45	المجموع

تظهر المعطيات الرقمية للجدول رقم (09) الأهداف المستخلصة في عينة الخطابات الدينية الخاضعة لتحليل بأن الأهداف الرئيسية للمنشورات تمثلت بالدرجة الأولى في الحث على الأخلاق الحسنة لدى الشباب وذلك بنسبة مرتفعة بلغت 80% عبر 36 تكرار، ثم نجد الهدف الذي ظهر في المرتبة الثانية ويتمثل في تنشئة جيل جديد هو جيل القرآن وذلك بنسبة بلغت 13,33%. ثم في المرتبة الثالثة والأخيرة نجد الوعظ والارشاد وذلك من خلال توعية الشباب بقضايا البدع والضلال وفوضى الفتوى التي انتشرت في المنصات الاجتماعية الرقمية وذلك بنسبة بلغت 6,66%. من خلال ما سبق يظهر أن الهدف الرئيسي للخطابات الدينية هو بث الاخلاق الحسنة في المتلقي، ولاسيما أننا نعيش ظاهرة تدني القيم الاخلاقية والاجتماعية في مجتمعنا المعاصرة ضمن متاهات استخدام مواقع والمنصات التواصل الاجتماعي، ناهيك عن السعي لتحقيق هدف آخر مهم

يتمثل في تنشئة جيل جديد هو جيل القرآن من خلال التعريف بمختلف الاجراءات التي اتخذها وزارة الشؤون الدينية في سبيل تحقيق ذلك على غرار المقرأة الالكترونية .

6. الخلاصة:

في ختام هذا البحث يتبين لنا وبما لا يدع مجالاً للشك أن الخطاب الديني شهد الكثير من التحولات والتغييرات وخاصة في الفترة الانتقالية الأخيرة التي عرفتها تكنولوجيات الاتصال الحديثة، أين أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تعرف تنافساً شرساً في إيصال المعلومة للجمهور وفق معادلة إنتاج وإعادة إنتاج المعارف والممارسات والمعتقدات والسلوكيات والاتجاهات والقيم والأفكار والأهداف، ووفقاً لهذا أردنا البحث في مورفولوجية ومكونات الخطاب الديني الرقمي في الفضاء العمومي الرقمي الجزائري من خلال تحليل محتوى عينة من الخطابات الدينية، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- إن أغلب الخطابات الدينية اعتمدت على المزاجية بين اللغة الفصحى والعامية، وذلك بهدف جذب انتباه المتلقي، إضافة إلى السعي لتقريب المعنى للمتلقي.
- تم استخدام اللغة الفصحى عند توظيف آيات قرآنية أو أحاديث نبوية لتدليل والاستشهاد.
- تم الاعتماد على مقاطع الفيديو القصيرة باعتبارها من أنجح الطرق لتمير الأفكار والمواضيع وذلك نظراً لسرعة انتشارها بين الناس.
- تفاعل متابعي الصفحات كان بدرجة كبيرة من خلال "الاعجاب".
- محتوى الخطابات الدينية ركز بالدرجة الأولى على تعليم القرآن الكريم وغرس حب القرآن وحفظه في قلب المتلقي وعلى الأخلاق الحسنة وتعزيز الجانب الأخلاقي للمسلمين ولاسيما فئة الشباب، الرضى بالقدر، الصلاة والثقة بالله والاستغفار، التوبة الاخلاص في العمل، الرفق بالحيوان، التبرج، العلاقة الزوجية، بر الوالدين، سوء الظن ، الغيبة والنميمة....
- تم الاستدلال بالقرآن الكريم والاحاديث النبوية بصفة رئيسية كمدخل أساسي في اقناع المتلقي باعتبارهما أكثر دلالة وبرهانا وتأثيراً على المتابعين، كما تم الاعتماد على آراء العلماء وعلى القصص الدينية والواقعية من اجل الاستدلال على ما نعيشه في يومنا هذا.
- تم تقديم مجموعة من النصائح والارشادات للمتلقين والتي ترتبط بالقيم والأخلاق الحسنة التي أوصانا بها ديننا الحنيف.
- تم توظيف الاستمالات العاطفية والتي كانت في كثير من الاحيان نلمس فيها حس الفكاهة، وهذا قد يرجع الى جذب انتباه المتابعين وتحريك مشاعرهم بهدف التأثير فيهم من أجل حثهم على التصرفات والأخلاق الحسنة، كما تم توظيف المنطق والعقل بالتدليل من القرآن والأحاديث النبوية.

- تم استخدام اسلوب التخويف بدرجة قليلة حيث وظف في مواضيع الموت والحساب ويوم القيامة وذلك بتذكير المتابعين بالنهاية التي لا مناص منها.
- القيم التي تضمنها المحتوى الاتصالي الديني هي قيم متعددة عالجت مواضيع وقضايا يومية يعيشها الفرد الجزائري في مجتمعه تمثلت في : توطيد الصلة بالخالق من خلال التوبة والعبادة والاستغفار والرضى بالقضاء والقدر، ومنها ماهي قيم اجتماعية والأخلاقية على غرار الاخلاص في العمل، والابتعاد عن ايداء الغير، وسوء الظن، والعلاقة الزوجية...
- الهدف الرئيسي للخطابات الدينية هو السعي نحو زرع شيم الاخلاق الحسنة في الملتقى والتشبت بالقرآن الكريم وقيمه، ولاسيما أننا نعيش ظاهرة تدني القيم الاخلاقية والاجتماعية في مجتمعنا. ومن خلال مما سبق يمكن الخروج بمجموعة من التوصيات تتمثل في:
- السعي نحو تطوير محتوى الخطاب الديني الرقمي في الجزائر، وذلك بتبني الأسس العلمية في عمليات التأثير والاقناع المبني القيم الاخلاقية الحسنة، لاسيما أن أننا نعيش في عصر الانفتاح بكل اتجاهاته التقنية والقيمية.
- تشجيع الشباب المتخلق على أن يكون صاحب علم ومعرفة دينية بالتوجه نحو صناعة محتوى رقمي ديني وبمرافقة مع الجهات الرسمية، حتى تتم مواجهة الكم الفوضوي للخطاب الديني على شبكة الانترنت.
- تشجيع فئة النساء بالتوجه نحو النشاط الدعوي، بإنشاء محتويات رقمية دينية هادفة لاستقطاب مختلف فئات النساء ولاسيما أن عددها قليل في الجزائر مقارنة ببعض الدول العربية كمصر.
- تشجيع المؤسسات المؤهلة لتقديم الخطاب الديني المبني على أسس منهجية وعلمية على غرار الجامعات ومعاهد العلوم الاسلامية من خلال أئمة وأساتذة في العلوم الشرعية
- المصادر والمراجع:

1. القرآن الكريم.
2. لفجاري مختار (1435هـ)، مفهوم الخطاب بين مرجعه الأصلي الغربي وتأصيله في اللغة العربية. مجلة جامعة طيبة للآداب والعلوم الإنسانية، العدد 3، المملكة العربية السعودية: جامعة طيبة، ص ص 1-54.
3. عزوز هند (2021)، الخطاب الديني في الجزائر عبر تكنولوجيا الاتصال وإشكالية المرجعية الدينية-مقاربة نظرية، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد 5، العدد 2، الجزائر: جامعة الوادي، ص ص 540-552.
4. فياض خالد، فهد وجدان. (2022). الخطاب الديني تحديات الجمود وآفاق التجديد، مركز ريندنز للبحوث

والاستشارات، على الرابط: <http://bitly.ws/PRQr>

5. فياض محمد أحمد (2017) الخطاب الديني لوسائل الاتصال والاشباعات المتحققة لدى الشباب الجامعي، مجلة كلية الفنون والإعلام، المجلد 3، العدد 5. ليبيا: جامعة مصراتة، ص ص 11-41.
6. الهامي حسام (2020)، التدين على مواقع التواصل الاجتماعي: تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع "فيسبوك". "المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان"، العدد 20، مصر، ص ص 355-406.
7. بردادي بغداد (2017)، أزمة الخطاب الديني المعاصر وغياب فكر المقاصد المظاهر والحلول، مجلة الخطاب والتواصل، العدد 3، الجزائر: جامعة عين تيموشنت. ص ص 193-214.
8. بن مرسل أحمد (2007)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
9. بن منظور. (1979). لسان العرب، الجزء 4، مصر: مكتبة دار المعارف.
10. بوحوش عمار،، الدنبيات محمد (2009). مناهج البحث وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
11. بوهلة شهيرة (2020). واسع استخدام اللغة العربية في الخطاب الرقمي- دراسة وصفية لعينة من خطابات الجزائريين المتداولة على صفحات شبكة الفايبربوك، مجلة اشكالات في اللغة والأدب، المجلد 9، العدد 5، الجزائر، المركز الجامعي تامنغست. ص ص 604-627
12. بوزيد فائزة (2020)، آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات الإعلام الرقمي دراسة في محتوى بودكسترات الدعاة الجدد: الداعية حسني مصطفى على الفايبربوك نموذجاً. مجلة الخطاب والتواصل، العدد 7، الجزائر: جامعة عين تيموشنت، ص ص 211-228.
13. بوعلي نصير (2019). الخطاب الديني الإعلامي المعاصر مقارنة نقدية معيارية للبنية والوظيفة. المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 18، العدد 2، الجزائر: جامعة الجزائر 3، ص ص 179-198.
14. جرموني رشيد (1440هـ)، الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية. المملكة العربية السعودية: دار الفيصل الثقافية.
15. جودي خرفية (2021) الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية تحليلية لعينة من الخطاب الديني السني-الشيبي في ال"تويتير". أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: جامعة بسكرة.
16. حدادي وليدة (2017)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم الجامعي. مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، المجلد 8، العدد 1، ص ص 145-165، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة.
17. حبيبة الشريف (2015)، الخطاب الديني وإشكالية المفهوم، مجلة الآداب واللغات، العدد 1، الجزائر: جامعة أوبو بكر بلقايد تلمسان، ص ص 64-114.

18. دغمان هالة (2017) شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الديني الموجه لمستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة الفيسبوك أنموذجا، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، المجلد 4، العدد 1، الجزائر: جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، ص ص 28-39 .
19. سكية عبد السلام، الجزائريون ثاني أكثر الشعوب تصفحاً للمحتوى الديني في "فيسبوك"، على الرابط: <http://bitly.ws/PS7U>. Consulté le 07 22, 2023, sur <http://bitly.ws/PS7U>
20. صحراوي نصيرة (2023) ، الخطاب الديني والتغير الاجتماعي -دراسة سوسيو انثروبولوجية لممارسات المصلين في المساجد . *مجلة أثروبولوجية الأديان*، المجلد 19، العدد 10، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، ص ص 421-457
21. طيب عمارة فوزية، *اللهجة العامية وتأثيرها على التعليم، على الرابط :* <https://www.aqlamalhind.com/?p=725>. Consulté le 07 22, 2023, sur <https://www.aqlamalhind.com/?p=725>.
22. عبيد صالح الدين محمد المؤلف، (2023) دور وسائل الإعلام الحديثة في توجيه الخطاب الديني . *مجلة القرطاس*، العدد 22، ليبيا، الجمعية الليبية لعلوم التربية، ص ص 68-83.
23. عريق لطيفة (2021). أشكال الخطاب الديني على اليوتيوب، *مجلة الإعلام والمجتمع*، المجلد 5، العدد 2، الجزائر: جامعة الوادي، ص ص 645-658.
24. محمد حسن سمير، *دراسات في مناهج البحث العلمي بحوث الاعلام*. مصر: عالم الكتب.
25. منزل غرابة زكية، بوسحابة أحلام.(2022) ، الداعية الجزائرية المؤثرة في مجال خدمة القرآن الكريم عبر شبكات التواصل الاجتماعي "الفيسبوك"- دراسة تحليلية لصفحة المقرنة راضية هلال، *مجلة المعيار*، المجلد 1، العدد 13، الجزائر: جامعة تسيمسيلت، ص ص 978-991.
26. ميلز سارة (2016) ، *علوب عبد الوهاب، الخطاب*. مصر: المركز القومي للترجمة.
27. نايلي حسين (s.d). *تجدد الخطاب الإسلامي في ظل تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي-قراءة لعينة من الصور عبر شبكة التواصل الاجتماعي الفيسبوك*، *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، الجزائر: مركز الحكمة، ص ص 228-244.
28. Shamsematova , B. (2021). FEATURES OF TRANSLATING RELIGIOUS VALUES TERMS OF RELIGIOUS DISCOURSE. *2nd International Congress on Multidisciplinary Studies*. Indonesia.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

بوهلة شهيرة ، (2023)، مورفولوجيا الخطاب الديني الرقمي في الجزائر دراسة تحليلية لعينة من الصفحات الدينية على شبكة الفيسبوك ، *مجلة أنسنة للبحوث والدراسات*، المجلد 14 (العدد 2)، الجزائر: جامعة زيان عاشور الجلفة، ص.ص 275-296.