الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر – بسكرة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال

الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة مسحية تحليلية لعينة من الخطاب الديني السني– الشيعي في الـ"تويتر"

أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة
خرفية جودي

إشراف أستاذ التعليم العالي
سامية جفال

أمام لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
داود جفافلة	أستاذ	جامعة محمد خيضر بسكرة	رئيساً
سامية جفال	أستاذ	جامعة محمد خيضر بسكرة	مشرفاً ومقرراً
نبيل لحمر	أستاذ حاضر "أ"	جامعة محمد خيضر بسكرة	مناقشاً
براردي نعيمة	أستاذ حاضر "أ"	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مناقشاً
سمير رحماني	أستاذ	جامعة الحاج لخضر باتنة	مناقشاً

السنة الجامعية: 2020/ 2021

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّواْ مِنْ حَوْلِكَۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي ٱلْأَمْرِۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ١٥٩﴾

آل عمران الآية 159

شكر وعرفان

كل الشكر والامتنان والفضل لله سبحانه وتعالي أن أعانني على أداء هذا العمل البحثي

فلك إلهي عظيم الحمد والشكر والمنة

امتنانا وفضلا لأستاذة الفاضلة التي منحتني شرف أن تكون مرافقة وموجهة وقبلها أختا ورفيقة أستاذتي الفاضلة. . . لا تسع الكلمات توصيف جزيل عطاءك في كل ما أسهمت به طول هذه السنوات، فضلك غمرني في صفحات هذه الأطروحة وخارجها

أستاذ التعليم العالي "الدكتورة سامية جفال" لك مني جزيل الشكر والامتنان

وعرفانا لكل الإسهامات العلمية والمعرفية والدعم الدائم الذي قدماه أستاذاي الفاضلين أستاذ التعليم العالي "الدكتور كعواش عزيز" وأخي "الدكتور محمد جودي"

لكما مني جزيل الشكر والعرفان

ولأسرتي لكم دين لا ينتهي نظير مساندتكم اللامشروطة طوال سنوات حياتي أمي، أبي، أخوتي، أخواتي كل باسمه والاستثنائيتين في حياتنا "بلقيس الشام" و"لمى". . .

شكرا لكم

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة مكاشفة الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر كأحد أبرز وسائط التواصل الاجتماعي انتشارا واستعمالا وتحديد مختلف مؤشراته ورصد حضوره من خلال الاستعانة بالمنهج المسحي ومنهج تحليل الخطاب، وذلك لبحث آليات التحول الأيديولوجي من خلال تحليل كنه الخطاب الطائفي السني– الشيعي الذي يعمل إلى بعث دواعي الصراع الكهنوتي في وسائط الميديا الجديدة مستغلا البراديغم التقني وموظفا ميزاته وخصائصه الإلكترونية التي تسهم في تحقيق استقطاب وتفاعلية وانتشار الخطاب الديني السني–الشيعي في الفضاء الميدياتيكي عبر الـ تويتر، ومن أجل ذلك تم الاعتماد على مجموعة من الأدوات التحليلية من خلال تطبيق مقاربة التحليل النقدي للخطابCDA، وأداة الاستبيان الإلكتروني التي شمل توزيعها ستة عشر دولة عربية. وقد توصلت الدراسة إلى أن الخطاب الطائفي هو خطاب رجعي متحيز يغيب فيه شرط العقلانية والموضوعية، مفلس من القيم ومتوجس من الآخر، مزدوج التوجه يعتمد على مبدأ استعلاء الذات وتمجيدها في مقابل إقصاء كل فرادة ومغايرة دينية، يوظف مختلف المزايا التقنية والتفاعلية في توتير خدمة لأغراض تسويق الصدام الكهنوتي وإعادة بعث الصراعات الطائفية الماضية الشديدة القدم التي من شأنها إحالة الشعوب العربية إلى نفق من الحروب الدينية والكهنوتية كتلك التي عاشتها أوروبا في القرون الوسطى بالاعتماد على حمولة دلالية وفكرية متعددة المشارب ومتطرفة في التصورات. وكما توصلت الدراسة المسحية إلى أن الصراع الطائفي السني الشيعي أكثر الصراعات الدينية حضورا في تويتر، من خلال نشر التغريدات والصور والفيديوهات والوسوم (هاشتاج) المسيئة للآخر (السني/الشيعي). وتسهم سياسة تويتر في توفير مجال لتبادل السب والقذف والاتهامات بين المغردين السنة والشيعة وهو ما يحول تويتر إلى فضاء للحروب والصراعات الافتراضية وتساعده في ذلك خوارزمياته التي تسهم في كسر حاجزي الزمان والمكان، على الرغم من أن التغريدات المسيئة للآخر تتعارض مع الأخلاقيات والقوانين المحلية والإقليمية والدولية التي تجرم التطرف والتعصب والتحريض الطائفي والكراهية الدينية.

Abstract:

This study aims to attempt exposing the Sunni-Shiite sectarian discourse in Twitter, as one of the famous and widely used social media indicators and to identify its various indicators and monitor its presence through the use of the survey and discourse analysis method, in order to examine the mechanisms of ideological transformation by analyzing the nature of the Sunni- Shi'a sectarian discourse that seeks to resurrect the causes of priestly conflict in the media taking advantage of the technical paradigm and employing its features and electronic characteristics that contribute to achieving polarization, interaction and spread of Sunni- Shi'a religious discourse in the media space via Twitter. Thus, a set of analytical tools were used through the application of the CDA approach, and the electronic questionnaire tool that was distributed in sixteen Arab countries. The study concluded that the sectarian discourse is a reactionary biased discourse lacking rationality and objectivity, without values and apprehensive about the other. It has a dual orientation that relies on the principle of arrogance and self glorification in exchange for the exclusion of every religious singularity and difference, employing various technical and interactive advantages in Twitter for the purposes of marketing the priestly clash and reviving past heavy weight sectarian conflicts that would lead the Arabs into a tunnel of religious and priestly wars, such as those experienced by Europe in the Middle Ages relying on a semantic and intellectual load of multiple ideas and extremist perceptions. Furthermore, the survey found that the Sunni-Shiite sectarian conflict is the most present religious conflict on Twitter, through the publication of tweets, photos, videos, signs (hashtags) that are offensive to the other (Sunni / Shi'a), the Twitter policy greatly contributes to providing an area for exchanging insults and slander and accusations between Sunni and Shiite tweeters, which turns Twitter into a space for virtual wars and conflicts assisted by its algorithms that contribute to break the barriers of time and space despite the fact that offensive tweets to others contradict the ethics and local, regional and international laws that criminalize extremism, fanaticism, sectarian incitement and religious hatred.

فهرس المحتويات

الموضوع.....**الصفحة**
شكر وعرفان.....
الملخص.....
فهرس المحتويات.....4
فهرس الجداول.....7
فهرس الأشكال.....13
مقدمة.....أ. ج
الفصل الأول: التأصيل المنهجي والنظري للدراسة.....17
أولا: بناء موضوع الدراسة.....18
1. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.....18
2. أهمية الدراسة.....19
3. أهداف الدراسة.....20
4. مفاهيم الدراسة.....20
5. الدراسات السابقة.....35
ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة.....46
1. منهج الدراسة وأدواتها.....46
2. مجتمع البحث والعينة.....50
3. مجال الدراسة.....52
4. اختبارات الصدق والثبات.....53
5. المعالجة الإحصائية للبيانات.....54
ثالثا: التراث النظري للدراسة.....56
أولا: التحليل النقدي للخطاب..... 57
1. الأسس المعرفية والإجرائية للتحليل النقدي للخطاب.....57
2. من مدرسة فرانكفورت إلى التحليل النقدي للخطاب.....61
3. الإجراءات المنهجية للتحليل النقدي للخطاب في الدراسة الحالية.....64
ثانيا: نظرية تحليل الأطر الخبرية.....67
1. اللبنات التأسيسية لنظرية تحليل الأطر الخبرية.....67
2. الاتجاهات البحثية والمعرفية لنظرية تحليل الأطر الخبرية.....68

3. تطبيق النظرية في الدراسة.....72
ثالثا: نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي.....74
1. رأس المال الاجتماعي... مقاربة المفهوم والنشأة.....74
2. البناء النظري لرأس المال الاجتماعي.....77
3. تطبيق النظرية في الدراسة.....80
الفصل الثاني: الخطاب الطائفي السني–الشيعي ووسائل الإعلام...المحددات والإيديولوجيا.....82
أولا: الطائفية المفهوم وحدود الممارسة.....84
1. أركولوجيا المصطلح الطائفي والمفاهيم المتاخمة.....84
2.جينالوجيا الطائفية في المنطقة العربية.....93
أ. قراءة في الجغرافية السياسية للطائفية في المنطقة العربية.....93
ب. كرونولوجيا الصراع الطائفي السني–الشيعي في المنطقة العربية.....97
3.الهويات الطائفية السنية الشيعية.....102
ثانيا: مأسسة الخطاب الطائفي وآليات التحول.....105
1.بنية الخطاب الطائفي وآليات الأدلجة.....105
2. المرجعيات العقدية للخطاب الطائفي السني –الشيعي.....110
3. الضوابط القانونية والأخلاقية المجرمة للخطاب الطائفي.....116
ثالثا: الخطاب الطائفي ووسائل الإعلام... بحث في المؤشرات والأدوار.....121
1. الإعلام الديني وتحولات المحتوى والوسيلة.....121
2. دينامية الإعلام الطائفي ومؤشرات الحضور.....125
3. تمثلات الهويات الطائفية في وسائل الإعلام العربية.....131
الفصل الثالث: شبكات التواصل الاجتماعي من التقنية إلى فضاء الممارسة الافتراضية.....136
أولا: يوتيوبيا الاتصال الافتراضي والمجتمع الشبكي.....139
1. يوتيوبيا الاتصال ومجتمع ما بعد الحداثة.....139
2. اثنوغرافيا المجتمع الشبكي والهويات الدينية.....144
3. شبكات التواصل الاجتماعي والفضاء الميدياتيكي.....150
ثانيا: الإعلام الديني الطائفي في وسائط الميديا.....155
1. تحولات الخطاب الإعلامي في ظل حركات التغيير العربي.....155
2. أدلجة الإعلام الديني في الميديا الاجتماعية.....164

3. سوسيولوجيا الأنا -الأخر (السني/ الشيعي) في وسائل الإعلام العربية.....168
ثالثا: تويتر والصراع الطائفي السني الشيعي.....173
1. تحولات الخطاب الطائفي في الميديا الجديدة.....174
2. براديغم التفاعل الاجتماعي في تويتر.....179
3. مورفولوجيا الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر.....187
الفصل الرابع: الدراسة التحليلية للخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي.....197
أولا: سمات الخطاب الطائفي في تويتر.....199
ثانيا: مطارحة الفكر الطائفي في الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر.....208
أ. مراوحة النفور السني-الشيعي في تويتر.....211
ب. الخطاب الديني السني-الشيعي بين ضرورة الكراهية وحتمية الصراع.....213
ثالثا: كروموزوما الصراع الطائفي في الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر.....217
رابعا: براغماتية الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر.....223
خامسا: معمارية الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر.....227
أ. مُساءلة اللغة الطائفية في تويتر.....227
ب. استراتيجيات المناورة الحجاجية في الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر.....233
ج. الآليات الخطابية في الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر.....248
د. التعالق الخطابي في الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر.....256
سادسا: نتائج الدراسة التحليلية للخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي.....263
الفصل الخامس: الدراسة المسحية لعينة من مستخدمي تويتر.....272
أولا: عرض نتائج الدراسة المسحية.....273
ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة المسحية.....338
ثالثا: نتائج الدارسة المسحية.....347
الخاتمة.....351
توصيات الدراسة.....353
قائمة المراجع.....356
ملاحق الدراسة.....372

فهرس الجداول

الموضوع.....الصفحة

جدول رقم (1): يوضح طريقة اختيار عينة الدراسة.....52

جدول رقم (2): يوضح تطبيق معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach لقياس ثبات الاستبيان.....54

جدول رقم (3): إحصائيات عدد مستخدمي تويتر لسنة 2020/2019.....182

جدول رقم (4): يوضح أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.....200

جدول رقم (5): يوضح القوى الفاعلة في الخطاب الديني السني/ الشيعي في تويتر.....217

جدول رقم (6): يوضح الأطر المرجعية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....223

جدول رقم (7): يوضح المخزون المعجمي للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....228

جدول رقم (8): يوضح اتجاهات تداول المخزون المعجمي للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....229

جدول رقم (9): يوضح مسارات البرهنة في الخطاب السني في تويتر.....238

جدول رقم (10): يوضح مسارات البرهنة في الخطاب الشيعي في تويتر.....242

جدول رقم (11): يوضح أنماط السردية في الآليات الذاتية للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....251

جدول رقم (12): يوضح التناص التاريخي للشخصيات الدينية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....261

جدول رقم (13): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.....273

جدول رقم (14): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن.....274

جدول رقم (15): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.....275

جدول رقم (16): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الانتماء الديني.....275

جدول رقم (17): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنسية.....276

جدول رقم (18): يوضح توزيع العينة حسب متغيرات الدراسة.....278

جدول رقم (19): يوضح أسباب استخدام عينة الدراسة لتويتر.....279

جدول رقم (20): يوضح إجابات المبحوثين في أسباب استخدام تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة.....280

جدول رقم (21): يوضح اللغة المستخدمة في نشر التغريدات والتعليق بها.....284

جدول رقم (22): إجابات المبحوثين في اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة.....285

جدول رقم (23): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأساليب التفاعل في تويتر.....287

جدول رقم (24): يوضح إجابات المبحوثين في أساليب التفاعل في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة.....288

جدول رقم (25): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة التغريدات المنشورة في صفحة تويتر.....291

جدول رقم (26): يوضح إجابات المبحوثين في طبيعية التغريدات المنشورة في حسابات تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة.....292

جدول رقم (27): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج على تويتر لعينة الدراسة.....294

جدول رقم (28): يوضح إجابات المبحوثين في طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغيرات الدراسة.....295

جدول رقم (29): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة التعامل مع التغريدات التي تثير الانزعاج 298

جدول رقم (30): يوضح إجابات المبحوثين في لطبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج لعينة الدراسة تبعا لمتغيرات الدراسة.....299

جدول رقم (31): يوضح التكرارات والنسب المئوية أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة لعينة الدراسة.....302

جدول رقم (32): يوضح إجابات المبحوثين في أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة لعينة الدراسة تبعا لمتغيرات الدراسة.....303

جدول رقم (33): يوضح التكرارات والنسب المئوية في مسؤولية تقديم خطاب طائفي (سني/ شيعي).....308

جدول رقم (34): يوضح إجابات المبحوثين في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر ضد (السنة/الشيعة) تبعا لمتغيرات الدراسة.....309

جدول رقم (35): يوضح اختبار التوزيع الطبيعي وفقا لتحليل (Kolmogorov–Smirnova).....311

جدول رقم (36): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T–test لمحور الثاني تعزى لمتغير الجنس.....312

جدول رقم (37): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T–test لمحور الثاني تعزى لمتغير الانتماء الديني.....313

جدول رقم (38): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لمحور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير السن.....314

جدول رقم (39): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لمحور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير المستوى التعليمي.....315

جدول رقم (40): ميزان تقديري وفقا لمقياس ليكرت الخماسي 316

جدول رقم (41): يوضح اختبار التوزيع الطبيعي وفقا لتحليل (Kolmogorov–Smirnova) لمحاور الاستبيان.....316

جدول رقم (42): الجدول الإحصائي الخاص بفقرات محور "خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" وتقديرات الاستجابة الخاصة به.....318

جدول رقم (43): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T–test لمحور الثالث تعزى لمتغير الانتماء الديني.....320

جدول رقم (44): يوضح النتائج الكلية اختبار Independent Samples T–test لمحور الثالث تبعا لمتغير الجنس.....321

جدول رقم (45): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لدرجة الكلية لمحور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي تعزي لمتغير السن.....322

جدول رقم (46): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لدرجة الكلية لمحور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي تعزي لمتغير المستوى التعليمي.....323

جدول رقم (47): الجدول الإحصائي الخاص بفقرات محور "أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" وتقديرات الاستجابة الخاصة به.....325

جدول رقم (48): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T–test لمحور الرابع تبعا لمتغير الانتماء الديني.....327

جدول رقم (49): يوضح النتائج الكلية لاختبار Independent Samples T–test للمحور الرابع تبعا لمتغير الجنس.....328

جدول رقم (50): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لدرجة الكلية لمحور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير السن.....329

جدول رقم (51): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لدرجة الكلية لمحور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي.....330

جدول رقم (52): الجدول الإحصائي الخاص بفقرات محور "أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" وتقديرات الاستجابة الخاصة به.....332

جدول رقم (53): يوضح نتائج اختبار T–test لمحور الخامس تبعا لمتغير الانتماء الديني.....334

جدول رقم (54): يوضح النتائج الكلية لاختبار T–test للمحور الخامس تبعا للجنس.....335

جدول رقم (55): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA للدرجة الكلية لمحور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير السن.....336

جدول رقم (56): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA للدرجة الكلية لمحور أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي.....337

فهرس الأشكال

الموضوع.....الصفحة
شكل رقم (1): مستويات التحليل النقدي للخطاب لدى نورمان فيركلاوف.....48
شكل رقم (2): التوزيع الديني للسنة والشيعة في العالم.....94
شكل رقم (3): يوضح تحقيق مبدأ الريادة والفوقية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....202
شكل رقم (4): تأصيل الذاكرة الدينية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....204
شكل رقم (5): يوضح أطروحة ربط البعد الديني بالبعد السياسي في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....205
شكل رقم (6): يوضح إلغاء فكرة المواطنة في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....206
شكل رقم (7): يوضح أطروحة تكريس المظلومية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....207
شكل رقم (8): يوضح صورة الإمام الحسين يستقبل القائد قاسم سليماني تم تداولها على تويتر.....216
شكل رقم (9): يوضح القوى الفاعلة في الخطاب الديني الشيعي في تويتر..... 219
شكل رقم (10): يوضح القوى الفاعلة في الخطاب الديني السني في تويتر.....221
شكل رقم (11): يوضح اتجاهات المخزون المعجمي في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....221
شكل رقم (12): يوضح مجالات التحليل الحجاجي في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....231
شكل رقم (13): يوضح تكوين الأيتوس الطائفي السني/ الشيعي عن طريق خوارزميات تويتر.....235
شكل رقم (14): يوضح الاتجاه نحو التماهي في الخطاب السني في تويتر.....240
شكل رقم (15): يوضح سيرورة العملية الاتصالية للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....249
شكل رقم (16): يوضح السياقات الاستعمالية للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.....252
شكل رقم (17): يوضح صورة تم تداولها في التغريدات السنية بعد انفجار مرفأ بيروت.....253
شكل رقم (18): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.....274
شكل رقم (19): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.....274
شكل رقم (20): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.....275
شكل رقم (21): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الانتماء الديني.....276
شكل رقم (22): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنسية.....277
شكل رقم (23): يوضح المتوسط الحسابي لفقرات محور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي.....319
شكل رقم (24): يوضح المتوسط الحسابي لفقرات محور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.....326
شكل رقم (25): يوضح المتوسط الحسابي لفقرات محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.....333

مقدمـــــــــة

أعقبت حركات التغيير السياسي الذي شهدته بلدان عربية مثل سوريا ومصر واليمن بداية من 2011م، تداعيات عدة جعلت من بلدان –ما عرف إعلاميا– بـ "الربيع العربي" تنخرط في حالة من الفوضى السياسية التي تزامنت وموجات الحراك السياسي والشعبي، وهو ما أدى سريعا إلى انزلاق الأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية في نفق من الأزمات المتلاحقة والمتشابكة الأبعاد، وعلى إثره أعيد بعث صراعات وأزمات كانت دفينة بفعل التحولات الجيوسياسية العربية، لتشهد المجتمعات العربية الإسلامية صراعات ومعارك موزاية لمذبحة كربلاء ومعركة الجمل وصفين وغزو بغداد...، ويعاد بعث النزاع الديني الطائفي بنكهته السياسية الذي تعود جذوره إلى بيعة السقيفة، وهو ما أسفر في عصرنا هذا عن صراعات دينية ذات أبعاد أيديولوجية متعددة بين قطبي الإسلام (السنة والشيعة) في المنطقة العربية، ولم يستقر الأمر عند إحياء التراث الدموي بل ونقل هذا الصراع إلى ميادين أخرى أتاحتها التكنولوجيا الاتصالية والتي أسهمت في تفجير ما أمكن من نوازع الصدام الإنساني بين السنة والشيعة وأمّنت حضورها الطاغي.

ولئن كانت وسائل الإعلام باختلاف منصاتها وعلى اختلاف وسائلها التقليدية والجديدة قد انخرطت ضمن منظومة متشعبة في مجالات الصراع السياسي والديني بين السنة والشيعة لتعبّر عن انفلات واضح لآليات العمل المنوطة بأدائه، وتسهم من خلال براديغم اتصالي في تأمين نوازع الخلاف بدل تمكينها من الائتلاف، وعلى الرغم من ضبابية وازدواجية الصدام بين السنة والشيعة والذي أدى إلى فرض حالة من التطرف الديني أسهمت في تدفق خطابات الكراهية والتحريض التي تسللت عبر الكوابل الاتصالية والألياف الضوئية والأقمار الصناعية لتشكل مشهداً إعلامياً موازيا تحول تدريجيا عبر الفضاءات الإلكترونية ليمتد عبر العالم كله، الأمر الذي سمح بنقل مشاهد التعصب الديني إلى ميدانه الافتراضي المنبثق أساسا من رؤية تفكيكية ارتبطت بتصورات فكرية وفلسفية وسياسية أسهمت في إثراء منطلقات الفكر الاستشراقي **لبرنارد لويس** الذي قدم تصوراته المعرفية حول العالم الإسلامي تأسيسا لفكر الانفصام والتقسيم الديني القائم على تباين الأثر العقدي منهجا وأداة، من هذا المنطلق جاء توظيف وسائط الإعلام كانعكاس منهجي للتصورات الدينية والسياسية المتشبعة بفكر الإقصاء والتطرف المنبثق من تعدد مشارب الصدام الديني بين السنة والشيعة وهو التعدد ذاته الموجود في منصات الإعلام المختلفة.

وقد اتجهت مسارات التدفق الإعلامي نحو نقل الصدام الديني بين السنة والشيعية وبعث دواعي التحريض الطائفي، وهو ما يؤسس لفكر طائفي إقصائي في منصات الميديا والميديا الجديدة، ولمحاولة كشف آليات التحيز الديني في وسائل الإعلام الجديدة التي تعمل على استغلال خوارزمياتها الرقمية وامتدادها الإلكتروني وتشعباتها الافتراضية التي أسهمت في خلق زخم إعلامي واستقطاب جماهيري حول القضايا المرتبطة بالصراع الطائفي السني–الشيعي نحو بناء خطاب ديني يستمد من الصدام الكهنوتي ما–بعد الإسلاموي

أساسا لهيكلته البنيوية والوظيفية، وهو ما يسهم في خلق تقاطعات متشعبة مع خطابات متعددة من قبيل خطاب الكراهية والتطرف والتمييز العنصري والتعصب الديني، غير أنها في الوقت نفسه تحيل إلى خلق أطروحات متعددة لما يمكن تسميته بـ "الخطاب الطائفي السني-الشيعي"، ويؤسس هذا الخطاب بناءه الفكري على توجهات عقدية شيعية ونظيرتها السنية ذات حمولة أيديولوجية تسهم عبر وسائط الإعلام في خلق انزياح بنيوي عن بناءات الخطاب الديني كمنطلق نظري تأسست عليه إشكالية هذه الدراسة.

تعد وسائل الإعلام منبرا يجيز تدفق مختلف التوجهات الفكرية والنظرية المتوافقة والمتعارضة والمتصارعة وأمام هذا الزخم الإعلامي المرافق لهذه التدفقات تنطلق الرؤية البحثية لهذه الدراسة في بحث ارتباطات وسائل الإعلام وبشكل خاص الشبكات الاجتماعية بتوجهات ومسارات الخطاب الطائفي السني-الشيعي، وأمام تعدد منصات الشبكات أوجد موقع التدوين المصغر "تويتر" لنفسه موقعا خاصا بين الوسائط الاتصالية، فميزاته العديدة وحضوره المثير للجدل في أوقات الأزمات والصراعات السياسية ودقته الموجزة في التعبير عن الأفكار والتوجهات فضلا على سرعته العالية في تحويل الأحداث والقضايا إلى رأي عام افتراضي عدا عن كونه منصة إعلامية مفتوحة أمام المتابعين تحظى بموثوقية لدى كبرى المؤسسات الإعلامية.

وأمام انبثاق فكر لاهوتي متصل بآليات توظيف الذاكرة الدينية السنية ونظيرتها الشيعية عبر تويتر تنطلق إشكالية الدراسة الحالية التي تحاول إقامة تصور موضوعي متعدد الزوايا والاتجاهات ضمن مسار البحث والكشف عن اللبس النظري والإجرائي المرتبط ببناءات وتجليات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر وتحديد بنيته وأبعاده ومخرجاته السياقية والاستعمالية المتعددة في محاولة للكشف عن ضبابية الخطاب الطائفي كتصور فكري لا يحظى بالحياد الصوري بقدر ما يؤسس لشبكة علاقات الهيمنة والاستقطاب والاستحواذ بالنظر إلى حجم تقاطع الأبعاد السياسية والدينية والتراثية التي تتواري خلف حمولة فكرية ازدواجية تؤسس لفكر الذات والآخر العقدي وتهيمن عليها التصورات الدينية التي يتمظهر في بنياتها الخطابية كنوع من الممارسات الاجتماعية عبر فضاءات التواصل الإنساني.

ووفقا لهذه الرؤية البحثية كان بناء الفصل الأول منهجيا قائما على استعراض بناء الخطاب الطائفي وتحديد مختلف الإجراءات المنهجية التي تسهم في الكشف عن المراحل التحليلية والمسحية المتبعة في معالجة إشكالية الدراسة وتساؤلاتها واستعراض مفاهيمها وأدبياتها، وعرض التراث النظري التأسيسي للدراسة من خلال عرض المقاربات المنهجية لمدرسة التحليل النقديCDAونظريتي تحليل الأطر الإعلامية ونظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي من أجل تقديم تأصيل منهجي يلبي أهداف الدراسة الحالية، فيما اعتمد الفصل الثاني من هذه الدراسة على استعراض التأصيلات الفكرية والمعرفية المرتبطة بالخطاب الطائفي وكل ما ينم عن بحث مختلف الارتباطات التاريخية والحضارية والتراثية والإعلامية التي أسهمت في بلورة الرؤية النظرية المعرفية

المرتبطة بالخطاب الطائفي السني-الشيعي، لينتقل الفصل الثالث إلى محاولة مكاشفة تأثيرات البراديغم التكنولوجي للتويتر وآليات اشتغاله في ظل تحوّل الخطاب الطائفي نحو وسائط الميديا الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي وتمركزه كخطاب هوية فرض نفسه على وسائل الإعلام الكلاسيكية والجديدة مستغلا بذلك مختلف المزايا التقنية التي أسهمت في تعزيز عمليات الاستقطاب الجماهيري. وتأسيسا على التوجهات المعرفية المقدمة في الفصلين الثاني والثالث تناول الفصل الرابع التحليلي -بالاستناد إلى مدرسة التحليل النقدي للخطاب الكشف عن تجليات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر من خلال توظيف مجموعة من الأدوات التحليلية لمكاشفة الخطاب الديني السني-الشيعي عبر تويتر، فيما تأسس الفصل الخامس على تطبيق الدراسة المسحية على عينة من مستخدمي تويتر من خلال توزيع أداة الاستبيان الإلكتروني عبر فضاءات التويتر ومشاركتها عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى وهو ما مكن من تسجيل (680) استجابة في ستة عشر (16) دولة عربية، وإخضاع البيانات التي تم جمعها عبر الاستبيان للمعالجة من خلال مجموعة من الاختبارات الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية لمعالجة البيانات SPSS في نسخته (25).

وفي الأخير تم استعراض مختلف النتائج التحليلية والاستقصائية المسحية التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة، في سبيل تكوين تصور معرفي ونظري تحاول فيه الدراسة الإجابة عن الإشكالية البحثية الأساسية وتساؤلاتها الفرعية للدراسة الحالية وتحديد تصور دقيق لمكاشفتها وعرض أبعادها ومخرجاتها لتخلص الدراسة إلى تقديم توصيات تتعلق بمختلف الرؤى البحثية الناشئة عن إشكالية الدراسة الحالية وتوجهاتها المستقبلية.

الفصل الأول

التأصيل المنهجي والنظري للدراسة

أولا: بناء موضوع الدراسة.

1. مشكلة الدراسة:

لم تكن الصراعات الدينية المعروفة اليوم ذات بعد ديني بقدر ما كان منشاؤها ذا طبيعة سياسية بالدرجة الأولى، فمنذ بداية الدعوة الإسلامية شكل مطلب خلافة المسلمين بعد وفاة محمد ﷺ هاجساً سياسياً بامتياز سرعان ما تلبست به الخلافات الفقهية بين التيارات المتناحرة على وصاية الإسلام والمسلمين فأعطته بعده الديني العقدي، ليصبح مع مرور التاريخ ذا هوية دينية طائفية بعد مقتل علي (رضى الله عنه) ثم حادثة كربلاء التي تم القضاء فيها على الحسين بن علي رضى الله عنهما ، لتشكل الحادثة نقطة ولادة فعلية للعداوة التاريخية بعد ذاك بين الشيعة والسنة. حتى صار الصراع بينهما يشكل واحدا من أبرز وأكبر الصراعات الدينية والطائفية وأطولها في تاريخ الأمة الإسلامية بشكل عام ومنطقة الشرق الأوسط بشكل خاص، وقد اضطلعت هذه التيارات الدينية وغيرها والمتحاربة باسم الدين والهوية الطائفية على توظيف مختلف الاستراتيجيات والأدوات الممكنة من أجل تبرير صراعها مع الآخر والتحريض على كراهيته وإقصاءه، وتوظيف أدوات التجنيد والدعاية لدعم صفوفه وتأييد أفكاره وقناعاته الدينية المتطرفة.

وتشكل وسائل الإعلام في العصر الحديث واحدة من أهم أدوات إدارة الصراع الطائفي بين السنة والشيعة إذّ توظف هذه الوسائل كوقود لإذكاء وإشعال نار الفتنة الطائفية والدينية في المنطقة العربية. فالإعلام يشكل بمنصاته المتعددة بؤرة الصراع السني–الشيعي في المنطقة العربية، فلبنان من أولى الدول التي عانت من الطائفية، إذ شهدت حرباً عقديةً بين السنة والشيعة والمسلمين والمسيحيين في منتصف سبعينيات القرن الماضي. غير أن التوظيف الإعلامي للصراع الطائفي السني–الشيعي قد بلغ أوجه في العراق، خصوصا بعد سقوط نظام صدام حسين، فبعد الاحتلال الأمريكي لبغداد في مشهد جيو–دراميتكي، وظفت السلطات الأمريكية ورقة الفتنة الطائفية في تسييرها للعراق ما أفضى به إلى الانزلاق نحو الصراع الطائفي بين مختلف الطوائف الدينية المكونة لفسيفساء الدينية في العراق. مع توالي ظهور وسائط الإعلام لكل الجبهات المتقاتلة والمختلفة مذهبيا والتي حولت من مسار التفجيرات والتصفيات الجسدية والقتل الجمعي والاعتداء على المقدسات الدينية باسم الدين والعرق، إلى الساحة الإعلامية الفضائية التي شهدت هي الأخرى نفس كمية وحدّة خطابات الكراهية والتحريض الطائفي ضد الآخر.

ومع تغيير الأوضاع الجيو–سياسية في المنطقة العربية واكتساح وسائط الميديا الجديدة وبشكل خاص شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تشكل نمطا من أنماط الممارسة الحياتية، ومع ظهور حركات التغيير العربي التي عرفته دول كسوريا واليمن ومصر وتونس، وعرفت معه حالات الصراع الأهلي والإقليمي في المنطقة العربية، تزامنت فيها المطالب المنادية بالاستقلال السياسي وتغيير النظام، إلى إعادة انبعاث صدامات دينية

ومذهبية مع المختلف عقديا (الحالة السورية أنموذجا)، ترافق مع هذا التغيير ارتفاع في منسوب خطابات الكراهية والتحريض الديني في وسائط الإعلام الجديد الذي رصدته مؤسسات ومنظمات حقوقية، إذ تسمح وسائل الإعلام الجديد بتمثيل مختلف الطوائف الدينية والعرقية المعتدلة والمتطرفة والمتصارعة، وهو ما ينعكس على خطابها الإعلامي الذي يتركز أساسا على شبكة من المصطلحات والرموز التي ترتبط بالسياق الحضاري للمنطقة العربية، فضلا على اعتمادها موروثها التاريخي والديني. ليتمظهر الصراع السني/ الشيعي ضمن أشكال وتراكيب متنوعة ومختلفة في سياق البيئة الجديدة (الفضاء السيبراني).

إن كل ما سبق من تمظهرات الخطاب الطائفي في الشبكات الاجتماعية وتحديدا في "تويتر" يطرح إشكالية بحثية تتعلق بآليات التمظهر وبحث الخصائص التقنية والتفاعلية التي تسمح بتداولية وفاعلية الخطاب الطائفي عبر منصاته. لذا تتجه هذه الدراسة وتحاول تقديم قراءة تفكيكية لتجليات الخطاب الطائفي السني الشيعي في الـ"تويتر"، والتعرف على أبرز أطروحاته وقضاياه من خلال تحديد بنيته والقوى الفاعلة فيه وصولا إلى تحديد أليات استغلاله لخصائص وسمات شبكة تويتر لتحقيق فاعلية الخطاب الطائفي، وعلى هذا تبحث الدراسة في الإشكال التالي: **ما هي تجليات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في الـ"تويتر"؟**

2.تساؤلات الدراسة: ويمكن تفكيك إشكالية الدراسة إلى التساؤلات التالية:

أ. ما هي الأطروحات الرئيسية والفرعية للخطاب الطائفي السني–الشيعي في الـ تويتر؟

ب. ما هي الأطر المرجعية المحددة للخطاب الطائفي السني–الشيعي في الـ " تويتر"؟

ج. ما هي القوى الفاعلة في الخطاب الطائفي السني–الشيعي في الـ تويتر؟

د. ما هي الآليات الخطابية في الخطاب الطائفي السني–الشيعي في الـ تويتر؟

3.أهمية الدراسة.

تتجلى أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج إشكالية حديثة، تتمثل في تحديد أبعاد توظيف المرجعيات الدينية والسياسية في عملية بناء وإنتاج الخطاب الديني في تويتر وتأثير هذا التوظيف على الممارسات الاجتماعية عبر هذا الموقع الشبكي، وتتحدد خطورة هذا التوظيف الأيديولوجي من خلال الآثار الناتجة عن تداول هذا النوع من الخطابات الذي يستغل الحساسية الدينية والاختلافات المذهبية في ظهوره وانتشاره، ويتم بحث هذه الظاهرة من خلال رصد سرديات الخطاب الطائفي السني–الشيعي وتحديد آليات تمظهره في تويتر.

كما تبرز أهمية الدراسة كذلك في استخدامها تحليل الخطاب الرقمي في تويتر وذلك بالاعتماد على مقاربة التحليل النقدي للخطاب CDA، من خلال محاولة تفكيك بنية الخطاب الطائفي في شبكة التواصل

الاجتماعي "تويتر" وتحليل أطروحاته التي توظف السياق العام في عملية بناء وإنتاج الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر، ويرتكز التحليل النقدي للخطاب الطائفي السني-الشيعي في هذه الشبكة على ثلاثة أبعاد أساسية: تحليل الخطاب-تحديد الممارسات الخطابية-تحديد الممارسات الاجتماعية والثقافية للتيارات الاجتماعية والدينية والسياسية السائدة والتي يتشكل منها الخطاب كحدث اتصالي، وبالارتكاز على نظرية تحليل الأطر الإعلامية التي تفيد في البحث الكامن في المحتوى الإعلامي، ويتيح تطبيق النظرية إخراج الدراسة من مستوى الانطباع العام إلى مستوى التفكيك.

4. أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف أبرزها.

أ. تحديد أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في شبكة التواصل الاجتماعي " تويتر"

ب. تحليل القوى الفاعلة في الخطاب الطائفي السني-الشيعي في شبكة التواصل الاجتماعي " تويتر".

ج. تحديد الأطر المرجعية المحددة لسياق بناء الخطاب الطائفي السني-الشيعي في" تويتر".

د. تحديد الأدوات الخطابية في الخطاب الطائفي السني-الشيعي في شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر".

5.مفاهيم الدراسة:

أ. الخطاب الطائفي:

– الخطاب/ النص: "الخطاب" مصدر بمعني اسم الفاعل، وقد وردت هذه الكلمة في اللغة العربية بعدة معاني، تتميز في دلالتها اللسانية الحديثة وإن كانت تتقاطع معها، ومن هذه الدلالات "الكلام"، فوردت كلمة "خطاب" في اللغة العربية بمعني «الكلام»، وهذا ما ذهب إليه ابن فارس حين اعتبر الخطاب «كل كلام بينك وبين أخر»[1]. وأورد ابن منظور في لسان العرب كلمة "خطاب" بمعنى الكلام أو ما يتصل بالكلام المنشور المسجع[2] ومنه قوله تعالي: ﴿**وَشَدَدْنَا مُلْكَهُۥ وَءَاتَيْنَٰهُ ٱلْحِكْمَةَ وَفَصْلَ ٱلْخِطَابِ**﴾[3]، فسّر الزمخشري الخطاب بقوله: «إنه البين من الكلام الملخص، الذي يتبينه من يخاطب به ولا يلتبس عليه»[4]، يتضمن هذا التفسير العناصر الأساسية التي ينبي عليها الخطاب والمتمثلة في المتكلم والمخاطب، حيث يجب على المتكلم أن ينتج خطابا واضحا لا غموض فيه لكي يتمكن المخاطب من فهم قصده. فيما فسره النيسابوري بأنه: «القدرة على ضبط المعاني، والتعبير عنها بأقصى الغايات حتى يكون كاملا مكملا فهماً

[1] ابن فارس، **مجمل اللغة**، دراسة وتحقيق: زهير عبد المحسن سلطان، ط 2، مؤسسة الرسالة، المجلد الأول، ج2، 1986، ص 295.

[2] ابن منظور، **لسان العرب**، ط6، المجلد السابع، دار صادر، بيروت، 2008، ص 360.

[3] سورة ص، الآية 20.

[4] الزمخشري، **الكشاف**، ط1، دار الفكر، بيروت، 1977، ص 81.

مفهماً»[1]، ويتضح من التفسيرات السابقة أن كلمة "الفصل" هي التي أضافت إلى معنى الخطاب بيانا ووضوحا وقصدية[2]. ولفهم هذه الدلالات التي وردت بها كلمة خطاب سواء أكانت بمعنى الكلام أو مراجعة الكلام أو توجيه الكلام، بما يوحى بأن الكلمة متداولة في اللسان العربي قديما[3].

وتقابل كلمة "خطاب" في اللغة العربية كلمة "discours" في اللغات الأجنبية كالإنجليزية والفرنسية "discoure" وهي مشتقة من الأصل اللاتيني"discursus" من الفعل "discurere"التي تعني «الركض في عدة اتجاهات» واتخذ الخطاب معنى «طريق خطير للمحادثة والحوار»[4]، ويعتبر **هاريس Harris** أول من استخدم مصطلح "الخطاب" في مقال له بعنوان"analysis discourse" في مجلة "Language"عام 1952م[5]. عرفه **لالاند lalande** بأنه «التعبير عن الفكر وتطوره بواسطة متوالية من الكلمات والقضايا المتسلسلة المترابطة»[6] فهو كما جاء في موسوعته الفلسفية عبارة عن عمليات فكرية متوالية.

وبتطور البحث اللغوي صارت مدلولات الخطاب تسير في خطين رئيسيين أولهما: تحليل الخطاب وهو المجال الأسلوبي اللغوي، والثاني بعض الاستعمالات في النقد وما بعد البنيوي[7]. فعلى المستوى اللغوي يدل مصطلح "الخطاب" على كل كلام تجاوز الجملة الواحدة سواء كان مكتوبا أو ملفوظا يدركها كلا من المتحدث والسامع دون علامة معلنة أو واضحة[8]. ونستشف من هذا أن كلمة خطاب تعود إلى عنصري اللغة والكلام، فاللغة نظام رمزي يعبر به المتكلم عما يريده، فالكلام إنجاز لغوي فردي يوجهه المتكلم لأي شخص أخر هو المخاطب، وبما أن المصطلح الخطاب ارتبط بتطور درس اللسانيات ونظراً لتعدد مدارس هذا العلم وتعددت مدلولات مصطلح الخطاب لخصها الباحثون فيما يلي[9]:

❖ الخطاب بمعنى الكلام وهو المعني المعروف في اللسانيات البنيوية.

---

[1]مهى محمود إبراهيم العتوم، **تحليل الخطاب في النقد العربي الحديث دراسة مقارنة في النظرية والمنهج**، أطروحة دكتوراه، الأردن، 2004، ص 6، نقلا عن: النيسابوري، **تفسير غرائب القرآن ورغائب الفرقان**، مج 5، ج 17، 23، دار الكتب، القاهرة، 1962.

[2]مهى محمود إبراهيم العتوم، **مرجع نفسه**، ص 13.

[3]مرزوق العمري، **إشكالية تاريخية النص الديني: في الخطاب الحداثي العربي المعاصر**، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2012، ص 73.

[4]فضيل دليو، **منهج تحليل الخطاب: تعدد مفاهيمي وإجرائي**، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 5، 2019، ص31

[5]فضيل دليو، **مرجع نفسه**.

[6]André Lalande**, *vocabulaire technique et critique de la philosophie***, pressesuniversitaires de France,paris, 1996, pp, 277, 278.

[7]مرزوق العمري: نقلا عن: سعد البازعي وميجان الرويلي، **دليل الناقد الأدبي**، ط2، المركز الثقافي العربي، ص 88.

[8]مرزوق العمري، **مرجع سابق**، ص 74.

[9] إبراهيم صحراوي: **تحليل الخطاب**، ط1، دار الأفاق، الجزائر 1999، ص ص 9،12.

- ❖ الخطاب بمعنى الرسالة أو المقول ويرد من هذا المعني باعتباره استناد إلى فاعل وباعتباره أيضا وحدة لغوية تتجاوز أبعاد الجملة.
- ❖ الخطاب بمعني المقول منظورا إليه من زاوية الميكانزمات الخطابية المتحكمة أو المكيفة له وهكذا يصبح البحث في ظروف وشروط إنتاجه تجعل منه خطابا.
- ❖ الخطاب بمعنى المقول الذي يفترض متكلما ومستمعا شريطة أن تكون لدى الأول نية التأثير في الثاني.

ظهر مفهوم "الخطاب **discours**" واتخذ أبعاداً أبستمولوجية مستقلة، فقد ارتبط بظهور مؤلفات **ميشال فوكو M.Foucault** ذلك أن رؤيته العميقة للخطاب وعلاقته بالمجتمع تُعدّ من أهم الموجهات للثقافة العربية الحديثة، إذّ أنه يقف عند الحدود التي صنعت عقلانية الحضارة الحديثة منذ مطلع القرن السابع عشر[1]. ويعرف **فوكو M.Foucault** الخطاب بأنه: «شبكة معقدة من العلاقات الاجتماعية والسياسية والثقافية التي تبرز فيها الكيفية التي تنتج فيها الكلام كخطاب ينطوي على الهيمنة والمخاطر»[2]، فالخطاب عند فوكو موضوع للرغبة والسلطة فأشكال المنع الذي تلحقه تكشف باكرا وبسرعة ارتباطه بالرغبة والسلطة ومن المستغرب في ذلك مادام الخطاب ليس فقط هو ما يظهر أو يخفي الرغبة لكنه أيضا موضوع السلطة، وما دام الخطاب ليس فقط ما يترجم الصراعات أو أنظمة السيطرة لكنه هو ما نصارع به ومن أجله، وهو السلطة التي نحاول الاستلاء عليها[3].

فيما يعتبره **إيميل بنفنست Èmile Benveniste** بأنه «ملفوظ منظور إليه من وجهة آليات وعمليات اشتغاله في التواصل، وهو كل تلفظ يفرض متكلماً ومستمعاً عند الأول بهدف التأثير على الثاني بطريقة ما»[4]، ويتركز هذا التعريف على ديناميكية العملية التواصلية التي تشكل المنتوج النهائي والمقصدي من بناء وإنتاج الخطاب. كما عرف **إيميل بنفنست** الخطاب في موضع آخر بقوله «كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر محددة من المتكلم أو الكاتب وتفترض بعد التأثير على السامع أو القارئ مع الأخذ بعين الاعتبار مجمل الظروف والممارسات التي يتم فيها»[5]. أما **تودوروف Todorov** فقد عرّف الخطاب بأنه «منطوق أو فعل كلامي يفترض وجود راوٍ ومستمع، وفي نية الراوي التأثير على المستمع بطريقة ما»[6]، أي أن الخطاب يفترض

---

[1] جورج طرابيشي، **معجم الفلاسفة**، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1987، ص 432.

[2] مرزوق العمري، **مرجع سابق**، ص 89.

[3] **مرجع نفسه**.

[4] ابن منظور، **لسان العرب**، ط6، المجلد السابع، دار صادر، بيروت، 2008، ص 17.

[5] Emil benvenist, ***problémes de l'inquistiquegénirale***, gallimard paris, 1974, p 13.

[6] تودوروف، **اللغة والأدب في الخطاب الأدبي**، تر: سعيد الغانمي، المركز الثقافي، بيروت، 1993، ص 48.

وجود طرفين: يهدف الطرف الأول التأثير على الطرف الثاني وبالتالي تقع عملية الاتصال بنموذجها التفاعلي القائم على تداول الفعل الاتصالي بين المرسل والمستقبل. من خلال هذا التعريف يمكن الوقوف على عدة متغيرات منها[1]:

أ. **الوظيفة الاتصالية للخطاب**: فقد أصبح أهم آلية في تحديد طرق الاتصال كوظيفة أساسية من وظائف اللغة، خاصة لاهتمامها بأطراف الكلام المختلفة ومجمل الظروف التي يتم فيها، ولهذا من الباحثين من ذهب إلى أن الخطاب صار من أبرز الظواهر التي يعتمد عليها في تحديد طرق الاتصال وضبط بنية التعبير.

ب. **جانبا الخطاب**: من خلال التعريفين السابقين يمكن الوقوف على جانبي الخطاب؛ فله جانبين اثنين أحدهما المتكلم أو الكاتب والثاني المستمع أو القارئ، وكلاهما مهم في تأسيس الخطاب، لأن المتكلم يريد تقديم فكرة أو يبلغ وجهة نظر معينة وهو بذلك ينشئ خطابا، والمستمع أو القارئ يتلقى فكرة المتكلم أو الكاتب بطريقته الخاصة فينجز تأويلا لكلام الباث وتأويله خطاب أيضا.

ج. **ماهية الخطاب**: تتمثل في بناء من الأفكار تم بطريقة استدلالية، فيشكل بذلك مقولة الكاتب البعيد عن المعاني والذاتية والمصوغ في بناء استدلالي[2].

أما تداخل مصطلح "**الخطاب discours**" مع "**النص text**" فهو تداخل يكاد يكون شائكاً، إذ يجعله بعض اللسانيين مترادفين، فيما يتم التمييز بينهما لدى باحثين آخرين، نظراً لتعدد مجالات المحللين وتخصصاتهم وفرض كل حقل معرفي مسلماته وإشكالاته على المصطلح[3]، فالنص على حدّ تعبير **بول ريكور Paul Ricoeur** «خطاب إلاَّ أنه دوّن وكتب»، ونستنتج أن النص يسعى لإنشاء علاقة بين القارئ والكاتب، فالقارئ غائب أثناء كتابة النص، وكاتب النص غائب بعد ولادة نصه ووقوعه بين يدّى القارئ، فلا توجد علاقة حوارية وتخاطبية بين كاتب النص وقارئه كما هو الحال في الخطاب، وهذا ما ذهب إليه **رولان بارث Rolan Barth** فالمؤلف عنده يموت بميلاد النص ووقوعه بين يدي القارئ، إذ يقول ينبغي أن تكون ولادة القارئ على حساب موت الكاتب، وعلى خلاف مفهوم النص فالخطاب ينشئ أيضا علاقة بين مستمع وقائل، لكن العلاقة بين القائل والمستمع لا تولد القراءات النصية للنص كما في النص، لأن صاحب

[1] سعيد البازعي وميجان الرويلي، **دليل الناقد الأدبي**، ط2، المركز الثقافي العربي،2000، ص 99.

[2] سعيد البازعي وميجان الرويلي، **مرجع نفسه**، ص 89.

[3] جمال محمد أحمد التميمي، **التحليلي اللغوي في الخطاب الصحفي: دراسة نظرية**، مجلة أمارابك، المجلد 10، العدد 32، 2019، ص92.

الخطاب موجود وثمة علاقة تحاورية بينه وبين المستمع، لذا تتجدد وجهة النظر والفكرة، فلا يستطيع السامع أن ينتج فكرة لم يردها صاحب النص[1].

ويعارض **جون ديبوا Jean Dobois** فكر ريكور في اقتصاره على حده لمفهوم النص على الكتابة، فجعل مرتكز تكوينه على الكلام الملفوظ عندما قال: «النص مجموع من الملفوظات اللغوية الخاضعة للتحليل، فهو إذا عينة من السلوك الإنساني المنطوق أو المكتوب»[2]، فيما عرف **بوجراند** النص معتمدا في ذلك على نصيته المتحققة بسبعة معايير في قوله: «النص حدث اتصالي تتحقق نصيته إذ اجتمعت له سبعة معايير وهي[3]: **الربط، التماسك، القصدية، المقبولية، الإخبارية، الموقفية، التناص**».

ويشكل "النص" شكلا لغويا يمتاز بطول معين، ويمكن أن يتطابق مع جملة أو مع كتاب كامل ويعرف باستقلاليته وانغلاقه ويشكل نظاما مختلفا عن النظام اللغوي ولكنه يوجد في حالة تعالق معه، وبالمفهوم **اليلامسلافي Hjellmslev** فإن النص إحالي، لأنه يأتي في الدرجة الثانية بالقياس إلى نظام الدلالة، وهو ما يعنى أن النص نظام لغوي يتجاوز الدلالة المعجمية البسيطة ونموذج التواصل اليومي[4]، إن النص في حقيقته لا يعدو أن يكون شكلا لغويا ذا وظيفة تواصلية وتخاطبية، مكوناً من نسيج لغوي مترابط نطقا وكتابة، ويظهر هذا جليا في تعريف **فان دايك Van Dijk** للنص حيث يقول: «النص علامات لغوية ذات أشكال خاصة منتظمة منطوقة أو مكتوبة، على أن تكون العلامات دالة وظيفية في التواصل الإنساني»، فيما يعرف **شميتSchmitt**النص بأنه «كل تكوين لغوي منطوق من حدث تواصلي في إطار عملية تواصلية محددة من جهة المضمون، ويؤدي وظيفة اتصالية يمكن ايضاحها»[5].

أما **فوكو** فيقارن بين الخطاب والنص، فيري أن الخطاب أكثر شمولية من الكلام والنص والكتابة، فهو يعتبره "مصطلح لساني متميز عن النص والكلام والكتابة وغيرها وبشموله لكل إنتاج ذهني سواء كان نثراً أو شعراً منطوقاً أو مكتوباً، ذاتياً أو محسوساً، في حين أن المصطلحات الأخرى تقتصر على جانب واحد،

---

[1] جمال محمد أحمد التميمي، **التحليلي اللغوي في الخطاب الصحفي: دراسة نظرية، مرجع سابق**، ص 92.

[2] ابراهيم أحمد محمد شويحط، عبد القادر مرعي خليل، **فض الشراكة المفاهيمية بين النص والخطاب**، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، ملحق 4، 2016، ص ص 1، 10.

[3] ابراهيم أحمد محمد شويحط، عبد القادر مرعي خليل، **مرجع نفسه**.

[4] حسين خمري، **نظرية النص: من بنية المعنى إلى سيميائية الدال**، ط1، منشورات الاختلاف، بيروت، 2007، ص ص، 43، 46.

[5] ابراهيم أحمد محمد شويحط، عبد القادر مرعي خليل، **مرجع سابق**، ص ص 1، 10

ويستحدث **النكري** وظيفة أخرى مشتقة من الوظيفة التواصلية وهي الوظيفة الإفهامية، وعلى هذا يصبح الخطاب وسيلة يتشكل بترابطها المنطقي الهدف منها وهو الإفهام[1].

ب. الطائفية: اسم منسوب إلى الطائفة، وهو مصدر صناعي تعني تعصب لطائفة أو جماعة ذات مذهب معين، والطائفية تعني التعصب لطائفة معينة، شخص طائفي متعصب إلى طائفة ذات مذهب معين[2].وقد وردت الإشارة إلى الطائفة بالمعنى اللغوي في القرآن الكريم كما في قوله تعالى: ﴿**إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلاَ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعاً يَسْتَضْعِفُ طَآئِفَةً مِّنْهُمْ يُذَبِّحُ أَبْنَآءَهُمْ وَيَسْتَحْيِۦ نِسَآءَهُمْ إِنَّهُۥ كَانَ مِنَ الْمُفْسِدِينَ**﴾[3]. وتشير المادة المعجمية (ط.و.ف) عن استعمال عام يتمحور حول معان أساسية هي[4]: **الحركة الدائرية:** إذ يعتبر من أهم المعاني التي تدل عليها المادة اللغوية طوف، إذ يقال: أطاف فلان بالأمر؛ أي أحاط به، وفي التنزيل الحكيم ﴿**وَيُطَافُ عَلَيْهِم بِـَٔانِيَةٍ مِّن فِضَّةٍ وَأَكْوَابٍ كَانَتْ قَوَارِيرَاْ**﴾[5]، وقيل طاف به حام حوله، والطواف بالبيت هو الدوران حوله، **والطائف:** مدينة بالغور، يقال إنما سميت طائفا للحائط الذي كان قد بني حولها في الجاهلية، الطوفان من كل شيء ما كان محيطا مطيّفاً بالجماعة كلها كالغرق الذي يشتمل على المدن الكثيرة، وقد ترتبط هذه الحركة الدائرية بزمن معين، فيقال: أطاف به وحوله، طوفه ليلا، وفي التنزيل الحكيم ﴿**فَطَافَ عَلَيْهَا طَآئِفٌ مِّن رَّبِّكَ وَهُمْ نَآئِمُونَ**﴾[6]، وقد يضاف إلى الحركة تدقيق موصول بصفة الطائف وحاله، قال أبو الهيثم: الطائف هو الخادم الذي يخدمك برفق وعناية، قال تعالي: ﴿**طَوَّٰفُونَ عَلَيْكُم بَعْضُكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ ٱللَّهُ لَكُمُ ٱلْآيَٰتِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ**﴾ وتعنى كذلك كلمة " طائفة" جماعة من الناس أو فرقة منهم، قال تعالي: ﴿**وَإِن طَآئِفَتَانِ مِنَ ٱلْمُومِنِينَ ٱقْتَتَلُواْ فَأَصْلِحُواْ بَيْنَهُمَاۖ فَإِنۢ بَغَتِ ٱحْدَىٰهُمَا عَلَى ٱلْأُخْرَىٰ فَقَٰتِلُواْ ٱلَّتِي تَبْغِي حَتَّىٰ تَفِيٓءَ إِلَىٰٓ أَمْرِ ٱللَّهِۚ فَإِن فَآءَتْ فَأَصْلِحُواْ بَيْنَهُمَا بِٱلْعَدْلِ وَأَقْسِطُوٓاْۖ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُقْسِطِينَ**﴾[7]، وفي التنزيل الحكيم في قوله تعالي: ﴿**وَلْيَشْهَدْ عَذَابَهُمَا طَآئِفَةٌ مِّنَ ٱلْمُومِنِينَ**﴾[8].

[1] ابراهيم أحمد محمد شويحط، عبد القادر مرعي خليل، **مرجع سابق**، ص 1، 10.

[2] سعيد البازعي وميجان الرويلي، **مرجع سابق**، ص 17.

[3] سورة القصص الآية 4.

[4] ابن منظور، **مرجع سابق**، ص 16.

[5] سورة الإنسان، الآية 15.

[6] سورة القلم الآية 19.

[7] سورة الحجرات، الآية 9.

[8] سورة النور، الآية 2.

أما في الثقافة الغربية فمصطلح **Secta** المشتق من **sequi** يحيل على معنى التبعية، ومنه اشتق المصطلح الفرنسي **sectarisme** والإنجليزي **sectarianism**، وأخذ المصطلح دلالات سلبية، فكلا المصطلحين **sectaire** أو **sectarisme** لهما معنى سلبي تحقيري للتنديد بمواقف لا تقبلها الحضارة المعاصرة[1].

إن استحضار مفهومي "الطائفة" و"الطائفية" المعاصرين يكشف عن نسب دلالي لهما مع مختلف صيغ المادة اللغوية، ولكنها دلالات تم نقلها من المستوى المادي إلى المستوى المجرد، فالحركة الدائرية الحسية في الاستعمال اللغوي العام يقابلها في المستوى الاصطلاحي الدقيق فعل الالتفاف والتضامن والتناصر والالتحام بين أبناء الطائفة الواحدة، وتحيل تلك الحركة على معاني الانغلاق واكتفاء بمن هو داخل الدائرة، ورفض لمن يقع خارجها، إنها فعل الإقصاء وإبعاد في اتجاه الخارج و الالتحام وتجاذب في اتجاه الداخل، ولابد لحركة الجذب تلك من قطب تتم عليه حركة الالتفاف والدوران، قد يكون فكرة دينية أو عرقية تقوم بها جماعة تمثل جزءاً من المجتمع[2]، وبذلك يؤصل مصطلح الطائفية من فكرة المركزية التي تلتف حولها الجماعة التي تشترك في أيديولوجيا معينة تمثل نقطة التفاف الجماعة واتحادها.

ويؤصل المعنى اللغوي الدلالة الاصطلاحية للطائفية؛ فالطائفية هي الجماعة، أي جماعة من الناس يجمعهم مذهب واحد أو رأي واحد أو مصلحة مشتركة أو معتقد واحد كالطوائف الدينية[3]، فالطائفية ترتبط بالدين والمعتقد، وتعكس مسيرة الفكر الديني في علاقته بالاتباع والتقليد، لذلك ارتبطت الطائفية بالتعصب والغلو فيه والتمسك الضيق الأفق بعقيدة أو فكرة دينية، مما يؤدي إلى الاستخفاف بآراء ومعتقدات الآخرين، ومحاربتها والصراع ضدها وضد الذين يحملونها[4]، وهذا يعني أن الطائفية عاطفة انفعالية تستثمر في مجال العاطفة وتوظف الذاكرة وتخاطب في الناس انفعالات راكدة كامنة في غياهب الذاكرة[5]، وبالتالي في تستجدي العاطفة في تفاعلاتها وانفعالاتها وتحيد بالعقل القائم على استحضار المدركات العقلية والمنطقية، فتأسيس الطائفية ذهني وانفعالي.

---

[1] علي بن مبارك، **الطائفية ومقومات الخطاب الطائفي: تأملات واستشرافات**، الطائفية، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، 2016، ص 47.

[2] علي بن مبارك، **مرجع نفسه**.

[3] ينظر: جلال الدين محمد صالح، **الطائفية الدينية: بواعثها، واقعها، مكافحتها**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض: دار جامعة نايف للنشر، 2016.

[4] عبد الوهاب الكيالي وآخرون، **موسوعة السياسة**، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1979، ص 768.

[5] علي بن مبارك، **مرجع سابق**، ص47.

ويعرف **بيتر بيرغر Peter Ludwig Berger** الطائفية على أنها "شكل من أشكال الرابطة الدينية بلا منازع، وأن الطائفة هي ذات الشكل التي تظهر نتيجة التأثير المباشر لدين"[1]، وينطلق هذا التعريف من تحديد أبرز أنواع الطائفية التي تتخذ من العباءة الدينية مبرر لها يسوغ الفعل المتطرف كأحد مخرجات ممارسة السلوك الطائفي الديني. وهذا الطرح هو نفسه الذي قدمه كلا من **ماكس فيبر Max Weber وأرنست ترولتش Ernst Troeltsch** حين عرّفا "الطائفية" بأنها: «مجموعة من المؤمنين بمبادئ معينة ذات عضوية اختيارية أو تعاقدية»[2]، فالخيار القائم الذي تستند إليه الطائفية هي الميول نحو الدين ودرجة التمسك بيه إلى أن تتحول إلى سلوك متعصب باسم الجماعة، ويظهر هذا التباين بين الجماعات المذهبية والدينية.

كما يقدم **عبد الوهاب الكيلاني** وآخرون من الكتاب العرب تعريفاً مهماً للطائفية حين اعتبروها «كل نزعة سلطوية وعصبية وفئوية تستغل الدين من أجل التعبئة والنفوذ وبالتالي هي بعيدة عن القيم الروحية والمثل والدين وتعاليمها، لأنها نوع من التحزب السياسي لأغراض دنيوية وهي تُسخرّ الدين وتستغله من أجل تحقيق أهدافها وبرامجه»[3].

وبين التعريف اللغوي والاصطلاحي الذي يدّلل على عملية انزياح دلالي واضح في تعريف الطائفية التي تعبر عن الجماعة وصولا إلى اعتبارها نزعة تستغل الدين وتعتمد على الشحن والتوتر العاطفي للتقاطع مع مفاهيم التعصب والغلو والتطرف في مبدأ إقصاء وإلغاء الآخر عقديا ومذهبيا وعرقيا وجغرافيا لصالح مصالح فئة ضيقة محدودة، وبالتالي يمكن اعتبار الطائفية ظاهرة دينية تراكمية مبينة على إثارة العاطفة الدينية واستجداء الذاكرة العقدية وصولا لتكريسها كسلوك انفعالي قائم على تكريس التقابلات الضدية المبينة على تحديد تموضع الأنا والآخر الديني في خطابها الديني.

الخطاب الطائفي.

تعرفه **نجلاء إسماعيل أحمد** بأنه: «خطاب عاطفي يتكئ غالبا على الدين ويستحضر التاريخ التصادمي بين الطوائف المختلفة، ويسعى لخلق الأكاذيب والشائعات، ويهدف إلى إيجاد الفتن المؤدية إلى الاحتراب الطائفي، كما يعتمد الإساءة للآخر والتحريض عليه وإهانته والتقليل من شأنه وازدرائه عبر مختلف

[1] عبد اللطيف فاروق، **الطائفية قراءة في المفهوم ودلالاته**، فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء، الرياض، رئاسة البحوث العلمية والإفتاء، 2014، متاح على الموقع الإلكتروني http://fekr-online.com تم تصفحه يوم: 25 /2019/07.

[2] **مرجع نفسه**.

[3] عبد الوهاب الكيالي وآخرون، **مرجع سابق**، ص 786.

وسائل الإعلام»[1]. ويُعرفه **لعياضي** بأنه: بأنه «توسيم نوع معين من الخطاب الديني المتعصب والدوغماتي الذي يتسم برفض للرأي المخالف لرأي الطائفة التي يتحدث باسمها والمعبر عن قناعة بأنه مالك الحقيقة دون غيره، وبالتالي فهو غير قابل لأي توافق في الرأي»[2]. ولقد تطورت دلالة الخطاب الطائفي لتكتسب تضمينات سلبية تعبر عن التشدد والتعصب في السياسة والدين والفكر وعدم التسامح، باستعمال خطاب تحريضي يدعو للكراهية وإقصاء الآخر باسم الدين. فالخطاب في هذه الحالة ليس ما يترجم صراعات الطائفية أو ما تصارع به فحسب، بل يتحول إلى سلطة دينية يجب الاستلاء عليها، فهو يرتكز علي خطاب هوية مضخم ومأزوم وموهوم، تثير هويات الحركات الدينية المتشددة عدة إشكاليات في زمن تداخلت فيه الانتماءات وتعقدت[3].

فالخطاب الطائفي خطاب مؤدلج متشابك الدلالات ومشحون عقديا يعمل على إثارة الشائك الديني ويسعي لتوظيف الرموز الدينية والهوية المذهبية والاختلافات الطائفية لخدمة مصالح معينة يتم تسويقه عبر وسائل الإعلام المختلفة.

ب. شبكات التواصل الاجتماعي: انتشر مصطلح "شبكات التواصل الاجتماعي **Social networks**" بشكل كبير، واكتسح استخدامه مختلف مجالات النشاط الإنساني، وبدأ يستخدم بشكل واسع في مختلف التخصصات، ولقد ظهرت مجموعة من التعاريف والمصطلحات التي تصف هذا المفهوم سواء في الدراسات العربية أو الغربية.

تعرف **الشبكات الاجتماعية** بأنها «مصطلح يطلق على مجموعة من الموقع على شبكة الأنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب 2.0 تتيح التواصل بين الأفراد ومنظمات الأعمال في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، منظمة...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للأخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض»[4] ويحدّ هذا التعريف من آليات التواصل التي تتيحها الشبكات الاجتماعية القائمة بالإساس على إتاحة فضاءات أوسع للاتصال والتواصل والتفاعل بين مختلف مستخدمي مواقع التشبيك الاجتماعي.

---

[1] نجلاء إسماعيل أحمد، **الإعلام الطائفي**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص 7.

[2] نصر الدين لعياضي، **الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية: كلفة الخطاب وتداعياته**، مركز الجزيرة للدراسات، 2015، ص 7.

[3] نصر الدين لعياضي، **مرجع نفسه**.

[4] سفيان ساسي، **سيسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي**، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، مجلد 10، العدد 3، 2017، ص 310.

كما تعرف أيضا بأنها «تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على أخرين يشتركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينتج عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية»[1] وتبرز أهمية هذه المواقع في تحقيقها التفاعلية اللازمة والمطلوبة للتواصل في المجتمعات الافتراضية.

تنوعت أشكال وأهداف الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين ومصممي الجرافيكس، وتقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علنا حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة إلخ[2].

كما تعرف كذلك بأنها «مواقع إلكترونية تسمح للأفراد بالتعريف عن أنفسهم والمشاركة في شبكات اجتماعية، ويقومون من خلالها بإنشاء علاقات اجتماعية»[3]، وتتكون هذه الشبكات من مجموعة من الفاعلين الذين يتواصلون مع بعضهم البعض، ضمن علاقات محددة مثل الصداقات أو أعمال مشتركة أو تبادل معلومات وغيرها، وتتم المحافظة على وجود هذه الشبكات من خلال استمرار تفاعل الأعضاء فيما بينهم[4]. وتتجه الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي إلى بناء منابر للتعبير السياسي والثقافي والمساهمة في إثراء المجال العمومي وهو الأمر الذي ظهر جلياً في الكثير من الحركات السياسية والاجتماعية والدينية التي استغلت المزايا التواصلية والتفاعلية في إثراء أطروحاتها وتسويق أيديولوجياتها عبر منصات الميديا الاجتماعية.

ويعرف **بالاس** على أنها «برنامج تستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الأنترنت أين يمكن الأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للأسباب المتنوعة»[5]. وتتيح شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية التواصل مع ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة وهو ما يسمح لهم بمشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع

[1] محمد جابر، **مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي**، متاح على http://goo.gl/2tpfmu تم تصفحه: 24/ 07/ 2019.

[2] مازن الدراب، **موقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها**، متاح على الرابط: http://knol.google.com/k/mazen-aldarrab تم تصفحه بتاريخ: 2019/07/02.

[3] Lxue Bai A & Oliver Yao, ***facebook on campus; the use and friend formation in online socail network, college of business and economics***, lehigh university, 2010 ,p2 (online) ://ssrn.com/abstract=1535141

[4] Amy Y,Chou, David, C, Chou, ***Information System Charateristics and socialnetwork software***, 2009, 336 (online) www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf

[5] حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2014، ص 84.

الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية[1]، ونتيجة ذلك تتأسس المجتمعات الافتراضية القائمة على بناءات رقمية تتحقق بمجرد استخدام مجموعة المواقع الإلكترونية التي تسهم في خلق التفاعلية في البيئة الميدياتيكية.

ويعرف **بريس ومالوني كريشمار Preece & Maloney Krichmar** مواقع التواصل الاجتماعي أنها «مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج، ومن أشهر هذه المواقع: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب... وغيرها»[2]. أما **Livingstone** فعرفها بأنها «مواقع تتيح فرصة الاتصال بين الأفراد بشكل واسع، والتقارب بين الأنشطة المختلفة التي يمارسونها والمتمثلة في رسائل البريد الإلكتروني والرسائل العامة، وإنشاء الموقع وألبومات الصور أو الفيديو، وغيرها، أي أن هذا التعريف يصف شبكات التواصل الاجتماعي بأنها إحدى خدمات الويب التي تمكن المستخدمين من الاتصال فيما بينهم وتقاسم المعلومات وتبادل مختلف المواضيع ذات الاهتمام»[3].

وتأسيسا على ما سبق يمكن اعتبار شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن مجموعة الفضاءات ومواقع الميديا الاجتماعية التي تسهم في تكوين مجتمعات افتراضية قائمة على مبدأ التشبيك الاجتماعي ضمن البيئة الميدياتيكية وتشترك في مجموعة من الخصائص والمزايا مثل الاهتمامات المشتركة والأصدقاء وغيرها والتي تسهم في قولبة نمطية يتم بناء عليها تصنيف هذه المجتمعات وفق توجهاتها وأيديولوجياتها وهو ما يتيح ثراء المساحة التفاعلية والتشاركية والتواصلية والاجتماعية من أشهر هذه المواقع: فيسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها.

ج. **التويتر Twitter**: يعتبر موقع " تويتر شبكة اجتماعية يستخدمها ملايين الناس في جميع أنحاء العالم للبقاء على اتصال مع أصدقائهم ورفاقهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكومبيوتر الخاصة بهم أو الهواتف النقالة، وتسمح واجهة تويتر بنشر رسائل قصيرة تصل إلى (280) حرف ويمكن قراءتها من طرف مستخدمي الموقع، ويمكن للمستخدم أن يعلن متابعته لأحد الشخصيات وفي هذه الحالة يُبلغ هذا الشخص في حال ما إذا هذه الشخصيات قد وضعت مشاركة جديدة. كما يعرفه **جروسك وهولوتسك Grossek &**

[1] حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، مرجع سابق**، ص 84.

[2] مريم نريمان تومار، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك**، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2011/ 2012، ص 44.

[3] مريم نريمان تومار، **مرجع نفسه**.

Holotescu أنه «عبارة عن المدونات الصغيرة وهي تقنية الويب **web** 2.0 وشكل جديد من المدونات التي تسمح للمستخدمين بنشر نص مختصر على الأنترنت»[1].

يمثل التويتر خدمة إلكترونية مجانية، أنشأته شركة **Odvious** الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو في عام 2006، ويستطيع أي شخص من خلاله نشر الأخبار والأحداث والتعبير عن آراءه لعامة المستخدمين[2]، وتسمح هذه الشبكة بمشاركة واكتشاف الأحداث حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: ماذا يحدث الآن **What's happening now** ويجعل الإجابة تنشر إلى الملايين عبر العالم على الفور. ويعد موقع تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الأنترنت من مصادر رسمية وغير رسمية. والتويتر موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008، والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام واحتجاجات الانتخابات الإيرانية 2009. ولقد أصبح تويتر جزءا من نظم وسائل الإعلام المختلفة حيث يمكن للمستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام[3].

يعتبر موقع التدوين المصغر التويتر من أبرز وأهم منصات الإعلام الاجتماعي استخداما وتفاعلا، فهو شبكة للتواصل الافتراضي تتيح للمستخدمين التعبير بدقة وإيجاز عن أراءهم وأفكارهم وتوجهاتهم الفكرية والمعرفية والسياسية والدينية، ومنصة إعلامية مفتوحة لنشر الأخبار والأحداث تحت طائلة حرية التعبير وحرية النشر.

د. الخطاب الديني: تتعدد تعريفات الخطاب الديني بتعدد وتنوع المرجعيات الفكرية التي يستند إليها الباحثون والمفكرون في سياق تقديمهم لمفهوم واضح ودقيق للخطاب الديني[4]، وتشير في مجملها إلى أن الخطاب الديني هو ذلك الخطاب الصادر عن المؤسسة الدينية مهما كانت مرجعيتها الفقهية التي تستند إليها، أو هو الخطاب الذي يوجه باسم الدين إلى عموم معتنقي الدين فيما تتجه بعض التعاريف إلى ربط الخطاب الديني بالمضمون

[1] نوراة بنت سعد بن أحمد العتيبي، **فاعلية شبكة التواصل الاجتماعي تويتر (التدوين المصغر) على التحصيل الدراسي وتنمية مهارات التعليم التعاوني لدى طالبات الصف الثاني ثانوي في مقرر الحاسب الآلي**، أعمال المؤتمر الدولي الثالث، للتعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد، الرياض 2013، ص ص 1، 21.

[2] خولة غانم المرى، **تأثير التويتر على طبيعة عمل عينة قصدية من الإعلاميين في القنوات الخليجية**، رسالة ماجستير، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 42.

[3] مريم نريمان تومار، **مرجع سابق**، ص 59.

[4] نشير في هذه الدراسة إلى تداخل المفاهيم فيما يتعلق بالخطاب الديني والإعلام الديني والإعلام الإسلامي وكلها تشترك في مركزية مصدر ومرسل الخطاب المتمثل في المؤسسة الدينية.

المتصل بالأصول الإسلامية أو المستند إليها، أي أنه كل خطاب يستند إلى الأصول الإسلامية أو يستند منها مضامينه.

ويعرف **محمد سيد محمد** الخطاب الديني بأنه «جزء من الإعلام الإسلامي، أي أنه الإعلام المتخصص في المسائل المتعلقة بالجانب الديني»، ولذلك أدخل في الإعلام الديني ما يلي[1]:

- الصفحات الدينية في الصحف والصفحات الثابتة فيها.
- البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي.
- المسلسلات والبرامج الدينية التي تعكس الثقافة الإسلامية.
- المواد التي تعالج المناسبات الدينية مثل البرامج الدينية الرمضانية.
- برامج عرض وتجويد القرآن الكريم.
- الأفلام التسجيلية عن الآثار الإسلامية والأحكام الإسلامية.

والخطاب الديني هو الخطاب الذي يستند إلى مرجعية دينية، من أصول الدين الثابتة: القرآن والسنة، سواء كان منتج الخطاب منظمة إسلامية أو مؤسسة دعوية رسمية أو غير رسمية أو أفرادا متفرقين، سعيا لنشر دين الله عقيدة وشريعة وأخلاقا، ومعاملات[2]. ويشكل الخطاب الديني الإسلامي جزءا من الإعلام الديني الإسلامي ويُعرف هذا الأخير بأنه «استخدم منهج إسلامي بأسلوب فني يقوم به المسلمون عالمون عاملون بدينهم متفقهون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المتحضرة والأخبار الحديثة والقيم والمبادئ والمثل للمسلمين ولغير المسلمين في كل زمان ومكان في إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد لإحداث التأثير المطلوب»[3].

وأيضا يعرف الخطاب الديني **the religious Discoure** بأنه «عبارة عن منظومة فكرية تحتوي مفاهيم ومقولات النظرية الإسلامية، التي تعين الفرد في حيز أحد جوانب الواقع الاجتماعي، التي تسعى إلى تقديم مجموعة من التصورات الإسلامية والدلالات النظرية حول إحدى قضايا الواقع الاجتماعي أو إشكالاته المتباينة، التي تم إنتاجها في السياق التاريخي الذي صاحب الفكر الإسلامي منذ سبعينات هذا القرن»، إن

[1] نور الدين لبجيري، **الخطاب الديني في وسائل الإعلام: بين الفعالية والأصالة**، المعيار، 43، جانفي 2018، ص ص 1، 14.

[2] عبد السلام حمود الأنسي، **مفهوم الخطاب الديني** متاح على موقع: http://www.assakina.com/news/news1/27831.html#ixzz3ViZvoRaB تم تصفحه: 28/12/ 2019 على الساعة 21:12.

[3] عبد الوهاب كحيل، **الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي**، ط1، عالم الكتب، بيروت، 1985، ص 29.

استخدام مصطلح الخطاب من خلال السوسيولوجيا، وهو ما يساعدنا على فهم السيرورة التاريخية العامة للخطاب في ضوء العلاقة الجدلية بين الجانب النظري والمعرفي وبين الممارسة الاجتماعية والسياسية. تلك التي تساعد في الوقوف على التحليل الموضوعي التاريخي للبنى الاجتماعية والأيديولوجية[1].

الإعلام الديني الإسلامي «عبارة عن خطاب إعلامي يعتمد على أسس دينية إسلامية، تقوم بإنتاجه المؤسسة الدينية الإسلامية على اختلافها، وتعتمد فيها على وسائل الإعلام لتصدير خطابها إلى جمهورها. وبالتالي يصبح الخطاب الديني ممارسة اجتماعية دينية ينقل فيها القائم بالاتصال جملة من الأفكار والتصورات والمعاني الدينية الإسلامية إلى جمهور يتسم بصفات دينية محددة وبالتالي يتأسس خطاب إعلامي ديني موجه إلى متلقي معين له مجال مشترك فقهي وديني يتناغم ويتوافق مع القائم بالاتصال يعتمد فيها على وسائط إعلامية متعددة تقليدية وجديدة أبرزها الفضائيات الدينية وشبكات التواصل الاجتماعي.

هـ. **السنة والشيعة:** تعرف السنة في اللغة بأنها الطريقة والمنهاج، وسنة الرسول ﷺ معناها طريقته، وفي لسان العرب لابن منظور "السنة" والتسنن، تعني الطريقة المحمودة المستقيمة، ولذلك قيل فلان من أهل السنة بمعنى إنه من أهل الطريقة المستقيمة المحمودة وهي مأخوذة من السنن وهو الطريقة ويقال للخط الأسود على متن الحمار: سنة. والسنة تعنى كل ما صدر عن الرسول ﷺ من قول وفعل وتقرير ويسمى السنة مذهبهم " أهل السنة والجماعة" ويقصدون بذلك أنهم أصحاب الطريقة المحمودة واتباع الرسول ﷺ والجماعة[2].

أما الشيعة فهي تشير إلى أن الجذر الأصلي لكلمة "شيعة"؛ شيع ومنه شاع الخبر في الناس: ذاع وأفشى، وظهر وانتشر، وهذا شيع هذا أي مثله، والشّيع: المقدار، ولفظة شيعة وردت في القرآن الكريم بمعاني مختلفة فجاءت بمعنى جماعة أو فرقة ﴿ثُمَّ لَنَنزِعَنَّ مِن كُلِّ شِيعَةٍ أَيُّهُمْ أَشَدُّ عَلَى الرَّحْمَٰنِ عِتِيًّا﴾[3]، وبمعنى الفرق والطوائف في قوله تعالي: ﴿وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مِن قَبْلِكَ فِي شِيَعِ الْأَوَّلِينَ﴾[4]، وبمعنى الفرقة إذ اختلفوا في مذهب أو طريقة ﴿وَلَقَدْ أَهْلَكْنَا أَشْيَاعَكُمْ فَهَلْ مِن مُّدَّكِرٍ﴾[5]، وبمعنى الأحزاب ﴿إِنَّ الَّذِينَ فَرَّقُوا دِينَهُمْ وَكَانُوا شِيَعًا لَّسْتَ مِنْهُمْ فِي شَيْءٍ إِنَّمَا أَمْرُهُمْ إِلَى اللَّهِ ثُمَّ يُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُوا يَفْعَلُونَ﴾[6]. وأصل

[1] الشريف حبيلة، **الخطاب الديني وإشكالية المفهوم**، مجلة الآداب واللغات، العدد 1، جوان 2015، ص 80.

[2] إدريس الحسيني، **من هم السنة ومن هم الشيعة**، مركز الإشعاع الإسلامي متاح على الموقع www.islam4u.com تم تصفحه: 2019/12/31.

[3] سورة مريم، الآية 69.

[4] سورة الحجر، الآية 10.

[5] سورة القمر، الآية 51.

[6] سورة الأنعام، الآية 159.

الشيعة: الفرقة من الناس، وفي الحديث "**القدرية شيعة الدجّالّ**"، أي أولياؤه وأنصاره، واسم الشيعة قديم، ومنه شيعة إبراهيم وموسى وعيسى والأنبياء أجمعين[1].

والتشيع بدأ بفكرة تفضيل هاشم على أمية، وهو من أقدم المذاهب السياسية الإسلامية، وجدت نواته في فجر الإسلام ونمت وازدهرت في عهد النبي محمد ﷺ، وتشكل وظهر في ساعة السقيفة، وتوسع وكبر أيام قميص عثمان وأصابع نائلة وظهر علانية وأصبح حزباً معروفاً، في خلافة علي بن أبي طالب عليه السلام، وفي واقعة الجمل وصفين والنهروان[2]، ويعتبر الشيعة أنصار الإمام علي المعروفين بشيعته، وبانقطاعهم إليه والقول بإمامته وهم مجموعة من المسلمين يعرفون بشيعة علي، ويشكلون ما نسبته 10- 13% من مسلمي العالم وينتظرون ظهور الإمام الغائب في أخر الزمان، ويعتقدون بأن الخلافة من حق علي بن أبي طالب قبل أبي بكر الصديق وعمر بن الخطاب وعثمان بن عفان، استنادا إلى حديث يروونه عن الرسول ﷺ يوم الدار، حين قال ﷺ لعلي: «**فأنت أخي ووصيي ووزيري ووارثي وخليفتي من بعدي**»، ومن معتقدات الشيعة التوحيد المحض، وتنزيه الخالق عن كل مشابهة للمخلوق أو ملابسة له في صفات النقص والإمكان والتغير والحدوث وما ينافي وجوب واجب الوجود والقدم والأزلية إلى غير ذلك، وهم يتبرؤون من كل الفرق التي نسبت إليهم وغلت في الدين، وأهم ما أمتاز الشيعة به: القول بإمامة اثني عشر إماما[3].

ويشكل الصراع السني الشيعي واحد من أكبر وأطول الصراعات في تاريخ الأمة الإسلامية وأكثرها حدّة، ويرتبط الصراع السني الشيعي بتقاطع البعدين الديني المذهبي والسياسي، فمنطلقات الصراع الأولى التي ظهرت في اجتماع سقيفة بني ساعدة حول خلافة الرسول محمد ﷺ حول أحقية الخلافة بين الصحابة الكرام وآل بيت محمد ﷺ ممثلا في زوج فاطمة الزهراء بنت محمد ﷺ علي بن أبي طالب، لتنطلق شرارة الانقسام المذهبي مع مقتل علي، وتتأجج مع مقتل الحسين بن علي ويبدأ الصراع بين قطبي الإسلام في معركة صفين ثم موقعة الجمل، حيث يتحول إلى رمز من رموز مذهب ديني أطلق عليه الشيعة ويصبح الصراع السني والشيعي ذا بعد ديني مذهبي، ويتحول على مدار القرون المتلاحقة إلى صراعات للسيطرة وإقصاء الآخر، ونشر خطابات الكراهية والتعصب والتمييز العنصري يجتاح المنطقة العربية ويتركز بشكل خاص في منطقة الشرق الأوسط ودول الخليج العربي.

[1] مجموعة من المؤلفين، **موسوعة الأديان**، ط 4، دار النفائس، بيروت، 2007، ص ص 324، 325.

[2] **المرجع نفسه**، ص 325.

[3] **المرجع نفسه**.

6. الدراسات السابقة:

يعدّ الخطاب الطائفي من أبرز المواضيع التي تترافق وارتفاع نسبة العنف الديني والصراع الطائفي في المنطقة العربية وخصوصا مثل تلك المواضيع التي طرحت للإثراء في العديد من الورشات الفكرية والمنتديات البحثية والمؤتمرات العلمية لما بعد الربيع العربي، وهناك العديد من الدراسات التي تطرقت لموضوع الخطاب الطائفي من زوايا بحثية عديدة ومختلفة، يمكن استعراض هذه الدراسات التي تم الاستفادة منها ومن ثمّة تحديد أبرز عناصرها البحثية ونتائجها، وقد تم عرض الدراسات التي تجمع متغيرات الدراسة الحالية فيما سيتم الكشف عن وجه الاختلاف والاتفاق مع الدراسة الحالية وبيان أوجه الاستفادة منها.

1)ألكساندرا سيغل، حروب تويتر الطائفية: الصراع والتعاون السني الشيعي في العصر الرقمي[1]:

نشرت ألكساندر سيغل الباحثة في مختبر وسائل الإعلام الاجتماعية والمشاركة السياسية في جامعة نيويورك، دراستها الموسومة بـ "**Sectarian Twitter Wars**"، بفضل منحة من مؤسسة هنري لويس، تم إعداد هذه الدراسة باستخدام بيانات تم جمعها من خلال مختبر وسائل الإعلام الاجتماعية والمشاركة السياسية **SMaPP** في جامعة نيويورك وبالاعتماد على منهج تحليل الشبكات الاجتماعية حيث تم توظيف أداة **gephi**، حيث ترى الباحثة أنه في خضم العدد المتزايد من القتلى في العراق وسوريا واليمن تتصاعد وتيرة الخطاب الطائفي عبر العالم العربي خصوصا في فضاء الأنترنت حيث تفاقمت أصوات المتطرفين وتنتشر الرسائل العدائية والصور العنيفة على مدار الساعة وعلى الرغم من ذلك تتيح وسائل الإعلام الاجتماعي مجالا لخطاب حيوي متجاوز للطائفية، بيّن تحليل ما يفوق سبع مليون تغريدة باللغة العربية تم بثها بين فبراير وأغسطس 2015 أن أعمال العنف وبني الشبكات الاجتماعية تلعب دورا أساسيا في نقل اللغة الطائفية والمناهضة للطائفية في تويتر.

وتوفر مجموعة بيانات-سبع ملايين تغريدة دليلا بارزا على أن حجم اللغة الطائفية على الأنترنت يتزايد بصورة حادة استجابة لأحداث العنف على أرض الواقع، لاسيما في إطار رد الفعل على التدخل في اليمن بقيادة السعودية والاشتباكات بين الميليشات الشيعية وتنظيم الدولة الإسلامية في العراق، وتفجير المساجد في منطقة الخليج، بينما قد يبدو الأمر وكأن هذه النتائج ترسم صورة قاتمة لحالة العداء الطائفي في العالم العربي اليوم، تشير حقيقة تذبذب مستويات خطاب الكراهية المعادي للشيعة والسنة بسرعة على الأقل في المدى القصير وعودتها إلى التوازن عموما في أعقاب أحداث العنف، إلى أن تصاعد العداء الطائفي قد يكون قصير

[1]Alexandra Siegel, ***Sectarian Twitter Wars Sunni-Shia Conflict and Cooperation in the Digital Age***, Carnegie endowment for international peace, december2015,

الأجل، إضافة إلى ذلك تشير البيانات إلى أن مجموعة متنوعة من مستخدمي تويتر هي التي تدفع إلى السرد الطائفي عبر الأنترنت، بما في ذلك رجال دين بارزون، وقادة ميليشات شيعية، وأنصار تنظيم الدولة الإسلامية ورجال أعمال سعوديون نافذون ووسائل إعلام تحظي بشعبية ومستخدمون عرب عاديون.

غير أن التداخل بين المحتوى الذي ينشره تنظيم الدولة الإسلامية والمتعاطفون معه، والنقد الطائفي اللاذع الذي بثه رجال الدين المؤثرون وكبار رجال الأعمال والمعلقون في وسائل الإعلام الخليجية، يبدو مثيرا للقلق بصورة خاصة، فعندما ينتقل خطاب الكراهية من عالم الإرهابين والمتطرفين إلى الفعاليات التي تحظى بالدعم من الدولة ومن المجتمع، تزداد السرديات الطائفية قوة، الأمر الذي يغذي التعصب ويزيد إقصاء السكان المهمشين في أنحاء المنطقة كافة.

على الرغم من ذلك ترى الباحثة، أنه بينما قد تعمل أطراف فاعلة بارزة على تسريع وتيرة انتشار اللغة الطائفية، فإن في وسعها أيضا أن تستخدم تأثيرها على شبكة الأنترنت، وبعيداً عنها، للتخفيف من أثارها ومع أن الإعلام الاجتماعي يضخم في كثير من الأحيان الأصوات الأكثر استقطابا، إلا أن في وسعه أيضا توفير وسيلة قيمة للقيادات المؤثرة للتواصل العابر للطوائف، يتم إبراز هذه الفرص من خلال النتيجة القائلة أن مستخدمي تويتر الذين يتبنون رسائل متنوعة ومتعارضة في كثير من الأحيان غالبا ما يدخلون في نقاشات مع بعضهم البعض وهم ليسوا منعزلين عن بعضهم البعض في مجموعات متجانسة أيديولوجيا، لا تعبر بيانات الإعلام الاجتماعي وحدها بشكل كامل عن حالة الاحتقان الطائفي في العالم العربي.

إلا أن هذه المعلومات ترسم صورة تجريبية مفصلة للطريقة التي تكتسب من خلالها السرديات زخما على المدى القصير، وكذلك الأطراف الفاعلة التي تسهم في انتشار خطاب الكراهية، إضافة إلى الحوار المتسامح في كافة أنحاء المنطقة، ومن خلال توفير مقياس للزمن الحقيقي للغة الطائفية المتحولة في العالم العربي، تقدم بيانات تويتر نظرة ثاقبة فريدة إلى أهم مصادر الصراعات والتطرف العنيف المزعزعة للاستقرار التي تواجه العالم اليوم.

2)Geneive Abdo, Salafists and sectarianism: Twitter and the communal conflict in the Middle East Washington[1].

[1]Geneive Abdo, ***Salafists and sectarianism: Twitter and the communal conflict in the Middle East Washington***, Center for Middle East Policy, Brookings institute, March 2015

نشر معهد **بروكينجز** هذه الدراسة التحليلية، وتنبع أهميتها في كونها تلقي الضوء على المناقشات السلفية عبر موقع "تويتر"، بهدف معرفة وجهة النظر السلفية تجاه الأحداث الجارية في المنطقة، تشير الباحثة إلى أن الخلاف ما بين الشيعة والسنة مستمر عبر قرون، فالسنة دوماً لديهم اعتقاد بأن الشيعة يمثلون خطراً شديداً، لأنهم يعكسون تهديداً من داخل الدين الإسلامي ذاته. ويصل الأمر في بعض الأحيان من جانب بعض السلفيين إلى تكفير الشيعة، على اعتبار أنهم يُبجلون أئمتهم بشدة، وهو ما يتعارض ومبدأ التوحيد في الاعتقاد السني.

وترى الباحثة أن الثورات العربية قد ساهمت في خلق الظروف المساعدة على نشاط السلفيين في المجال السياسي؛ ومن ثم نشطت الحركات السلفية، وبرز عدد من السلفيين في مجال العمل الحزبي في دول مثل مصر وتونس. وتطرقت الدراسة إلى الصراع الطائفي الشيعي –السني في عدد من دول المنطقة ودور السلفيين فيه، وترى الباحثة أن سلطة الحركات السلفية المعاصرة تنبع من مواقفها السياسية، فهم يحاربون في مواجهة "بشار الأسد"، ويعارضون سياسات الحكومات الغربية، ويحذرون من التدخلات المفرطة من جانب إيران والشيعة. وتركز الدراسة على تلك الفئة من السلفيين الذين لا يستبعدون العمل السياسي من دعوتهم للإسلام الصحيح.

قامت الباحثة بتحليل التغريدات المختلفة للسلفيين من خلال رصد مصطلحات وتعبيرات ذات مدلول طائفي لوصف الشيعة، فهم يصفونهم بالكفار، كما يُسمي عدد منهم "حزب الله" بحزب الشيطان. كما أن السلفيين يلقبون الشيعة بالروافض، وذلك لرفضهم الاعتقاد السني المتعلق بمن يجب أن يخلف الرسول الكريم، الأمر الذي يشعل الخلافات الطائفية.

في نهاية دراستها تشير الباحثة إلى أنه في مواجهة التحولات التي تمر بها منطقة الشرق الأوسط وتصاعد قوة السلفيين كفاعل غير دولي، يكون أمام الولايات المتحدة عدداً من الخيارات، وهي:

- بدء حملة تواصل مع الأحزاب السياسية السلفية المعتدلة في دول مثل مصر وتونس واليمن، وهذا التواصل لا يعني دعم واشنطن وجهة نظر هذه الأحزاب في قضايا مثل الأقليات الدينية والمرأة، ولكن مجرد اعتراف الولايات المتحدة بالأهمية السياسية لتلك الأحزاب المعتدلة سيؤدي إلى دعمها وتقويتها في مواجهة التيارات السلفية الأخرى التي تؤجج المشاعر الطائفية في المنطقة.
- بدء حملة دبلوماسية عامة مَوجهة للسنة في العالم العربي، وأن تُظهر واشنطن التزامها بالتسامح الديني وعدم انحيازها لطرف دون الآخر، خاصةً أن مفاوضاتها مع إيران بشأن البرنامج النووي أوجدت تصوراً لدى الدول السنية أن الولايات المتحدة تدعم المحور الشيعي الذي تقوده إيران ومعها الحكومة

العراقية ونظام الأسد في سوريا وفاعليين غير دوليين مثل حزب الله في لبنان. كما يتعين على الإدارة الأمريكية الضغط على إيران لوقف تدخلاتها في البلدان العربية.

- أن تشجع الولايات المتحدة وجود قيادة سنية قوية في لبنان، فرد فعل السلفيين يعكس –في جزء منه–الفراغ السياسي والاجتماعي الموجود بين السنة بعد الانتكاسات الأخيرة التي تعرض لها تيار المستقبل في لبنان. فعندما كان تيار "الحريري" قوياً في منطقة طرابلس ذات الغالبية السنية، أُجبر السلفيون على التعاون مع هذا التيار أو التزام الصمت.

3)عبد الباقي بن مير ومحمد المهدي شنين: الطائفية في منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على قيم الانتماء –دراسة حالة رواد الشبكات الاجتماعية في الجزائر[1]:

سعت هذه الدراسة للبحث في أثر الخطاب الطائفي في الشبكات الاجتماعية على قيم الانتماء في الوطن العربي من خلال مقاربة الحالة الجزائرية، وذلك بمعالجة إشكالية " كيف أثر الخطاب الطائفي في وسائل التواصل الاجتماعي على قيم الانتماء لدى المتصفح الجزائري؟ وبالاعتماد على أداة الاستبيان الإلكتروني الموجه لعينة عرضية قوامها 100 مفردة، حيث توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- مثل الإعلام الجديد بما يوفره من سرعة انتشار ومساحة للاحتكاك فضاء للصراع السياسي والفكري والطائفي.
- عمدت الأطراف المتصارعة بعد الربيع العربي إلى توظيف الهويات الفرعية واستخدامها في الصراع السياسي من أجل الحشد والتجييش.
- ساهم الخطاب الطائفي في إعادة بعث الهويات الفرعية خاصة الطائفية منها وساهم في الاستقطاب الطائفي في العالم العربي خاصة في ظل التداخلات الإقليمية التي تفّعل الانتماءات الطائفية من أجل تكوين قوى محالفة في ساحات الصراع.
- أدى هذا الانبعاث الطائفي إلى حالة استقطاب واستدعاء للهوية الطائفية حتى في المناطق التي لا تشهد مأزق طائفية مثل دول المغرب العربي.
- إن تعاطي الخطاب الطائفي مرهون بتثوير القوى الإقليمية والسياسية لهذه التمايزات.
- انتشار الطائفية يعمل على تآكل قيم التسامح ويهدد الأمن المجتمعي بفعل حالة الفرز الهوياتي.

[1]عبد الباقي بن مير ومحمد المهدي شنين، **الطائفية في منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على قيم الانتماء–دراسة حالة رواد الشبكات الاجتماعية في الجزائر**، مجلة الناقد للدراسات السياسية، العدد 2، أفريل 2018.

- تفعيل قيم التسامح والعمل عليها واحترام الخصوصيات الطائفية والدينية وصيانتها وتوفير جو سياسي يسع الجميع، وهو الضامن الوحيد من أجل الحفاظ على البنية السوسيولوجية وتحييد الانتماء الطائفي أمام التوظيفات الإقليمية والدولية لهذا المتغير.

4) وليد حسني زهرة: أني أكرهك "خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي"[1]:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واكتشاف مضامين وأشكال خطاب الكراهية والتحريض الطائفي والتمييز في إعلام الربيع العربي، وقياس مدى التزام هذا الإعلام بالمعايير الدولية والمهنية ومدى انخراطه في الصراعات السياسية الطائفية والمذهبية في دول العالم العربي من خلال الاعتماد على عدد من المناهج البحثية الاستنباطية والتحليلية والاستقصائية، حيث رأت الدراسة أن خطاب الكراهية في إعلام الربيع العربي ليس بالخطاب الطارئ إلا أنه بدا أكثر وضوحا وضغطا في مرحلة الثورات والاحتجاجات الشعبية وما بعدها وتحول من كونه خطابا كامنا إلي خطاب ظاهر وضاغط بشكل خطير جدا في مرحلة التحول التي تبعت سقوط أنظمة عربية مصر تونس نموذجا، أو في مرحلة التحول إلى صراع محلي أشبه بالحرب الأهلية على نحو ما تشهده سوريا. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج نوجزها في التالي:

- خطاب الكراهية في مرحلة الربيع العربي لم يعد خطاب محصورا فقط بالدول التي شهدت الثورات والصراعات مع أنظمة الحكم المحلية بل تعداها ليجتاح كل الدول العربية

- تم استخدام الخطاب الطائفي وتوظيفه من قبل الأنظمة القائمة في مواجهة الاحتجاجات الشعبية من أجل عزلها وتشويهها باعتبار احتجاجات طائفية ومذهبية لحرمانها من أي دعم شعبي _البحرين مثالا_

- تحويل الصراع السياسي في مصر وتونس واليمن إلى صراع مع الإسلاميين، وانعكاس هذا التحول في وسائل الإعلام العربية.

- عزز خطاب الكراهية في مواجهة الأخر من أجل تشويهه ونبذه. في كل مشاهد الربيع العربي بدت المواجهة الحقيقة بين الإسلاميين وبين العلمانيين والليبراليين هي المواجهة أكثر استخداما لخطاب الكراهية ولجأ الطرفان لتوظيف الإعلام في هذه المواجهة التي لم تخل من العنف والقتل، كما أكدت الدراسة على أن دخول التنظيمات الجهادية إلى ساحة الحرب في مواجهة الأنظمة القائمة قد عزز تماما من خطاب الكراهية والطائفية وفي النموذج السوري فإن دخول المنظمات الإسلامية الأصولية الجهادية هو من فتح الباب على مصرعيه لتأجيج الصراع الطائفي والمذهبي في المنطقة وفي الإعلام العربي عموما.

[1] وليد حسني زهرة، **إني أكرهك: خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي**، ط1، الأردن: مركز حماية وحرية الصحفيين، 2014.

– ساعدت دول عديدة على تغذية خطاب الكراهية والطائفية والمذهبية، وثم نقل الصراع السياسي من الدول إلى ساحات الحرب والمواجهة المحلية في دول الربيع العربي كما في النموذج السوري والمصري واليمني والبحريني.
– أظهرت الدراسة أن للفضائيات العربية دورا كبيرا في تغذية الكراهية والطائفية إذ تضع مل إمكانياتها في خدمة طرف أخر دون النظر لأصول العمل الصحفي والمهني، الجزيرة والعربية على سبيل المثال في دعمهما للانقلاب العسكري على الرئيس المخلوع محمد مرسي الإسلامي.
– قصور القوانين المحلية في معالجة خطاب الكراهية والتحريض على الطائفية والمذهبية وبالرغم من وجود قوانين تجرم هذا الخطاب إلا أن الدول نفسها لم تلجأ لتطبيق تلك القوانين: الأردن، الكويت مما أدى بدعاة الكراهية والطائفية للإفلات من العقاب بينما أدت كتاباتهم ونشاطاتهم إلى تعزيز الصراعات المحلية وتعميق روح الكراهية داخل المجتمع.

5) نصر الدين لعياضي، الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية (كلفة الخطاب وتداعياته)[1]:

تقوم هذه الدراسة بتفكيك الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية باللغة العربية، باعتماد مقاربة تجمع سيميائية الاتصال التي تسعى إلى استقراء ترسانة علاماتية ورموزه بقراءتها انطلاقا من مرجعياته الدينية، ومناقشاتها على ضوء الأحداث السياسية الراهنة في المنطقة العربية، ونظرية بناء الواقع وكيف أن هذا الخطاب يضفي معاني على الأحداث التاريخية التي تصنع تمثلاته للأنا والآخر، وتسرد الهوية الطائفي، وتكشف عن الثواب والمرتكزات التي تتحكم في منطقيه، وبقد ضبطها الباحث في خمس مرتكزات، حجة السلطة، الخلط بين التاريخ والذاكرة الجماعية وإسقاط الديني على السياسي، انزياح العصبية المذهبية إلي عصبية قومية ، والتضليل بدل المحاججة.

وخلصت الدراسة إلى إن السرد الذي تتشكل فيه الهوية يتغذى من العناصر التي تفصل الأنا والأخر (السني والشيعي) إذ تعمل الفضائيات الخاصة على تأكيد الخصوصية والمذهبية التي تشكلت عبر الأحداث التاريخية ومازالت تعمل على تجديد انتمائهم الطائفي من خلال خطاب ينتج لأيديولوجيا التفوق ويستبعد ما هو مشترك بين هاتين الطائفتين الدينيتين ويعمق ما هو مختلف بينهما. تؤكد الدراسة على أن أحد أهم تجليات لغة الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية وتداعياته هو تفسير الصراع الجاري في أكثر من دولة عربية ومسلمة بأحداث جرت قبل 14 قرن ومنح المبررات التاريخية والدينية لاستمراره وترسيخ أيديولوجيا استبعاد التقارب والعيش المشترك.

[1] نصر الدين لعياضي، **الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية (كلفة الخطاب وتداعياته)**، مركز الجزيرة للدراسات، 2015.

6) محمد الراجي: أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية[1]:

تقدم الورقة قراءة تفكيكية لأيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة في سياق اهتمامه المتزايد بوسائل الإعلام الجديدة لاسيما شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام واستثماره لهذه الوسائط في نشر أيديولوجيته وبث دعايته، وقد اظهر فيديو إعدام الطيار الأردني معاذ الكساسبة والأقباط المصريين قدرة هذا الخطاب على تكثيف رمزية علاماته نصا ولغة وصورة والتمثيلات المدركة لمرجعتيه الفكرية ومنظومته القيمية.

تنطلق هذه الدراسة في تحليل أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة من استراتيجيات القائم بالاتصال في تنظيم المحتوى الإعلامي وتحديد الوسائط الأكثر ثراء لإيصال رسالته في سياق الحرب النفسية التي يخوضها التنظيم ضد خصومه، لذلك يجهد لان تكون شبكات التواصل الاجتماعي اليوتيوب والتوتير الوسيط الحامل لأيديولوجيته والعنوان الدال عنوان الهوية الإلكترونية على كينونته، ساعيا إلى تطبيع مرجعتيه الفكرية والعقائدية مع المستخدمين وتسيل العنف المتوحش عبر هذه الرسائل وإبراز خصوصية نحن دولة الخلافة التي تواجه الـ "هم" الصليبين والمرتدين في صراع وجودي أزلي، وهو ما يفسر جزئيا الحرب الإلكترونية التي تخوضها دول التحالف ضد تنظيم الدولة لمحاصرته إعلاميا والحيلولة دون تمدده في الفضاء الرقمي والسيطرة عليه باعتبار أن إنتاج الخطاب يمثل القوة والسلطة.

يهدف هذا الخطاب إلي خلق كتلة أيديولوجية من جمهور منصهر المواقف والاتجاهات والسلوكيات وصولا إلي قولبة وتنميط وعي المستخدمين باتجاه النظام القيمي للتنظيمات وممارساته الاجتماعية ورؤيته السياسية للصراع فضلا عن إثارة الخوف وإرهاب الـ "هم" كما يبدو في التشفي والنكاية بالأسرى والتمثيل بضحاياه فالغاية هنا الترهيب تبرر الوسيلة بالنسبة لتنظيم، وهو ما يبدو في إنتاج فهم للبعثة المحمدية خارج سياق النص، القرآني والأدلة الشرعية عندما يجعلها مساوي للسيف رحمة الرسالة المحمدية تساوي السيف وبذلك يصبح الخطاب دعائيا مشبعا بالإيديولوجيا التوحش يروج متعمدا منظومته الفكرية والعقائدية وتكوين اتجاهات مؤيدة له.

[1] محمد الراجي، **أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية**، مركز الجزيرة للدراسات، 2017.

7) سازان سامان عبد المجيد: تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية[1].

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية وتقييم هذا الدور من طرف النخبة العراقية، من خلال استخدام المنهج المسحي على عينة شملت الفئات التالية: السياسية والأكاديمية والإعلامية من خلال توظيف أداة الاستبيان، وقد انطلقت الدراسة من انعكاسات تسارع الأحداث والتطورات جراء احتلال العراق عام 2003، وما ترتب عنه من تغيير في البنية السياسية للنظام العراقي وما أفرزته من آثار مجتمعية بشكل مؤثر على القطاع الإعلامي في العراق، فقد كانت نتيجة السياسي ولادة إعلام جديد هي لسان حال السياسي لطرح أفكاره وآراءه وحتى في بعض الأحيان للتهجم على جهات سياسية أخرى وبين هذا وذاك كله يبقي الجمهور في حالة الضياع وعدم المعرفة التامة بحقيقة الأخبار نظرا لأن كل وسيلة تنشر الخبر من منظورها الخاص سواء الديني أو السياسي، ومن هنا اتجهت الدراسة لبحث دور النخبة في تقييم وسائل الإعلام العراقية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، حيث توصلت إلى مجموعة من النتائج من أبرزها:

- إن معظم أفراد عينة الدراسة يتابعون وسائل الإعلام العراقية عدة مرات يوميا لأنها تقدم مواد إعلامية تمس مظاهر الحياة المختلفة لا سيما السياسية والأمنية.
- دلت النتائج على أن دور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية كان ضعيفا لأن معظم وسائل الإعلام والقنوات الفضائية تحديدا محسوبة على اتجاهات سياسية وطائفية مما يجعلها في موقف متحيز ويسبب ضعف معايير الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية العراقية.
- تنشر وسائل الإعلام العراقية مواضيع تثير الفتنة الطائفية، في حين أنها تولى اهتماما منخفضا في معالجة القضايا المرتبطة بالطائفية.
- إن وسائل الإعلام العراقية تستخدم خطابا مؤججا ومبرمجا لصالح الانتماء الطائفي والعرقي وافتقارها إلى لغة الخطاب الوطني الجامع الموحد.
- يختلف استخدام وسائل الإعلام العراقية للغة الطائفية تبعا لانتماءاتها السياسية، وإن كان هناك تحيزا من قبل السياسيين في درجة حساسيتهم للخطاب السياسي الطائفي وطريقة الترويج لأفكارهم ومعتقداتهم وأيديولوجياتهم الفكرية.

[1] سامان سازان عبد الحميد، **تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية**، رسالة ماجستير منشورة، كلية الإعلام، جامعة البترا، 2015.

8) أحمد الراوي: دور الولايات المتحدة في وسائل الإعلام العراقية في تشكيل الطائفية (دراسة أجنبية)[1]:

تشير هده الدراسة الميدانية إلى أن السلطات الأمريكية في العراق بعد عام 2003 ساعدت سياسيا واجتماعيا في تقسيم البلاد على أسس طائفية وعرقية من قبل تدخلهم في تشكيل وسائل الإعلام العراقية والنظام السياسي كله، وتبين هذه الدراسة كيف يمكن الاستفادة من دروس يوغوسلافيا السابقة ورواندا وكمبوديا، بمساعدة الحكومات المختلفة، والمؤسسات الإعلامية الدولية والمنظمات غير الحكومية كان يعتقد أنها مسؤولة عن تشكيل المؤسسات الإعلامية المستقلة والمهنية من أجل المساعدة في التنمية الشاملة على سبيل المثال، تم إنشاء وزارة لشؤون الإعلام في كوسوفو ومنظمة الأمن والتعاون في أوروبا **OSCE** في أوت 1999 الذي يحتوى على " المسؤولية عن تنظيم وسائل الإعلام، ودعم وسائل الإعلام المستقلة، ورصد وسائل الإعلام وتطوير معايير وسائل الإعلام، يرى الباحث من المفترض اتباع نفس الخطة لتطبيقها في العراق بعد الاحتلال الأمريكي عام 2003 مع جهود المؤسسات الإعلامية الدولية وتدخلات الدولة، ولكن توصل الباحث في نتائج الدراسة بأن هذا النوع من التدخل الحكومي وتدخل المحتل تجاوزت جهود أخرى، مما أدى في النهاية على فشل مشاريع وسائل الإعلام المستقلة.

9) Monroe Price & Douglas Griffin & Ibrahim Al-Marashi, Toward an Understanding of Media Policy and Media Systems in IRAQ[2].

تناولت هذه الدراسة الاستنباطية التحليلية تطور وسائل الإعلام العراقية ووضعها الحالي، ورأت الدراسة أن المشكلة تكمن في أن الدولة تواجه حربا أهلية وشيكة بين القوميات الكردية والتركمانية والعربية، وبين الطائفتين المسلمتين من السنة والشيعة، حيث تقوم وسائل الإعلام العراقية بدور أساسي في هذه التطورات في فترة عراق ما بعد الحرب، غير أن هذا الأمر أدى إلى ظهور وسائل إعلام محلية تشكل خطوطا طويلة للانتسابات العرقية والطائفية، قدمت الدراسة توصيات للأطراف العراقية المحلية وللمنظمات الإقليمية والدولية حول إمكانية مواجهة الإعلام العراقي لاستخدام الصور السلبية والنمطية للمجتمعات العرقية والطائفية الأخرى، وكيف يؤثر على مواقف الناس للتغلب على مثل هذه التوترات في المجتمع العراقي.

[1] Ahmad Al- Rawi, ***The US influence in shaping Iraq's sectarian media***, The Internaional communication Gazette. 2013.

[2] Monroe Price & Douglas Griffin & Ibrahim Al-Marashi, ***Toward an Understanding of Media Policy and Media Systems in IRAQ: A Foreword and Two Reports***, Departmental Papers (ASC), University of Pennsylvania Scholarly Commons. 2007.

التعليق على الدراسات السابقة: يمكن حصر مجموعة من الملاحظات التي تم تسجيلها على مستوى الدراسات السابقة نجملها في النقاط التالية:

- ندرة الدراسات التي تناولت علاقة وسائل الإعلام بشقيها القديم والجديد بالصراعات الطائفية في المنطقة العربية والعالم على حد السواء.
- معظم الدراسات التي تم الحصول عليها قامت بعرض الحالة العراقية كنموذج للإعلام الطائفي سواء في دوره الإيجابي (الوقائي/ الوسطي) أو السلبي (التحريضي).
- ندرة الدراسات التي بحثت بشكل معمق وأكثر جدية تأثيرات الإعلام الجديد في احتدام ونشر الخطاب الطائفي وخطابات الكراهية، على الرغم من أن اتهام وسائط الإعلام الجديد بأنها تشكل منصات لنشر خطابات التطرف والكراهية المذهبية والدينية بشكل خاص.
- شكلت دراسة إلسكاندرا سيغل مرجعا مهما في بحث تأثيرات الشبكات الاجتماعية في التحريض/التعاون الطائفي السني الشيعي، واعتمدت على منهج تحليل الشبكات الاجتماعية بالنظر لخصوصية المحتوى الرقمي الشبكي الذي قامت بمعالجته، وبالتالي فدراسة سيغل كانت منطلق هام وأساسي ارتكزت عليه هذه الدراسة.
- على الرغم من عمق وتاريخية الصراعات الطائفية في المنطقة العربية إلا أن القليل من الدراسات التي اعتمدت على بحث تأثيرات وسائل الإعلام في تعميق الانقسامات الطائفية وتأجيج خطابات الكراهية المذهبية مثل دراسة أحمد الراوي الموسومة بـ" دور الولايات المتحدة في تشكيل الطائفية"
- افتقار أكثر الدراسات على العمق في التحليل واكتفائها بالدراسات الكمية وهو ما ارتبط في بحث الإعلام الطائفي بتقييمات الجمهور والنخب دون التطرق إلى البحث الكيفي في الخطاب الطائفي وتحديد مدلولاته وأبعاده كشكل من أشكال الممارسات الاجتماعية.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

اعتمدت الدراسة الحالية على ما توصلت إليه نتائج الدراسات السابقة، وأبرزها دراسة ألكساندرا سيغل الموسومة بـ"حروب تويتر الطائفية" التي قدمت نموذجا علميا ناضجا، غيرّ في مجال البحث العلمي الخاص بدراسة المجتمعات الشبكية، فقد اعتمدت الباحثة على أدوات تحليل الشبكات الاجتماعية، إذ تسترعي خصوصية الظاهرة الرقمية توفير أدوات رقمية تساعدنا في حصر الظاهرة الافتراضية ومعالجتها وبحث طرق انتشارها وإعادة نمذجتها، فالمجتمع هنا ديناميكي ومتغير باستمرار وهو ما يصعب من عملية التحليل العلمي باعتماد المناهج والأدوات التقليدية القديمة، والتي وجب إعادة النظر فيها وتكييفها مع واقع الظاهرة

الشبكية الاجتماعية، وهو ما سنحاول فعله في هذه الدراسة من خلال الأخذ بخصوصية البحث في المجتمعات الشبكية والمحتوى الرقمي ضمن الفضاء الافتراضي، بالاعتماد على أداوت تحليل الشبكات الاجتماعية، ودمج الأساليب الكمية والكيفية (الأساليب الهجينة) في محاولة لتقديم قراءة علمية تفي بتحقيق شروط البحث العلمي.

كما استفادت الدراسة الحالية من دراسة نصر الدين لعياضي الموسومة بـ "الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية؛ كلفة الخطاب وتداعياته"، ودراسة جنيف عبدو الموسومة بـ " **Salafists and sectarianism: Twitter and the communal conflict in the Middle East Washington**" ودراسة عبد الباقي مير ومحمد المهدي شين الموسومة بـ " الطائفية في منصات التواصل الاجتماعي –دراسة حالة رواد الشبكات الاجتماعية في الجزائر"، في تحديد المنهج الملائم وصياغة أدوات الدراسة الحالية وتحديدها.

شكلت دراسة " إني أكرهك" النموذج العلمي المتميز الذي شكل لنا موردا استطلاعيا هاما ساعد هذه الدراسة في اقتفاء أثر الخطابات الطائفية في المنطقة العربية ومسارات التحول ضمن سياقات تاريخية ودينية وحضارية متأصلة وهامة، كما أعتبر أحد أبرز المراجع التي تم الاعتماد عليها في التأصيل النظري لهذه الدراسة.

كما ساعدت نتائج الدراسات الأخرى على إثراء البناء النظري لهذه الدراسة وتحديد الجوانب المنهجية والتحليلية للدراسة، فقد شكلت نتائجها وتوصياتها منطلقات الدراسة الحالية، والسعي إلى نزع اللبس حول مدى التطابق والاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة سواء من حيث الإجراءات المنهجية أو الميدانية أو التحليلية.

ثانيا: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1. منهج الدراسة وأدواتها:

تشكل وسائل التواصل الاجتماعي كيانا اتصاليا خاصا ومميزا وجد ليبقي ولينافس غيره وليفرض نموذجه المتفرد على كل المعنيين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية عامة والإعلامية خاصة، في وقت أفرزت فيه هذه الثورة تحولات كبيرة في مسارات التعامل المنهجي والنظري مع الظواهر الاتصالية[1]، لذا فبحوث وسائل التواصل الاجتماعي تطرح إشكاليات بحثية وتحديات منهجية خاصة أبرزها[2]:

- عدم الاتفاق على أفضل بداية للتعامل مع بحوث وسائل التواصل الاجتماعي، وهل تكون بسعي لصياغة نموذج أو نظرية تساعد في تفسير ظواهرها.
- صعوبة دراسة الظواهر التكنو-اجتماعية الجديدة ضمن مناهج البحث الاتصالي المتعارف عليها لكونها ظاهرة شاملة **Macro** وليست ظواهر محدودة **Micro**.
- أصبح من الضروري إعادة تعريف المفاهيم والوحدات التقليدية المستخدمة سواء في النظريات الاتصالية أو الاجتماعية، حيث تعاني معظم العلوم من ارتباك واضح في مفاهيمها بسبب توسيط التقنيات الجديدة للنشاطات الإنسانية والاجتماعية.
- تحدى اختيار العينات المبحوثة الملائمة لطبيعة البحث وأفضل سبل التواصل معهم.

[1] لقد انعكست الإشكاليات المتعلقة بالنظرية في بحوث وسائل التواصل الاجتماعي على الجوانب المنهجية والإجرائية على عدم وجود مناهج علمية جديدة قادرة على التعاطي مع ظواهر الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، فعلى الرغم من وجود بعض التراكم المعرفي الكمي في دراسات وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنها لم تحقق النجاح المرجو في تطوير البناء النظري والفلسفي، أو طرح مناهج بحثية جديدة. فيما تم تسجيل استمرارية لغلبة الأدوات الكمية في دراسة بعض ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي التي تحتاج إلى تنوع في الأدوات البحثية وتكامل ما بين الأدوات الكمية والكيفية، باعتبار أنها ظواهر إنسانية واجتماعية واتصالية، لا يمكن رصدها وتحليلها وتفسيرها كميا فقط، فثمة أبعاد أخرى قيمية وسلوكية تقتضي استخدام أدوات كيفية أيضا لاكتشاف أبعادها مع الأخذ في الاعتبار الدوافع الكامنة وأراء وقيم واتجاهات وسلوكيات مستخدمي وسائل التواصل الجماهيري وعدم الاقتصار على تحليل أراء ومواقف واتجاهات المستخدمين بشكل كمي فقط، ينظر: السيد بخيت، **الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي**: قراءة تحليلية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 16، السعودية، 2016، ص ص 143، 198..

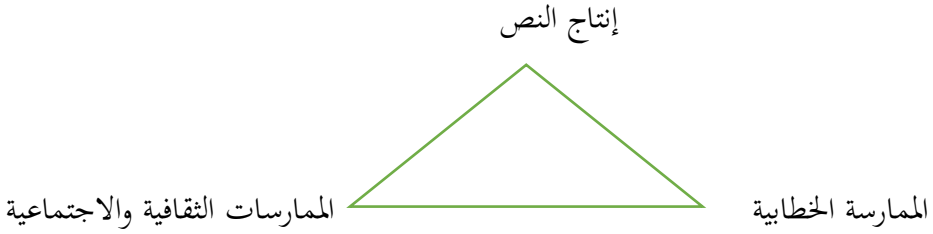
[2] مها عبد المجيد صلاح، **الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي– رؤية تحليلية**، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي... التطبيقات والإشكاليات المنهجية" جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية –كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، يناير 2015، ص ص 5، 6.

- الخوف من الاتهام باختراق خصوصية المبحوثين وانتهاك أخلاقيات مهنة البحث العلمي، من خلال الاطلاع على صفحات ومواد مستخدمين قد لا يدركون أو يوافقون على توظيف ما نشروه على مواقع التواصل الاجتماعي كمادة بحثية.
- صعوبة تحليل طرق وأشكال تفاعلية المستخدمين مع وسائل التواصل الاجتماعي، بفعل عدم وجود هوية محددة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وإعادة تشكيل تلك الهوية في أشكال وصيغ مختلفة.
- صعوبة التعامل مع الكم الهائل من البيانات وتدفقها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، في وقت لا تسمح فيه بعض هذه الوسائل مثل الفيسبوك بعملية تجميع البيانات آلياً **Automated data** والبعض يحتاج لخبرة تقنية مثل التعامل مع **API** على تويتر.
- الجهود الفردية في معظم الدراسات والبحثية المعنية بدراسة وسائل التواصل الاجتماعي، وقلة منها يأخذ الطابع الجماعي.

أمام هذه الإشكاليات المنهجية وغيرها والتي طرحت وترافقت مع طريقة الاستعانة بالمناهج الكلاسيكية في البحث العلمي وخصوصية الظاهرة الرقمية التي تتشكل كمخرجات للإعلام الجديد بمختلف منصاته وتطبيقاته، إذ يعتبر المحتوى الرقمي شكلاً من أشكال الممارسات الاجتماعية الناتجة عن تطبيقات الشبكات الاجتماعية ذاتها، والذي يمتاز بالديناميكية والحيوية والتغيير المستمر وعدم ثبات الشكل، فقد يكون نصا أو صورة أو فيديو، أو مزيجا هجينا من هذه الأشكال كلها أو بعضها، ونتيجة لذلك لا يوفر الاعتماد على مناهج البحث الكمية أو الكيفية تصورا آمناً لدراسة الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر ضمن بيئة افتراضية متغيرة، وهو ما يستدعي تبني نموذج منهجي هجين قائم على المزاوجة بين الأساليب الكمية والكيفية على نحو متوازن ومرن، يقوم على دراسة محتوى تويتر بالاعتماد على منهج تحليل الخطاب الذي يتيح للباحث دراسة لغة التواصل والكشف عن كنه هذه اللغة وتحديد العلاقات الكامنة فيها وتحولاته ورصد مفاهيمه وتحديد علاقته بالنظم الاجتماعية والثقافية والدينية السائدة في بيئة الخطاب.

وقد تم الاعتماد على مقاربة التحليل النقدي للخطاب التي تتيح تقديم أدوات تفكيكية تسمح بتشريح الخطاب ورصد مختلف أنواع العلاقات التي يضمها (علاقة الهيمنة والقوة والاستغلال الأيديولوجي)[1].

[1] ينظر: نورمان فيركلوف، **تحليل الخطاب، التحليل النصي في البحث الاجتماعي**، تر: طلال وهبة، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2009.



شكل رقم (1) يوضح مستويات تحليل الخطاب النقدي لدى نورمان فيركلوف

لقد اعتمدت الدراسة على مقاربة التحليل الثقافي كمدخل مساعد إلى جانب التحليل النقدي لخطاب حيث ينظر إلى الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي باعتباره خطابا أيديولوجيا له كافة سمات ووظائف الأيديولوجيا، وهو ما تم تحديده من خلال عنصري الانتقاء والإبراز الظاهرة في عملية إنتاج وتداول المحتوى الطائفي السني–الشيعي عبر تويتر، لذا فقد عمدت الدراسة إلى استنباط مختلف التأثيرات الثقافية والدينية والسياسية والأيديولوجية الأهم في عملية إنتاج الخطاب من خلال الارتكاز على نظرية تحليل الأطر الإعلامي (الاعتماد على ثنائيتي: الانتقاء/ البروز) وتوظيف مدخل الصراع لتحليل وتفسير الصراع السني الشيعي في تويتر، لذا تم تصميم استمارة تحليل الخطاب بالاعتماد على الأدوات التالية:

- **تحليل الأطروحات**: الأطروحة هي فكرة معينة يريد منتج الخطاب توصيلها للمتلقي بحيث يتم فهم الخطاب على النحو الذي يريده منتج الخطاب، وهي مدخل مهم لتحليل الخطاب، لأن الأطروحة تعد بنية موحدة يقدمها منتج الخطاب لتحقيق أهداف محددة، ويستخدم تحليل الأطروحات لتحليل بنية الموضوع الفكرية[1]، وقد تم الاستعانة بهذه الأداة من أجل تحديد وتحليل الأفكار الرئيسية المسيطرة في الخطاب الطائفي السني–الشيعي وقد تم تقسيمها في هذه الدراسة إلى صنفين أساسيين: أطروحات رئيسية وأخرى ثانوية.

- **تحليل القوى الفاعلة**: يقصد بالقوى الفاعلة الأشخاص والمؤسسات والحكومات والدول والمنظمات التي تقوم بأعمال أو تتبنى سياسات وتوجهات معينة[2]، وتسعى هذه الدراسة إلى تحديد وتحليل الأطراف المنتجة والمؤثرة في الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر، وبناء على معايير هذه الدراسة

[1] رجاء يونس سليمان أبو مزيد، **الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية، دراسة وصفية**، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2013، ص25، نقلا عن: محمد شومان، **تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007، ص 124.

[2] رجاء يونس سليمان أبو مزيد، **مرجع نفسه**، نقلا عن: هشام عبد المقصود، **دراسة لخطاب المدونات العربية**، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2010، ص 28.

فقد تم تصنيف هذه القوى إلى قوي رسمية وغير رسمية ممثلة بشخصيات مستقلة وكذا منظمات وهيئات حكومية وحقوقية ...إلخ.

- **تحليل الأطر المرجعية:** يقصد بالأطر المرجعية تحديد مختلف السياقات المرجعية المتحكمة في عملية إنتاج وتسويق الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر، وهي تضم مرجعيات دينية، وتاريخية، وسياسية، وأمنية...إلخ.

- **تحليل الآليات الخطابية:** وتتضمن هذه الأداة تحديد وتحليل الأدوات والأساليب والاستراتيجيات المعتمدة في عرض الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر وتشمل: تحليل مسارات البرهنة؛ يقصد به رصد وتفسير الحجج والبراهين التي يستخدمها منتج الخطاب من إثبات أو نفي أو تشكيك[1]، وتسمح هذه الأداة باستخراج وتصنيف أطروحات الخطاب في إطار فئات التحليل الخاصة بالظاهرة محل الدراسة، وقد تم تصنيفها إلى قسمين أساسيين: مسار منطقي يضم البرهنة العلمية والدينية والتاريخية بالإضافة إلى أقوال المسؤولين والاستناد على الوقائع والأحداث، ومسار غير منطقي يحتوي على التعميم، التنميط، التحيز، المبالغات، والمحتويات التي لا تخضع لبرهان. كما تم الاعتماد تحديد الاستراتيجيات الخطابية، وعمليات الاقتباس والتناص في البنية الخطابية الكلية.

ولضمان تحقيق أهداف الدراسة تم الاستعانة بالمنهج المسحي الذي يندرج ضمن الدراسات الوصفية، ويعرف المنهج المسحي بأنه: «الطريقة العلمية التي تمكن البحث 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»[2].

وقد تم الاعتماد على المنهج المسحي لبحث ملامح مستخدمي تويتر (المغردون) وتحديد أبرز القضايا التي يتم تداولها والتي تشكل أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر، فضلاً على تحديد خصائصه وأطر تداوله، وهو ما يسمح برصد السلوك الاتصالي والتفاعلي لمستخدمي تويتر من خلال توظيف أداة الاستبيان الإلكتروني، وقد عرفته موسوعة **technopedia** على «أنه استمارة يمكن للجمهور المستهدف ملأها والتفاعل معها داخل الفضاءات السيبرانية، ويتم بناء الاستمارات وتوزيعها داخل هذه الفضاءات

[1] **المرجع نفسه**، ص26.

[2] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص ص 285، 286.

بالتوازي مع بناء قاعدة بيانات لتخزين الإجابات والبرامج الإحصائية لتوفير تحليلات لإجابات المبحوثين»[1]، ولقد تم تصميم استمارة الاستبيان الإلكتروني بالاعتماد على المقاربة الوظيفية التي تم تطبيق بعض من مبادئها (نظرية الاستخدامات والإشباعات) في المحور الأول وهو ما يساعد على الكشف عن أنماط استخدام تويتر، ثم تطبيق مبادئ نظريتي "رأس المال الاجتماعي الافتراضي" ونظرية "تحليل الأطر الإعلامية" في المحاور المتبقية من الاستبيان لكشف الترابط العلائقي بين الخطاب الطائفي السني- الشيعي وخصائص وسمات مستخدمي تويتر، وتحديد التفاعلات الاجتماعية الناتجة عن تداول المحتوى الطائفي، والبحث في مجموعة المعايير والأثار الناتجة عن تكوين القيم التي تحكم سلوك من يتداولون وينتجون الخطاب الطائفي السني-الشيعي، وكذا توظيف مدخل الصراع لتعرف على بنية الخطاب الطائفي السني -الشيعي في تويتر وآليات الصراع الموظفة فيه، وتطبيق هذا النموذج على البناء السردي والإخباري لمحتوى التغريدات الطائفية السنية-الشيعية، وتحديد الأفكار المحورية في هذا الخطاب (وهنا يتم الربط بين الدراسة التحليلية والميدانية لتفكيك بنية الخطاب الطائفي السني/ الشيعي في تويتر من خلال منتج الخطاب ومحتوى الخطاب أي بين المغرد والتغريدة)، ولقد تم تصميم استمارة الاستبيان الإلكتروني وفق المحاور التالي:

- **المحور الأول**: أنماط استخدام تويتر.
- **المحور الثاني**: خصائص الخطاب الطائفي السني-الشيعي.
- **المحور الثالث**: أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر.
- **المحور الرابع**: أطر تداول الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر.

2. مجتمع البحث والعينة: يشير مجتمع البحث إلى جميع الوحدات التي يرغب الباحث في دراستها فقد يكون مجموعة من البشر، وقد يكون المجتمع في تحليل المحتوى هو جميع الأعداد التي صدرت عن الصحيفة أو مجموعة من الصحف التي يتم اختيارها خلال فترة الدراسة أو جميع البرامج الإذاعية أو التلفزيونية أو الأفلام التي عرضت خلال فترة التحليل أو المحتوى الرقمي المقدم في وسائط الإعلام الجديد، ويتمثل مجتمع البحث في سياق دراستنا مستخدمي الـ"تويتر" وتغريداته.

ولتحقيق متطلبات الدراسة وأهدافها لابد من تحديد عينة الدراسة والعينة جزء من مجتمع الكلي المراد تحديد سماته فهو عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة لإجراء الدراسة عليها،

[1]Techopedia.Online Survey. At: https://www.techopedia.com/definition/27866/online-survey Accessed 01- 08- 2019

ومن ثم يتم استخدام النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي[1]، وفي هذه الدراسة يتم التعامل مع نوعين من مجتمعات البحث:

أ. التغريدات: يشكل هذا النوع من مجتمعات البحث محتوي الشبكة الاجتماعية "تويتر"، وهو عبارة عن مختلف البيانات التي يتم تداولها في تويتر والمعروفة بـ" التغريدات"، ويتميز المحتوى الشبكي بعدة خصائص أبرزها[2]:

- تنوع مصادر المحتوى المنشور على نحو كبير (إسهامات شخصية للأفراد، مشاركة محتوى إعلامي لوسائل الإعلام، محتوي إعلامي يتم التصرف فيه ومعالجته من طرف الجمهور...).
- يضم المحتوى الشبكي نمطين أساسيين: الأطروحات المكتوبة أو المصورة أو الفيديوهات، والتعليقات التي ترد عليه.
- تتنوع مستويات التفاعل مع المحتوى المنشور (التعليق، المشاركة، إعادة التغريد، تسجيل الإعجاب، المتابعة...).
- يرتبط المحتوى المنشور بسياق النشر، وكلما اتسع نطاق النشر اختلف السياق ما يؤثر في تفسير دلالات المحتوى وما يتضمنه من معاني.
- يتواجد محتوى الشبكات الاجتماعية من خلال فئات مختلفة من الحسابات الإلكترونية، تشمل: حسابات أخرى للمشاهير والشخصيات العامة، وقادة الرأي والمسؤولين حسابات يؤسسها الأفراد لصالح شخصيات المشاهير، حسابات تابعة لهيئات وجمعيات وكيانات مؤسسية سواء كانت رسمية أو أهلية، وحسابات تتبع المؤسسات الإعلامية باختلاف فئاتها وأنواعها، وحسابات للإعلاميين، حسابات تدخل في نطاق صحافة المواطن والإعلام البديل سواء كانت فردية أو جماعية، حسابات لجماعات ذوي اهتمام مشترك.

ومن الصفات الرئيسية لعينة البحث التي يتم اختيارها أن تكون كافية وممثلة لمجتمع البحث، وأولى خطوات لاختيار العينة هي تحديد وحدة العينة، وتمثل هذه الأخيرة العناصر التركيبية التي تتكون منها العينة، وهي العناصر التي ينبغي أن تكون متشابهة في شكلها الخارجي وفي سماتها الموضوعية، والعينة المختارة في هذه الدراسة هي العينة القصدية "غير احتمالية" والمتمثلة في محتوى موقع تويتر (التغريدات). وتعتبر العينات القصدية أكثر فعالية من العينات العشوائية الاحتمالية في بعض الدراسات، ويمكن للعينات العمدية أن تقودنا

[1] أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 286.

[2] مها عبد المجيد صلاح، **مرجع سابق**، ص ص 5، 6

لمؤشرات علمية ذات قيمة حتى ولو غابت القدرة على تعميم نتائج البحث في المجتمع ككل، لذا فإن الدمج بين الأساليب الكمية الكيفية يمكن أن يفيد في تقليص سلبية هذا الأمر، وهذا ما تم الاعتماد عليه في هذه الدراسة.

ب. مستخدمو موقع تويتر " المغردون": يعبر هذا النوع من مجتمع البحث عن جمهور ومستخدمي تويتر "المغردون"، حيث تم توجيه استمارة الاستبيان إلى عينة من مفردات هذه المجتمع من أجل الكشف عن خصائص هذا الجمهور والتعرف على أنماط السلوك الاتصالي وأنساق التفاعل الاجتماعي في تعاطيهم وتناولهم لخطابات التحريض الطائفي بين السنة والشيعة. وسيتم اللجوء إلى أسلوب المعاينة غير احتمالية باختيار عينة كرة الثلج[1] لكل من السنة والشيعة.

نوع مجتمع البحث	التغريدات	مستخدمو تويتر " المغردون"
نوع العينة	العينة القصدية	عينة كرة الثلج
أسلوب المعاينة	الغير احتمالية	الغير احتمالية

جدول رقم (1) يوضح طريقة اختيار عينة الدراسة

3. مجال الدراسة: يعتبر تحديد مجالات الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي، لأنه يؤطر الدراسة في قالب يسمح للباحث التحكم في كل خطوة بحثية يقوم بها، يمكن أن نميز في هذه الدراسة بين ثلاثة أنواع من المجالات هي:

- **الحدود الزمانية**: ويقصد به الوقت الذي استغرقته الدراسة، أي الفترة الزمنية التي أجريت فيها الدراسة، حيث امتدت هذه الدراسة زمانيا منذ 2018/12/01 إلى غاية 2021/02/10 وتخللتها الدراسة الميدانية والتحليلية بداية من فترة جمع البيانات وإجراء الدراسة التحليلية والميدانية وتوزيع استمارة الاستبيان وتفريغها وصولا إلى مناقشة النتائج وتحقيق الأهداف المطلوبة.
- **الحدود المكانية**: يقصد به المكان الذي سيتم إجراء الدراسة فيه، ونظرا لخصوصية الدراسة التي ستتناول موضوع الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي "تويتر أنموذجا" فإن المجال المكاني هنا ينتقل من المجال الواقعي إلى الفضاء الافتراضي الرقمي لشبكة التواصل الاجتماعي تويتر (التغريدات).

[1] تستخدم عينة كرة الثلج أو العينة المتضاعفة في حالة الجهل بمجتمع البحث الكلي، لذا فقد تم اللجوء في هذه الدراسة إلى الاعتماد على عينة كرة الثلج، نظرا لخصوصية المجتمع وحساسية الدراسة كونها تتوقف على محددات الخطاب الطائفي السني-الشيعي عند مغردي الـ تويتر.

- **الحدود البشرية**: ويقصد بها عينة مجتمع البحث التي ستخضع لدراسة، ويتعلق مجتمع البحث ذات الصلة بموضوع دراستنا وهو مستخدمو موقع تويتر " المغردون" والذين تم اختيارهم باستخدام أسلوب المعاينة القصدية.

4. اختبارات الصدق والثبات:

يشير الصدق إلى درجة استقلالية الإجابات عن الظروف العرضية للبحث، ومن ثمة إلى مدى صلاحية أداة جمع البيانات لقياس ما وضعت لقياسه، ويرتبط الصدق بقابلية تكرار التجارب والاكتشافات العلمية، ولن يأتي إلاّ بمعاينة أدوات جمع بيانات ومعالجة إحصائية مناسبة[1]، أما الثبات فيشير إلى الانتظام أو الحد الذي يتم فيه فهم نتائج المقياس فهما صحيحا، أي مدى دقة النتائج وعلو درجة التوافق في حالة تكرارها ومن ثم قابلية تعميمها[2]. لضمان التأكد من صدق الأداتين، تم عرض استمارتي تحليل الخطاب والاستبيان مرفق بإشكالية الدراسة وأهدافها على مجموعة من الخبراء والمحكمين في ميدان علوم الإعلام والاتصال*، وبعد إبداء آراءهم فيما يتعلق بمحتوى الاستمارتين وتقديم مجموعة من الملاحظات والتوجيهات، التي تم أخذها بعين الاعتبار وتصحيح وتعديل الاستمارتين وفقا لرؤية الأساتذة المحكمين، وقد تم الاتفاق على سلامة الأداتين بنسبة عالية. وبإشراك عدد من المحكمين تم حساب نسبة ثبات استمارة تحليل الخطاب من خلال تطبيق معادلة **هولستي Holsti**لحساب نسبة الاتفاق بين المحكمين في محاور أدوات تحليل الخطاب كلا على حدة، ثم حساب المجموع الكلي لأدوات تحليل الخطاب، وذلك بتطبيق المعادلة التالية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{عدد المحكمين} \times \text{عدد الوحدات المتفق عليها}}{\text{مجموع وحدات الترميز}}$$

وقد تم توصل إلى نسب الثبات التالية لأدوات تحليل الخطاب:

[1] فضيل دليو، **معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية**، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 83، ديسمبر 2014، ص ص1، 10.

[2] فضيل دليو، **مرجع سابق**، ص ص 1، 10..

*الأساتذة المحكمين الذين تم الاستعانة بهم في تحكيم استمارتي تحليل الخطاب والاستبيان:

1. أ. د مي العبد الله، الجامعة اللبنانية – لبنان
2. أ. د رابح الصادق، جامعة قطر– قطر
3. د. وهيبة بوزيفي، جامعة إبراهيم سلطان شيبوط – الجزائر.
4. د. عبد المالك صاولي، جامعة محمد بوضياف المسيلة– الجزائر.
5. د. يامين بودهان، جامعة محمد لمين دباغين سطيف –الجزائر.
6. د. رضوان بوقرة، جامعة محمد بوضياف المسيلة –الجزائر.
7. د. سعاد ولد جاب الله، جامعة محمد بوضياف المسيلة– الجزائر.

- **تحليل الأطروحات**: بلغ معامل الثبات 0.92
- **تحليل القوى الفاعلة**: بلغ معامل الثبات **0.94**
- **تحليل الأطر المرجعية**: بلغ معامل الثبات 0.91
- **تحليل الآليات الخطابية**: بلغ معامل الثبات 0.95

تم التوصل إلى معامل الثبات العام لاستمارة تحليل الخطاب الذي بلغ 0.93 وهو ما يؤكد درجة الثبات العالية لاستمارة تحليل الخطاب التي فاقت 0.85.

تم إخضاع محاور الاستبيان لاختبارات معامل **ألفا كرونباخ Alpha Cronbach** لقياس مدى ثبات أداة الاستبيان وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

محاور الاستبيان	عدد العبارات	نسبة الثبات
المحور الأول	**08**	**0.822**
المحور الثاني	**10**	**0.897**
المحور الثالث	**10**	**0.869**
المحور الرابع	**10**	**0.909**
الثبات العام		**0.925**

جدول رقم (2) يوضح تطبيق معامل ألفا كرونباخ Alpha Cronbach لقياس ثبات الاستبيان

ويتضح من الجدول أعلاه أن معامل الثبات العام في أداة الاستبيان المطبقة على عينة استطلاعية قوامها 30 مفردة قد بلغ 0.842، فيما نلاحظ أن الحدّ الأعلى لمعامل الثبات كانت في المحور الرابع حيث تحصلت الباحثة على نسبة 0.909، فيما كان الحد الأدنى لمعامل الثبات في المحور الثاني بنسبة 0.770، وتدل نسب ثبات محاور الاستبيان الأربعة المجزئة والتي فاقت 0.600 على درجة ثبات عالية تسمح للباحثة بتطبيق الأداة في هذه الدراسة.

5.المعالجة الإحصائية للبيانات:

اعتمدت الباحثة على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **SPSS** في نسخته **25**، من خلال تطبيق سلسلة الاختبارات التالية على أداة الاستبيان:

- حساب التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات ومحاور الدراسة.
- إنشاء الجداول الإحصائية البسيطة والمركبة.
- اختبار **T test**: الذي يستخدم لقياس فروق المتوسطات غير المرتبطة والمرتبطة للعينات المتساوية وغير المتساوية.
- اختبار كا^2 (**chi-square**) لقياس الاستقلالية: يتم الاستعانة بهذا الاختبار الإحصائي لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة ومحاور الاستبيان لتحديد العلاقة بين متغيرات ومحاور الدراسة.
- اختبار التباين الأحادي **One-Way-ANIVA**
- اختبار ألفا كرونباخ لقياس صدق وثبات الاستبيان.

ثالثا: التراث النظري للدراسة

تمهيد: يستعرض المبحث التالي مختلف المقاربات العلمية النظرية والمعرفية والتي من شأنها أن تسهم في بناء الهيكلة الإجرائية والمنهجية للدراسة الحالية، ويسعى هذا المبحث إلى تحديد مختلف التصورات المعرفية والنظرية التي تؤسس البني العلمية لمقاربات تحليل الخطاب النقدي باعتباره الركيزة الأساسية التي يتأسس عليها المحك التطبيقي في جانبيه التحليلي والميداني لهذه الدراسة.

ويخضع التحليل النقدي لمجموعة من المعايير والمؤشرات التي تسهم في تفعيل توظيفه في الدراسة الحالية من خلال بحث علاقات السلطة والخطاب وتحديد مجالات الهيمنة الخطابية بالنظر إلى السياق الاجتماعي والثقافي والذي من شأنه تحديد مجالا الاشتغال السياقية والاستعمالية للبنية الخطابية والموضوعاتية للخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.،

وإذ تتيح الأدوات المنهجية التي يوفرها تحليل الخطاب النقدي رؤية مرنة عابرة للاختصاصات، فإن نظرية تحليل الأطر الخبرية تسهم في بناء تصورات تمكن الدراسة الحالية من إقامة ضوابط معرفية وإجرائية لتحديد اتجاهات ومسارات الخطاب الطائفي في تويتر فضلا على تحديد التشابك الخطابي الذي تنبني عليها الأطروحات الرئيسية والفرعية من خلال تحديد أبرز المواضيع والقضايا التي يتم تداولها في محتوى تغريدات تويتر، وتشكل هذه الزاوية التحليلية المتعلقة بنظرية تحليل الأطر نقطة تلاقى جوهرية مع البناء المنهجي للتحليل النقدي للخطاب، فيما تسهم نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي في تحديد نوعية التفاعلات الاجتماعية والثقافية والأيديولوجية الناشئة عن تفاعل الخطاب الطائفي وانتشاره لدى مستخدمي تويتر، وهو ما يتيح للتحليل الخطاب النقدي التعرف على شبكة العلاقات القائمة في البنية النسقية والسياقية وتحدد عوامل إنتاج وانتشار واستهلاك الخطاب الطائفي السني–الشيعي.

أولا: التحليل النقدي للخطاب CDA.

1. الأسس المعرفية والإجرائية للتحليل الخطاب النقدي:

ليس حظ تحليل الخطاب كحظ علوم كثيرة نستطيع أن نعزو نشأتها إلى علم مؤسس لا يشك أحد في أنه يمثل لحظة انبعاث العلم وتشكله والجهر به، فتحليل الخطاب فضاء تشكل على التدرج من خلال التقاء مجموعة من التيارات الحديثة المنحدرة من أوساط علمية مختلفة كالتاريخ واللسانيات والفلسفة وعلم الاجتماع وعلم النفس التحليلي، فكان ثمرة هذا اللقاء ما صار يعرف بـ "المدرسة الفرنسية في تحليل الخطاب" وكانت سنة 1969 منعطفا مهما فقد صدرت ثلاثة أعمال هي العدد الثالث عشر من مجلة "لغات" تحت عنوان تحليل الخطاب وكتاب باشي **M. Pecheaux** "التحليل الآلي للخطاب"، وكتاب فوكو **M. Foucault** "أركولوجيا المعرفة"، وقد شكلت دراسة الخطاب قطب الرحى في هذه الأعمال التي أعاد أصحابها النظر في الصلة القائمة بين الأيديولوجي واللغوي، وانتفضوا على اتجاهين سائدين في دراسة الخطاب؛ اعتد أولهما بالتشكل اللساني للخطاب، فاختزله في تحليل مكوناته اللغوية، وبالغ الثاني في إيلاء الأيديولوجيا مكانة كبيرة حتى ذوب ما هو خطابي في ما هو أيديولوجي[1].

يصعب على الناظر في تاريخ تحليل الخطاب تحديد مفهومه وضبطه بدقة، كما يصعب عليه ضبط اللحظة التاريخية التي يمكن اعتبارها زمنا لنشأة هذا المبحث فـ "من العسير أن نستعرض تاريخ تحليل الخطاب لأنه لا يمكن اعتباره متأنيا عن عمل تأسيسي ولأنه ناتج في آن واحد عن تيارات حديثة وتجديد لممارسات قديمة جدا في دراسة النصوص"[2]، وقد تطور تحليل الخطاب بفضل جهود العديد من الباحثين وأوجد لنفسه مسارا خاصا ووسع تدريجيا حقل الدراسة ليشمل مجموع الإنتاجات اللغوية ووضع جهاز مفهومي خصوصي وبعث بين مختلف تياراته حوارا متزايدا وحدّد طرقا مختلفة عن طرق تحليل المحتوى أو المقاربات الهيرمونطيقية التقليدية، وقد تناول معجم تحليل الخطاب مفهوم تحليل الخطاب من ثلاث زوايا[3]:

– تحليل الخطاب باعتباره دراسة للخطاب، وخير من يمثل هذه الرؤية فان دياك الذي يرى أن تحليل الخطاب هو دراسة الاستعمال الحقيقي للغة من قبل متكلمين حقيقين في وضعيات مختلفة.

[1] حاتم عبيد، **في تحليل الخطاب**، ط1، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 8.

[2] منية عبيدي، **التحليل النقدي للخطاب: نماذج من الخطاب الإعلامي**، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 32

[3] منية عبيدي، **مرجع نفسه**، ص 33.

– تحليل الخطاب باعتباره دراسة للتحادث ذلك أن الخطاب هو نشاط تفاعلي وقد ميّز كلا من موشلار وآن روبول في تحليل الخطاب التحادثي بين تيارين: تحليل الخطاب **discourse analysis** وهو يحلل النصوص التحادثية، والتحليل التحادثي **conversation analysis** الذي يقوم على دراسة المحادثة في ارتباطها بالمتكلم والمتلقي.

– تحليل الخطاب باعتباره وجهة نظر خصوصية إلى الخطاب، ويمثل هذا الاتجاه دعوة لعدم حصر تحليل الخطاب في التحليل اللساني أو الاجتماعي أو النفسي، وإنما اعتماد هذه الفنون كلها لتحليل الخطاب.

وتتمثل الغاية القصوى لتحليل الخطاب في أن نبرز ونؤول في آن واحد العلاقات التي بين انتظامية اللغة والمدلولات والأهداف المعبر عنها من خلال الخطاب[1]، ولا ترمي البحوث المنتمية إلى تحليل الخطاب إلى تفهم اشتغالات خطابية بالدرجة الأولى، وإنما تكتفى بدراسة ظواهر محدودة جدا لوضع تأويلات لمدونات حساسة أيديولوجيا، لذلك فالتحليل النقدي للخطاب هدف إلى دراسة أشكال السلطة التي تقوم من خلال الخطاب بين الأجناس والأعراق والطبقات الاجتماعية قصد العمل على تطويرها[2].

ترى **روث فوداك وميشل ماير Ruth Wodak &Michael Meyer** في كتابهما "مناهج التحليل النقدي للخطاب" أنه يمكن تعريف التحليل النقدي للخطاب على أنه «ما يهتم أساسا بتحليل العلاقات البنائية الكامنة، أو الظاهرة المهيمنة والتمييز والسلطة والتحكم، كما تتجلى في اللغة ويهدف تحليل الخطاب إلى كشف عدم المساواة الاجتماعية التي تم التعبير عنها وتشكيلها وإضفاء الشرعية عليها من خلال استخدام اللغة وتؤيد معظم تحليلات الخطاب النقدي افتراض هبرماس بأن اللغة هي وسيلة للهيمنة والقوة الاجتماعية»[3].

يرى **هنري ويدوسن Henry Widdowson** بأن التحليل النقدي للخطاب يكشف الغطاء عن الأيديولوجيات الضمنية في النصوص ويميط اللثام عن التحيزات الأيديولوجية الضمنية ومن ثمة ممارسة السلطة في النصوص[4]. على ذلك يمكن النظر إليه على أنه كل ممارسة أكاديمية تتوفر فيها الشروط الأربعة الآتية[1]:

---

[1] باتريك شارودو ودومينيك منغو، **معجم تحليل الخطاب**، تر: عبد القادر المهيري وحمادي صمود، المركز الوطني للترجمة،تونس، 2008، ص 45.

[2] باتريك شارودو ودومينيك منغو، **مرجع نفسه**، ص 46.

[3] حفيظة مخنفر، **خطاب الحياة اليومية لدى الطالب الجامعي بين الخطاب التربوي والمجتمعي – دراسة ميدانية لعينة من الأحياء الجامعية**، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين– سطيف 2، 2018/2017، ص 227.

[4] عبد الله حسن عبد الله القايد، **التحليل النقدي للخطاب؛ الخطاب الإعلامي للدول المحاصرة لقطر مثالا**، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر، 2019، ص 69.

- تتعامل مع الخطاب؛ أي اللغة والعلامات الأخرى في الاستعمال الفعلي، أي في سياقات إنتاجها وتداولها واستهلاكاتها الفعلية المحددة زمانيا ومكانيا.
- تتخذ موقفا نقديا مسائلا للعلاقة بين الخطاب والسلطة.
- تبرهن على دعاواها من خلال تحليلات دقيقة لظواهر لغوية وتداولية وبلاغية وأدائية في الخطاب.
- تدرس العلاقة بين الخطاب من ناحية والممارسات الخطابية، والممارسات الاجتماعية التي تحيط بإنتاجها وتشكله وتوزيعه واستهلاكه.

يهدف باحثوا تحليل الخطاب النقدي إلى تحليل الخطابات التي تعبر عن علاقات القوة والهيمنة أو تعيد إنتاجها أو التشكيك بها[2]. ويعتبر **روث ووداك Ruth Wodak** أن التحليل النقدي للخطاب وليد أصول نظرية متعددة منها الأنثروبولوجيا والفلسفة وعلم النفس الاجتماعي والعلوم المعرفية والتداولية والدراسات البلاغية، ويتحدد الأساس النظري للتحليل النقدي للخطاب من خلال الأبستمولوجيا والنظريات الاجتماعية والنظريات الاجتماعية النفسية ونظريات الخطاب والنظريات اللسانية[3].

وواضح أن الجهاز المفهومي لتحليل الخطاب النقدي يتميز بالتنوع والغزارة، وإن كانت مصطلحاته اللسانية مضبوطة وواضحة، فإن كون النظرية متصلة بالقضايا المجتمعية جعلها تستقطب مصطلحات من حقول معرفية متعددة، في هذا السياق يقول **نورمان فيركلاف** ***Norman*** **Fairclough** بأن التحليل النقدي للخطاب يشكل بمعنى ما منهجا تحليليا من المرجح أن تشكل أي مناهج تستخدم في بحث معين يعتمد على التحليل النقدي للخطاب خليطا يجمع بين منهج هذا التحليل وغيره" [4].

ويعتبر **محمد يطاوي** أن التحليل النقدي للخطاب هو نوع من أبحاث تحليل الخطاب التي تدرس في المقام الأول سوء استخدام السلطة الاجتماعية، إذ تفضح خبايا النصوص بوصف البني اللغوية القائمة فيها والعلاقات الداخلية، ثم تستنطقها بخصوص المرامي الحقيقية التي تسعى إلى تحقيقها، فالتحليل النقدي يقدم فحصا للنص على مستوى الاختيارات التنظيمية للبنية الداخلية، ويعتمد التحليل النقدي للخطاب على تحليل العلاقات بين الخطاب والعناصر الأخرى في الممارسات الاجتماعية وهو يعنى على وجه الخصوص بالتغيرات

---

[1] عبد الله حسن عبد الله القايد، **المرجع نفسه**.

[2] Martin Nonhoff**, Discourse analysis as critique**, N 17074, palgrave communication, sep 2017, look: https://www.nature.com/articles/palcomms201774 date of visit: 29-12-2020 time 21:42.

[3] منية عبيدي، **مرجع سابق**، ص 83.

[4] حماني حسن، **الأجهزة المفهومية للتحليل النقدي للخطاب: الخطاب والسلطة**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 12، نشر بتاريخ: 30 ديسمبر 2019، ص 187.

الجذرية التي تلحق الحياة الاجتماعية المعاصرة: موقع الخطاب في سيرورات التغيير، والتحولات في العلاقات بين الخطاب وسيرورات المعنى عامة من جهة والعناصر الاجتماعية الأخرى في مكونات السياق الاجتماعي، فكل خطاب يصبح ممارسة اجتماعية تجد لنفسها موقعا بين عناصر المجتمع، ذلك أن ظهور التحليل النقدي للخطاب جعل من أهدافه النقد والكشف عن مواطن السلطة والهيمنة الاجتماعية من خلال توظيف اللغة[1].

يرتبط هذا المدخل باسم عالم اللغويات **نورمان فيركلاف**[2] فمنذ عام 1987 على إثر حركة نقد واسعة قام من خلالها بمرجعة علم اجتماع اللغة وكافة الدراسات اللغوية وثيقة الصلة بالجوانب الاجتماعية، وقد حاول **فيركلاف** إخراج الخطاب من حدود الدراسات اللغوية وربطه بالفكر السياسي والاجتماعي القائم، وقد بدأ **فيركلاف** مشروعه العلمي بالتركيز على الجوانب المنهجية لتحليل الخطاب ثم انتهي مع آخرين إلى "ضرورة تطوير إطار نظري لمدخل التحليل النقدي للخطاب، حيث إن التحليل النقدي للخطاب يتألف من مجموعة من الأوضاع النظرية التي لا يمكن فصلها عن الأوضاع المنهجية"، ويشير هذا المدخل إلى الدور الفعال للخطاب في تشكيل العالم الاجتماعي، حيث أنه يتيح الفرصة للكشف عن العلاقات بين: الخطاب والمجتمع، والنص والسياق وبين اللغة والقوة.،

وعلى خلاف معظم مداخل تحليل الخطاب، فالممارسة الخطابية تشتمل على عناصر خطابية وغير خطابية، وأن هناك علاقة جدلية بين الممارسة الخطابية وغير الخطابية بحيث يسهمان معا في تغيير العالم الاجتماعي"، ويذهب فيركلاف إلى أن التحليل النقدي للخطاب يمكن أن يمدنا بأدوات لفهم وتفسير الممارسات السياسية والثقافية والاجتماعية المختلفة، التي تغير أشكالها بفعل عصر العولمة، ويوضح الأهمية المركزية للغة في سياق العولمة، كما أنه يمدنا في نفس الوقت بوسائل للكفاح ضد صور الهيمنة السائدة في المجتمع"[3].

يمثل تحليل الخطاب النقدي نمطاً من بحوث الخطاب التحليلية التي تدرس طرق توظيف السلطة واستمرارها ومقاومتها والهيمنة الاجتماعية وعدم المساواة بواسطة النص والحديث في السياق الاجتماعي

[1] حماني حسن، **الأجهزة المفهومية للتحليل النقدي للخطاب: الخطاب والسلطة**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 12، نشر بتاريخ: 30 ديسمبر 2019، ص 188.

[2] نورمان فيركلاف Norman Fairclough (1941) باحث وأستاذ جامعي بريطاني متخصص في اللسانيات في قسم اللغويات واللغة الإنجليزية بجامعة لانكستر وهو أحد مؤسسي تحليل الخطاب النقدي من أبرز مؤلفاته: اللغة والسلطة، الخطاب والتغيير الاجتماعي.

[3] أحمد موسى بدوي، **التحليل النقدي للخطاب في العلوم الاجتماعية: بحث في إشكالية التأويل الذاتي وحلول منهجية مقترحة**، 2009. ص 9.

والسياسي، ويتمكن محللو الخطاب النقدي في مثل هذا الحقل البحثي من اتخاذ موقف يتحدى السلطة الاجتماعية المهيمنة بوضوح، لكي يفهموا ويوضحوا عدم المساواة الاجتماعية ومن ثمة يقاومونها. ولا يعد تحليل الخطاب النقدي اتجاها ومدرسة أو تخصصا إلى جانب المقاربات العديدة في دراسات الخطاب، بل يرمى إلى تقديم وسيلة أو منظور أكثر أو أقل أهمية في المجالات المختلفة كالتداولية وتحليل المحادثات وتحليل السرد، والبلاغة والأسلوبية وعلم اللغة الاجتماعي وعلم وصف الأصول العرقية (الأثنوجرافيا) وتحليل وسائل الإعلام وغيرها.

في كثير من نماذج الخطاب السياسي والإشهاري، توجد خطابات لا تنطلق من معان تريد إيصالها أو من بعث تجربة معينة بغية إشراك المتلقين فيها، وإنما تهدف إلى توجيه سلوك الآخرين ومواقفهم وعاداتهم (بقصد أو دون قصد) فيمارس عليهم نوع من الهيمنة، وقد أدان أورويل في مقاله عن "اللغة الإنجليزية والسياسية" هذا المآل الذي تنتهجه هذه اللغة، وهنا يأتي دور التحليل النقدي للخطاب إذ يرمى حسب فان دياك إلى دراسة أشكال السلطة التي تقوم من خلال الخطاب بين الأجناس والأعراق والطبقات الاجتماعية قصد العمل على تطويرها، كما يهدف كذلك إلى دراسة مظاهر الأيديولوجيا والتسلط الاجتماعي والهيمنة والتفاوت الطبقي وكيف يمكن لها أن تتجسد وتتجدد وتقاوم من خلال الممارسة اللغوية في سياقاتها الاجتماعية والسياسية[1].

2. من مدرسة فرنكفورت إلى تحليل الخطاب النقدي:

يرى **فان ديك Teun van Dijk** أن مبادئ تحليل الخطاب النقدي موجودة بالفعل في النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت قبل الحرب العالمية الثانية، وبدأت تلك المبادئ التركيز على اللغة والخطاب فضلا عن اندماجها مع اللسانيات النقدية في نهاية السبعينيات، وهناك عدد من نظائر تحليل الخطاب النقدي في التطورات النقدية في علم اللغة الاجتماعي وعلم النفس والعلوم الاجتماعية[2]، ويؤكد التحليل النقدي للخطاب على مصطلح "النقد" الذي يمكن إرجاعه إلى مدرسة فرانكفورت و**يورجن هابرماس Jürgen Habermas**، حيث تشكل الملمح النقدي الراهن لمدرسة فرانكفورت عقب صدور الخطاب الافتتاحي لمدير معهد فرانكفورت الجديد **ماكس هوركهايمر Max Horkheimer** (1895-1973) والموسوم بـ "الوضع الراهن للفلسفة الاجتماعية ومهمات معهد الأبحاث الاجتماعية" وهو الخطاب الذي ثمن فكرة الانفتاح على مدارس علم الاجتماع المختلفة والتسلح بالمنجزات المعرفية الجديدة للعلوم الإنسانية. كما شهدت

[1] محمد لطفي الزليطي، **من تحليل الخطاب إلى التحليل النقدي للخطاب**، مجلة الخطاب، العدد 17، ص ص 9، 36.

[2] تون فان دايك، **الخطاب والسلطة**، تر: غيداء العلي، ط1، القاهرة: المركز القومي للترجمة، 2014، ص ص 189، 190.

سنة 1931 التحاق **هربرت ماكوز Herbert Marcuse** بالمعهد الألماني الذي اتجه نحو دمج مباحث علم النفس وعلم الاقتصاد والماركسية والفرويدية، ونتج عنه صدور كتابه "الإنسان ذو البعد الواحد" وتعزز المعهد بإسهامات **تيودور أدورنو Theodor Adorno** الذي أثرى الاتجاه النقدي لمدرسة فرانكفورت وأسهم في بلورة تصوراتها المعرفية واتجاهاتها النقدية[1]، نتيجة ثراء هذه المساهمات طورت مدرسة فرانكفورت في ثلاثينيات القرن الماضي مقاربة نقدية للدراسات الثقافية ودراسات الاتصال تتجاوز حدود التخصص الواحد، جامعة بذلك ما بين نقد الاقتصاد السياسي للميديا، وتحليل النصوص ودراسات تلقي الجمهور المتعلقة بالتأثيرات الاجتماعية والأيديولوجية للثقافة الجماهيرية ووسائل الاتصال الجماهيري وقامت المدرسة باستحداث تعبير "صناعة الثقافة" للإشارة إلى عملية تصنيع الثقافة الجماهيرية الغفيرة **produced mass-culture** وكذلك المقتضيات التجارية التي تقوم بتسيير النظام، فقد قام المنظرون النقديون بتحليل كل المنتجات الثقافية للميديا الجماهيرية في سياق الإنتاج الصناعي، حيث أظهرت سلع صناعات الثقافية السمات نفسها الموجودة في المنتجات الأخرى للإنتاج الواسع النطاق كالتسليع والتصنيع النمطي والإنتاج الموحد للجماهير الغفيرة وكان للصناعات الثقافية وظيفة معينة تتعلق بإضفاء شرعية أيديولوجية على المجتمعات الرأسمالية القائمة على دمج الأفراد في النظام الرأسمالي[2].

وتدرجت النقلات النوعية في مجال النظر النقدي من أطروحة **ريتشاردز *I. A.* Richards** في التعامل مع القول الأدبي بوصفه عملا إلى **رولان بارث Roland Barthes** الذي حول التصور من العمل إلى النص، ووقوفه على الشفرات الثقافية كما فعل في قراءته لبالزاك وفي أعماله الأخرى التي فتح فيها مجال النظر النقدي إلى أفاق أوسع وأعمق من مجرد النظر من النص إلى الخطاب وتأسيس وعي نظري في نقد الخطابات الثقافية والأنساق الذهنية، وجرى الوقوف على فعل الخطاب وتحولاته النسقية، بدلا من الوقوف على مجرد حقيقته الجوهرية التاريخية أو الجمالية[3]. ومنذ هذه الجهود وأخرى مثلها والاكتشافات من داخل الفعل النقدي كانت الدفعة القوية إلى مرحلة "الما-بعد" النقدية حيث التاريخانية الجديدة والنقد الثقافي

[1] ربوح البشير، **ماركس ومدرسة فرانكفورت: من حلم الثورة إلى هاجس النقد**، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، متاح على الرابط: https://cutt.us/jIkGM تاريخ الزيارة: 2021/01/02 على الساعة: 19:55.

[2] دوجلاس كلينر، **مدرسة فرانكفورت والدراسات الثقافية البريطانية الصيغة المفقودة**، تر: كرم أبو سحلي، مجلة النقد الأدبي فصول عدد النقد الثقافي ...إلى أين، المجلد 3/25، العدد99، 2017، ص 250.

[3] عبد الله الغذامي، **النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية**، ط3، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2005، ص 13.

متأسسة على نقد ما بعد البنيوية وما بعد الحداثة وما بعد الكولونيالية، حيث تأتي مشروعات نقدية متنوعة تستخدم أدوات النقد في مجالات أعمق وأعرض من مجرد الأدبية (مجال ما وراء الأدبية)[1].

يحظى الخطاب بأهمية كبرى في الحياة الاجتماعية، فبه يتواصل الناس ويؤدون أغلب أغراضهم لذلك ارتبط الخطاب بالسلطة، فهو أداتها ووسيلة الحفاظ عليها ودعمها أو حتى الثورة عليها وتغييرها، لذلك يقول ميشيل فوكو أن الخطاب ينقل السلطة وينتجها ويقويها، ولكنه كذلك يلغمها ويفجرها ويجعلها هزيلة ويسمح بإلغائها"[2]، على ذلك خلص ووداك إلى أن مصطلح "نقدي" لديه ثلاث معان في عملية تحليل الخطاب: أولا: ألاّ تأخذ الأشياء مسلمات، ثانيا أن تجعل البنيات الغامضة للسلطة ظاهرة، ثالثا أن تقترح بديلا للممارسات السلبية، فالخطاب مرتبط بالسلطة ارتباطا جدليا حيث يعكس السلطة ويشرعنها ويحافظ عليها، وقد يقاومها ويفككها، ويسهم التحليل النقدي في الكشف عن الغموض الذي يعتري العلاقة الجدلية بين السلطة والخطاب، كما يسعى إلى إنتاج معرفة نقدية تمكن الناس من تحرير أنفسهم من أشكال الهيمنة، فقد تبدو لبنات خطابية عادية، غير أنها تعكس سوء ممارسة السلطة، وتعزز أيديولوجيات سلبية[3].

يبرز اهتمام **توين فان دايك** بالدراسات النقدية والتحليل النقدي للخطاب الذي يعيد إنتاج سوء توظيف السلطة، وعدم المساواة الاجتماعية، فالمهمة المركزية للدراسات النقدية للخطاب تكمن في دراساتها التفصيلية لمفهوم السلطة، لذلك يرى أنه من الواجب التركيز على أبعاد السلطة المباشرة بدراسة اللغة والخطاب والاتصال، فهو شديد الاهتمام بإعادة إنتاج الخطابي لسوء توظيف السلطة، وتمثل الجماعات أداة لإعادة الإنتاج الخطابي للسلطة، إذ تستعمل جماعات بعينها أو مؤسسات لإعادة إنتاج خطابها وبالتالي السيطرة، ويقدم ديك تحليله لوسائل السلطة من خلال تصنيفها وفق أنماط التفاعل الاجتماعي[4]:

- الخطابات ذات الوظيفة التداولية المباشرة (القوى الانجازية) التي تتحقق عن طريق السيطرة المباشرة مثل الأوامر والتهديدات والقوانين والأنظمة والتعليمات، أو غير المباشرة مثل التوصيات والنصائح.

[1] عبد الله الغذامي، **النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية**، ط3، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2005، ص14.

[2] سعيد بكار، **التحليل النقدي الجديد للاستعارة**، مجلة الخطاب، العدد 23، ص 54.

[3] سعيد بكار، **مرجع سابق**، ص 55.

[4] حفيظة مخنفر، **مرجع سابق**، ص 269.

- أنواع الخطاب الاقناعي كالدعاية والإعلان التي ترمي إلى التأثير في الأفعال المستقبلية للمتلقين، وتستند إلى سلطتها وقوانينها على الموارد الاقتصادية والمالية، أو بنحو عام على الشركات والمؤسسات وتمارس سلطتها عن طريق الوصول إلى وسائل الإعلام والرأي العام على نطاق واسع.
- الخطاب التوجيهي بسببه قد تتأثر أفعال المستقبل بأوصاف الأحداث أو المواقف المستقبلية كالتوقعات والخطط والسيناريوهات والبرامج والتحذيرات.

3. الإجراءات المنهجية للتحليل النقدي للخطاب في الدراسة الحالية.

يعتبر تحليل الخطاب عند **فيركلاف** مجالا عابرا للاختصاصات **Transdisciplinaire Dialogue** يحمل عدة منظورات حول اللغة والخطاب ضمن النظرية والبحث الاجتماعي[1]، لذلك فتحليل الخطاب النقدي يختلف عن تحليل الخطاب في أن هدف تحليل الخطاب هو "دراسة الاستعمال الحقيقي للغة على لسان متكلمين حقيقين في أوضاع حقيقية" أي دراسة اللغة في سياق الاستعمال، والربط بين الخطاب وأطرافه والسياق التواصلي الذي يدور فيه؛ إنه الفن الذي يدرس الخطاب باعتباره استعمالا للغة لغايات اجتماعية تعبيرية إيحالية، وتحليل الخطاب من جهة أخرى هو دراسة للخطاب باعتباره منتجا لوحات تتجاوز الجمل واستكشاف العلاقات الشكلية والمنطقية والدلالية التي تنظمه وتربط مكوناته بعضها ببعض، أما تحليل الخطاب النقدي فذو أهداف أكثر عملية وخطورة؛ إذ يقحم الباحثين في قضايا بالغة الأهمية وتربط عمل المحللين بقضايا ومسائل أخلاقية ذات مغزى أيديولوجي، وتتحول بذلك لغة الخطاب بمفرداتها وقوالبها وخصائصها الشكلية إلى مرآة تعكس قيما وخبرات معينة، وإلى إطار يعكس تصورات معينة عن العالم[2].

وتركز مناهج دراسات الخطاب النقدي بنحو خاص على العلاقات المقعدة بين البنية الاجتماعية وبنية الخطاب، وكيف يمكن أن تختلف بني الخطاب عن البنية الاجتماعية أو تتأثر بها[3]، فما يهتم به تحليل الخطاب النقدي هو لبس (أو لاشفافية النصوص) والتعبيرات الخاصة بالأبنية والمعاني الإستطرادية والأحداث المضمنة داخل النصوص، بوصفها معلومات متاحة بدرجة أقل بالنسبة للوعي الإنساني، إن التحليل هو منهجية التعامل مع هذا البس أو ذلك الغموض، من خلال مرتكزات تحليلية ثلاث حسب رؤية فيركلاوف[4].

---

[1] نورمان فيركلوف، **تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي**، تر: طلال وهبة، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2009، ص 28.

[2] محمد لطفي الزليطي، **مرجع سابق**، ص ص 14،13.

[3] تون فان دايك، **الخطاب والسلطة**، تر: غيداء العلي، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014، ص 35.

[4] عبد الرحمان محمد طعمة، **ترجمة الفصل الرابع من كتاب "تحليل الخطاب النقدي" لـ "تيري لوك" قضية ما وراء اللغة (الميتالغوية) في تحليل الخطاب النقدي**، مجلة التدوين، العدد 11، جويلية 2018، ص ص 18، 20.

- **الممارسة الاجتماعية الثقافية:** وتمثل التركيز على أشياء من قبيل الموقف الحالي الذي أدى إلى إنتاج هذه الممارسات والظروف المنطقية على المستويين: الموقفي والاجتماعي التي توفر صلة موضوعية سياقية أوسع، والتحليل على مستوى الممارسة الاجتماعية والثقافية يهدف إلى استكشاف أسئلة من قبيل: هل هناك نص معين يدعم نوعا محددا من الهيمنة الإستطرادية أو يدعم ممارسة اجتماعية خاصة، أم أنه يقف حائلا أمام ظروف ما سائدة في علاقة مضادة لهذه السيطرة، هل هناك نص يعمل على إعادة إنتاج ممارسات إستطرادية واجتماعية معينة، أم أن هناك آثار تحويلية داخل النص.
- **ممارسة الخطاب:** ويمثل التركيز على الطريقة أو المنهجية التي تمت بها عملية إنتاج النص، بما يتضمن علاقة النص بغيره من النصوص المتشابهة ووسيلته في الانتشار، والطريقة التي تلقاه بها الجمهور، وكيف قرأ الجمهور هذا الخطاب، وكيف فسروه واستخدموه، أما التحليل على مستوى الممارسة الخطابية يركز على مظاهر إنتاج النص وانتشاره واستهلاكه (ثنائية التلقي/التأويل).
- **النص أو الخطاب:** ويتم التركيز فيه لأجل التحقق من الطرق التي وضع بها النص بشكل استطرادي القراء وفق ترتيب معين من خلال ما سماه كل من **جانس وإفانيك** "القراءة الأفضل للنص" والتركيز على إنتاج النص يطرح قضايا عن مسألة التداخلية أو البينية المنطقية للخطاب والتناصية الواضحة، أما التركيز على انتشار النص فهو يطرح قضايا تتعلق بالطريقة التي يصبح فيها نص ما جزءا من سلسلة نصوص متناصة (متداخلة) أثناء تحولها إلى أنواع نصية أخرى.

والتركيز على تأويل النص يطرح قضايا تتعلق بما يطلق عليه فيركلوف بشكل مربك مصطلح "**الحبك**" **coherence** أو **سلطة القارئ reader's disposition** بمعنى المدى الذي يمكن للقراء من خلاله أن يرتبوا في مراتب معينة بالنسبة لأفضل قراءة للنص. ويصطلح على دراسات الخطاب بـ "النقدية" إذا كانت تفي بمتطلبات أحد المعايير التالية أو بعضها عندما يكون[1]:

- معنى "الهيمنة" هو سوء توظيف السلطة الاجتماعية من قبل مجموعة اجتماعية معينة.
- تدرس علاقات الهيمنة وفقا لمنظور مجموعة المهيمن عليها (المغلوب على أمرها) ولمصلحتها.
- تستخدم تجارب أفراد المجموعات المهيمن عليها كدليل لتقويم الخطاب المهيمن.
- يمكن إثبات أن الأنشطة والأفعال الخطابية للجماعة المهيمنة غير شرعية.
- يمكن صوغ بدائل صالحة للخطابات المهيمنة بحيث تنسجم مع مصالح الفئات المهيمن عليها.

[1] حفيظة مخنفر، **خطاب الحياة اليومية لدى الطالب الجامعي بين الخطاب التربوي والمجتمعي – دراسة ميدانية لعينة من الأحياء الجامعية**، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين- سطيف 2، 2018/2017، ص 227.

وتتحدد الرؤية العملية لآليات تطبيق تحليل الخطاب النقدي كمقاربة رئيسية وأساسية لهذه الدراسة في عملية تحديد البنية الموضوعاتية والخطابية الكلية لمجموع التغريدات الطائفية السنية الشيعية التي تم الاستدلال عليها من خلال البحث في شبكة الكلمات المفتاحية في إطار التشكيل الخطابي كما اصطلح عليه فوكو، وتتحدد البنية الموضوعاتية والخطابية من خلال أدوات التحليل الخطابي المقترحة في هذه الدراسة إذ تتضمن تحديد أطروحات الخطاب الرئيسية والفرعية في سياق تحليل هرمية فيركلاف الخطابية التي تتأسس على بحث وتحليل وتأويل العناصر الأساسية التالية:

- الخطاب.
- السياق الاجتماعي والثقافي.
- الممارسة الخطابية.

وتتجه الرؤية البحثية في تحليل هذه العناصر مجتمعة على بحث السياق الخطابي الذي يحدد مدلولات الميتالغوية الخطابية (ما وراء اللغة) من خلال الانتقال من بحث اللغة باعتبارها تمثل شكلا من أشكال الممارسة الاجتماعية التي تتمظهر في التغريدات الرقمية (باعتبارها فعلا خطابيا) إلى تحديد آليات اشتغالها وتوظيفها للسياق الاجتماعي والثقافي وهو الأمر الذي يجعلها لغة مشبعة بالإيديولوجيا وبالتالي تصبح التغريدات نمطا اتصاليا يكرس مفاهيم السلطة والهيمنة وهو ما يجعلها تقع في صميم مبحث تحليل الخطاب النقدي الذي يسلط الضوء على كنه العلاقات القائمة في سياق اتصالي خاص يسعى إلى الكشف عنها وتفسيرها وتأويلها وفق المقاربات النقدية لفيركلاف وفان ديك فضلاً على تحديد شبكة الأنساق الظاهرة والمضمرة في الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر وهو ما يتقاطع مع الدراسات الثقافية والنقد الثقافي والذي من شأنه أن يكون مقاربة نظرية مكملة للتحليل النقدي للخطاب باعتباره ميدانا عابرا للاختصاصات وبالتالي تتيح المرونة التي يتميز بها تحديد مجالات اشتغاله السياقية والاستعمالية بما في ذلك عنصر اللغة الخطابية في التغريدات السنية – الشيعية فضلا على توظيفه عددا من المناهج المعرفية التي من شأنها تامين الثراء المنهجي الذي يسهم في تفكيك بنية الخطاب الطائفي في تويتر ويتجاوز عقم وترهل المناهج البحثية التي تكتفي بمقاربة تأويلية أو تداولية أو لسانية محدودة المسار.

ثانيا: نظرية تحليل الأطر الخبرية.

1. اللبنات التأسيسية لنظرية تحليل الأطر الخبرية.

يعود الفضل في تأسيس نظرية تحليل الأطر الخبرية إلى عالم الاجتماع غولفمان **Goffman**[1] الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي، من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية، وذلك عن طريق اختيار أطر إعلامية مناسبة تضفي على المضمون معنى ومغزى، ويتضمن هذا النموذج أربع عمليات أساسية تتمثل في بناء الإطار، وضع الإطار، المستوى الفردي لتأثيرات الإطار، العلاقة بين الأطر الإعلامية، وقد وضع **Goffman** نظرية تحليل الأطر قصد تقديم نسق منظم حول طريقة استخدام التوقعات، وذلك بهدف تفسير وإضفاء معنى لمواقف الحياة اليومية للأشخاص.

وتعد نظرية **Goffman** من النظريات الأكثر مرونة من حيث التعامل مع المواقف، فهو كان مقتنع أن الحياة الاجتماعية تمثل ظاهرة متطورة ومتغيرة بصورة متواصلة، لذا يتم التعايش مع الحياة الاجتماعية، كونها تحظى بتواصل واستمرارية كبيرين، فالفرد يمتلك القدرة على إعادة صياغة أطر تجاربه وخبراته، بصورة مستمرة من حين لأخر، إن نظرية تحليل الأطر تركز على الطريقة التي يتعلم من خلالها الأشخاص، وكيفية تفسير وفهم عالمهم الاجتماعي بصورة نمطية متكررة، وحسب **Goffman** بهدف خلق إطار تصوري لابد من الأخذ بعين الاعتبار عنصرين أساسيين هما:

- المحتوى والسياق السياسي والاجتماعي، الذي يتم فيه تحديد وصياغة الأطر.

- النتائج والعواقب السياسية والاجتماعية طويلة المدى والمتعلقة بالأطر التي يتم تعلمها من وسائل الإعلام.

[1] إيرفينغ غوفمانGoffman 1922- 1982 عالم اجتماع وعالم نفس اجتماعي وكاتب ولد في كندا، ويعتبره البعض أكثر علماء الاجتماع الأمريكيين تأثيرًا في القرن العشرين، احتل في عام 2007 المرتبة السادسة في دليل التايمز للتعليم العالي بين مؤلفي الإنسانيات والعلوم الاجتماعية، بعد أنتوني غيدنز وبيير بورديو وميشال فوكو، وتقدم على يورغن هابرماس، كان غوفمان الرئيس الثالث والسبعون للجمعية الأميركية لعلم الاجتماع. تعتبر دراسته عن نظرية التفاعل الرمزي أفضل إسهاماته في مجال النظريات الاجتماعية. اتخذت دراسته شكل تحليل اجتماعي، وبدأت بكتابه لعام 1956 "تصوير النفس في الحياة اليومية". تتضمن أعمال غوفمان الرئيسية الأخرى "ملاذات" في عام 1961، و"وصمة عار" في عام 1963، و"طقوس التفاعل" في عام 1967، و"تحليل الإطار" في عام 1974، و"أشكال الكلام" في عام 1981. تضمنت مجالات دراسته علم اجتماع الحياة اليومية والتفاعل الاجتماعي، وبناء النفس الاجتماعي، والتنظيم الاجتماعي للتجربة (التأطير).

وقدم **Goffman** نظرية الأطر من خلال المنهج الدلالي، ويشير إلى أن طريقة تنظيم الرسالة الإعلامية وتضمين معلوماتها يؤثر على الأفكار والتصرفات التي تتبعها، وتعد نظرية تحليل الأطر الخبرية من النظريات التي توضح كيفية بناء المعاني والدلالات وكافة الرموز المختلفة التي تؤثر على درجة البنية الإدراكية للجمهور المتلقي لوسائل الإعلام، ومن ثم فهم واستيعاب المضامين وفقا لنوعية الرموز، سواء المباشرة أو الضمنية في كافة رسائل وسائل الإعلام[1].

ومثلت إسهامات **Giltin** مرحلة جديدة في مسيرة تطور دراسات نظرية الأطر وذلك من خلال الاختبار الإمبريقي الناضج للنظرية، وتلتها دراسات أجراها كلا من **Lang and Lang** خلال الفترة الزمنية (1981-1983)، والتي أكد من خلالها الباحثان على أهمية الأطر الخبرية في عملية تصنيف الأحداث المختلفة، ضمن فئات معينة محددة يسهل فهمها من قبل أفراد الجمهور، وفي عام 1989 توصل كلا من **Gamson & Modgiliani** في دراستهما لقضية الطاقة النووية، والتغير في اتجاهات الجمهور نحو القضية ذاتها.

لقد واصل الباحثون إسهاماتهم الأكاديمية المتنوعة، والتي أضافت لدراسات الأطر تراكمية علمية ساهمت في تطورها وخصوبتها، وشهدت نظرية الأطر مرحلة أكثر عمقا وتقدما سميت بمرحلة النماذج التفسيرية، التي اقترحها العديد من الباحثين بهدف التعمق في دراسات الأطر، وكانت بداية هذه المرحلة منذ عام 1993 من خلال النموذج الذي اقترحه **Entman** في دراسته المشار إليها سابقا، وأصبح مصطلح الأطر خلال العقود الماضية موضوع الكثير من البحوث في مجال ترتيب الأولويات، كمدخل لفهم وسائل الإعلام وتأثيراتها في ترتيب أولويات الجمهور نحو القضايا[2].

2. الاتجاهات البحثية والمعرفية لنظرية تحليل الأطر الخبرية:

يعتبر مفهوم الإطار أو التأطير الإعلامي أحد المفاهيم الجوهرية، التي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية، التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثراتها، كما يعتبر بدوره المكون الرئيسي لنظرية "**تحليل الأطر الخبرية** " ويقصد بالإطار (**frame**) يحددها وينظمها، ويضفي عليها قدرا من الاتساع وذلك

[1] حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 238.

[2] غادة شكري محمود: **الأطر الخبرية للعلاقات العربية –الأمريكية في الصحف العربية الدولية قبل وبعد أحداث سبتمبر، دراسة تحليلية مقارنة للأهرام الدولي – الشرق الأوسط، الحياة**، رسالة ماجستير، قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة حلوان، مصر، 2007، ص 94.

بالتركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، ومن ثم فالإطار الإعلامي حسب **حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد** هو " تلك الفكرة المحورية التي تنظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة "[1].

لقد تم استخدام مصطلح " الإطار" لأول مرة في أدبيات العلوم الاجتماعية ضمن الكتابات عالم **الاجتماع الأمريكي Bateson عام 1955**، وساهم كل من: "**Berger & Luckmann**" عام 1967 إسهاما رئيسيا في تطور مفهوم التأطير، بالإشارة إلى الوسائل التي تقوم بموجبها الجماعات بتصنيف خبراتها الجماعية المستمدة من الواقع ضمن فئات، ثم تطويرها عبر الزمن لإعطاء دلالة لكل من المعلومات والخبرات الجديدة[2].

والإطار كما يعرفه **Ering Goffman** يشير إلى مجموعة معينة من التوقعات التي يتم استخدامها، من أجل تفسير موقف اجتماعي بصورة جيدة، في نقطة محددة من الزمان، ولذلك فإن عملية بناء الأنساق المعرفية أو الأطر تعتمد في البداية على ما هو قائم من رموز وتلميحات واستخدمها في تأكيد أو تعزيز المعاني الاتصالية في وسائل الإعلام، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل "الإطار" على أنه تنظيم للأحداث، وربطه بسياقات معينة ليكون النص أو المحتوى معنى معينا، ويؤكد **Rebert Entman** على أن تأثير الأطر لا يتحقق فقط من خلال إبراز بعض الجوانب في الأحداث أو الوقائع، ولكن أيضا من خلال الحذف أو الإغفال لجوانب أخرى، أو تقديم توصيات خاصة من جانب القائم بالاتصال[3].

ويؤصل تعريف **Entman** عام 1993 نظريا وتطبيقيا لمفهوم الإطار الذي أشار: «بأنه الفكرة المحورية التي جوهريا تتضمن انتقاء جوانب معينة من الحقيقة المدركة دون غيرها، وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، حيث يتم من خلاله تحديد المشكلة أو القضية وتفسير أسباب حدوثها، والتقييم الأخلاقي أو المعنوي لأبعادها المختلفة، ثم طرح حلول وتوصيات ومعالجة بشأنها». نستنتج من مضامين التعريفات السابقة أن الأبعاد الرئيسية للأطر تتحدد في عمليات الانتقاء والتنظيم والتأكيد على جوانب محددة وإغفال جوانب أخرى، فمفهوم الأطر يركز على الانتقاء والبروز، وتقوم الأطر بتشخيص، تقييم ووصف نقطة محددة فمثلا: إطار الحرب الباردة ظل مسيطرا على تغطية النصوص الإخبارية الأمريكية للشؤون الخارجية في وقت قريب، فقد كان يلقي الضوء على أحداث وشؤون خارجية معينة، خاصة الحروب الأهلية باعتبارها مشكلات يحدد

[1] حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998، ص 348.

[2] نهلة مظفر أبو شيد، **المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات الإخبارية**، أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015، ص 78.

[3] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط 3، عالم الكتب، مصر، 2004، ص ص 402،404.

أسبابها في المتمردين الشيوعيين، ويقدم أحكاما أخلاقية بأنهم أعداء ملحدون، ويقترح بعض الحلول لها كضرورة تدخل الولايات المتحدة، ودعمهم لخصوم هؤلاء المتمردين[1].

ويرى **خالد صلاح** أن مصطلح الإطار وهو الأكثر شيوعا واستخداما من قبل الباحثين في الدراسات الخاصة بالمضمون الإخباري لوسائل الإعلام، ودراسات الرأي العام والاتصال السياسي، ويعرف **فهمي العدوي** نظرية الأطر الخبرية بأنها: " كل ما يعطى للمتلقي من أخبار حول موضوعات معينة فتحدث التأثير والقبول مع التأكيد أن كل ما يتلقاه الشخص هو حديث حقيقي ومصدر المعلومات صادق ودقيق[2].

لمصطلح الإطار الخبري العديد من المرادفات مثل: **سياق النصContext** و**الفكرة الرئيسية Theme** و**الزاوية الخبرية News Angel**، وهكذا فإن لمفهوم الأطر الخبرية معنيان هما:

المعنى الأول: يشير إلى العملية التي يقوم من خلالها القائمون بالاتصال بتشكيل المحتوى الإخباري من خلال التركيبات الضمنية للمعاني.

المعنى الثاني: يشير إلى تأثير الأطر التي تقدمها وسائل الإعلام على إدراك الجمهور للقضايا المختلفة حيث أن الجمهور يتبني نفس الأطر التي تستخدمها وسائل الإعلام في طرح القضايا المختلفة.

كما يرى **محمد عبد الحميد** أن مفهوم "الإطار الإعلامي" يتمثل في كونه «عملية هادفة تقوم بها وسائل الإعلام، والقائمون بالاتصال فيها بإعادة تنظيم المحتوى الإخباري، ووضعه في إطار من أطر اهتمامات المتلقين وإدراكهم، أو الإقناع بالمعنى أو المغزى الذي يستهدفه بعد إعادة التنظيم»[3]. ولقدوضع مجموعة من الخبراء النماذج التي تفسر نظرية تحليل الأطر، وتبنى عليها عملية التأطير، بحيث يتعلق كل نموذج منها لجانب من جوانب تطبيق النظرية ومن أبرز هذه الجوانب ما يلي:

نموذج روبرت إنتمان Robert Entman: تحدث **انتمان** في نموذجه في إطار وظائف الأطر[4]، حيث قدم أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل فيما يلي:

---

[1] هبة شاهين، **الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية، دراسة تحليلية لبرنامج Inside the Middel Esat**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 27، سبتمبر 2007، ص 191.

[2] فهمي العدوي، **إدارة الإعلام**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 28.

[3] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، **مرجع سابق**، ص 403.

[4] استبرق وهيب، **المعالجة الإعلامية للاحتلال الأمريكي للعراق، تحليل مضمون مجلة نيوزويك، النسخة العربية**، رسالة ماجستير، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2009، ص 13.

- تعرف الأطر المستخدمة أو القضية والأسباب الكامنة وراءها.
- تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث.
- تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث.
- تقترح الأطر حلولا للقضية ومحاولة علاجها.

نموذج بان وكوسيكي Pan &kosicki: التي تقدم نموذجا يتضمن مجموعة من الأليات والأدوات لتحليل الأطر الخبرية تتمثل في[1]:

- **البناء التركيبي الإخباري**: التي تشير إلى تسلسل العناصر والفقرات داخل القصة الخبرية، وكذلك الاستراتيجيات التي يتبعها القائم بالاتصال في بناء الحدث الإخباري، والمصادر الإخبارية التي توظف في النص الخبري.
- **الأفكار الرئيسية (الفكرة المحورية)**: المتضمنة في النص الخبري وتتضمن الأفكار الرئيسية السمات الرئيسية للموضوع والفكرة المحورية التي تدور حولها النص الخبري التي تساعد في تدعيم الفكرة المحورية.
- **الإستخلاصات الضمنية** للحدث أو القضية التي تركز عليها وسائل الإعلام.

نموذج لينجر وسيمون Lyenger & simon: يتناول هذا الموضوع تصنيفا للأطر الخبرية يتضمن نوعين هما على النحو التالي[2]:

- الإطار المحدد المرتبط بأحداث محددة.
- الإطار العام أو المجرد.

نموذج ماكسويل ماكب وأخرون Maxwell E. Mccomb Et: يقدم هذا النموذج تفسيرات لكيفية بناء الصورة النمطية عن الشعوب والشخصيات البارزة لدى الجماهير بوصف ذلك يمثل التأثير الأهم لوسائل الإعلام في الآونة الأخيرة، ويعتبر أن الرسالة الإعلامية تتضمن سمات موضوعية وهي تلك التي تتعلق بالمعلومات المجردة حول القضية وشخصياتها وأطرافها وأسباب الموقف، أو كيفية تناول المشكلة فيها وبدائل حلولها، والسمات العاطفية للأطراف والشخصيات الواردة ضمن سياق القضية بشكل موات وغير موات، بكلمة أخرى تقدم الأطراف والشخصيات بصورة إيجابية أو سلبية.

نموذج شوفيل Schofeil: يتألف هذا النموذج من ثلاث أجزاء رئيسية هي: المدخلات، العمليات والمخرجات، وتنقسم أفقيا في جزئيتين، يتعلق الأول بعملية التأطير بالنسبة لوسائل الإعلام، بينما يختص الثاني

[1] استبرق وهيب، **مرجع سابق**، ص 14.

[2] **المرجع نفسه**.

بعملية التأطير بالنسبة لمستوى الجمهور ويمثل القائم بالاتصال قاسما مشتركا بين هذين الجزئيين لدور هذا النموذج كقائمين بالاتصال في وسائل الإعلام، حيث يقومان بتغطية الإحداث المختلفة ويتضمن نموذج **شوفيل** أربعة عمليات رئيسية وهي:

- **بناء الإطار**: ويقصد به العمليات التي تهتم برصد تأثيرات العوامل والمتغيرات المختلفة على مستوى وسائل الإعلام والجمهور، في بناء واختيار الأطر المختلفة، وصنف **شومكير وريس** العوامل إلى ثلاثة تصنيفات هي: عوامل أساسية خاصة بالصحفيين، عوامل خاصة بانتقاء الأطر، وعوامل خارجية.
- **وضع الإطار**: هي العملية الثانية في التأطير، وتهتم ببروز سمات القضايا والأحداث والشخصيات التي يشملها النص الإعلامي.
- **تأثيرات المستوى الفردي للتأطير**: يقصد بها تأثيرات الأطر الفردية التي يتم تناولها من ثلاث زوايا هي: السلوك، الاتجاه والإدراك، ويتم تناول التأثيرات بناء على عمليتي المدخلات والمخرجات.
- **الصحفيون كجمهور**: حيث يشبه الصحفيون جمهورهم على اعتبار أنهم مستهدفين من الإطار التي يستخدمونها في تغطية الأحداث والقضايا المختلفة.

3. تطبيق النظرية في الدراسة:

استفادت الدراسة الحالية من نموذج المقترح من قبل الباحثان **Pan & Kosicki** وذلك للتعرف على البناء الإخباري للخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي، وتطبيق هذا النموذج على البناء السردي والإخباري لمحتوى الخطاب الإعلامي الطائفي، وكذا تحديد الفكرة المحورية في هذا الخطاب من خلال تحديد بنية وآليات بناء الخطاب الإعلامي الطائفي، وكذا تقديم الإستخلاصات التضمينية الموجودة في الخطاب الطائفي والتي يسعي القائم بالاتصال في الميديا الاجتماعية إلى تمريرها في بنية هذا الخطاب الموسوم بالطائفية.

وقد تم الاعتماد على إطار الصراع في تفسير بنية الإطار الخبري المستخدم باعتبار إنه يقدم حالة الصراع الموجودة بين الطوائف الدينية المختلفة، ويفسر من خلالها عملية بناء المحتوي الإعلامي المقدم في أبرز مواقع التواصل الاجتماعي. ويعتبر إطار الصراع أنسب الأطر التي تم الاعتماد عليها في هذه الدراسة، فهو الأكثر شيوعا واستخداما في تغطية النصوص الإعلامية، حيث تؤدي حالة الفوضى ونشوب الحرب إلى خلق أزمة ثقة في المعلومات المقدمة وخلق حالة ترقب مستمر بالنسبة للمتلقي، لذا تلجأ منصات الإعلام الجديد وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي إلى تقديم النصوص الإخبارية بما يتناسب مع الاستراتيجية المتبعة والإيديولوجية التي تخدمها بالاعتماد على آليات بناء الإطار من خلال الانتقاء والإبراز والاستبعاد المتبعة في بناء النصوص الإعلامية.

كما تم اعتماد نموذج الأطر الفردية في تحديد توجهات المغردين على موقع الـ تويتر، إذ يعبر هذا الإطار على المخزون العقلي لمجموعة من الأفكار، التي تعد بمثابة المرشد للمعالجة الشخصية لبيانات المغردين. كما أنها تشكل أدوات لفهم ما يحدث حيث تعمل كهياكل داخلية للعقل ومخططات يعالج وفقها الأفراد المعلومات المقدمة، والأطر الفردية يمكن توظيفها في وصف كيفية إدراك الجمهور للمحتوى الخطاب الطائفي السني–الشيعي الذي يتم تداوله في موقع تويتر.

ثالثا: نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي.

1. رأس المال الاجتماعي... مقاربة المفهوم والنشأة.

تعود الجذور التاريخية لاستخدام مفهوم رأس المال الاجتماعي بشكل صريح إلى الباحث **ليدا جودسون هانيفان Lyda Judson Hanifan** في كتابه **The Community Center** سنة 1920 حين عنون الفصل السادس من كتابه هذا بـ" رأس المال الاجتماعي تطوره واستعماله" حيث تناول من خلاله مفهوم رأس المال الاجتماعي وأهميته في بناء المجتمع، غير أن هذا المفهوم ومنذ ظهوره سنة 1916 قد شهد أفولا ونسيانا لمدة طويلة من الزمن، إلى أن أعاد طرحه في سبعينيات القرن التاسع عشر السوسيولوجي الفرنسي **بيير بورديو Pierre Bourdieu**[1]الذي أحياه من خلال سلسلة من الدراسات سرعان ما تعززت بدراسات كلا من الأمريكيان **جيمس كولمان وروبرت بوتنام JamesColeman & Robert Putnam** ليضيفوا هذا المفهوم من جديد كحقل دراسي يستهوي الكثير من الباحثين[2].

ويعد **جون ديوي Johan Dewey** أول من استخدم رأس المال الاجتماعي كاتجاه سائد في المدرسة والمجتمع عام 1899، ورغم ذلك لم يحدد مفهوم له، حيث ركز على الاتصال للتعبير عن رأس المال الاجتماعي واستخدامه من خلال تغيير المعلومات وتحديد المشكلات وموجهاتها وإدارة الصراع حيث ترتبط العلاقات الاجتماعية بالقدرات الفردية، وبذلك فقد استخدم رأس المال الاجتماعي قديما دون تحديد مفهومه[3].

ويقصد برأس المال الاجتماعي على وجه الدقة «البناء المجتمعي القائم بمجتمع ما والمتمثل في جملة العلاقات الإنسانية ومستويات الثقة والتعاون بين الناس وبعضهم البعض كما يعبر عن جملة الشبكات الاجتماعية

[1] بيير بورديو Pierre Bourdieu (1930– 2002) عالم اجتماع فرنسي، يعتبر أحد أبرز علماء الاجتماع المعاصرين، قدم إسهامات كثيرة في مجال العلوم الإنسانية والاجتماعية، أسهم في تأليف أكثر من 30 مؤلفا من أهمها: الورثة، وكتاب إعادة الإنتاج"، السيطرة الذكورية"، إنتاج الأيديولوجيا المسيطرة، عمل كأستاذ في: مدرسة الدراسات العليا في العلوم الاجتماعية وكوليج دو فرانس، ومدرسة الدراسات العليا في العلوم الاجتماعية، جامعة ليل، جامعة باريس، كما تحصل على ميدالية المركز الوطني للبحث العلمي الذهبية عام 1993م، وتحصل على الدكتوراه الفخرية من جامعة برلين الحرة عام 1989م، والدكتوراه الفخرية من جامعة أثينا باليونان.

[2] فلة بن غربية والزهرة غمشي، **رأس المال الاجتماعي الافتراضي وتداول المراجع العلمية بين طلبة ما بعد التدرج على شبكة الفايسبوك**، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد 14، 2018، ص 474.

[3] طلعت مصطفى السروجي، **رأس المال الاجتماعي**، ط1، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2009، ص 11.

القائمة بالمجتمع»[1]. وينظر لرأس المال الاجتماعي على أنه مرادف موضوعي لجملة التفاعلات التي تربط بين الناس في الأمور الحياتية العادية، كما يعكس أيضا العلاقات البشرية والدفء العاطفي الذي يربط بين أعضاء الجماعة أو الأسرة الواحدة ويعكس الرابطة التي تجمع بين مجموعة من الناس في وحدة إنسانية واحدة.

وقد عرّف **بيير بورديو Pierre Bourdieu** مفهوم رأس المال الاجتماعي بأنه: «الموارد والطاقات الكامنة في الشبكات الاجتماعية المختلفة، والتي تؤدي على تحقيق منافع جماعية بأثر من القيم التي تحكم في البني الاجتماعية، تلك القيم التي تتجسد في هياكل وتنظيمات اجتماعية متماسكة تسهل عمليات التفاعل الاقتصادي والسياسي وتشكل البنية الأساسية للعلاقات الاقتصادية وتعزز الثقة المتبادلة، وتحل المشكلات الاجتماعية، ويترتب على ذلك بأن النجاح أو الفشل يرجع إلى المجتمع، ولا تقع مسؤوليته بحال على الدول الاستعمارية أو على قوى النظام الرأسمالي العالمي، وان الفشل يرجع إلى شبكات العلاقات غير المنظمة وغير مشحونة بالثقة والشفافية والتسامح السائد في المجتمع»[2].

وفي تقرير التنمية البشرية 2003 تم تعريف رأس المال الاجتماعي بأنه «يشير إلى النظام المؤسسي والعلاقات والتقاليد التي تؤثر على جميع الجوانب في مجتمع بما ينعكس على التفاعلات الاجتماعية والاقتصادية ذات التأثير المباشر على عملية التنمية واستمراريتها ومدى إمكانية تدعيم رأس المال الاجتماعي للتنمية والديمقراطية»[3].

ويمكن حصر هذه التعريفات في نوعين اثنين وهما[4]:

- تعريف يركز على البعد البنيوي من حيث ارتباط المصطلح ببنية وتركيبة الشبكات الاجتماعية الموجودة بالمجتمع.
- تعريف يركز على بعد يتعلق بالمحتوى أو المضمون، ويتضمن هذا البعد المعايير التي تحكم مفهوم رأس المال الاجتماعي.

وعلى الرغم من أن **روبرت ديفيد بوتنام Robert D Botnam** [1]لم يكن أول من كتب عن هذا المفهوم إلا أنه يعتبر من أهم الكتاب الذين تنولوا مفهوم رأس المال الاجتماعي. ويرى بوتنام في مؤلفه الموسوم

[1] طلعت مصطفى السروجي، **المرجع نفسه**، ص 12.

[2] نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي، **الفيسبوك ورأس المال الاجتماعي في مصر –دراسة سوسيولوجية ميدانية**، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 115، 2012، ص 119.

[3] نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي، **المرجع نفسه**، ص 119.

[4] طلعت مصطفى السروجي، **مرجع سابق**، ص 13.

بـ "**اللعب المنفرد للبولينج**" أن الولايات المتحدة الأمريكية شهدت انهيارا غير مسبوق في كل من الحياة المدنية والاجتماعية والسياسية، منذ الستينات من القرن العشرين مما استتبع عدد من النتائج الخطيرة، في حين عبر هذا الانهيار بصورة كمية في العديد من المظاهر فقد كان الأكثر إثارة للدهشة، هو ما جاء به الكتاب بأن التنظيم المدني والاجتماعي التقليدي قد شهد انخفاضا ملحوظا في عضويته، وباءا على البحث الذي قام به بوتنام فق تشكلت مجموعة عمل في جامعة هارفرد أطلق عليها منتدى ساجوارو ويتعين هنا ذكر أن غالبية التعريفات التي تدور حول مفهوم رأس المال الاجتماعي وخاصة تلك التي استخدمها البنك الدولي مشتقة من أعمال وأبحاث استخدمها **بوتنام Botnam** كأن الظروف والأوضاع المجتمعية كانت دافعا لظهور رأس المال الاجتماعي والاهتمام به[2].

وفي إطار عرض للرؤى النظرية التي اقتربت من مفهوم رأس المال الاجتماعي، هناك رؤيتان: الأولي ويمثلها **بيير بورديو Pierre Bourdieu** في تحليله لرأس المال الاجتماعي والثقافي على ربطه بالتحليل الطبقي، حيث فهم رأس المال الاجتماعي على أنه رصيد اجتماعي من العلاقات والرموز يتقابل ويتفاعل مع الرصيد الذي ملكه الأفراد من رأس المال المادي، فرأس المال الاجتماعي والثقافي هو رصيد قابل للتداول والتراكم والاستخدام مثله مثل رأس المال المادي، أما الرؤية الثانية: هي التي ظهرت عندما تم تبني مفهوم رأس المال الاجتماعي في أوساط المنظمات المشتغلة بقضايا التنمية، وتم نزع الرؤية السوسيولوجية الطبقية لمفهوم رأس المال الاجتماعي وعوضا عن ذلك فقد تمت صياغة المفهوم في إطار سلوكي اقتصادي.

وارتبطت هذه الرؤية بأعمال كل من "**جيمس كولمان**" **JamesColeman**[3] ومن بعده "**روبرت بوتنام**"**Robert Putnam** فقد نظر الأول إلى رأس المال الاجتماعي بمثابة الرصيد الذي يتملكه الفرد من

---

[1] روبرت ديفيد بوتنام Robert David Putnam (1941) أحد علماء السياسة وأستاذ بجامعة هارفرد الأمريكية، طوّر بوتنام نظريةَ اللعبة المؤثرة على مستويين والتي تفترض أن الاتفاقيات الدولية لن تتوصل إلى اتفاق بشأنها إلا إذا كانت تؤدي إلى فوائد محلية أيضًا. يطرح عمله الأكثر شهرة (والأكثر إثارة للجدل)، البولينغ وحيدًا، فكرة جدلية تقول إن الولايات المتحدة مرت بانهيار غير مسبوق في الحياة المدنية والاجتماعية والترابطية والسياسية (رأس المال الاجتماعي)، منذ ستينيات القرن الماضي، مع عواقب سلبية خطيرة. في مارس 2015، نشر كتابًا بعنوان «أطفالنا: الحلم الأمريكي في أزمة ويشتهر بكتاباته حول المشاركة المدنية والمجتمع المدني ورأس المال الاجتماعي.

[2] طلعت مصطفى السروجي، **مرجع سابق**، ص 13.

[3] جيمس كولمان James Coleman (1925-1995) عالم اجتماع أمريكي ومُنظّر وباحث تجريبي كان مكانه الرئيسي في جامعة شيكاغو. انتُخب ليكون رئيس الجمعية الأمريكية للعلوم الاجتماعية. درس علم اجتماع التعليم والسياسة العامة وكان من أوائل من استخدموا مصطلح «رأس المال الاجتماعي». أثر كتابه أسس النظرية الاجتماعية على النظرية الاجتماعية. كان كتاباه «مجتمع المراهقين» الصادر عام 1961 و«تقرير كوليمان» (تكافؤ الفرص الاجتماعية) الصادر عام 1966 من أكثر الكتب استشهادًا في علم اجتماع التعليم. حوّل كتابه

علاقات وقيم تمكنه من أن يؤسس العلاقات داخل البناء الاجتماعي، وأن يبني توقعاته وأهدافه، وفي المقابل فقد نظر **بوتنامPutnam** إلى رأس المال الاجتماعي من خلال تحديد الخصائص والسمات التي تكون رصيدا داخل التنظيم الاجتماعي، مثل الثقة والمعايير والشبكات الاجتماعية، مع التأكيد على أن امتلاك الجوانب الإيجابية من هذه الخصائص يمكن من أن يؤدي وظائفه على نحو أكفأ وأفضل، كما أنها تسهل التنسيق بين الأفعال الاجتماعية المختلفة. وفي ضوء ما سبق يمكن تصور ثلاث أنماط مثالية لشبكات رأس المال الاجتماعي هي[1]:

- نمط ذو طابع اقتصادي وتكون فيه تعاملات الأفراد مرتبطة بعوامل اقتصادية.
- نمط قائم على المكانة ويكون فيه الأفراد مدفوعين لمتغيرات السمعة والمكانة الاجتماعية.
- نمط قائم على الاختلاط والارتباط بالآخرين.

فمفهوم رأس المال الاجتماعي من المفاهيم الجديدة التي ظهرت بفعل التغيرات والتحولات الإقليمية والدولية التي شهدتها فترة الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين، فيشير مفهوم رأس المال الاجتماعي إلى الروابط والعلاقات الاجتماعية التي تتضمن مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية ويتم تكوينها في إطار بنائي اجتماعي معين، ويمتد هذا البناء من الأسرة وجماعات الجيرة والأصدقاء ومؤسسات المجتمع المدني على بقية مؤسسات المجتمع، ومن ثمة ينطوي مفهوم راس المال الاجتماعي كذلك على أداء المجتمع الأهلي، وطبيعة الروابط الأسرية، ومدى التمسك بالقيم الاجتماعية، ودرجة متانة النسيج الاجتماعي، وتنوع البني الاجتماعية وما يشبهها من العوامل.

2. البناء النظري لرأس المال الاجتماعي.

حدد **فيلد field** نظرية رأس المال الاجتماعي بأنها تركز على قضية العلاقات وفكرة الشبكات الاجتماعية والثروة المتاحة في المجتمع، والتفاعل الذي يمكن الناس من بناء المجتمعات واعتماد بعضهم البعض وربط النسيج الاجتماعي **Social fabric** وتدعيم خبرات الشبكات الاجتماعية والعلاقات وإيجاد الثقة، وتعطي الثقة بين الأفراد الثقة في النسيج الواسع للمجتمع والمؤسسات الاجتماعية وتصبح مجموعة مشتركة

المشهور تقرير كوليمان نظرية التعليم وأعاد تشكيل السياسات التعليمية الوطنية وأثر على الآراء العامة والأكاديمية حول دور المدارس في تحديد التكافؤ والإنتاجية في الولايات المتحدة.

[1] نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي، **الفيسبوك ورأس المال الاجتماعي في مصر –دراسة سوسيولوجية ميدانية**، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 115، 2012، ص 120.

Shared من القيم والمزايا والتوقعات داخل المجتمع ككل. كما تركز على القيم الاجتماعية التي تعكس التوقعات في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية بين الناس في المجتمع والتي تدعم الثقة في النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في البناء الاجتماعي. وبذلك فغياب رأس المال الاجتماعي يؤثر سلبا في العلاقات الاجتماعية وانهيار البناء الاجتماعي وغياب الثقة في النظم والمؤسسات المجتمعية.

ويرى **بوتنام** أن الركيزة الأساسية لرأس المال الاجتماعي تكمن فيما تحمله الشبكات الاجتماعية من علاقات، ومن ثم يشير رأس المال الاجتماعي إلى القيمة المجتمعية من الشبكات الاجتماعية ورغبة الشبكات في مساعدة بعضها البعض، وأن رأس المال الاجتماعي ليس فقط مجموع المؤسسات التي تعزز المجتمع بل تشمل أيضا العلاقات التي تربط هذه المؤسسات. يعكس كل ذلك أن رأس المال الاجتماعي ليس فقط مجموع المؤسسات التي تعزز المجتمع بل يمتد ليمثل الروابط التي تربط كل منهم، باعتباره أحد موارد التنظيم الاجتماعي ومصدرا كامنا لقيمة، وبذلك يمكن تفعيل رأس المال الاجتماعي وتنميته وتحويله لأهداف استراتيجية. ويمكن تحليل رأس المال الاجتماعي بتحليل البناء الاجتماعي والفعل الاجتماعي باعتباره رصيدا للفاعل على مستوى التفاعل والتبادل الفردي أو الجماعي أو الجمعي أو مستوى المجتمع أو الدولة ككل.

ومن ثم يمكن وضع مفهوم لرأس المال الاجتماعي أو تحليله وتشخيصه كعملية دينامية على مستويات ثلاث[1]:

- **المستوى الجزئي**: ويركز على النتائج الفردية والفاعل كفرد حيث يتم دراسة أو تشخيص الأنا وقدراتها على التعبئة من خلال شبكة اجتماعية مع الأخرين في المجتمع، وبذلك يمكن تحديد الأنا الفاعلة وقدراتها الفردية.
- **المستوى المتوسط**: يتم التركيز في هذا المستوى على عملية التوزيع، ويتم تحليل أنواع الروابط والعلاقات والتفاعلات بين الأنا وأساليب تدفق وتبادل الموارد من خلال الثقة، والشبكات الاجتماعية وقواعد المعاملة التي تمثل الموارد، ويمثل ذلك المستوى التفاعل الجماعي بين الفئات الاجتماعية في المجتمع.
- **المستوى الكلي**: ويركز على العلاقات الاجتماعية وتأثير النظام الاقتصادي والسياسي في المجتمع على طبيعة هذه العلاقات.

لا شك أن بناء العلاقات الاجتماعية وتكوين رأس المال الاجتماعي بات أسهل وأفضل عبر شبكة الإنترنت التي تنقلنا إلى الفضاء الافتراضي، وهو ما أيده كثير من العلماء، ومنهم: **نان لينLin**، و**ميجان**

[1] نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي، **مرجع سابق**، ص 38.

أليساندريني Alessandrini وفابيو ساباتيني، وأولف أجرين **Agren**، وجيرمي ليوتاو **Littuo** وموبرابورك**Burke**، وآنيتا بلانشارد **Blanchard** وتوم هورن **Horn**، وبيير ليفي **Livy** وغيرهم[1].

ويرى الدكتور **وليد رشاد** أن الأسباب الأساسية التي تدفع الأفراد نحو الدخول في تفاعلات الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت أربعة، وهي: التواصل مع الأصدقاء، والتسلية والترفيه، وتكوين صداقات جديدة، والاشتراك في مجموعات تتناسب مع الاهتمامات. وهو ما ينعكس بالتالي على متغير "الثقة" في تفاعلات الإنترنت باعتبار "الثقة" من المتغيرات الأساسية لتشكُّل رأس المال الاجتماعي، ونظرًا لأن الخط الفاصل بين التفاعلات الافتراضية والواقعية صار ضعيفًا، كما أن أصدقاء الواقع هم أنفسهم أصدقاء الشبكة، ولذا فقد احتلت الثقة في العلاقات الفردية المرتبة الأولى في مستويات الثقة، تليها العلاقات الفردية والجماعية ثم التفاعلات الجماعية. خاصة وأن التفاعلات الشبكية من خلال تقديم المساعدة للآخرين بالشكل المعنوي في زيادة وذلك من خلال طلب الدعم والمشورة أكثر من الشكل المادي[2].

يشكل المجتمع الافتراضي مجال نمو الشبكات الاجتماعية ، ويشكل الفضاء المعلوماتي **cyber space** الحيز والإطار الذي تتم في سياقاته تجميع خيوط الشبكات الاجتماعية فقد عرفه **نبيل علي** أنه «فضاء جديد تقطنه الجماعات تمارس فيه الصفقات وتقام فيه المؤسسات والمتاحف والمعارف ومنافذ البيع تعقد فيه التحالفات وتحاك فيه المؤتمرات تنقل فيه المعلومات بسرعة فائقة ورغم محاكاته لفضاء الواقع إلا أنه يختلف في طبوغرافيته وطبيعته وقوانينه وأعرافه عن فضاء الواقع فليس هناك سلطة مركزية تحكمه أو جهة رقابية تراجعه بل مجرد لجان أو مجموعات غير حكومية»[3]. كما عرفه **أحمد زايد** بأنه «العالم الفضائي غير المرئي وغير المرتبط بمكان وزمان والذي تتداول داخله المعلومات الإلكترونية»[4].

والذي يتحقق في بيئة المجتمع الافتراضي، فهو عبارة عن :"تجمعات اجتماعية لا مكانية تحدث بواسطة الإنترنت عبر الفضاء المعلوماتي، تضم أفرادًا من هويات مختلفة تجمعهم اهتمامات مشتركة يتواصلون بطريقة متباينة، تتحدد مكانة المتفاعل فيه بمدى قدرته على استخدام المعارف والمعلومات في التواصل وليس

[1] داليا عاصم، **هل تهدر رأس المال الاجتماعي على الفيسبوك**، الشرق الأوسط، عدد 14096، تم نشره 06/02/ 2017، متاح على https://aawsat.com تم تصفحه: 03/09/ 2019.

[2] إبراهيم أحمد، **قراءة في كتاب "رأس المال الاجتماعي عبر المجتمع الافتراضي" للدكتور وليد رشاد**، مجلة دنيا الوطن، تاريخ النشر: 2018/01/21، متاح على الموقع https://cutt.us/e2iqoتم تصفحه يوم: 03/09/ 2019.

[3] نبيل علي، **تحديات عصر المعلومات**، مكتبة الأسرة الأعمال العلمية، القاهرة، 2003، ص254.

[4] أحمد زايد، **عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية**، عالم الفكر، مجلد 32، الكويت، يوليو، سبتمبر، 2002، ص16.

عن طريق تعاملات الوجه بالوجه"، فالمجتمع الافتراضي هو مجتمع اللاتحقق في كثير من تمثلاته ومجتمع التعامل بقدر الانتفاع مع التحرر من القيود الطبيعية المعروفة حيث ينتفي التجسد الجسماني ولا يبقي في المجتمع الأنترنتي إلا الأفراد الافتراضيون ولا يتمثل الفرد إلا بقدرته الاستخدامية، حواسه وصوره المرقمنة والمعلومات التي يقدمها فقط، بينما الصورة الفيزيقية الملموسة للإنسان غائبة تماما، وتحل محلها الحوارات التي يقدمها الأفراد والمعلومات التي يتشكلون بها واستمرار الذات في الافتراضي مع توقف الجسد يؤكد أن تواجد الفرد في المجتمعات الافتراضية هو في واقع الأمر تمظهر وتمثل رمزي في وسط تكنولوجي اتصالي جديد، وهذا التمثل والتمظهر الرمزي رافقه العديد من التعبيرات التي جاءت للإحالة عليه لعل أبرزها الأنا **Ego2.0**، الهوية الافتراضية، السمعة الافتراضية والتي طرحت العديد من الإشكاليات[1].

3. تطبيق النظرية في الدراسة:

أشرنا سابقا أن رأس المال الاجتماعي يمثل مختلف الروابط والعلاقات الاجتماعية التي تتضمن مجموعة من القيم والمعايير الأخلاقية ويتم تكوينها في إطار بنائي اجتماعي معين، ويساعد الكشف عن مختلف هذه الروابط والعلاقات على التعرف على حركة المجتمع الشبكي ومساراته وتوجهاته المختلفة، وتعمل شبكات التواصل الاجتماعي ضمن سياقات معينة على تشكيل مجموعة من الرؤي والتصورات الفكرية والمعرفية التي تسهم في توجيه حركية المجتمعات البيئية التي تحتضن هذه المجتمعات الافتراضية وبالتالي فهي بمثابة حوافز إدراكية تتشكل من خلالها المرجعيات الفكرية والإيديولوجية خصوصا في المجتمعات التي تمثل فيها التوجهات الدينية والعقدية مؤطرات حاسمة في توجيه المجتمعات فكريا وسلوكيا.

[1] محمد علي رحومة، **الأنترنت والمنظومة التكنو–اجتماعية؛ بحث تحليلي في الآلية التقنية للأنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية**، ص 286.

الفصل الثاني

الخطاب الطائفي السني–الشيعي ووسائل الإعلام... المحددات والإيديولوجيا

تمهيد:

يحاول هذا المبحث تقديم مقاربة شمولية لظاهرة الطائفية من خلال تحديد ماهيتها وتقاطعاتها ضمن أبعاد سوسيولوجية وثقافية ودينية وإعلامية، وهذا بتحديد تمازجها الهوياتي ضمن مسار الحركات السياسية[1] في المنطقة العربية والبحث في جينالوجيا الظاهرة الطائفية وتحديد مكوناتها الثقافية والعقدية، تحليلاً لمساراتها وانحرافاتها التي ساهمت في خلق الصراع الهوياتي المذهبي بين قطبي الإسلام السنة والشيعة، ويتيح هذا المبحث فهم الحمولة الفكرية التي يحويها مصطلح الطائفية بالإضافة إلى تحديد شبكة مفاهيمية دلالية واصطلاحية تتقاطع ضمن سياقات دينية وفكرية مع المفهوم الأساسي للدراسة. ويدلل هذا المفهوم على عدد من الأطر المرجعية التي تمخض عنها، كما يؤشر على راهن الظاهرة الطائفية التي استخدمت أساليب وأدوات فتحت لها المجال أمام إعادة الانبعاث، وهو ما أفضت به الدراسات الحداثية وما بعدها والتي رافقت جانبها الفكري والتنظيري حالة الصراع الداخلي للمنطقة العربية و كنوع من الصراع الرافض للآخر الداخلي (الإسلام ضد الإسلام) وهو ما تشكل في أكثر من مرة جراء الفشل السياسي في احتواء الصدام الديني نتيجة الاختلافات المذهبية والفقهية، ومن بين آليات اشتغال السياق الديني بحالة الصراع السنية الشيعية توظيفه لمنصات القوة الناعمة[2] من خلال اختراق مساحات الفضاء الإعلامي التقليدية والجديدة وشحنها بالأيديولوجيا الصدامية لتشكل وسائل الإعلام العربية منصة أخرى لصدام طائفي كان أجّل حضورا وأكثر تمايزا وأشدّ عنفا وتأثيرا.

[1] قدم حسام كصاي حسين التميمي كتابه المعنون "إشكالية الطائفية في الفكر العربي المعاصر: آليات الخروج الآمن من نفق التطرف" وأكد أن الدولة المدنية المعاصرة تتناقض مع الطائفية مهما كان شكلها، كما أن الحركات الإسلامية المتشددة تتبني مشروعا طائفيا مدمرا ومتناقضا مع أساسيات التواصل البشري.

[2] ظهر مفهوم القوة الناعمة مع الباحث الأمريكي جوزيف ناي في مقال موسوم ب" القوة الناعمة" في مجلة السياسة الخارجية عام 1990، وكتعريف أولي لناي أشار إلى أن القوة الناعمة هي القوة التي تعتمد على موارد غير مادية، وباللجوء إلى عوامل الجاذبية الثقافية والترفيهية، وقد طرح هذا المفهوم في إطار التساؤل حول مستقبل الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب الباردة وفي ظل الانفتاح المعلوماتي الذي عايشه العالم في تلك الفترة، فضلا عن مؤشرات جيو–سياسية واقتصادية مستجدة فرضت نفسها على واقع العلاقات الدولية والتنافس الإقليمي في العالم، ويعتمد مفهوم القوة الناعمة على عدد من الآليات والوسائل كان أبرزها وسائل الإعلام التي اكتسحت بفضل التكنولوجيا الاتصالية مختلف ساحات الصراع السياسية والاجتماعية والثقافية وكرست من مفاهيم التي أريد لها أن تسيطر على أذهان وتصورات الناس، وهو الأمر الذي نجحت فيه وسائل الإعلام الغربية، كتكريس فكرة وجود "أسلحة الدمار الشامل" في العراق كمبرر للغزو الأمريكي للعراق.

أولا: الطائفية... المفهوم وحدود الممارسة.

أثارت وسائل الإعلام في السنوات القليلة الماضية عددا من القضايا المرتبطة بحركات التغيير العربي وتداعياتها السياسية والاجتماعية والدينية، والتي عرفت معها تصاعد موجات العنف الأهلي والمذهبي، وترافق معه حديث عن خطاب طائفي للدول التي عرفت هذه الموجات كسوريا واليمن، وأحيلت محاولة فهم هذا النوع من الخطابات إلى بعدها الديني باعتباره حقل مخصوصا بالدين، ويشكل نوعا من الممارسات الدينية لطوائف محددة، وبمقتضي الإشكاليات التي تطرحها الطائفية في تحولاتها ومضامينها الأمر الذي يقتضي النظر في المستوى اللساني من أجل تحديد مختلف الدلالات التي اكتسبها المصطلح، ثم بناء تصور تاريخي لتحولاته ضمن سياق ديني وسياسي خاص.

1. أركولوجيا المصطلح الطائفي والمفاهيم المتاخمة.

يثير مصطلح "الطائفية Sectarianism" من حيث الدلالة المعجمية والاصطلاحية عدة قضايا، فالسياق الدلالي الذي احتضن هذا المصطلح في الثقافة العربية اختلف عن سياقه الغربي الأوروبي، فقد وردت الطائفية في القرآن الكريم حوالي ست عشرة مرة (16) ليس فيها تمييز بين المدح والذم، وإنما إشارة إلى جماعة من الناس لم يحدد عددهم لكنهم في الغالب جزء من جماعة أكبر، وفي الحديث النبوي وردت مفردة الطائفة للإشارة إلى الجماعة التي تتميز بموقف إيجابي أو سلبي وكما وردت سبع مرات (7) في كتاب نهج البلاغة بالمعنى نفسه[1].

وفي اللغة العربية ليس لمصطلح طائفة معنى سلبي فهي تعني «الجماعة من الناس»، ويتقاطع هذا المصطلح مع مصطلحات أخرى من قبيل (نحلة، فرقة، جماعة، عصبة، عشيرة، ملة، قبيلة). وجدير بالذكر أن مصطلح الطائفية تحول من حيث الاستعمال المعجمي من دلالة عامة إلى أخرى خاصة ترتبط أكثر بالدين والسياسة، ولقد تنبه المعجم الفلسفي إلى هذا الأمر فبين أن الطائفية هي "الجماعة؛ وتطلق على جماعة من الناس يجمعهم مذهب واحد أو رأي واحد أو مصلحة مشتركة، أو معتقد واحد، كالطوائف الدينية"[2].

وتشير كلمة طائفة إلى (جَمْاعَةُ) أو (فِرّقَةُ) أو (مِلَةُ) أو (نِحْلَةُ) ذات خصوصية مذهبية أو دينية أو عرقية، ويصح وصفها بناءً على تلك الخصوصية بأن لها "هوية identification"، وهي هوية تحدد " الأنا"

[1] رشيد الخيون، ضد الطائفية، **العراق جدل ما بعد نيسان 2003**، ط2، مدارك، بيروت، 2011، ص ص 13، 14.

[2] جميل صليبا، **المعجم الفلسفي**، ج 2، بيروت: دار الكتاب اللبناني، 1982، ص 7.

و"الآخر" في الآن ذاته، وليس "الآخر" هنا سوى جماعة أخرى شريكة في الوطن أو الأمة أو الدين. ولا يمكن الحديث عن الطائفة إلاّ في إطار هذين البعدين: الداخل والخارج، وتتحول الطائفة إلى طائفية حين تتحول من معطى ديني أو تكوين اجتماعي لا يخلو منه شعب من الشعوب قديما وحديثا إلى مرتكز سياسي يتخذ مطية للمصلحة والنفوذ، حينها تتحول الطائفة إلى طائفية، أي من مجرد اختلاف طبيعي إلى اختلاف "مؤدلج" يتم تضخيمه في مقابل العمل على إقصاء كل ما هو مشترك مهما فاقت أهميته وجوهر الاختلاف شأن الخلاف السني الشيعي الذي يلح فيه بعضهم على الغيرية والاختلاف، ويهمل قصدا وجوه التماثل الكثيرة[1].

اتفق عدد من الباحثين والمفكرين من أمثال: **برهان غليون وعزمي بشارة، حسام كصاي** وغيرهم على اعتبار الطائفية «التوظيف السياسي للدين»، وبإخضاع الدين للسياسة يصبح من العسير إيجاد منافذ لحل الصراعات التي تتخذ من الاختلافات المذهبية والعقدية مبررا وشكلا لها، ما يجعل الحوار أو التوصل إلى حلول توافقية تصل إلى طريق مسدود، وبهذا يشّتد الصراع المذهبي ليصبح أكثر امتداد وأشد عمقا في التاريخ. ويشكل هوية حضارية تتلبس بالمنطقة وهو ما حدث في لبنان حين انعكست المحاصصة الطائفية والعرقية على السياسية وأضحت هوية حضارية بارزة في المنطقة، وتبعتها العراق بعد سقوط بغداد عام 2003م، إذ تم الاعتماد على نفس المنهج السياسي في برلمان العراق.

تعتبر الطائفية ظاهرة مركبة يتداخل فيها البعد العقائدي بالبعد السياسي، ما يسهل للسياسة والدولة استغلالها لأغراض التعبئة السياسية والتدخل في الشؤون الداخلية للدول الأخرى[2]. فالانتماء والنظام الطائفيين ليسا في جوهرهما انتماءً ونظاماً دينيين، إنما يرتكزان على المظهر السوسيولوجي للدين ويحولان الحياة الدينية إلى تقليد وراثي دنيوي يعمل على نسخ الانتماء الديني وتحويله إلى انتماء عصبوي شبيه بالانتماء القبلي، يمكن تسميته بـ "الطائفية الدينية Religious sectarianism" غير أن أثرها يبقي محدودا ما لم يظهر واقع اجتماعي سياسي قائم على احتكار طائفة للسلطة والثروة، الأمر الذي يؤجج الطائفية السياسية وقد يقود إلى صراع دموي داخلي، يسهل تدخل الأطراف الخارجية بحجة نصرة أحد أطراف النزاع، يؤدي في نهاية الأمر إلى تفكيك بنية الدولة[3]. لذا ترتكز الطائفية في المقام الأول على حمولة تاريخية تعتمد فيه على الشائك الديني والسياسي وبذلك ينتهي الاختلاف المذهبي إلى نزاع وصراع طائفي مسوغ المبررات.

[1] أدغار موران، **المنهج، إنسانية البشرية، الهوية البشرية**، تر: هناء صبحي، هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث (كلمة)، أبو ظبي، 2009، ص 82.

[2] أحمد علي محمد الفلوجي، **مدخل لدراسة وتحليل المسألة الطائفية**، من كتاب أشغال المؤتمر العلمي السنوي الثالث في قضايا التحول الديمقراطي المسوم بـ" المسألة الطائفية وصناعة الأقليات في المشرق العربي الكبير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة/بيروت، أيلول 2014، ص 16.

[3] أحمد علي محمد الفلوجي، **المرجع نفسه**، ص17.

يمكن تعريف الطائفية من زاوية الحقوق والحريات المدنية، يتضمن مفهوم الطائفية «فكرة الأقلية minority العددية المتحركة في إطار الكل المشدودة إليه بغض النظر عن دينها أو عرقها أو لغتها»[1]، وقد ظل المفهوم يستخدم للإشارة إلى كيانات متعددة مختلفة في خصائصها، ولم يتم اعتبارها أزمة إلاّ في الآونة الأخيرة وذلك تحت تأثير عوامل داخلية وخارجية، مما جعل المفهوم يمزج بمفاهيم أخرى ذات مضمون فكري أو فلسفي أو عرقي أو مذهبي أو ديني وأصبح بديلا لها من قبيل التعصب والتمييز والكراهية.

ويشكل التمايز المذهبي أزمة فعلية سرعان ما انعكست على مجالات متعددة، باعتبار أن التمايز الديني والمذهبي الذي يتشكل منطلقه الأولي من الدين الذي لا يتمظهر فقط في الممارسات الاجتماعية والفكرية للإنسان بل يمتد ليشكل نظاما اجتماعيا يوازي معظم النظم الاجتماعية الأخرى ويتماهى ليكون أقدسها، وتحدد المرجعيات الحضارية والفقهية أسس التواصل الإنساني وبالتالي يصبح هذا السلوك ممنهجاً وقائما على مبدأ المباح والممنوع (حسب العقد الاجتماعي)، إذ أصبحت العلاقات الاجتماعية في الوطن الواحد قائمة على المذهبية الدينية التي فصلت وشكلت التمايزات الاجتماعية، على الرغم من تواجد ثقافة الاختلاف التي أتاحت التنوع الفقهي في الدين الواحد وبين الأديان المختلفة، غير أنّ التوظيف الأيديولوجي – ضمن سياقات معينة– جعلت هذا الاختلاف والتمايز المذهبي شريعة لإقصاء الآخر وتمجيد الذات، ما يبرر لها كطائفة "مجيدة" باسم الدين، قدرتها على البحث عن مكامن السلطة التي تتيحها السياسة في الدولة العربية، وتمكّنها وسائل الإعلام على اختلاف منصاتها، وهو ما حدث بعد سقوط نظام صدام حسين، إذّ فتح هذا التغيير السياسي في العراق الفضاء الإعلامي أمام غزو القنوات الفضائية الدينية التي عكست ذلك الاختلاف المذهبي ونقلته من الواقع إلى الفضاء الإعلامي على امتداد مساحات الصراع والنزاع الديني (تتجسد هذه الحالة مع الصراع السني الشيعي).

اعتبر **عزمي بشارة**[2] "الطائفية" ظاهرة حديثة أبعد ما تكون عن تحديد مصالح الأمة، بل تسعى إلى ضمان مصالح ضيقة للطائفة وأفرادها، وتؤدي إلى تهميش المصالح الوطنية والقومية[3]، وينطلق هذا المفهوم من

[1] طه العلواني، **العراق الحديث بين الثوابت والمتغيرات**، مكتبة الشروق، القاهرة، 2004، ص 36.

[2] عزمي بشارة مفكر وأكاديمي وكاتب عربي متخصص في الشؤون السياسية من مواليد 1956 بالناصرة في فلسطين، حائز على الدكتوراه في ميدان الفلسفة وعضو سابق في الكنيست الإسرائيلي عن حزب التجمع الوطني الديمقراطي، يشغل حاليا منصب المدير العام للمركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، من أبرز مؤلفاته: في المسألة العربية، أن تكون عربيا في أيامنا، سورية حرب الآلام نحو الحرية، طروحات عن النهضة المعاقة، المجتمع المدني

[3] عزمي بشارة، **الطائفية خطر يحدق ببناء الثورات العربية للديمقراطية، أعمال ندوة الثورة العربية والديمقراطية، جذور النزاعات الطائفية وسبل مكافحتها**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2012، ص 7.

حقائق تاريخية وتجارب طائفية في العصر الحديث ظهرت في لبنان ومصر والعراق وسوريا، وارتكزت على خلفيات دينية ومذهبية أو إثنية أو سياسية، ويركز بشارة على فكرة أن الطائفية تقصي الوطنية وتبعد فكرة القومية فهي نقيضتها والسلوك الاجتماعي الذي تتواري فيه تُهدم فيه مصالح الوطن والأمة باختلاف المبررات التي تنتمي إلي الطائفية مهما كان نوعها.

وفي هذا السياق اعتبر **برهان غليون** أن الخطر الطائفي يكون مضاعفاً إذا تلبس بالسياسي، فقد اعتبر الطائفية «بأنها مجموعة الظواهر التي تعبّر عن استخدام العصبيات الدينية والإثنية والزبائنية المرتبطة بظاهرة المحسوبية والمافيا من أجل الالتفاف على قانون السياسة العمومية وتحويل الدولة من إطار مصلحة كلية إلى أداة لتحقيق مصالح جزئية خاصة»[1]، غير أن **سعيد السامرائي** يرى أن الطائفية المذهبية أخطر أنواع الطائفية لأنها تقوم على تراكمات تاريخية ارتبطت بالسياسة والقبيلة، واتخذت لها طابعا قدسيا فجعلت من صراعها مع بقية الطوائف والجماعات صراعا عقديا ومصيريا في أغلب الأحيان، وعلى هذا الأساس فالطائفية «تنشئة تقوم على الضغينة والنفاق تجاه الطرف الآخر، فهي شعور السني بالضغينة تجاه الشيعي، وشعور الشيعي بالضغينة تجاه السني، وهذا كله بلا سبب واضح، بل نتيجة شحن المشاعر العاطفية بالنفاق ما يجعل من الخطاب الطائفي خطاباً مزدوجاً ظاهره يخالف باطنه، وهذا يدفعه إلى تزييف الحقائق وتحريف التاريخ وابتداع الكذب»[2].

[1] بدر الدين هوشاتي، **انعكاسات الطائفية السياسية على الاستقرار السياسي**، سلسلة ملفات بحثية بعنوان "الطائفية"، مركز مؤمنون بلا حدود لدراسات والأبحاث، 2016، ص76.

[2] سعيد السامرائي، **الطائفية في العراق: الواقع والحل**، لندن: دار الفجر، 1993، ص 43.

المفاهيم المتاخمة للطائفية والخطاب الطائفي:

تتجه المفاهيم المشابهة لمعنى الطائفية والخطاب الطائفي ضمن مسارين اثنين: فالأول يرتبط بالمعنى الاصطلاحي لـ "الطائفية" والتي تحيلنا إلى مصطلحات مثل: الإثنية؛ العرقية؛ العقدية؛ والمذهبية. فيما يشكل المسار الثاني والمنشق عن مفهوم الخطاب الطائفي في معانيه المشتركة والتي تتقاسمها مفاهيم: الكراهية؛ التطرف؛ والتعصب والتي تنطلق من المعنى المشترك للمادة المعجمية (ط. و. ف) القائم على تمجيد الذات وإقصاء الآخر فيما تختلف حدّية وقوة المفهوم وكثافته الدلالية من مصطلح لآخر.

– في المفاهيم المتاخمة للطائفية:

أ. **الإثنية Ethnicity**: تشتق كلمة إثنية من الأصل اليوناني Ethno بمعنى شعب أو أمة أو جنس، وفي العصور الوسطى كان يطلق هذا اللفظ في اللغات الأوروبية على من ليسوا مسيحيين أو يهودًا، ولكن في العصور الحديثة استخدم اللفظ في العلوم الاجتماعية ليشير إلى جماعة بشرية يشترك أفرادها في العادات والتقاليد واللغة والدين وأي سمات أخرى مميزة بما في ذلك الأصل أو الملمح الفيزيقي الجسماني ولكنها تعيش في نفس المجتمع والدولة مع جماعة أو جماعات أخرى تختلف عنها في إحدى هذه السمات[1].يشير **ورسلي** إلى أن "أثنوس" أو "إثنية" تفتقر إلى كلمة مقابلة في الإنجليزية فهي حسب رأيه كلمة إغريقية وتعني أمة، أما **بانيكوسPanikos** يرى أن الإثنية ETHNICITY مشتقة من كلمة Ethnos والتي تعنى كلمة أمة، لا يوجد اختلاف بين الجماعة الإثنية والأمة، ويقصد بها جماعة الأفراد لهم سمات مشتركة[2].

يعتبر **فريديريك بارث Frederic Barth**من أوائل المساهمين في بلورة مفهوم ديناميكي للإثنية، فهي بنظره تجمعات بشرية غير ثابتة أعضاؤها يتغيرون (على المدى الزمني البعيد)، فعضويتها وحدودها مرتبطة بالتغيرات التي تطرأ على الأوضاع الاجتماعية[3]. ويرى **جورج قرم** أنّ الإثنية «جماعة بشرية تؤكد على مستوى محدد أفرادها نوعية خاصة موقوفة عليها دون غيرها من الجماعات، وأهم نقطتين في النوعية الإثنية هما الدين واللغة لأنهما تكفلان تواصلا أمثل بين أعضاء الإثنية وهذا بشرط أن يكون هذان العنصران نوعيين فعلا ولا

[1] محمد علي إبراهيم باشا، **التفسيرات السيكولوجية والسوسيولوجية للتفرقة الإثنية**، مجلة الجديد، مقال تم نشره بتاريخ 2015/11/01 متاح على موقع https://aljadeedmagazine.comتم تصفحه: 2019/08/11.

[2] فوزية لبادي، **إشكالية إدارة التنوع الإثني (العرقي) في العالم العربي منذ نهاية الحرب الباردة دراسة حالة حالتي السودان والعراق**، رسالة ماجستير، قسم العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص 71.

[3] Frederic Barth, ***Ethnic group and boundaries***, Boston Mass: Little, Brown 1969.P50.

تأطرها جماعات أخرى»[1]. ويؤكد على هذين العنصران **كليفورد غيرتز Clifford Geertz**حين اعتبر الإثنية «المعطى النابع من ولادة الفرد إلى جماعة دينية تتكلم لغة محدودة أو حتى لهجة من لغة وتتبع ممارسات اجتماعية محددة»[2]،يعتبر **برودلي Broadly**الإثنية «حالة من الانتماء إلى جماعة اجتماعية معينة تمتاز بارتكازها على بعض السمات المميزة لها مثل اللغة أو الدين أو السلف المشترك»[3].

ب. العرقية Ethnic [4]: يرجع أول تعريف استخدمه قاموس أكسفورد لكلمة العرقي سنة 1972، أما في اللغة العربية فقد نقلت الكلمة Ethnos بترجمتين واحدة حرفية بمعني إثنية والثانية دلالية التي تعنى عرقية، وتشير كلمة عرقية إلى السلالة من البشر التي تمتلك خصائص معينة. ويرى **بيتر ويد Peter wed** في كتابه "Race. Nature and Culture" أن مفهوم "العرق" يرتكز على الجانب الجسماني والطبيعي والبيولوجي والجيني[5].فالعرقية قائمة على الأصل السلالي أو العرقي المشترك فهي تعبر عن شعب أو قبيلة بغض النظر عن الثقافة والمعتقدات، فالعرق هو مصطلح بيولوجي جاء لتوصيف جماعة من البشر يطورون تشابهات وراثية بين بعضهم البعض، ويكرسون الاختلافات في الشعوب بغية تأسيس عرق منفصل. ولكن الاعتماد على الأصل أصبح مرفوضا من طرف علماء الأنثروبولوجيا والجينيات وذلك لعدة أسباب إذّ لا توجد عرقية تشكل عنصرا نقيا بفضل الهجرات والتنقل عبر الحدود الجغرافية المختلفة والتزاوج وخلال حقب تاريخية متوالية حدث نوع من التداخل والاختلاط بين الأجناس إلى درجة لا نستطيع أن نقول بوجود عنصر يخلو من شوائب الاختلاط بالأجناس بغيره من العناصر والقوميات[6].

وتشير الجماعة السلالية إلى أن الجماعة التي يشترك أفرادها في السمات الفيزيقية فحسب، بينما الجماعة العرقية يشترك أفرادها من خلال روابط ثقافية مشتركة كوحدة اللغة والثقافة. وتعرف الجماعة العرقية بأنها "مجموعة من الأفراد يعيشون في مجتمع أكبر، لهم سلف مشترك أو يجمع بينهم صلة القرابة أو الحوار أو

[1] جورج قرم، **إنتاج الإيديولوجيا وصراعات الهوية في المجتمع اللبناني**، مجلة دراسات عربية، بيروت، العدد 11، سبتمبر 1978، ص 11.

[2] جورج قرم، **المرجع نفسه**، ص 11.

[3] محمد عبد الوهاب عبد الوالي، **إشكالية مفهوم الجماعة الإثنية، قراءات إفريقية**، متاح على الرابط: https://cutt.us/YNIE1 تم تصفحه: 2020/05/27.

[4] نجد الكثير من الباحثين يستخدمون مصطلح الإثنية كمفهوم مرادف أو مطابق لمفهوم العرقية أو الجماعة العرقية من أمثال عوني فرسخ في كتابه "مخطط التفتيت، التحدي الإمبريالي الصهيوني المعاصر"، ومحمد عبد الغني سعودي في كتابه " قضايا إفريقية" سلسلة عالم المعرفة. فيما يفضل جل الباحثين العرب توظيف كلمة عرقية بدل كلمة إثنية التي يقل استعمالها.

[5] Peter wed, Race, ***Nature and Culture***, edition bloto, londen,2002, p 03.

[6] إسماعيل صبري مقلد، **العلاقات السياسية الدولية، دراسة في الأصول والنظريات**، منشورات دار السلاسل، الكويت، 1985، ص 98.

وحدة السمات الفيزيقية أو اللغة أو اللهجة الواحدة أو الرابطة القبلية أو الانتماء الديني أو أي تركيب من هذه العناصر معا"[1].ويعرفها **محمود أبو العنين** على أنَّها «جماعة من الناس تعيش في مجتمع أشمل، وتعتقد الجماعة بوجود روابط مشتركة تربط أفرادها بعضهم ببعض، وتتمثل هذه الروابط في الاعتقاد بانحدارهم من أصل مشترك، فضلا عن اشتراكهم في خصائص ثقافية مشتركة كاللغة أو الدين أو التقاليد»[2]، يتقاطع هذا التعريف مع تعريف عالم الاجتماع البريطاني **أنطوني سميث Anthony Smith** حين رأى أن العرقية «تعبر عن مجموعة من السكان لها أسطورة الأصل المشترك وتتقاسم ذكريات تاريخية ولها عناصر ثقافية ومرتبطة بإقليم خاص ومتضامنة»[3] وعلى هذا يتقاطع مفهومي العرقية والإثنية ضمن سياق دلالي واحد.

ج. المذهبية Doctrinal: ويطلق المذهب عند علماء الفقه على الأحكام الفقهية المستفادة من أدلتها بطريق الاجتهاد، ويطلق المذهب في الحقيقة على ما ذهب إليه إمام المذهب من الاختيارات والأحكام المنسوبة إليه، فالمذهب بالمعنى الحقيقي يطلق على فقه إمام المذهب، فمثلا: فقه الإمام أحمد، هو المذهب حقيقة. ومذاهب الأئمة التي اشتهرت وعمل أصحاب الأئمة من بعدهم على نقلها وتحريرها وتنقيحها بقيت تحمل اسم إمام المذهب المعمول به، لكن أصحاب إمام المذهب من بعده إذا كانوا من مجتهدي التخريج فتخريجاتهم في مذهب إمامهم لا تنسب إلى إمام المذهب، بل تنسب إلى الأصحاب، ويكون تخريج الأصحاب على فقه الإمام هو المذهب بالمعنى الاصطلاحي، والتخريج في كل مذهب يكون على فقه الإمام، ويكون على غيره، ومعلوم أن المخرج على غير فقه الإمام لا يكون مذهباً له. وتعني المذهبية التوجه الديني أو تفسير الدين باتجاه معين دون انتهاك حرمة المذاهب الأخرى، مع استمرار الاحترام بين الطرفين ومعتقداتهم في حين تعمل الطائفية على انتهاك حرمة الطوائف الأخرى[4].

[1]William, H, Arriss, and Jlevey, ***The Enclopedia***, New York; Columbiauniversity press, 1975, p 898.

[2] محمود أبو العينين، **إدارة وحل الصراعات العرقية في إفريقيا**، ط1، الدار الجامعية للنشر والتوزيع والطباعة، ليبيا، 2008، ص 15.

[3]Anthony Smith, ***National Identity***, London: Penguin Books,1995, p39

[4]محمد حسم مرعي، **لا للطائفية، الجوانب الموضوعية لجريمة إثارة الفتنة الطائفية –دراسة تحليلية مقارنة**، ط1، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص 24.

– المفاهيم المتاخمة للخطاب الطائفي: على جانب أخر يحيل مصطلح الخطاب الطائفي على مفاهيم من قبيل الكراهية والتطرف باعتبارهما المصطلحات الأكثر تقاطعا مع الحمولة الاصطلاحية لمفهوم الخطاب الطائفي.

أ. الكراهية The hatred:

يعتبر خطاب الكراهية مفهوم ضبابي غير محدد ولا يوجد اتفاق عليه[1]، يشكل خطاب الكراهية أداة مهمة لتحفيز المشاعر وإثارتها وتوجيهها في اتجاه معين، مما ينشأ سلوك وثقافة مبنية على العنصرية والتمييز ضد من وُجه الخطاب ضدهم، وهنا تكمن خطورة هذا الخطاب خاصة إذا توفرت منصات إعلامية وبيئية مهيأة لهذا النوع. أضاف المجلس الأوروبي في تعريفه لخطاب الكراهية «أنه يمكن نقد الجماعات الدينية والطوائف المختلفة ولكن دون استخدام ألفاظ أو عبارات تعبّر عن السب والقذف أو عبارات تخرج عن حدود الآداب العامة وتفسد الذوق العام»[2]. وتعرف كذلك بأنها «حالة هجاء للأخر أي كل كلام يثير مشاعر الكره نحو مكون أو أكثر من مكونات المجتمع وينادي ضمنيا بإقصاء أفراده بالطرد أو الإقصاء أو بتقليص الحقوق ومعاملتهم كمواطنين من درجة أقل».

يستخدم مصطلح "الكراهية" لوصف مجموعة واسعة من الخطابات أو الكلمات المهينة جدا، من الكراهية والتحريض على العنصرية والعرقية والدينية والجنسية وصولاً إلى السباب والتشهير مروراً بأشكال التحيز المتفاقمة، لذا يمكن بسهولة التحدث عن خطابات الكراهية لأنها متعددة الأوجه ويأتي استخدام المفرد في الدلالة إليها (الكراهية) بسبب السمة المشتركة الخاصة بها وهي التحريض على الكراهية أو الحث على الكراهية والعنف[3].

ب. التطرّف Extremism: يشير مفهوم التطرف إلى كل ما يؤدي إلى الخروج عن القواعد الفكرية والقيم والمعايير والأساليب السلوكية الشائعة في المجتمع، معبرا عنه بالعزلة أو الانسحاب أو تبني قيم ومعايير مختلفة، قد

[1] يدخل ضمن نطاق خطاب الكراهية خطابات التحريض والتمييز والوصم والشتم، ويشتمل التحريض على كل مجالات الحث على الشي والإصرار على طلب تنفيذه، فالتحريض يدعو للحث على الشر والانتقام والنيل من الأخر بالتحريض ضده، أما الشتم فهو السب أو ما يطلق علي قبيح الكلام وهو كل ما يحمل الاستهجان والتحقير والسب والشتم والمساس بكرامة الإنسان، ويتقاطع خطاب الكراهية مع الخطاب الطائفي في كل جوانبه وسماته إلاّ أن ميزة الخطاب الطائفي أنّه خطاب يحمل بعدا ديني، أما خطاب الكراهية فهو متنوع الأبعاد، فقد يكون ديني أو سياسي أو اجتماعي أو ثقافي.

[2] مجموعة مؤلفين، **سكاي لاين الدولية ترصد خطاب التحريض والكراهية في الإعلام العربي من 1 أفريل إلى 30 أفريل 2019**.

[3] مهارات، **التحريض الديني وخطاب الكراهية**.

يصل الدفاع عنها إلى الاتجاه نحو العنف في شكل فردي أو سلوك جماعي منظم، بهدف إحداث التغيير في المجتمع وفرض الرأي بقوة على الآخرين[1].

التطرف هو تجاوز الحد المتفق عليه بين أغلب البشر حول أمر ما سواء كان قولاً أو فعلا[2]، ويعرفه آخرون بأنه التنطع (التشدد) في أداء الطقوس الدينية ومصادره اجتهادات الآخرين أو تجاوز حدود التعامل مع المخالف، فهو تجاوز الحدّ الأدنى في الأقوال والأفعال ونحو ذلك[3]، يمكن القول إن كل تطرف ينجم عن تعصب لفكرة أو رأي أو أيديولوجية أو دين أو طائفة أو قومية أو إثنية أو سلالية أو لغوية أو غيرها، يكون التعصب Fanaticism وراءها فلابد لكل متطرف أن يكون متعصبا لا سيما إزاء النظر للأخر وعدم تقبله للاختلاف، فالاختلاف يضع المتعصب في خانة الارتياب والشك. والتطرف يمكن أن يكون دينيا أو طائفيا أو قوميا أو لغويا أو اجتماعيا أو ثقافيا أو سياسيا، والتطرف الديني يمكن أن يكون إسلاميا أو مسيحيا أو يهوديا أو هندوسيا أو غيرها، كما يمكن أن يكون علمانيا حداثيا مثلما يكون محافظا أو سلفيا، فلا فرق في ذلك سوى بالمبررات التي يتعكز عليها لإلغاء الأخر، باعتباره مخالفا للدين وخارجا عليه أو منحرفا عن العقيدة السياسية أو غير ذلك[4].

والظاهر أن مفهوم التطرف والتعصب متلازمان، ويعنى التعصب التزمت واللغو والحماس والتمسك الضيق الأفق بعقيدة أو فكرة معينة، ما يؤدي إلى الاستخفاف بآراء ومعتقدات الآخرين ومحاربتها والصراع ضدها وضد الذين يحملونها[5]، ويختلف مفهوم التطرف عن الطائفية في أن الطائفية تعبر عن سلوكيات مادية تتمثل بالتقدم على حساب طوائف أخرى[6] (تتمظهر في أفعال تعبر عن سلوك عدواني وعنيف ضد الآخر)، أم التطرف والتعصب فهو انفعال نفسي يعبر عنه في شكل اعتقاد أو فكرة معينة ترسخ في ذهنية الإنسان كما أنه يستند في مرجعياته على الفردانية عكس الطائفية التي تعبر انزياح جماعي. يتفق خطاب الكراهية والتطرف والتعصب مع المفهوم الضمني للخطاب الطائفي القائم على إقصاء الآخر دينيا والحض على كراهيته والتحريض

---

[1] **مفهوم التطرف**، مقال منشور في موسوعة مقاتل من الصحراء، متاح على الرابط: https://cutt.us/B6RQJ تم تصفحه: 2020/04/29.

[2] ينظر: **قاموس المعاني** متاح على الموقع: https://www.almaany.com/ تم تصفحه: 2020/04/29.

[3] محمد محسن مرعي، **لا للطائفية؛ الجوانب الموضوعية لجريمة إثارة الفتنة الطائفية – دراسة تحليلية مقارنة، مرجع سابق**، ص 25.

[4] عيد الحسين شعبان، **التطرف والإرهاب، إشكاليات نظرية وتحديات علمية (مع إشارة خاصة إلى العراق)**، الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية، 2017، ص 13.

[5] محمد محسن مرعي، **المرجع نفسه**، ص ص 24، 25.

[6] **المرجع نفسه**، ص 26.

على ممارسة كل أشكال الميز العنصري التي تصل على حد التكفير واستباحة الدماء، وعلى هذا فمصطلحات الكراهية الدينية والتحريض الطائفي والتعصب والتمييز والإقصاء والتطرف المذهبي كلها تأتي في بوتقة واحدة تتفق مع التعريف الإجرائي للخطاب الطائفي في هذه الدراسة.

2. جينالوجيا[1] الطائفية في المنطقة العربية.

في إطار النزاعات والصراعات التي عرفتها دول عربية كثيرة، شكل الصراع الطائفي أحد أكثر الأشكال حضوراً وتمثلاً في المنطقة العربية، وعلى مدى امتداد تاريخي طويل كان منشاؤه خلاف سياسي ذو خلفية فقهية دينية استوطنت فيه الطبيعة النفسية للمسلم بعد وفاة الرسول محمد ﷺ، ويرجع الصراع العربي (الإسلامي– الإسلامي) إلى أبعاد وعوامل عديدة، فالمقاربة البراغماتية أرجعت الصراع إلى حالة نفسية تصيب الإنسان، وهو ما جاء في تعريف دائرة المعارف الأمريكية "باعتباره ظاهرة نفسية تحدث نتيجة عدم ارتياح بشري ناتج عن أثر الضغط النفسي بسبب تعارض رغبتين أو أكثر"[2]، ويتشكل الصراع بين مجموعة من القوي المتعارضة التي تعبر عن تناقضات فاضحة في عدد من المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والدينية والثقافية لتقدم مؤشرات على اختلال براغماتي قائم على اضطراب موازين القوي ومحاولة السيطرة على الآخر وصولا إلى إقصاءه (تكفيراً وقتلاً) ويتمظهر هذا الأمر في حالات الصراع الديني القائم على فكرة الاستعلاء وإقصاء الآخر الديني السني أو الشيعي، لذا فهذا المبحث يحاول تقديم مقاربة تفكيكية لتاريخ السياسي للصراع الديني السني الشيعي في المنطقة العربية وتحديد التفرعات الجغرافية البنيوية لطائفية المذهبية في المنطقة العربية.

أ. قراءة في الجغرافية السياسية للطائفية في المنطقة العربية:

تمتاز المنطقة العربية بالتنوع الديني والعرقي تشكلت من خلاله موزائيكية ممتازة، إذ تحتوي المنطقة العربية الممتدة من البحرين شرقا إلى المغرب غربا، ومن السودان جنوبا إلى سوريا شمالا، على مجموعة كبيرة ومتنوعة من القوميات والطوائف والأديان والاثنيات منذ فجر التاريخ، غير أنها انزاحت عن مبدأ التنوع لصالح

[1] جينالوجيا Geneology مصطلح معرفي أطلقه ميشال فوكو للإشارة إلى دراسة أشكال التاريخ من أجل رصد التكوينات المعرفية والثقافية للظواهر ثم تحليل أسباب سيطرة موضوعات معينة في تاريخ محدد.

[2] ***The Encyclopedia***, American internationaledition, Danbury commecticut: gerober incorporated, 1992, p 537.

الاختلاف والتنافس والصراع، وتشكل الطائفية مشكلا يغزو مختلف المجتمعات التي تعرف تعدّد واختلاف في الأقليات تتخذ صورة توتر طائفي مبنى على القاعدة الدينية[1].

وتتشكل الجغرافيا الإثنية للعالم العربي من أكثرية تتكون من العرب المسلمين بمذاهبهم الكبيرة السنية (المدارس الفقهية الأربع)، والشيعي غير الباطني (الشيعة الجعفرية والزيدية)[2] ، أما كل الجماعات الأخرى عربية أو غير عربية، مسلمة أو غير مسلمة، فتندرج تحت ما يمكن وصفه بـ "الأقليات"[3]. وقد كان لهذا التنوع الاثني في المنطقة العربية أن ينتج ضمن أرضية خصبة تتيح فكر التعايش والمواطنة وتقبل الآخر، إلاّ أن حالة التنوع الديني والفقهي أنتج العنف الطائفي أو السياسي، الذي تحول إلى ظاهرة ذات أهمية في تشكيل وإثارة المشكلات العرقية والدينية، إذ أنّ الطائفية في العالم العربي هي طائفية مذهبية بين أبناء الدين الواحد جعلت من الصراع يتحول إلى صراع الإسلام ضد الإسلام.

شكل رقم (2) يمثل التوزيع الديني للسنة والشيعة في العالم[4]

وتطرح مسألة الطائفية السنية–الشيعية بقوة كأحد المحددات الأساسية في الفكر السياسي العربي، فبعد أن كانت الخلافات السنية والشيعة أول الأمر تتركز على اللاهوت والمسائل العقائدية تحول هذا الخلاف إلى صراع النفوذ والسلطة، وبدأ التنافس على الموارد والثروة يشكل الدافع وراء مظاهر الطائفية وتجلياتها الحديثة حتى هيمنت فكرة التمثيل الطائفي على العلاقات السياسية بدلاً من المواطنة، الأمر الذي أدي إلى تعميق

[1] فوزية لبادي، **إشكالية إدارة التنوع الإثني (العرقي) في العالم العربي منذ نهاية الحرب الباردة دراسة حالة حالتي السودان والعراق**، رسالة ماجستير، قسم العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص 71.

[2] إحدى الصعوبات الإجرائية في هذه الدراسة عدم توفر إحصائيات محدثة ومتطورة للتقسيم الديني في الوطن العربي.

[3] كاظم شيب، **المسألة الطائفية، تعدد الهويات في الوحدة الواحدة**، ط1، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2011، ص ص 80، 83.

[4] www.waitbutwhy.com

الانقسامات وتفاقمها، وأصبح الصراع على السلطة هو المحرك الفاعل للصراع السني الشيعي وهو المغذي لفتنتها والوقود لمحارقها[1].

وقد جرى تحوير الصراع السياسي إلى شكله الديني وتحويل الخلافات الفقهية إلى سياسية تتناحر على السلطة فظهرت مفاهيم من قبيل "المحاصصة الطائفية" من أجل تعايش الطوائف الدينية في لبنان والعراق. في هذا السياق أكد **كاظم شبيب** أن الظاهرة الطائفية في الوطن العربي لها خصوصياتها والتي تجعل من الظاهرة أخطر وأهم وبالاستناد إلى الرهان السياسي في توظيفها، لذا فالطائفية في الوطن العربي يمكن تحديدها من خلال عدد من العوامل أبرزها[2]:

– **غياب الوعي التاريخاني**: تستند القضايا الدينية إلى المستويات السياسية والاقتصادية والثقافية والعقدية على مقاربات قديمة، في محاولة للإبقاء على نفس الصراعات الماضية في العصر الحديث، ومحاولة إذكائها وتحويلها إلى ثوابت، مما يعيق كل إمكانيات للتعايش المشترك وهذا ما يجسده نموذج الصراع السني الشيعي الذي لا يزال مستمراً منذ قرون.

– **غياب ثقافة الاعتراف**: وتتمثل في غياب الإيمان بالاختلاف ومحاولة الاستحواذ على الدولة لتصير أداة في يد طائفة تنظر لذاتها باعتبارها متميزة وسامية وتستحق أن تسود على باقي الطوائف، بل تعتبر باقي الطوائف موجودة لخدمة أجندتها ونوازعها وتلبية طلباتها، ويتيح الفكر الشيعي للحكام أو آية الله الحكم باسم التعاليم الدينية، ما يعطيه مساحة أوسع لممارسة سلطته السياسية باسم الدين ويقصى في الوقت نفسه كل مغايرة سياسية أو فقهية.

– **غياب الغيرية**: إذا كانت الغيرية هي إدراك الذات عبر الغير، بحيث يصير الغير المختلف ضروريا لفهم الذات وتعزيزها، غير أن الغيرية تغيب في الدول التي يتضخم فيها الصراع الطائفي، فهو من المنظور الطائفي يعتبر الغير عائقاً وخصماً وعدواً، ما يبرر إقصاءه وإخضاعه.

– **غياب الشعور الوطني**: إذا كان الشعور بالانتماء إلى الوطن يتعالى على الانتماءات الإثنية والطائفية الضيقة أو ما يمكن تسميته بالميكرو–وطني من داخل الماكرو–وطني، فالطائفي في ارتباطاته السياسية وحفاظاً على مصالحه الضيقة ورهاناته، يفضل خطاب التقسيم على خطاب الوحدة الوطنية، ويفضل خطاب

[1] حسام كصاي، **إشكالية الطائفية في الفكر العربي المعاصر آليات الخروج الأمن للعرب من نفق التطرف**، ط1، صفحات للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، 2016، ص 23.

[2] الزاهيد مصطفى، **قراءة في كتاب "المسألة الطائفية؛ تعدد الهويات في الدولة الواحدة" لكاظم شبيب**، الطائفية مؤمنون بلاحدود للدراسات والأبحاث، يوليو 2016، **مرجع سابق**، ص ص 121، 123.

المصلحة الطائفية على حساب المصلحة الوطنية، ما يؤدي إلى صراعات وتطاحنات على المستوى السياسي تكون تسوياتها على حساب المصالح العامة للمواطنين.

- **تفجير المفهوم الكلاسيكي للدولة الوطنية:** بعد انهيار جدار برلين وانتصار المشروع الليبرالي في العالم الذي حمل في طياته اعترافا وآمالا لكل الهويات والطوائف، وقدم وعودا بالدعم لها، وقد تم استثمار ذلك من أجل تقسيم الدول وخدمة النظام العالمي الجديد، ومن أجل تجاوز الاستعمار بالشكل الكلاسيكي، إذ تم رفع شعار دعم الأقليات وإلزام الدولة بترسانة قانونية لخدمة هذه الأهداف وذلك بحملها على الاعتراف بهذه الأقليات والطوائف سيكون ورقة لإضعاف المجتمع المدني والدولة الوطنية من الداخل.

- **غياب العدالة وسوء التوزيع:** من بين ما يؤدي إلى تضخيم خطاب الطوائف ويذكيه غياب العدالة في توزيع خيرات وناتج الدولة على جميع الفئات الاجتماعية الهشة، فغياب العدالة يؤدي إلى الإحساس بالظلم وبتجربة الاحتقار والذل، بما هي تجربة تحرم الفئات الاجتماعية والأفراد من بزوغ ذواتهم، ما يؤدي إلى ظهور أشكال من المقاومة للنسق السياسي غير العادل، يقدم خطاب الهوية نفسه أمام هذه الفئات باعتباره حلا لمعضلاتهم ومشاكلهم، ويسهل على هذه الطوائف التكتل والالتفاف حول خطاب الهوية، ما يعزز من ظهور كيانات مغلقة على ذاتها.

- **غياب القراءة التأويلية للنصوص المقدسة للطائفة:** من بين الإشكالات التي تستثمر في إذكاء الصراع الطائفي وتضخيم النزعة الطائفية السلبية هو القراءة النصية للنصوص المقدسة لطائفة ما، سواء كانت يهودية أو مسيحية أو إسلامية، أو من داخل كل الأديان: الأرثوذكسية أو بروتستانتية أو كاثوليكية أو شيعية أو سنية، فالإشكال المطروح هو كون القراءة النصية تقتل التاريخ وتحجر النص وتقتل الإبداع وتتنافى مع منطق التاريخ المتغير والمتجدد، يظل الناس حبيسي تأويلات ماضوية يؤدي بهم إسقاطها على عصر جديد ومرحلة جديدة على قتل الحاضر، والحفاظ على هذه الصراعات والانقسامات التاريخية، وهو مالا يمكن تجاوزه إلا بتحرير النصوص المقدسة من القراءة النصية والواحدة.

- **غياب الشرط الحداثي:** إذا كانت الحداثة وعياً بالزمن، ووعي الإنسان بذاتيته باعتباره فاعلا في التاريخ، فالطائفية مضادة لقيم الحداثة بشكل مطلق، وقد تستفيد من شروط التحديث التقني غير أنها لا تستفيد من الحداثة، خاصة على مستوى قيمها التي تؤدي إلى بروز الفرد كفاعل في التاريخ، فالطائفية تعطل الدخول للحداثة، فهي تنتصر للقيم الجمعانية كما يسميها **ميشال مافيزولي Michel Maffesoli** (قيم الحشد والقبيلة The crowd and tribe values)، وهي قيم توحد الفرد في وحدة عضوية آلية بالمعنى الدوركايمي، ما يجعل الطائفة مهيأة للعنف من أجل حماية الذات.

- **غياب الوعي الجيوبوليتيكي:** يقصد به غياب الوعي لدي الدول العالم العربي بأهمية الورقة الطائفية في إدارة الصراعات الدولية والإقليمية، فمنذ أطروحة **صموئيل هونتنغتون Samuel Huntington** [1] أصبحت الطائفية وسيلة للضغط على الدول الوطنية وهو ما يقتضي سياسة الاعتراف، من خلال إعداد برامج شمولية تهدف إلى جعل ثقافة الاعتراف بالآخر وباختلاف جزء من إدراك المواطنين ومن تصوراتهم ومعارفهم اليومية للعالم الذي يقتسمونه بشرط أن يديروا شؤونهم على أساس تعاقدات سياسية حرّة ينظمها القانون.

- **غياب إعلام بديل:** يشير اصطلاح الإعلام البديل إلى إعلام يخدم الديمقراطية والعدالة والثقافة ومحاربة كل أشكال التمييز على المستوى النظري، وهو نقيض الإعلام الطائفي الذي يقوم على حشد المنتصرين للطائفة دون أخرى، فهو إعلام يقوم بوظيفة حربية بحيث يشتغل بتصوير الطائفة المغايرة بأنها أصل كل المشاكل التي يعاني منها البلد، أو بتصوير طائفة أخرى باعتبارها المالكة للحل[2].

ب. كرونولوجيا الصراع الطائفي السني–الشيعي في المنطقة العربية:

كشفت السنوات العشر الأخيرة من القرن الواحد والعشرين (21) عن مأزق هوياتي ومذهبي خطير عرفته المجتمعات العربية، فالتاريخ الطويل التي تشيد به وعمق الصلات العربية هي مجرد ستار سرعان ما تكشف في مشهدية الصراع العربي – العربي (الآخر الداخلي)، فبعد موجات التغيير العربي التي عرفته بلدان

[1] صموئيل هونتنغتون (1927–2008) عالم سياسي أمريكي وبروفيسور في جامعة هارفرد الأمريكية، ويعتبر واحد من أبرز علماء السياسة تأثيرا في القرن العشرين، ولد هونتنغتون في مدينة نيويورك، تابع دراسته الثانوية في "ستيفسنت هاي سكول"، وتخرج عام 1946 في جامعة "يال" بولاية كونتيكت، وحصل على درجة الماجستير في جامعة شيكاغو عام 1948، ودكتوراه الفلسفة في جامعة هارفارد عام 1951. عمل في الفترة (1959–1962) مديرا مساعدا في "مركز الدراسات للحرب والسلم" بجامعة كولومبيا الأميركية، وتولى مرتين منصب أستاذ كرسي بقسم الحكومة بجامعة هارفارد في فترتي (1967– 1969) وكذا (1970–1971)، واستمر في التدريس بالجامعة لمدة 58 عاما قبل تقاعده عام2007، واشتهر بأطروحته حول "صراع الحضارات"، التي يرى من خلالها أن "صراعات ما بعد الحرب الباردة لن تكون بين الدول القومية لعوامل سياسية أو اقتصادية أو أيديولوجية، لكن توقع أن تظهر مواجهات حضارية لأسباب دينية وثقافية"، أنجز أكثر من تسعين بحثا، منها 17 كتابا –بعضها بالمشاركة مع آخرين– أبرزها "صدام الحضارات، وإعادة تشكيل النظام العالمي" عام 1996، والذي ترجم إلى 39 لغة عالمية، و"الجندي والدولة، النظرية والسياسات في علاقات العسكري والمدني" عام 1957. وشارك عام 1964 مع الأكاديمي زبيغنيو برجنسكي في تأليف كتاب "القوة السياسية، الولايات المتحدة، الاتحاد السوفياتي"، كما ألف عام 1969 كتاب "النظام السياسي في تغيير المجتمعات"، وأيضا "الموجة الثالثة، إرساء الديمقراطية في نهاية القرن العشرين" عام 1991، وكتاب "من نحن... تحديات الهوية القومية" عام 2004. (ينظر: **صامويل هنتنغتون...منظر "صراع الحضارات"**، موسوعة الجزيرة متاح على الرابط: https://cutt.us/PWAfd تم تصفحه: 2020/04/30.

[2] يضيف كاظم شبيب في سياق تعليقة على الإعلام وعلاقته بالصراع الطائفي: " قد تبدأ الفتن من خبر أو تعليق إعلامي صغير، فيدخل الفضاء الإعلامي في دائرة الاستفزاز والاستفزاز المضاد، مما قد يجعل الأجواء متوترة وقابلة للاستغلال من أية أطراف لا تريد الخير للعالمين العربي والإسلامي".

عدة، والتي أبانت على هشاشة البنية الاجتماعية والثقافية والدينية والأخلاقية التي تقوم عليه الأنظمة السياسية العربية، وأظهرت أثر عمق الانقسام المذهبي ومدى تغلغله وهو على نفس المسافة التاريخية التي تكونت فيها الأمة العربية الإسلامية صوريا، وعجزها على فرض التعايش المذهبي والديني وتقبل سياسة الاختلاف بدل الاعتماد على سياسة الإقصاء المعتمدة وفق المنهج السياسي الميكيافيلي الُمتعامل به مع مبادي الشريعة الإسلامية التي تم تكييفها وفق المصالح الجيوسياسية والاقتصادية للمنطقة، ولإن كانت الثورة الإيرانية قد مهدت لولادة أخرى لأمة إسلامية شيعية بمقاييس معينة، وفرت من خلالها الحاضنة السياسية والداعمة للوجود الشيعي بعد تغييبه تاريخيا في المنابر السياسية العربية، وعززت من الحضور الرسمي والشبه رسمي لشيعة العالم الإسلامي، ما أتاحت لهم مناخاً لممارسة طقوسهم وشعائرهم وأمنت ملاذ لهم في انتظار حركات تغيير سياسية تؤمن لهم الحضور الفعلي في باقي دول الخليج والمشرق العربي.

لم تنشأ الطائفية من فراغ فقد تراكمت ظواهر عديدة أنتجت الحالة الجديدة "الظاهرة الطائفية" وعلى خلفية جملة من الأمور والأحداث أصبحت الطائفية حالة سياسية واجتماعية سائدة في المجتمعات الإسلامية، وتزامنا مع هذه الحالة ومع استمرار الصراع على السلطة وضرورة البحث عن المشروعية السياسية الدينية في المصادر الأساسية للشريعة، جرى تداول أحاديث موضوعة على لسان الرسول ﷺ حول تفضيل بعض الصحابة على الآخرين لتبرير الإنحيازات العصبية وجرى استنزاف العقول بالغيبيات والحديث عن الفرق الناجية[1].

ترجع الكثير من مصادر الصراع الطائفي إلى بداية الإسلام وإلى الانشقاق الكبير في مفاصل الإسلام بعد وفاة محمد ﷺ، تشكل واقعة مقتل الحسين بن علي رضى الله عنه في كربلاء الحدث الأكبر والأكثر بروزًا وتأثيراً في الوجدان الشيعي، يمكن اعتباره الإطار المرجعي الأوسع الذي تتشكل بمقتضاها أفكار ومرتكزات الشيعية، ففي الإهداء الذي تصدر به مؤلف "فاجعة كربلاء في الضمير العالمي الحديث" لمؤلفه راجي أنور هيفا [2]، الذي يشكل تلخيصاً للخصائص الأيدولوجية للفكر والدعاية الشيعية المستقاة من واقعة كربلاء، التي تمثل

[1] تمثل عودة مُحمّد رسول الله ﷺ من حجة الوداع في سنة 632، واستراحته قبل العودة للمدينة عند غدير خم، المبرر التاريخي حسب الرواية الشيعية لإمامة علي رضى الله عنه وتوليه الخلافة بعد وفاة الرسول محمد ﷺ، وطقسا دينيا يعتبره الشيعة عيدا، فحسب روايته أن محمدا رسول الله قد جمع المؤمنين عند غدير خم وقال: "ألست أولي بالمؤمنين من أنفسهم؟" فقالوا بلي يا رسول الله، فقال: من كنت مولاه فعلي مولاه".

[2] يقول راجي أنور هيفا في افتتاحية كتابه:" إلى العينيين المهاجرتين في كل لحظة باتجاه زرقة السماء، إلى العمامة الطاهرة التي اجتمع في كل خيط من خيوطها سواد ليالي كربلاء، فأضحى صاحبها رمزا للصبر على كل مصيبة وكل بلاء، إلى الغمام الذي علمنا أن المؤمن الغريب الوحيد العطشان المظلوم، الذي يرفع يديه إلى السماء ويقول صابرا محتسبا "آه" فإنما ينادي الله، إلى الذي علمنا أن الحياة، أن نموت قاهرين وأن الموت أن نحيا

البداية الحقيقية لظهور الفكر الشيعي حتى تبلوره بالصورة الموجودة اليوم، يعتبر القاسم المشترك بين مجموعة من الحوادث فكرة "المظلومية" التي نسجت حول آل البيت بعد بيعة السقيفة وحروب الجمل وصفين وغيرها من الحروب التي يتم تأويلها في المخيال الشيعي بما يتفق مع فكرة "المظلومية"، يمكن إيجاز هذه الأسس التي يبني عليها الشيعة فكرهم في المراحل التاريخية التالية[1]:

– **سقيفة بني ساعدة:** تمخض اجتماع السقيفة بعد وفاة مُحمّد ﷺ على مبايعة أبي بكر الصديق رضى الله عنه، وقد تمخض عن هذه البيعة تحريف تاريخي في الفكر الشيعي ووصفها بأنه اغتصاب للحكم من طرف أبي بكر بعد وصية بالخلافة لعلي رضى الله عنه، لذا توصف بيعته بأنها "غير شرعية"، ووصفت بيعة علي لأبي بكر بأنها بيعة مكره لا جواز لها لدى الشيعة (حسب الرواية الشيعية).

– **مقتل عثمان بن عفان:** يؤرخ البعض لنشأة التشيع بفترة الفتنة في عهد الخليفة الراشد عثمان بن عفان رضى الله عنه، وتشكل فتنة الدار أكبر مظلومية لذي النوريين لتشويه سيرته، والإيحاء بأن خلافته في حدّ ذاته كانت ظلما لعلي رضي الله عنه.

– **معركة الجمل:** لما استقر أمر بيعة علي دخل عليه طلحة والزبير ورؤوس الصحابة رضى الله عنهم، وطلبوا منه الأخذ بدم عثمان، فاعتذر إليهم بأنه لا يمكنه ذلك يومه هذا، لقد رأى أمير المؤمنين علي بأن المصلحة تقتضي تأخير القصاص، وفي جمادى الآخرة سنة 36هـ نجح المتآمرون في إثارة الجيش والتحم الطرفان واشتدت المعركة أمام الجمل الذي عليه هودج عائشة رضى الله عنها حتى قتل أمامه سبعون رجلاً، واستغل الشيعة جملة تلك الأحداث للقدح في طلحة والزبير وعائشة.

– **معركة صفين:** لما قتل عثمان بن عفان قام معاوية وبعض الصحابة يطالبون بدم عثمان ممن قتله من الخوارج، فقد قام معاوية خطيباً في أهل الشام وبعد جمعهم وذكرهم أنه ولى عثمان (ابن عمه) وقد قُتل مظلوما، وهو السبب الذي جاء في الرواية الشيعية التي جعلت معاوية يقاتل علي في صفين.

– **حادثة كربلاء:** لقد جاءت حادثة استشهاد الإمام الحسين في واقعة كربلاء عام 61هـ/681م، لتصوغ من وقتها الوجدان الشيعي بالحزن لمصرعه، ويروج للثأر التاريخي ضد سلطة يزيد بن معاوية (ليست فقط هذه

مقهورين، إلى كل جرح من جراحك يا سيدي ويا مولاي يا ابن علي والزهراء، إليك يا سيدي يا حسين"، ينظر: راجي أنور هيفا، **فاجعة كربلاء في الضمير العالمي الحديث**، ط1، دراسة تحليلية لرؤى دينية وفكرية عالمية، دار العلوم للتحقيق والطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2009.

[1] نهال عمر الفاروق، **الدعاية الشيعية من سرداب الإمام إلى عرش الفقيه**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص ص 18، 28.

السلطة بل تمتد لتشمل كل السلطات الدنيوية من غير سلطة آل البيت)، وقد توالت الأحداث بعد واقعة كربلاء الأكثر تأثيرا والتي أسهمت في بلورة الفكر الشيعي الاثني عشري. ثم ظهور مذاهب شيعية أخرى كالزيدية.

عاودت الطائفية الظهور بعد سيادة السلفية الدينية في فترة ظهور السلاجقة في العصر العباسي، نتيجة تراكمات الصراع الاجتماعي، وقد تحولت الفرق الإسلامية التي لم تتبع المنهج العقلاني في مجالات السياسة والعقيدة وعلم الكلام والمذاهب الفقهية التي شهدت تراجعا في تطويرها في الدور الخامس من أدوار تاريخ الفقه الإسلامي من منتصف القرن الرابع هجري إلى سقوط بغداد عام 656 هـ[1]، وكذلك في الأدوار اللاحقة إلى إطار طائفي وهكذا كونت الطائفية إطارا توليفيا تراجعيا شملت الميادين الثلاث السياسة والفقه وعلم الكلام، ومارست الأطراف المتصارعة على السلطة تكفير المقابل وأهرقوا الدماء وأشعلوا الحروب باسم الطائفة المقدسة والمعبر عنها، وتمحورت الخلافات حول مسائل لها صلة بشؤون الخلافة والإمامة وبشؤون الفقه والشريعة وبقضايا الفلسفة وعلم الكلام وبجوانب الحكم والسياسة[2].

– الثورة الإسلامية الإيرانية: وفرت هذه الثورة عام 1979 الفرصة المناسبة لآية الله روح الله الخميني في تحقيق مراده بإقامة دولة إسلامية برئاسة الولي الفقيه، وهو مفهوم مثير للجدل بين الشيعة (يختلف معه السنة إذ فصلوا تاريخياً ما بين رؤسائهم السياسيين ورجال الدين)[3] لذلك يمكن ملاحظة الاندماج الكامل بين الدين والسياسة في ظل زعامة الإمام أو آية الله، باعتبار الإمام أو آية الله هو ممثل الله على الأرض، وكل ما يصدر عنه من أوامر أو نواهي أو قرارات هي أوامر إلهية، لا يجوز لأحد رفضها (البعد الرجعي الميتافيزيقي/ الغيبي لدى الشيعة).

حاول الخميني إعادة إحياء الروح الإسلامية بالدعوة إلى توحيد المسلمين، غير أنه كان يدعم مجموعات في لبنان والعراق وأفغانستان والبحرين وباكستان ذات أجندات شيعية بحتة[4]، وبعد الاحتلال الأمريكي للعراق نشطت إيران بشكل غير مسبوق بالعراق، فلقد استفاد النظام الإيراني من الفوضى التي

[1] هادي محمود، **التوظيف السياسي للفكر الديني**، ط1، مؤسسة موكوريان للبحوث والنشر، أربيل، 2008، ص 64.

[2] ظهرت فكرة التسنن أو ما يسمى بأهل السنة والجماعة بدعم من الخلفية العباسي المتوكل الذي أعلن الحرب على المعتزلة والأشاعرة، فيما بدأ التأسيس الشيعي الاثني عشري في زمن الإمام محمد الباقر، الذي ابتعد عن السياسة وتفرغ للعمل الفقهي والكلامي، وفي ظل الجهود الحثيثة والبعيدة عن السياسة نشأ جمهور الشيعة الإثني عشرية مكرسا تحولها إلى طائفة دينية خالصة.

[3] جنيف عبدو، **الصراع السني الشيعي –دراسة تاريخية ومعاصرة**، متاح على الموقع https://www.cfr.org/interactives/sunni-shia-divide#!/ تم تصفحه بتاريخ: 2019/08/08، ص 15.

[4] جنيف عبدو، **المرجع نفسه**.

حدثت في العراق بعد سقوط نظام صدام حسين وساعد هذا الأمر على تشكيل ميليشيات عسكرية تمثل الطوائف الدينية في العراق ضمن استراتيجية جيو–سياسية قائمة على مبدأ تصدير ثورة الفقهاء وتحويل الهلال الخصيب إلى هلال شيعي صفوي[1].

لقد أحدثت الثورة الإسلامية الإيرانية ردود فعل معادية بين أوساط السنة ما أدى إلى ظهور أشكال من الإسلام السني الراديكالي التي شكلت في معظمها حركات منشقة عن الإخوان المسلمين، فضلا عن تعزيز المذهب السلفي الذي وجد نفسه العدو المباشر للإسلام الشيعي، ووجد أتباع هذا المذهب في أفغانستان ساحة اختبار وظهروا على السطح متبعين جدول أعمال "الجهاد العنيف" الذي استهدف الأنظمة القمعية في أوطانهم، وفي الوقت نفسه أقدمت المملكة العربية السعودية على استثمارات كبيرة من أجل إحياء السنة من خلال تأسيس مراكز دراسات وتوزيع مؤلفات وتشييد مساجد في جميع أرجاء العالم الإسلامي[2]. (يشار إلى أن المرحلة التاريخية التي ساهمت في خلق تيارات إسلامية متطرفة جاءت ضمن إملاءات غربية ونتيجة لتظافر مصالح جيوسياسية واقتصادية كان من هدفها خلق حالة فوضي باسم الدين أو المذهب، وهو ما عمق من الشرخ الداخلي وأسهم في تصاعد الفكر المتطرف الذي اصطلح عليه إعلاميا وسياسيا بـ "الراديكالية الإسلامية" ونسبت تحته حركات الإسلام السياسي). فيما حاولت الأصولية السنية التي طغت عليها الوهابية أن تواجه تغلغل "الفكر الحديث" منذ بدء تغلغله وتبلورت على شكل "جماعة" هي جماعة **الإخوان المسلمون**[3]، التي أرادت الحفاظ على البنى الأيديولوجية والاقتصادية والسياسية القائمة كونها استمرار لما تبلور في القرون الوسطى، هذا الميل الأصولي ظهر لدى طوائف وأديان أخرى، لكن بشكل أضعف حيث يظهر أنها

[1] عبد القادر الهواري، **الثورات العربية بين المصالح الأمريكية والأحلام الإيرانية القطرية**، ط1، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، 2013، ص213، 214.

[2] بوست هيلترمان، **هل يتعرض الشرق الأوسط لتهديدات طائفية جديدة؟** برنامج الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في المجموعة الدولية لمعالجة الأزمات (إنترناشيونال كرايسس غروب)، ص ص 3، 4.

[3] الإخوان المسلمون: أهم الحركات الإسلامية في العصر الحديث، وأوسعها انتشارا في العالم العربي ودول العالم الإسلامي وفي الجاليات الإسلامية في الغرب، كما أنها أيضا كبرى الحركات المعارضة للأنظمة السياسية في مصر، أسس جماعة الإخوان المسلمين –في مارس/آذار 1928 بمدينة الإسماعيلية –الشيخ حسن البنا بعد أربعة أعوام من سقوط الخلافة العثمانية, ثم سرعان ما انتقلت إلى القاهرة فإلى بقية أنحاء مصر، ثم إلى أجزاء كبيرة من العالم العربي، تعاقب على قيادة الجماعة منذ تأسيسها ثمانية مرشدين، هم: حسن البنا مؤسس الجماعة من 1928 إلى 1949، ثم حسن الهضيبي من 1951 إلى 1973، ثم عمر التلمساني من 1974 إلى 1986 ثم محمد حامد أبو النصر من 1986 إلى 1996، تلاه مصطفى مشهور من 1996 إلى 2002، ثم مأمون الهضيبي من 2002 إلى 2004، ليعقبه محمد مهدي عاكف من 2004 إلى 2010، ومحمد بديع من 2010 إلى حين اعتقاله عام 2013 حيث تولى تسيير شؤون الجماعة نائبه محمد عزت. تتبنى جماعة الإخوان المسلمين فكر حسن البنا وسيد قطب، محمد الغزالي، عبد القادر عودة. ينظر: **الإخوان المسلمين**، موسوعة الجزيرة Al Jazeera Encylopedia متاح على الرابط: https://cutt.us/p4h81 تم تصفحه: 2020/04/30.

ردّ فعل على هذه الأصولية، أو حتى كرد فعل على الحداثة ذاتها، ما يجعله يتحول إلى مشروع أيديولوجي يستعيد من خلاله الموقف السلفي ويظهر العداء لباقي الطوائف الدينية الأخرى[1].

وقد عرفت لبنان حالات التعصب الديني والطائفي، إذ اندلعت الحرب الأهلية الطائفية في يوم 13 أبريل/نيسان 1975م، خلفت آلاف القتلى والجرحى وصنفت من أشد الحروب الطائفية التي عصفت بالمنطقة العربية، وقد أدى هذا الأمر إلى تقسيم السلطة وفق مبدأ المحاصصة الطائفية، فكان الرئيس الذي يشكل هرم السلطة في لبنان مسيحيا، ورئيس الوزراء سنيا، ورئيس البرلمان شيعيا، كما كانت الوظائف العليا من اختصاص المسيحيين، فهذا التكوين الدولتي كان يهدف إلى إعادة إنتاج الطوائف عبر تكريس موقعها في بنية الدولة[2].

يخفي الصراع الديني بين السنة والشيعة انقسامات أعمق في المجتمعات الإسلامية[3]، ويرتبط هذا الانقسام بسادية تحقيق الأفضلية الدينية والسياسية وتحقيق الزعامة على الآخر منذ بدأ الانشقاق الإسلامي من جهة، كما يعكس حدة التنافسات الداخلية بين الجبهات السنية/السنية، والشيعية الشيعية، فالكهنوت الديني الشيعي ظل طقسا مقدسا وحاسما في الأيديولوجيا الشيعية ومحرك الصراعات مع الآخر السني، فيما تشكل الصراعات السياسية محركا آليا وفاعلا، بحثا عن السلطة، ويشكل التنوع الفقهي والمذهبي على الجانب السني ثراء خلق إنزياحات فكرية ومذهبية عميقة تحولت بفعل مغالطات وتزييف تاريخي إلى عنف سادي طبع حركات إسلامية بعينها تمظهر في اتجاهاتها وممارساتها السياسية والطقوسية (داعش مثلا).

3. الهويات الطائفية السنية الشيعية في المنطقة العربية.

لقد جرى التركيز على الهويات الطائفية في أوقات لاحقة من القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين بالتزامن مع أحداث تاريخية متلاحقة، كان منطلقها حيازة الشيعة للسلطة في إيران بعد الثورة الإسلامية، وهو ما وفّر دعما لوجستيكياً وأيديولوجياً للولاءات الشيعية في المنطقة وخصوصا في دول الهلال الشيعي، فيما كانت أحداث 11 سبتمبر 2001م المنعطف الذي ألصق بالحركات الإسلامية صفة الراديكالية

[1] بوست هيلترمان، **هل يتعرض الشرق الأوسط لتهديدات طائفية جديدة؟ مرجع سابق**، ص 5.

[2] سلامة كيلة، **الطائفية والمنظور الطائفي، نقد النخب السورية**، معهد العالم للدراسات، ص 345، متاح على موقع www.alaalam.org

[3] مدني قصري، **كيف انعكس الصراع السني الشيعي على شكل الجغرافيا السياسية في الشرق الأوسط**، حفريات، تاريخ النشر: 2019/01/14، متاح على الرابط: https://cutt.us/RIC91، تم تصفحه يوم: 2020/06/07.

Radicalism والإرهاب Terrorism [1]، وأضحت هذه الحركات وغيرها تحت مجهر العنف الديني، فيما شكل الاحتلال الأمريكي للعراق وسقوط نظام حكم صدام حسين القشة التي قسمت ظهر البعير في سياق طائفي أحدث فوضي مذهبية عمت المنطقة العربية. بالاستناد إلى النظرية البنيوية لبحث الهويات الجمعية المتضاربة، التي تتيح تفسير الطابع العابر لحدود لهوية الشيعة، وطبيعة العلاقة القهرية بين السنة والشيعة في تشكيل هذه الهوية ذات الطبيعة السياسية والاجتماعية والاقتصادية أكثر منها دينية، وبالتالي فإن التوتر القديم بين الطائفتين يعود في المقام الأول إلى السلطة السياسية أكثر منه إلى مسائل عقائدية، على الرغم من أن الهوية الشيعية قد تشكلت بشكل كبير في العصر الحديث، إلاّ أنها تعتمد كثير على الماضي، فـ"المظلومية" هي أحد المفاهيم المركزية في المذهب الشيعي واستبدال "الإمام علي رضي الله عنه" في اختيار الخليفة الأول واستشهاد ابنه (الإمام الحسين) لاتزال أساسية في مواقف الشيعة اتجاه السنة[2].

ووفقا لـ **فالي نصر** فإن ثلاث عوامل ساهمت وتسببت في صعود الشيعة: تمكين الشيعة في العراق وما ترتب عنه من تمكين الشيعة في المنطقة وبشكل خاص في دول: لبنان، السعودية، الكويت، الإمارات العربية المتحدة، وصعود إيران وهذه العوامل وفرت دعما قويا للشيعة في السياسات الشرق أوسطية[3]. وترتبط عملية تسييس الهوية الشيعية بمجموعة من العوامل؛ أبرزها الثورة الإيرانية وتشديدها على الهوية الدينية في مقابل بزوغ نظام شاه إيران في الاعتماد على إرث الإمبراطورية الفارسية (الصفوية) القديمة[4]، ويمكن الاعتماد على مقاربة الجيوبوليتيك الشيعي التي تقدم تفسيرا جوهريا في النزاعات والصراعات الدولية الدائرة في مناطق الشرق الأوسط ودول الخليج العربي[5]، والتي تتأسس انطلاقا من دوافع أيديولوجية أو بدوافع مذهبية، ويقصد

[1] الراديكالية مصطلح يصف أيّ أفكار أو تيارات تناهض الأفكار والنظم المتفق عليها أو التي أصبحت مقبولة وتعدّ موضع إجماع واتفاق في المجتمع، الراديكالية Radicalismمن اللاتينية Radix وتعنى الجذر، وتشير على الميل إلى إخضاع الأنظمة والترتيبات القائمة لتساؤلات نقدية مع الاستعداد للدعوة والإصلاح أو حتى إزالة تلك الترتيبات إذ ما ثبت عدم استنادها إلى مبادئ محددة تبرر وجودها، ويقصد بها العملية التي يقوم من خلالها أشخاص أو مجموعات بتطوير أيديولوجيات متطرفة أو يصبحون عرضة لها، قد تسبق الراديكالية النشاطات المتطرفة التي تتجلى من خلال العنف أو الدعم لمباشر للأعمال المتطرفة، وقد استخدم اللفظ في القرن الثامن عشر في وصف مؤيدي الحركة الراديكالية، وكان أول من استخدم المصطلح هو تشارلز جيمس فوكس من "تيار الويغر" في البرلمان عام 1797، ينظر: عزمي بشارة، **في ما يسمى التطرف**، مجلة سياسات عربية، العدد 14، أيار/ مايو 2015، ص7.

[2] ماري لومي، **الهويات: طائفية أم جيوسياسية؟ الانقسام الإقليمي الشيعي – السني في الشرق الأوسط**، تر: حسن أحمد السرحان، معهد فنش للشؤون الدولية، فلندا، 2008، ص 12

[3] ماري لومي، **المرجع نفسه**.

[4] ماريا أوتاي وآخرون، **الشرق الأوسط الجديد**، مؤسسة كارينغي للسلام الدولي، واشنطن، 2008، ص 37.

[5] يعتبر الباحث الفرنسي فرانسوا توال francois thual هو أول من استخدم هذا المفهوم في كتاب بنفس العنوان نشره عام 1995، وتعنى الجيوبوليتيك Geoplitics أو الجيو–سياسية بدراسة تأثير السلوك السياسي لصناع القرار في وحدة دولية ما، في زحزحة الأبعاد الجغرافية (حدود

بالجيوبوليتيك الشيعي «الفكر السياسي التوسعي الشيعي إلى ما وراء الحدود الإيرانية أو إلى حيث تقف المصالح الإيرانية»، ويشكل المجال الحيوي الأكثر أهمية لإيران وهو المجال الممتد جغرافيا والمرتبط بالعنصر المذهبي في العراق وسوريا ولبنان واليمن فالخليج العربي، وهي الدول التي أصطلح عليها القاموس الإيراني بـ "دول البدر الشيعي"[1]، أشار **علي أكبر** مستشار الشؤون الدولية لخامنئي أن الساحل الجنوبي لإيران والخليج ومضيق هرمز وعجمان هي "حدودهم الاستراتيجية الأكثر أهمية لتكوين البدر الشيعي"، وتدين هذه المجتمعات (التي أشير إليها) تقليدياً ودينياً وسياسياً بالولاء للمرشد الإيراني، وفي ظل غياب الدولة السنية المركزية القادرة على مواجهة المشروع الشيعي بالإضافة إلى تشرذم المواقف السياسية الكفيلة بوقف المدّ الشيعي وصياغة مشروع عربي قومي قادر على تقديم ورقة إقليمية فاعلة في تسيير الشؤون الإقليمية للمنطقة[2].

غير أن حالة التشرذم السياسية وغياب الدولة الوطنية والقومية فتح المجال أما تصاعد الحركات المتطرفة من أمثال القاعدة ثم تنظيم الدولة الإسلامية (داعش)، أتاح هذا الأمر إحياء الدور الإيراني الشيعي في محور إقليم الدول العربية والخليجية، وقد أعادت الولايات المتحدة الأمريكية تحديد موقعها في خارطة العلاقات السياسية والدبلوماسية في المنطقة والاصطفاف مع دول المواجهة بزعامة المملكة العربية السعودية لتصدي للمدّ الشيعي الإيراني[3]، كما أن التغيرات التي حدثت في العراق في أعقاب الغزو الأمريكي وسيطرة نفوذ القوة الشيعية على الحكومة الجديدة يشاركهم فيها الأكراد مع تمتع السنة بتمثيل أو نفوذ ضئيل أسهم في تسييس مسألة الشيعة في الشرق الأوسط، كما ساعد غياب القوي الشيعية العلمانية في الساحة السياسية على ذلك، إلى جانب إسهام حزب الله في الدفع بذات الاتجاه، فحزب الله أصبح لاعبا إقليميا هاما خاصة بعد حرب تموز/ أوت 2006[4].

المكان) لتلك الدولة تجاه الوحدات الدولية الأخرى، إلى حيث تقف مصالحها، والبحث عن الاحتياجات التي تتطلبها الدولة لتنمو وتتمدد إلى ما وراء الحدود.

[1] كان أول توظيف لهذا المصطلح من قبل ملك الأردن عبد الله الثاني في كلمة ألقاها في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 2005، حين حذر من صعود شيعي في المنطقة وهو ما يعكس الطموح الإيراني لتغيير النظام الإقليمي في الشرق الأوسط والخليج العربي حين وصف محاولات الامتداد الجغرافي للشيعة بـ"الهلال الشيعي"، ويشكل البدر الشيعي مشروع إيراني توسعي ذا هوية جيو–سياسية قائم على المبدأ المذهبي والتحول الديني للامتداد الرقعة الجغرافية التي يحتلها الشيعة إلى مناطق أكبر بعد اكتمال الهلال الشيعي وهذا بعد سقوط نظام صدام حسين والتواجد السياسي العسكري لحزب الله اللبناني كقوة مؤثرة في منطقة الشرق الأوسط وسيطرة الحوثيين في اليمن وسقوط سوريا في الصراع الطائفي المذهبي وفشل سيطرة الإخوان المسلمين على حركات التغيير العربي في مصر وتونس، وهو ما ساهم في تغيير مورفولوجيا الشرق الأوسط الجديد وزعزعة القوى السنية.

[2] محمد بن صقر السلمي وعبد الرؤوف مصطفى الغنيمي، **الجيوبولتيك الشيعي... الواقع والمستقبل**، مجلة الدراسات الإيرانية، مركز الخليج العربي للدراسات الإيرانية، العدد الأول، ديسمبر 2016، ص 46.

[3] جوين دايار، **الفوضى التي نظموها الشرق الأوسط بعد العراق**، تر: بسام شيحة، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2008، ص153.

[4] ماريا أوتاي وآخرون، **مرجع سابق**، ص 37.

ثانيا: مأّسسة الخطاب الطائفي وآليات التحول.

يتجه الخطاب الطائفي إلى توظيف الشائك الديني والسياسي في تقديم حمولته الأيديولوجية وعلى هذا يصبح الخطاب مسيّس يعمل على توظيف أليات تسويق أيديولوجيته مهما كان نوعها، وتطرح عمليات تشكيل بنية الخطاب الطائفي عدد من الإشكاليات أبرزها حالة التقاطع المتناهي في بنية الخطاب وهويته وهو التقاطع الذي حدث ضمن مجالات ثلاث: المقدس (الديني)؛ السياسي؛ والإعلامي باعتباره الوسيط التقني والفني الحامل لهذا الخطاب، ولا يكتفي الوسيط الإعلامي بنقل الخطاب بل ينخرط حاليا في عمليات الاستقطاب ليكتسح مساحات جماهيرية أكبر تتخذ منحى التحشيد والتجييش العاطفي والانفعال الديني من خلال طرح المعطى الديني كمسوغ للفاعل الاجتماعي.

1. بنية الخطاب الطائفي وآليات الأدلجة:

شغلت المسألة الطائفية العقل العربي المعاصر بكل تياراته الفكرية، وخاض فيها الليبراليون والقوميون والإسلاميون ، وخصها الماركسيون بعدة كتب ومشاريع معرفية، حيث تحدث **مهدي عامل** في الطائفية (من خلال خلفية ماركسية)، وحاول أن يفهم المسألة من خلال الصراع الاجتماعي الذي يؤطرها –بالنظر إلى التجربة اللبنانية– اعتبر **عامل** الطائفية علاقة سياسية بين الطبقة البرجوازية والطبقات الاجتماعية الشعبية التي يقع عليها أولا "الاستتباع الإيديولوجي"، من خلال تعريفه للطائفية باعتبارها "أثراً سياسياً تولده عملية الإخضاع الأيديولوجي وما يرفقها من تزوير وتضليل لوعي الطبقات الشعبية"[1]، في إشارة إلى البعد السياسي للطائفية، «فالطائفة الدينية ليست سوى وهم لا وجود له، وما الدين إلا شعارات ترفع، وواجهة تتوارى وراءها السياسة وأهلها»[2]، وهذا يجعلنا نعيد النظر في الخطاب الطائفي ومرجعياته الحقيقية. لندرك من خلال ما سبق علاقة التعصب بالطائفية فالخطاب الطائفي خطاب تعصب بامتياز، ولا مبالغة في اعتبار الطائفية لا تعكس في ممارساتها تعصباً فحسب، بل تعكس أيضا غلواً لا رجعة فيه، وهذا يعني أن الطائفية ليست مجرد سلوك التعصب لصالح المجموعة التي ينتمي إليها تجاه المجموعات الأخرى بإظهار التباين معهم، ولكنها تتجاوز ذلك لتعكس رغبة في نفي الآخرين وإقصائهم[3].

---

[1] مهدي عامل، **في الدولة الطائفية**، دار الفارابي، بيروت، 1986، ص ص 22، 23.

[2] عبد اللطيف فاروق، **الطائفية... قراءة في المفهوم ودلالاته**، فكر أونلاين، تاريخ النشر: 17 أغسطس (أوت) 2014، متاح على الرابط التالي:http://fekr-online.com/index.php/articleتم تصفحه بتاريخ: 2020/05/05.

[3] عبد اللطيف فاروق، **المرجع نفسه**.

يرفض **برهان غليون**[1] أن تكون مجرد التركيبة الطائفية للمجتمعات العربية المشرقية مشكلة أو عاهة بنيوية مرتبطة بتكوين المجتمعات المشرقية ذاتها، ولا يمكن فصلها طالما بقيت هذه المجتمعات ذات بنية تعددية[2]، فالعاهة الحقيقية هي أدلجة الطائفية باستمرار عبر التشديد عليها والمبالغة في إظهار عمقها في الماضي، والجزم بأبديتها في المستقبل من خلال قياس ضمني على ذكريات التاريخ الحقيقية أو الوهمية التي تجعل من هذا الفكر الانفصالي عاجزا عن إدراك التعدد داخل الواحد، والواحد داخل المتعدد[3]. وعلى النقيض من ذلك اعتمدت **فنار حداد** على تهوين من دور ذكريات الماضي والأسس الدينية للطائفية المعاصرة في البلاد العربية، مقابل التأكيد على معطيات السلطة في الحاضر، إذ تقول: «أن المنافسة الطائفية وعند نشوئها لديها علاقات ضئيلة مع المعتقدات الدينية والفقه وحتى التاريخ الإسلامي المحفوظ في الذاكرة، ولكن لديها ارتباط وثيق مع تكوينات السلطة داخل الدولة القومية والرؤى التنافسية والمطالبة بحيز وطني مشترك»[4].

تتحول معطيات الطائفة وخصائصها بفعل مدبر ومقصود إلى هوية توقيفية ولا تاريخية[5]، وأن الطائفية هي أيديولوجية صون تلك الهوية وتعهد حضورها وتأبيدها تذكية للـ" إحساس بالانتماء إلى ديانة بدلا من الانتماء إلى أمة"، انتماء يجسد الهوية الطائفية في مستوى السلوك الفردي والجماعي تعصباً وإقصاءً دوغمائياً، تتم ترجمته في الفضاء السياسي الواحد صراعا ماديا أو رمزيا أو كليهما، بصورة ظاهرة أو خفية، وقد تسارع الشعوب إلى بعض الحلول الوهمية التي ترسخ الظاهرة بدل استئصالها تدريجيا، ومنها تقاسم الفضاء السياسي بضرب من التوافق المستند إلى ميزان القوى والوزن الديمغرافي وحجم الإسناد الأجنبي شأن نظام لبنان السياسي الذي يوزع وفق الطوائف الدينية (مارونية، سنية، شيعية، درزية، أرثوذكسية...) العضوية في البرلمان والوظائف العامة الكبرى[6]، وبالاعتماد على هذه البدائل الاجتماعية ذات المعطى السياسي لا يتم إيجاد حلول توافقية بعيدة المدى تعمل على تجسير مسافات الهوية الطائفية والمذهبية واستبدالها بتأصيل الهوية الوطنية والقوية وتمكين فكرة المواطنة، ما يحيل الأمر إلى مزيد من التأزم والتشرذم بمجرد ظهور شرارة الانفعال الديني الطائفي.

---

[1] برهان غليون مفكر وعالم اجتماع سوري مقيم في فرنسا، وهو أستاذ اجتماعيات العالم العربي الإسلامي في جامعة السوربون، من مؤلفاته: اغتيال العقل، الوعي الذاتي، نظام الطائفية، نقد السياسة، الدولة والدين، المحنة الكبرى الدولة ضد الأمة.

[2] برهان غليون **المسألة الطائفية ومشكلة الأقليات**، ط3، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، يناير 2012، ص 8.

[3] إدغار موران، **المنهج**، **مرجع سابق**، ص 81.

[4] فنار حداد، **العلاقات الطائفية، ضمن سلسلة السياسة الطائفية في منطقة الخليج**، تقرير موجز لمجموعة العمل، العدد 7، مركز الدراسات الدولية بجامعة جورج تاون، قطر، 2015، ص 7.

[5] علي الصالح مولى، **الهوية توقيفا: بحث في عوائق الإبداع**، مجلة نقد وتنوير (مقاربات نقدية في التربية والمجتمع) مركز نقد وتنوير، العدد 5، الفصل الثاني، نيسان/ أيار/ حزيران، 2016، ص ص 277، 312.

[6] علي الصالح مولى، **مرجع نفسه**.

فالطائفية ليست هي الانتماء لطائفة، لكنها التمسك بالطائفة في مواجهة طوائف أخرى، التعصب لطائفة ضد طوائف أخرى، والتعصب Bigotry هنا هو الأساس وليس الانتماء Affiliation، إذ أنتج التاريخ أديان وطوائف كما أنتج قبائل ومناطق، وهذا يعنى تأسيس التناقض على أساس الانتماء لطائفة أو دين، وتحويله إلى تناقض حدّي، ينطلق من "التعصب" لطائفة أو دين ضد طائفة أخرى أو دين أخر، وبالتالي يصبح الانتماء أيديولوجيا متعصبة تلفظ المختلف وفق مسار التطور التاريخي (وفق الماضي وليس وفق الراهن)، وفق خلاف نشأ في التاريخ وعبّر وقتها عن تناقض مصالح طبقية ورؤى فكرية قبل أن يخضع لتحولات الواقع فيصبح شكل وجود فئات اجتماعية لها تاريخها الخاص الذي فرض التاريخ أسطرته، هذه الأسّطرة يعاد إنتاجها في تناقض ومعادة مع الآخر[1].

وتكون الطائفية استعادة ماضي يتلاشى، الإعادة إلى أيديولوجيا هي شكلية بكل المقاييس، وهي عملية ليست "ذاتية"، بل يحركها سبب قد يكون اقتصادي أو سياسي. في هذا السياق يمكن أن نلمس كيف يتحول الشكل الذي ربما يكون منسيا في أوقات كثيرة إلى بنية متعصبة، وينهار التلاشي الذي يحكم هذا الشكل إلى بنية صلبة ضد الآخر، إلى الحد الذي يجعلها تخوض حربا حقيقية ضده. يمكن الإشارة هنا إلى مستويين يتعلقان بهذا الأمر[2]:

- **المستوى الأول**: "فردي" و"شكلي" حيث يمكن استثارة فرد أو فئة بالاتكاء على طائفته أو دينه، حيث يجري التحريض انطلاقا من ذلك في مواجهة دين أخر أو طائفة أخرى، وفي هذه الحالة يجرى استغلال تخلف الوعي وهامشية الأفراد وتأزم وضعهم لسبب ما، للوصول إلى ذلك، وفي هذه الحالة يجرى الاعتماد على الانتماء الشكلي لطائفة أو دين في ظل وضع مجتمعي متوتر وأزمات تؤسس لتوتر الأفراد[3]. وفي هذا المستوى الأفراد ينساقون نتيجة تحريض ما، وبسبب ظروف يعيشونها، رغم أن الأيديولوجيا هي هامش في تحديدهم لهويتهم هي جزء من تاريخ وليست فاعلة في الراهن، وبالتالي فإن تعصبهم مؤقت لحظي وليس مبدئيا، يشكل الانتماء عنصر أساسي في الفهم، على الرغم من عدم توافر المكونات الموضوعية للجماعة، يصبح بالإمكان تشكيل جماعات في الحداثة غير محلية، ولا أهلية في الواقع، وعندما يتموضع هذا المتخيل أي الطائفة الكبيرة غير المحلية، كأنها جماعة أهلية فنحن أمام واقع جديد يصبح فيه ما تخيله الناس وأنشأوه بتخيلهم يتحكم فيهم، هكذا يصبح الذاتي

[1] سلامة كيلة، **الطائفية والمنظور الطائفي، نقد النخب السورية**، معهد العالم للدراسات، ص 338. متاح على موقع www.alaalam.org

[2] **المرجع نفسه**، ص 339.

[3] **المرجع نفسه**.

موضوعيا، لكن مسألة استعادة الجماعة في الحداثة ضد الاغتراب وتذرّر الفرد والبلورة الواعية للهوية مشروطة بزوال الجماعات العضوية التراحمية الحقيقية[1].

- **المستوى الثاني:** يتمثل في تحول الأيديولوجيا إلى بنية منظمة إلى مجموعة يربطها تنظيم ما تتكئ على الأيديولوجيا محولة إياها إلى ميل تعصبي ضد الآخر، هنا يعاد إنتاج الإيديولوجيا الماضوية كبنية وعي، وكبنية تنظيمية قائمة في شقها التعصبي ضد الآخر، يتم تعميم الأيديولوجية في شقها التعصبي كضد للآخر، وتأسيس تنظيم يعبر عن هذه الأيديولوجيات ويصبح العمل منظماً وقصدياً، يظهر من خلال تشكيل تنظيمات قائمة على أساس " الانتماء" لطائفة، والتعصب لها، والتحريض ضد طائفة أخرى، وبالتالي يصبح الصراع الطائفي ممأسساً، وممنهجاً، وهادفاً، ويصبح التعصب يجر إلى تعصب مقابل ما يرسخ للصراع الطائفي[2].

وتشكل الجماعات الدينية كيانات اجتماعية تجمعها التبعية لدين معين، أو الانتماء إلى مذهب وذلك قبل ظهور الطائفية بوصفها أيديولوجية حديثة تنتج طوائف من نوع جديد وفي مرحلة هيمنة الثقافة الدينية، انقسمت تلك الجماعات اجتماعياً وسياسياً، تبعا لانقسامها عقيدياً، على خلفية الموقف من تأويل النصوص وفي ممارسة الطقوس، هنا يتحول المذهب إلى هوية دينية هي انتماء إلى جماعة أو فئة أي طائفة من البشر. ويبرر الانقسام بالخلاف العقيدي، ويتحول الانقسام إلى مذهب وبتوافر ظروف تاريخية محددة يتحول إلى طوائف دينية، أو جماعات اعتقادية أو مقالة مختلفة عن مقالات الجماعات أو الطوائف الأخرى وقد يمتد ليتحول المذهب إلى كيان اجتماعي (المؤمنين وغير المؤمنين)، ولكنهم يتبعون ويعرفون أنفسهم والأخرين بموجب انتمائهم إليه[3].

أخطر الحلول المؤقتة هي تلك التي تنخرط فيها الدولة في المنطق الطائفي بدل العمل على تقويضه، إذ هي لا تهرب من مواجهة الحرب الأهلية والاكتفاء بتأجيجها فحسب، بل تضاعف دواعيها، وتمد المتربصين بها بأسس مكينة من المشروعية، ذلك شأن النظام الملكي الخليجي الذي تستند فيه هوية الدولة على قراءة محددة للمعتقدات الدينية والسنية، وأدي ذلك إلى سياسة تمييز طائفي واسعة النطاق مدعومة من قبل الدولة[4].

---

[1] حسام أبو حامد، **قراءة في عزمي بشارة: الطائفة في سياق تاريخي**، مجلة عمران، العدد 7/27، 2019، ص 161.

[2] سلامة كيلة، **مرجع سابق**، ص 340.

[3] حسام أبو حامد، **مرجع سابق**، ص 162.

[4] ينظر: لورنس لويز، **الدولة والهويات الطائفية في منطقة الخليج: البحرين والمملكة السعودية والكويت من منظور مقارن**، ضمن سلسلة السياسة الطائفية في منطقة الخليج، **مرجع سابق**، ص 9

يشكل الارتباط بين "هوية" دينية أو طائفية شكلي يمكن أن يستغل ضد الآخر، وأن تستغل ظروف معينة لتحريض أيديولوجية ماضوية لم تعد جوهرية لدى الأفراد كأيديولوجيا (وهذا لا يخص الشعائر الدينية) حيث ظل منها ما هو شخصي وأن يعاد استثارتها نتيجة ذلك في مواجهة أيديولوجية أخرى تخص طائفة أخرى، أو حتى ضد طائفة أخرى. إن السياسة التمييزية الرسمية التي تنبني على الاختلاف الطائفي هي سياسة طائفية بمثلها، والسلوك الطائفي للدولة لا يبرره ادعاء تمثيل الأغلبية الدينية أو المذهبية أو العرقية، إذ " كل ممارسة تمييزية خطيرة حتى عندما تمارس لصالح جماعات عانت"[1]. تهدد النزاعات الطائفية المؤسسة على التعددية المذهبية أو القبلية أو العرقية الموروثة، اللحمة الوطنية ويضعف الروح القومية، يعتبر السبب الحقيقي في ذلك غياب الدولة التي تساوي بين جميع مواطنيها وتعاملهم كأعضاء رابطة سياسية واحدة ليس لأحد علامة فارقة أو امتياز بسبب الدين أو العرق أو المذهب[2].

وإذا كانت الطائفة في الماضي قد قامت على مستوى محلي، فإنها تتحول إلى طائفية في الحداثة، بعد تطيّفها سياسياً في خضم الصراع مع الهويات الأخرى في عصرنا الذي شهد نشأة فرد ذي" انتماءات متعددة" ووعي اجتماعي قابل لرفع هوية واحدة فوق الجميع، وإخضاع الهويات الأخرى لها. ومع الطائفية السياسية تتحول الهوية إلى جماعة سياسية ليتحول الدين من عقيدة إلى هوية دنيوية لطائفة متخيلة، ومن ثم يتم التشديد في ممارسته على جانبه الاجتماعي المتعلق بإعادة إنتاج الجماعة، وبعد أن كان هدف الدين ذوبان الجماعات في أمة، تعلن الطائفية في سيرورة تاريخية مضادة نهاية الأمة الدينية، حين تحول الدين أو المذهب الديني إلى جماعة أو طائفة، يمكن للأفراد تخيل انتمائهم إليها، متجاوزين الإطار المحلي إلى الدولة، ثم تنافسها على مستوى الطموح السياسي لتشكيل هوية الأفراد الكبرى[3].

اعتبر **برهان غليون** أن الطائفية هي الاستخدام السياسي للدين، وأكد على أن الدين والطائفة صعبت من عملية فهم الأحداث السياسية التي يمر بها العالم العربي، فالطائفية هي الوليد الغير شرعي للدهرية Secularism أي اللاإنفصال الطبيعي للدين عن الدولة، فإخضاع الدين للسياسة يعني استخدام ما تبقي من العصبية الماضوية لتحقيق أهداف لا علاقة لها بالدين، فالتعبير الديني للحركات السياسية غالبا ما يأتي ليعكس اتساع الحلف الاجتماعي الذي يميز الحركات الكبرى المتعددة الأهداف، وتعكس فترة ظهور الأديان توسع

[1] أمين معلوف، **الهويات القاتلة**، تر: نبيل محسن، ط1، ورد للطباعة والنشر، دمشق، 1999، ص 131.

[2] برهان غليون، **مرجع سابق**، ص 9.

[3] حسام أبو حامد، **مرجع سابق**، ص 162.

الحضارة وتقدمها وعلى النقيض من ذلك تعكس الطائفية تدهور الحضارة وتدحرجها نحو الانحطاط والاندثار[1].

يستخدم الصراع "التراث المثالي" في سبيل تحقيق أهدافه الخاصة، لذا فالطائفية هي «التعبير السياسي عن المجتمع العصبوي الذي يعاني نقص الاندماج الذاتي والانصهار» حيث تعيش الجماعات المختلفة بجوار بعضها البعض لكنها تظل ضعيفة التبادل والتواصل فيما بينها، وهي تشكل إلى حد ما الطريقة الخاصة بالتواصل الذي هو في ذاته نوع من "التواصل الصراعي"، فيما تميل المجتمعات العربية نحو مزيد من التفكك والتجزؤ وهذا بفعل ظروف التبعية الموضوعية التي تعمل على الأصعدة الثلاثة "الثقافية والسياسية والاقتصادية"، ما يسهم في تطور روح العصبية الضيقة ليس فقط بين الأقليات الدينية أو القومية ولكن بين المناطق والجماعات المختلفة المنتمية إلى دين واحد أو جنس واحد، وغالبا ما ينعكس فقدان الإجماع الإيديولوجي بشكل سلبي في هذا النوع من المجتمعات على الإجماع السياسي، ويمنع قيام سلطة مركزية موحدة مما يسهم في التحول إلى الدولة الطائفية[2].

2. المرجعيات العقدية للخطاب الطائفي السني–الشيعي.

ندد الإسلام بالفكر الطائفي والتطرف الديني ففي قوله تعالى: ﴿**وَقَالُواْ لَنْ يَّدْخُلَ ٱلْجَنَّةَ إِلَّا مَن كَانَ هُوداً اَوْ نَصَٰرِيٰ تِلْكَ أَمَانِيُّهُمْ قُلْ هَاتُواْ بُرْهَٰنَكُمْ إِن كُنتُمْ صَٰدِقِينَ**﴾[3]، ومع ذلك وقع بعض المسلمين في الانحراف نفسه الذي وقع فيه أهل الكتاب من قبلهم، إذ جعلوا من أئمتهم معصومين، يتنزل عليهم الوحي كما هو عند الشيعة، أو أن بإمكانهم الوصول إلى مقام لا يسألون فيه عما يفعلون كما هو الحال عند المتصوفة. ويشكل معيار الإيمان والكفر نمط الانحراف الديني الذي تمثله الشيعة وهو المعيار الذي يمليه عليهم مسلماتهم العقدية في فهم الدين، والدخيلة عنهم فهم أيضا ممن جعلوا من عصبية الطائفية الدينية طريقا إلى مرضاة الله، فليس يدخل الجنة عندهم إلا من كان شيعيا من طائفة الاثني عشرية فقط[4]، وما الإيمان الصادق في نظرهم إلا إيمان الشيعة الاثني عشرية فقط، وعلى ضوء هذه النظرة الطائفية في تصنيف الناس وتحديد بعدهم عن الدين وقربهم منه،

[1] ينظر: برهان غليون، **المسألة الطائفية وصناعة الأقليات**، ط3، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2012.

[2] برهان غليون، **مرجع سابق**. ص 9.

[3] سورة البقرة، الآية 111.

[4] كتب طالب السنجري وهو أحد مشايخ الشيعة كتابا سماه " التشيع كما أفهمه" أكد فيه أن الرجوع إلى الخليفة عمر بن الخطاب كما الرجوع إلى الإمام علي بن أبي طالب رضي الله عنهما، لكون الاثنين يستقيان علمهما من منبع واحد هو القرآن الكريم وسنة محمد صلى الله عليه وسلم، فكان هذا الأمر كفيل بأن يقوم المرجع الشيعي محمد حسين فضل الله بطرده من حوزته الكائنة بمنطقة السيدة زينب في سوريا، ومحاربته وإغلاق جميع الحوزات الشيعية، وهو الأمر الذي جعل الجل يستقر في فلوريدا بالولايات المتحدة الأمريكية.

واشتمل تراثهم على نصوص الطعن المروية عن الأئمة تقولا بدناءة غيرهم نسباً، ونجاستهم مولداً وردتهم ديناً، وأنهم وحدهم الأطهرون نسباً، والأنقون ديناً والأعلون مقاماً عند الله[1].

وتتعزز طائفية الاتجاه الشيعي من خلال الإيمان بسلطة دينية عليا، تتسم بالعصمة عن الخطأ والسهو والنسيان، وبالنصية من الله تعالي، تعرف بـ" الإمام" تنوب عنها في حال غيبتها عن الوجود أو الظهور مؤسسة دينية على رأسها فقيه من الاتجاه نفسه، يدعى "المرجع الأعلى" تجب طاعته والالتزام بتقريراته السياسية والدينية، فهو المفسر الشرعي للعقيدة الشيعية، والناطق الوحيد باسم الله والإمام الغائب معا، وما يلفظ من قول إلاّ بحجة يستند إليها عن الإمام المعصوم كما يعتقد، قداسته المذهبية تنبع من كونه نائباً عن الإمام الغائب الملقب بالمهدي المنتظر عندهم، ويفقد صفة الإسلام ويوصف بالفكر كل من ينكر ولادته وإمامته المنصوص عليها من الله، وغيبته التي طرأت على حياته منذ العهد العباسي إلى يومنا هذا لا شرعية لأي نظام سياسي في الوجود الإسلامي وغير الإسلامي إلاّ بالإقرار به إماماً معصوماً والانقياد للمرجعية الشيعية التي تمثله تحت عنوان ولاية الفقيه[2]، ويشكل هذا التأصيل أوضح مظاهر الطائفية المذهبية التي تحجر على الاتباع الانفتاح على المذاهب الإسلامية الأخرى، وتحجر عليهم التفكير بمعزل عن المرجع، وعلى هذا الموقف الطائفي اللازم التزامه من القواعد الشيعية، عليها أن تسلم له وتأخذ به دون مناقشة، بل وتتبني عليه مواقفها السياسية والدينية ومن شتى القضايا وتنقاد بموجبه لإرادة الفقيه بوصفه حجة الإمام الغائب[3].

جرى استكمال تحول المذهب إلى طائفة من خلال تراكم مجمل الأحداث والظواهر الاجتماعية وتحولت التراكمات الكمية إلى تراكم نوعي جديد يمكن أن نطلق عليه اسم الظاهرة الطائفية، لقد كان الاختلاف الفقهي أقرب إلى التنوع الفكري في التفسير وملازما للتسامح والإكراه، في حين أصبحت العلاقة الطائفية علاقة اجتماعية متوارثة تنتقل من جيل لأخر من أجل السعي للبقاء وعلى أساس التعصب للوحدة الاجتماعية الجديدة (الطائفة) الذي يكتسبه الأفراد بالوراثة البحتة ونشأ من هذا الأمر مظاهر سيكولوجية ملازمة للظاهرة الطائفية، بعد أن جرى تطويع الوعي الفردي والجماعي للتحيز للعصبية الطائفية الفئوية المنغلقة المبنية على نفي الأخر[4]، وهذا ما يمكن أن نطلق عليه تعبير الهوية الطائفية[1].

---

[1] جلال الدين محمد صالح، **الطائفية الدينية: بواعثها، واقعها، مكافحتها**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض: دار جامعة نايف للنشر، 2016، ص ص 129، 130.

[2] وفي هذا السياق سئل المفكر الشيعي محمد حسين فضل الله: هل يجوز التعبد في فروع الدين بالمذاهب السنية الأربعة؟ فأجاب بقوله: "لا يجوز العبد بأي مذهب إسلامي غير مذهب أهل البيت لأنه المذهب الذي قامت عليه الحجة القاطعة.

[3] جلال الدين محمد صالح، **المرجع نفسه**، ص ص 129، 130.

[4] بعد الثورة الإيرانية، سعت إيران إلى منافسة المملكة العربية السعودية على زعامة الأمة الإسلامية، لكن جهودها أخفقت إلى حدّ بعيد في النهاية، ونموذجها الثوري استهوي الشيعة في الأساس، وبلغ الاحتقان ذروتهما في ثمانينيات القرن الماضي لأسباب ليس أقلها إعانة المملكة ودول خليجية

لقد أخذت الانقسامات الأولى في المجتمع العربي بعد الإسلام طابعا سياسيا بسبب الصراع على السلطة، ونشأت فرق العلويين والأمويين والخوارج، واتسمت هذه الفرق بطابعها السياسي، وتزامن هذا الانقسام مع نشوء ظاهرة التنوع الفقهي (أحكام العبادات والمعاملات)، وبرزت مدرستا أهل الرأي في الكوفة وأهل الحديث في الحجاز، ولم تكن تلك المدارس الفقهية بمنأى عن الصراع السياسي الجاري في المجتمع، فكان للفقهاء من مختلف المدارس والمذاهب مواقف سياسية من قضية السلطة وأحقيتها وكانت الأطراف المتصارعة تسعى إلى إضفاء الشرعية، على أطروحتها ومطالبها، وبالاعتماد على الفكر الديني السائد كمعبر أيديولوجي عن الصراعات السائدة[2].

في بداية احتدام الصراع السني الشيعي، أطلق شيوخ السنة وصف "الروافض" على الشيعة، حيث يقول أحمد بن حنبل في كتابه السنة:" ليست الرافضة من الإسلام في شيء"، فيما أفتى ابن حزم بأن" الروافض ليسوا من المسلمين، وليس قولهم حجة على الدين، وهي طائفة تجري مجري اليهود والنصارى في الكذب والكفر"[3]. في سياق هذه الحرب الارتجاعية ضد الشيعة، نسبت إلى كبار أصحاب المذاهب الفقهية، أحكام وأقوال في هجاء الشيعة، لأنهم كانوا متهمين هم أنفسهم بالميل إلى العلويين، وذلك هو الاسم الذي كان يطلق على أنصار على وأهل بيته، قبل أن يعرفوا باسم الشيعة، وفي مقدمة هؤلاء مالك بن أنس الذي ذكر أبو حاتم الرازي على لسانه أنه: "سئل مالك عن الرافضة فقال: لا تكلمهم ولا ترو عنهم فإنهم يكذبون"[4]. ومنهم الشافعي الذي نسب إليه أبو حاتم الرازي قوله: لم أر أحد أشهد بالزور من الرافضة"، وهو القول الذي طالما كان يطيب لابن تيمية الاستشهاد به بدون أن يخضعه لأي فحص نقدي[5].

وكما اختار أهل السنة أن يخضوا حربهم ضد الشيعة تحت كناية "الروافض" كذلك اختار أهل الشيعة خوض حربهم ضد السنة تحت كناية "النواصب"، ولئن كانت وضعية أهل السنة كأكثرية حاكمة وغالبة قد

أخرى كالعراق بالمال في حربهم ضد إيران، لكن العلاقات تحسنت مع وفاة أية الله الخميني سنة 1989، وقد سعت المملكة العربية السعودية إلى تنفيس الاحتقان مع إيران ولو جزئيا، ولقد شكل وصول الحركات الإسلامية الشيعية إلى السلطة في لبنان وتمكين الشيعة العراقيين بعد الاحتلال الأمريكي للعراق سنة 2003، وهو الأمر الذي أبطل افتراضا قديما مفاده أن الشيعة العرب لن يضطلعوا بدور سياسي ذي شأن، لكن سرعان ما شهدت دول كالعراق عنفا طائفيا عائد إلى تداعيات محلية متصلة بحوادث إقليمية كبرى كالثورة الإيرانية والحرب الأهلية في العراق فضلا عن المنافسة الإقليمية بين السعودية وإيران .

[1]هادي محمود، **التوظيف السياسي للفكر الديني**، ط1، مؤسسة موكرياني للبحوث والنشر، أربيل، 2008، ص 66.

[2]هادي محمود، **المرجع نفسه**، ص 65.

[3]جورج طرابيشي، **هرطقات2-عن العلمانية كإشكالية إسلامية–إسلامية**، ط2، دار الساقي، بيروت، 2008، ص 41.

[4]هادي محمود، **مرجع سابق**، ص ص 41،42.

[5]**المرجع نفسه**، ص 42.

أتاحت لبعض الناطقين بلسانهم أن يخرجوا أحيانا من التلميح إلى التصريح وأن يسموا الخصوم باسمهم كشيعة، فإن وضعية الشيعة كأقلية محكومة ومغلوب عليها[1] جعلت من الناطقين بلسانهم يلتزمون التزاما شبه مطلق بالتكنية دون التسمية بالاسم، وهذا ما أعطى لفظ " النواصب" تعددية دلالية لا يحظى بمثلها لفظ" الروافض" حافظ في الأدبيات الهجائية الأحادية، كما أن لفظ النواصب قد أخضع في الأدبيات الشيعية لعملية تنظير مفهومي ومراكمة دلالية[2].فتحديد معني "النواصب" يحتل بابا شبه ثابت في الأدبيات الشيعية، كما أنه تم إفراد كتب بأكملها مثل "**الشهاب الثاقب**" في بيان معنى الناصب لـ **حسين آل العصفور البحراني**، وقد كان التعريف الأبكر والأكثر تداولاً هو ذلك القائل بأن الناصب" هو من ينصب العداوة لأهل البيت"[3].

على خطى ابن تيمية[4]؛ شن ابن القيم الجوزية في شتي كتبه الهجوم تلو الهجوم على الشيعة، جنبا إلى جنب مع الفرق المخالفة الأخرى مثل الخوارج والمعتزلة. حيث أصدر أحد علماء بلاط مراد الرابع العثماني ويدعى نوح أفندي فتوى في الشيعة من سكان الإمبراطورية العثمانية ولا سيما أهالي حلب الذين كانوا في كثرة منهم إلى ذلك العهد من الشيعة منذ أيام الحمدانيين، وقد جاءت هذه الفتوى في سياق الحرب الصفوية العثمانية التي دارت على مدى سبعة أشهر وأوقعت في صفوف شيعة إيران وسنة تركيا ألافا من القتلى، فبحكم هذا التداخل بين العامل الخارجي والانقسام الطائفي الداخلي وتحت عنوان «من قتل رافضياً واحدا وجبت له الجنة»، وقد أصدر نوح أفندي هذه الفتوى الاستئصالية التي دفع ثمنها شيعة حلب، وأفتى أيضا «من توقف في كفرهم وإلحادهم ووجوب قتالهم وجواز قتلهم فهو كافر مثلهم فيجب قتل هؤلاء الأشرار الكفار، تابوا أو لم يتوبوا ولا يجوز تركهم عليه (أي على كفرهم) ويجوز استرقاق نسائهم لأن استرقاق المرتدة بعدما لحقت بدار الحرب جائز، وكل موضع خرج من ولاية الإمام الحق فهو يسمى دار الحرب، ويجوز استرقاق ذريتهم تبعا لأمهاتهم»[5].

وفي القرن الثاني عشر هجري، صدرت عن الديار السعودية فتوى لا تقل أذية عن التي أصدرها في سياق التتلمذ على **ابن تيمية** مؤسس الوهابية **محمد بن عبد الوهاب**، ففي رده على الشيعة قال: «إن الرافضة أكثر الناس تركا لما أمر الله وإتيانا لما حرمه، وإن كثير منهم ناشئ من نطفة خبيثة وموضوعة في رحم حرام،

---

[1] غازي الصوراني، **البعد التاريخي للصراع الطائفي بين السنة والشيعة**، ط1، مركز الدراسات والأبحاث العلمانية في العالم العربي، غزة، 2016، ص 42.

[2] غازي الصوراني، **المرجع نفسه**، ص 43.

[3] **المرجع نفسه**، ص 44.

[4] ينظر: جورج طرابيشي، **هرطقات2-عن العلمانية كإشكالية إسلامية–إسلامية**، **مرجع سابق**، ص 42.

[5] جورج طرابيشي، **المرجع نفسه**، ص 42.

ولهذا لا ترى منهم إلا الخبث اعتقادا وعملا وقد قيل: كل شيء يرجع إلى أصله، فهؤلاء الغمامية خارجون عن السنة بل عن الملة، واقعون في الزنا، وما أكثر ما فتحوا على أنفسهم أبواب الزنا في القبل والدبر، فما أحقهم بأن يكونوا أولاد زنا، والرافضة أشد ضررا على الدنيا من اليهود والنصارى قبحهم الله»، ومن الأدبيات الهجائية ما كتبه **محمد رشيد رضا** في "المنار" عمن كان يصرّ على تسميتهم بـ" الرافضة" «إنهم كانوا أشد النقم والدواهي التي أصيب بها الإسلام، فهم مبتدعو أكثر البدع الفاسدة التي شوهت نقاءه، وهم الذين صدعوا وحدته، واضعفوا شوكته وشوهوا جماله، وجعلوا توحيده وثنية، وأخوته عداوة وبغضاء»[1].

كان من ثوابت هذه الاستمرارية ممارسة ثقافة الكراهية والتكفير والإقصاء تجاه الأقليات السكانية الشيعية المتمركزة في القطيف والإحساء. ومنذ أن كتب **محمد بن عبد الوهاب** رسالته في الرد على الرافضة، فقد أصبح الإفتاء ضد الشيعة تقليدا راسخا في الوهابية، وأعادت تأسيس نفسها في أيديولوجيا شمولية ناجزة يمكن أن نسميها بالنيو–وهابية، ولئن ورثت هذه الوهابية المستجدة عن القديمة نزعة العداء للمذهب الشيعي، فقد رزقتها بحيوية جديدة أخذت شكل حصار لاهوتي وفقهي معمم للمذهب الشيعي ولمعتنقيه في حظائر التمييز السالب الذي مكن وصفه بلا مبالغة بـ" التمييز العنصري الطائفي". وعن اللجنة الدائمة للإفتاء برئاسة **عبد العزيز بن باز** ونيابة **عبد الرزاق عفيفي** صدرت الفتوي التالية، ردا على سؤال من يسأل عن حكم «أكل ذبائح من يدعون للحسن والحسين عند الشدائد» فقال: «إن كان الأمر كما ذكر السائل من أن الجماعة الذين لديه من الجعفرية يدعون لعلي والحسين والحسن وسادتهم، فهم مشركون مرتدون عن الإسلام والعياذ بالله، لا يحل الأكل من ذبائحهم لأنها ميتة ولو ذكروا عليها اسم الله»[2].

أما أبو **مصعب الزرقاوي** متحدثا عن الشيعة يقول: «الرافضة عقبة كؤود فهم الحية المتربصة، والعقرب الماكر، والعدو الحاقد والزاحف، وهو السم الزعاف» وهو يعتبر خطرهم مستمرا وأطماعهم لا حدود لها، ويضيف «مع مرور الأيام كبرت آمالهم في أن يقيموا دولة للرافضة تمتد من إيران مرورا بالعراق وسوريا ولبنان»[3] بعد وفاة أبو مصعب استمر الموقف المعادي للشيعة، حيث اعتبر تنظيم داعش أصحاب مذهب الشيعة مرتدين لابد من قتلهم لتشكيل هيئة نقية من الإسلام[4].

على جانب أخر أخذ مفهوم "الناصبي" بعد العهد العباسي في التوسع، ليتعدى أهل البيت إلى معادة شيعة أهل البيت، وذلك ما وجد ترجمة مباشرة له في الحديث الذي نسب إلى الشيخ الصدوق بن بابويه القمي

[1] جورج طرابيشي، **مرجع سابق**، ص 42.
[2] غازي الصوراني، **مرجع سابق**، ص 41.
[3] **المرجع نفسه**، ص 41.
[4] **المرجع نفسه**.

في كتابه "علل الشرائع" إلى الغمام السادس جعفر الصادق، فنقلا عن عبد الله بن سنان قال الصادق: «ليس الناصب من نصب لنا أهل البيت، لأنك لا تجد رجلا يقول أنا أبغض محمد وآل محمدا ولكن الناصب من نصب لكم وهو يعلم أنكم تتولوننا وأنكم من شيعتنا»[1].

والحال أن متكلمي الشيعية يستنبتون لهذا المعيار بعدا لاهوتيا من خلال ربطه بضرورة الإيمان بـ"النص"، وتحويله إلى أصل من أصول الدين (والنص المعني هنا هو النص على إمامة علي في يوم غدير خم من قبل الرسول قبيل وفاته بأشهر). يضيف العلامة الحلي في كتابه " المنتهىّ": «إن الإمامة من أركان الدين وأصوله، والجاحد لها لا يكون مصدقا للرسول في جميع ما جاء به فيكون كافرا»[2]، وسيستعيد المولى **محمد صالح المازندراني** في شرح أصول الكافي التعبير عن نفسه فيقول: «ومن أنكرها يعني " الولاية" فهو كافر حيث أنكر أعظم ما جاء به الرسول»، كذلك سيؤكد مصنف " الحدائق الناضرة" أن الولاية معيار الكفر والإيمان" وكافر هو من أنكر الولاية وكفره كفر حقيقي دنيا وأخرة ولا يجوز إطلاق اسم الإسلام عليه بالكلية[3].

كما أكد **الإمام الخوئي** «لا شبهة في نجاسة النواصب وكفرهم» وهذا ما خلص إليه أيضا **آية الله السيستاني** في التعليق على "العروة الوثقى" «لا إشكال في نجاسة النواصب»، بيد أن **محمد باقر الصدر** يذهب إلى أبعد من ذلك ويفرد صفحات عدة من كتابه "شرح العروة الوثقى" ليقيم تمييزا مفهومياً بين النجاسة والأنجسية ولينسب النجاسة على الكافر سواء أكان كتابيا أم مشركا ولكن يوقف الأنجسية على الناصبي وحده. وتعتبر جميع الأحكام التي تحفل بها موسوعات الفقه الشيعي والتي تبدأ بحصر الناصب في حظيرة النجاسة والرجاسة لتنتهي بتحليل دمه وماله واستباحة نسائه وأطفاله، يؤكد أهل الشيعة في مصنفاتهم بأن الشيعة الإمامية هم وحدهم أهل السنة الحقيقية لأنهم أحبوا حبيب الله في ضلال الأغلبية الساحقة من المسلمين، وقد خرج نوري المالكي بتاريخ 07/25/ 2015 على فضائية "الحياة" يؤكد كل مقولات الشيعة ضد السنة حيث قال" إن جذور الصراع يعود في أسبابه إلى السعودية والوهابية[4].

[1] غازي الصوراني، **مرجع سابق**، ص 44.

[2] المرجع نفسه، ص44.

[3] **المرجع نفسه**.

[4] جورج طرابيشي، **مرجع سابق**، 66.

3. الضوابط القانونية والأخلاقية المجرمة للخطاب الطائفي.

على الرغم من عدم وجود نص صريح يفيد بتجريم الخطاب الطائفي في وسائل الإعلام، إلا أن وجود سند قانوني فاصل بين حرية التعبير وانتهاك هذه الحرية لصالح خطاب التحريض الديني والميز العنصري وخطابات الكراهية والتطرف والتي تقع جميعا في بوتقة واحد قائمة على إقصاء الآخر دينيا، ويشكل هذا الأمر دافعا للبحث عن القاعدة القانونية التي تفرض أن يكون الخطاب الطائفي جريمة أخلاقية وقانونية يعاقب عليها القانون.

جاء في العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية المادة (18) التي تنص على[1]:

أ. لكل إنسان حق في حرية الفكر والوجدان والدين، ويشمل ذلك في أن يدين بدين ما، وحريته في اعتناق أي دين أو معتقد يختاره وحريته في إظهار دينه أو معتقده بالتعبد وإقامة الشعائر والممارسة والتعليم بمفرده أو جماعة وأمام الملأ أو على حدة.

ب. لا يجوز تعريض أحد لإكراه من شأنه أن يخل بحريته في أن يدين بدين ما، أو بحريته في اعتناق أي دين أو معتقد يختاره.

ج. لا يجوز إخضاع حرية الإنسان في إظهار دينه أو معتقده، إلا للقيود التي يفرضها القانون والتي تكون ضرورية لحماية السلامة العامة أو النظام العام أو النظام العام او الصحة العامة أو الآداب العامة أو حقوق الآخرين وحرياتهم الأساسية.

تلته المادة (19) التي تنص على:

أ. كل إنسان حق في اعتناق راء دون مضايقة.

ب. لكل إنسان حق في حرية التعبير، ويشمل هذا الحق الحرية في التماس مختلف ضروب المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها للأخرين دونما اعتبار للحدود، سواء على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها.

أما المادة (20) فهي تنص على:

أ. تحظر أية دعاية للحرب بموجب القانون.

[1] وثيقة العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية.

ب. تحظر أية دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية تشكل تحريضا على التمييز أو العداوة أو العنف.

تنص المادة (02) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على[1]:

"حق التمتع بكافة الحقوق والحريات الواردة في هذا الإعلان، دون أي تمييز، كالتمييز بسبب العنصر أو اللون أو الجنس أو اللغة أو الدين أو الرأي السياسي أو أي رأي أخر، أو الأصل الوطني أو الاجتماعي أو الثروة أو الميلاد أو أي وضع أخر، دون أية تفرقة بين الرجال والنساء، وفضلا عما تقدم فلن يكون هناك أي تمييز أساسه الوضع السياسي أو القانوني أو الدولي للبلد أو البقعة التي ينتمي إليها الفرد أو تلك البقعة مستقلا أو تحت الوصاية أو غير متمتع بالحكم الذاتي أو كانت سيادته خاضعة لأي قيد من القيود

وتنص المادة (03) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على:

– "الحق لكل فرد في الحياة والحرية وسلامة شخصه"

تنص المادة (7) على[2]:

– كل الناس سواسية أمام القانون، ولهم الحق في التمتع بحماية متكافئة عنه دون أية تفرقة، كما أن لهم جميعا الحق في حماية متساوية ضد أي تمييز يخل بهذا الإعلان، وضد أي تحريض على تمييز كهذا.

وتنص المادة (18):

– لكل شخص الحق في حرية التفكير والضمير والدين ويشمل هذا الحق حرية تغيير ديانته أو عقيدته، وحرية الإعراب عنهما بالتعليم والممارسة وإقامة الشعائر ومراعاتها سواء أكان ذلك سرا ام مع جماعة".

تنص المادة (19) على:

– لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت دون تقييد بالحدود الجغرافية"

وتنص المادة (29) على:

[1]وثيقة الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948 اعتمد ونشر بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 217 د–3 المؤرخ في 10 كانون الأول/ ديسمبر 1948، جامعة منيسوتا، مكتب حقوق الإنسان.

[2]وثيقة الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

أ. على كل فرد واجبات نحو المجتمع الذي يتاح فيه وحده لشخصيته أن تنمو نموا حرا كاملا.
ب. يخضع الفرد في ممارسة حقوقه وحرياته لتلك القيود التي يقررها القانون فقط، لضمان الاعتراف بحقوق الغير وحرياته واحترامها، ولتحقيق المقتضيات العادلة للنظام العام والمصلحة العامة والأخلاق في مجتمع ديمقراطي.

تمثل مبادئ كامدن تفسيرا للقانون الدولي ومعاييره، ولممارسات الدول المقبولة وللمبادئ العامة للقانون المعترف به من قبل المجتمع الدولي، قامت بتحضير هذه المبادئ Article 19 بالتشاور مع مسؤولين رفيعي المستوى في الأمم المتحدة ومسؤولين آخرين وخبراء من المجتمع المدني وجامعيين، وتم وضع هذا المستند لنشر أكبر قدر من التفاهم العالمي حول العلاقة ما بين احترام حرية التعبير وتعزيز المساواة، قدمت كامدن في مبادئها تعريفا يأخذ مداه لخطابات الكراهية والتحريض والتطرف والتعصب الديني وهي حسب مبادئ كامدن «حالة ذهنية تتسم بانفعالات حادة وغير عقلانية من العداء والمقت والاحتقار تجاه المجموعة أو الشخص المحرض ضده». وتنص مبادئ كامدن في المبدأ (12) الفقرة (1) على وجوب أن تتبني جميع الدول تشريعا يمنع أي دعوة للكراهية على أساس قومي أو عرقي أو ديني مما يشكل تحريضا على التمييز أو العداء أو العنف"[1]، وحسب تفسير كامدن لخطابات الكراهية والطائفية فإنه:

- يشير على مشاعر قوية وغير عقلانية من الازدراء والعداوة أو البغض تجاه المجموعة المستهدفة.
- تشير كلمة دعوة على وجود نية لترويج البغض للفئة المستهدفة وبطريقة علنية.
- تشير كلمة تحريض على لتصريحات القومية أو العرقية أو الدينية والتي تؤدي إلى خطر وشيك لوقوع التمييز أو العدائية أو العنف ضد أشخاص ينتمون إلى هذه المجموعات.
- الترويج الإيجابي لهوية مجموعة معينة لا يشكل خطاب كراهية.
- على الدول أن تمنع الإنكار أو التغاضي عن جرائم الإبادة الجماعية والجرائم ضد الإنسانية وجرائم الحرب فقط عندما تشكل هذه التصريحات خطاب كراهية على النحو في المبدأ 1/ 12.
- على الدول أن تعيد النظر بإطارها القانوني لضمان أن أي ضوابط تتعلق بخطاب الكراهية تراعي ما هو مذكور أعلاه.

وفي تقرير المفوضية السامية لحقوق الإنسان الصادر بتاريخ 16 مارس 2006 في قرار الجمعية العامة 60/ 259، ويقدم التقرير عملا بمجلس حقوق الإنسان 1/ 107 والذي أعرب فيه عن " القلق بشأن الاتجاه المتزايد إلى التشهير بالأديان والتحريض على الكراهية العنصرية والدينية ومظاهر ذلك في الآونة الأخيرة،

[1] مبادئ كامدن حول حرية التعبير والمساواة، المبدأ الثاني عشر.

ويعالج التقرير العديد من الصكوك والمؤسسات الدولية لحقوق الإنسان مختلف جوانب التحريض على الكراهية العنصرية والدينية وعلى التعصب العنصري والديني والدعوة إلى ذلك، ومن هذه الصكوك اتفاقية منع جريمة الإبادة الجماعية والاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري. والمغزي من حظر خطاب الكراهية مرتبط جزئيا بهدف تعزيز المساواة الموضوعية بين البشر، بما في ذلك الحماية من التمييز.

وفي هذا الصدد فسرت عدة أحكام في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على أنها تجيز للدول التدخل لحظر خطاب الكراهية أو الخطاب الذي يعد استفزازيا أو محرضا على الكراهية وإن كان الإعلان العالمي لحقوق الإنسان لا يتناول بشكل صريح مسألة التحريض على الكراهية أو الدعوة إليها، وبالتالي فإن السلطة القانونية لحظر خطاب الكراهية مفهومة ضمنيا من المادة (1) من الإعلان العالمي، التي تنص على ميلاد جميع الناس أحرارا متساوين في الكرامة والحقوق.

وتذهب اتفاقية منع جريمة الإبادة الجماعية لعام 1948 إلى أبعد من ذلك حيث تنص صراحة في المادة (3) على جعل التحريض العلني على ارتكاب الإبادة الجماعية من الأفعال التي يعاقب عليها. وتعد الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري أول معاهدة دولية وأوسعها نطاقا تتناول مسألة خطابات الكراهية والتحريض الطائفي بشكل مباشر، وتنص المادة (4) من الاتفاقية على ما يلي: "تتعهد الدول الأطراف باتخاذ التدابير الفورية الإيجابية الرامية إلى القضاء على كل تحريض على هذا التمييز وكل عمل من أعماله، وتتعهد خاصة تحقيقا لهذه الغاية ومع المراعاة الواجبة للمبادئ الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وللحقوق المقررة صراحة في المادة (5) من هذه الاتفاقية بما يلي:" اعتبار كل نشر للأفكار القائمة على التفوق العنصري أو الكراهية العنصرية وكل تحريض على التمييز العنصري وكل عمل من أعمال العنف أو تحريض على هذه الأعمال يرتكب ضد أي عرق أو آية جماعة من لون أو أصل إثني أخر وكذلك كل مساعدة للنشاطات العنصرية بما في ذلك تمويلها جريمة يعاقب عليها القانون". وخطاب الكراهية مقيد نظرا لقدرته الأصلية على إلحاق الضرر ولتأثيره الجلي في مجال التحريض على الكراهية بل حتى على العنف، فعلي سبيل المثال، يشير سجل الإعمال التحضيرية لوضع اتفاقية منع جريمة الإبادة الجماعية على أن ارتكاب جريمة الإبادة الجماعية قد يعود في جميع الحالات إلى زيادة الكراهية العنصرية أو القومية أو الدينية، وشكل ذلك من ناحية الدافع وراء إدراج التحريض على الإبادة الجماعية ضمن الأفعال المعاقب عليها في الإبادة الجماعية، وعلى غرار ذلك اعتمدت لجنة القضاء على التمييز العنصري في 2005، إعلانا بشأن منع جريمة الإبادة الجماعية ومقررا بشأن متابعة الإعلان الخاص بمنع جريمة الإبادة الجماعية: مؤشرات أنماط التمييز العنصري المنهجي والجماعي، وكلاهما يقيم علاقة بين خطاب الكراهية والتحريض على الإبادة الجماعية ويعد من باب الإبادة الاستخدام

والقبول المنهجيان والواسعان النطاق للخطب أو أشكال الدعاية التي تروج للكراهية و/ أو تحرض على العنف ضد مجموعات الأقليات، وبشكل خاص في وسائل الإعلام، والتصريحات الخطيرة على لسان القادة السياسيين والشخصيات البارزة ممن يعبرون عن التأييد لتأكيد تفوق عرق ما أو مجموعة إثنية، وينزعون عن الأقليات صفات الإنسانية أو يصورونها في صورة الشيطان، أو يتعرضون عن العنف ضد الأقليات أو يبررنه[1].

خطة عمل الرباط: نظمت مفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان، في عام 2011م، سلسة من حلقات عمل الخبراء في مختلف مناطق العالم، حول التحريض على الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية، في ضوء القانون الدولي لحقوق الإنسان، وبحث المشاركون خلال حلقات العمل الأربعة التي ضمت 45 خبيرا وأكثر من 200 مراقب، ناقشوا السبل الاستراتيجية للتصدي للتحريض على الكراهية سواء كانت ذات طبيعة قانونية أو غير ذلك.

وتوصلت اللجنة أنه "وفقا للمعايير الدولية لحقوق الإنسان التي ينبغي أن تلتزم بها القوانين الوطنية، يمكن فرض قيود على التعبير الذي يصنف بأنه "خطاب كراهية" وذلك بموجب المادتين (18) و (19) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية لجملة أسباب منها احترام حقوق الآخرين، أو النظام العام، أو حتى الأمن القومي أحيانا، كما أن الدول ملزمة بأن تحظر التعبير الذي يشكل "تحريضا" على التمييز أو العداوة أو العنف (بموجب المادة 20-2 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، وكذلك في أحوال مختلفة، بموجب المادة (4) من الاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري).

على الصعيد الوطني، يلاحظ أن قوانين ازدراء الأديان هي ذات نتائج عكسية نظرا لأنها قد تؤدي بحكم الواقع إلى إدانة كل حوار ونقاش بين الأديان والمعتقدات، وداخل كل منها، وكذلك إلى إدانة التفكير النقدي الذي قد يكون في معظمه بناءً وصحياً وضرورياً، علاوة على ذلك فإن العديد من قوانين ازدراء الأديان بدرجات متفاوتة، لكنها اضطهاد الملحدين واللادينين نتيجة للتشريعات المتعلقة بالجرائم الدينية أو الحماس المفرط في تطبيق مختلف القوانين المكتوبة بلغة محايدة، يضاف إلى ذلك أن الحق في حرية الدين أو المعتقد المتجسد في المعايير القانونية الدولية ذات العلاقة لا يتضمن الحق في اعتناق دين أو معتقد منزه عن الانتقاد أو السخرية.

[1] الجمعية العامة لمجلس حقوق الإنسان، الدورة الثانية، قرار الجمعية العامة 60/ 251 المؤرخ في 15 مارس 2006 والمعنون ب: مجلس حقوق الإنسان.

ثالثا: الخطاب الطائفي ووسائل الإعلام ... بحث في المؤشرات والأدوار.

شغل الخطاب الطائفي معظم منصات النقاش الفكرية والعلمية، لما أفضى به من تداعيات خصوصا بعد أن ترافق هذا النوع من الخطابات بالتوسع والانتشار من خلال أدوات النشر في مختلف وسائط الإعلام الإلكترونية، ونظرا لخصوصية الخطاب الطائفي كونه خطاب يعمل على توظيف النسق الديني في تناوله لقضايا مخصوصة بالصراع المذهبي، ولإن كانت هذه الخصوصية والحساسية ميزة خاصة بماهية الخطاب الطائفي التي انعكست على وسائل الإعلام التي تحمل في بنيتها هذا الخطاب، وعلى هذا سيحاول هذا المبحث تقديم قراءة تفكيكية لأليات توظيف وسائل الإعلام في تقديم الخطاب الطائفي من خلال بحث المعطي الأولى وهو الخطاب الديني باعتبار كنه الخطاب الطائفي دينيا في المقام الأول وتحديد مختلف تمثلات الطائفية في وسائل الإعلام العربية من خلال رصد مؤشرات الخطاب الطائفي وآلياته السياقية والبنيوية.

1. الإعلام الديني تحولات المحتوى والوسيلة.

يحيل مصطلح الإعلام بشكل أساسي على وسائل الإعلام الجماهيرية Mass Media، ووسائل الإعلام الحديثة New Media، وحسب موسوعة **بلاكوويلBlackwell** لعلم الاجتماع يمكن تعريف وسائل الإعلام الجماهيري باعتبارها «أنساق الاتصال التي يقوم من خلالها موزع/ مورد مركزي باستعمال التكنولوجيات المصنعة ليصل إلى جمهور واسع ومتناثر جغرافيا»[1]، وخلال مراحل تاريخية ممتدة ظهرت تباعا وسائل الإعلام الجماهيرية التي اكتسحت مجال النشاط الإنساني وشكلت منظومة أثرت على المجال الإنساني في عدد من قطاعاته.

ويمثل الاتصال الإلكتروني منظومة جديدة تختلف عن المنظومة المشهدية، وتحقق مجالا شبكيا يتحول فيه الفرد باستمرار ما بين موقعي الإرسال والتلقي، وتنصهر في داخله العوالم الفردية وتمثل شبكة الويب فضاءً جماعياً يشترك فيه المستخدمون في إنتاجه، وهو بهذا المعنى يمكن النظر إليه على أنه نموذج تواصلي جديد لا يتعلق بعملية بث مركزية، ولكن يتفاعل داخل حالة ما، يسهم كل فرد (مرسل/متلقي) في اكتشافها بطريقته أو تغييرها أو الحفاظ عليها كما هي، لقد أحدث الأنترنت بوصفه العنصر الرئيس في هذه المنظومة تغييرات بنيوية في خريطة الإعلام بشكل عام، وفسح المجال بقيام تعددية إعلامية افتراضية[2]. لقد خلق ظهور وسائل الإعلام فضاء مخوصا على الرغم من كبر وسعة حجمه، فوسائل الإعلام منذ ظهورها ساهمت في إعادة صناعة مفاهيم

[1] مصطفى يوسف كافي، **الإعلام التفاعلي**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 87.
[2] مصطفى يوسف كافي، **المرجع نفسه**، ص87.

ثقافية خاصة ومحدودة إلى جانب كونها عملت وفق المنظور الليبيرالي للعولمة على قولبة النمط الاستهلاكي للمنتج والجمهور على نفس المستوى، وتزويده بمعايير محددة تؤطر فعل التلقي.

لقد تطورت وسائل الإعلام الجماهيرية نتيجة تفاعل عدد من التحولات الاجتماعية والاقتصادية التي عرفها الإعلام المعاصر: التصنيع، انخفاض الأمية، سرعة التمدين، التغير في أنماط العيش نحو تخصيص وقت أكبر للترفيه، ثم التحولات على المستوى التكنولوجي بحيث تطورت الطباعة ووسائل النقل، إلاّ أن المحدد الاقتصادي كان له دور كبير في هذا المجال، فقد ساهم الإشهار في انتشار الجرائد الرخيصة فعدد من كبار المالكين أقطاب الإعلام مثل اللورد نورث كليف في بريطانيا أو جوزيف هيسرست في الولايات المتحدة، قاموا ببناء مؤسسات إعلامية ضخمة واستدعوا أقلاما صحفية تمتلك جمهورا واسعا من القراء، وفي المقابل جلب مشهرين يضمنون الربح، ومنه تبرز العلاقة الوطيدة بين تطور وسائل الإعلام الحديثة وعلاقتها بالاقتصاد والنظام الرأسمالي، وتوظيف الاقتصادي للإعلام والتأثير في المضمون الإعلامي من أجل إعادة صياغة التمثلات والقيم، ومنه إحداث تغير اجتماعي عن طريق "القوة الناعمة"، أي التغيير في نسق القيم عن طريق الترغيب التي يعتبر الإعلام أحد أهم أدواتها[1].

ويذهب **بيار ليفي Pierre Levy** إلى أن انبثاق المنظومة التفاعلية الإلكترونية يعني نهاية الجمهور وولادة الذات الجماعية، وهذا هو الحل البديل لمجتمع المشهد ولا يهم إن كانت المضامين المتداولة علامات أو أيقونات أو رموزا، وما يمتاز به هذا النموذج عن نظيره التقليدي اللامتكافئ والذي كان يخدم النخب التي تتحكم في إنتاج الخطابات العامة، ولا يضمن التبادل والتفاعلية بين المرسل والجمهور، غير أنّ النموذج الجديد الذي يسهم في تشكيله التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وبخاصة الأنترنت ومتغيرات العصر غير مركزي ييسر للأفراد إمكانيات إنتاج الخطابات والمشاركة في الاتصال العمومي، ويتيح تشكيل فضاء عمومي أكثر انفتاحا، إذ لم يعد التواصل العمومي يقتصر على النخب السياسية والثقافية من أحزاب وجمعيات وغيرها، نظرا لما تمتاز به استعمالات الأنترنت من تعدد الوسائط والنصية الفائقة والنقل التجميعي والتزام بنية التفاعلية[2].

تندس وسائل الإعلام في فضاءات التلاقي بين دائرتي الجمهور والأنظمة (السلطة)، لذلك لم تكن لها استقلالية واقعية فهي تملأ فراغا قائما بين الناس والسلطة، وبين تفرعات الجمهور ومختلف مراكز المصالح

[1] محمد مصباح، **أسلفة الإعلام: التوجهات الحالية للإعلام ذي المرجعية السلفية**، عن مؤلف جماعي بعنوان "السلفيون في دول المغرب العربي" القاهرة: مركز المسبار للدراسات والبحوث، جانفي 2011، ص ص 1، 16.

[2] مصطفى يوسف كافي، **مرجع سابق**، ص 88.

الاقتصادية والسياسية، الموجودة داخل النظام الاجتماعي، صارت وسائل الإعلام ما يطمح أن يكون عليه الأفراد وهذا استناد إلى فكرة أن الوسيلة التكنولوجية أداة مستقلة للتأثير على المواقف والسلوكيات[1].

وتؤسس هذه الفكرة العلاقة بين وسائل الإعلام والدين التي تنحو ضمن مجالين: استعمالات الجماعات الدينية لوسائل الإعلام وأثرها على بنيتها الإيديولوجية والتنظيمية. وكيفية تعامل وسائل الإعلام مع الظواهر الدينية. وتجمع بين الضربين روابط منطقية داخلية تتناسب واتساع الفضاء الذي تحتله وسائل الإعلام، فالأديان المنظمة باتت تطرح مسألة الدخول في عالم الاتصالات الشاملة (بشكل مباشر وغير مباشر) لاكتساب وسيلة عصرية للتواصل مع الناس في منازلهم، ومن جانب أخر تطرح وسائل الإعلام كيفية الحديث عن الدين بحسب ما يمكن أن يشكله كمادة للخبر، وبالتالي كفرجة وكحدث إعلامي وما يثيره من انتباه وشغف وانبهار[2].

تشهد ساحة الإعلام الديني وجود عمليتان متعاضدتان؛ تغلغل متزايد للمنتجات الدينية في الحياة الاجتماعية من خلال الثقافة الجماهيرية، مضافا إليها عملية أخرى لتكوين توجه ديني جديد يميل إلى تخفيف حدة الدرس الديني السلفي، وتنهي هذه الاستعارات – ظاهرة تسويق المنتجات الدينية المحمولة في وسائط الإعلام– التي تستقي من الفضاء العام العالمي إلى تشتت المثال السلفي للتدين حالما يمرّ التأكيد على الهوية الدينية عبر وسائط علمانية تتوسع على حساب مساحة الممنوعات السلفية مثل نمط اللباس والفن والموسيقى على مسألة التأكيد على الهوية الدينية بمنطق السوق[3]، ولذا تجري عملية تصنيع ثقافة دينية جماهيرية بمعايير ثقافة السوق وتصنيع السلع الاستهلاكية وتسويقها إعلاميا، وهذا ما شكل جزءا كبير من مضمون المنتج الخطابي الديني على اختلاف توجهاته وأيديولوجياته ويجرى تسويقه بمقتضى موازين السوق الجماهيرية.

في مستوى معياري –أكثر نضوجا– يتميز الخطاب الديني بالتجديد ضمن إطار عقيدة الإسلام، ويرتبط مضمونه بما يحتاجه المسلمون، ويكون المقصد منه هو حل ومعالجة التحديات التي تواجهها الأمة الإسلامية في الوقت الحاضر، فهو خطابٌ يستند إلى مصادر التشريع الإسلامي وهي القرآن الكريم والسنة النبويّة، ومصادر التشريع الإسلامية الأخرى كالإجماع وغير ذلك، يسعى الخطاب الدينيّ لنشر الدين الإسلامي

[1] سابينو أكوافيفا وإنزو باتشي، **علم الاجتماع الديني**، تر: عز الدين عناية، ط1، أبو ظبي: كلمة هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث، 2011، ص 173.

[2] سابينو أكوافيفا وإنزو باتشي، **المرجع نفسه**، ص 173.

[3] باتريك هايتي، **إسلام السوق**، تر: عوامرية سلطاني، مدارات للأبحاث والنشر، ص 87، 88.

عقيدةً وشريعةً وأخلاقاً ومعاملات، لغايات تعليم الناس كل ما هو نافع لهم في الدنيا والآخرة، وبذل كل الجهود في سبيل خدمة هذا الدين امتثالاً لأمر الله سبحانه وتعالى، وأمر الرسول ﷺ[1].

بعد الغزو الأمريكي للعراق ونتيجة تكنولوجيا البث التلفزيوني، انفجر الفضاء الإعلامي العربي بفيروس القنوات الدينية؛ عشرات من القنوات الطائفية سنية في مواجهة الشيعية، وقنوات إسلامية ضد قنوات مسيحية وقنوات سلفية متشددة ضد أخرى معتدلة، حتى وصل عدد القنوات الدينية إلى أكثر من (150) قناة عربية. أثار هذا العدد الكبير أسئلة كثيرة تتعلق بمصادر تمويل وإدارة هذه القنوات والمضامين التي تقدمها والأهم من ذلك جمهورها الذي تخاطبه، وإلى أي مدى يتأثر هذا الجمهور بخطابات الكراهية والتحريض للأخر التي تنتجها وتروجها أغلبية القنوات الدينية، وعلى الرغم من ضعف إمكانيتها المادية والإعلامية وافتقارها للحد الأدنى من معايير العمل الإعلامي فأغلب القنوات الإسلامية لا تعتمد على الصورة وتقدم برامج الوعظ والإرشاد، أي أنها تفتقر للأخبار ولتنوع البرامج والآراء[2].

أشارت **نهوند القادري عيسى** في كتابها المعنون بـ: **"قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك"** [3] أن العالم العربي لم يكن مهيأ على مستوى النسق الثقافي السائد، للتفاعل الخلاق مع هذه الطفرة الفضائية التي حدثت في هذه الحقبة، ولهذا فهي تؤكد أن الفضائيات العربية بدت عاجزة عن ولوج مرحلة البناء الثقافي البديل لأسباب موضوعية لها علاقة بطبيعة الإعلام الأحادي النمط، وبأوضاع المجتمعات العربية القلقة، وأسباب ذاتية لها علاقة بتركيبة هذه الفضائيات الهجينة ورؤيتها الضبابية لدورها ووظيفتها، وتمثل عناصر السرعة والآنية والربح السريع والسهل والمرح والتسلية والترفيه، والنجومية الإعلامية أبرز العناصر المكونة للثقافة الإعلامية الرائجة سواء على الصعيد العالمي أو على صعيد الفضائيات العربية.

تلعب القنوات الدينية دورا محوريا في تشكيل توجهات الرأي العام في منطقة الشرق الأوسط وغيرها منذ أواسط تسعينيات القرن العشرين، ولقد تزايدت أعداد هذه القنوات بشكل سريع في غضون أقل من عشرين عاما، وفيما كان من الصعب العثور على قناة دينية واحدة قبل عقدين من الزمن صار عددها حاليا ما يربو على خمسمئة قناة، بينما يركز العديد من الفضائيات العامة نشاطه على الأخبار فإن عددا كبيرا منها معنى

[1] محمد برعوز، **الخطاب الديني والسياسي... من يملك التأثير الأكبر علينا كمجتمعات**، مقال تم نشره في موقع مدونات الجزيرة بتاريخ 2018/9/22، متاح على الرابط: https://0i.is/smpg تم تصفحه يوم: 2020/02/08.

[2] محمد شومان، **الإعلام... الهيمنة الناعمة وبدائل المواجهة**، دار الجمهورية للصحافة، مصر، 2016، ص 133.

[3] ينظر: نهوند القادري عيسى، **قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك**، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2008.

بالترفيه أو بالقضايا أو القضايا الدينية أيضا. تتفاوت دراسات الحالة التي تناولت المشروع البحثي تفاوتا كبيرا من البرامج الدينية في القنوات العامة مثل قناة "الجزيرة" إلى القنوات المسيحية في مصر، ومن القنوات السلفية التي تتخذ من المملكة العربية السعودية مقرا لها إلى تلك اليهودية في إسرائيل، ومن قنوات الشيعية والسنية في العراق إلى الأخرى التابعة لحركة حماس وحزب الله، كما تتراوح بعض جوانب المادة المدروسة من الداعيات الشهيرات في القاهرة إلى النجوم التلفزيونيين الدوليين[1].

أما المذهب الشيعي فهو بدوره استطاع أن يوظف مجموعة من القنوات الفضائية المتخصصة في الشأن الديني، التي تقدم إضافة إلى المعرفة الدينية الخاصة بثقافة الإسلام، رسائل محملة بالقيم والثقافة الشيعية، في حين نجد القنوات الفضائية المسيحية موجودة في المنطقة العربية، وخصوصا منطقة شمال إفريقيا من خلال مجموعة من المحطات، التي تصل إلى ثمان محطات ويعبر القائمون على هذه القنوات، عن انزعاجهم من التضييق الذي تمارسه عليهم بعض الأنظمة السياسية حيث لا تمسح لهم بالبث من القمر الاصطناعي "عربسات Arabsat" وهو ما يضطرهم للتوجه لـ "هوتبرد Hot Bird"[2].

2. دينامية الإعلام الطائفي ومؤشرات الحضور.

يوصف الخطاب الديني الطائفي بأنها تلك الخطابات التي تنفي أو تحقر الآخر الديني أو المذهبي وتضفي عليه صفات سلبية أو قدحية أو شيطانية وإسناد الشرور له على اختلافها، وذلك في مقابل خطاب مديح الذات الدينية والمذهبية الذي يؤدي إلى إنتاج وعي وذهنية موازية تدور حول الدين والجماعة والمذهب الديني، ومن ثم تكون إزاء وعي منفصل، أو شكل من أشكال بناء العزلة الشعورية التي كان يشار إليها في الخطاب القطبي وخطابي الشيخ على عبده إسماعيل في مرحلته الأولى، وشكري مصطفى في مؤلفاته العديدة[3].

وتشكل هذه الخطابات خطابا مزدوجا أولها: خطاب الظاهر؛ خطاب المجاملات واللغة والصفات المائعة والمتكررة عن الوحدة والأخوة والتعايش، والثاني: خطاب الباطن/ المضمر الذي ينتج ويستهلك في دوائر أكثر ضيقا في دور ووسط جماعة المؤمنين بالدين أو المذهب، أو داخل جماعة دينية –سياسية، وينطوي على سلبيات ونقائص تنسب للأخر والمذهبي التي تنفيه وتحوله إلى شيطان أو عدو. وتشكل العديد من الوسائط

[1] خالد الحروب، **القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط**، مجلة أفاق المستقبل، العدد 7، سبتمبر 2010، ص ص 114،115.

[2] رشيد جرموني، **الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية**، دار الفيصل الثقافية، الرياض، 1440هـ، ص37.

[3] نبيل عبد الفتاح، **الدين والدولة الطائفية–مساهمة في نقد الخطاب المزدوج**، ط1، مؤسسة المصري للمواطنة والحوار، مصر، 2010، ص ص 41،43.

حاملات للخطاب الديني منها الكتب الدينية والمجلات التي تنطوي كتابات سلبية إزاء الآخر الديني. وتمثل الاستعراضات الدينية والرمزية الدينية والمذهبية الرامية إلى تديين المجال العام السياسي وكذلك المجال الخاص، ويتم استخدام اللغة والرموز والإشارات والنصوص الدينية في التعامل الذي يرمي للتمايز بين الأشخاص على أساس ديني مذهبي، تسند الوقائع ذات العنف إلى السند الديني والتمييزي سواء ضد الأفراد أو الجماعات أو دور العبادة أو مجالات أخرى، وفي الغالب يتم تحويل النزاعات من المدنية والعادية إلى دينية وتغليب البعد الديني فيها. وتمنح وسائل الإعلام المجال أمام خطابات يتم الاعتماد فيها على تجريح عقائد الأخر الديني والمذهبي أيا كان توجهه[1].

تعرف **نجلاء إسماعيل أحمد** الإعلام الطائفي بأنه: «خطاب عاطفي يتكئ غالبا على الدين ويستحضر التاريخ التصادمي بين الطوائف المختلفة، ويسعى لخلق الأكاذيب والشائعات، ويهدف إلى إيجاد الفتن المؤدية إلى الاحتراب الطائفي، كما يعتمد الإساءة للآخر والتحريض عليه وإهانته والتقليل من شأنه وازدرائه عبر مختلف وسائل الإعلام»، وتفرق **نجلاء إسماعيل أحمد** بين الإعلام الطائفي والإعلام الديني الذي يتكئ هو الأخر على الدين ولكنه لا يحمل أي نفس تصادمي أو تحريضي، وإنما يستهدف إيضاح وتعميم مفاهيم الدين وقيمه العليا[2].

مع اندلاع "الربيع العربي" وتداعياته السياسية والإقليمية والجيو–استراتيجية، إنّجرت النخبة الفكرية والسياسية إلى مستنقع الانقسام الهوياتي وخلق استقطاب إسلامي علماني، أنتج تناقضات طائفية ومذهبية وتقسيم الوضع بناءً على محور "نحن" و "هم"، لقد أسهم هذا الوضع إلى إحداث شرخ مجتمعي وتشقق هوياتي لم يصن مكاسب الثورة ومقاصدها الكبرى بل حولها إلى ساحة لإبادة الطرف المخالف واغتياله رمزيا ومعنويا، وشكل هذا ثقافة سياسية هشة لها قابليتها للاستبداد ومنح الثورة المضادة فرصة لإعدام التحكم في المشهد[3].

وقد لا يمتلك الانقسام الهوياتي بوصلة استراتيجية ولا آليات أو برامج لتحقيق الانتقال الديمقراطي، ولا يسمح ببناء توافقات تاريخية ومراجعات فكرية، بل يسقط التدافع المدني والسياسي في حلبة صراع يستعيد فيه استراتيجيات الاستبداد نفسها، القائمة على التخوين والتشويش والتخويف والتفتيت في إطار معركة الإلهاء والاستنزاف والاستفزاز في ظل نموذج انتقاضي ديمقراطي لم يكتمل بعد، وهو استقطاب في العمق يقدم خدمة

[1] نبيل عبد الفتاح، **الدين والدولة الطائفية–مساهمة في نقد الخطاب المزدوج**، **مرجع سابق**، ص 43.

[2] نجلاء إسماعيل أحمد، **الإعلام الطائفي**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص 7.

[3] سلمان بونعمان، **الدين والدولة في الخطاب العربي المعاصر بين طائفية النموذج وعائق الصراع**، منتدى العلاقات العربية والدولية، ص 5.

مجانية للاستبداد والتغول ولاستراتيجيات التدخل الخارجي الساعي إلى إجهاض حلم الانتقال الديمقراطي لإرادة الأمة[1].

وقد أسهمت اللحظة الثورية التي مرّ بها العالم العربي، بدرجات متفاوتة وأنماط مختلفة في تسييّس مفرط للقراءات التي تناولت ظواهره الدينية، كما أسهمت من ناحية أخرى في اعتماد مقاربات افترضت حدوث انقطاعات في مسيرة الحركات الإسلامية، لقد دفع ما عرف بـ "الربيع العربي" حركة الإخوان المسلمين من مساحة العمل المجتمعية إلى السعي المرّكز للحصول على السلطة والهيمنة، وانتقل بالسلفيين من رفض المشاركة السياسية إلى الانخراط في الفضاء الديمقراطي الجديد، المجال المنفتح الذي أخرجهم من ضيق التشدد المذهبي الذي عرفوا به إلى سعة البرغماتية.

العنصر الثالث في المعادلة العربية الجديدة هو توسع الظاهرة الجهادية التي تقرأ الظاهرة الدينية فيها بشكل مزدوج من منظور علاقة الدين بالسياسة والدولة، ومن منظور القطيعة مع التراث السابق للحظة الثورية، ومن منظور المجال الديني في محيطه العربي فإن الأحداث الأخيرة التي عرفتها الساحة العربية تؤكد على استمرارية التوجهات الدينية للحركات الإسلامية القائمة ضمن المشهد السياسي والديني العربي، هذه الاستمرارية تتأكد مع غزو معظم المنصات الاتصالية لهده الحركات وتوظيفها من قبيل موقع فيسبوك كمنبر إعلامي يمثل امتداد الإلكتروني وافتراضي يتزامن ويتخطى الواقعي[2].

لقد أدت هذه التحولات في المجتمعات ما بعد الحداثية إلى سقوط الأيديولوجيات والأنساق والسرديات الكبرى، وبروز ظواهر التشظي، فتمددت مساحة الديني في العالم الإسلامي وإلى جانبها تتراجع حركات الإسلام السياسي وتضاؤل سيطرتها، وبالتزامن مع ذلك ظهرت سيطرت متعهدين دينين جدد، وتضم هذه القائمة دعاة جدد تصالحوا مع نماذج الحداثة السياسية الغربية، وكتاب ومقدمي برامج، وداعيات "الصالون الإسلامي" ومجموعات موسيقية[3]، في ظل كل هذا لم يكن الإعلام مجرد ناقل للأحداث التي تجري في الأراضي العربية والإسلامية بل كان ينخرط في منظومة الصراع ليشكل هرم ثلاثي الأبعاد (سياسي/ ديني/ إعلامي) يفرض أيديولوجيته ومنطقه كشكل أخر من أشكال ممارسات السلوك الطائفي.

[1] سلمان بونعمان، **الدين والدولة في الخطاب العربي المعاصر بين طائفية النموذج وعائق الصراع، مرجع سابق**، ص 6.

[2] باتريك هايني، **إسلام السوق**، تر: عوامرية سلطاني، مدارات للأبحاث والنشر. ص 24.

[3] باتريك هايني، **المرجع نفسه**.

إن التحول إلى الطائفة يعود إلى تأصيل ثقافة التحيز والتمييز في نطاق الوظيفة العامة، ومن أبرز أشكال التمييز تعقيد الإجراءات في مواجهة من لا ينتمي إلى ديانته لا سيما إزاء الأقباط أو إبداء الأقباط أو إبداء تفسيرات ملتوية للقواعد القانونية أو للائحية أو استخدام رموز دالة على الانتماء الديني[1]. ومن أبرز ملامح الاحتقان الطائفي اختلاط المجالات الدينية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وتمدد أدوار المؤسسات والسلطات الدينية من خلال الاعتماد على تأويل وضعي للمقدس[2]، وهذا ما يجعل من الخطاب الطائفي خطابا مفخخا قابل للتفجير في أي لحظة، ويتم هذا الشحن الانفعالي على مستوى بنية الخطاب الطائفي الموجه وفق مقصدية معينة تترافق مع مختلف طبقات المجتمع، ما يجعله في محصلته النهائية يلامس مختلف مجالات الحياة الإنسانية.

تعود أهمية دراسة وسائل الإعلام الجماهيرية بشكل جزئي إلى الطريقة التي يسهم بها في صياغة الضمير الجمعي، وثمة ففكرة يتكرر ورودها خلال البحوث المختلفة وهي أن دراسة الخطاب الديني غير ممكنة بمعزل عن الاقتصاد السياسي والتقنيات التي تدعم وجوده وتمكنه من التسويق لنفسه ونقل رسالته بشكل فعال، ويثير الاهتمام بالاقتصاد السياسي تساؤلات عديدة منها: من هو الذي يحدد نوعية البرامج والقضايا المطروحة التي تروج لها القناة، وكما في حالة القنوات التابعة لحركة حماس وحزب الله على سبيل المثال تتضح من الوهلة الأولى أهمية النظر إلى السياق السياسي الواسع، إلا أن غالبية القنوات الفضائية تعتبر مشروعات تجارية في الوقت نفسه، وتعتبر القنوات الدينية بمنزلة أدوات سياسية أيضا، إذ أنها تروج لرؤي اجتماعية وسياسية محددة كالأدوار المنوطة بكل من الجنسين والطبقات الاجتماعية المختلفة مثلا، ومن ثم إما تكرس الأوضاع الراهنة وإما تتحداها، وتحيل مسائل القوة والإقناع أيضا إلى وسيط البث الفضائي، وبحسب البحوث والدراسات وجد كثير من مقدمي البرامج الدينية والمشاركين فيها لا يتجادلون ببساطة حول مدى صحة أفكار معينة أو خطئها، ولكنهم يدعون لأنفسهم سلطة التحدث باسم الإسلام تمثل امتدادا للسوق الخارجية، التي يتنافسون فيها المتحدثون الدينيون للفوز بقلوب الجماهير وعقولهم[3].

2. مؤشرات الإعلام الطائفي: تشكل أيديولوجيا الخطاب الديني كل ما كوّنه أهل الدين حول الدين، فالإيديولوجيا الدينية من حيث هي فعل معاقرة الإنسان للدين تنتهي به إلى دين مؤدلج، ويعبر الدين في كليته عن حالة إنسانية، فالدين كوظيفة اجتماعية ولكنه بفعل التدليج وأحيانا التدليس يتعرض إلى أكثر أشكال

[1] نبيل عبد الفتاح، **الدين والدولة الطائفية–مساهمة في نقد الخطاب المزدوج، مرجع سابق**، ص 68.

[2] نبيل عبد الفتاح، **المرجع نفسه**، ص 69.

[3] خالد الحروب، **القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط**، مجلة أفاق المستقبل، العدد 7، سبتمبر/ أكتوبر 2010، ص 114.

الإسقاط والمغالطة[1]. لقد قام السوسيولوجي الفرنسي **إيميل دوركهايم Emile Dutkhiem**بأكثر المحاولات لربط الدين بالنطاق الاجتماعي للممارسات الإنسانية، وعلى هذا جاء تعريف **كليفورد غيرتز Clifford Geertz**للدين باعتباره نظاما ثقافيا[2]، لذا تطرح بعض الجماعات المحددة فكرة التمثيلية للكل وهو ما يؤسس لفكرة الهيمنة والسيطرة، وتزداد الأبعاد السياسية البحتة لهذه السيطرة وضوحا في الحركات السياسية الدينية الفعلية، وهو ما يؤكد مركزيتها في ميدان الفعل الديني والسياسي.

من هذا المنظور يطرح **غرامشي Gramsci** مفهوم السيطرة كوسيلة لتحليل الصراعات بين الدين والأيديولوجيا في سياق سياسي ثقافي، وهي تركز على استخدام أشكال متنوعة من الثقافة بما في ذلك الدين[3]، والوسيط الإعلامي الحامل لهذه الأشكال المهيمنة والذي يؤصل علائقية الدين والإيديولوجيا، وخلافا للصورة السائدة للإعلام الديني في المجتمعات العربية المعاصرة، فالإعلام الديني يمارس السطحية والطائفية والانجذاب نحو أجندات سياسية ومصالح تجارية تسعى لاستغلال العواطف المثارة[4]. يحدد **فوكو Foucault** مجالا أكثر دقة في تفسير علاقة الدين بالإيديولوجيا وذلك باعتبار الدين نموذج أيديولوجيا للقمع، وذلك بالاعتماد على أدوت **ألتوسير Althusser** الأيديولوجية وممارسة الإيديولوجيا أو من خلال زاوية أكثر اتساعاً وعمومية لصياغة العلاقات الاجتماعية، في إطار أكثر تجرداً ورمزية[5]. لذا تنخرط وسائل الإعلام في سياق أيديولوجي يؤصل من فكر الهيمنة ضمن مجال أكثر تحديداً يرتبط بالدين من جهة والسياسة من جهة ثانية.

لقد أصبحت الطائفية بفعل تظافر عوامل بنيوية وأيديولوجية مكنتها من اختراق بنية المجتمع لتشكل ظاهرة بنيوية تسود طبقات المجتمع، تعبر من خلالها على أبرز الاتجاهات السياسية في المنطقة العربية وأشدها تأثيراً وقوةً، لما تحويه من أدوات وآليات إيديولوجية استقطابية تتيحها له قوة خطابها الديني كأهم مكون من مكوناتها المفصلية. ويتجاوز الخطاب الطائفي حدود المفهوم الذي أقره عدد من المفكرين من أمثال **عزمي بشارة** حين اعتبرها «التوظيف السياسي للدين»، إلى كونها ظاهرة تتمظهر من خلال عدد من المؤشرات المتموضعة في أرض الواقع لتكون أحد أبرز تمفصلات الخطاب وتسهم في حدّيته بناء على المرجعية الفكرية والدينية التي يمثلها، ويطرح **نصر الدين لعياضي** عدد من المؤشرات التي يتمظهر فيها الخطاب الطائفي عبر

[1] إدريس هاني، **ما وراء المفاهيم؛ من شواغل الفكر العربي المعاصر**، ط1، دار الانتشار العربي، بيروت، 2009، ص 29.

[2] مالوري ناي، **الدين الأسس**، تر: هند عبد الستار، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2009، ص 70.

[3] مالوري ناي، **الدين الأسس، المرجع نفسه**، ص 102.

[4] عامر الحافي، **أزمة الإعلام الديني**، موقع تعددية، مقال تم نشره 17/ 10/ 2017، متاح على الرابط: https://cutt.us/7Sxv7 تم تصفحه يوم: 29/ 02/ 2020.

[5] مالوري ناي، **مرجع سابق**، ص 119.

الحامل الإعلامي، وهي المؤشرات ذاتها التي خلقت حالة تحول بنيوي في مسار التحول من خطاب ديني إلى طائفي ما بعد حداثي، ويتحدد هذا الخطاب وفق المؤشرات التالية[1]:

1. الخطاب الطائفي لا يعرف بنفسه إلاّ من خلال انتقاد بقية الجماعات: يبني الخطاب الطائفي أساسا على فكرة الصراع، فالآخر عدو مهما كان قربه أو بعده من حيث العقيدة والفكر، ولا يقتصر الخطاب الطائفي على انتقاد بقية الطوائف أو السخرية منها، بل نجده يتلذذ في وسمها بأبشع النعوت واغربها.

2. ادعاء الأفضلية والريادة: الخطاب اليهودي في مرجعتيه اليهودية ابتكر فكرة "شعب الله المختار" واعتبر نفسه أفضل الخلق، وبقية الناس دونهم في المرتبة والمكانة، هذا التعظيم المبالغ فيه نجده في كل الخطابات الطائفية، وقد انتقد القرآن هذه العقلية الإقصائية القائمة على الانغلاق الفكري وتقديس الانتماء الديني والعقدي.

3. الخلط بين التاريخ والذاكرة وزعم امتلاك الحقيقة والخلاص الأبدي: يعتبر الخطاب الطائفي خطاباً إيديولوجياً بامتياز، ويمتاز بالإيديولوجيا التضليل والانتقائية والإيهام، وعلى هذا الأساس يخلط الخطاب الطائفي بين الحقيقة والخيال، ويماثل بين التاريخ والذاكرة، فيعيد تشكيل التاريخ وفق رؤية طائفية ضيقة، فهو ينتقي من الأحداث ما يؤكد أفضليته ودونية غيره، وهكذا يتجاهل الخطاب الطائفي ما أثبتته العلوم الاجتماعية بأن كل مرحلة تاريخية تملك شروطا خاصة للحقيقة، وتحدد ما هو ممكن ومقبول، وما هو غير مقبول في زمانها[2].

4. التركيز على فكرة المظلومية: تعتبر فكرة المظلومية أسس الخطاب الطائفي فالأخرون متآمرون دوما على تلك الطائفة ويتربصون بها، ويكنون لها العداء، ويعملون على تدميرها والقضاء عليها، وهذا ما يظهر بجلاء في الخطاب الشيعي الاثني عشري، إذ يركز على مقولة المظلومية وتأمر الجماعات الإسلامية المختلفة على أهل البيت، وهذا المنزع التراجيدي جعل من الخطاب الشيعي خطابا طائفيا في عدة مناسبات، ويمكن أن نستدل بالتجربة العراقية في السنوات الأخيرة، فالخطاب الشيعي الداعي إلى محاربة تنظيم (داعش) هيمن عليه البعد الطائفي، وارتبط في أغلب الأحيان بفكرة المظلومية التاريخية.

5. كراهية الآخر الأدنى أعمق من كراهية الآخر الأقصى: تشمل نزعة الحقد الكامنة في الخطاب الطائفي كل الجماعات مهما بعدت أو قربت، ويتعامل الخطاب الطائفي مع القريب بعدائية وكره أكثر من البعيد، فالقريب يشترك معه في الفكر والتاريخ واللسان والدين، لذلك لابد أن يكون معه منتميا إلى الجماعة أو الطائفة نفسها، وإذا لم يقبل بذلك أصبح عدوا يجوز قتله، وهذا ما يقوم بها عناصر تنظيم الدولة الإسلامية

[1] نصر الدين لعياضي، **الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية، كلفة الخطاب وتداعياته، مرجع سابق**، ص 12.

[2] نصر الدين لعياضي، **المرجع نفسه**، ص 12.

(داعش) ضد أبناء ملتهم ومذهبهم من أهل السنة والجماعة، بل يمارسون أبشع أنواع العنف والقتل ضد أبناء جماعتهم ممن تمردوا أو انتقدوا سلوك الجماعة أو أرادوا الانسحاب.

6. هيمنة البعد السياسي في الخطاب الطائفي: فالطائفية مشروع سياسي قبل كل شيء، وهي نتاج طبيعي لكل استبداد سياسي، وقد انتقد القران الكريم هذه المسالة حينما تحدث عن فرعون وجبروته، فجاء في محكم تنزيله : ﴿**إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلَا فِي ٱلْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعاً يَسْتَضْعِفُ طَآئِفَةً مِّنْهُمْ يُذَبِّحُ أَبْنَآءَهُمْ وَيَسْتَحْيِۦ نِسَآءَهُمْ إِنَّهُۥ كَانَ مِنَ ٱلْمُفْسِدِينَ**﴾[1]، وقد استطاعت هذه الآية القرآنية أن تكشف عن الخلفيات السياسية للطائفية، إذ اعتمد النظام الفرعوني سياسة تقسيم المجتمع على فرق وطوائف متناحرة، وقد نجح النظام الفرعوني في تقسيم المجتمع المصري على طوائف، استنادا على معيارية الانتماء الطائفي، ثم يتعصب الحاكم المستبد للطائفة التي يصنفها بأنها عالية وفاضلة مختارة، ويجعلها كالحصن ثم يبدأ بممارسة الإرهاب والتنكيل بمن يخالفه، ولا يتمكن النظام السياسي الدكتاتوري من تحقيق مشروعه الطائفي إلا بتعميم ثقافة الطائفية، وتحويلها إلى منطلق يتحكم في طبيعة العلاقات بين أبناء الديانات والمذاهب المختلفة، ويمكن أن نفهم من خلال هذا التحليل ما حدث ويحدث في العالم العربي من صراعات وتقلبات.

3. تمثلات الهويات الطائفية في وسائل الإعلام العربية.

يعاني الدين اليوم ضمن السياقات الاجتماعية والتاريخية السائدة من الازدواجية، إذ يمكنه نسج علاقات مع نظام وسائل الاتصال، وتنتهي به إلى التكيّف مع منطقها والتحول إلى بضاعة إعلامية، أو البقاء في منأى عن الظواهر الاجتماعية الذي تضمنه وسائل الإعلام اليوم والتحصن في ثنايا المجتمع، أين يتابع تفعيل فرص التواصل في حدود التضامن العميق بين الأفراد، وتنحو وسائل الإعلام وبشكل أكثر عمقاً إلى الاحتفاء بأشكال التدين لتصنع بواسطتها الخبر، أي ما تقدمه ضمن نبأ الحدث الإعلامي وبهذه الصياغة التي صاغها عالما الاجتماع **كاتز ودايان E. Katz & D. Dayan**وهو تحول الخير الاجتماعي أو السياسي أو الديني إلى حدث تلفزي، أي يصير مستبطناً قوةً فرجوية وفرادة، بصفة وسائل الإعلام تشتغل على حدث واقعي لتجعل منه شيئا مغايراً من خلال تحوير دلالاته وأشكاله. فالتلفزيون الإيطالي كما لاحظه **غويزاردي** يعالج زيارات البابا "كارول ووجتيلا" بالشكل نفسه الذي يعالج به سلسلة عروض نجم تلفزيوني، وهو تركيز على الشخص لا على محتوى الرسالة التي يقدمها، ويشكل هذا النمط من التواصل الثنائي بين الدين ووسائل الإعلام تعويلاً حثيثاً تبديه بعض التنظيمات الدينية بالصحافة المكتوبة والدعاية، فتحدث بعضهم عن "الدين المسوّق Religion Marketer"، لقد ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية في فترة السبعينات ظاهرة

[1] سورة القصص، آية 4.

الكنيسة الإلكترونية The Electronic Church ما ساهم في بناء خطاب مشترك تتأسس معالمه على تحقيق التلاؤم بين الخيارات الدينية والسياسية[1].

أدى ظهور الإعلام الديني في المنطقة العربية في ظل ظروف مشحونة سياسياً بالرهانات المضادة التي تحكمت في الفاعل السياسي العربي، خصوصا في مصر بوصفها البلد العربي الذي انطلقت منه التجربة الأولى لما يسمى بالإعلام الديني والدعاة الجدد، وقد كان من مميزات هذه المرحلة الصراع مع حركات الإسلام السياسي، حيث فسح المجال لترخيص القنوات الفضائية الخاصة لكي تقدم بديلاً إسلامياً غير مسيس لكي يواجه التيار الحركي الإسلاموي الطامح في السلطة. تشرح هذه الحيثيات سرّ الفوضى التي عمت هذا الحقل، فنظرا لأن أهم ما يميز هذه الفضائيات هي أنها تقع خارج السيطرة الرسمية للدولة، ولا يمكن معرفة محتواها ولا مضمونها القيمي، وبالتالي عدم القدرة على التحكم في سوق إنتاج هذه القيم الدينية، وهو ما سيؤثر في تشكيل تدين فرداني منفلت من كل المؤسسات حتى حركات الإسلام السياسي، وستظهر في داخل هذا التحليل آثار هذه القنوات على شخصية الأفراد وعلى التماسك المجتمعي وعلى الحقل الديني برمته.

ولم يكن العامل السياسي الحافز وراء نشأة هذا الإعلام، بل هناك عوامل أخرى، تساوقت مع بروز هذا الإعلام، ويمكن أن نذكر في هذا السياق هيمنة منطق السوق وثقافة الماركتينغ والتسليع التي انتشرت في سياق الموجة النيو–ليبرالية الجديدة التي اتخذت من منطق الربح والثروة المبدأ الأول والأخير، وقد استثمر الرأسمال العربي – الإسلامي في أخطر رأسمال رمزي وهو "الدين Religion"، عندما وجه مجموعة من القنوات الفضائية لكي تتخذ من الدين ومن الدعاة الجدد مداخل للتأثير ولكسب ثقة المشاهدين وبالتالي لزيادة إعلاناتهم ومختلف البرامج التسويقية التي تستهدف سوقا ضخمة من المستهلكين يقدرون بنحو 389.373.000 مواطن عربي حسب تقديرات سنة 2015[2].

يقدم **باتريك هاني Patrick Hany** تفسيرا نيو–ليبراليا لظاهرة الإعلام الديني، إذ يرى أن ظاهرة "عمرو خالد" مختلفة عن تيار الإسلام السياسي، حيث تم الابتعاد عن السياسة والتزام بخطاب أخلاقي يختلف عن الجماعات والتنظيمات السياسية والتي تعكس التوظيف الاجتماعي للإسلام بما يبتعد بها تماما عن حركات وتنظيمات الإسلام السياسي ويمثل في الآن نفسه تلبية للاحتياجات الدينية للنخب والطبقات العليا المصرية[3].

---

[1] سابينو أكوافيفا وإنزو باتشي، **علم الاجتماع الديني –الإشكالات والسياقات**، تر: عز الدين عناية، ط1، هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث (كلمة)، أبو ظبي،2011، ص 174.

[2] رشيد جرموني، **مرجع سابق**، ص ص 61، 62.

[3] **المرجع نفسه**.

لقد عرف المجالين الديني والسياسي في البيئة الإسلامية جدلاً كبيراً يرتبط بدخول كتل اجتماعية ذات تضاريس متعددة، اعتبرت طرف في مجال الصراعات الداخلية في بنية المجتمع الإسلامي، ويتشكل هذا الجدل في إطار ثنائيات عدة: الجدل التاريخي الديني/ السياسي، والديني/ الاجتماعي/ والديني الرمزي، والديني/ الثقافي[1]، فتقاطع هذه المجالات مع المجال الديني كان رهين اشتغال أطراف متصارعة وأحيانا متعاضدة ضمن مسارات متباينة، فالمجال الديني الذي يشكل كينونة أساسية وهوية مترامية الأبعاد تبقي حبيسة المؤسسة الدينية ما لم تدعم بقوة وسلطة المجال السياسي ونفوذ المجال الرمزي ومرونة الميدان الثقافي، ويتم تشغيل هذه الأطراف ليصبح مع مرور الوقت مساحة لتوظيف العاطفي واشتغال مجال السلوك الإنساني بما في ذلك تداخل مجال الخاص والعام، ما يسمح بتشريب العاطفة الانفعالية الجمعية وبالتالي يتحول السلوك إلى عنف مؤسس قائم على التبرير الديني بفعل عوامل وآليات تتحدد وفق الحاضر، يأتي في سلم هذه الآليات وسائط الإعلام التي تنخرط في لعبة الصراع ويصبح الدين سلعة يتم تسويقها وفق معايير استهلاكية تبعا لأيديولوجيات معينة تمارس هوايتها في عمليات التنميط والقولبة الإعلامية بناء على مبدأ هوياتي، فالصراع الديني أو الصراع السياسي الذي يتم تسويقه إعلامياً على منابر المؤسسات الدينية وفق قالب مذهبي يتقاطع مع صراع الحركات الإسلامية تبعا لما هو قائم، يعزز الجدل بين مجالي الخطاب من عمق التقاطعات الدينية والسياسية، لتكون رؤية الإعلام الناقل لهذه التقاطعات ضبابية ومشوبة بالإيديولوجيا: إيديولوجيا الهوية/ وأيديولوجيا الذات، التي تغرق ضمن تاريخ صدامي تعجز عن التخلص منه حاضراً.

تتجلى هذه الفوضى الزمانية في شاشات الفضائيات وبشكل أكثر تحديداً الفضائيات الدينية وعلى مواقع التواصل الاجتماعي لتصبح هي الأخرى امتدادات زمانية لتاريخ طويل حافل بالصراع، فالثراء الفكري الذي أحدثه الفكر الإسلامي من خلال تعدد وتنوع الاتجاهات الفقهية والمذهبية كان له أن يقدم صورة حضارية راقية تجسد تنوع الفكر الإسلامي وتنوع مدارسه واتجاهاته ويسهم في تجديد الخطاب الديني كمطلب دوري يطرح في الراهن الإنساني، وعلى النقيض من ذلك فإن الذاكرة الدينية الإسلامية بفعل عوامل عدة أحدثت فجوة شديدة الهوة في ثراء الخطاب الديني الإسلامي لتحوله إلى خطاب متوجس ويؤسس على شحذ العنف الديني والتعصب المذهبي القائم على إقصاء الأخر وإعلاء الذات وهو ما يحدث الصدام بين تيارات ومذاهب الإسلام المختلفة. يشكل الإعلام الديني المتطرف ظاهرة عالمية ينظر إليها في سياق عولمة الاتصالات في العقود الأخيرة، أما العواقب الناجمة عن هذا الإعلام فهي متنوعة وتعتمد على السياق السياسي

[1] نبيل عبد الفتاح، **مرجع سابق**، ص 45.

والاجتماعي الخاص والأجندة التحريرية لكل حالة إعلامية وعلى منسوب التوتر لدى اللاعبين الرئيسيين في السياق المعني[1].

يتشكل الملمح الرئيسي المشترك لوسائل الإعلام الدينية وخاصة المتشددة منها، إحياء المعارك العقدية الدينية وبثها في الوجدان الشعبي، ففي الشرق الأوسط وفي سياق التنافس الإقليمي الجاري والذي يأخذ أبعاداً طائفية، وتقوم وسائل الإعلام في المعسكرين على بث وترويج مساجلات إزاء نزاعات وخلافات دينية عقدية كانت تتسم على الدوام بالنخبوية لكونها محصورة في فئة رجال الدين والمتكلمين، وهي معارك كانت بعيدة من اهتمام الناس العاديين، مع مرور الزمن تشابكت خيوط الاختلاف في تأويل النص المقدس مع خيوط الصراع السياسي لتتحول المواقف السياسية المتعارضة على مرّ القرون إلى أرثوذكسيات دينية ومعتقدات متشددة، وكان التحول الجماعي إلى المذهب الشيعي أو السني يجري قسراً على يد الملوك والحكام بعد تبني السلطة مذهبا معينا وليس لقناعة المتحولين، لقد ظل الاشتغال بالاختلافات والتبريرات الدينية الجوهرية والتسويغ الديني لما هو جوهريًا سياسي[2].

وكان لظهور الإعلام العابر للحدود واستخدامه سلاحاً في الخصومات الإقليمية ما يعزز من عمق الانقسام الطائفي في المنطقة، فمع انتصار الثورة الإيرانية لم يتردد آية الله الخميني في تبني سياستين: أولهما أنه يتحدث باسم كل المسلمين (الشيعة والسنة)، والثانية إعلانه تصدير الثورة الإسلامية، وتمثلت ردود فعل الجوار في السعي لإحباط هذا الزعم باستثارة خطاب ديني سني مناهض للأيديولوجيا الشيعية التي كان لها وهج ثوري، وهكذا تقاذفت القنوات السنية والشيعية خطابات تحريض ديني ضد الآخر، وتشكلت حرب إعلامية وخطابية تعتمد مبدأ استعلاء الذات واستئصال الآخر، وأعيد إنتاج الصراعات السياسية الراهنة من مناظير طائفية تاريخية، وانتعشت المظلومية التاريخية والادعاءات التي لا يمكن إثباتها على شاشات التلفزة وفي الخطاب السياسي، وتحول الجهد إلى كيفية ربط ما يحدث بالسرديات التاريخية الكبرى، بحثا عن تسويغ الفعل السياسي والشعبوية[3]، في اعتماد واضح على نوستولوجيا ماضوية مرتبطة بالصراع السياسي الأول في خلافة المسلمين.

لقد ساهم الإعلام الديني ولا يزال في تآكل الأرضية الاجتماعية المشتركة وفي إضعاف فكرة المواطنة (وهي فكرة هشة أصلا)، التي حلّت محلها الولاءات الدينية والطائفية فيما أصبحت تبحث عن مرجعيات خارج نطاق الوطنية، وفرّ الإعلام العابر للحدود منابر وقنوات للتواصل مع تلك المرجعيات، وساهم في تفكيك الفضاء الوطني واستبداله بفضاء ديني رمادي عابر للحدود ويجمع بين الجماعات ذات الانتماء

[1] نجلاء إسماعيل أحمد، **الإعلام الطائفي**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص 155.

[2] نجلاء إسماعيل أحمد، **المرجع نفسه**، 156.

[3] **المرجع نفسه**، ص 157.

الطائفي[1]. ويتخذ الإعلام الطائفي القائم على الذرائعية مبدأ إقصاء المغايرة الدينية للآخر، ويصبح خطابه مشحون بالرمزيات الدينية التي تأتي في مجملها دوغمائية تقتات على الشحن العاطفي والانفعال الديني في سبيل هدم الحدود القومية وتحطيم فكرة الوطنية والمواطنة لحساب الطائفية العليا واستعلاء الذات المجيدة.

[1] نجلاء إسماعيل أحمد، **مرجع سابق**، ص 158.

الفصل الثالث

شبكات التواصل الاجتماعي

من التقنية إلى فضاء الممارسة الافتراضية

تمهيد:

من بين أبرز الأفكار التي طرحها **هربرت شيلر Herbert Schiller** في كتابه «**الاتصال والهيمنة الثقافية**» علاقة التكنولوجيا بالمجال القيمي للإنسان؛ حيث ناقش مفهوم "**التكنولوجيا الثقيلة Heavy technology**" التي تعتمد على مبدأ أيديولوجي مخصص، تعيد من خلاله هيكلة علاقاتها بالمجتمع واختزال الأحكام القيمة التي من شأنها أن تحدد اتجاهات تطور المجتمعات الإنسانية، فهي تتشكل من الإمكانيات التي يختار تكوين اجتماعي معين تجسيدها وإضفاء الطابع المؤسس عليها، فالتكنولوجيا وبشكل خاص الاتصالية منها ليست مجرد آلة وأدوات محايدة بلا قيمة، إنما هي تركيب اجتماعي تخدم نظام القوة الاجتماعية السائدة وتُسهم في إحداث تغييرات على تنظيم تلك القوة وتوزيعها، أنها تكنولوجيا مسيّسة (موجّهة) تقود نحو إلغاء قدرة الإنسان على السيطرة والتحكم وبذلك تحدث "الهيمنة الثقافية Cultural Dominance"[1] التي تشمل معاني السيادة والتحكم والسيطرة حسب مفهوم **أنطونيو غرامشي Antonio Gramsci**. وتحمل الهيمنة مضامين ثقافية ونفسية تتجاوز الثقافة كونها عملية اجتماعية كلية، فيها يحدد ويشكل البشر حياتهم الكلية، إضافة إلى تجاوزها الأيديولوجيا، وفيها نجد منظومة من المعاني والقيم تعبر وتكشف عن مصالح طبقة بعينها، وتتجاوز الهيمنة الثقافية وترتبط بها في إصرارها على الارتباط بالعملية الاجتماعية برمتها، من توزع مكامن القوة والتأثير بطريقة دقيقة[2].

تتجلى مظاهر الهيمنة الثقافية في الخطاب الديني الطائفي كأحد مخرجات ثورة الاتصالات والتقنيات المثير للجدل، وتطرق له **هبرماس Habermas** من خلال تفكيك ارتباطه بالعولمة، لأنه " كلما أوغلت المجتمعات في تسليع مخرجات التقنية وانحصر دور الدين وتعلّمنت هذه المجتمعات" غير أن هذا البراديغم التفسيري سرعان ما سيتهاوى بفعل الاختراق المرن للفاعل الديني للحقل الإعلامي بكل مجالاته وفضاءاته ومستوياته[3]. ولذا سيحاول هذا المبحث تقديم قراءة تفكيكية لآليات التطور المذهل الذي عرفته التكنولوجيا الاتصالية والتي ساهمت في خلق صورة موازية للإعلام التقليدي، الذي يعتمد على مخرجات الثورة الرابعة للاتصال، وبحث مختلف التأثيرات القيمية في سلوك النشاط الإنساني والمجتمعي وهو ما عرف لاحقا بالمجتمع

[1] ينظر: هربرت شيلر، **الاتصال والهيمنة الثقافية**، تر: وجيه سمعان عبد السميع، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 2007، ص 74.

[2] محمد جودي، **تجليات الصراع مع الآخر الإسرائيلي في الأدب العربي المعاصر من الصراع والصدام إلى ثقافة الاحتواء: دراسة في النقد الثقافي**، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية، 2019/2018، ص 57.

[3] رشيد جرموني، **الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية**، دار الفيصل الثقافية، الرياض، 1440هـ، ص 34.

الشبكي كمحصلة انصهار التكنولوجيا الشبكية بالظاهرة الاجتماعية للمجتمع الإنساني، وصولا إلى مقاربة تأثير منصة تويتر على بنية الخطاب الديني الطائفي السني والشيعي كأحد أهم أنواع الخطابات الأكثر حضورا وتجليا في الفضاء العمومي.

أولا: يوتيوبيا الاتصال الافتراضي والمجتمع الشبكي.

أثارت التكنولوجية الاتصالية وما قدمته من بدائل اتصالية موازية لوسائط الإعلام التقليدية ضمن فضاءات أعادت إثراء مقاربات **هابرماس** للمجال العمومي ضمن نطاق افتراضي شبكي أوسع، لتشكل مجالا لإثراء الهُوية الإنسانية وعلاقتها بمختلف القضايا المرتبطة بالممارسات الاجتماعية والثقافية والدينية المتعددة السياقات ضمن شقها التقنوي.

وقد طرح الكثير من الباحثين في ميدان الاتصال الرقمي والفضاء الشبكي للميديا مجموعة من الافتراضات المؤسسة لرؤية الذات الإنسانية والذات الجماعية وتقاطعهما التقنوي والهوياتي وبحث مختلف التأثيرات الممكنة، والتي أفضت بالعديد من المقاربات الفكرية إلى تأسيس مبدأ للعلاقة بين القيم الإنسانية والمجال الاتصالي التقنوي، وهو الطرح المعروف بـ"اليوتيوبيا الاتصالية Communicative Utopia" التي أتاحت بحث تداعيات التقاطع الوظيفي والبنيوي في بعدي التقنية والأيديولوجية في عصر الميدياتيكا.

1. يوتيوبيا الاتصال ومجتمع ما بعد الحداثة:

يقول **بيير ليفي Pear levy**: "إن الأرض كرة فارغة تعج بصدى أحاديث الإنسانية" إشارة منه إلى أن المجتمع الإنساني في كليته يعتمد على الاتصال وسيطا تقنيا وفنيا يؤطر الحياة الإنسانية، ليتشكل من خلالها الجهاز الصوري لمجتمع الاتصال، الذي يقوم على تحويل فكرة الاتصال إلى قيمة موجهة لأنماط العيش المجتمعية، وهو ما يفضي إلى بناء نموذج كلي وشمولي يتحدد من خلاله الوجود الإنساني ويؤطر عمليات الإدراك والتفسير والتأويل[1]، ما يحيل إلى حضور مفهوم يوتيوبيا الاتصال.

ومن جانب آخر تحدث **فيليب بريتون Philippe Breton** عن هذا البعد اليوتيوبي للاتصال في كتابه الموسوم بـ "**يوتيوبيا الاتصال: أسطورة القرية الكونية**"، ويناقش قضية تقاطع الأيديولوجيا Ideology مع اليوتوبيا Utopie، هذا التقاطع يصبح تاريخيا عند بعض الباحثين مثل **كارل منهايم Karl Manheim** الذي قدّم تصنيفا كلاسيكيا يبرز فيه مجالات الفكر باعتماد مرجعيات ماركسية بنى على أساسها معتقداته الفكرية والمعرفية باعتبار الفكر مرآةً عاكسةً للواقع المادي، الذي يتمظهر من خلال

[1] هشام المكي، **يوتيوبيا الاتصال وسؤال القيم رؤية معرفية**، بوابة الرابطة المحمدية للعلماء، تم نشر بتاريخ:2016/11/14، متاح على الرابط: https://cutt.us/yNyXQ تم تصفحه يوم: 2020/03/21.

ارتباط/تعالق الأيديولوجيا باليوتيوبيا من خلال سوسيولوجيا المعرفة التي تتيح للإنسان الوصول إلى تطلعات اليوتوبيا بتحديد معايير الأيديولوجيا في الأسس المعرفية[1].

يتشكل مجال يوتوبيا الاتصال من خلال أفعال إنسان ما بعد الحداثة الذي يلجأ للاتصال بشكل سريع ومكثّف، نتيجة فراغ تاريخي عاشه إنسان ما بعد الحداثة، إذ انبثقت ملامح المجتمع الاتصالي من أزمة تصدع مفهوم الإنسان الجديد/المعاصر نتيجة أزمات تاريخية عاشها جراء تراكم صوره البربرية والوحشية في زمن الحربين، ولعل أبرز نتائج هذه البربرية الانفتاح على الفراغ كلحظة أساسية في تشكيل نمط جديد للحياة، ليصبح للاتصال محاولة تجميع القطع التي بعثرتها الحضارة المنهزمة في دوامة أنثروبولوجية، وهنا يكمن الفرق بين الحداثة وما بعد الحداثة، فالحداثة مشروع حضاري كبير انطلق من الإنسان نفسه من تحويل لملامح الإنسان وتصويره كـ "ذات" جوهرها الفكر الواعي. بينما يُنظر لما بعد الحداثة بأنها لحظة انطلاق من الاتجاه المعاكس والمضاد لتقدّم الإنسان، حيث مثلت جذور نشأة المجتمع الاتصالي ملامح أساسية لمجتمع قائم على التوحيد الشكلي بين أعضائه، ومن زاوية محددة يعتبر الاتصال قيمة ارتكاسية (رد فعل)[2]. وفي ذات السياق أكدت زربي على أن "السيبرانية Cyber[3] مهدت لظهور الاتصال الحديث في أربعينيات القرن الماضي وباعتبارها

[1] هشام المكي، **يوتيوبيا الاتصال وسؤال القيم رؤية معرفية**، بوابة الرابطة المحمدية للعلماء، تم نشر بتاريخ:2016/11/14، متاح على الرابط: https://cutt.us/yNyXQ تم تصفحه يوم: 2020/03/21.

[2] سعاد زربي، **المجتمع الافتراضي وأزمة التواصل**، الحوار المتمدن تم النشر بتاريخ 30/ 2019/03، متاح على الرابط: http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=632767&r=0 تم تصفحه: 2020/03/21.

[3] تشير المقاربة الإيتيمولوجية لمصطلح السيبرانية "cyber" أنها لفظة يونانية الأصل مشتقة من كلمة "kybernetes" بمعنى الشخص الذي يدير دفة السفينة، حيث تستخدم مجازاً للمتحكم "governor". وتجدر الإشارة إلى أن العديد من المؤرخين يرجعون أصلها إلى عالم الرياضيات الأمريكي Norbert wieners من خلال مؤلفه الشهير: Cybernetics or control and communication in" the Animal and the machine وذلك للتعبير عن التحكم الآلي، وأشار في كتابه إلى أن السبرنطيقية هي التحكم والتواصل عند الحيوان والآلة/ والإنسان والآلة، ليستبدل مصطلح الآلة بعد الحرب العالمية الثانية بالحاسوب، ويمكن اعتبار السيبرانية بأنها فضاء إلكتروني يضم عدد من شبكات الحواسيب والأنترنت وتتيح إمكانية التواصل الإلكتروني. وقد مرت السيبرانية بمراحل تاريخية طويلة حتى تكونها مفهومها الحالي بالنظر إليها كشكل كلي يحوى المجال الفضائي للاتصال بكل أبعاده التقنوية، فكانت أولى تلك المحطات ظهور السلاحف السيبرانية في خمسينيات القرن الماضي، فيما تم طرح الفكر السيبراني في أعمال الباحث Arturo Rosenbluth الذي قد فكر ابستمولوجي في مجال السيبرانية، فيما قدم فاينر خلاصة مشروعه الفكري في كتاب بعنوان السيبرانية أو التحكم والاتصال عند الحيوان والآلة، طرح فيه تمثلات بين الجهاز العصبي للإنسان وبعض الآلات كالحاسوب، ليعيد تقديم كتاب ثاني بعنوان الاستخدام البشري للكائنات الإنسانية والذي ترجم إلى عنوان السيبرانية والمجتمع، وهو ما سعى من خلاله لتحويل السيبرانية إلى قيمة في اتجاه واضح نحو اليوتوبيا الاتصالية من خلال إتاحة المعلومة كمبدأ إنساني لها الحق في التجوال بين المجتمعات الإنسانية.

حقل معرفي مخصوص، وبالموازاة مع موجة الاختراعات وتطوير تقنيات الاتصال وعلى اعتبار السيبرانية أصل الاتصال باعتباره يوتيوبيا أي قيمة توجه أنماط العيش وتتدخل في تغيير حياتنا نحو الأفضل.

لقد ارتبطت يوتوبيا الاتصال بظاهرة السيبرانية التي أمّنت حضورها الطاغي وعكست مختلف تمثّلاتها المرتبطة بإنسان ما بعد الحداثة، الذي أدى إلى تحول مصطلح الفضاء السيبيري cyberspace في روايات الخيال العلمي عند **وليم جيبسون William Gibson** عام 1984 إلى قدرة تدميرية هائلة بفضل اختراقاته وأسلحته وحروبه التي هدّد بها أمن المجتمع الإنساني. ففي عام 1982 أقدمت المخابرات الأمريكية على العبث في برمجيات التحكم بمعدلات الضخ في أنابيب الغاز السوفياتية بسيبيريا ومن ثم تضاعفت سرعة ضخ الغاز بما لا يتناسب مع قدرة احتمال الأنابيب مما أنتج انفجار ضخم جدا فيما يشبه الانفجارات النووية[1]. لذلك أصبحت السيبرانية بعد ذلك مصطلحاً دالاً على التفوق التقني في المجال الاتصالي في بعده المادي ليمنح حرية قوة تتجاوز الحدود الجغرافية والزمانية ويتفوق عليها، ليصبح هذا المفهوم أشمل وأوسع من الأنترنت ويضم كل الاتصالات والشبكات وقواعد البيانات ومصادر المعلومات، وأصبحت بنية النظام الإلكتروني تعني المكان الذي لا يعد جزءا من العالم المادي أو الطبيعي، حيث أنها ذات طبيعة افتراضية رقمية تتحرك في بيئة الإلكترونية حيوية تعمل من خلالها خطوط الهاتف وكابلات الاتصالات والألياف البصرية والموجات الكهرومغناطيسية[2].

يبدو أن التجلي الحقيقي لمجتمع المعلومات قد تم لما لاحت الوظائف الاجتماعية الأولى لشبكة الأنترنت محققة نجاحا واسع النطاق في مستوى تبادل الرسائل الإلكترونية، معربة في الوقت ذاته عن تأسيس علاقة جديدة بالمعرفة وبالعالم دفعت الإنسان إلى مراجعة منعكساته الاجتماعية في التواصل، من خلال استبدل جزء منها بما يجعله مسيطراً على جميع الاتجاهات التي يحكمها النظام الرقمي العالمي، ولا شك أن ظهور الويب كفضاء للفكر الجماعي أتاح مرونة لا مثيل لها في تبادل المعلومات وإنتاج المعرفة قد رافقته قراءة جديدة للزمان والمكان تحول بمقتضاها العالم إلى نظام مفتوح تنشطه المعلومة في كل حالاته وأطواره، وإذا أُخذ في الاعتبار امتلاكه للرمز والذاكرة كما يقول **رجيس دوبري Régis Debray** في حديثه عن التخزين الإلكتروني وطواعيته في أداء وظائف اجتماعية واقتصادية ومعرفية، ندرك حقيقة العصب المركزي لمجتمع

[1] رامي عبود، **ديجيتالوجيا؛ الأنترنت. اقتصاد المعرفة، الثورة الصناعية الرابعة، المستقبل**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص 49.

[2] صلاح عبد الحميد ومنى عاطف، **الإعلام والفضاء الإلكتروني**، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2015، ص 8.

المعلومات. وتبقى قضية بناء المعرفة غير مرتبطة بالمعلومة في بعديها المعرفي والاستراتيجي، إنما هي بالصيغة التي يطرحها نظام دمج الوسائط، قضية تكيّف مع الوسائط في حدّ ذاتها، ذلك أن كل مجال وسائطي جديد يعيد تشكيل العقد الاجتماعي.

تقوم الصورة المستقبلية حول مجتمع اتصالي فائق التقنية قائم على الميديا الجديدة، يقول **إدغار موران Edgar Morin**:" أن التقدم التقني يسمح بظهور الإنسانية الكوكبية، فالأزمة التي يعيشها الإنسان المعاصر وتجذر الأصول التقنو-بيروقراطية الدولية للنشر من خلال آليات التحكم في العقل البشري ونشر ثقافة الاستهلاك، طريقة سياسية شرسة في إلهاء الجماهير والسقوط الحر للثقافة في السوق، تدفع إلى طمس إرادة الفرد وقدرته على التفكير والنقد معا، مما ينتج علاقة هجينة بين الفرد وذاته، والفرد والمجتمع، والمجتمع بالإنسانية"[1]. يحدث هذا بفعل العولمة؛ إذ تثير عولمة السوق التي سمح بها التقدم الهائل لتقنيات التواصل عولمة موازية حيث إن الإنسان يعيش في عصر الحضور الكوني، فهذه الظروف التقنية والاقتصادية الجديدة تفتح حقبة جديدة، تستطيع الأفكار فيها أن تتجول بسرعة الضوء، هذه الجدلية الخاصة بالعولمة تجد لها صياغة مفهومية تقريبا في مفهوم العولمة البديلة، الّتي هي بالطبع بروز لعولمة لا تركّز على قيم السوق، وليس في مفهوم العولمة المضادة التي تحدث عنها الإعلام[2].تنطوي هذه الحقبة من العولمة على أخطار جسيمة. لأن الحضارة والهمجية تتجاوران وهو ما يسمح بعودة الصراع الاجتماعي والانفلات العرقي والقومية والدينية في عدد كبير من البلدان والمناطق. وهو ما يؤكد أنّ للعولمة سمات متناقضة ومتباعدة[3].

لقد انقلبت يوتوبيا الاتصال والتواصل على نفسها لتخلق انزياحا كبيرا من كونها علامة تقدم وآلية لتمتين الروابط الإنسانية، بينما هي تخلق فجوة وهوة عميقة بين البشر وبين الإنسان والعالم، ليصبح الاتصال سلطة تقنية للتحكم في البشر، وهو ما يصطلح عليها **ميشال فوكو Michel Foucault** بـ "تكنولوجيا الهيمنة Domination technology"[4]، القائمة على استعمال آليات جديدة للمراقبة والضبط والعقاب

[1] سعاد زريبي، **مرجع سابق**.

[2] المنتصر الحملي، **الثقافة والهمجية الأوربيتان: المضادات الثقافية الأوروبية لإدغار موران**، الأوان، نشر في: 2013/12/08، متاح على الرابط: https://cutt.us/mOVeF تم تصفحه يوم: 2020/05/27.

[3] المنتصر الحملي، **المرجع نفسه**.

[4] سعاد زريبي، **المجتمع الافتراضي وأزمة التواصل**، الحوار المتمدن تم النشر بتاريخ 30/ 2019/03، متاح على الرابط: http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=632767&r=0 تم تصفحه: 2020/03/21.

والإخضاع تتسم بالعقلانية والتوظيف المحكم للمعارف والعلوم الإنسانية وهو ما أمّنته التكنولوجيا التي خلقت تقنيات أكثر جدوى وفعالية[1]، وأقل مقاومة في انزياح خطير عن الإنساني والاجتماعي.

لقد مكنت التقنية الاتصالية من جعل الإنسان أسيرا لها، تحرّكه مضامين تكنولوجية محددة وتربط علاقاته الاجتماعية في محيط شبكات رقمية ضمن فضاء تقني محدد الأطر والزوايا. لقد صاغت خصائص هذا النوع من الاتصال معادلة تواصلية تعتمد على أسس الفردية والانعزالية في طريقة تعامل الإنسان مع نظيره الآخر وفي بنية علاقاته الاجتماعية، وعلى هذا الأسس خلقت مفاهيم تواصلية مستجدة من قبيل المشاعر الحاسوبية والأنسوابي الذي يجمع الكيان الإنساني بالهيكل الحاسوبي ويُخضع المشاعر الإنسانية في مجملها وتنوعها إلى الرقمنة التكنولوجية ونظام الخوارزميات، فضلا على عمليات بناء العلاقات الاجتماعية الافتراضية التي خضعت لعمليات النمذجة الرقمية وإعادة الهيكلة الافتراضية لتوجهاتها وكثافتها. وعلى النقيض من ذلك فإن التكنولوجيا الاتصالية في تأسيسها للمجتمعات الافتراضية أطاحت بفوبيا المكان، حيث أتاحت للإنسان قدرة السيطرة على فضاءه الذي يتواجد فيه من أجل تأسيس علاقته وارتباطه الشبكي ويخلق لنفسه وجوداً يتجاوز به حدود الجغرافيا المكانية التي تحيط به.

ومن بين الخصائص البارزة للأنترنت قدرتها على توفير السرعة اللحظية، وهو ما يسمى بـ "الزمن العالمي Global time" الذي يجمع فيه اختلافات التوقيت والبعد المكاني والهوياتي في لحظة وقتية واحدة تتيحها له ضغطة زر واحدة، ويصطلح عليه **عبد الله الزين الحيدري** بـ "الزمن الميدياتيكي Media Time" وهو «الزمن الذي نحققه في صلاتنا المستمرة مع وسائل الإعلام بوصفنا أفرادا اجتماعيين ولا يعدو أن يكون زمنا وسائطيا لاعتمادنا في الإنتاج والتفكير والتواصل والتفاعل، على تقنيات الاتصال الذي يحتضن ميول الأفراد واتجاهاتهم بوصفهم متابعين ومستهلكين للصناعات الإعلامية»، فكل مجتمع ينتج تمثّله للزمن عن طريق الأنشطة التي يقوم بها، وبالمقابل فإن لكل مجتمع منظومة القيم الميدياتيكية التي تقوده إلى بناء تمثّله للزمن[2]. ويعتبر المجتمع الاستهلاكي الحديث وسائل الإعلام على تنوعها واختلافها نظماً اجتماعية تساند وظيفياً أهداف ومصالح النظم الماسكة بالسلطة والثروة، أي أنها وسائل في خدمة الأطراف المهيمنة في الحقل السياسي أو الحقل الاقتصادي، كما أن لها القدرة على نقل رموزها وأيديولوجيتها وثقافتها، إلى الرأي العام من خلال

[1] محسن المحمدي، **ميشال فوكو: الهيمنة باسم العقل... صناعة السيطرة**، الشرق الأوسط، تاريخ النشر: 2015/05/14، متاح على الرابط: https://cutt.us/LE5sy تم تصفحه يوم: 2020/05/27.

[2] إبراهيم جابر السيد، **الإعلام والمجتمع**، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص 54.

نسق تواصلي معولم، وهو ما يفسر التقارب بين النظريات النقدية (مدرسة فرانكفورت) والمقاربة الماركسية في مسألة السيطرة على الثروة وعلى الرموز (جدلية البنى الفوقية والتحتية).

وفي الحقيقة يقوم هذا المنطق على تفضيل مصالح فئات اجتماعية معينة، وهيمنتها ضد مصالح فئات اجتماعية أخرى في جميع الأحوال هي الغالبية الساحقة من أفراد المجتمع، وهو ما عبّر عنه عالم الاجتماع الفرنسي **بيار بورديو Pierre Bourdieu** بـ"الأيديولوجيا السائدة The Prevailing Ideology" إشارة للعلاقة بين التكنولوجيا الاتصالية والمعلومات في توظيفها للمضمون الأيديولوجي، أوضح مثال على ذلك الدور الذي يلعبه التلفزيون في التأثير على المشاهدين وحتى على مجالات الإنتاج الثقافية الأخرى، ولذلك فالقنوات الفضائية في عصر الإعلام الرقمي لم تعد مجرد قنوات تقدم برامج للتسلية وللتثقيف، بل هي أدوات للضبط والتحكم السياسي والاجتماعي في المجتمعات الراهنة. فهي بعبارة أخرى أدوات "للعنف الرمزي Symbolic violence" الذي تمارسه الطبقات الاجتماعية التي تهيمن وتُسيّر هذه الأدوات[1].

2. اثنوغرافيا المجتمع الشبكي والهويات الدينية:

إن الأثر العميق والمباشر للعولمة المعاصرة كان في دّك الحصون الجغرافية والمجالية وبعثرة الأنساق الثقافية المغلقة والصلبة، وإعادة بناء الجماعات والتفاعلات والأدوار والهويات الاجتماعية، بما أدمج المحليات على تنوعها وتباينها في بيئة عالمية مضغوطة بإيقاع متسارع وموحدة في شبكة كثيفة ومتقاطعة، فنشأت أنماط مستجدة من التبادلات الاقتصادية والثقافية تحتضنها بنية اتصالية ومعلوماتية تزداد اتساعا وتشابكا مما خلق ما يسمى بـ "المجتمع الشبكي Network Society" الذي تتكون بنيته الاجتماعية من الشبكات التي تعمل بتكنولوجيات المعلومات والاتصال القائمة على الإلكترونيات الدقيقة[2].

وقد أحدثت الثورات التكنولوجية المتلاحقة التي عرفتها المجتمعات البشرية والتي تزامنت مع تغييرات جوهرية لامست عمق النشاطات الإنسانية في مجالات أبرزها السياسي والثقافي بعد الحرب الباردة، والتي جعلت من اتساع العالم مجرد فكرة في المخيال الإنساني، لأن ما حدث ساهم في تحول حركات تطور التجمع

[1] أمال الدريدي، **الإعلام الجديد في عصر التكنولوجيا الرقمية**، أعمال مؤتمر الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا، طرابلس، 22/ 24 أبريل2016، ص ص 1، 14.

[2] محمد سويلمي، **الخطاب الجهادي الإلكتروني وعولمة العنف المقدس**، مؤمنون بلا حدود للدراسات والنشر، تم نشره يوم: 12 نوفمبر 2018، ص ص 9، 10.

الإنساني وأحدث انزياحا سريعا في مفهوم التواجد الإنساني ليخلق "المجتمع الشبكي Network Society " ضمن فضاءات ما بعد الحداثة، يزامن هذا المفهوم فكريا رؤية **دان باري Dan Barney** باعتبارها تجميعاً لجهد متعدِّد للتعبير عن الروح المميزة لكل ما جاء بعد تحقيق واستنفاذ المشروع الحديث في الغرب[1]، وهو المشروع المنبثق من الفكر الحداثي القائم على مبدأ التصنيع التكنولوجي الذي تحول بفعل التطورات التقنية في المجال الرقمي، فضلا عن المبدأ الأيديولوجي الذي يربط بين مختلف قطاعات الممارسة الإنسانية بكل تفرعاتها. إن قوة مفهوم المجتمع الشبكي يصنعها البعد التكنولوجي وتصنعها القدرة على الاتصال والتواصل في جميع الأوقات ومن دون رقيب وهو الأمر الموصول بالمجتمع، إلا أن هذه القوة لا تتجاوز الإحاطة بالوسيط في بعده التقني المتطور باستمرار[2].

ويعتبر **مانويل كاستلز Manuel Castells**[3] أن "مجتمع الشبكات يعد الهيكل الاجتماعي لعصر المعلومات باعتباره ممثلا لشبكات الإنتاج والقوة والخبرة، ومنطقه السائد أنه رغم مواجهته لتحديات الصراعات الاجتماعية بشكل مستمر فإنه يقدم وبشكل متزايد معلومات للأداء الاجتماعي والمؤسسات عبر ما يسمى بالعالم التكافلي الموجود بتزايد"[4]. وفي ظل التحول العالمي لمفهوم رأس المال والخصخصة وعناصر الإنتاج وطبيعة الاقتصاد وسعى دول العالم أجمع للتحول إلى مجتمع المعرفة وتحقيق التطبيق التكنولوجي والاستفادة من الطفرة التكنولوجية الهائلة وتطبيقاتها التي حدثت في الربع الأخير من القرن العشرين والتي استمرت نتائجها وتزايدت مع بداية القرن الحادي والعشرين[5]، أثارت معها قضايا مركبة فهي تعد الخاصية الأكثر إثارة في ثورة المعلومات جراء السهولة التي تستعمل بها الأدوات والتقنيات والبرامج المعلوماتية في الحياة اليومية وفي أنظمة الإنتاج في

[1] ينظر: دان باري، **المجتمع الشبكي**، تر: أنور الجمعاوي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر/ بيروت.

[2] كمال عبد اللطيف، **المعرفي، الأيديولوجي، الشبكي تقاطعات ورهانات**، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2012، ص 30.

[3] مانويل كاستلز Manuel Castells سوسيولوجي الإسباني من مواليد 1942 بهيلين بإسبانيا، كاتب في علم الاتصال، يشغل كرسي الأستاذية واليس أنبنرغ للاتصالات والتكنولوجيا والمجتمع في كلية أنبنرغ للاتصالات التابعة لجامعة جنوب كاليفورنيا –لوس أنجلس، وأستاذ فخري لعلم الاجتماع والتخطيط الحضري في جامعة كاليفورنيا ببركلي، حصل في عام 2011 على ميدالية إيراسموس، وفي عام 2012 على جائزة هولبرت من البرلمان النرويجي، وفي عام 2013 على جائزة بالزان العالمية، بلور رؤية مهمة في بنيوية الأشكال الحضرية، له 27 مؤلف منها: المسألة الحضرية 1927، النضالات الحضرية والسلطة السياسية 1975، المسألة الحضارية: المقاربة الماركسية، سلطة الاتصال 2009، ثلاثية عصر المعلوماتية: الاقتصاد والمجتمع والثقافة 2010.

[4] روبرت حسن، **الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات**، تر: بسمة ياسين، ط1، مجموعة الليل العربية، القاهرة، 2010، ص 11.

[5] فؤاده البكري، **الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد**، جامعة البحرين 7 –9 أبريل 2009، ص 381.

صوره المتعددة، وهو ما ساعدها على اختزال مظاهر الحياة الاجتماعية انطلاقا من اختزال حجم المجتمع الإنساني ومختلف التفاعلات الإنسانية وحصرها في المجتمعات الشبكية التي تتمظهر رقميا.

يعرف **كاستلز** في أطروحة موسومة بـ «**قوة الهوية Identity Strength**» "الشبكة Network" بأنها: «البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات عصر المجتمع الشبكي المؤلف من شبكات الإنتاج والقوة والتجربة»، ولا بد من الإشارة هنا إلى أن مفهوم الشبكة لا يحيل إلى شبكة بعينها، بل يفهم ضمن الشبكات المتعددة أي الشبكات المتحكمة بالقوة والثروة والمعلومات والمسلحة بالتكنولوجيا الرقمية، ولذا فإن عصر المعلومات يحكمه ويوجهه قطبان مركزيان: "قطب الشبكة" و"قطب الذات الفاعلة"، التي تقوم بدورها على بناء ثقافة افتراضية في إطار التدفقات المعولمة متجاوزة بذلك مفهومي الزمان والمكان[1]. تتأسّس الفكرة المحورية هنا في حقل يقوم على مركزية التنوع في الاتجاهات، تتجاوز من خلالها مقولة "القرية الكونية Cosmic Village"، إذ تسمح هذه الشبكات بزيادة التدفقات وتجسير المسافات وإزاحة الحواجز وإدماج البشر في كلّ متحرك ومتسارع ومضغوط، لأنها تتسم بسمات ثلاث هي[2]:

- **المرونة Flexibilty:** التي تسمح بإعادة التشكل حسب البيئات المتغيرة مع الحفاظ على أهدافها أثناء تغيير مكوناتها.
- **وقابلية التوسع Scalability**: التي تسمح للشبكات أن تُوسع في الحجم أو تقلصه مع اضطراب قليل.
- **الديمومة Permanence:** بما أنّه ليس لها مركز ويمكن أن تشتغل في مجموعة واسعة من التشكيلات.

وهذا وّلد ظاهرتين متعاضدتين: **عبر–الوطنية** transnationalism، **ومجتمع الاتصالات والمعلومات** ICS؛ فعبر–الوطنية لا تشمل البضائع والأخبار والأفراد فقط، بل الحركات السياسية والاجتماعية التي أعادت التموقع في المجتمع الشبكي ووسعت مجالها الاتصالي وعبرت كل الحواجز الجغرافية والسياسية والثقافية.

[1] كمال عبد اللطيف، **المرجع نفسه**، ص 30.

[2] محمد سويلمي، **الخطاب الجهادي الإلكتروني وعولمة العنف المقدس**، مجلة مؤمنون بلا حدود، نوفمبر 2018، ص 10.

أما مجتمع الاتصالات والمعلومات فتجسده الأنترنت في قدرتها على الفورية والتدفق السريع والتكلفة والنفاذ، وهذا بسبب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتاحة التي يمكن للمجتمع الشبكي نفسه أن ينشرها كليا، متعاليا على الحدود التاريخية للشبكات كأشكال للتنظيم والتفاعل الاجتماعيين[1].

وهو ما فرض ضرورة وجود براديغم تكنولوجي جديد قائم على التداخل بين الحقيقي والافتراضي في عين الأفراد، حيث يصبح إدراك الواقع مرتبطا بوسائل الإعلام، التي أسهمت في ولادة عالم افتراضي هو من مخرجات واقع الأفراد[2]، ما يجعل من الشبكات الاجتماعية تنخرط في أداء الوظائف والممارسات الاجتماعية، وبالتالي تنخرط في هيكلة الحياة الاجتماعية للإنسان.

يشير "**مايكل سايلور Michael Saylor**" إلى تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء الافتراضي بما يشبه نوعا من المتعضية العالمية بحيث توسع قاعدة معرفتها مع كل مشترك جديد الأمر الذي يؤدي إلى الاتصال بذكاء جمعي يتمتع بوعي عالمي بالزمن الحقيقي، واكتساب قدرات مفاجئة بإمكانها توليد سلوكيات جديدة غير متوقعة[3]. وعلى النقيض من ذلك يرى بعض الباحثين أن التفاعلات المتبادلة داخل هذه البنى الاجتماعية لا يشترط سريانها في الكيان الشبكي ككل، لأن التفاعل الاجتماعي في مستواه الافتراضي قد يتم بين الأفراد بعضهم البعض، ويصل الأمر إلى غيابه كليا بين البعض منهم. تتنوع في هذا النسيج الاجتماعي العلاقات التي تربط الأفراد بعضهم البعض، بين علاقات تسعى إلى تبادل موارد غير ملموسة (معلومات)، وتلك التي تعزز الانتماء إلى جماعة وترفع مكانة الفرد بين الآخرين، أو علاقات لبناء صداقة وتعارف مع أفراد تجمعهم قواسم فكرية أو شخصية، كما يمكن أن تنشأ هذه العلاقات من أجل تمضية الوقت والترفيه عن الذات[4]. وبهذا تطرح الشبكات الاجتماعية مفهوم "العقل الجمعي The Collective Mind" الذي يتأسس من خلال الفكر التراكمي السريع ويتبلور بسرعة وبدقة حول مواضيع معينة يتم تداولها في الفضاء الافتراضي لهذه الوسائط[5].

يذهب كل من **برينو لاتور وجون لو John Law & Bruno Latour** إلى أن التكنولوجيا الاتصالية تمتلك روح اجتماعية إنسانية، فالعناصر المادية لا معنى لها خارج النسق الشبكي الذي يعمل في

[1] محمد سويلمي، **مرجع سابق**، ص 10.

[2] كمال عبد اللطيف، **مرجع سابق**، ص 30.

[3] يصرف حاج، **العلاقات والجماعات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي**، أفاق فكرية، المجلد 4، العدد 8، مارس 2018، ص 1، 13.

[4] يصرف حاج، **المرجع نفسه**.

[5] آلان دونو، **نظام التفاهة**، تر: مشاعل عبد العزيز الهاجري، ط1، دار سؤال للنشر، بيروت، 2020، ص 52.

جدلية مستمرة بين الآلي والإنساني، إنها كائنات مدججة بالقيم التي تسهم في التغيير من التفكير والسلوك، ما يجعل من الثقافة هي الأخرى شريكا للنسق الشبكي الذي تتمظهر في ممارساته وتصوراته الفكرية ضمن الفضاء الرقمي للحياة الاجتماعية.

وقد شرعت "الرقمية Digital" في إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية على نحو ظلّ فيه التفاعل الاجتماعي مبنياً على الخطابات المتبادلة السارية في كيان المجتمع، لأن التفاعل لا يتحقق إلّا باستخدام الوسيط التقني بوصفه أداة لإنتاج المضامين ونقلها، ثم باعتبارها أداة التفاعل الفعلي بين المرسل والمتلقي وبين المستخدم والمضمون، لأن التفاعلية في الجغرافيا الجديدة للإعلام والاتصال تتمثل في الدور الذي تحول بمقتضاه المتلقي إلى فاعل في وضع الأجندة الإعلامية والتواصلية بشكل عام، وهو نقيض ما وصفه **فيبير Weber** في الخمسينيات من القرن الماضي ضمن دراسات رجع الصدى في بعدها الفيزيائي والهندسي[1].

سمحت ثورة المعلومات بظهور شكل جديد من أشكال القوة: وهو "القوة الإلكترونية Electronic Power" التي أصبح لها تأثير على مستويات عدة، وهو ما ساهم في تعدد وتعزيز دور الفاعليين في ميدان العلاقات بمختلف تفرعاتها[2]؛ إذ غيرت ملامح الإعلام الجديد من طريقة التعاطي مع الجماهير وتزويدهم بالمعلومات والأخبار، فأكثر هذه الميادين تأثرا وثراء بمخرجات الإعلام الجديد والثورة الإلكترونية هو الميدان السياسي ومجال العلاقات الدولية التي أتاحت فضاءات التواصل الاجتماعي تجديدا في آلياته وأدواته وتحديثا في ميكانيزماته النظرية والتطبيقية وهو ما أفضى إلى بناء تصورات جديدة في شكل وهوية الممارسات السياسية والدولية [3].

لا ريب أنّه مع زيادة التوسع في استخدام التكنولوجيا في الإعلام تغيّرت معادلة الصراع القديمة، فقد زاد تأثير الإعلام كقوة ناعمة، وأصبح الويب في جيله الثاني أحد العناصر الأساسية التي تؤثر في النظام الدولي بما يحمل من أدوات تكنولوجية تمارس دوراً هاما في عملية التعبئة والحشد في العالم، فضلاً عن التأثير في القيم السياسية. يمكن الإقرار بأن من يمتلك آليات توظيف هذه البيئة الإلكترونية الجديدة أكثر قدرة على تحقيق أهدافه والتأثير في سلوك الفاعلين المستخدمين لهذه البيئة. فعلى صعيد الدعاية والتعبئة السياسية اتضحت

[1] عبد الله زين الحيدري، **مرجع سابق**، ص 9.

[2] **الإعلام الإلكتروني ودوره في الصراعات الدولية**، مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، ص 13، متاح على الموقع: www.fikercenter.com

[3] يمكن التدليل على ذلك من خلال حادثة مقتل الصحفي "جمال خاشقجي" التي عبرت عن محدودية بتر تداعيات الحادثة أمام التدفق الهائل للأخبار في مختلف منصات التواصل الاجتماعي وهو ما شكل ضغطا كبيرا بعد تحول الحادثة إلى "ترند عالمي" وهو المصطلح المقابل للمفهوم الكلاسيكي "الرأي العام".

خطورة الدور الذي تؤديه المدونات والمواقع الاجتماعية في حشد الجماهير على نحو يكوّن موجات من التصدي لأساليب الهيمنة والانفراد بالقرار في سياسات الحزب الواحد، وهو ما تجلى بوضوح في حركات التغيير العربي التي انطلقت من تونس أولا، ثم تشكلت مفاصلها في فضاء الويب واشتدت بالتفاعل والتكرار والتداول والتغلغل السريع للأفكار والمعلومات في الأوساط الاجتماعية المختلفة على نحو يشبه "هندسة شجرة الاختيار Choice tree architecture" [1] ولكن بشكل غير خطي ما يجعل تطور الأحداث غاية في التركيب والتعقيد ويصعب التكهن بنتائجه والتحكم في مساره إنها الفوضى؛ وتتجسد في إنتاج المعلومات وتناقلها وتبادلها بما يسمى "سرعة الإبحار الخاطفة Speed sailing" ما أن يستمر في الزمن بالسرعة تلك يأخذ حجمه منحى النمو المتزايد (كرة الثلج) بوتيرة غير قابلة للحساب تحمل في طبقاته موجات من المعاني والمستويات البلاغية التي لا حصر لها، مفرزة في الآن ذاته المحتمل والغير المحتمل[2]. وهو ما ينشي في مجاله الافتراضي كل أنواع العلاقات الاجتماعية فضلا على تكوين أراء واتجاهات سياسية متنوعة ومتعارضة.

حملت التكنولوجيا الحديثة للفضاء السياسي العربي بشكل خاص والفضاءات الموازية والهامشية مساحة متفردة للتعبير عن الذات وتقديم تصورات مختلفة عن الذات الفاعلة والمهيمنة، إذ أصبحت منصات الإعلام الاجتماعية منبرا لتشكيل فضاءات لممارسة الحرية بكل أشكالها، ولعل أبرز مثال على ذلك ما حدث في مصر قبل يناير/جانفي2011 من فوضى الإعلام الاجتماعي وارتفاع التراند المصري والعربي وتداول الصفحات الاجتماعية الفايسبوكية توصيفات (#خالد_سعيد). لقد اعتمدت الكثير من الدراسات على فكرة أن التكنولوجيا الاتصالية وتقنيات الإعلام الجديد أسهمت في تجاوز فكرة المكان، وهو ما كشف عن كنه العلاقة التي تربط بين الإعلام والهويات الوطنية لتجاوز حاجز الهويات ما بعد–وطنية، فيما أعادت العولمة رسم الحدود الثقافية للدول وأضّعفت من الخرائط الثقافية والمحلية وجعلتها عديمة الجدوى، بسبب ضغط عاملي الزمن والمكان الذي يؤدي إلى إنشاء وعي جديد وحينها تنفصل الحدود عن الهوية.

بالنسبة لتيار ما بعد الحداثة قلل الإعلام من شأن عنصر المكان كوعاء ومحتوى للهويات الوطنية فاستمرار هويات الشتات غير المحصورة بالحدود الوطنية قدمت الدليل الواضح والملموس على أنه في نطاق العولمة فإن الإعلام العالمي (العابر للحدود) يتجاوز تعريف الهويات ونظم الحياة التي تتخطي حدود الدولة والهويات الوطنية[3]. يرى البعض أن التكنولوجيا الاتصالية تنطوي على طمس الهوية الثقافية، الأخيرة تعني التفرّد

[1] ينظر: مراد حكيم بباوي، **هندسة المعرفة وانقرائية الصورة الإلكترونية لإثراء الثقافة الفنية في التربية**، دار عالم الكتب، القاهرة، 2014.

[2] عبد الله زين الحيدري، **مرجع سابق**، ص 22.

[3] مصطفى قطبي، **الهويات الثقافية العربية... وبركان تكنولوجيا الاتصال**، الحوار، متاح على الرابط https://cutt.us/E0oBh، تم تصفحه يوم: 2020/03/24.

بكل ما يتضمن معنى الثقافة من عادات وقيم وسلوك ونظرة إلى الكون والحياة والتكنولوجيا الحديثة تزيد من درجة التنميط. ولذا يطرح السلوك التكنولوجي للاتصال إشكاليات ترتبط إحداها بطبيعة الممارسات الاجتماعية التي تظهر في حالة الفردانية التي تطبع هذا النمط من السلوك، كما أن العولمة أفضت بالممارسات الاجتماعية والفضاء الجمعي إلى القولبة التي تتمظّهر في المجتمع الشبكي الذي يمتلك خصائص وسمات محددة ومتشابهة وترتبط بتسويق أيديولوجيا معينة تشكل السلوك الاتصالي لمستخدمي الفضاء الرقمي.

لقد كان الهدف الأساسي لتكنولوجيا العولمة تكريس "الاستهلاك Consumption" الذي يشمل ما يطلق عليه المفكر المغربي **محمد عابد الجابري** "ثقافة الاختراق Penetration Culture" القائمة على فكرة الهيمنة على منتجات السلوك الإنساني. حيث يرى **برهان غليون** أن الأزمة العميقة أدت إلى ظهور تحولات انتقالية لن تجد نهايتها دون النجاح في الربط من جديد مع الثقافة الحقيقية، وهو ما يستدعي إعادة بناء الثقافة العربية ومراجعة السياسات الثقافية الرسمية والمحلية والعالمية وتطوير استراتيجيات جديدة لبناء الوعي والضمير الإنساني من قبل المثقفين وصانعي الثقافة[1].

3. شبكات التواصل الاجتماعي والفضاء الميدياتيكي.

لقد كان منطلق **غوستاف لوبون Gustave Le Bon** [2]تقديم فكر الالتفاف والتعضيد الاجتماعيين في طرحه لنظرية الحشد كمنظور تفسيري للظاهرة الاجتماعية، لكن سرعان ما تغيرت هذه المفاهيم لتكون أكثر حدةً واستقطاباً بتأسيس نظرية المجتمع الجماهيري كأحد المخرجات الاجتماعية لميلاد وتطور وسائل الإعلام، وعلى نفس المسار أنساق تحول المجتمع الجماهيري في ظل ثورات الاتصال التقنية المتلاحقة ذات الأبعاد الإيديولوجية مع قيم ومرجعيات النظم الاجتماعية المختلفة لتكون المجتمعات الشبكية أبرز مخرجات هذه التغيرات التقنية ذات الصبغة الثقافية والنسقية للعولمة والتقنية معا.

لقد أصبحت تمثّل وسائط الميديا الجديدة بمختلف تطبيقاتها، ظاهرة اجتماعية شاملة، عبّر عنها الباحث الأنثروبولوجي الفرنسي **مارسال موس Marcel Mauss** ظاهرة تحث مستخدميها على المجابهة الدائمة، لتدرك الإنسانية جمعاء الدور الذي تؤديه الميديا الاجتماعية والميديا الجماهيرية بشكل عام في حسم الصراعات الكبرى، إذ تمتلك وسائل الإعلام قدرة على الحشد والتعبئة وتوجيه الرأي العام والحسم في القضايا

[1] فؤاده البكري، **مرجع سابق**، ص 386.

[2] ينظر: غوستاف لوبون، **سيكولوجية الجماهير**، تر: هاشم صالح، ط1، دار الساقي، بيروت، 1991.

المصيرية، فضلا عن كونها من طبيعة بلاغية ميدياتيكية، فإنها في المقام الأول نابعة من واقع مركب تتحرك في ساحته العوامل المهيأة لنجاح التعبئة وتحقيق الحشد والحسم وصناعة الرأي[1].

في الوقت ذاته أتاحت هذه الأدوار التي تؤديها الميديا الاجتماعية Social media في تداول قضايا الشأن العام ومناقشتها والتأثير في صناعة الرأي وهو ما جعلها في بؤرة الاهتمامات الاجتماعية، حيث ظلت شبكات التواصل الاجتماعي محكومة بالوظائف الاتصالية، ومن الجائز اعتبار مرحلة الانبهار بتطور الأنظمة الاتصالية المدمجة سببا أخر وراء ما يحدث من تركيز واعتناء بدراسة شبكات التواصل الاجتماعي (ميديولوجياً وسوسيولوجياً)، وهي مرحلة شبيهة بالتي ميزت ظهور الإذاعة والسينما.

وتعود اليوم مرحلة الانبهار بالتقنيات الإعلامية والاتصالية لتخيم بظلالها على أدبيات الإعلام، واضعة من جديد البنائية الوظيفية منهجاً لتفسير مشهد التفاعلات المركبة الجارية على شبكة الأنترنت ومخرجاتها، حيث ظل هذا المشهد المتلاطم بالصراع والتغيير السريع، صراعا من أجل تحقيق الذات وتقرير الواقع، على امتداد عقود من الزمن صناعة ممأسّسة تتولى إدارتها وسائل الإعلام التقليدية، فالصراع والتغيير هما العنصران البارزان عند التفكير في الشبكات الاجتماعية، سواء تعلق الأمر بالتدوين كأسلوب لسرد السير الذاتية والتسويق الفكري والإيديولوجي والسياسي والاقتصادي، أو بالتسريب الإعلامي كوسيلة لإفشاء خفايا وأسرار السياسات العالمية وفضح الانحرافات في إدارة الشؤون السياسية والعلاقات الدولية أو بشبكات التواصل الاجتماعي على غرار تويتر Twitter وفيسبوك Facebook وماي سبيس Myspace وإنستغرام Instagram، فإن مقاصد الاستخدام للمواقع الاجتماعية برمتها كامن في التعبير الحرّ عن الرأي والإسهام في مناقشة قضايا الشأن العام بما ينسجم ومزاج الفاعلين في عمليات التواصل، وكذلك في الصراع من أجل تشكيل الواقع عبر صناعة المعنى، وهي الصناعة المثيرة التي وصفها **بوريار** و**ليوتال Bruyère & Leyotal** بـ "الصناعة المزورة للواقع Reality forged industry". وتعتبر قضية الميديا الاجتماعية قضية صراع وتغيير، فإنه لا يمكن فهمها سوسيولوجيا من خلال المقاربة الوظيفية كنظرية اجتماعية تهتم أساسا بالتوازن والتكامل في مستوى النظم، فالميديا الاجتماعية وسيط فردي دينامي يتحقق في الوسط الجمعي والجماهيري[2].

[1] عبد الله الزين الحيدري، **زمن الذباب والعشائر الإلكترونية، معارك الإثبات والإبطال في مجرة الذكاء الاصطناعي**، الجزيرة للدراسات الإعلامية، 17 أكتوبر 2019. ص ص 1، 15.

[2] عبد الله الزين الحيدري، **زمن الذباب والعشائر الإلكترونية، معارك الإثبات والإبطال في مجرة الذكاء الاصطناعي**، الجزيرة للدراسات الإعلامية، 17 أكتوبر 2019، ص ص 1، 15.

وبمقتضي الأطر الجديدة لهذه البيئة التكنو–ثقافية التي تغيرت فيها هندسة المجال العمومي الميدياتيكي، إذ تحولت العقلانية التكنولوجية من أداة للسيطرة على الطبيعة إلى أداة للسيطرة على الإنسان بدل تحريره ليظل ما يسميه **هربرت ماركوز Herbert Marcuse** بـ "القمع Oppression" مسلطا على الإنسان لا على مستوى الاجتماعي والسياسي والاقتصادي فحسب بل كذلك على المستوى النفسي، والواضح هنا أن "العقلانية التكنولوجية Technological rationality" التي تبنها المفكرون العلمانيون مثل **رنييه ديكارت René Descartes** باعتبارها أداة الانسان لسيطرة والسيادة، انحرفت عن وظيفتها لتتحول إلى معضلة في حياة الإنسان حسب ما يراه **هانز جوناس Hans Jonas** بسبب تحوّل العقلانية التكنولوجية تهديداً لإنسانية الإنسان[1].

من جانب أخر يرى الباحثون عن الميديا الجماهيرية الفردية كمجال عمومي أعاد من جديد رومانسية القرن الثامن عشر والتي عصفت بمجالات الأدب والفن والفلسفة إلى قلب الساحة الميدياتيكية معلنة عن ثورة حقيقية ضد أنساق الإعلام الكلاسيكي والمحكوم بضوابط الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها، فاتحاً بذلك مرحلة جديدة في إنتاج المعنى والتأويل والتفكيك من أجل هدم "المركز"، والتصدي لأشكال الترسب المستبد. ولما كانت القاعدة الوظيفية للإعلام الجماهيري هي الضبط في بعده الاجتماعي كما بيّنها **لازويل Lasswell وميرتون Merton ولازارسفيلد Lazarsfeld** في تحديدهم لوظائف الإعلام الاجتماعي، فإن الخاصية الأولى للإعلام الفردي الجماهيري هي الاستقطاب؛ استقطاب أكبر عدد من المستخدمين للشبكة العنكبوتية والمتابعين لمضامينها الإخبارية وغير الإخبارية، لأن جميع التحركات الذهنية والفكرية للأفراد الاجتماعيين في نطاق الشبكة تتحقق في سياق الشعور بالجماعة على نحو يجمع كل نماذج الاتصال اللساني بجميع وظائفه التعبيرية والمعرفية والانتباهية والشعرية، فهو هندسة جديدة في الإنتاج والنشر والتبادل والتفاعل الإعلامي والثقافي والعلمي، تحكمها رغبات المستخدمين للأنترنت وحاجاتهم للتواصل والمعرفة والتغيير والتطوير وتحقيق الذات[2].

والشعور بالجماعة هو السياق السوسيولوجي الذي تعزز في وجوده فعل الاستقطاب كظاهرة فردية جمعية ناتجة عن النقاش والتفاعل الاجتماعيين، ويستمد فعل الاستقطاب معانيه من وجود الجماهير المتنوعة في

[1] عبد الله زين الحيدري، **المرجع نفسه**.

[2] عبد الله الزين الحيدري، **الميديا الاجتماعية؛ الأدوات البلاغية الجديدة للسلطة الخامسة**، أشغال الملتقي الدولي بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس 2015، ص ص 1، 18.

الأوساط الثقافية المختلفة المنخرطة فكريا في منظومة الإنتاج والنقاش والتبادل الحر للمعنى الذي تؤمنه الميديا الفردية الجماهيرية، فالمستخدمون لشبكات التواصل الاجتماعي يعملون باستمرار على نشر آرائهم وأفكارهم والتعريف بمواقفهم إزاء القضايا الخصوصية وقضايا الشأن العام، ويتفاعلون بالمقابل مع آراء نظرائهم وأفكارهم ومواقفهم، ويجرى كل ذلك على نحو يكون فيه القصد من الفعل التواصلي هو الجذب والشدّ، بمعنى أن يتحول القائم بالاتصال إلى قطب مهم في عمليات التواصل المركبة اللاخطية عبر شبكة الأنترنت، فإذا كانت مقاصد الاتصال الجماهيرية في مستوى الإعلام الجماهيري الممأسّس هي الضبط في معانيه المجتمعية والسياسية، فإن الغاية الأولى للميديا الجديدة هي الاستقطاب بمعانيه الفيزيائية والاجتماعية، ويشكل هذا السلوك الاتصالي الأنترنتي منطقة استقطاب مهمة قد يترتب عنها كسب نفوذ رمزي، يمنح المدون أو المغرد قوة ميدياتيكية لها تأثيرها البالغ في توجيه الرأي، وظلت على هذا النحو أهمية الأفكار والآراء والمواقف السارية في منظومة شبكات التواصل الاجتماعي، تقاس بحدّة الاستقطاب الذي تحدثه بصرف النظر عن جودة مضامينها وانضباطها اللساني والأخلاقي[1]. تتسم المجتمعات الافتراضية –وفقا لهذا المنظور– بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدرج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدية، ولا يقتصر هذا التفكيك على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزه إلى الهوية الشخصية، وهذا الواقع الجديد يتمظهر فيه الإنسان في صورة "لا أحد" كونه أصبح رقميا[2].

يصطلح **جي ديبورد Guy Debord** على تواجد الفرد ضمن هذا الفضاء بـ" **مجتمع الاستعراض Review community**"[3]، فهو يرى أن علاقة الفرد بالوجود يمكن أن نعبر عنها بالثنائية الوجود/ التملك، أما في هذا المجتمع فتعبر عنها بالثنائية الوجود/ المظهر[4]، ولعل ما يسهم في استعراض المظهر هي ميديا الاستعراض كما سماها **دوغلاس كيلنر Douglas Kellner**[5]، التي أتاحت وسائل الإعلام الكلاسيكية في تسويقها للثقافة الاستهلاكية القائمة على المتعة والإثارة كسلعة بدل القيمة، ولازلت الميديا الجديدة تنتهج نفس المسار في تسويقها لمنتجاتها واستعراضها لعالمها السريع جداً القائم على مبدأ التسارع والتكاثف الذي

[1] عبد الله الزين الحيدري، **المرجع نفسه**.

[2] علي محمد رحومة، **الأنترنت والمنظومة التكنو–اجتماعية؛ بحث تحليلي في الآلية التقنية للأنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية**، مركز دراسات الوحدة العربية، **2005**، ص 259.

[3] مجتمع الاستعراض: صاغ هذا المفهوم جي ديبور في محاولة منه لنقد المجتمع الصناعي والاقتصاد الليبيرالي والثقافة الاستهلاكية في كتاب بعنوان "La Société du Spectacle" سنة 1967، ينظر: جي ديبور، **مجتمع الاستعراض**، ط4، تر: أحمد حسان، دار شرقيات للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.

[4] عبد السلام بنعبد العالي، **ميتولوجيا الواقع**، ط1، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 1999، ص 10.

[5] Look: Douglas Kellner, **Media Spectacle**, 1 st Ed, London, Routledge, 2003, p 02.

يقاس حسب معاييرها بعدد المتتبعين والمعجبين والمشاهدين في سياق التفاعل الاجتماعي ضمن فضاء افتراضي بديل للواقع.

ثانيا: الإعلام الديني الطائفي في وسائط الميديا.

شارك **غريغوري غوس Gregory Gause** مع **مالكوم كر Malcolm Kerr** في تقديم مفهوم "الحرب الباردة العربية The Arab Cold War" كتوصيف لما يحدث اليوم في منطقة الشرق الأوسط والخليج العربي من صراعات داخلية وإقليمية، تتشارك هذه الحرب أوجه شبه هيكلية هامة مع الصراعات التي حصلت في خمسينيات وستينيات القرن الماضي، لقد واجهت الأنظمة الضعيفة صعوبة في السيطرة على مجتمعاتها ولعب اللاعبون المحليون غير الدوليين دورا بارزا في الأزمة، وتم قياس قوة الأطراف الرئيسية بقدرتها على التأثير في الصراعات السياسية في الدول المجاورة تتضمن المواجهة الحالية عنصرا طائفيا بارزا لكن لا يمكن تحديده على أنه مجرد نزاع بين السنة والشيعة، فقد يؤدي وضع مثل هذا الإطار إلى تشويش التركيز التحليلي وتبسيط الديناميكيات الإقليمية[1]، إلاّ أن المعطى الطائفي فاعل وحاسم في صراعات الشرق الأوسط، ترتكز هذه الحرب الباردة الطائفية على آليات عدة تم توظيفها ضمن سياقات تكنولوجية ودينية وسياسية تتضافر معا لتكوين مشهدية الصراع وتحقيق الاستقطاب المذهبي في بنية الخطاب الإعلامي المواكب لحالة الصراع المذهبي في المنطقة العربية.

1. تحولات الخطاب الديني في ظل حركات التغيير العربي.

تناول المؤرخ الكندي **هارولد إينيس Harold Innis** العلاقة بين المعرفة والقوة مركزاً على دور وسائط الاتصالات، من خلال استنباط أشكال جديدة من وسائط الإعلام التي تعتبر حافزاً لتغيير في التنظيم السياسي والثقافي للمجتمع، محطمة الاحتكارات القديمة للمعرفة لتولد احتكارات جديدة في نهاية المطاف، ويعتبر **إينيس Innis** أن بنية وسائط الاتصال المختلفة تتزامن دوما مع صراع متعدد المستويات في شأن حق الوصول إلى المعرفة، ويتحول الصراع عندئذ إلى صراع تخوضه فئات اجتماعية متعددة في شأن إنتاج المعرفة والمعنى، ويكون لظهور وسائط جديدة في لحظات حاسمة محفزاً لصعود فئات اجتماعية ونخب جديدة، وفرصة لتطوير تنظيم اجتماعي حديث وعلاقات اجتماعية جديدة[2].

---

[1] Gregory Gause, **Beyond Sectarianism: The New Middelle East Cold War**, Qatar: Brookings Doha Center Analysis Paper, N° 11, July 2014, p 01.

[2] باسم الطويسي وآخرون، **ظاهرة ويكليكس: جدل الإعلام والسياسة بين الافتراضي والواقعي**، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2012، ص ص 110، 111.

يرى **بودريار Baudrillard** أن الخطاب الإعلامي اليوم ينتمي إلى خطابات ما بعد الحداثة، التي تمتلك فيه خصائص الانتقال المرحلية، القائمة على اختفاء الذات والعني والحقيقة، كنتيجة للحقبة التكنولوجية التي عايشها الخطاب الإعلامي لتحل الوسيلة محل الرسالة ما أسهم في تغيير الواقع الذهني والذوقي للجمهور[1]، وبالنظر إلى أن الإعلام يشكل الجانب التطبيقي المباشر للفكر الثقافي السائد في أي مجتمع، ما دفع بـ **تيودور أدورنو Theodor Adorno وهوركهايمر Horkheimer** إلى طرح فكرهما النقدي في بحث أدوار مؤسسات الإعلام وعلاقتها بالنظم الاجتماعية، واعتبارها أدوات للسيطرة الاجتماعية وإعادة إنتاج المجتمع بأنماطه السائدة[2]، وهو ما يؤصل مفهوم "السيولة Liquidity" باعتبارها نموذجا لنمط الحياة المعاصرة[3]، والتي شكلت معضلة رافقت تقاطع التقانة مع الثقافة في ظل العولمة، ما ساهم في تحويل الإيديولوجيا إلى فيديولوجيا، فهذه الأخيرة أكثر ضبابية وأقل موثوقية ومع ذلك فإنها تنجح في زرع القيم الجديدة التي يحتاجها السوق المعولم[4].

لقد أتاحت مميزات وخصائص الإعلام الجديد بما تشتمل عليه من فورية الاتصال وقلة التكلفة وسهولة الاستخدام فضلا عن التدفق الخبري الدائم على مدار الساعة من خلال الخدمات والتطبيقات التي تتيحها الشبكة العنكبوتية، حيث تضمن هذه الخصائص مجتمعة قدرة وسائط الإعلام على التعبئة، والتحرر من قيود السلطة السياسية والاتصال الأفقي والتشبيك فضلا عن انفجار الحراك الشعبي في عدد من العواصم العربية[5]، التي حققت وسائط الإعلام الجديد –ما عجز عنه الإعلام التقليدي– تغييراً على مختلف الأصعدة الإنسانية وخصوصاً الميدان السياسي الذي كان يشكل ثالوثاً محضوراً (السياسة– الدين– الجنس) في ذهنية الشعوب العربية.

تعود قوة تأثير الإعلام المعاصر في الأساس إلى التنوع الكبير في وجهات النظر التي تعرض على المتلقين، فأصبح أمامهم كم هائل من الخيارات والرؤى الفكرية التي تتراوح بين الدينية والعلمانية وبين القومية والكونية وبين المادية والروحية، كل هذا مصحوب بقوة الصورة وإثارة الجدّل، ما يشكل عاملا قوياً للتأثير في

[1] عبد الله الغذامي، **النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية**، ط3، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2005، ص 28

[2] عبد الغنى عماد، **الثقافة وتكنولوجيا الاتصال؛ التغيرات والتحولات في عصر العولمة... والربيع العربي**، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2012، ص ص 23، 24.

[3] زيجمونت باومان، **الحداثة السائلة**، تر: حجاج أبو جبر، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2016، ص25

[4] عبد الغنى عماد، **المرجع نفسه**، ص16

[5] إبراهيم إسماعيل، **الإعلام المعاصر وسائله ومهاراته تأثيراته أخلاقياته**، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014، ص 228

الرأي العام[1]. ففي الوقت الذي كانت تفرض فيه سلطات الأنظمة البوليسية في البلدان العربية على وسائط الإعلام الكلاسيكية الخناق والحدود القانونية التي تجعل من الإعلام في بنيته سلطوياً قائم على فكر النظام الحاكم وخاضع لرؤيته الشرعية أو الغير شرعية حسب مقاربات النظام، وجدت منصات الإعلام الاجتماعي القدرة على النفاذ وتقديم الرؤي ووجهات النظر بأريحية وهو ما ساهم في خلق فوضي ما عرف بـ "الربيع العربي Arab Spring" وجسد حالة الاستقطاب للميديا الجديدة التي حطمت فرضية إعلام السلطة للتحول إلى سلطة الإعلام بشكله الجديد.

على أعتاب التغيير السياسي الذي عرفته بلدان عربية عديدة كمصر واليمن وتونس وسوريا، برهنت فيها نتائج الانتخابات عن قوة وتنوع حركات الإسلام السياسي وصعوبة إخضاعها للمقاربات التصنيفية لمقولات "الما بعد" ورهاناتها التحليلية، فقد برز مصطلح "ما بعد الإسلاموية post Islamism"[2] عقب عقم وترهل مقولات مصطلح الإسلاموية وضحالة قدرتها التحليلية التفسيرية والتنبؤية، اضمحل يقينه بالسرديات الكبرى لأطروحات العولمة النيو–ليبرالية التي تنطوي على هيمنة استراتيجية أمريكية تقوم على مبدأ سيطرة الاقتصاد في حقل التنمية، ومبدأ سيطرة التقنية في حقل العلم، ومبدأ سيطرة الشبكة في حقل الاتصال[3]. وعلى هذا تشكلت الثورات العربية ضمن نمط أيديولوجي خارج عن القوالب الجامدة ولكنه يؤصل فكر

[1] إبراهيم إسماعيل، **مرجع سابق**، ص 228.

[2] ظهر هذا المصطلح في تسعينيات القرن الماضي من طرف عالم الاجتماع الأمريكي ذي الأصول الإيرانية "**آصف بيات Asef Bayat**"، طرح هذا المفهوم كمدخل تفسيري لدراسة التحولات في الحركات الإسلامية بعد الموجة الأولى للتغيير العربي والتي عرفته بلدان كسوريا ومصر وتونس واليمن، والتي أحدثت تغييرات عديدة على مستوى مفاهيم إسلاموية مثل مفهوم "الجهاد العابر للحدود"، ويعرف بيات "ما بعد الإسلاموية" انطلاقا من تعريف نقيضها وهو "الإسلاموية" التي يراها كأفكار وحركات تسعى لإقامة نظام الحُكم الإسلامي المتمثل في "الدولة" التي تُحكم بواسطة الشريعة الإسلامية وتطبيقاتها من خلال القوانين التي تمس الأخلاق. ويعتبر تمسك هذا النمط "الإسلاموي" بالدولة سمة أساسية من السمات التي تميز "الإسلاموية"، ويرى بيات أن كل المصطلحات التي تتسم بـ "ما بعدية" بالسيولة الشديدة من حيث التعريف، وقد تعارف فلسفيًا على أن "ما بعد" يشير إلى انتهاء حقبة معينة دون النجاح في تأسيس غيرها، أي انتهاء "الإسلاموية"، دون أن تنجح في صياغة مشروع واضح للدولة أو نظرية الحكم، أو إلى حدوث تحولات عميقة داخل الظاهرة قد تقوم بتغييرها عن الأصل الذي نشأت به، لقد احتل مفهوم "ما بعد الإسلاموية" مقام سردية جديدة أو نموذج تحليلي يمكن من خلاله توصيف وتفسير التطورات الحاصلة في بنيات وأفكار التجمعات وعلاقاتها التاريخية التي تنتمي إليها، وكذلك توجهاتها المستقبلية، أي أنه أضحى شبكة مفهومات مترابطة ببعضها تفيد تأسيس مرحلة فكرية جديدة تحت مسمى "ما بعد الإسلاموية" ينظر: سيف الدين عيد، "**ما بعد الإسلاموية" وفهم تحولات الحركات الإسلامية... في نقد أطروحة آصف بيات**، صوت ultra نشر بتاريخ: 2019/11/18، متاح على الرابط:https://cutt.us/0xTBU ، تم تصفحه يوم: 2020/05/28، ينظر كذلك:

Asef Bayat, **post-islamism; the changing faces of political islam**, oxford university press, London, 2013.

[3] محمد أبو رمان، **ما بعد الإسلام السياسي، مرحلة جديدة أم أوهام أيديولوجية**، مركز الدراسات الاستراتيجية، عمان، 2019، ص 25.

المرجعيات، لا تشذ الثورة الإيرانية عن هذا الإطار كونها ذات مرجعية دينية قوامها تقديس النصوص وعبادة الأصول والاشتغال بمنطق الفتوى ولغة التهديد وتشكيل شرطة عقائدية وحشود بشرية تعلن الولاء الأعمى، وتتشكل من ثنائية المرشد والقطيع، وبتالي فهي إقصائية المنهج تعمل على إدانة كل مغايرة وقتل كل فرادة[1].

من جانب أخر عرفت حركة الإخوان المسلمين في مصر سقوط أيديولوجي غير مسبوق، جاء بعده فشل التيار النهضوي في تونس، فقيام الفوضى المذهبية في سوريا، ليتحول الصراع الاستراتيجي والسياسي بين قوى الخليج العربية (قطر/المملكة السعودية والإمارات العربية) واشتداد الحساسية الدينية بين إيران والسعودية التي اعتمدت على منهج جديد يستند إلى المقاربات الفكرية ودينية قائمة على مستحدثات النيو–ليبرالية.

تعتبر الظاهرة الدينية أبرز الملامح التي رافقت التغيرات السوسيولوجية لحركات التغيير العربي، فقد أحدث هذا الحراك تغيّر واضح على مستوى بينة الخطاب الديني أولا، فالفاعليين في الخطاب الديني في المستوى الثاني، وهو ما تمظهر في خطاب المؤسسات الدينية والحركات الإسلامية في البلدان العربية[2]، وعلى الرغم من تأخر الحركات الإسلامية واضمحلالها سريعا في تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا إلا أن تأثيرها كان واضحا[3].

يمكن الجزم بأنّ الخطاب الديني في المنطقة العربية، سواء تعلق الأمر بخطاب المؤسسات الدينية أو الحركات الإسلامية أو التيارات السلفية أو الطرق الصوفية، مرّ بتحولات نظرية بدأت أولى معالمه في سياق الإكراهات التي أصابت المنطقة بشكل صادم ومباشر، على هامش التفاعل السياسي والأمني والاستراتيجي مع تداعيات أحداث 11 أيلول/سبتمبر 2001 في مرحلة أولى، وتداعيات أحداث "الربيع العربي" في مرحلة ثانية، وبالتالي لا يمكن للفاعل الديني أن يكون بعيداً أو غير معني بهذه التحولات، خاصة مع وجود مستجدات مجتمعية موازية تهم القيم والهوية والتدين تُفرض على الفاعل الديني في المنطقة العربية[4] (قيام الجمهورية الإسلامية الإيرانية التي عززت الانتماء الطائفي للشيعة في منطقة الخليج، وسقوط بغداد وتداعيات

[1] علي حرب، **ثورات القوة الناعمة في العالم العربي من المنظومة إلى الشبكة**، ط2، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2012، ص ص 71، 72.

[2] منتصر حمادة، **كيف أثرت أحداث "الربيع العربي" في الخطاب الديني**، حفريات، تاريخ النشر: 2020/02/19، متاح على الرابط: https://www.hafryat.com/en/node/14936، تم تصفحه يوم: 2020/05/29.

[3] حمزة مصطفى المصطفى، **المجال العام الافتراضي في الثورة السورية، الخصائص –الاتجاهات–آليات صنع الرأي العام**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، 2011، ص 66.

[4] منتصر حمادة، **مرجع سابق**..

الاحتلال الأمريكي على منطقة الشرق الأوسط والخليج العربية، وبروز لافت للحركات المتطرفة بداية بتنظيم القاعدة الذي تبني تفجيرات 11 سبتمبر 2001 ثم ظهور تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام).

يمكن الجزم أن ثمة انزياح خطير للثورات العربية والثورة السورية بشكل خاص نحو الطابع الديني، وهذا نتيجة تنامي دور الإسلاميين على مختلف أطيافهم. وانتماء الكتلة الأساسية من الحراك الشعبي إلى الإسلام، واعتماد المساجد والشعارات الدينية لانطلاق المظاهرات (مع توظيف الرمزية الدينية ليوم الجمعة)، وربما لأن أهم الكتائب المقاتلة حملت أسماء دينية فضلاً عن تنامي دور جبهة النصرة في الميدان العسكري، وربما بسبب خصوصية رياح التغيير العربي التي احتل فيها الإسلام السياسي وزناً كبيراً.

أفرزت حالة التشظي السياسي والديني التي عرفتها المنطقة العربية بفعل تغيير إحداثياتها المضطربة التي أتاحت للحركات المتطرفة إعادة التموقع في خارطة الفاعل الاجتماعي جغرافيا وسياسيا ودينيا. ففي ظل مزاعم الخلافة الإسلامية برز خطاب تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام(داعش) ليعيد هيكلة الخطابات الدينية في المنطقة العربية، اعتماداً على طقوس دينية بالغة التطرف تتمظهر في اعتماد العنف المذهبي وتشتيت المخيال العربي وزعزعة الوعي الجمعي للفكر الديني الإسلامي[1]، واستخدام مختلف وسائط الإعلام لتسويق أيدولوجيته وفكره القائم على صناعة العنف المتوحش، مستفيدا من فرادة نموذجه الذي اعتمد على توثيق كل أفعاله ومواقفه بطريقة هوليودية اجتذبت إليها كبرى وسائل الإعلام التي أمنت ضمنيا عمليات الدعاية لراديكالية التنظيم والتسويق للمغايرة الإسلامية البديلة عن المنهج الوسطي لحساب منهج قائم على الإقصاء والدوغمائية.

في هذا الصدد مثلت كتابات **راشد الغنوشي** في تونس والبيانات التي أصدرتها حركة النهضة، أهم العوامل في دعم الحالة الثورية وإكسابها زخمها[2]، مع اعتبارها الهدف الاستراتيجي "الأصولي Fundamentalist" الذي يقوم عليه التصور الأيديولوجي لخطاب الحركة الإسلامية في تونس[3]. فالشرائح المحتجة غير المتدينة أو غير المنظمة دينيا والمنخرطة في العمل الحزبي الإسلامي، وجدت نفسها في تقاطعات مع الخطاب الديني لبعض رجال الدين أو بعض الحركات الإسلامية نظراً إلى القيمة المضافة في تأثير خطابها في

[1] بليغ حمدي إسماعيل، **فقه الخطاب الديني المعاصر: هل الدين والسياسة لحظتان متعاقبتان**، ط2، عمان: دار الخليج للصحافة والنشر، 2017، ص 163.

[2] حمزة مصطفى المصطفى، **مرجع سابق**، ص 66.

[3] سهيل الحبيب، **المفاهيم الأيديولوجية في مجرى حراك الثورات العربية: مقدمة في استئناف المشروع النقدي للأيديولوجيا العربية المعاصرة**، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، يناير 2014، ص 119.

الوسط الإسلامي الشعبي ضد الأنظمة الحاكمة، وكما كان لخطاب النهضة الديني تأثيره في الوسط الشعبي الديني، وجد مثل هذا التأثير في مصر ولكن مع اختلاف في عدم قدرة حركة الإخوان المسلمين في مصر على إنتاج خطاب تصعيدي قوي لحساسية الحركة داخل النظام، وعدم قدرته على اللحاق بالنسق التصاعدي والحاسم للثورة المصرية، سوسيولوجيا يمكن تفسير سلوك الأقليات الدينية المتحفظ أو المتوجس في طريقة تعاطيها مع التغيير المفاجئ سياسياً واجتماعياً في غياب بديل مدني قادر على ضمان الاستقرار نفسه الذي توفره الأنظمة التوتيلارية، وفي هذا المشهد الاجتماعي الذي تظهر فيه الأقليات متوحدة يظهر انقسام في الأغلبية تجاه حركة التغيير، ويبدو المشهد الطائفي بقوة ليحكم أدبيات مجتمعية. ويعتبر هذا المشهد طبيعياً نتيجة فشل الدولة في إنتاج هوية وطنية جامعة، يمكنها من تثبيط تأثير الانتماء الفرعي، وفي ظل هذا التقوقع يظهر الخطاب الشعبوي الذي يحمل إشارات طائفية تلامس شريحة معينة ذات تأثير كبير لتغدو الأغلبية في تفكيرها وسلوكها أقرب إلى سلوك الأقليات[1].

إضافة إلى ذلك برزت ظاهرة الشيخ **القرضاوي** كظاهرة دينية أيدت المطالب الاحتجاجية للمجتمعات العربية وتبنت شعارات الثورات التحريرية، وعمد إلى التصعيد ومحاولة استنهاض الوسط الشعبي الإسلامي لمشاركة أكثر فاعلية، وقد امتد تأثير "**القرضاوي**" من منبره الديني أو من خلال وسائل الإعلام إلى انخراط الحركات الإسلامية للمشاركة بفعالية في الثورة وبخاصة في ظل إطلاق "الوعود الإلهية" بالنصر وزوال الطاغية. كما برز في اليمن خطاب مشابه قاده "**عبد المجيد الزنداني**" أحد أبرز المنتقدين للرئيس السابق علي عبد الله صالح، أما في سوريا فقد كان مشهد الخطاب الديني معقدا جدا لجهة التنوع الاثني والطائفي وخصوصية النظام والمجتمع السوري، وعلى خلاف ما هو سائد في المجتمعات من خطاب ديني موحد، وجدت سوريا أنواع مختلفة من الخطابات الدينية الذي وظفت في إطار سياسي خاص. وشكل خطاب الداعية "**عدنان العرعور**" خطاباً انتقادياً للمذهب الاثني عشري "الشيعي" والصوفية ووصل انتقاده حدّ التكفير، لقد بدأ الخطاب الشعبوي يظهر بقوة في سلوك "العرعور" فيما برز استقطاب طائفي حاد بدأ في الانتشار منذ عام 2008م، منذ انطلاق بث قناتي صفا والوصال اللتان حملتا خطابا دينيا متطرفا ضد الشيعة والصوفية[2].

[1] حمزة مصطفى المصطفى، **مرجع سابق**، ص 67.

[2] حمزة مصطفى المصطفى، **المجال العام الافتراضي في الثورة السورية، الخصائص –الاتجاهات–آليات صنع الرأي العام**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، 2011، ص 66.

على جانب مناقض حمل الخطاب الشيعي على عاتقه مجموعة من الدعاة أبرزهم **ياسر حبيب وحسن اللهياري** الذي قدم حمولة طائفية شديدة الخطورة في التطرف والتحريض بثته مجموعة من القنوات الدينية التي وصفتها بعض الدراسات[1] أنها تحمل محتوى كراهية وتحريض ديني ضد الأخر "السني"، مستغلة حالة الفوضى التي تعيشها بلدان كسوريا والعراق واليمن. يعتمد الإعلام الشيعي على خطاب يحمل في طياته مضامين دينية وسياسية خطيرة تمثل تهديداً للمسلمين وللقيم الإسلامية والعقيدة الإسلامية الصحيحة وللعالم الإسلامي، فهي تهدف إلى نشر قيم دينية جديدة تقدم نفسها كبديل عن القيم الإسلامية، تقوم على فلسفة الثأر والانتقام مما هو عربي وإسلامي، تركز في خطابها على عوام الناس وفق أسلوب الاستمالات العاطفية والذي يقوم على إثارة عوامل نفسية تتلاعب في عواطف المتلقين من خلال إثارة الحزن والشجون في نفوسهم باستغلال حادثة مقتل الحسين سبط رسول الله ﷺ وتكريس حالة الثأر والانتقام للفاجعة، والذي سيظهر للمتلقي من خلال هذه القنوات أن هؤلاء النواصب الذين ناصبوا لأهل البيت العداء، وشيئا فشيئا يجد المتلقي أن هؤلاء النواصب إنما هم أهل السنة والجماعة، الذين حرفوا الدين الإسلامي وفقا للرواية الشيعية طمعا في الحكم الذي هو حق لأهل البيت النبوة[2].

ويروج الإعلام الشيعي لبناء مشروع سياسي يستند إلى أصول دينية شيعية مدعوم من قبل النظام الإيراني في كثير من القنوات، يعتمد هذا المشروع على تغذية الشعبوية في المنطقة العربية، وهذا الأمر يظهر من خلال ربط العرب بأهل السنة والنيل من الحكام والأنظمة العربية، كما يعتمد الخطاب الإعلامي للشيعة على الإساءة إلى الرموز والمفاهيم الإسلامية، والطعن في الخلفاء الراشدين والصحابة وزوجات الرسول ﷺ كما في قناتي الفرات والفيحاء حيث تم السماح لبعض المتحدثين فيها بالتطاول على الخلفاء الراشدين أبي بكر وعمر

[1] تم بث فيلم استقصائي وثائقي أنتجته القناة الاخبارية BBC بعنوان "أثير الكراهية، عن التحريض المذهبي في القنوات العربية " ثم بثه في تاريخ: 2014/03/18، متاح على الرابط: https://www.youtube.com/watch?v=n_NKgXGcxX8، يعتمد الفيلم الوثائقي على استقصاء وتعقب القنوات الطائفية التي يرى أنها تثير الكراهية والعنف الديني ومعلوم أن إثارة الكراهية والعنف مسألة تتعلق بالتحريض الخطابي على الكراهية والعنف. ويشمل هذا خطاب التكفير الذي يقصد منه صاحبه المترتبات الشرعية كإقامة حد القتل والدعوة إلى العنف الصريح والتحريض على مخالفة القوانين التي تحفظ الأمن والاستقرار. وجد التقرير أن قنوات عديدة سنية وشيعة تمارس التحري المذهبي مثل وصال والصفا اللتان تحرضان مباشرة على العنف، ومثال ذلك هدد الشيخ الزغبي في الأخيرة باستعمال السلاح الأبيض لقتل الشيعة في مصر وحرضت قناة الصفا الشباب علانية على "الجهاد" في سوريا واستهداف الأشخاص وتعقبهم بناءً على الهوية المذهبية.

[2] عبد الرحمان سلوم الرواشدي وآخرون، **الفضائيات الدينية في العراق –الفضائيات الشيعية ... الهيمنة والتصدي**، ص 16، متاح على موقع www.haqnews.net

وعثمان[1]، كما تقوم أغلب القنوات الشيعية بعرض محاضرات **أحمد الوائلي** وهي تطفح بالسب والإساءة إلى الخلفاء والصحابة وخاصة السيدة عائشة رضى الله عنها. كما يقوم هذا الخطاب بالنيل من مفاهيم الجهاد والمجاهدين ومن مساجد أهل السنة.

يعتمد الخطاب الإعلامي الشيعي على إشاعة ثقافة العنف الطائفي والحض عليه، فالمتابع للفضائيات الشيعية يدرك تماما الدور التحريضي الخطير الذي تنتهجه الحركات الشيعية بما تبثه من أفكار طائفية ومغالطات للمتلقي فهي تعمل على تعبئة الشارع الشيعي ودفعه إلى الانتقام من السني، حتى قبل حادثة تفجير المرقدين في سامراء فإن في مثل هذه الحوادث يؤتي ببعض السنة ويتم عرضهم بأسمائهم وأسماء عشائرهم في هذه القنوات وإجبارهم على الاعتراف بارتكابهم هذه الأحداث. وكما تروج وسائل الإعلام الشيعية لفكرة التقسيم والانفصال الطائفي ضمن ما يسمى الأقاليم الشيعية[2].

وقد لعبت العديد من المؤسسات الحكومية والإعلامية على وتر الانقسامات الطائفية بين السنة والشيعة وعمقتها لتلافي تشّكل جبهة معارضة متعددة الطوائف وهو أمر بدا ممكنا في الأيام الأولى للثورة في البحرين، وبالتالي أوجدت خليجاً طائفياً، لكن إذا كانت الطائفية في الخليج تعزي في الأغلب إلى خطاب طائفي رعته النظم أو وافقت عليه، ومن العوامل التي شجعت على بروز الخليج الطائفي المتاجرون بالهوية الطائفية وتسويق الفكر الإقصائي عبر منصات الميديا بعد أن غدت الطائفية طريقة ناجحة لتشويه صورة الخصوم[3].

إن تعزيز المسألة الطائفية يأتي من نظرة الاستبداد والاستعمار لها كآلية ناجحة لتفتيت المجتمعات والسيطرة عليها وتكوين كتل منفصلة ومتصارعة تكون أشبه بالدمى التي يمسك بخيوطها المستبد أو المستعمر ليصبح الحكم والناظم الرئيسي والوحيد لطبيعة الصراع وتقسيم الحصص والنفوذ بين الأطراف المتصارعة[4]، وعلى هذا الإيقاع يمارس الإعلام الطائفي العربي وظيفته في تأكيد الانقسامات المذهبية والعمل على الشحن

[1] في أحد اللقاءات التلفزيونية في قناة فيحاء قام باسم عواد بإهانة الخليفة عثمان بن عفان وقال: "إن هذا التخلف والإرهاب يعود إلى العقيدة المريضة لعثمان".

[2] عبد الرحمان سلوم الرواشدي وآخرون، **الفضائيات الدينية في العراق –الفضائيات الشيعية ... الهيمنة والتصدي**، ص 16، متاح على موقع www.haqnews.net،

[3] توبي ماثيسن، **الخليج الطائفي والربيع العربي الذي لم يحدث**، تر: أمين الايوبي، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2014، ص 16.

[4] بدر الإبراهيم، **النزاعات الطائفية في منطقة الخليج**، منتدى العلاقات العربية والدولية، الدوحة، 2012، ص ص 1، 13.

الطائفي ما يفضي على تعميق النزاعات وتحويله إلى صدام عسكري ليس فقط محليا بل إقليميا وهو ما يحدث في سوريا، التي تحولت فيها مطالب إسقاط النظام إلى حرب طائفية ومذهبية باسم الدين أو العقيدة، صراع بين العلوية والسنية والأكراد لتتداخل فيها قوى إقليمية أخرى كتركيا وروسيا ودولة الإمارات العربية وحزب الله فكل يرعى الطرف الذي يدعمه إيديولوجياً وسياسياً ومذهبياً.

إن حالة خطاب الكراهية الطائفية والعرقية والمذهبية والسياسية، شكلت أحد أبرز الملامح في المنطقة العربية بعد ثورات الربيع العربي، إذ بدى أن تلك الكراهية تفسر جانباً من التعثرات والتقلبات السياسية في المراحل الانتقالية التي طغت عليها سمات عدم التوافق السياسي بين الكتل والتيارات السياسية، وتنامي نزعات الانتقام والإقصاء المتبادل فيما بينهما، والحشد على أرضية كراهية الأخر المختلف سياسياً أو عقائدياً أو مذهبياً أو مناطقياً بالإضافة إلى تفشي سياسة تكفير الأخر سياسياً ونزع الوطنية عنه[1].

كشفت ثورات الربيع العربي عن شرخ عميق في بنية الإعلام العربي، وتبدّت أزمته في عدد من القضايا الرئيسية والمحورية، في مقدمتها إشاعة نزاعات التطرف والغلو ولا يمكن مقاومتها إلاّ عبر بناء ثقافة ديمقراطية تتولاها قوى مدنية حقيقية وتيارات متنورة تؤمن بالاختلاف والتعددية والشراكة الاجتماعية في صناعة القرار، وفي هذا السياق ذهبت الفضائيات العربية في تغطيتها للحراك العربي ليس فقط للانزياح لحدث على حساب حدث أخر، بل لوحظ أنها التي تصنع الحدث أحياناً من حيث تضخيمه أو فبركته أو التلاعب بمجرياته، في هذا السياق انتقدت صحيفة الواشنطن بوست Washington Post تغطية قناة الجزيرة الفضائية للثورات التي اندلعت في الدول العربي، وأكدت أن القناة توشك على فقدان مصداقيتها بسبب تغطيتها الأحادية الجانب لبعض الأحداث[2].

لم تتوقف مهمة الإعلام العربي في ربيع الثورات عند هذا الحدّ بل ذهبت لابتداع الصراع الطائفي والمذهبي بين المسلم السني والشيعي، فيما عمد الإعلام الرسمي لبعض الدول العربية كالبحرين والسعودية إلى بث الروح الطائفية داخل مماليكهم من أجل حماية بقائهم في السلطة دون النظر إلى المخاطر الحقيقية الخطرة لمثل هذه الدعاية الإعلامية التي استندت على إشاعة خطاب كراهية مفتوح بين فئات الشعب من أجل بقاء السلطة الرسمية في كرسي الحكم، فوسائل الإعلام البحرينية عمدت على تصوير انتفاضة دوار اللؤلؤة على أنها

[1] وليد حسني زهرة، **إني أكرهك: خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي**، ط1، الأردن: مركز حماية وحرية الصحفيين، 2014، ص 137.

[2] وليد حسني زهرة، **المرجع نفسه**، ص 146.

طائفية شيعية ضد الطائفية السنية وفي الوقت نفسه أخذت وسائل إعلام السعودية تسرد الرواية البحرينية وتتهم شيعة الخليج بالتخطيط لانتفاضة بإيعاز من إيران.

وقد كان لمواقع التواصل الاجتماعي تأثير كبير في ثورة تونس ومصر وليبيا واليمن وسوريا، فلقد تحول استخدام الأنترنت من مجرد التسلية والترفيه إلى التعبئة والتحريض، لعبت فيه دورا كبيرا وأحدثت تأثيراً مباشراً في تغيير اتجاهات الرأي العام[1]، لقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي على تعدديتها في احتواء حركات التغيير العربي وشكلت الحاضنة التي دفعت بها إلى قاطرة التحرر والحشد الشعبي والتعبئة وصناعة الرأي العام، وهو ما تجاهلته الأنظمة السياسية التقليدية في العديد من البلدان العربية واستهانت بقوته، لتجد أن حالة الغضب في الميدان الافتراضي يتحول إلى أرض الواقع ويسهم في إسقاط حكومات متغلغلة في جذوة السلطة السياسية في بلدان كاليمن ومصر وتونس وليبيا والسودان والجزائر مؤخراً، وهي نماذج تقدم دروس ذات أهمية كبيرة حول أهمية هذه الوسائط ومدى خطورتها خصوصاً في التوظيفات ذات الطابع الإيديولوجي المسيس.

2. أدلجة الإعلام الديني في الميديا الاجتماعية:

يضع المفكر الفرنسي **سيرج لاتوش Serge Latouche** الإعلام المعاصر كجزء من شبكة العولمة التكنو–اقتصادية والثقافية التي تجتاح العالم اليوم، وتسهم العولمة بما تحمله من مبادئ الربح والتكاثر ومقدرة على زعزعة نظام القيم ومن توليد هائل للأزمات الأخلاقية على بنية المجتمع[2].

ولذا تجتاح الأيديولوجيا مختلف معالم الفكر الإنساني، لتنساب وفق تصاميم معينة تترافق مع مخرجات الفكر والوجود الإنسانيين، إذ أعطت الدولة الحديثة شكلاً جديداً للفعل السياسي قائم على التعددية لتنشئ بذلك تعريفاً سوسيو تاريخي قائم على التعددية الثقافية، وهو ما يسوق ضمنيا مفهوم "العصبوية Sectarianism"[3]. وإذا كانت الأيديولوجيا تمارس هويتها في التقنين والتسنين حسب رؤية الفاعل الاجتماعي، فإن **فرنان برودويل Fernand Braudel** يرى "أن الدين هو السمة الأكثر قوة إذ يتموقع في

[1] إبراهيم إسماعيل، **الإعلام المعاصر وسائله ومهاراته تأثيراته أخلاقياته**، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014، ص 230.

[2] محمد حيدر، **البعد الأخلاقي في الإعلام المعاصر أدلجة الخبر والصورة**، مجلة الجيش، العدد 85، أفريل 2008، متاح على الرابط: https://cutt.us/ecyEA تم تصفحه يوم: 2020/03/17.

[3] إدريس هاني، **ما وراء المفاهيم من شواغل الفكر العربي المعاصر**، ط1، الانتشار العربي، بيروت، 2009، ص33.

قلب الحضارات ويشكل ماضيها وحاضرها، لذا فإن مختلف التحولات الحضارية العميقة ناتجة عن التحولات الدينية والصحوة التجديدية[1] التي تنطلق من مدارس هذه الديانات"[2].

فعملية أدلجة الدين وتوظيفه سياسيا تقحمه في مسار مغلق ورجعي وتحكم على هذه الحركات الدينية بالإقصاء والتلاشي، باعتباره ظاهرة مؤدلجة يتم تضيقها وبعث التناقضات الداخلية فيها. لذا فإن عملية تسويق الظاهرة الدينية تعتمد على الإنفتاحية المادية التي أتاحتها العولمة ووفرتها الحتمية التقنية التي جعلت من الدين يخضع لعمليات التشظي والاستقطاب، وقد فرضت تلك المبادئ التي أفرزتها العولمة وأتاحتها التكنولوجية الاتصالية نوعا خاصا من الممارسات الدينية وكونت أشكال متنوعة ترافقت مع تنوع التوجهات الدينية المتعددة، فأُخضعت التقنية لعمليات ترتبط بالإيديولوجية التي كانت لسان حال الخطاب الديني المتعدد الفاعليين، والظاهر أن الصدام الثقافي والديني اليوم لم ينحصر في بعده المكاني أو الزماني فقط، بل امتد ليشمل مختلف مجالات التواجد والحضور الإنساني ليتجلى في ممارسته وتصوراته وتمثلاته الفكرية والحضارية والفقهية التي كرستها وسائل الإعلام، وتحظي المنطقة العربية بتنوع فسيفسائي ديني كثيف الرموز، ما يلزم حضور الميدياتيكيا التي ترافق هذا التنوع الهوياتي سواء في إيقاعه المتناسق أو المتصارع.

لقد أسفر هذا الانتقال التقني في تجاوز الأطر القانونية التي تقنن من الخطاب الديني تحت مسمى حرية التعبير، إلاّ أن حالة الخطاب الديني في القنوات الفضائية تعكس إلى حدّ كبير (وربما تتجاوز) حالة العداء والتفكك الداخلي للذات المسلمة، فالوقوف على تخوم هذا التفكك في الخطاب الديني الإسلامي في منابر الإعلام بشقيه الجديد والقديم المستمر، كان جليا أنه يحاول اصطناع هوية دينية ذات خلفية سياسية، فالتغيرات السياسية التي عرفتها بلدان عربية حاولت منصات الميديا الاجتماعية تحويلها إلى متنفس ديني ذي هوية سياسية يعكس حالة التأزم والتشرذم الإعلامي التي يعيشها الإعلام العربي والديني، وهو يدلل على غياب المصداقية والعبثية في بناء محتوى يستند إلى معايير الخطاب الديني الما-بعد حداثي.

ينطوي الخطاب الديني في منصات الإعلام الاجتماعي على فكر سياسي يستحضر المقدس لتبرير الفعل السياسي، ويؤصل الفكر الإقصائي للأخر مهما كان نوعه ودرجة قربه من الذات فهو يبرر شرعة الجهاد والتكفير وإراقة الدماء في سبيل الاستعلاء، وهو الصراع القائم في فضاءات الإعلام التقليدي والجديد بين دعاة

[1] يرفض الغزالي كلمة صحوة ويرجعها إلى أصول أجنبية، إذ يرى أن الصحوة جاءت كمخرجات للثورة الإيرانية، والأصح هو استخدام مصطلح الحركات الإسلامية، ينظر: مجموعة مؤلفين، **الحركات الإسلامية المعاصرة في الوطن العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1989.

[2] مسفر بن علي القحطاني، **صدام القيم قراءة ما بعد التحولات الحضارية**، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2015، ص 37.

الفكر السني والشيعي بشكل خاص، لذا كان هذا الخطاب كثيف الدلالة يحمل معه إيديولوجيا تبرير العصبية والتطرف الديني من خلال استحضار الرموز الإسلامية والأيقونية الدينية كأطروحة حجاجية وسند فكري يسترعي الإقناع ويبعث على الشحن العاطفي الذي سرعان ما يتحول بفعل استراتيجيات عاطفية كالاستعطاف والتذليل والتهويل –كما هو موجود لدى الشيعة– وتحويله سوسيولوجيا إلى انفعال ديني يصبح (بفعل التكرار) مجالا للفعل الاجتماعي المبرر بفعل ما تم غرسه ثقافياً وعقدياً.

تشكل الخرائط الإدراكية والأطر المرجعية والمخططات الذهنية أكثر الصور المجازية المهيمنة في تحديد الأنساق الأنطولوجية والمعرفية التي يستخدمها الإنسان في إدراك الظواهر والمشكلات المعقدة وفهمها وتشفيرها وفك شفرتها، وترتبط الخرائط الإدراكية بعقل الإنسان وذاكرته، فالعقل الإنساني يعتمد على مقدرة توليدية، مستقر على الكثير من الخبرات والمنظومات الأخلاقية والرمزية، فسلوك الإنسان وإدراكه للواقع يعتمد منظومة إدراكية وأخلاقية ورمزية وإيديولوجية تشكل في كليتها خريطة إدراك الإنسان، وتعتمد وسائل الإعلام على استنهاض المخزون الإدراكي لجمهورها، وتحفيزه على استخدام خارطته الذهنية، والتي تم بنائها من طرف هذه الوسائل وفق استراتيجية مدروسة، إلى الحدّ الذي تجعله لا يستطيع الرؤية خارج المجال الذي تحدده هذه الخريطة، لتصبح مرجعا يحكم عليها تصوراته عن الوقائع والأحداث. فوسائل الإعلام العربية والإسلامية تستعمل الخرائط الإدراكية لجماهيرها وفق إيديولوجيات معينة، تعمل من خلالها على بناء خطاب إعلامي محفز لرأسمال المعنى عند هذا الجمهور، والذي يتضمن عمليات التأطير المكثفة للأخبار والصور والتقارير، التي تحشر الأحداث في سياق الصراع مع الأخر، خصوصا في وقت الأزمات أين يكتسب الخطاب الإعلامي أهميته من منطلق كونه لا يكتفي بتصوير الواقع ونقله بل يسعى إلى تهيئة الأرضية المعرفية والسياقية المناسبة للمتلقي لحمله على تبني مقاربة توافقية حول الأزمة[1].

ومن هذا المنظور تعمل وسائل الإعلام على تهميش القدرات الدفاعية لدى المتلقي العادي بدرجة كبيرة، ويسعى الإعلام الموجه إلى تعديل النظام الإدراكي بصورة مستمرة لترسيخ بعض المزاعم وتحويلها لمسلمات من خلال تقنيات الحذف والإضافة لإعطاء صورة مزيفة شبيهة بالحقيقة، وفي هذا الصدد يقول

[1] عبد العالي زواغي، **كيف يوظف الإعلام الخرائط الإدراكية لنشر الطائفية والكراهية**، مجلة المجتمع، مقال تم نشره يوم 09/04/ 2016، متاح على الرابط: https://mugtama.com/ntellectual/item/32381-2016-04-09-12-00-55.html تم تصفحه يوم: 2020/03/27.

سقراط أن الناس ينخدعون فيصيغون آرائهم عن الحقيقة، ويتضح أن الخطأ قد تسلل إلى عقولهم عبر صور معينة تشبه تلك الحقيقة[1].

وتساعد الخريطة الإدراكية في فهم طريقة استقطاب الجماهير وتوجيه الرأي العام في حالات الصراع المذهبي والطائفي، فالإعلام الشيعي يستدعي في جمهوره الأحداث الماضية في عهد العباسيين والأمويين وظلمهم لآل البيت وشيعة علي بن أبي طالب، واستحضار صور اللطم وشق الصدور ومشاهد عن مقتل الحسين بن علي من أجل جعل ذاكرة المعاناة حية في وجدان المشاهدين[2]، وعلى هذا تؤسس الميديا الدينية الشيعية فكرة المظلومية وتؤصلها من المخيال الجماهيري وفق رؤية تعتمد على إحياء التراث بما يحمل من فكر إقصائي وذاكرة مغيبة في التاريخ، ليعاد توصيف الصراع الحضاري اليوم تحت مسميات ماضوية وتحت عباءة التاريخ الإسلامي بما يحمله من تحريفات وتشوهات لأصول الحقيقة.

يعتمد التشكيل النصي والدرامي لأحداث المنطقة العربية في وسائل الإعلام الطائفية ويركز على تفعيل الخريطة الإدراكية لجمهورها، مع الصياغة الرمزية لهذه الأحداث وخلق أنماط لغوية وتمثلات ذهنية واستدلالات معرفية تنسجم مع المحددات المعرفية والسياقية التي يتم تبنيها في كلا الطرفين: الشيعي والسني، فالخطاب الطائفي لا يزال يصور ما يجري في اليمن وسوريا والعراق ولبنان على أنه حرب بين يزيد والحسين، كما أنه يرجع الممارسات الإرهابية الحالية في سوريا إلى سلوك من تألبوا لانتزاع الحكم من آل البيت[3]، لذلك فحتى الشعارات الموظفة إعلامية مأخوذة من التاريخ الإسلامي القديم وما زالت تستعملها وسائل الإعلام في صناعة خطابها وتسويقه، ومثال ذلك توظيفه لشعارات "يالثارات الحسين" "الرافضة" "النواصب" "النعرات الطائفية" "الصفويون"، وغيرها من الممارسات المعجمية التي تحيل على تكثيف الرموز الدلالية ذات المحتى الطائفي وتسهم في تعميق الصراع وربطه بالتاريخ الإسلامي المشحون.

[1] أحمد فهمي، **هندسة الجمهور كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات**، ط1، مركز البيان للبحوث والدراسات، الرياض، 2016، ص 84.

[2] عبد العالي زواغي، **كيف يوظف الإعلام الخرائط الإدراكية لنشر الطائفية والكراهية**، مجلة المجتمع، مقال تم نشره يوم 09/04/ 2016، متاح على الرابط: https://mugtama.com/ntellectual/item/32381-2016-04-09-12-00-55.html تم تصفحه يوم: 2020/03/27.

[3] عبد العالي زواغي، **المرجع نفسه**.

3. سوسيولوجيا الأنا –الآخر (السني/ الشيعي) في وسائل الإعلام:

يطرح موضوع "الآخر" في المشهد السياسي والاجتماعي والديني المعاصر الكثير من التساؤلات والاستفسارات والقضايا المتداخلة، إذ أن طبيعة التطورات والتحولات والأحداث التي تجري اليوم في العديد من الدول شكلت حافزا هاما لتداول مسألة الآخر وطبيعة العلاقة المرسومة للتعامل معه، ويختلف هذا الآخر من موقع لأخر ومن دائرة لأخرى، بمعنى أن الموقع الذي يحدده الإنسان لنفسه هو بدوره الذي يحدد الآخر القريب والبعيد، فالآخر بالنسبة إلى "الذات" الدينية هو ذلك الإنسان الذي ينتمي إلى دين أخر[1]، لذا فإن إشكاليات طرح مفهوم "الآخر" في الفكر العربي والإسلامي يستدعى ضرورة حضور مفهوم "الأنا" وتحديد معالمه وحدوده وضوابط تجليه.

ويمكن الحديث عن وجود تلازم صوري ومفاهيمي مشتبك بين مصطلحي الأنا والآخر، ويعود هذا التشابك المفاهيمي إلى آليات توظيف صورة الأنا والآخر والمرجعيات الفكرية التي يتم الاعتماد عليها في بناء هذه الصورة، ثمة مفهومان مهمان في أعمال **كولي Cooley** أولهما مفهوم الذات (المرآة) التي تشير إلى تحيلنا لما نبدو عليه في نظر الآخرين وتحيلنا لحكم الآخرين علينا، وهذه التخيلات يترتب عليها شعور معين يحدد تصرفاتنا، أما المفهوم الثاني فهو الـ "نحن" أو الذات الجماعية، ويشير إلى صيغ معينة للآنا تتحقق في حالة وجود جماعة تضم في عضويتها عدداً من الأفراد يشعرون بالتعاون فيما بينهم وباختلافهم أو تعارضهم مع جماعة أخرى[2]. ويرتبط سؤال "الآخر" ارتباطاً تكاملياً بسؤال الهوية، فالهويات تتكون نتيجة لعبة الاختلاف والحقيقية أن وجود الآخر هو واقع غامض في الجوهر ومربك، فمن ناحية يثير "الآخر" المخاوف والقلق، في هذا الصدد يقول **كانتي Canetti** "أن ما من شيء يخيف الإنسان أكثر من لمسة المجهول"[3]، فصورة الذات تتحدد من خلال الآخر وتحدد تمثلاته وهويته وأسس كينونته، ويضطلع الإعلام بتأدية هذا الدور وفي عمليات التأسيس المُنهج وتنميط الصور الذهنية عن الذات والآخر، للتتحول في المخيال الجمعي إلى هوّية موّطنة غير قابلة للتبديد أو التجديد ولذا يجرى تأسيس صورة الذات "السنية" أو "الشيعية" من منظور وسائل الإعلام وفق منطلق تحديد الذات لتحديد الآخر.

---

[1] محمد محفوظ، **ضد الكراهية، من أجل تفكيك خطاب الكراهية في العالم العربي**، ط1، المركز الإسلامي الثقافي، لبنان، 2012، ص 47.

[2] مبارك علي الطالب، **صورة الشيعة في المخيال الجزائري، طلبة جامعة تلمسان نموذجا**، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي والديني، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2014/2013، ص 70.

[3] مبارك على الطالب، **المرجع نفسه**.

يتشابك الصراع السني الشيعي في الفضاء الإعلامي ليعكس هو الأخر تشابك غير بعيد عما عاشه في صدر الإسلام وعبر مراحل زمنية أخرى، ومع ما أتاحته التكنولوجية الحديثة بداية بظهور الفضائيات الدينية تم تجديد هوية الصراع الطائفي في المنطقة العربية ليتحول إلى فوضي طائفية تتأسس على عنف مذهبي لا يقل قوة وكثافة حمولية عن المعارك التي عرفتها جبهات الصراع السنية والشيعية في الواقع.

في هذا السياق تندرج عملية التطيّيف في مذهبية الصراع الإقليمي في المنطقة، واستخدام الطائفية ومنظومتها التقليدية وبناء منظومات جديدة بوصفها ذخيرة لها، فثمة عملية تطييف مفرطة واستقطابية وعصبية راهنة للسياسة غير مسبوقة في التاريخ العربي الحديث برمته، وهو ما يمثل تغييراً جذرياً في طبيعة الصراع، وقد لوحظ في سياق بروز عملية التطيّيف المفرط والعنيف تمفصلات مركبة بين العنف المجتمعي والعنف السياسي والعنف الطائفي والعنف الهوياتي... واستناد بعض النظم التسلطية على عصبيات أو تحالف عصبوي ضمني ساهم في عملية التطيّيف تلك[1].

ويتم استدعاء انتقائي وأداتي تعبوي ووظيفي لمنظومات نظرية وفقهية قديمة لإعادة بناء متخيلات وصور ذهنية عصبوية تنميطية عن الأخر إلى حدّ يمكن تسميته بخطاب "نحن" و "هم". وأشد خطراً من ذلك وهو التمادي في استخدام التطيّيف المذهني والهوياتي المشحون، والناتج هو انتشار ثقافة الكراهية الطائفية وجرائمها وصورها وتبريرها، وتسويغها بطريقة تكمل تقريبا تورط معظم الفاعليين في هذه العملية الرهيبة التي تستبدل وعيا طائفيا زائفا يقوم على الصراع بين "نحن" و"هم" بالوعي السوسيولوجي الحقيقي بحاجات هذه المجتمعات للديمقراطية والتنمية والعدالة وترسخ قيم المواطنة ومؤسساتها[2]. إن الأدوات الاجتماعية التقليدية المستندة إلى مفاهيم المجتمعات الفسيفسائية، والتصنيفات المدرسية بين الروابط العمودية والروابط الأفقية والعلاقات الشخصانية والعلاقات غير الشخصانية غدت بالفعل تقليدية ومدرسية: فلقد تطورت هذه العلاقات والروابط الأفقية في المجتمعات نفسها التي عاودت فيها الطائفية المسلحة والاستقطابية البروز على مستوى تفكك البنية الفسيفسائية[3]. وهو ما يفضي بالصراع بين الأنا والآخر السني / الشيعي إلى مزيد من الحدّية والتأزم في ظل غياب عمليات ضبط وإعادة هيكلة العلاقات الاجتماعية داخل التنظيم الاجتماعي القائم في المبدأ الأول على فكر التعايش والمواطنة.

---

[1] مجموعة من المؤلفين، **المسألة الطائفية وصناعة الأقليات في المشرق العربي الكبير**، المؤتمر العلمي السنوي الثالث في قضايا التحول الديمقراطي، 15/13 أيلول/سبتمبر 2014، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ص11

[2] مجموعة من المؤلفين، **المسألة الطائفية وصناعة الأقليات في المشرق العربي الكبير، المرجع نفسه.**

[3] **المرجع نفسه.**

تعمل الفضائيات الشيعية الطائفية على إبراز الآخر (السنّة) وفق تمثلاتها لهم، والشي ذاته تقوم به القنوات السنية الطائفية، إن الصورة التي يشكلها الخطاب الديني الطائفي تمليها متطلبات النزاع المسلح في المنطقة العربية والقوى المتصارعة من أجل الاستيلاء على الحكم في هذه الدولة أو تلك وحلفائها. ويشخص الخطاب الشيعي الآخر السني بأنهم يرفضون المساواة بين المسلمين، وإنهم مصدر الظلم الذي استشرى في العالم الإسلامي، ويمولون الإرهاب ويؤازرونه، إنهم أداة بيد أمريكا تسلحهم وتحولهم إلى دواعش، تنكروا لآل البيت وما زالوا يفعلون ذلك، وانحرفوا عن الدين الإسلامي، وأنهم أشد خطرا على الأمة الإسلامية من اليهود[1]. فبخس الآخر (أهل السنة) وذلك بالعمل على تعبئة التمثلات للذات الشيعية لدى المشاهدين، والسعي إلى تغليف نزعاتها بالطابع الديني الذي يدفعها إلى تعميم الأحكام، والخروج عن المنطق خدمة لأجندتها السياسية في المنطقة، ومن ثم القفز على الحجج التي تطعن في تمثلها للآخر، ويخفي جوهر الصراع الدائر في سوريا أو العراق أو ليبيا أو مصر، ويطمس الأسس التي قامت عليها الانقسامات بين القوى السياسية المتصارعة من أجل الحكم في سوريا أو التحالفات التي تقوم بها، فالإقرار بوجود حركة أحرار الشام الإسلامية والجبهة الإسلامية الكردية وجيش الإسلام ولواء الحق وصقور الشام وداعش؛ يطعن في مصداقية صورة أهل السنة في الخطاب الشيعي الطائفي المتلفز على أساس أنهم يشكلون كتلة واحدة وموحدة، إن إبراز الأنا بهذه الصفة المعارضة والإقصائية للآخر يشكل مادة إيديولوجية تبرز وجود قوى عسكرية إيرانية وعناصر من حزب الله تكافح في سوريا إلى جانب القوات الموالية للأسد[2].

لقد كان تصور الأنا السني تصورا واقعيا تاريخيا تقوده خلفية برجماتية منفعية، وتستوجب طبيعة الواقع السياسي في تناقضاته المتعددة، فلم يقع تجريد الزعيم من جوهره الزمني والتسامي به إلى مرتبة متعالية على البشر زعيم في السلطة يمارس الحكم لابد من أن يخطئ فهو ككل البشر ضعيف وقوي قادر وعاجز، كائن نسبي في مقابل الزعيم الشيعي الكامل المطلق، وما هو مطالب به في المخيال السني لا يفوق قدرات الإنسان الموجود[3]. وإننا لا نجد في الأدبيات السنية الاهتمام ذاته الذي أولته الأدبيات الشيعية لشخص علي بن أبي طالب وأبناءه، ولا شك في أن المرحلة التأسيسية للفكر الإسلامي دور كبير في تشكيل هذا الموقف، فالسلطة الأموية باعتبارها الطرف المباشر في الصراع مع العلويين كانت تمسك بزمام الأمور بعد إزاحة أخر عقبة (الحسين) عن طريقها، واحتاج الواقع الجديد إلى تأسيس سلطة توازي في تأثيرها فكرة انضواء العلويين تحت

[1] نصر الدين لعياضي، **الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية: كلفة الخطاب وتداعياته، مرجع سابق**، ص ص 1، 19.

[2] نصر الدين لعياضي، **مرجع نفسه.**

[3] مبارك على الطالب، **مرجع سابق**، ص 78.

مظلة آل بيت النبوة فكان السلاح من نفس طبيعة سلاح العدو، أي الحكم باسم السنة النبوية والتظلّل بمظلة إمارة المؤمنين، وكان للأمويين ما أرادوا وانبرى تحت رايتهم نخب متعددة منها الأصوليون لتبرير ما حدث في العاشر من محرم وتركز موقفها على فكرتين: الأولى تُحمّل الحسين مسؤولية ما حدث له ولأهله بسبب سوء قراءته السياسية والعسكرية لخصمه، والثانية تحاول أن تشيع براءة يزيد بن معاوية مما وقع للحسين وآل بيته، فنشطت الحركات الجبرية للترويج لفكرة ضرورة الإيمان بالقضاء والقدر وأن كل ما يقع هو من تقدير وقضاء الله، وبالتالي تكون سلطة الخليفة الأموي هي قدر إلهي وأن الاجتماع حوله أفضل من فرقة الأمة، إن هذا الصمت والتجاهل لأحداث كربلاء نجح في بلورة موقف تطوّر عبر التاريخ وأصبح موقفاً رسمياً لأصولي المذاهب السنية وأول معالمه صورة نمطية للحسن والحسين كطفلين صغيرين يقفزان على ظهر جدهما رسول الله محمد ﷺ، وعندما نستقرئ الصورة في مجاليها الشيعي والسني نجدها متطورة ومتغيرة، ففي المجال الشيعي تحركت الصورة بين موقعي الإفادة والاستفادة، لقد تنامي الفكر الانتقامي بعد القرنين الثاني والثالث هجري، فازداد تمسكه بالقضية وبالغ في الدفاع عنها إلى حدّ أفقدها مقوماتها وخصوصياتها فترك ذلك تأثيرا في العقل الجمعي الشيعي[1].

وقد خضعت صورة الحسين السنية إلى تطور وانزياح تاريخيين، إذ بعد الخجل والحياد الذي حكم العلاقة معها تطور الموقف الفقهي إلى التهميش المتعمد وإنكار تناولها في المجالس والمناسبات لما قد تسببه من حرج لبنية المذهب رغم ما تزخر به المدونات السنية من تمجيد وتعظيم للعلويين[2]. ويشخص الخطاب السني الطائفي (الشيعة) ليظهرهم "على أنهم طائفة لا عهد ولا وفاء لهم، يؤمنون بالخزعبلات مثل عودة الإمام المهدي المنتظر، ويعبدون فاطمة الزهراء والحسن والحسين، وأنهم أخطر على المسلمين من اليهود، لأن هؤلاء يستهدفون دولة واحدة أما الشيعة فإنهم يستهدفون كل الدول العربية والإسلامية"، كما يبرز الخطاب الشيعي "الذات ككتلة واحدة متماسكة ويبني تمثلاته بناء على النزاع المسلح الدائر في أكثر من بلد عربي، ومن ثم يقفز على الحقيقة التاريخية التي مفادها أن نظام "الملالي"[3] عمل على تصفية الشيعة في إيران الرافضين لحكم "الإمام

[1] مبارك علي الطالب، **صورة الشيعة في المخيال الجزائري، طلبة جامعة تلمسان نموذجا**، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي والديني، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2014/2013، ص 78.

[2] مبارك علي طالب، **المرجع نفسه**.

[3] الملالي مفرده ملا وتعني فقيه مسلم، يستخدم المصطلح في مناطق العراق وإيران وتركيا وإيران وشبه القارة الهندية، بحيث يكون الملا هو خريج مدرسة دينية إسلامية، ويمثل نظام الملالي مشروع شيعي إيراني ذا مضمون ديني ثقافي وسياسي، اعتمده الخميني لتحويل المنطقة إلى أمة شيعية، من خلال جعل إيران تلتزم بالمذهب الجعفري الاثني عشري وإقرار ذلك في دستور إيران، وبالاعتماد على مجموعة من الأدوات أبرزها المال والإعلام

الفقيه" منذ إعلان الخميني عن قيام الجمهورية الإسلامية الإيرانية، ويبرز الخطاب "الأنا" من "الآخر" النقيض الذي يطمس جزءا كبيرا من أناه، والمتمثل في أن السنة ليسوا كتلة واحدة ومتماسكة في مواقفها من الصراع الدائر في المنطقة العربية، ورغم أن خطاب القنوات التلفزيونية السنية الطائفية تسعى إلى تبرئة أهل السنة من الصورة التي تلصقها بها القنوات الشيعية الطائفية، فإن بعضها انجر في تطرفه إلى تأكيدها نظرا لهيمنة الرؤية الطائفية للاختلاف الفقهي بين المذاهب، فجعل الطائفة التي يتحدث بلسانها تتماهي مع "داعش" في زمن تبرأت منه كل دول المنطقة بل جندت إمكانياتها لمحاربته[1].

يطرح الصراع والجدل الواسع والمعارك الكلامية المتبادلة من سب وشتم وقذف وتكفير في وسائل الإعلام السنية والشيعية والتي تتخذها منبرا لتسويق التطرف وخطابات الكراهية الدينية والطائفية، وهو ما يجعل الصراع الداخلي بين طرفي الإسلام يتجاوز فكر إعلاء الذات من منطلق التبرير للفاعل الاجتماعي، إلى إقصاء الآخر وفتح المجال إلى التعاون الخارجي ضده ، على هذا تقدم شخصيات إعلامية معروفة في الأوساط السنية أو الشيعية خطابات تثير الانفعال الديني والشحن العاطفي، ومثال ذلك ما قدمه الداعية الشيعي الكويتي **ياسر حبيب** حين قام بتنظيم احتفالية قام بعرضها على مختلف منصات الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي وهي احتفالية ذكرى وفاة عائشة تحت عنوان "عائشة في النار"[2]، وتثير هذه السلوكيات المتطرفة حالة شحن وغضب عارم في الأوساط السنية التي يتم استثارتها بداعي الانتقام لسيدة عائشة رضي الله عنها، يقودها عدد من الشخصيات السنية، ينتهي الأمر بصدام بين المتطرفين السنة والشيعية والذين ينتهجون العنف والقتل والتكفير سبيل لإرضاء ما تم استثارته عبر وسائل الإعلام.

والتوجيه والخبرات والدعاة والدفع بهذه الأدوات إلى محاولة تشييع الوسط السني، ما أدى إلى حدوث تصادم بين الطوائف السنية والشيعة كما حدث في العراق وسوريا.

[1] نصر الدين لعياضي، **مرجع سابق**، ص 1، 19.

[2] تم تداول الاحتفالية بعنوان "عائشة في النار" من طرف الداعية الشيعي ياسر الحبيب وتكرارها في كل سنة عبر قنواته الفضائية وحسابته الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي، متاح على الرابط: https://www.youtube.com/watch?v=KY7ax6k3q6w تاريخ الزيارة: 2020/05/12.

ثالثا: تويتر والصراع الطائفي السني الشيعي في المنطقة العربية.

كان أول خلاف نشأ في تاريخ الدولة الإسلامية عشية وفاة الرسول ﷺ، ومنذ ذلك الوقت اشتد الصراع بين بني أمية وبني هاشم حول السلطة، اتخذ فيها مستويات ثقافية وفكرية وحتى أدبية وشكلت آلية الاستناد إلى الماضي لتأكيد الأحقية في الحكم الحاضر[1]، وهو ما أصل فكرة "الشعوبية" في الفكر العربي الإسلامي، ليتخذ الصراع أبعاد دينية تأسيسية رغم أن جوهره كان الوصول إلى السلطة السياسية. لقد انتقلت عمليات العنف الممنهج من الواقع إلى منصات الميديا، وحتى بعد إعلان طقشند عام 1999م، الذي دعي إلى ضرورة الفصل بين جوهر الدين وظواهر العنف، والدعوة إلى التسامح بين الأديان، تأكيداً على الأبعاد الإنسانية، ومع ذلك استمرت عمليات العنف الديني في الكثير من بلدان العالم وبشكل خاص في منطقة الشرق الأوسط بعد أحداث 11 أيلول/ سبتمبر 2001[2].

عمدت الجهات المتطرفة إلى توظيف وسائل الإعلام كأدوات استراتيجية في حربها المذهبية والطائفية المعتمدة على الدين كمبرر لهذه الحرب، وتم استغلال المجال السيبراني وأدلجته في سياق الصراعات الدينية والمذهبية، ما كثف من حضور الخطاب الطائفي في فضاءات الميديا الجديدة.

لامست التحولات التقنية مجالات النشاط الإنساني التي وصل امتدادها إلى عملية صناعة المحتوي وتأسيس الخطاب الإعلامي ويشكل مفهوم المنظومة إطارا نظريا يمكن من فهم الممارسات الاتصالية المختلفة المرتبطة بتقنية ما، فهي نظام مركب تتفاعل داخله عناصر عدة: تقنية – خطابات- وعلاقات- تبادل وهو ما يجعل من الإعلام الجديد منظومة رابعة في سلسلة تطور وسائل الإعلام[3]. وإن كان للإعلام التقليدي توصيف السلطة الرابعة لما أحدثه من تغيرات جمة في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فإن الإعلام الجديد أحدث انقلاب ميدياتيكي مسّ بعدي الزمن والمكان وأحدث فوضى في بينة العلاقات الاجتماعية، ما أفضى بإشكاليات كثيرة تتعلق بهوية الخطاب في ظل الإعلام الجديد ومنصاته المتعددة ومن بينها تويتر كأنموذج للدراسة الحالية، وتحديد علاقاته البنيوية والوظيفية بقضايا الصراع الطائفي السني الشيعي في المنطقة العربية.

---

[1] ناصر حامد أبو زيد، **النص، السلطة، الحقيقة الفكر الديني بين إرادة المعرفة وإرادة الهيمنة**، ط1، المركز الثقافي العربي الدار البيضاء، 1995، ص21.

[2] يوسف زيدان، **اللاهوت العربي وأصول العنف الديني**، دار الشروق، ص211.

[3] الصادق حمامي، **الإعلام الجديد مقاربة تواصلية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 4، 2006، ص ص 1، 12.

1. تحولات الخطاب الديني في الميديا الجديدة.

بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر حدثت قفزة في الاهتمام بالعامل الديني وأثره على السلوك السياسي وتحوله إلى متغير مهم في التفاعلات السياسية الدولية، وأدى ظهور تنظيم الدولة الإسلامية في العراق والشام (داعش) وما أحدثه من نقلة في طبيعة التهديد الإرهابي وتشكيل تحالفات إقليمية ودولية لمواجهته سببا في الانتقال بالمسألة الدينية في العلاقات الدولية إلى مصاف المسائل التقليدية مثل الصراع على النفوذ والقوة وسباق التسلح والتكامل الإقليمي.

وقد أظهرت الكثير من الأحداث أهمية العامل الديني في الشأن السياسي داخلياً وخارجياً، ولايزال الدين يقوم بأدوار ووظائف سياسية مهمة، إذ يمنح الشرعية للسلطة السياسية ويقوضها ويدعم السياسات الداخلية والخارجية، فضلا عن كونه مصدر للثورة ضد النظم السياسية حيث توظفه المعارضة في حشد الاتباع وتعبئتهم، ويسهم في تشكيل الرأي العام ويوفر تفسيرات سهلة مطمئنة للأحداث المعقدة على الساحة الدولية.

ويتحقق تأثير الدين في الشأن السياسي من خلال بعدين على الأقل: إما كعامل مؤثر في تشكيل الهويات والقيم والتوجهات والسياسات، أو كقضية للصراع داخليا أو خارجيا، وحسب **جاك سنايدر Jacques Schneider** فالدين يمكن أن يغير نمط العلاقات الدولية من خلال تحديد الفاعلين وأهدافهم ومواردهم والقواعد التي يتصرفون وفقها[1].

جاءت الكثير من الحركات الاحتجاجية تحت مسميات الصراعات الطائفية والتحريض الديني، فوصفت ثورة الشعب البحريني بأنها انتفاضة شيعية ضد السنة، وفي الأحداث التي شهدتها السعودية في منطقة القطيف وصف المطالبون بالإصلاح بأنهم متمردون شيعة ضد الدولة السعودية الراعية لأهل السنة، وفي لبنان وصلت الأمور إلى حدّ الاقتتال بين السنة والشيعة، وفي العراق فإن أهالي الأنبار تم وصفهم بأنهم متمردون من أهل السنة، ولم يسلم المسلمون ولا المسيحيون في مصر من العنف الديني بعد أن أخذت الخلافات السياسية فيها بعدها المذهبي الطائفي. وفي سوريا فإن الحرب فيها تأخذ صفات شتى إلا أن أبرز ما فيها أنها حرب بين أهل السنة والشيعة، ولا يقف لبنان واليمن بعيدا عن هذا المشهد الذي تستعر فيه الصراعات بين عدد من الطوائف الدينية[2].

[1] صالح بن محمد الخثلان، **الدين والسياسة الخارجية الروسية**، مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، ص ص 5، 6.

[2] وليد حسني زهرة، **مرجع سابق**، ص 141

بالاعتماد على المنظومة السوسيو-دينية المكونة للمجتمعات الدينية في المنطقة العربية نجد أن تكوين بعض المجتمعات الدينية يتحول إلى طبقات اعتقادية مغلقة تلغي الحراك الاجتماعي صعودا وهبوطا وتدمج الطبقات الاجتماعية والشرائح المهنية التي تسودها ثقافة كهنوتية إرهابية تستهدف إنتاج جمهور أعمي[1]. ينعكس الواقع الثقافي والديني في عمليات تأسيس الهويات الثقافية لتلك المجتمعات المنغلقة وفق المفهوم الغرامشي القائم على مبدأ هيمنة الثقافات في صراع الطبقات الاجتماعية، وهو ما يحيل إلى "هابيتوس L'Habitus"[2] متصدع متأثر بانغلاق الفكري والديني الاجتماعي للمجموعات الدينية الطائفية وبين التقنوية العالية التي تتيح مجالات أوسع وأكثر كثافة وحضورا، وهو ما يجعل مبدأ الهابيوس متوتر ومتناقض في الوقت نفسه.

لذا يصبح كل نظام سياسي قائم في المجتمعات العربية والإسلامية مشبع بإيديولوجيا الهيمنة الخاصة به، يقدم لغة مشتركة وخطابات وتمثلات معيارية متفق عليها على نطاق واسع من قبل الفاعلين في الصراعات العضوية بين طبقات المجتمع[3]. وإذا وفرت وسائط الميديا للطبقات الاجتماعية صوتا مسموعا كفيل بتوجيه الصراع العضوي بين الطبقات الاجتماعية إلى صراع تقنوي يوظف الوسيط الإعلامي بما يحمله من خصائص وسمات ليجعل من ممارسة العنف في بعده السوسيو-ديني مجالا افتراضيا يتأسس وفق معادلة "الفردانية"، وتفعيل دور الاهتمامات المشتركة في البناء العضوي الافتراضي للجماعات المتعاضدة والمتصارعة في الفضاء العمومي الافتراضي.

أدي ظهور الإعلام الجديد بأدواته ووسائله الجديدة كثورة في عالم الاتصال، إلى قلب المعادلة الاتصالية (المرسل – الرسالة – المتلقي) رأسا على عقب، لم يتوقف التغيير الحقيقي عند الوسائل فحسب، لكنه امتد ليشمل المفهوم أيضا فأصبح كل مستخدم عربي للأنترنت بإمكانه أن يكون مرسلا قادرا على استخدام

[1] خليل أحمد خليل، **سوسيولوجيا الجمهور السياسي الديني في الشرق الأوسط المعاصر**، ط1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2005، ص 16.

[2] يعد مفهوم الهابيتوس من المفاهيم التي قدمها عالم الاجتماع بيير بورديو وأكثرها إثارة للجدل، منذ طرحه لأول مرة في كتابه "نظرية الممارسة"، ويعبر هذا المفهوم عن مجموعة من الميول والتصورات التي يمتلكها الفاعل الاجتماعي، مضافا إليها الاستعدادات والمكتسبات الأولية التي تنتج ويعاد إنتاجها عن طريق التنشئة الاجتماعية والموروثات الثقافية والتبادلات المستمرة للخبرات الرمزية والمادية عبر عدد من الوسائط، أبرزها وسائل الإعلام.

[3] مايكل بوراي، **الهيمنة الثقافية: عندما يلتقي غرامشي ببورديو**، تر: خلود الزغير، الجمهورية، تم نشره يوك 2018/08/09، متاح على الرابط: https://0i.is/z60j تم تصفحه يوم: 2020/04/01.

الوسائط المتوفرة في الأنترنت، بات العالم العربي أمام تدفق إعلامي غير مسبوق، تحول بموجبه المتلقي العربي إلى مرسل يتمتع بكل الفرص والصلاحيات التي كانت حكرا على المؤسسات الإعلامية[1].

أحدث الإعلام الجديد عبر الوسائط الإلكترونية هزة عنيفة مع نهاية عام 2010 على وقع الثورات المتتابعة في الشارع العربي في كل من تونس ومصر واليمن وسوريا والبحرين التي كان فيها لوسائط التواصل الاجتماعي كالفيسبوك واليوتيوب وتويتر الدور البارز في تحريك الشارع اتجاه الثورة على أوضاعه الداخلية التي كانت إلى عهد قريب رهينة تعاطي حذر ومتراخي من قبل الإعلام التقليدي المتهم بالانحياز إلى المواقف الرسمية الحكومية في أغلب الأحيان[2].

وقد تجاوزت الميديا الجديدة من محدودية الوسيط الاتصالي في تقديمها للمحتويات ذات الحساسية الدينية والسياسية، والتي يتحاشى الإعلام التقليدي الخوض في غمارها بسبب ترسانة القوانين الإعلامية وأخلاقيات الممارسة التي تفرض قالبا معينة يحدّ من عمل المؤسسة الإعلامية في فضاءها التقليدي الضيق، لذا فإن الملاحظة التي يمكن إبدائها في عمل بعض المؤسسات الإعلامية التي تسوق خطاب كراهية والتحريض الطائفي؛ تمركز مراكز بثها خارج البلدان العربية مثل قناتي فدك وصوت العترة التي تبثان في لندن، وبعيدا عن الهيكلة التقليدية التي تؤطر عمل المؤسسات الإعلامية إلاّ أن الميديا الجديدة أتاحت عمليات استقطاب الجماهير الواسعة والمنتشرة من خلال تكريس مبدأ "الفردانية Individualism" و"الانعزالية Isolationism" لفعل التلقي في الوسيلة الإعلامية الجديدة، وتفعيل مبدأ "الاهتمامات المشتركة Common interests" التي تؤدي إلى تكوين مجال عمومي افتراضي مركزي أو هامشي، حسب مركزية الفكرة المهيمنة أو السلطة الاجتماعية التي تتيحها الصفحات التي تحظي بأكبر عدد من المتابعين والمشاهدين حسب نوع منصة الإعلام الاجتماعي، أتاحت الميديا الجديدة كسر احتكار المؤسسات الإعلامية في صناعة الرأي العام، ما وفر لمختلف الشخصيات أن تكون مركز اهتمام للكثير من المتابعين فظهر youtubers و bodcasts و Mannequins وذلك ما سبب في انهيار عدد من المؤسسات الإعلامية.

[1] تيطاواني الحاج، **أدلجة الإعلام في عصر العولمة والتحولات الراهنة في العالم العربي**، مجلة الحكمة للدراسات الاستراتيجية، الجزائر، العدد 23، 2013، ص ص 1، 28.

[2] تيطاواني الحاج، **أدلجة الإعلام في عصر العولمة والتحولات الراهنة في العالم العربي**، مجلة الحكمة للدراسات الاستراتيجية، الجزائر، العدد 23، 2013، ص ص 1، 28.

رأى **مانويل كاستيلز Manuel Castells** أنه في ظل ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتبدل الرأسمالية العالمية، أصبحنا نعيش تنازع قوتين من أجل تحوير العالم وحياتنا هما: العولمة والهوية، لقد خلقت ثورة تكنولوجيا الإعلام وإعادة بناء الرأسمالية نمطا جديدا من المجتمع، إنه مجتمع الشبكات تخترقه الثقافة الافتراضية الواقعية ويكون فضاء تدفقات، وزمنا غير زمني، تعبر كلها عن أنشطة مهيمنة ونخب مسيرة ترافقها تظاهرات قوية لهويات جماعية تأتي متحدية العولمة والمواطنية العالية باسم الخصوصية الثقافية ومراقبة الأفراد لحياتهم وبيئتهم، وعلى هذا يرى هبرماس أن شبكات التفاعل الاجتماعي تتشكل من علاقات اتصالية ومن اتحاد الأشخاص المتعارضين في الاتصال، لقد عبر **سيمون Simon** عن هذه الوضعية في ما سماه بـ"الفيزيولوجية الاجتماعية Physiologie sociale" وهو القاعدة السوسيولوجية في إعادة التنظيم الاجتماعي التي تتيح إعادة تنظيم المجتمع والانتقال إلى إدارة الأشياء وفق المنطق الشبكي للعلاقات الاجتماعية[1]، ويتيح المجال التقني إعادة صياغة العلاقات الاجتماعية في بوتقة واحدة، وعلى هذا فالتقنيات الاتصالية التي عرفتها البشرية عبر مراحل تاريخية مستمرة، تمتلك تمثلاً وتشكل رمزاً اجتماعياً[2].

تحدث **جان فرانسوا مايير[3] Jean- François Mayer** عن الدور الذي يمكن أن تؤديه الأنترنت في إحداث ثورة دينية في مجتمع من المجتمعات، ويلاحظ مايير أن المواقع الإسلامية تؤكد في معظمها أنها لا تمثل الإسلام ولكنها تمثل فهماً واجتهاداً ضمنياً له، غير أن المواقع المتشددة تدعى أنها تنطق باسم الدين، وبهذا يتحول منشئو هذه المواقع من مبلغين إلى علماء يسحبون البساط من المؤسسات الدينية الرسمية ومن الهيئات العلمية المدنية، فلقد أتاحت التقنيات الاتصالية الجديدة عبر الويب الانبعاث الجديد للكثير من الحركات الدينية التي لم تجد لها صدى في أرض الواقع. فظهرت الكثير من المدونات الشخصية التي تعبر عن آراء وتطلعات شخصية للمنتمين للحركات الدينية المختلفة، لقد أدى نجاح المدونات الدينية واكتساحها للساحة الويبية، إلى تحويل أصحابها إلى فاعليين دينين ينافسون ممثلي الديانات الكبرى، إن من أبرز ما حققته الأنترنت هو جعل الفضاء الافتراضي دار للدعوة والتبشير وترويج الملل والنحل والطوائف والمذاهب العتيقة

[1] أرمان وميشال ماتلار، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين لعياضي والصادق رابح، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005، ص 26.

[2] أرمان وميشال ماتلار، **المرجع نفسه**، ص 28.

[3] جان فرانسوا مايير مؤرخ وعالم اجتماع سويسري من مواليد 25 أفريل 1957 في فريبورغ بسويسرا ، سبق أن كان مسؤولا عن مشروع مركز الصندوق الوطني السويسري، درس علم الاجتماع الديني في جامعة فريبورغ وهو اليوم مدير ومؤسس مركز المرصد الديني باللغتين الفرنسية والانجليزية الذى أنشئ عام 2002 وصدرت له عدة مؤلفات ودراسات ومقالات حول التيارات الدينية وآفاق الأديان، منذ 2006 أصبح مايير المستشار العلمي للمشروع الجديد "الدين والسياسة" الذي أطلقه المركز الجامعي للدراسات العليا في مجال العلاقات الدولية والتنمية بمدينة جنيف السويسرية.

والحديثة، إذ وفرت الشبكة العنكبوتية انتقال سريع للأفكار والتحليلات والرسائل بين ملايين الناس بنقرة واحدة، جعل من الصفحات والمواقع الدينية تفقد قدرتها المناعية أمام النقد والتجريح والتشهير وإعلان الحرب الافتراضية ولقد استطاعت الكثير من المواقع الإسلامية المتشددة والمتطرفة المرتبطة بالإسلام أن تشن غاراتها عن طريق الكرّ والفرّ والاختفاء والظهور والانتقال من موقع إلى موقع أخر في الشبكة الإلكترونية[1]، وهذا ما جعل الحروب تتحول إلى حروب افتراضية.

أحدثت تكنولوجيا الويب في جيلها الثاني نقلة نوعية في العلاقات والتفاعلات الاجتماعية، والحصول على المعلومات وتكوين الصدقات ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات الفورية والتواصل والتفاعل المباشر بين جمهور المتلقين. ويسجل لشبكات التواصل الاجتماعي كسر احتكار المعلومة، كما أنها شكلت عامل ضغط على الحكومات والمسؤولين، ومن هنا بدأت تتجمع وتتحاور بعض التكتلات والأفراد داخل هذه الشبكات لتحمل أفكارا ورؤى مختلفة متقاربة أو موحدة أحيانا، ما أثر على تلك الشبكات وزادتها غنى[2].

لقد استقطب الظهور المرحلي للميديا الاجتماعية اهتمام المجتمعات على اختلاف ثقافاتها لما بدأت تحدثه من خلخلة لمركزية الصناعات الإعلامية التقليدية، المنتجة في الغالب للهيمنة وللاستبداد، برز هذا النوع من الميديا بتدفق قوي في حرية التعبير، لاحت فيه شبكات التواصل الاجتماعي كقوة قادرة على مقاومة الحكومات والإمبراطوريات الاقتصادية الكبرى، وكإنجاز عظيم حقق ما كان يرنو إليه الرئيس الأمريكي ويلسون Wilson حين كان يردد أنه طالما أن هناك دبلوماسية سرية لا يمكن أن توجد ديمقراطية، والدلالة الواضحة هو أن اختراق دوائر الصمت والتصدي للسياسات القمعية والأنظمة المركزية التي تخفي حقائق الأمور المتصلة بشتى الممارسات الفكرية والسياسية والعسكرية كان يحتاج لآليات في الكشف والتعبير لفضح أنساق الأنظمة المهيمنة في المجتمع الرافضة للتنوع الفكري والأيديولوجي[3].

تجلت شبكات التواصل الاجتماعي كنظام بإمكانه الاستجابة لاختراق دوائر الصمت ومنح الأفراد الاجتماعيين حضورا فكرياً وسوسيولوجياً (حضورا حجبته لوقت طويل أنظمة الإعلام الجماهيري الخطية)،

[1] الحسن سرات، **الأنترنت والدين**، الجزيرة، تم نشره بتاريخ: 2006/12/17، متاح على الرابط:https://0i.is/ahv2 تم تصفحه يوم: 2020/04/01.

[2] فهد بن علي الطيار، **شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر أنموذجا**، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014، ص 196.

[3] عبد الله الزين الحيدري، **الميديا الاجتماعية؛ الأدوات البلاغية الجديدة للسلطة الخامسة**، أشغال الملتقى الدولي بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس 2015، ص 97.

لكن الجدير بالنظر في الظاهرة هو أن كل الذي يحدث من تفاعل وتذاوت عبر هذه الشبكات، يجري بواسطة اللغة الوليدة عن واقع الأفراد الاجتماعيين في جدليتهم التواصلية مع الواقع الذي يعيشونه، متطهرة —اللغة– من الضوابط والقواعد اللسانية[1]، لذا فإن شبكات التواصل الاجتماعية باعتبارها شبكات سوسيو–رقمية بصدد إحداث تحول في الاتصال في صيغة تطور تاريخي في الاستخدامات تتمحور حول الانتقال من "النشر Publishing" نحو نموذج "للمشاركة Parcticipate" و"المساهمة Contribution"[2]، ويتعدى هذا الأمر إلى عمليات رقمنة العلاقات الاجتماعية وتبويبها ضمن مجالات افتراضية، وبات يتم تعريف المشاعر بـ "Share" أو "Like" والتقدير من خلال "Comment" ولفت الانتباه بـ "Poking" والقطيعة بال "Block"[3].

2. براديغم الصراع الطائفي السني الشيعي في تويتر:

لكل وسيلة صبغتها الخاصة وهذا ما أكدته مختلف التكنولوجيات القديمة والمعاصرة التي رافقت نشأت وتطور منصات الميديا الجديدة، فالكتاب ليس التلفاز ولا التلفاز هو الإذاعة، فكل اختلاف ناتج عن خصوصية تقنوية أفضت بظلالها على طبيعة المحتوى المقدم في هذه الوسائل، وعلى هذا تفرض تويتر شروطها الاستخدامية من حيث الحجم والتقنية والخصائص وطريقة التغريد، وكل خلاف لهذا يجعل المستخدم "يغرد خارج السرب"، فضلا على أن محتوى التغريدة يعتبر استثنائيا وذو خصوصية يختلف عن المقال أو البحث أو الحوار والنقاش[4]، وعلى هذا يفرض تويتر قانون "المثافقة Intellectuals" الفكرية والاجتماعية ويمنح للمستخدم قدرة دلالية وفكرية واسعة المدى على الابتكار والتفوق الشبكي، فتويتر يجسد قدرة تأصيلية عالية التماهي تساعد على التعبير الحر على مختلف التصورات الفكرية والذهنية تعبيرا مقتضبا ومعمقا في محيط الشروط الاستخدامية التي تفرضه تويتر بـ (288) حرفا بعدما كانت (144)، ويتيح تويتر خدمات تعتمد على تحديثات Updates تتيح لأي شخص مشترك الحصول عليه.

---

[1] عبد الله الزين الحيدري، **المرجع نفسه**، ص 97.

[2] شوقي العلوي، **الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية تجربة أوباما 2008 نموذجا**، أشغال الملتقى الدولي بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، **مرجع سابق**، ص 263.

[3] محمد علي فرح، **صناعة الواقع الإعلام وضبط المجتمع أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع**، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014، ص 240.

[4] عبد الله الغذامي، **مرجع سابق**، ص 16.

لقد طرحت محطة CNN تقريرا يشير فيه إلى هزيمة القناة الفضائية أمام تويتر في عدد من الحوادث، حيث تمكن أفراد بسطاء من نشر معلومات لحظوية بأسرع من مراسلي القنوات وما يمتلكونه من قدرات تقنوية، وكان أهم ما في التقرير هو عنوانه "الطائر الثري Rich bird " بتاريخ 2013/11/06، ولا شك أن ثراء تويتر وعصفوريته الزرقاء لا يقف عند تناقل الأخبار، بل يمتد ليشمل أهم خصائص الحياة البشرية. لقد كانت أول تغريدة تدخل عالم تويتر هي تغريدة **جاك دروسي** Jack Patrick Dorsey[1] المؤسس المشارك للموقع في:2006/03/21 على الساعة الثالثة وخمسين دقيقة بعد الظهر وجاء فيها Just setting op my Twitter (ها أنا أطلق تويتري) وهي العبارة التي وصفتها CNN بعبارة "الطائر الثري" ليصبح بعد سنوات قليلة مضمارا يتيح حرية التعبير المطلقة[2]، وفضاء هاما لتداول القضايا ومناقشتها والأكثر من ذلك ميدان للحروب الافتراضية[3].

لقد كانت بداية ميلاد خدمة تويتر في أوائل عام 2006، عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر[4]، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثمة أخذ هذا الموقع بانتشار باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، وأطلقت الشركة اسم "تويتر" في نيسان/أفريل 2007. لقد وجد الكثير من مستخدمي الموقع ضالتهم بسبب معناه الحرفي فأي مستخدم يستطيع التعبير بشكل مباشر وفوري عما يريدونه، فضلا على أن تويتر يتيح سرعة تناقل المعلومة والخبر والقدرة على متابعة ما يكتبه كبار الشخصيات من السياسيين والكتاب

[1] جاك دورسي مخترع ورجل أعمال أمريكي ترجع سبب شهرته في المساهمة في تأسيس موقع التواصل الاجتماعي "تويتر"، ولد دروسي في مدينة سانت لويس بولاية ميزوري بتاريخ 19 نوفمبر 1976، قام دورسي مع ستون وإيفان وليامز بتأسيس شركة سموها Obvious وتحولت فيما بعد إلى Twitter، اعتمد دورسي على تصميم منصة إلكترونية تتيح لمستخدميه التعبير بكل حرية عما يحدث لهم باختصار شديد، وأطلق على هذه العملية اسم التغريدات Tweets، احتل موقع التدوين المصغر أهمية كبيرة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأصبح منصة قوية للمرشحين في رئاسيات أمريكا تم استغلاله لنشر أراءهم السياسية ومخاطبة مناصريهم ومهاجمة خصومهم، تصدر الموقع المشهد الدولي بعد الانتخابات الرئاسية الإيرانية سنة 2009، حين خرج الآلاف من أنصار المعارضة على الشوارع بعد فوز محمود أحمدي نجاد بالرئاسيات ، فلجأت الحكومة الإيرانية إلى غلق خدمات الرسائل النصية والأقمار الصناعية منعا لنشر الأخبار، لذلك اعتمد الإيرانيون على تويتر لنشر الأخبار عبر تحديثات مباشرة، وبعد أحداث التي عرفتها البلدان العربية حضي تويتر وغيره من منصات التواصل الاجتماعي بتأثير كبير في سير الأحداث وبالتعبير عن الآراء السياسية فضلا عن كونه أكثر المنصات الإلكترونية موثوقية والتي تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية في نقل الآراء والأخبار.

[2] عبد الله الغدامي، **ثقافة تويتر حرية التعبير أو مسؤولية التعبير**، ط1، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2016، ص 13.

[3] ينظر: محمد عبد السلام، **الحرب في زمن التغريدات تكنولوجيا المعارك الافتراضية**، اكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.

[4] ياس خضير البياتي، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص 401.

والاقتصاديين وغيرهم، وهذا ما جعل الكثير من المؤسسات الإعلامية مثل: Dall-CNN-Google - Times-الجزيرة، والاعتماد عليه لنشر كل ما يخصهم من أخبار ومقالات.

أتاح تويتر عدد من المزايا الإعلامية أبرزها ميزة "التغريدات الموسعة Expanded Tweets"، والتي كانت تحمل اسم media pane، تتيح للمستخدم النقر على التغريدة لعرض محتوى إعلامي متعدد بما في ذلك من صور من تطبيق "انسجرام"، ومقاطع فيديو من "يوتيوب" أو روابط لأغاني وموسيقى وغيرها[1].

تسجل بعض الإحصائيات الرسمية أن عدد مستخدمي شبكة تويتر في عام 2020 قد بلغ (330) مليون مستخدم نشط شهريا، وتسجل الولايات المتحدة الأمريكية أكبر عدد من المستخدمين حيث سجلت (48) مليون مستخدم[2]، ويمكن تويتر كباقية منصات التواصل الاجتماعي مستخدميه من التفاعل مع تغريدات المستخدمين الآخرين، ويأخذ هذا التفاعل أشكال عدة أبرزها الرّد على التغريدة/ إعادة التغريد/ الإعجاب بالتغريدة، حيث تعتبر التغريدات الجزء الأهم في عملية التدوين المصغر Micro blogging وتغريدات تويتر يمكن أن تحتوى نصوص أو روابط، صور ، فيديو واستبانات، بحيث يكون الطول الأعظمي للتغريدة الواحدة (280) حرف. ومن العلامات الفعالة في تويتر خدمة "الوسم Hashtag" وهي خدمة من ابتكار **كريس ميسينا Chris Messina** ظهرت الخدمة أول مرة في 2007/08/13، لتكون وسيلة لجماهير تويتر، توظفها كوسيلة للتعبير الجماهيري بوصفها صوتا لتفعيل قضايا المهمشين وتحفيز الاهتمام بها ووضعها في الواجهة الأمامية بقوة إعلامية، وتقود ثقافة تويتر وجماهيريتها إلى السؤال الجوهري الذي يطرحه الواقع التفاعلي باعتبارها واحدة من ثلاثة مصانع ثقافية للمعاني.

الترتيب	الدولة	عدد المستخدمين بالملايين
1	الولايات المتحدة الأمريكية	47.05
2	اليابان	38.6
3	المملكة المتحدة	13.6
4	المملكة العربية السعودية	11.27
5	تركيا	9
6	البرازيل	8.57
7	الهند	7.65

[1] ياس خضير البياتي، **المرجع نفسه**، ص 404.

[2] www.statista.com

8	المكسيك	7.22
9	اسبانيا	6.01

جدول رقم 3: إحصائيات عدد مستخدمي تويتر لسنة 2019[1]

يختلف تويتر عن فيسبوك فيما يلي[2]:

- يعمل تويتر بشكل سريع عكس فيسبوك القائم على مبدأ المشاركة، فتغريدات تويتر تظهر بسرعة وتختفي بسرعة، في شبه كبير لإيقاع الخبر الصحفي.
- تمثل العلاقة مع الأصدقاء في فيسبوك علاقة شخصية وخاصة، أما في تويتر فإن العلاقة عامة تنطلق من المتابعة أي كان لتغريدات تويتر لحساب ما.
- الفيسبوك شبكة مغلقة على عكس تويتر شبكة عامة، بالإضافة إلى أن الفيسبوك يسمح لمستخدميه تحديد أشخاص معينين لمشاهدة المشاركة، أما تويتر فكل ما ينشر يشاهده الجمهور.
- يتجه تويتر نحو الانفتاح على جميع المجموعات على الرغم من عدم توفره على بنية مجموعات فهو قائم على تعاقد اجتماعي افتراضي بما يعمل على جعل المعلومة في تويتر يمكن إعادة التغريد بها من طرف مستخدمي تويتر.
- بسب تقنيات الاتصال الحديثة التي تربط العالم ببعضه محدثة شبكة من العلاقات المتداخلة والتي تعد تطبيقات تويتر إحدى أشكالها، نجد أن المغرد كغيره من مدمني الشبكات الاجتماعية شخصية تعيش في اللحظة الزمنية وليست البقعة المكانية.
- يستحوذ تويتر على حصة من سوق المستخدمين وفق قاعدة ريادة الأسواق المعروفة First-mover advantage.
- سياسات النشر وإنشاء الحسابات الجديدة: فبينما يعتمد فيسبوك سياسات صارمة تجاه استخدام الأسماء المستعارة تعرف بسياسة "الاسم الحقيقي Real-name policy"، سمح تويتر بإنشاء حسابات بأسماء مستعارة لا تُظهر الهوية الحقيقية لمستخدميها، وهو ما وفر بيئة آمنة للبدء في

[1] www.statista.com

[2] ياس خضير البياتي، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014، ص416.

استخدام وسيلة جديدة تقوم على التواصل والانفتاح والتبادل في بيئات اجتماعية محافظة، فيما كانت وسائل الإعلام الاجتماعي غير مألوفة بعد[1].

- فعالية تويتر في قضايا النقاش العام: إذ أن مزايا السرعة والانتشار والوسوم والتبادل الشبكي تُعد أقوى في تويتر مقارنةً بـ "فيسبوك"، ما يجعله مثالياً في شن الحملات والدعاية الانتخابية ونشر الأخبار العاجلة، وعرض آراء شخصيات سياسية فاعلة[2].

إن انتشار تويتر الدولي وتلك الأرقام الهائلة من الحسابات في هذا التطبيق غيرا مفهوم التواصل الاجتماعي بلا شك وأصبح تويتر ناقلا مباشرا للتفاعل الإنساني على المستوى الفردي، حيث يعبر الأفراد في هذا التطبيق عن ذواتهم بشكل دقيق ومباشر بل إن ممارسة التغريد في تويتر تشكل نقلا مباشرا للصورة الحقيقية للتفكير الإنساني الحالي، وتعتمد قوة التفاعل في تويتر على قوة الرغبة الفردية في التعبير لذلك عمد كثير من الدول إلى وضع ضوابط تقنية وقانونية للحدّ من قوة التعبير وفقا للنظام الاجتماعي السائد ولكن ذلك خلق أزمة المساحة المفتوحة التي يتركها هذا التطبيق لتعبير الحرّ تحت أسماء مستعارة، وهذه السمة في هذا التطبيق تجتذب المتابعين والحسابات، فهذه الخاصية في تويتر تخدم أهدافا تجارية وسياسية كبرى، وقد يضاعف تويتر من درجة الخصوصية والأمان لمثل هذه الحسابات[3].

على الرغم من أن الهدف الأساسي التي جاءت به منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها تويتر هو تفعيل جسور التواصل الاجتماعي ، إلا أن أنها انخرطت في ميدان الصراعات الاجتماعية وشكلت ميادين للحروب الافتراضية القائمة بين الدول وبين المنظمات الاجتماعية والسياسية والدينية، ووصف تويتر بأنه يمثل فضاء للعلاقات السياسية والدولية وجاء توصيفه كمنصة للدبلوماسية الافتراضية، وعلى الرغم من تركيز مصطلحاته إلا أنه كان سبب في إثارة أزمات سياسية ودبلوماسية خصوصا بين الظهيرين الروسي والأمريكي في تغريدات كلا منها يهاجم الأخر افتراضيا، على جانب أخر وجدت الكثير من المنظمات والشخصيات الفرصة أمامها للتعبير عن وجهات نظرها ونشر فكرها وطرح بدائلها في عدد من القضايا والرؤي الفكرية

[1] فاطمة الزهراء عبد الفتاح، **قوة التغريد؛ التأثيرات المزدوجة لتويتر في الرأي العام الخليجي**، مقال تم نشره بتاريخ: 2017/01/02، https://0i.is/hPDh تم تصفحه يوم: 2020/03/29.

[2] **المرجع نفسه.**

[3] علي الخشيبان، **فهم سوسيولوجيا التفاعل في تويتر كأداة سياسية**، جريدة العين الإخبارية، تم نشر يوم 2018/11/12، متاح على الرابط: https://al-ain.com/article/usa-twitter-communication تم تصفحه يوم: 2020/03/30.

والعقدية، لقد تشكلت حمولة تويتر من التباينات الثقافية والأنساق الدينية والحضارية الاجتماعية المتوافقة والمتعارضة والمتناقضة كذلك.

ويرى الدكتور **علي الخشيبان** أن تويتر يمتلك قوة سياسية أتيحت له بشكل كبير مع مجيء الرئيس الأمريكي دونالد ترامب[1]، الذي أدار جزءا كبيرا من السياسة الأمريكية عبر هذا التطبيق، ويعتقد بأنه بسبب ترامب تم بناء كاريزما تويتر نظرا للتأثيرات الشديدة التي خلفها على هذا التطبيق، حيث أصبحت تغريداته بمنزلة قرارات حية على الهواء تؤثر فيها انفعالات وتتحكم فيها المواقف الشخصية ولكنها في النهاية لها تأثير قوي حيث يعتبر التغريد عبر تويتر دليلا قويا يستند إليه كثير من المتابعين والمحللين في الشأن السياسي، وعلى جانب أخر لم يكن ترامب هو الوحيد بين الرموز السياسية الذي استخدم تويتر في العالم، ولكن يظل ترامب الأكثر إثارة في العالم، فبينما يستخدم تويتر على مستوى السياسيين في العالم بكل حذر ودقة فإن الرئيس الأمريكي لم يكن في يوم من الأيام ممارسا للحذر في تغريداته التي هي في الغالب انطباعات خاصة به ولكنها تتحول إلى وجهة نظر سياسية يتم العمل من خلالها إعلامياً.

ينتقد **وارف warf** فكرة أن يكون لـ "تويتر" وباقي شبكات الإعلام الاجتماعي أدوار حاسمة في سياق ما عرفته بلدان المشرق العربي وإيران، إذ أنه من غير الواقعي أن يتمكن عدد من المغردين والمعارضين الإلكترونيين من الإطاحة بمجموعة من الديكتاتوريين عبر فضاءات تويتر، ومع ذلك فقد اعتبرت وسائل الإعلام الاجتماعي منابر مكنت الحركات الجماهيرية المحتجة من إسماع صوتها، فيما أطلق كثير من الباحثين على الحركات الاحتجاجية التي عرفتها بلدان مثل مصر وسوريا والبحرين وتونس بـ "ثورات تويتر"[2]. عرفت بلدان الخليج العربي معدلات استخدام واسع لتويتر، يعزى ذلك لأسباب عديدة أبرزها انتشار استخدام الهواتف الذكية، وهشاشة منظومة الإعلام التقليدية التي بقيت حبيسة الفكر السلطوي القديم القائم على مبدأ احتكار المعلومة وتقييد حرية التعبير. لقد أتاح تويتر إمكانية التعبير عن الأفكار والآراء ونقل الأحداث في لحظتها، والشاهد على هذا ما تم توظيفه في تغطية غير مسبوقة لحركات التغيير العربية، وتسويق فكرة المواطن الصحفي الذي اعتمد على مختلف التقنيات الاتصالية الحديثة في نقل الخبر متجاوزا العجز الذي عرفته وسائل

[1] علي الخشيبان، **فهم سوسيولوجيا التفاعل في تويتر كأداة سياسية، مرجع سابق.**

[2] ديراج ميرثي، **تويتر: التواصل الاجتماعي في عصر تويتر**، تر: محمد عبد الحميد، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014، ص 136.

الإعلام التقليدية، وهو ما أغفلته الأنظمة الشمولية في طريقة تعاطيها مع منصات الإعلام الجديد، وأسهمت قدرتها الفائقة على كسر مبدأ احتكار المعلومة[1].

أوضح البروفيسور **ديف فروهنماير** بجامعة أوريجون الأمريكية في مقال له بعنوان "القبلية الجديدة New Tribalism"، إذ أتاحت تكنولوجيا الاتصالات الحديثة للأفراد وبأقل التكاليف بناء مجموعات فرعية تتواصل مع بعضها دون أن يكون هناك قاسم مشترك بينها سوى الحماس لسبب خاص وضيق، وهي التجمعات الافتراضية التي يمكن أو تولِّد قدرًا وافرًا من الطاقة والمال لخدمة ما سماه فروهنماير "سياسات القضية الواحدة Single issue policies"[2].

يتسق ذلك مع دراسة أجراها الباحثان **ماريكي ترانسفيلد وإيزابيل ويرينزفيل** ونشرت نتائجها صحيفة "واشنطن بوست Washington Post" في 02 ديسمبر2016 حول استخدام تويتر في العالم العربي، توصلت الدراسة إلى أن استخدام الموقع يعمل على تعزيز سياسات الهوية، ويشكل مجتمعات تتكون على أساس الطائفة والعرق والدين تقف في وجه بعضها بعضًا، بما يعكس الصراعات والانقسامات، ويعيد إنتاجها، وأن حالات النقاش العابرة للدول أو القوميات التي قد يشهدها تويتر عادة ما تكون بين أشخاص متشابهي الأفكار في حالة أشبه بصدى الصوت[3]، كما أشارت نتائج الدراسة الباحثان إلى أن لضرورة الاختصار في الجمل المكتوبة في تويتر، فقد كانت التصريحات أكثر حدة وأقل تقيداً بالقواعد الأخلاقية كما في وسائل الإعلام الرسمية، ويمكن بسهولة لنقاشات حول قضية واحدة على تويتر أن يتم تسيّسها فوراً وتصبح محملة أيديولوجياً كاشفة عن انقسامات وصراعات عميقة، يميل تويتر إلى إبراز الفرق في الهوية بين الـ "نحن" و"الآخر"، وكلما تقلص عدد مستخدمي تويتر في مجتمع ما، كلما سيّطر على هذا التجمع الصغير نشطاء وأفراد المجتمع المدني والأصوات الناقدة للأوضاع العامة. يسمح هذا الأمر لتويتر بالتلاعب بسهوة بهذه التجمعات، كما أنه يوفر مساحة جيدة للأصوات المعارضة في ظل وجود رقابة على الإعلام التقليدي[4].

---

[1] فاطمة الزهراء عبد الفتاح، **مرجع سابق**.

[2] **المرجع نفسه**.

[3] **المرجع نفسه**.

[4] **تكنولوجيا التحرير في الانتفاضات الشعبية... كذبة؛ أثر تويتر المدمر في الشرق الأوسط، نقاشات محملة بالإيديولوجيا تقسم المجتمعات، جريدة العرب**، مقال تم نشره بتاريخ: 2016/12/22، متاح على الرابط https://cutt.us/wcX84، تم تصفحه يوم: 2020/05/13.

وفي هذا السياق أكد **لعياضي** أن تويتر "لم يستطيع أن ينتصر على الرواسب الثقافية في الحضارة الإسلامية لقد تحول إلى فضاء للشتم والتجريح والتطرف ووسيلة لتسويق النرجسية وشراء المتابعين[1].

يعتمد تويتر وفق استراتيجيات رقمية معينة على فرض مفهوم "السلطة الاجتماعية" Social power فتويتر يتيح حيزاً افتراضياً ممتداً في شبكته يمنح لصاحب الحساب أو المغرد قدرة افتراضية وتماهي مع السلطة الاجتماعية في الفضاء العمومي الواقعي، يمكن مقاربتها بما قدمه **لزارسفيلد Lazarsfeld** في أربعينيات القرن الماضي حين أتاحت وسائل الإعلام التقليدية إعادة تموقع لمجموعة محددة من الناس وصفتهم دراسة لازارسفيلد بأنهم قادة الرأي، وعلى ذات الشاكلة الاجتماعية ولكن في حيزها الرقمي تتيح الشبكة الاجتماعية تويتر إعادة تموقع لمجموعة من المغردين الذين يتم تصنيفهم وفق المقاربة الاتصالية اللزارسفيلدية أنهم "قادة رأي افتراضيون" يجيز لهم التعبير عن أراءهم في فرض متابعة من قبل العديد من المتابعين الذي يعبرون وفق مجموعة من الأشكال عن تفاعلهم الاجتماعي مع هؤلاء المغردين، وتسمح خوارزميات الشبكات الاجتماعية إعادة تسويق هذه التغريدات ليس في تويتر فقط بل في شبكات أخرى من قبيل فيسبوك وإنستغرام، لذا فتويتر يؤسس لمبدأ اجتماعي هام يتيح للمغردين تّملك "سلطة اجتماعية" لها القدرة على إدارة وتوجيه المتتبعين وإثارة صراعات قد تصل على قيام حروب افتراضية.

يعتمد مستخدمو تويتر على عدد من الآليات التي تتيحها خدمات تويتر في فضائها التفاعلي، وتعتبر آلية "البوت The Pot " آلية الصراع الوحيدة على تويتر وتعرف باعتبارها «روبوت ويب يعمل على تغذية خوادم ذكية تقوم بمهام متكررة أو تلقائية عبر برامج ينسق عملها لتحقيق عملية إعجاب أو إعادة تغريد أو انتشار تغريدات بعينها فيما يعرف بالتغذية الغزيرة Massive Feed » ويتم تقسيم مهام تلك الروبوتات عبر حساب أساسي يوجه بعضها لـ "النشر Publishing " أو "إعادة النشر Republish " أو "الإعجاب Like" والتفاعل مع المشاركين على الوسم أو الهاشتاغ hashtag ، وتقوم "البوت" بالرد الآلي بطريقة أسرع من ردود "اللجان الإلكترونية Electronic committees " أو "الذباب الإلكتروني Electronic flies"[2]. يعتبر البوت تقنية مثالية للحشد على مواقع التواصل المختلفة من خلال بث رسائل تلقائية لتوجيه

[1] نصر الدين لعياضي، **الميديا بين المتن والهامش**، دار الثقافة، الشارقة، 2019، ص 79.

[2] الذباب الإلكتروني هو مصطلح استُحدث لوصف الحسابات الآلية أو المبرمَجة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي عادة ما يكون الهدفُ منها هدفا سياسيًا بحتاً، يُستخدم مُصطلح لجنه إلكترونية أو اللجان الإلكترونية لِذات المعنى هي اتحاد بين مجموعة من الأشخاص أو مجموعة من المنظمات الإلكترونية تعمل على توجيه أو تغيير اتجاه الرأي العام إلى فكر معين سواء كان فكر أو معتقد منافي للحقيقي أو معها. وتعتبر اللجنة إلكترونية أحد أدوات حروب الإنترنت.

وجهة نظر سياسية معينة، ووجدت بعض الأنظمة في البوت فرصة مناسبة للاستثمار وتوظيف التغريد الإلكتروني، من أجل التشويش على الآراء الحقيقية وأصوات شعوبها وصناعة رأي عام مغاير[1]. توضح دراسة "البوت السياسي والتلاعب بالرأي العام في فنزويلا" المنشورة في يوليو/تموز عام 2015م، أن البوت يفتقر إلى معلومات الحساب الأساسية مثل الاسم أو الصور الشخصية، ما جعل هذه الحسابات تعرف باسم "بيض تويتر Twitter eggs " لأن الصورة الشخصية الافتراضية على موقع التواصل الاجتماعي (تويتر) هي البيضة[2].

3. مورفولوجيا الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر.

أصبح الفضاء السيبراني الافتراضي مدخل للتعبير عن الذات بفعل طبيعته الخاصة الخارجة عن الضبط، رغم الترسانة القانونية لبعض الدول وإمكانياتها في الرصد والمتابعة التكنولوجية، فهو أحد أهم مجالات التعبير وأحد المداخل الضغطية، بل أصبح مجالا لإحداث التغيير في السياق الاجتماعي والسياسي القائم، وتعتبر منطقة الخليج العربي أكثر الأقاليم العربية استخداما للأنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي فضلا على أن التغيرات الحديثة التي شهدتها المنطقة العربية جعلت من مواقع التواصل الاجتماعي أيقونات للتغيير ومنابر للتعبير السياسي والديني وهو ما برهنت عليه الأحدث السياسية والصراعات الطائفية التي عرفتها المنطقة وانخرطت فيها منصات الميديا الجديدة.

على المستوى الإقليمي استثمرت القوى الإقليمية خطاب الطائفية لتثبيت شرعيتها المتأكلة بفعل ربيع الثورات العربية والمحافظة على وجودها في السلطة وتمديد نفوذها، فالثورات العربية عصفت بمحاور ما قبل الثورة التي اختزلت بمحوري دول الاعتدال العربي ومحور الممانعة والمقاومة، ثم عملت على إعادة بناء المحاور على أساس الطائفية لتحل مكان الأسس الجيو–سياسية، فيما عززت الدول الكبرى وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية والاتحاد الروسي خطاب الثقافة الطائفية، فروسيا أعلنت مبكرا على لسان وزير خارجيتها بأنها لا تريد حكومة إسلامية سنية الطابع في سوريا، أما الولايات المتحدة الأمريكية والدول الغربية، عادت بقوة

[1] هنا الحبالي، **استغلال البوت على تويتر... صناعة الاستقطاب في الأزمة الخليجية**، العربي الجديد مقال تم نشره يوم: 2017/12/12، متاح على الرابط: https://0i.is/vFDj تم تصفحه يوم: 2020/04/07.

[2] **المرجع نفسه**.

للتنظيرات الاستشرافية والثقافوية بالنظر إلى المنطقة العربية من خلال المقاربة الطوائفية واستراتيجيات الفوضى الخلاقة لتفتيت المنطقة بهدف السيطرة والهيمنة والإخضاع وتحت ذريعة حماية الأقليات[1].

إن التغيرات التكنولوجية واكتساح وسائط الميديا الاجتماعية مجال الممارسات الإنسانية تزامن مع حركات التغيير السياسي التي عرفته بلدان عربية، سرعان ما تم توظيف هذا الأمر ضمن مسارات نقلت فيه الاختلافات الفقهية والدينية والصراعات الاجتماعية والفكرية إلى الفضاء الافتراضي، الذي شكل ميدان جرت فيه نزاعات افتراضية انعكست بشكل خاص في الصراع الديني الطائفي بين قطبي الإسلام، فقد وفرت الميديا بمساحاتها التعبيرية الحرة وفضاءها الرقمي القائم على غياب الرقيب قدرة هائلة على تقديم رسائل تعمل على الشحن المذهبي والطائفي وتقدم تبريرات لإقصاء الأخر باسم الدين أو الطائفة، وهو شأن الكثير من المنظمات والحركات المتطرفة التي بادرت بتأسيس المواقع الإلكترونية واكتساح شبكات الويب في جيلها الأول ثم الثاني ثم ظهور شبكات الإعلام الاجتماعي، لتوظيفها كأذرع إلكترونية تسوق من خلالها فكرها المتطرف، وتصوغ أفعالها الطائفية ضمن منهج قائم على الإقصاء والتحشيد باسم المذهب أو الطائفة، من خلال خطاب ماضوي قديم رغم حداثة الوسيط والتقنية.

تتصاعد السرديات الطائفية وخطاب الكراهية بكل مستمر في جميع أنحاء العالم العربي، بدءاً من الخطب الحماسية التي ينشرها الدعاة السلفيون وانتهاءً بأشرطة الفيديو الدامية التي يوزعها تنظيم الدولة الإسلامية(داعش)، وبينما تحتدم الصراعات في العراق وسوريا واليمن تنتشر الرسائل العدائية والصور العنيفة على مدار الساعة عبر وسائط الإعلام التقليدي والجديدة. وعلى الرغم من أن استخدام اللغة الطائفية ليس بالظاهرة الجديدة تجد الافتراءات المعادية للشيعة والسنة والتي تجردهم من السمات الإنسانية طريقها إلى الخطاب العام على نحو مطرد، تشير الدراسات النوعية والتقارير الصحفية إلى أن تصعيد الحرب الأهلية السورية وتصاعد وتيرة العنف الطائفي في العراق والتدخل في اليمن بقيادة السعودية والإمارات في الآونة الأخيرة، تميز بانتشار اللغة المتعصبة –خطاب الكراهية المعادي للشيعة–، فاللغة التي تنظر إلى أفراد جماعة دينية باعتبارهم "مرتدين" أو مسلمين مزيفين تزداد انتشارا ليس في أوساط رجال الدين والمقاتلين على الأرض وحسب بل

[1] حسن أبو هنية، **السلفية الجهادية والمسألة الطائفية صراع هويات في مشرق جديد، مرجع سابق**، ص33.

أيضا في أوساط المواطنين العاديين مع تصاعد هذه الصراعات، ويبدو هذا التصعيد في اللغة الطائفية واضحاً، ولا سيما في فضاء الأنترنت حيث يتم تضخيم الأصوات المتطرفة[1].

ليس استثناء فقد تكون اللغة والإيديولوجيات الطائفية التي يتردد صداها لدى العرب عبر المنطقة في العام 2015، تداعيات جيوسياسية هامة، فيما عمدت الأسر الحاكمة الخليجية السنية ورجال الدين المدعومين إلى حشد شعوبها خلف التدخل في اليمن، وتصوير ما يجرى على أنه معركة طائفية بين السنة وبين المتمردين الحوثيين والزيديين الشيعة الذين تدعمهم إيران. وعلى الرغم من تعقيدات الصراع فإن التركيز على الانقسامات الطائفية بدلا من الدوافع الاستراتيجية للقتال مكنّت هذه الأسر من حشد الدعم المحلي الذي تحتاج إليه، في حين تم إظهار من اعترضوا على أنهم خونة وموالين لإيران، وكلما تشبث المواطنون بالسرديات الطائفية بسرعة كلما سهل على الحكام توطيد سلطتهم وإضعاف المعارضة السياسية[2].

أخذت الحرب الإعلامية في سوريا منعطفاً جديداً زاد من حدّة الحشد العاطفي المذهبي الذي انتشر في العالم الإسلامي، فقد أدى تدخل حزب الله اللبناني المعروف بارتباطه بإيران إلى جانب الجيش السوري في الحرب التي شنت على مدينة القصير القريبة من الحدود السورية اللبنانية، إلى تجييش أجهزة الإعلام من الجانبين، فيما صور الإعلام السوري المقاتلين في القصير وغيرها من المناطق التي تتبع المعارضة في سوريا بأنهم تكفيريون وهابيون إرهابيون قدموا لسوريا لتنفيذ برنامج أمريكي صهيوني لتصفية دول الممانعة للهيمنة الإسرائيلية، كان الإعلام المتعاطف مع الثورة السورية يصف تدخل حزب الله بأنه حرب طائفية مذهبية شيعية للتطهير العرقي والقضاء على الطائفة السنية في تلك المنطقة تنفيذا للمخططات إيران الرامية للهيمنة على المنطقة واستكمال الهلال الشيعي، لقد تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى أبواق متشنجة تردد ما يرد من الجانبين كل يتبني الجانب الذي يؤيده وكأنه فرض ديني أسهم في توسيع شق الخلاف وزرع الأحقاد والكراهية بين المذاهب الإسلامية، لقد غذت الحملات الدعائية المتبادلة بين الدعاة والأئمة عبر منصات الإعلام الاجتماعي الحمية المذهبية بين الأطراف المتصارعة[3].

[1] ألكساندرا سيغل، **حروب تويتر الطائفية: الصراع والتعاون السني – الشيعي في العصر الرقمي**، مركز كاريغني للشرق الأوسط، بيروت، 2015، ص 23.

[2] **المرجع نفسه**.

[3] سبأ عبد الله باهيري، **تأملات في الحرب الإعلامية**، ط1، سيبويه للطباعة والنشر والتوزيع والنشر الرقمي، جدة، 2020، ص243.

وفي سياق مختلف أنتج تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) أشرطة فيديو مستوحاة من هوليوود وتخللها العنف الطائفي ضد الشيعة، يتم تصوير الخلافات الدينية القديمة الكامنة، كعناصر في معركة مدعومة "إلهيا" من أجل الهيمنة، وعندما يتم تقبل اللغة والأيديولوجيات الطائفية على نطاق واسع، يمكن أن تترسخ الصراعات العنيفة أكثر، وتصبح الجماعات المتطرفة أكثر قدرة على تجنيد الاتباع والحفاظ عليهم[1].

لاستجلاء ملامح الخطاب الطائفي المنتشر في المنطقة العربية –بالاعتماد على بعض الدراسات – وفق منطلقاته الفكرية واختلافاته العقدية، وهو ما يتفرع عنه ثلاث مسارات أساسية، يعتمد المسار الأول على تدفق خطابات التحريض الطائفي ضد الشيعة ويقوده عدد من رجال الدين السنيين وكذا سياسيون وفق مقاربات بنيوية تتمفصل فيها الجغرافية الطبوغرافية للهويات الدينية في المنطقة العربي، ويتشكل المسار الثاني من مجمل الخطابات الطائفية ضد القطب السني يتم بثه من طرف رجال الدين الشيعة وإعلاميون وسياسيون نظير الحرب الافتراضية والإعلامية في سياق الحرب الطائفية الممتدة منذ ميلاد الفكر الشيعي، فيما يشكل التيار الثالث تيار الفكر المتطرف الدوغمائي للحركات الراديكالية التي تعّمد إلى توظيف سياسة الإقصاء الديني ضمن منهج إسلامي متشدد ويمثل هذا التيار فكر تنظيم الدولة الإسلامية في الشام والعراق (داعش) وجبهة النصرة وبعض الحركات الإسلامية الأخرى.

أ. **الخطاب الديني السني:** يتكئ الخطاب السني على حمولة دينية متعددة المشارب وهو يختلف باختلاف المدارس الفكرية التي تؤسس لماهية الخطاب وتحدد هويته بالنظر إلى الفضاء الذي يتم فيه تقديم الخطاب لجمهورها، فهو خطاب يتماهى مع المبدأ الفكري لقاعدة أهل السنة والجماعة ومع تعددية المراجع الفقهية المؤسسة نجد الخطاب يتعدد ويتنوع، ولا يرجع هذا الأمر إلى اختلاف منصات الميديا التي يتم استخدمها كمنابر لبث محتوى خطابه وإنما يعود بالأساس إلى اختلاف الرؤي والطرح، أكثر الخطابات الدينية التي اتخذت بعدها الطائفي ضد الأخر الشيعي وجدت مع رواد الدعوة السلفية في الوطن العربي، حسب ما أشارت إليه دراسة **جنيف عبدو Geneive Abdo** ، الموسومة بـ " Salafists and Sectarianism Twitter and communal Conflict in The Middle East " ويمكن إجمالهم فيما يلي[2]:

[1] ألكساندرا سيغل، **حروب تويتر الطائفية: الصراع والتعاون السني – الشيعي في العصر الرقمي**، مركز كاريغني للشرق الأوسط، بيروت، 2015، ص 23.

[2] Geneive Abdo, **Salafists and Sectarianism Twitter and communal Conflict in The Middle East**, center for middle east policy Brrokings, in the link: www.brookings.edu, pp 22, 42.

❖ **نبيل العوضي**: هو رجل دين سلفي كويتي، مُستخدم نشط لتويتر، له حساب باللغة العربية (4,11 مليون متابع)، وآخر باللغة الإنجليزية (يزيد متابعوه عن عشرة آلاف شخص) معروف بعدائه للشيعة ويعتبر من مؤيدي المعارضة السورية، ويدفع بعدد من الحملات لجمع المساعدات للجماعات المقاتلة في مواجهة النظام السوري المدعوم من إيران، ويرى أن الحكومة العراقية ذات الأغلبية الشيعية في العراق هي سلاح لإيران بالمنطقة، أسهمت تعليقاته في تأجيج نيران الطائفية بين السنة والشيعة.

❖ **محمد العريفي**: هو رجل دين سعودي، له أكثر من 8 ملايين متابع على تويتر. وتصف الدراسة تغريداته بالمثيرة للجدل، وتؤجج نيران الصراع الطائفي في المنطقة، يقوم العريفي بنشر العديد من التعليقات المعادية للشيعة حتى قبل بداية الحرب السورية، ومن وجهة نظره فإن التوجه الشيعي ليس سوى بدعة لم تكن موجودة في وقت الرسول الكريم ﷺ وتعتبر أفكار "العريفي" قريبة للفكر السلفي، بيد أنها تحمل بعض نقاط التشابه مع أفكار جماعة الإخوان المسلمين في مصر. ويطالب "العريفي" بالجهاد في سوريا بكافة السبل الممكنة، ويعتبر من أشد المؤيدين للحرب السورية. وينتمي "العريفي" لفئة السلفيين على تويتر الذين يُعبرون عن قلقهم من أن تسيطر الطائفة الشيعية على العالم العربي. اعتمد محمد العريفي على ترويج خطابات الكراهية والتحريض الطائفي المعادي للشيعة، ففي سنة 2007 قدم خطبة جمعة بعنوان معتقدات رافضة وفيها وبّخ الشيعة بشدة وقارنهم باليهود متهما باختلاق عقائدهم، وفي عام 2012 نشر تغريدة على تويتر استخدم فيها لفظ "الرافضي" المهين في إشارة إلى أب شيعي يزعم أنه رفض السماح بزرع أعضاء ابنه لصالح طفل سني[1]. وفي 15 يونيو/ حزيران 2013 في مؤتمر داعم للمعارضة السورية في القاهرة، وخلال الكلمة دعا قائلا: "اللهم مزقهم ف البلاد (المقاتلين الشيعة الموالين للأسد) اللهم صّب عليهم صوت عذاب ومنع العريفي من دخول المملكة المتحدة وسويسرا جراء تصريحاته ومنها تعليقاتهم حول الشيعة واليهود.

❖ **الشيخ "داعي الإسلام الشهال"**: هو ابن مؤسس الحركة السلفية في شمال لبنان، ولديه ما يزيد عن 3000 متابع على تويتر. ويرى أن "حزب الله" مشروع إيراني يسعى لإشعال الحرب الأهلية السنية/الشيعية، كما يندد بالدعم الأمريكي للشيعة في المنطقة. ويشجع – عبر تغريداته – الشباب في طرابلس اللبنانية على التضحية بدمائهم وحياتهم لمنع الشيعة من السيطرة على النظام السوري.

[1] منظمة هيومن رايت وتش، **ليسوا إخوانكم: خطاب الكراهية الصادر عن المسؤولين السعوديين**، سبتمبر 2017، متاح على الموقع http://www.hrw.org/ar

- **عدنان العرعور**: يعتبر أحد القوى الفاعلة في تحويل مسار الصراع في سوريا عبر أسلوبه الساخر على"تويتر"، وينتقد عبر تغريداته دور إيران و"حزب الله" وأنصار النظام العلوي والشيعة، حيث يصفهم بالتكفيريين، وينتمي "العرعور" لاتجاه السلفيين على تويتر الذين يسترجعون الخلافات الدينية التقليدية بين الشيعة والسنة في تغريداتهم.
- **سالم الرافعي**: ينتمي إلى طرابلس اللبنانية، ولديه أكثر من 3000 متابع على تويتر. وفي كثير من تغريداته، ينتقد "حزب الله" والشيعة. ويعد "الرافعي" نموذجاً لكيفية خروج التيار السلفي من الرؤية الدينية الضيقة للمجال السياسي الأوسع.
- **بلال بارودي**: رجل دين سلفي من طرابلس اللبنانية، وهو وجه بارز معاد للنظام السوري. ويرى أن الشيعة الذين يحكمون إيران يسعون للسيطرة على العالم السني. ولا ينتمي "بارودي" لأي حركة أو منظمة. ولقد أصدر فتوى لمنع الشباب من المشاركة في الصراع الدائر بالأراضي السورية، فهو من السلفيين الذين لا يدعون لممارسة العنف.
- **ناصر العمر** رجل دين روج لخطاب الكراهية المعادي للشيعة وهو رئيس الهيئة العالمية لتدبر القرآن وعضو مجلس إدارة هيئة كبار العلماء لديه 4.4 مليون متابع على تويتر، في يناير 2011 افتتح وزير الشؤون الإسلامية السعودي المقر الجديد لـ مؤسسة ديوان المسلم، التابعة لناصر العمر في الرياض ظهر إلى جواره في فعاليات عامة أعضاء بهيئة كبار العلماء، والعمر مؤلف أحد أكثر الكتب الرائجة عداء للشيعة، نشر كتاب بعنوان "واقع الرافضة في بلاد التوحيد" يصم الشيعة بأنهم كفار وأعداء الإسلام، كما يذكر بالاسم رجالا ويتهمهم بمحاولة السيطرة على قطاعات أساسية بالبلاد، وفي أفريل 2015 كتب تغريدة جاء فيها "لم يأت عدو لقتال المسلمين إلا انضم إليهم الرافضة وقد أكد التاريخ عبر توالي القرون ذلك، فهل عرفنا من هو عدونا"[1].

لا ينخرط في تقديم الخطاب الطائفي رجال الدين السلفيون فقط، بل ينضم إليه سياسيون ورجال أعمال فضلا عن وجوه إعلامية وجدت من منصات الإعلام الاجتماعي سبيلا لها في تقديم خطابات الكراهية والتحريض الطائفي.

[1]Geneive Abdo, **Salafists and Sectarianism Twitter and communal Conflict in The Middle East**, center for middle east policy Brrokings, in the link: www.brookings.edu, pp 22, 42.

الخطاب الطائفي لدى الحركات المتطرفة: ركزت التنظيمات المتطرفة على توظيف موقع "تويتر" لخدمة أهدافها الاتصالية لما يتصف به من حيث العمومية وإمكانية التدوين المباشر وبث التغريدات القصيرة الفورية لمستخدميه وقت وقوع الحدث، كما أمكنها استغلال أنشطة الوسم (الهاشتاج) الأكثر تكرارًا وانتشارًا للوصول لأكبر عدد ممكن من المغردين.

يعزز تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) قدرته في التأثير في الآخرين من خلال تكتيكات مختلفة من العمليات النفسية باستخدام الإعلام الاجتماعي، إذ تشكل شبكة الأنترنت وسيلة فعالة لنشر أي شكل من أشكال الأيديولوجيا للجمهور العالمي، نظرا لسرعتها وقلة تكاليفها، وإمكانية الوصول، حظي الإعلام الاجتماعي باهتمام شديد من طرف التنظيم، فقد كانت داعش سباقة لاستخدام تويتر منذ عام 2010، واعتمدت على نشر المعلومات للوصول على جمهور كبير، وهو ما ساعد داعش من نشر أيديولوجيتها، وتحقيق أهدافها على المدى الطويل، ومحاولة إضفاء الشرعية على احتلال الأراضي وتوسيع النطاق. ومن أجل تأطير رسالته وضع داعش مجموعة من المبادرات تتعلق بالاتصال والإعلام الاجتماعي بشكل مهني ومتطور للغاية، وتتمثل في سهولة الوصول إلى المحتوى، إضافة إلى جعله جذابا للجمهور، ويشمل الكتب والنشر الاليكتروني والمجالات الالكترونية وتحرير وإنتاج ملفات الفيديو بشكل احترافي عبر مجموعة الفرقان والحياة التابعة للتنظيم[1].

ذكرت مجلة "فورين بوليسي Policy Foreign" أن رسائل تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) تعزز الاعتقاد القائم حول قسوة التنظيم القاتلة، الأمر مرتبط باستراتيجية أوسع تعتمد على إبعاد الولايات المتحدة عن التدخل، من خلال تذكيرهم بمدى "تعقد" و"عنف" العلاقات الإقليمية والدينية في الشرق الأوسط، مما يعزز الشعور لديهم بعدم الرغبة في التدخل ما يجعل هذه الرسائل مؤثرة[2]. يتفوق تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) على الولايات المتحدة فيما يتعلق بـ "دبلوماسية الهاشتاج Hashtag diplomacy" والتأثير في الرأي العام من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب، إذ يخوض التنظيم حملة دعائية

[1] حسن نيازي الصيفي، **المعالجة البحثية والتنظيرية لاستخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد لنشر ثقافة العنف**، مجلة الإعلام العربي والمجتمع، العدد 23، 2017، ص8.

[2] شريف درويش اللبان، **قراءة في الاستراتيجية الإعلامية والثقافية لتنظيم داعش**، مجلة الإعلام العربي والمجتمع، العدد 21، ربيع 2016، ص 12.

مؤثرة تعتمد على قدرته في صياغة رسائل مثيرة تدعم أهداف حملته العسكرية*، فهمجية النظام تصب في صالح عزوف الدول عن الدخول في حرب معهم، ويعزز تردد الشعوب الغربية فيما يتعلق بالدخول في حرب جديدة في "الشرق الأوسط"[1].

تملك تنظيمات مثل تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) وجبهة النصرة في سوريا حساباتٍ عديدة في "تويتر" تنوع ما بين حسابات مركزية لنشر الرسائل والبيانات والأخبار العامة، إضافة إلى حسابات محلية في كل منطقة صراع أو ولاية تقع تحت سيطرة التنظيم، وتقوم كل منطقة من خلالها بنشر أخبارها المحلية، ورغم الحملة القوية التي قام بها موقع "تويتر" لغلق وحذف حسابات أعضاء التنظيمات المتطرفة، إلاّ أنها استطاعت التحايل على حملات الحجب، من خلال بإنشاء حسابات مختلفة بأسماء وهمية لإيصال الجهود الدعائية التي تشنها تلك التنظيمات المتطرفة، وغالبا ما تأتي تلك الحسابات لتحمل أسماء عشوائية ولا تدل على أي شيء متعلق بالتنظيم (يمكن اكتشاف هذه الحسابات من خلال ملاحظة عدة نقاط أبرزها تفاعل الحساب ضد أي تغريدة تنتقد التنظيم، والحرص على المشاركة في جميع الوسوم التي تدعم التنظيم). يتعمد مغردو التنظيمات المتطرفة أسلوب الإرهاب والوعيد، واتباع سياسة إغراق الوسوم الرائجة بنشر الصور المرعبة لخلق حالة من الخوف والذعر، أو نشر الصور العاطفية لجذب مزيد من الأعضاء، كما يُعيد الحساب تغريد ما نشرته حسابات أخرى وتكرار نشر التغريدات، ويكرر الحساب ألفاظا مثل (شباب الإسلام – الخلافة – الشهادة – المرتدين – ولاية –الدولة الإسلامية – باقية وتتمدد – هيئة تحرير الشام)، كما يُلاحظ أن معظم تلك الحسابات تحمل أسماء مناطق أو مدن مثل "الليبي" و"الشامي"[2].

الخطاب الديني الشيعي:

تأسيسا على نتائج دراسة جنيف عبدو التي اكتفت بتقديم تحليل لمحتويات خطاب رجال الدين السلفيين الذي يمثل في دراستنا هذه الجبهة السنية في الصراع الطائفي، فإننا في الشق المتعلق بالمحتوى الطائفي اعتمدنا

* وفي إطار حروب "الهاشتاج" نشر تنظيم داعش مقطع فيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يدعو فيه المقاتلين إلى المشاركة في "هاشتاج" على شبكات التواصل الاجتماعي، تحت عنوان #سيناء_عرين_الموحدين كان الهدف من ذلك جميع الجهاديين في المنطقة تحت هذا الهاشتاج المرتقب بهدف غزو سيناء.

[1] شريف درويش اللبان، **المرجع نفسه**، ص 12.

[2] شريف درويش اللبان ونهى إبراهيم محمد، **استراتيجيات داعش وجبهة النصرة في توظيف الوسائل والمنصات الإعلامية الجديدة**، المركز العربي للبحوث والدراسات، تاريخ النشر: 2020/03/07، متاح على الرابط: http://www.acrseg.org/41514، تم تصفحه يوم: 2020/05/30.

على نتائج الدراسة الاستطلاعية لرصد الشخصيات الشيعية التي عرفت بخطابها الطائفي في وسائل الإعلام التقليدية ونقلت هذا الخطاب إلى منصات الميديا الاجتماعية وتحديدا في شبكة تويتر. ومن أبرز الشخصيات الدينية وهي على النحو التالي:

- **ياسر حبيب:** رجل دين وإعلامي شيعي كويتي المولد، أسقطت جنسيته بسبب سب الصحابة رضوان الله عليهم، وهو خريج العلوم السياسية بجامعة الكويت، لقد برز الحبيب في الإعلام بعد تنظيمه احتفالا في 7 رمضان 1431هـ أظهر فيه الفرح والسرور بذكرى موت عائشة رضى الله عنها، وعلى إثر هذا اضطر علي الخامنئي نشر فتوى تحرم الإساءة لعائشة رضى الله عنها زوج النبي محمد صلى الله عليه وسلم.
- **عبد الله الخلاف:** مذيع وإعلامي وناشط شيعي مقيم في لندن يعمل على تقديم برامجه في قناة فدك وصوت العترة التابعين لهيئة خدام المهدي التي أسسها ياسر الحبيب، ينتمي الخلاف لعائلة تنتمي إلى فئة البدون، اشتهر الخلاف بتغريدات الكراهية ضد أبي بكر وعمر بن الخطاب وعائشة رضوان الله عليهم، ولقد اكتسبت أراءه زخما اعلامي بحيث ترجمت الكثير من فتواه إلى الإنجليزية ومنها ادعاءه بفتوى وهابية –حسب تعبيره –تبيح اللواط من أجل الجهاد.
- **كمال الحيدري:** مرجع ديني شيعي عراقي معاصر من مدينة قم الإيرانية، وهو من أعلام حركة إصلاح التراث الإسلامي اشتهر بمناظراته العقائدية مع المذاهب والفرق الأخرى عبر برامجه التلفزية كبرنامجي مطارحات في العقيدة والأطروحة المهدوية الذات يبثان على قناة الكوثر الفضائية، يعتمد الحيدري على مواقع تويتر في نشر فكره الشيعي وعرف عليه انتقاده لفكر ابن تيمة معتبرا إياه خطرا ابتلي بيه الإسلام.
- **جعفر الابراهيمي:** جعفر عجيل عبيد موسى الخزاعي الملقب بالإبراهيمي ولد في عام 1956 في محافظة ذي قار، ولد بين أبويين مواليين لأهل البيت على المذهب الشيعي الاثنا عشرية، وكانت والدته الأكثر حبا للإمام الحسين مما حدا به أن يكون خطيبا حسينيا، عرف الإبراهيمي بخطابه الطائفي المتطرف القائم على إقصاء السنة وسب الصحابة وزوج السول عائشة.
- **مجتبى الحسيني الشيرازي:** رجل دين شيعي عراقي معاصر مقيم في لندن، ينتمي لعائلة محمد حسن الشيرازي قائد ثورة التبغ في إيران، عرف عنه شدّته وحدّته في بيان آرائه تجاه عقائد السنة، وبانتقاده الصريح للحكومة الإيرانية المعاصرة ومؤسسها الخميني وقائد الثورة علي الخامنئي، وإلى جانب ذلك عرف الرجل بإسقاطه كل شخصية شيعية تسعى للتقارب العقائدي مع المذهب السني من أمثال اللبناني محمد حسين فضل الله.

يعتمد الخطاب الشيعي على الموروث التاريخي الديني في تقديمه لمحتوى هذا الخطاب، في هذا السياق يتم توظيف الأحداث والذاكرة الدينية في بناء خطابه الإقصائي والمتطرف ضد الأخر السني، لقد جاء في خطاب المرجع الديني حسن وحيد الخرساني الذي دعا إلى نبش قبور كلا من الخليفة الأول والثاني واستخراج ما بقي من جثتيهما ليدفنا في مكان أخر لأنهما يدفنان حاليا في أرض مغتصبة هي حسب تعبيره أرض فدك، وهو رأي لا يمثل نفسه فقط بل يمثل رأي العديد من علماء الشيعة ومعمميها، لقد قابلت هذه الدعوة المتطرفة دعوة علماء الإخوان المسلمين وعلماء الوهابية الذين يطالبون بهدم قبور الأئمة الشيعة، وبالتالي تصبح كلا الدعوتين مادة دسمة للشحن الطائفي واستمرارية الصراع المذهبي في المنطقة العربية[1].

[1] **التطرف الشيعي**، مقال تم نشره بتاريخ: 1 نيسان 2020، لبنان الجديد، متاح على الرابط https://cutt.us/eIWDO تم تصفحه يوم: 2020/04/04.

الفصل الرابع

الدراسة التحليلية للخطاب الطائفي

في شبكات التواصل الاجتماعي

تمهيد:

يرى **ميخائيل باختين Mikhaïl Bakhtine** أن «الخطاب منسوج من خيوط أيديولوجية متعددة لا تحصى، من حيث هو لحمة كل العلاقات المجتمعية بمستوياتها كلها»[1]، وانطلاقا من هذه الرؤية العلمية يستلهم الخطاب الديني أهميته من أهمية ومكانة الدين في حياة الشعوب، وتحظى مختلف التصورات المحيطة بأيديولوجيا الخطاب الديني إلى الإحالات الممكنة في بناء تصور خاص بمنتج الخطاب وتموضعه ضمن نسق العلاقات الكامنة والظاهرة والتي تتمظهر في بنية الخطاب الديني، على هذا تتأسس المقاربة التحليلية البحثية لإشكالية الدراسة الحالية بالاعتماد على مقاربتي التحليل النقدي والنقد الثقافي القائم على مكاشفة الخطاب الطائفي من خلال رصد تمظهراته وبحث آليات الاشتغال الدلالي والمعجمي والحجاجي الذي يسهم في الكشف عن المحتوى الطائفي والذي من خلال يمكن تحديد مستويات الانزياح الدلالي الذي وصل إليه الخطاب الديني السني-الشيعي نحو الخطاب الطائفي في انفتاح على كل امتداد منهجي وأداتي يسهم في تحقيق أهداف الدراسة الحالية، لا يكتفي الأنموذج التحليلي القائم في هذه الدراسة بمكاشفة الخطاب الديني السني-الشيعي بل يتعداه إلى بحث وتفكيك الأنساق الدلالية وشبكة العلاقات القائمة الظاهرة والكامنة والتي تتيح تحديد المسارات والمستويات الخطابية التي تشكل ركيزة أساسية لبحث تداعيات وتأثيرات الممارسات الطائفية في بنية الخطاب المستغلة لبراديغم التفاعل الاجتماعي في تويتر وما يتيحه هذا البراديغم من مزايا تسهم في تحقيق التفاعلية الخطابية.

[1] زياد محمد حميدان، **بنية خطاب حركة حماس– قراءة سوسيولوجية**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة بير زيت فلسطين، 2010، ص23

أولا: سمات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر

يتحدد الخطاب الطائفي بالاستناد إلى توفر مجموعة من الخصائص والمعايير والتي تسهم في تقديم تصور دقيق للخطاب الديني الذي يعيش انزلاق عضوي Organic slip يسهم في إحالته (حسب سياقات خاصة) إلى مفاهيم التحريض الطائفي Sectarian Incitement والكراهية الدينية Religious hatred، ما يجعله يخضع لمقومات معينة تُطرح كبينة داخلية لها تمظهراتها ومخرجاتها السياقية، وبالنظر إلى الدراسة الاستطلاعية وبالموازاة مع ما توصلت له نتائج بعض أدبيات الدراسة، اللتان ساهمتا في إثراء البناء المنهجي التحليلي الذي يقوم على تفكيك بنية الخطاب وتحديد مختلف الأنساق والظروف السياقية والاستعمالية التي تم استدعائها عند تحليل الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.

أخضعت الدراسة التحليلية عدداً من التغريدات للفحص والرصد باستخدام منهج تحليل الخطاب من خلال الاعتماد على المقاربة النقدية للخطاب Critical Discourse Analysis، وتوظيف عددٍ من الأدوات التي تسهم في تفكيك الخطاب السني–الشيعي وتحديد الترابط العلائقي بين مختلف مكوناته السردية بالاستناد إلى هرمية التحليل: النص Text/ الممارسة الخطابية Rhetorical Practice/ السياقات Contexts التي أُنتج وتطور ضمنها الخطاب السني–الشيعي، وتحديد مستويات الانزياح والتفكك في الخطاب الديني نحو الخطاب الطائفي في تويتر[1].

يرتبط تحليل الأطروحات Theses Analysis بالبناء الفكري والموضوعاتي لمحتوى الخطاب الديني السني–الشيعي والذي يدلل على مدى التعالق بين الخطابين الديني والطائفي ومن خلاله يمكن استخراج سمات وخصائص الخطاب الطائفي في تويتر، ويسهم تحليل الأطروحات في تحديد مختلف التوجهات والمسارات التي تنتهجها التغريدات السنية–الشيعية لرفع مستويات الشحن العاطفي Emotional Charging والانفعال الديني Religious Excitement وصولاً إلى بناء خطاب طائفي مغلق الأنساق ومزدوج قائم على تمجيد الذات وإقصاء الآخر ودوغمائي الملامح مبني على التعصب والتطرف وبعث الصراعات الدينية الطائفية في المنطقة العربية.

[1] في سحبنا لعينة الدراسة تم الاعتماد على أداة Nodexl من خلال شبكة الكلمات الدالة التي تقودنا لتحديد مكان تواجد المحتوى المطلوب في فضاء تويتر، تتيح هذه الأداة البحث في أرشيف تويتر ورصد الوسوم (هاشتاج) المتعلقة بالخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 01-10-2019 إلى غاية 01-10-2020 وفر البرنامج عشرات الآلاف من التغريدات المتعلقة بالخطاب الطائفي السني الشيعي، ونظرا لمتطلبات التحليل الكيفي وبغية تحقيق أهداف الدراسة الحالية تم ترشيح 2000 تغريدة لدراستها باستخدام منهج تحليل الخطاب.

بالنظر لزاويتي التحليل المتعلقة بالخطاب السني/الشيعي وتحديد أطروحات الخطاب الرئيسية والفرعية فقد تم الاعتماد على مجموعة من المؤشرات التي تحيلنا إلى رصد حضور الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر، وتحديد هذه المؤشرات بالاستناد إلى رصد تكراراتها حسب العينة المدروسة وفي إطارها الزمني المحدد سلفا، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

الرئيسية	الفرعية	الخطاب السني		الخطاب الشيعي	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تأصيل الذاكرة التاريخية	ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية	198	30.79	345	28.55
	إعادة إنتاج خطابات قديمة	321	49.92	576	47.68
	تحويل الصراعات القديمة إلى ثوابت في الهوية الدينية	124	19.28	287	23.75
	المجموع	643	%100	1208	%100
تحقيق مبدأ الريادة والفوقية	اِدّعاء الأفضلية (استعلاء الذات)	321	19.57	734	29.71
	تخوين الآخر وشيطنته	1079	65.79	1238	50.12
	تقديم محتوي يحرض على كراهية الآخر	240	14.63	498	20.58
	المجموع	1640	%100	2470	%100
ربط البعد الديني بالبعد السياسي	ربط أعمال العنف بالحركات والتنظيمات الإسلامية	567	35.34	356	22.61
	التركيز على مناطق الصراع التي تحتوي على أقليات الدينية	870	54.23	642	40.78
	تقديم المبررات الدينية والفقهية لتفسير الخلاف والتنافس السياسي	167	10.41	576	36.59
	المجموع	1604	%100	1574	%100
إلغاء فكرة المواطنة	إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة	57	8.94	298	22.35
	تجّذر الانتماء للطائفة لا للوطن أو الأمة	43	6.75	654	49.06
	غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية	537	84.30	381	28.58
	المجموع	637	%100	1333	%100
تكريس فكرة المظلومية		254	%25.4	763	%76.3
المجموع		1000	%100	1000	%100

جدول رقم (4) يوضح أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر

أ. أطروحة تحقيق مبدأ الريادة والفوقية.

يوضح الجدول أعلاه تكرار الأطروحات الرئيسية والفرعية في الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر، وقد أظهرت العينة التي قوامها ألفا (2000) تغريدة موزعة على التساوي بين ألف (1000) تغريدة سنية ونظيرتها الشيعية، أظهرت نتائج الدراسة عن تكرار تداول أطروحة "**مبدأ تحقيق الريادة والفوقية**" التي احتلت المرتبة الأولى في الخطاب الشيعي، إذ تم رصد تكرار الأطروحات الفرعية التالية:

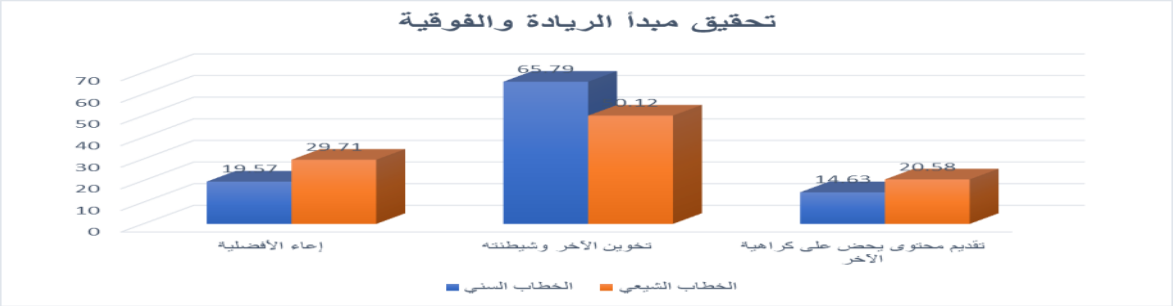
تكرر تداول أطروحة "**ادعاء الأفضلية**"(**استعلاء الذات الشيعية**) بنسبة 29.71 % بين تغريد وإعادة تغريد في الحسابات الشخصية ولدى حسابات بعض المعممين في المرجعية الشيعة، فيما تركزت جغرافياً بين بلدان: العراق؛ البحرين؛ الكويت، وتم تداول أطروحة "**تخوين الآخر السني وشيطنته**" بنسبة 50.12% تزامن انتشار هذا النمط من التغريدات مع اتفاقيات التطبيع بين الكيان الإسرائيلي مع بعض الدول العربية، سبقه انتشار وسوم تم تداولها في الخطاب الشيعي عقب التحول الجوهري في سياسة المملكة العربية السعودية التي فتحت المجال نحو بعث بعض مظاهر الترفيه والوسطية (حسب تعبير وسائل الإعلام السعودية) وهو ما تم وصفه في تويتر بـ "ثوب الوهابية الجديد"، وربطها بالهجمات المشتركة التي قادتها المملكة العربية السعودية والإمارات ضد اليمن في استهداف لطائفة الدينية الزيدية والحوثية، تم رصد تداول تغريدات وإعادة تغريد لمحتويات إعلامية تحض على كراهية الآخر "السني" والإساءة له بنسبة تكرار بلغت 20.58 %، خلال التشكيك في معتقداته الدينية وزيفها وبطلانها وهو ما رصدته تكرار وسوم مثل: #الديانة_البكرية، #زيف_البتريين، #مجوسية_عمر، #النواصب؛ #الإسلام_الداعشي... إلخ.

وأتاح رصد تغريدات تويتر الكشف عن أطروحات الخطاب السني من خلال تحليل الأطروحة الرئيسية " **تحقيق مبدأ الريادة والفوقية**" في محتوى التغريدات السنية، وقد تم رصد تداول الأطروحات الفرعية التالية:

- تكرار تداول أطروحة "**تخوين الآخر الشيعي وشيطنته**" بنسبة بلغت 54.39% وقد تم تداول هذه التغريدات حسب التوزيع الجغرافي للتغريدات محل الدراسة في المناطق التالية: سوريا؛ العراق؛ اليمن؛ مصر، ضمن سياق حضاري خاص يرتبط بمالات تدخل الحرس الثوري الإيراني في العراق وسوريا، ونسب أعمال العنف لحزب البعث في سوريا وحزب الله اللبناني بعد تفجيرات مرفأ بيروت، وهو ما يحيل إلى ارتباط الخطاب الديني السني/الشيعي بالوضع السياسي في المنطقة العربية وبشكل خاص في الشرق الأوسط والخليج العربي.

- تكرار تداول أطروحة "**إدّعاء الأفضلية**" (**استعلاء الذات السنية**) بنسبة 19.57% بين التغريد وإعادة التغريد في إقصاء لطائفة الشيعية ومعتقداتهم ومذاهبهم، ويتأصل هذا الطرح كتوجه متطرف لكلا الطائفتين وفي انحياز منهجي للفكر الديني ما يؤشر على وجود فكر دوغمائي واضح المعالم، ويتبنى هذا الطرح في الخطاب السني حسابات رجال الدين ورجال أعمال خليجيون من أمثال عدنان العرعور، يوسف القرضاوي.

- تكرار تداول أطروحة "**الحض على كراهية الآخر الشيعي**" بنسبة تكرار بلغت 14.63%، ويندرج ضمن هذا الإطار مختلف التغريدات التي تندرج في إطار تقديم محتويات تحث على كراهية الشيعي واحتقاره وعدم التسامح معه وإلغاء مواطنته وصولا إلى لعنه واستباحة دماءه وتكفيره والتشكيك في الآخر الشيعي ورفض عقيدته وممارساته الدينية وهو محتوى تم تداوله في الخطاب السني في تويتر وتبنته حسابات مؤسسات إعلامية مثل "حساب وصال".



شكل رقم (3) يوضح تحقيق مبدأ الريادة والفوقية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

ب. تأصيل الذاكرة الدينية:

أظهرت نتائج الدراسة فيما يتعلق بأطروحة "**تأصيل الذاكرة الدينية**" التي احتلت المرتبة الثانية في ترتيب تداول الأطروحات الرئيسية في الخطاب الشيعي، وضمنها تم تداول تكرار الأطروحات الفرعية التالية:

- تكرار تداول أطروحة "**إعادة إنتاج خطابات قديمة**" بنسبة تكرار بلغت 47.68%، وكشف رصد وتحليل التغريدات الشيعية عن ماضوية الخطاب المتضمن في محتوى تغريدات تويتر، وهو ما يحيل على عدم قدرة الخطاب الشيعي على التجدد في هيكلته وبنيته الداخلية، ما يؤسس على "تاريخانية" الخطاب الشيعي المتداول بهدف إعادة بعث الروح الشيعية وتكريس شعائرها الدينية في هيمنة واضحة للبعد العقدي للفكر الشيعي واستيلاء واضح للممارسات الشيعية على تغريدات تويتر.

- تكرار تداول أطروحة "**ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية**" بنسبة بلغت 28.55% وترتبط هذه الأطروحة بالسياقات التاريخية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتي تنخرط جميعها ضمن فضاء واحد تحيل بالمتلقي على استمرارية تداول الأحداث وديمومة الصراع السني/الشيعي في المنطقة العربية وهو ما يجعل من خلق فرص التقارب والتسامح الديني أمراً محظوراً، في ظل تكرار نمطي للأحداث واستمراريتها وتكريس البعد التاريخي العقدي في الممارسات الاجتماعية وتوظيف الشعائر الدينية في الخطاب الشيعي عبر تويتر.

- تكرار تداول أطروحة "**تحويل الصراعات القديمة إلى ثوابت في الهوية الدينية**" بنسبة بلغت 23.75%، وتسعى الخطابات الشيعية إلى إحياء وبعث الممارسات الشيعية تخليداً لأحداث التاريخية التي كونت الهوية الشيعية كمذبحة كربلاء التي يتم تسويقها إعلامياً في مختلف منابر الإعلام وفي وسائط الميديا الجديدة، ويتم تداول تغريدات تويتر وإعادة تغريدها لتكريس هيمنة الأحداث التاريخية في المخيال الجمعي الشيعي.

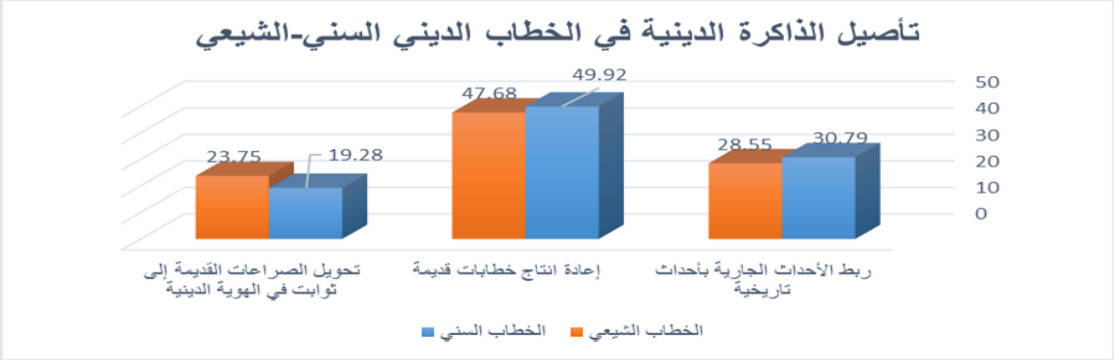
على جانب أخر؛ يشهد الخطاب السني انخفاض نسبي في توظيفه لأطروحة الذاكرة الدينية مقارنة بنظيره الشيعي الذي يعرف توظيفا عاليا لنفس الأطروحة، حيث أظهرت الدراسة التحليلية التي شملت رصد تكرار تداول الأطروحات الفرعية للتغريدات الدينية السنية النتائج التالية:

- تكرار تداول أطروحة "**إعادة إنتاج خطابات قديمة**" بنسبة بلغت 49.92%، وتأتي هذه التغريدات في إطار ديني خاص يتعلق بإعادة تقديم فتاوي وقصص دينية تتعلق بسيرة حياة الصحابة رضوان الله عليهم فضلا على الرد على التغريدات المسيئة للصحابة وزوج رسول الله ﷺ، ما يجعل هذه الأطروحة ترتبط بالسياق التاريخي الديني للفكر السني.

- تكرار تداول أطروحة "**ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية**" بنسبة بلغت 30.79%، ويسعى الخطاب السني ضمن هذه الأطروحة لتعميق الرابط التاريخي وتأكيد استمرارية الاصطفاف المذهبي عبر التاريخ الإسلامي وأفضلية الطائفة السنية التي تمثل الفئة الغالبة والأكثرية الدينية في العالم الإسلامي.

- تكرار تداول أطروحة "**تحويل الصراعات القديمة إلى ثوابت في الهوية الدينية**" حيث بلغت نسبة 19.28%، وقد تم رصد تداول هذه الأطروحة في التغريدات السنية عبر تويتر والتي يتم فيها بناء صور نمطية تجعل من بعض الأحداث التاريخية ثوابت في الهوية الإسلامية، وتظهر التغريدات المدروسة في هذا السياق تداول بعض الأحداث التاريخية التي تسببت فيها الطائفة الشيعية مثل سقوط بغداد وتسليمها للمغول، وكذلك

سقوط بغداد مرة أخرى في يد الاحتلال الأمريكي والاستيلاء على الحكم من طرف الشيعة ومآلات هذا السقوط الذي جرّ العراق إلى حروب دينية.



شكل رقم (4): يوضح تأصيل الذاكرة الدينية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

ج. أطروحة ربط البعد الديني بالبعد السياسي.

تظهر أطروحة "**ربط البعد الديني بالبعد السياسي**" في الخطابين السني والشيعي واحدةً من أبرز التقاطعات وأكثرها تشابكا وحضوراً في الخطاب الديني وهو السياق السياسي الذي يحتوي مختلف الخطابات الدينية والشيعية ويسهم في توجيهها وتحديد مساراتها، وترتبط هذه الأطروحة بأطروحات الفرعية التالية:

– يرتفع استخدام الأطروحات الفرعية للأطروحة الرئيسية نظراً للتشابك الواضح وعدم الفصل بين البعدين السياسي والديني في الخطاب الديني السني، ويتجه توظيف أطروحة "**ربط أعمال العنف بالحركات والتنظيمات الإسلامية**" إلى دمج التوجهات المتطرفة مع الفكر الديني وتقديم المصوغات الدينية اللازمة لتلاعب وتضليل المتلقي وتزيف الحقائق في تويتر من منطلق استراتيجية فكرية قائمة على الخلط العشوائي وتشويش فكر المتلقي، وقد بلغت نسبة تكرار هذه الأطروحة 35.34%.

– رصد تكرار أطروحة "**التركيز على مناطق الصراع التي تحتوي على أقليات دينية**" حيث بلغت نسبة 54.23%، ويتم التركيز على مناطق مثل اليمن والعراق وسوريا، وتوظيف الخطاب الديني للبعد الأمني الذي يحيل على أن وجود الآخر (الشيعي) هو سبب الصراع والأزمة العسكرية القائمة في المنطقة العربية.

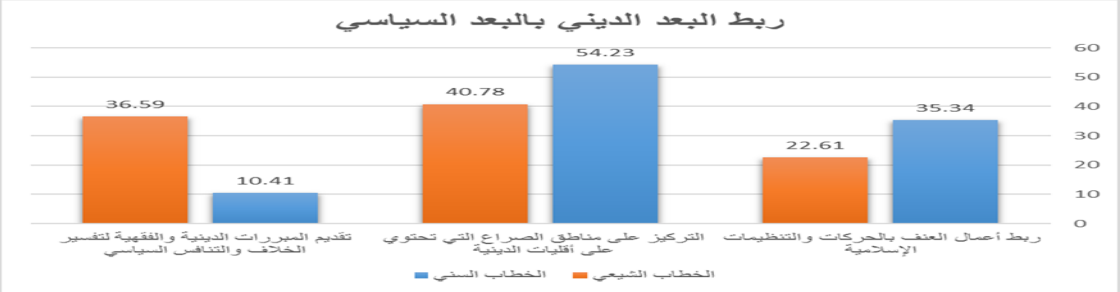
– رصد تكرار تداول أطروحة "**تقديم المبررات الدينية لتفسير الخلاف والتنافس السياسي**" حيث بلغت نسبة 10.41%، ويتم طرح مختلف المبررات الدينية التي تصوغ عمليات الصراع الطائفي والسياسي في المنطقة العربية مثل فتوى استباحة دماء الرافضة وتكفيرهم وفرض واجب الطاعة لولي الأمر والجهاد ضدهم.

– رصد تكرار تداول أطروحة "**ربط أعمال العنف بالحركات والتنظيمات الإسلامية**" في الخطاب الشيعي بنسبة بلغت 22.61 %، وتتيح هذه الأطروحة بحث ارتباط أعمال العنف والقتل والتدمير باسم

الدين، ويتم نسب هذه الأعمال الإرهابية في الخطاب الشيعي لبعض الحركات الإسلامية والتنظيمات الإرهابية المتطرفة مثل جبهة النصرة في سوريا وتنظيم الدولة الإسلامية (داعش) وجماعة الإخوان المسلمين وهو ما يؤشر على توجهات متطرفة في المخيال الشيعي ضد الآخر السني.

- رصد تكرار أطروحة **"التركيز على مناطق الصراع التي تحتوي على أقليات دينية"** في الخطاب الشيعي بنسبة تكرار بلغت: 40.78%، وهو الطرح الذي يؤصل من فكرة أن الصراع السياسي والأمني الجاري في المنطقة العربية هو صراع ديني بحت ذا أسس مذهبية وعقدية، ويتيح تقديم مبررات تصوغ الصدام العسكري والخلاف السياسي القائم بين المذاهب الدينية أو الأطراف السياسية ذات الخلفيات الطائفية في المنطقة العربية.

- رصد تكرار أطروحة **"تقديم المبررات الدينية والفقهية لتفسير الخلاف والتنافس السياسي"** في الخطاب الشيعي بنسبة 36.59%، كنتيجة لاستمرارية فكرة المظلومية والأحقية في الحكم انطلاقا من الفكرة الأولية التي أصّلت لميلاد المذهب الشيعي، وكرّست من الطقوس الشيعية كمبدأ أساسي ثابت في الهوية الشيعية.



شكل رقم (5): يوضح أطروحة ربط البعد الديني بالبعد السياسي في الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر

د. أطروحة إلغاء فكرة المواطنة:

طرحت **نجلاء إسماعيل أحمد** تعريفها للخطاب الطائفي بأنه خطاب يعمل على إقصاء الآخر الديني وبالتالي فإن مبادئ التعايش والمواطنة يتم إلغاءها في بنية الخطاب الديني الذي يعتمد على التحريض الطائفي ويقصى في محتوياته كل المبادئ التسامح والتعايش الديني وقيم المواطنة.

من خلال رصد وتحليل عينة الدراسة تم رصد ارتفاع تداول أطروحة **"إلغاء فكرة المواطنة"** في الخطاب الشيعي على حساب نظيره السني في تويتر، ويتجلى ذلك في الأطروحات الفرعية التالية:

- رصد تكرار تداول أطروحة **"تجذر الانتماء للطائفة لا للوطن"** بنسبة بلغت 49.06%، وتحيل هذه الأطروحة إلى تأصيل فكرة الولاء والانتماء لطائفة الدينية بدل الانتماء للوطن والأمة التي يتم

إلغائها لحساب استعلاء الطائفة التي يسوق لها الخطاب الديني في تويتر، وغرس فكرة الانتماء للمذهب على حساب الوطن، وهو الغرس الذي يؤصله نمطيا خريطة التوزيع المذهبي والديني في المنطقة العربية.

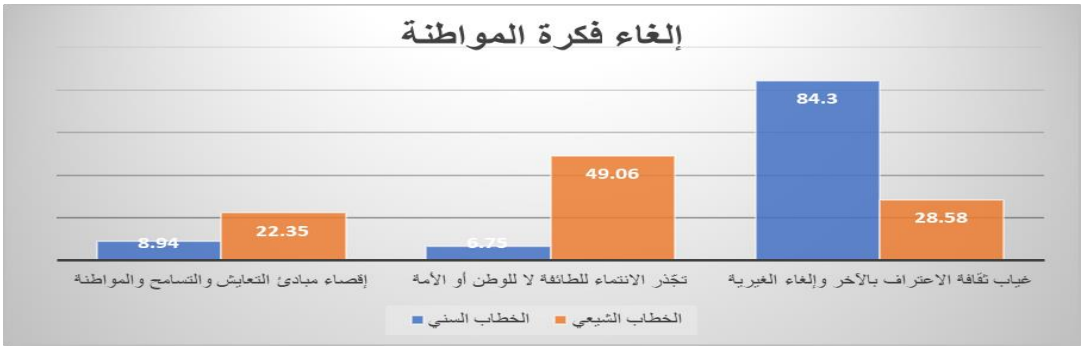
- رصد تكرار تداول أطروحة **"غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية"** بنسبة بلغت 28.58%، فعلى الرغم من ثراء المنطقة العربية بموزائكية متنوعة من الأديان والمذاهب والمدارس الفقهية، إلاّ أنّ الثقافة الإقصائية تتلبس ببنية الخطاب الشيعي الذي يلغي كل فرادة ومغايرة فضلا على أنه خطاب لا يعترف بالآخر السني إلاّ نفياً وتكفيراً واستباحة لدمه باعتباره الآخر (الشيطاني).

- رصد تكرار تداول أطروحة **"إقصاء مبادئ التعايش"** حيث بلغت نسبة تداوله خلال فترة الدراسة 22.35% في الخطاب الشيعي، إذ يبتعد الخطاب الطائفي الشيعي على كل مبادئ التعايش السلمي والتسامح الديني فهو خطاب إقصائي يؤصل فكرة الانتماء والولاء لطائفة ويلغي مبادئ التعايش والتسامح الديني.

يختلف الطرح السني عن نظيره الشيعي في أنه أقل حدة في استخدام أطروحة "**إلغاء فكرة المواطنة**" باعتباره خطاب يمثل الأغلبية الدينية في المنطقة العربية، ويمكن رصد هذه الأطروحة في الخطاب السني من خلال الأطروحات الفرعية التالية:

- رصد تداول تكرار أطروحة **"غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية"** بنسبة تكرار بلغت 84.3%، وترتبط هذه الأطروحة تحديداً بالطائفة الشيعية التي يتم إلغاءه ورفضها وعدم الاعتراف بشرعيتها كطائفة دينية إسلامية.

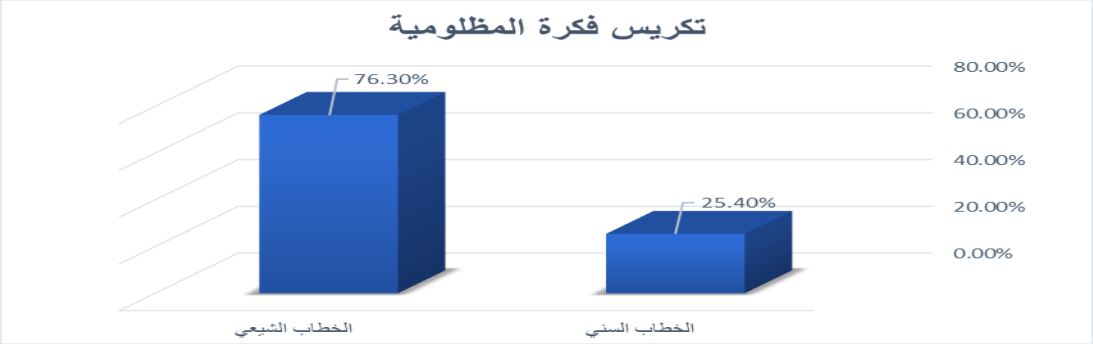
- ينخفض تداول تكرار أطروحتي "**إقصاء مبادئ التعايش**" وأطروحة "**تجذر الانتماء للطائفة لا للوطن**" وهذا بنسبة 8.94 % ونسبة تكرار 06.75 % وهذا الأمر راجع إلى ارتفاع نسبة الطائفة السنية وتأصيل الانتماء للوطن.



شكل رقم (6): يوضح إلغاء فكرة المواطنة في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

هـ. تكريس المظلومية.

تتحقق أطروحة "**تكريس المظلومية**" كاستراتيجية تتبعها بعض الطوائف الدينية ويتم تأصيلها في خطابها الإعلامي من خلال تصنع المظلومية واثارة استعطاف الجماهير باعتبارهم الفئة المظلومة والمنتهكة الحقوق، ويتجه الخطاب الشيعي نحو تفعيل هذا المبدأ الأساسي في خطابها الديني بنسبة بلغت 76.30%، على النقيض من ذلك فإن الخطاب السني يحاول إثارة استعطاف الجمهور في القضايا الخلافية مع الشيعة مثل قضية سب الصحابة وزوج رسول الله ﷺبنسبة بلغت 25.70%.



شكل رقم (7): يوضح أطروحة تكريس المظلومية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

ثانيا: مطارحة الفكر الطائفي في الخطاب الديني (السني/الشيعي) في تويتر.

تطرح إشكالية "**الذاكرة الدينية** Religious memory" في المعتقد الفكري السني أو الشيعي كأحد أبرز ملامح الخطاب الديني الإسلاموي، فرهان تثبيت الذاكرة الدينية العقدية وصولا إلى تكريسها كشكل من أشكال الممارسة الحياتية السنية-الشيعية، أدى بالخطاب الديني إلى مزيد من التحول في بنيته الداخلية ليفضي عليه صفة ماضوية بعيدة عن الحياد المنهجي والفكري، فقد أتاح إحياء الذاكرة الدينية السنية/الشيعية مزيداً من الاصطفاف المذهبي Sectarian Alignment في القاعدة الدينية الإسلامية وإحالته إلى صدام كهنوتي أعيد بعثه بأشكال ووسائط مختلفة لينقل المتلقي إلى التاريخ فيحيا مختلف الأحداث التاريخية، ويعيد تصوير الصراع ضمن معطيات العصر الحديث.

ولئن كان تكريس الذاكرة الدينية وفق التوجه السني أو الشيعي فهو لا يحظى بالحياد بقدر ما يسعى لتصوير هذه الذاكرة وإحياءها وفق رؤيته الشرعية أو الغير شرعية للأحداث الجارية، في ارتهان واضح لما يصطلح عليه المفكر المغربي **عبد الله العروي** بـ "الأدلوجة Ideology" حين وصفها من وجهة نظر ماركسية بأنها «تجعل الفكر الإنساني يرى الأشياء وفق رؤيته ودعواه هو، لا طبقا لذاتها هي»[1] فالذاكرة الدينية السنية/الشيعية تعتبر تأسيسا لإيديولوجيا منتج الخطاب الطائفي الذي يقوم بتسويقها عبر منصات تويتر الشبكية، ويتم استغلاله باعتباره منصة إعلامية مفتوحة تتيح للجميع التغريد تحت طائلة حرية التعبير.

وتتبنى السردية الدينية Religious Narrative للذاكرة السنية/ الشيعية السياق الحضاري للمنطقة العربية وما يحتويه من حمولة فكرية وعقدية وفسيفساء مذهبية فضلاً على التاريخ الصدامي الذي عرفته المنطقة منذ وفاة الرسول محمدﷺ ومقتل علي رضي الله عنه ثم حادثة كربلاء التي فجرت مختلف أشكال الانفعال الديني الإسلامي وأرست ملامح المذهب الشيعي وفصلت في الطقوس العقدية التي أتاحت الميلاد التاريخي لأطول صراع عاشته الأمة الإسلامية وصولا إلى توظيف وسائط الميديا المختلفة التي أسهمت في تحقيق مبدأ لا جغرافية الهوية الشيعية، وكسرت من النطاق المادي للصراع السني-الشيعي الذي امتد إلى مجاله الافتراضي.

لقد كشفت عينة التغريدات المدروسة عن صبغة ماضوية يتم تكريسها وفق مستويات عدة، يتحدد المستوى الأولي من خلال استحضار الأحداث التاريخية ومزجها في قالب هجين مع الأحداث الجارية، فيما تسهم المستويات الأخرى في جعل المتلقي يتبنى الأحداث التاريخية من خلال تسويق الأنساق الذهنية المؤدلجة

[1] ينظر: عبد الله العروي، **مفهوم الأيديولوجيا**، ط8، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2012، ص10.

والتي تتيح مزيدا من الانغلاق الهوياتي Identity Lockout وربطها بسياقات حضارية مختلفة، يتم تداولها لتكريس هيمنة البعد السياسي فيها فضلاً على إضفاء طابعها العقدي المنبعث من فكر لاهوتي بالغ في القدم والتطرف ومنطلق من توجه دوغمائي Dogmatic مبني على الإقصاء وإنكار الغيرية، وعلى هذا تتعدد مسارات تكريس الذاكرة الدينية وفقا للمؤشرات التحليلية التالية:

أ, ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية: أتاح البحث في آليات توظيف الذاكرة الدينية بالاعتماد على منهج تحليل الخطاب، تحديد سلسلة من العمليات المنهجية التي يسعى من خلالها منتج الخطاب الطائفي السني/الشيعي في ربطه للأحداث الجارية بأحداث تاريخية وفقا لسياقات متعددة وترتبط جميعها ببنية الخطاب الديني، وتتوزع التغريدات التي قاربت من ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية سابقة في سياق تجذر الصراع السني الشيعي وإعادة بعثه في الذاكرة الدينية الإسلامية، في سبيل الإبقاء على حالة الانفعال الديني والشحن العاطفي قائماً ومستمراً في تويتر، محدداً في الوقت نفسه توجهاته في بناء الأنساق الذهنية الإقصائية المغلقة.

وعلى نحو تكاد تتوازي فيه آليات الربط المنهجي في الجمع بين الأحداث الجارية والأحداث التاريخية، التي تحيل بالمتلقي إلى أبدية الصراع التاريخي بين السنة والشيعية ولتفضي به إلى عدم القدرة على فصل الحاضر والماضي وهو المزج المطلوب نحو بناء صورة نمطية متكررة للأحداث الدامية في محاولة الإبقاء على التوتر الانفعالي الناتج عن تكرار الإساءة والتشكيك والعنف الديني الطائفي الممارس من قبل الآخر العقدي.

في الخطاب الشيعي المتداول في تويتر تم رصد عملية الترابط شديد للأحداث الجارية والأحداث القديمة ضمن مشهدية تستدعي شحن انفعالي عالي المستوى، وهو الأمر الذي يتزامن وتوظيف سياقات حضارية تعرفها المنطقة العربية، فقد أحدث انفجار مرفأ بيروت بتاريخ: 2020/08/04م انعكاسات خطيرة وفوضى مذهبية فتحت المجال لتداول الاتهامات بين نشطاء فضاء تويتر الافتراضي، سمحت هذه الحادثة وما قبلها من حوادث بربطها ضمن سياق تاريخي خاص يحيل بالخطاب الديني (السني–الشيعي) نحو قراءة تاريخية مغلقة ومشبّعة بالزخم الطائفي الذي يبعث على أبدية الصراع السني–الشيعي المتعدد الأشكال والمتوحد في الأهداف.

ب. إعادة إنتاج خطابات قديمة: تمثل هذه الأطروحة رؤية إعلامية تتخطى حواجز الرتابة الدينية لوسائط الميديا لتعيد تشكيل محتويات ضاربة في القدم بنيوياً ولغوياً، وتؤسس لبعث تراث حضاري صدامي بين قطبي الإسلام (السنة–الشيعة)، وتبعث هذه القراءة التاريخية في منصة تويتر المفتوحة على عدد غير محدود من المتابعين إلى بسط هيمنة التراث الدموي وإنتاج الذاكرة الدينية المتطرفة بما تحتويه من صور القتل والتدمير

وسفك الدماء في استباحة واضحة لقدرة الحاضر على إعادة تشكيل رؤية تنطلق من فتح أفق التعايش الحضاري والتسامح الديني، ليتكرر المشهد الدموي بخلفية دينية تراثية لتعايش (في زمن آخر) معركة الجمل وحادثة كربلاء واستيلاء المغول على بغداد ليحدث الانفصام العقدي بين الطوائف الدينية وتكرس الممارسات الإرهابية باسم الدين وتحت راية الطائفية التي تسهم بشكل وافر في إحداث أزمة العقل العربي كما تصورها **محمد عابد الجابري**، وفي نفس المسار تتجه الخطابات السنية –الشيعية نحو تكريس "الخطاب الأسطوري Legendary Speech" الذي يتماثل مع الخطاب الديني حسب "**شتراوس Strauss**" ويتحقق ذلك من خلال الاشتغال على المزاوجة بين التاريخية Historical وغير التاريخية Non-Historical في بنية الخطاب، وبالتالي تصبح الطائفية فعلا تراكميا ذا خلفية تراثية وفكرية ومبني على عقيدة الشحن التدرجي لفكر الإقصاء وإلغاء الغيرية وتوطين الفوضى المذهبية، وتنخرط أسطورة الأصل المؤسس The Founding Legend للسردية الطائفية الشيعية أو نظيرتها السنية في بعث أسباب الخلاف التاريخية في بنية الحاضر في مجتمعات ما بعد الحداثة وهو ما يصوغ استمرارية الخلاف والصراع بينهما، وتتجه هذه الخلافات إلى الاشتغال على الفضاء السيبراني بما يوفره من امتداد افتراضي لما قوضته الجغرافيا المادية للحركات والمنظمات المتصارعة. وتتاح مع تكرار عملية صناعة وإنتاج الطائفة المستحدثة بتصوراتها المتطرفة وتفتح أفاق صناعة صور نمطية بالغة القدم تحيل فيها الخطاب على حداثة وتطور منصاته إلى بنيته التقليدية التراثية ذات الحمولة الدلالية السلبية (تحمل مختلف التغريدات التي تم تفكيكها وتحليلها على حمولة دلالية تراثية قديمة فيتم استخدام دلالات مثل: كربلاء؛ الأمويون؛ الوهابيون، العباسيون، الصفوية، المجوس، عبدة الشيطان...إلخ) وهو ما يتفق ما توصلت إليه دراسة نصر الدين لعياضي في توسيماته الماضوية للخطاب الطائفي في دراسته الموسومة بـ "الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية –كلفة الخطاب وتداعياته"[1].

ج. تحويل الصراعات القديمة إلى ثوابت في الهوية الدينية: يتجه الخطاب الطائفي السني/ الشيعي نحو المساس بالمقدس الديني للآخر، وهو الأمر الذي يجعل من الارتباط التاريخي بين الثوابت الدينية والصدام المذهبي الجاري بين الطوائف الدينية والحركات الإسلامية المتطرفة السنية والشيعية حتمية في سبيل إيقاظ شعور الاضطهاد والمظلومية الممارس من طرف الطائفة المختلفة عقديا، وبالتالي الحث على كراهيتها والانتقام منها.

في نسق الخطاب الشيعي؛ تشكل مذبحة كربلاء واحدة من أهم ثوابت الهوية الشيعية وأبرز معالمها، حيث يسعى منتجو الخطاب الشيعي إلى فرض صورة نمطية وتأكيدها عبر الفضاء الشبكي لتويتر لما يتيحه هذا

[1] نصر الدين لعياضي، **الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية –كلفة الخطاب** وتداعيته، ينظر: الفصل الأول ص 42.

الفضاء الافتراضي من قدرة عالية على التعبئة وتأسيس المخيال الجماعي وربط الذاكرة الدينية بمجالات الممارسة الاجتماعية الافتراضية وهو يمنحها البعد الاجتماعي اللازم لتمكينها كمجال طقوسي ذا إيقاع تراثي حاسم لدى المذاهب الشيعية على تعدد اتجاهاته، ما يعزز من الشعور بالضغينة والحقد الذي يتم تعبئته نحو الآخر السني.

ويتيح تويتر للخطاب السني إقامة صلاته مع المتلقي، من خلال توفير أرضية يفكك من خلالها ذلك التعالق التكنولوجي بالإيديولوجي، فهو خطاب قائم على تقديم عرائضه الدينية المختلفة ضمن سياق حافل بالتقاطعات السياسية والتاريخية في تأكيد على حالة الريادة التي يحظى بها الخطاب السني ذي التوجهات السلفية والوهابية في تفوق واضح على بقية الاتجاهات السنية الأخرى، فالبراديغم التكنولوجي لتويتر يكشف عن صراعات أعمق وأكثر حدّة بين مختلف الخطابات السنية المتناحرة على السلطة السياسية أولا وبحجة أنها أنجع لتحقيق الريادة للأمة الإسلامية دينيا وحضاريا. وترتكز هذه الصراعات بين الخطابات الدينية لجماعة الإخوان المسلمين وللخطاب السلفي لبعض رجال الدين المعروفين، والخطاب الوهابي الذي تقوده بعض الحركات والشخصيات الدينية في المملكة السعودية فضلا على الخطاب الديني العنيف الذي يتم تمريره من طرف الحركات الإسلامية المتطرفة كـ (داعش) وهو ما يتفق مع كل من دراسة وليد حسني زهرة ودراسة جنيف عبدو ودراسة عبد الباقي مير ومحمد المهدي شنين، ودراسة محمد الراجي[1].

1.2. مراوحة النفور السني–الشيعي في تويتر

أظهر الخطاب الديني السني–الشيعي عجزاً في احتواء الاختلافات والصدامات الدينية بين المذهبين، وهو ما أسهم في انزياحه نحو نفق التطرف والتعصب الديني، ويظهر الخطاب السني–الشيعي في تويتر كخطاب مفلس من القيم ومتوجس من الآخر العميل والخائن، يشكل الإقصاء والتخوين أحد أهم العناصر الخطابية المنجزة عن الخطاب الطائفي المتضخم عبر تويتر، وعلى هذا يؤسس الخطاب الطائفي رأسمال اجتماعي قائم على تكريس الفكر الإقصائي والولاء للطائفة الدينية، وبذلك فهو يعتمد على إنتاج ثقافة ثالوثها: التآمر – التخوين –التكفير كمحددات بنيوية للخطاب الطائفي السني–الشيعي في سبيل خلق هالة دينية تسوق لإيديولوجيا المؤامرة الدينية Religiouse Plot والانغلاق المذهبي Closure Doctrine والانحراف العقدي بين قطبي الإسلام.

[1] يمكن الاطلاع على نتائج هذه الدراسة التي تتفق مع نتيجة الدراسة الحالية في الفصل الأول ص ص 37، 45.

يعتبر الاستعلاء الديني Roligious Superiority ظاهرة ضاربة في القدم ومتأصلة في الفكر الراديكالي Radical thought لبعض الاتجاهات الإسلامية المتطرفة والتي تؤصل الريادة المذهبية النابعة من المنطق الاستدلالي المنجر على تفعيل ثنائية: الاستعلاء/ الدونية، وتتجه معظم الخطابات الدينية (السنية/الشيعية) المتطرفة عبر تويتر في الأخذ بهذا المبدأ في محتواها الخطابي، ويقضي هذا المبدأ بتسويق الاختلاف المذهبي واستبعاد الائتلاف وفق رؤى منتج الخطاب، وتتجاوز الظاهرة منطلقات التمييز الديني البحت في البحث عن الرؤية الشرعية للطائفة المذهبية إلى خلق الهوس الديني في صناعة وهم "الذات" التي يتم تصويرها بصورة منزهة ومتناهية المثالية.

يشكل "قم" الأنموذج الشرعي الذي يلتف حوله شيعة العالم، خاصة أن هذه المرجعية الدينية تعززت بعد الثورة الإسلامية في إيران سنة 1979م، والتي جعلت من الدين (التشيع الصفوي حسب رؤية الخميني) أنموذجا للممارسة السياسية مكرسة بذلك ولاية الفقيه كأعلى رتبة دينية سياسية للمذهب الشيعي في حدود جمهوريته المثالية، وهو ما يفرض على الشيعة في المنطقة العربية حتمية إتباع الحوزات الشيعية في إيران اقتداء وولاء، على هذا سيطر التيار السياسي على توجهات الخطاب الشيعي في تويتر، وساهم في خلق بؤرتي الولاء والعداوة حسب تصنيفات المرجعية الصفوية للتشيع لفئتي الحليف والعدو، وتعتبر الحركات السياسية والعسكرية كالحشد الشعبي وحزب الله مع بقية التيارات الشيعية خلفية سياسية للخطاب الديني الشيعي في تويتر ليتمظهر في مختلف التغريدات ذات المحتوى "الصفوي" التي تأخذ على عاتقها مهمة الجمع بين البعدين السياسي والديني في الخطاب الإسلاموي نظير تكريسها للمرجعيات الفقهية والمذهبية ونشرها كبديل لمرجعيات كربلاء والنجف التي تبيح مختلف الممارسات الاجتماعية للتيارات والحركات الإسلامية في أرض الواقع والتي جرى تصويرها في تويتر ضمن مسارات التجنيد والدعاية والجهاد والنضال في تأصيل واضح لمفاهيم المظلومية والتقية والإمامة والانتقام لأحداث تاريخية منذ أزيد من 14 قرنا وفي إقصاء متعمد للمغايرة الدينية البديلة.

ينخرط الخطاب الطائفي السني–الشيعي في منظومة نسقية من العلاقات التي تتخذ أبعاد عدة، لعل أشدها حدّة وأكثرها تأثيراً على منظومة الخطاب الديني هو النسق السياسي الذي تتواري خلفه العلاقات الدينية ويؤطره البعد الافتراضي، فقد أسهم مبدأ تصدير الثورة الإيرانية بعد 1979م في إشعال فتيل الصراع الطائفي في بلدان مثل: البحرين وسوريا والعراق والكويت ولبنان وباكستان والسعودية، وانجر عن هذا انخراط قطبي الإسلام في دوامة من العنف المذهبي بين الحركات الأصولية السنية مثل حركة طالبان التي تم إنهاء سيطرتها السنية في باكستان وأفغانستان بعد تفجيرات 11 سبتمبر 2001م، وتنظيم الدولة الإسلامية (داعش) التي سيطرت على عدد من المناطق في العراق وسوريا واليمن، ليقابله بذلك سيطرة الحوثيين على صنعاء، وإحياء

المدّ الشيعي في بلدان أفغانستان وباكستان بعد سقوط طالبان وانهيار القاعدة في العراق وسوريا. وقد ساهم التغيير السياسي الذي تشهده الجيوبولتيك العربي في تفجير الصدام المذهبي في فضاء تويتر العربي الذي كان أكثر حدة وصدامية بين الخطابات الطائفية السنية والشيعية وعرف نقل الاصطفاف العقدي إلى الفضاء العمومي الافتراضي. وأدي تولي جماعة الإخوان المسلمين في مصر وحزب النهضة في تونس إلى إعلان إحياء الحركة الإسلامية القطبية السلفية في المنطقة العربية، بالموازاة مع نشوء هذا التيار الديني السني انفلات واضح للتيارات الشيعية التي استطاعت أن تتخذ موقعاً فاعلاً في بنية النظام السياسي في العراق، أدى هذا الأمر إلى زعزعة وانهيار السلطة السياسية في سوريا واليمن، ونتج عنه دخول المنطقة العربية في اضطراب سياسي وفوضي عقدية أسهمت في تفجير الأزمة السنية الشيعية وإحالتها إلى منصات التواصل الاجتماعي لتنتقل حالة الاصطفاف المذهبي إلى بعده الافتراضي ما يقدم لها ذلك الزخم الطائفي وسط ازدحام الخطابين بمختلف الخلفيات السياسية والدينية التي أسهمت في عمليات استقطاب الجماهير الدينية وأسست لها بعدها الافتراضي الذي أسهم في تفجير الواقع الديني في المنطقة العربية، أدى هذا الأمر إلى الإطاحة سريعا بنظام الإخوان في مصر وإدخال وسوريا واليمن والعراق إلى دوامة الصراع المذهبي الذي تلبسته الأنظمة السياسية المتناحرة، فيما أبانت على عمق الفجوة الدينية بين مختلف الاتجاهات السياسية المتصارعة على السلطة السياسية في مناطق النزاع العربية.

2.2. الخطاب الديني (السني/الشيعي) بين ضرورة الكراهية وحتمية الصراع.

أتاح النسق الشبكي لتويتر العبث بمجموعة المعايير القيمية والأخلاقية وإعادة تعريفها من جديد نتيجة للإسقاطات التي حدثت بعد إلغاءه للجغرافيا المادية واللامادية للمجتمعات الإنسانية على تعددها، لم يقتصر هذا الأمر على هدم الحدود الفاصلة للدول بل تعداه لتغيير بعض المفاهيم التي تجذرت وارتبطت بإقامة كيان الدولة الحديثة، فمفهوم المواطنة الافتراضية أُسقط من المفاهيم المكرسة للحق الطبيعي وتم إحالته إلى المجالات الهامشية التي تفترض تكوين جماعات وأفراد يربطهم الولاء (للاهتمامات المشتركة ولروابط التفاعل الاجتماعي وتكوين الصداقات)، حيث غيرت شبكات التواصل الاجتماعي ومنها تويتر من المفاهيم الاجتماعية التي تؤسس البني والنظم الاجتماعية افتراضيا لصالح كيانات اجتماعية هامشية ومنعزلة تربطها الخوارزميات الإلكترونية في تأسيسها لحضورها الافتراضي ذي البعد الاجتماعي وفي إسقاط علني لسلطة المكان.

وأمام هذه الهيكلة الافتراضية التي أتحها تويتر في إقامة الصلات مع الكيانات الاجتماعية لا جغرافياً، وفر تويتر للكيانات الهامشية والمتطرفة فرصة لتواجدها في المجال العمومي الافتراضي وإعادة إحياء طقوسها

العقدية وشعائرها الدينية المختلفة، وعلى هذا النحو اتجه الخطاب الديني السني –الشيعي إلى استغلال تخوم التواصل الشبكي وإقامة صلاته مع الكيانات الافتراضية التي تشترك في المنهج العقدي من خلال إعادة بعث فكرة الولاء للطائفة عبر المنصة الافتراضية تويتر مسايرة للإيديولوجيا السائدة التي وفرتها وسائط الحداثة وما بعدها والتي أسقطت في اعتباراتها قيم المواطنة والأمة لحساب "الطائفة المجيدة" التي تحمل على عاتقها مهمة إلهية يتحقق بها "الوعد الرباني".

بالموازاة من ذلك؛ تتجه الخطابات الطائفية السنية والشيعية نحو بعث حوافز التطرف الديني، من خلال توظيف عمليات الشحن العاطفي والحشد العقائدي وتكثيف الرسائل ذات المحتوى المحرض على الكراهية الدينية والإقصاء المذهبي، وهو ما يرسخ السلوك الطائفي من خلال بناء تصورات فكرية ومعرفية ووجدانية تتأسس على ما يعرف بـ "الفاشية الإسلاموية Islamist Fascism" في توجهاتها الدوغمائية، المرتبطة بمجموعة القيم التي يتم هدمها بواسطة الخطاب الطائفي السني–الشيعي (وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة ألكسندرا سيغل في كثافة السرديات الطائفية في خطابات تويتر السنية والشيعية).

يرتكز الخطاب الطائفي (السني–الشيعي) في تويتر على بناء ثقافة افتراضية في إطار بعث جذور المظلومية وترسيخها وإلغاء الروابط الحضارية مع الآخر (السني/الشيعي) في طمس هوياتي لكل ما هو "مشترك" من تاريخ أو حاضر أو مصير، لينخرط هذا الطمس مع تحولات العقلانية التكنولوجية التي حققها انتشار تويتر وهيمنته على المنتوج الفكري الإنساني وبالتالي تتحول الهوية الدينية نحو توظيف آليات القمع والهيمنة وإسقاط مختلف دواعي التسامح الديني والتعايش المذهبي بين الطوائف الإسلامية.

تعتبر "الشرعية Legality" الغطاء الذي يفضله الخطاب الطائفي الشيعي بدرجة أكبر التواري خلفه، ويستند هذا الغطاء على المبررات العاطفية التي من شأنها توثيق المحتوى الإقصائي القائم على التعصب والتطرف والكراهية للآخر (السني الأدنى)، وإذ أتاح تملك التشيع الصفوي لمقاليد الحكم في الجمهورية الإيرانية، إحياء الروابط الكلاسيكية التي تجعل الولاء للطائفة قبل الوطن "فرضا" دينيا كما وصفه **أمبرتو إيكو** Umberto Eco بـ "عبادة التقليد Tradition Worship" في أسبقية الفكر التراثي التأسيسي، ويوفر تويتر تمّلك تلك السلطة الدينية التي تتيح للطائفة "مركزية" الهيمنة على الولاء وبسط سيطرتها على المذهب، وبذلك يتحول تويتر إلى حوازة تكرّس المرجعية الشيعية عبر العالم، وتتيح إعادة تموقع الطائفة الشيعية ضمن الفضاء الافتراضي.

وعلى هذا النحو يتأسس النظام القيمي في الخطاب الطائفي (الشيعي–السني) من خلال إسقاط الغيرية Heterosexuality (باعتبارها تحدد علاقات الأنا بالآخر)، كنقيض لكل مبادئ التعايش والتعدد وقبول الاختلاف (وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه دراسة نصر الدين لعياضي ودراسة محمد الراجي فيما يتعلق بتمفصلات الأنا والآخر في الخطاب الطائفي)، وتتجه مختلف الخطابات الدينية إلى إقامة حواجز فكرية تستبيح من خلالها المبادئ الأخلاقية والقيمية الإسلامية لينشئ بذلك منظومة مهترئة تقوم على تسويغ "الفاشية الدينية Religious fascism" من خلال خلق حجر ديني استباقي يرفض كل مغايرة دينية ويقصيها فضلا على عدم التعاطي مع مخرجات المواطنة كأحد أبرز معالم الديمقراطية التي تتيح تفاعل وثراء الخيارات السياسية والدينية داخل الدولة الواحدة.

لا يزال الخطاب الشيعي يقتات على فكرة "مظلومية آل بيت النبوة" منذ أزيد من 14 قرنا من الزمن، ويسعى في بنيته الخطابية في تويتر إلى تصنع المظلومية وغرسها في نفوس الطوائف الشيعية انطلاقا من تكريس فاجعة كربلاء وقبلها حادثة مقتل علي رضى الله عنه، وهذه الحوادث تحمل المبررات العاطفية لإثارة الرأي العام الشيعي واستقطاب الجماهير وإضفاء الشرعية على ممارستهم العقدية والطائفية، ويرتكز "خطاب المظلومية Grievances Speech" في الفكر الشيعي على غرس الحوادث التاريخية في المخيال الجمعي للطائفة الشيعية وجعلها ركيزة أساسية في الشعائر الدينية، على هذا يتأسس اللطم والحزن والأسى في الوجدان الشيعي نتيجة تكرار عمليات الغرس الثقافي للصور النمطية لأعمال القتل والتصفية الجماعية للطوائف الدينية وتسويقها إعلاميا باعتبارها الطائفة الدينية المضطهدة.

خلال فترة الدراسة أحدث مقتل القيادي في فيلق القدس الإيراني "قاسم سليماني" مطية تاريخية تكاد تقارب مظلومية كربلاء، واتجهت مختلف التغريدات إلى بعث شعور الأسى والحزن في مشهدية سردية تحيل بالمتلقي على أن الحادثة "الإرهابية" جرت بحق الإنسانية الشيعية (في تجاهل تام للخلفيات السياسية والعسكرية المحيطة بالحادثة) في تعمد واضح للإساءة والعدوان للمذهبية الحسينية، ولمحاولة الإبقاء على سرمدية كربلاء المظلمة، وقد تم تداول صورة للحسين يحتضن القاسمي لإحالة الفكر الشيعي نحو نوازع التظلم والأسى ويبرر في الوقت ذاته مختلف العمليات السياسية والعسكرية وحتى الافتراضية للردّ على فاجعة "سليماني" عبر تويتر. وتوظف "المظلومية" مختلف الأساليب والآليات في سبيل استرداد حقوق الطائفة المضطهدة (من طرف النواصب)، على هذا النحو جرى تصوير صراع الحوثيين في اليمن على أنها معركة استرداد الحقوق والانتفاضة على سياسة الإقصاء والتهميش السياسي والديني المنتهج في حقهم ضد الدولة المتوكلية الزيدية على مدار عقود طويلة من الزمن.

شكل رقم (8): يوضح صورة الإمام الحسين يستقبل القائد قاسم سليماني تم تداولها على تويتر

ويبني الخطاب السني فكرة المظلومية التي تم تأسيسها وتداولها لدى جماعة الإخوان المسلمين في مصر بعد الانقلاب العسكري على محمد مرسي، وقيام تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) بعد سقوط بغداد في يد الاحتلال الأمريكي واستلام الشيعة مقاليد السلطة في العراق، ويشكل هذا التحول في الجيوبوليتيك السني انهيار واضح في معالم الخطاب السني فرضه تغيير واضح في نسق العلاقات الإقليمية، أدى هذا الأمر إلى حتمية إعادة تأسيس بنية الهويات السنية الفرعية في المنطقة العربية، لتفرض المظلومية كخطاب هوية متأزم منبثق من النوستولوجيا الدينية لقطبية الإسلامية التي يتم تداولها عبر فضاءات تويتر في إعادة هيكلة واضحة لشبكة العلاقات الاجتماعية وتأسيس بعد اجتماعي للكيانات المتطرفة بحثا منها عن موقع جيو-سياسي افتراضي بديل، وفرض هيمنتها على الواقع الرقمي بعد فقدانها لمركزها وانهيار شرعيتها في المجال العمومي الواقعي، فتويتر أعاد بعث الكيانات المنهارة واقعيا من خلال توفير منصات للتعبير وإعادة التجسيد الافتراضي.

ثالثا: كروموزوما الصراع الطائفي في الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر

يتشكل النسيج العضوي للصراع الطائفي بين السنة والشيعة من مجموعة القوى المحلية والإقليمية المتنافسة والمتصارعة تحت راية الدين، والتي تم الكشف عنها في إطار أداة تحليل القوى من خلال بحث المؤشرات التحليلية الدالة والتي وفرتها بيانات التغريدات المدروسة وفق النتائج التالية:

القوى الفاعلة	الخطاب السني		الخطاب الشيعي	
	تكرار	النسبة	التكرار	النسبة
شخصيات وقوى فاعلة مستقلة	254	25.4	314	31.4
قوى فاعلة عربية	130	13	274	27.4
منظمات وحركات إسلامية عربية	205	20.5	167	16.7
الجمهورية الإسلامية الإيرانية	298	29.8	154	15.4
أخرى (دولية وإقليمية ومنظمات غربية)	113	11.3	91	9.1
المجموع	1000	%100	1000	%100

جدول رقم (5): يوضح القوى الفاعلة في الخطاب الديني السني/ الشيعي في تويتر

بتحليل بيانات الجدول الموضح أعلاه يتضح أن:

تحتل الشخصيات والقوى المستقلة صادرة القوى المسيطرة على الخطاب الديني السني أو الشيعي في تويتر على حدّ السواء، وتتخذ هذه الشخصيات المهيمنة على محتوى التغريدات في تويتر تصورات إيجابية وأخرى سلبية حسب مقتضيات النسق الخطابي السني أو الشيعي، وتشكل شخصيتي "**علي بن أبي طالب وفاطمة الزهراء**" رضى الله عنهما أبرز الشخصيات المتداولة في الخطاب الشيعي، ويتم توظيفها في قدسية تامة تتماهي مع قداسة شخص "**محمد رسول الله**" ﷺ، ويتجه الخطاب الشيعي في تويتر إلى تقديم الأيقونة الرمزية لشخص فاطمة تحت وسوم (#لبيك_ فاطمة)، (#اغتصاب_ فدك _الصغرى) (#الصديقة_الكبرى) (#يوم_ العذاب)، وضمن نفس التصور يتم طرح شخص "الحسين بن علي" رضى الله عنه، في هيمنة واضحة لسرديات كربلاء وضمن استراتيجيات إحياء المظلومية وتقديم مبررات عاطفية وانفعالية لشحن الكراهية والحقد والحث على الانتقام. في الجانب النقيض تشكل شخصيات "**عمر بن الخطاب**" و"**أبي بكر الصديق**" و"**عثمان بن عفان**" و"**عائشة**" رضي الله عنهم، السرديات الشريرة والرموز الشيطانية في الفكر الشيعي المقدم في الخطاب الديني، ويبني هذا التصور على تقديم مغالطات فكرية ورمزية تؤصل المبدأ الأول القائم على

الكراهية والتطرف والتمييز المذهبي لتقديم مختلف المصوغات الدينية لتأصيل التصدعات الطائفية مع الآخر السني.

تحتل القوى الفاعلة العربية الترتيب الثاني في مجمل القوى المؤثرة والمتداولة للخطاب الديني الشيعي بنسبة تكرار بلغت 27.4%، وتهيمن قوى مثل السعودية، البحرين، مصر، سوريا والعراق على محتوى تغريدات تويتر، فيما يلمس الاختلاف بالنسبة لتوجهات القوى وأدوارها الإيجابية والسلبية اتجاه التصدع الطائفي السني الشيعي في المنطقة العربية، وتنخرط السعودية باعتبارها تمثل رمزية عقائدية للوهابية التي تمثل العدو الداخلي لطائفة الشيعية، تنخرط في إذكاء نار الفتنة والطائفية وتوجيه محتوى تحريضي يزيد من عمق الأزمة المذهبية في المنطقة إلى جانب أدوارها المحلية في إقصاء العنصر الشيعي محليا وإقليما، ويرتفع تراند #الوهابية_الإرهابية مع الحملات القصف التي تطال اليمن، وبغض النظر عن الأسباب الحقيقية التي تسير الصراع الجاري في منطقة الخليج العربي فإن عباءة الدين مبرر يتم طرحه في تبرير وتوجيه مختلف الصراعات الجارية بين القوات السعودية وميلشيات الحوثيين في تويتر، وعلى ذات النسق الخطابي يتم تمثيل السعودية باعتبارها العدو اللدود لدولة الولاء الشيعي الإيرانية وهو ذات نسق التداول في طرح قوتين إقليميتين متصارعتين باسم الدين والعقيدة ومحاولة بسط النفوذ وتولي الزعامة على العالم الإسلامي.

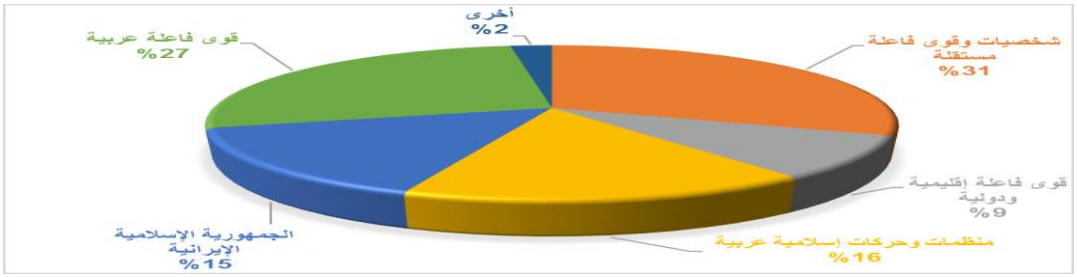
ولئن حظيت بعض الدول العربية المتداولة تحت وسوم: التطبيع والخيانة والعمالة والإرهاب تبرير للفكر الإقصائي العربي المستند إلى نظرية المؤامرة كما وضحها **تركي على الربيعو** في مؤلفه "**المحاكمة والإرهاب: عقلية التخوين في الخطاب العربي المعاصر**"[1]، إلى جانب آخر تحظى إيران الصفوية كبؤرة مركزية للتشيع برمزية دينية خالصة، فهي تمثل ولاية الفقيه الحاضنة الدينية والسياسية لمختلف الاتجاهات الدينية والتي تؤسس لشرعية الممارسات العقائدية للمذهب الشيعي بتعدد مشاربه وتياراته، فقد رصدت الدراسة تكرار تداول إيران باستعطاف كبير وبصورة إيجابية بنسبة بلغت 15.4% في تغريدات تويتر عقب التصفية الجسدية للقيادي في فيلق القدس الإيراني "قاسم سليماني".

تحظى المنظمات والحركات الإسلامية بحضور قوي في الخطاب الشيعي خصوصا في تقديم الأدوار السلبية تكريسا لصورة النمطية القائمة على مفاهيم المظلومية والخيانة بنسبة تكرار بلغت 16.7%، وتنخرط الحركات الإسلامية السنية في تبعات هذه الأدوار على خلفية إرهابية وأخرى متطرفة، إذ يتم تداول صورة شيطانية لجماعة الإخوان المسلمين باعتبارها منبع الشرّ في المنطقة العربية من وجهة نظر شيعية إلى جانبها

[1] ينظر: تركي علي الربيعو، **المحاكمة والإرهاب: عقلية التخوين في الخطاب العربي المعاصر**، ط1 دار الريّس، بيروت، 2001.

يشكل تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) مصدر ممارسات تعسفية وقمعية وإرهابية ضد المختلف عقديا ليخيم الفكر السادي على مختلف التصورات المحيطة بالتنظيم.

على ذات السياق شكل ضلوع الدول الإقليمية الغربية في الممارسات السياسية والدينية الممنهجة تصورات إقصائية حول البعض وداعمة حول البعض الآخر المنخرطة في هيكلة التصدعات الطائفية العربية، حيث بلغ تكرار تداول أدوار بعض الدول والحركات والمنظمات العالمية مثل الولايات المتحدة الأمريكية وتركيا وروسيا وفرنسا وباكستان ومجلس الأمن والجامعة العربية ومنظمات حقوق الإنسان نسبة 9.1% ، يفسر هذا الانخراط في الصراع الطائفي نتيجة عمليات الدعم المادي واللوجستي الذي تكرسه النخب السياسية في المنطقة العربية، وهو نوع من التضليل مفاده الأساسي هو حقيقة اللعبة الجارية التي يتم تسييرها في منظومة الصراع العربي–العربي ولإنجاح مشاريع العولمة الدينية الناتجة عن تصدع البنية الدينية وهشاشة منظومتها القيمية والفكرية وترنح الخطاب الديني المتأسس على فكر التعصب والإقصاء العقائدي الذي يتم تسويقه عبر تويتر لتكمن قوة تأثيره في تعميق الهوة بين خطابي الائتلاف والاختلاف في الممارسات الدينية ذات البعد الاجتماعي الافتراضي.



شكل رقم (9): يوضح القوى الفاعلة في الخطاب الديني الشيعي في تويتر

لقد وفر الربيع العربي مساحة إقصائية كافية تؤمن تدفق مختلف الصدامات السياسية والثقافية والاجتماعية والمذهبية في المنطقة العربية عبر تويتر، ما أسهم إعلاميا وافتراضيا في تضخم الذات الطائفية السنية ونظيرتها الشيعية وأمّن لها تدفقا إعلاميا للحدث الاتصالي الطائفي تحت راية حرية التعبير وحرية الممارسة العقائدية، ويزخر تويتر بتغريدات ساهمت في عمليات تسيس الخطاب الديني السني/ الشيعي خدمة لإيديولوجيا التعصب التي افتعلها منتجو الخطاب، على هذا يجرى تصوير الصراعات السياسية والعسكرية في منطقة الخليج العربي والشرق الأوسط كاليمن وسوريا في تويتر على أنها صدام ديني مذهبي مستمر منذ الولادة الفعلية للطائفة الشيعية وإعلانها حالة العداء على أهل السنة والجماعة (تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه

دراسة وليد حسني زهرة في تداعيات الربيع العربي في إحداث ورفع منسوب الكراهية والطائفية الدينية في المنطقة العربية).

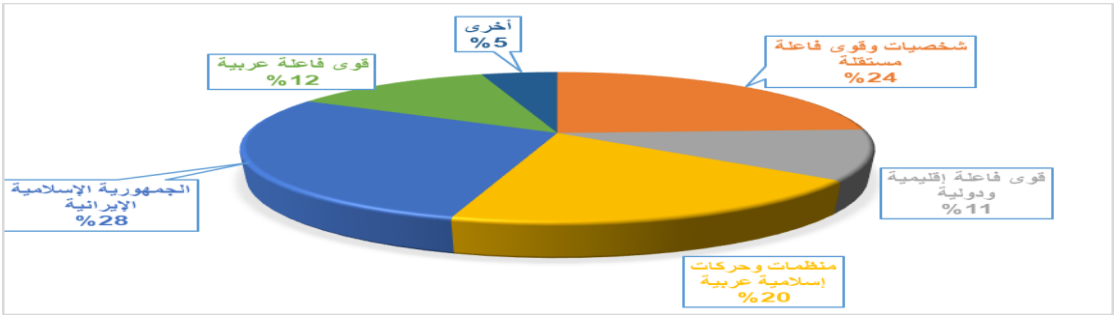
يلاحظ من عينة الدراسة أن الخطاب الشيعي على أغلبيته ينحو منحى المهاجم للفكر السني، لذا يمارس الخطاب السني مهمة الدفاع عن الرموز الدينية التي يتعرض لها الخطاب الشيعي المتطرف ودحض الأفكار التي يتم نسجها حول الأيقونات الدينية السنية، ويتم تقديم حمولة من الصور الرمزية الإيجابية رداً على الروافض حسب الرؤية السنية المتداولة في خطابهم الديني عبر تويتر، وقد رصدت الدراسة تكرار تداول وسوم عمر بن الخطاب؛ أبي بكر الصديق؛ عثمان بن عفان؛ عائشة رضى الله عنهم (وغيرهم من الرموز السنية كالحسن الأشعري وابن تيمية ... وغيرهم) بنسبة بلغت 24%. وعلى النقيض من الطرح الشيعي الذي تم تقديمه حول أدوار إيران، فإن الخطاب السني يقدم صورة سلبية لدور الديني الذي تمارسه إيران خاصة بعد التمدد المذهبي للشيعة الصفوية، وإظهار الولاء لولاية الفقيه من قبل الشيعة العرب سيما بعد سقوط نظام صدام حسين السني والذي مكّن الشيعة من سيادة العراق وبسط سيطرتهم عليه في محاولة لتحقيق نظرية البدر الشيعي، وتظهر النزعة البراغماتية في التفسير البنيوي للعلاقات الطائفية مع الآخر وبشكل خاص السعودي، الذي يظهر تنافس حاد على بسط النفوذ على ولاية المسلمين في العالم الإسلامي وفرض الأنموذج الديني الأمثل الذي يبرر لها شرعية التدخل في شؤون دول أخرى من منظور العقيدة والولاء الدينيين.

يؤسس الخطاب السني رمزيته المكانية من رمزية مكة التي تحظى بتموضع رمزي عالي في الفكر السني الذي تجند في رعاية وحفظ قداسة المكان وشعائرية التاريخ المحيط بها، تم رصد تداول المملكة العربية السعودية (الحاضنة لمكة وبالتالي للفكر السني) بنسبة تكرار بلغت 12%، ترافقها الكيانات السنية الأخرى مثل مصر والإمارات، وقطر وتسهم هذه التوجهات في تقديم تصورات نقيضة لطرح الشيعي، وفي ظل تواجد تصدعات سنية–شيعية متجلية في الخطاب الديني المتداول في تويتر، تنمو على هامشه خطابات طفيلية تتعلق بتصدعات أخرى على المستوى السني–السني، إذ تتمظهر التشققات الدينية بفعل صدام الوهابية والأصولية والقطبية كأحد تفرعات الخطاب الديني السني، إلى جانب ذلك يتم تصوير الصراع الخليجي بين السعودية والإمارات المتحدة ضد قطر بخلفيات فقهية وعقدية، تتأسس من خلالها "الشيطنة" لآخر باعتبارها فعل سياسي ديني استبغ على الاختلاف مع الآخر (السني/الشيعي– السني/السني– الشيعي/الشيعي) لها تفرعاتها المتلبسة في فكر الاختلاف الديني والسياسي في الخطاب العربي دينياً وسياسياً وحضارياً.

وإذا كانت مختلف التصورات التي يتبناها الخطاب السني حول القوى الداعمة للتيارات الشيعية في المنطقة العربية سلبية الاتجاه، فإن ذات التصورات والاتجاه يتم تقديمها في الخطاب السني حول مختلف

التنظيمات والحركات الشيعية الرسمية والغير رسمية، فحزب الله في الخطاب السني جناح عسكري يفتقد الشرعية التي انهارت عقب تدخله في الصراع الأهلي السوري إلى جانب قوات البعث الشيعية والحرس الثوري الإيراني، ولا تقتصر النظرة السلبية لحزب الله على الجانب الأمني بل يتعداه لمختلف المواقف السياسية والتدخلات العسكرية التي تورط فيها سواء في لبنان وسوريا والعراق، ويزدحم تويتر بمختلف التغريدات التي جاءت على أعقاب تفجيرات مرفأ بيروت لتطاله الاتهامات بالإرهاب وتدمير لبنان سياسيا واقتصاديا وعسكريا ودينيا، وتحيل بعض التغريدات أعمال العنف ضد قيادات سنية انخرط فيها حزب الله بوصفه تنظيما إرهابيا (حسب الرؤية السنية المتداولة في تويتر) كحادثة مقتل الحريري والتصفيات الجسدية التي طالت شخصيات سياسية أخرى، وتجتمع بعض التغريدات في بوتقة واحدة في حصر توصيفات محددة ومعينة لحركات وتنظيمات تحمل الراية الشيعية في صراعها الطائفي مع الآخر السني.

وعلى ذات السياق؛ تتجه مختلف التغريدات إلى توظيف توصيفات إيديولوجية كالعمالة والإرهاب والخيانة والتآمر والتدمير والإبادة الجماعية والقيام بجرائم حرب تحت غطاء الدين كالحشد الشعبي وميليشات الإيرانية والحرس الثوري، والحوثيين... لذا تسعى معظم التغريدات السنية إلى ربط الصراعات السياسية والعسكرية بالبعد الديني المذهبي تأصيلاً للتصدعات الطائفية الكامنة والظاهرة في بنية المجتمعات العربية المهترئة لتحيلها إلى صدامات حتمية.



شكل رقم (10): يوضح القوى الفاعلة في الخطاب الديني السني في تويتر

وإذ مكّن براديغم التفاعل الاجتماعي في تويتر إزاحة الجغرافيا المادية، وتحويل الصراعات المحلية إلى عالمية، فإن ذات الأمر ينطبق على مختلف القوى التي أسهمت في تحويل مسار الاصطفاف الطائفي نحو تويتر لتخلق منه صراعاً وجودياً تتداخل فيها قوى محلية بأخرى إقليمية وغربية ضمن نطاق افتراضي، وتتحدد مجموعة القوى الفاعلة على المستوى الافتراضي بنظيرها الواقعي الذي يتأسس من منطلقات الدعم المادي

واللامادي المنبثق أساسا من الفعل السياسي المتحكم في مؤشرات العمل الميداني وبالتالي ينعكس على حالة الصراع الطائفي في المنطقة العربية عبر فضاء تويتر.

جغرافياً؛ نلمس حالة إسقاط عمدي لزخم الحركات السياسية الإسلامية التحررية في مسار نضال الشعوب في زمن الحداثة وما بعدها، ويحظى هذا الإسقاط المعولم بفعل العقلانية التكنولوجية بتغيير ميدياتيكي لخريطة الصراع الطائفي السني–الشيعي في الفضاء اللامتناهي التكنولوجي، فتويتر أعاد رسم خريطة الصراعات الدامية وقام بتفجير ما أمكن من نوازع الصدام والصراعات الممكنة، لا يرتبط الأمر هنا بالجانب التقني بقدر ما يحيل على توظيف إيديولوجيا الانفلات من الجانب القيمي لصالح فرضية حرية التعبير، يمثل هذا الانزلاق الخطير في تأصيل الممارسات الشعائرية القائم على إظهار الضغينة والجهر بالكراهية تطرفاً فكرياً تحميه قوانين تويتر التي تلقي بمسؤولية النشر إلى الناشر لا على المنصة الشبكية، فعلياً لا توجد قوانين تحدّ من خطابات التطرف والتحريض الطائفي والكراهية الدينية لعدم القدرة على تقديم تحديد دقيق وشامل لهذه المفاهيم الضبابية والزئبقية (لتواريها خلف مبادئ حرية التعبير) القائم على إباحة التعصب وتمجيد العنف الديني ضد الأخر، فعلى نفس الشاكلة تنتشر خطابات الكراهية الدينية ضد مسلمي الروهينغا وبورما، وبنفس حدية التصدع الديني انفجرت الحرب بين أذربيجان الشيعية وأرمينيا المسيحية، إذ يشكل الدين بعداً مفصلياً وحاسماً في تفجير التصدعات الكامنة مهما كانت أسبابها وتداعيتها.

ينبثق التشظي الديني من حالة الانفصام السياسي داخل الدولة الواحدة، وتؤدي الإقصاءات السياسية وغياب التنافس السياسي إلى خلق الضغينة السياسية التي سرعان ما تتحول إلى عصبية دينية تتأسس على برغماتية النزعة الإنسانية المتفوقة على الآخر، على هذا المبدأ يتحول الصراع السني–الشيعي من خلافة المسلمين سياسياً إلى صدامات دينية وعقائدية في الشعائر والممارسات، فمختلف تغريدات تويتر في الخطاب السني تأسست على قاعدة الصراعات السياسية على نقيض نظيرتها الشيعية التي أدمجت في خطابها مفاهيم شيعية دينية خالصة كالإمامة والتقية وولاية الفقيه والمظلومية وغيرها تكريسا لمبدأ الصدام الطائفي ضد الأغلبية السنية في العالم الإسلامي.

رابعا: براغماتية الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر.

تنطلق البراغماتية الدينية من تسويق فكر المنفعة للهوية الطائفية على حساب الهوية الدينية الجامعة ويتأسس هذا الفكر بالتزامن مع التوجهات الإقصائية والمتطرفة والتي تحظى بعمليات هيكلة واسعة النطاق للمجموعات والحركات الدينية الإسلامية، لتظهر حالة نفور وعداء شديدين لكل مختلف عقديا، وتكرس في ممارساتها الشعائرية رفض الآخر الديني، وفقا لمرجعيات سياسية ودينية وتاريخية تؤطر مختلف التصورات الدينية والعقائدية، لذا يحاول هذا المبحث تقديم مختلف الحقول المرجعية التي ينساق وفقا لها الخطاب الديني السني/ الشيعي تحدّه في هذا الرؤية الزمنية التي تؤطر اتجاهات الدراسة التحليلية الحالية.

الأطر المرجعية	الخطاب السني		الخطاب الشيعي	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مرجعيات دينية	187	14.86	476	34.26
مرجعيات سياسية	343	27.26	250	17.99
مرجعيات إنسانية	65	5.16	40	2.87
مرجعيات أمنية	206	16.37	128	9.21
مرجعيات تاريخية	457	36.32	495	35.63
المجموع	1258	100	1389	100

جدول رقم (6): يوضح الأطر المرجعية في الخطاب الديني السني/ الشيعي في تويتر

بتحليل بيانات الجدول الموضح أعلاه يتضح أن:

يتفق الخطابين السني والشيعي على توظيف النسق التاريخي في عملية إنتاج الخطاب الديني باتجاهيه، حيث تساوت الحقول المرجعية التاريخية التي استندت عليها مختلف التغريدات السنية والشيعية بنسبة تكرار بلغت 36.32% في الخطاب السني، يقابله 35.63% في الخطاب الشيعي، وهو ما يتفق مع الرؤية التاريخية والماضوية في إعادة إنتاج خطابات دينية تأصيلاً لمفهوم الخطاب الطائفي باعتباره خطاب يستند في شرعيته على التاريخ؛ فهو يعيد تقديم تصوراته الماضية للأحداث التاريخية لعيد إنتاجها وفق قوانين ما بعد الحداثة التي تسهم في إتاحة مختلف الأبعاد التي من شأنها تفعيل رؤي التعصب والتمييز وإشاعة الكراهية الدينية، ويحيل كنه الخطاب الديني السني/الشيعي على صراع تاريخي انطلق من سقيفة بني ساعدة يعاد طرح ذلك الجدال التاريخي في شأن خلافة المسلمين في منصة تويتر، إذ تشابه تويتر منبر السقيفة في فتح الجدال التاريخي القائم منذ ذلك

التاريخ حول الزعامة السياسية للمسلمين، وتطرح بدائل الحاضر التي تنافس الشخوص التاريخية في تراكمية واضحة لتمثل الصحابة والأمويين والعلويين والعباسيين في الفضاء السيبراني، فلايزال مطلب شرعية خلافة علي رضى الله عنه يزامن مطالب أحقية الشيعة في السلطة في الراهن السياسي، ولتشكل النجف وكربلاء وقم عواصم للخلافة الشيعية تتناظر مع مكة المكرمة والمدينة المنورة كرموز سنية إسلامية، وترتبط السعودية في الرؤية الشيعية بنَصب الذي تعرض له آل بيت النبوة، فأبو بكر وعثمان وعمر رضى الله عنهم يعاد إنتاجهم في الخطاب الشيعي على أنّهم رموز السنة الوهابية والسلفية في المملكة السعودية والإمارات وغيرها من البلدان العربية التي تسيطر فيها السنة على مقاليد السلطة السياسية.

على المستوى التاريخي؛ تقترض الخطابات السنية مختلف الأحداث التاريخية الواقعة والتي يتم توظيفها وإنتاجها في نسق الخطاب الديني ويعاد بثها وتداولها عبر تويتر، الذي يوفر البيئة الملائمة لانتشار هذه الخطابات وتداولها وإعادة إنتاجها من جديد، ليعيد هذا الخطاب الإلكتروني إحياء مختلف الآثار الممكنة لبعض الوقائع التاريخية في إطار إعادة قولبة الحاضر ووفقا لمعايير الماضي، فرَاهن الخطاب السني الديني ذا البعد الطائفي يؤصل من الفكر الماضوي في سادية واضحة للتطرف الديني والإقصاء الممنهج ضد الآخر الديني.

باستغلال شبكة التفاعل الاجتماعي الافتراضي (تويتر) يتم طرح الخطاب الديني ذي النسق التاريخي حيث يُعتمد في هذا الأمر على عمل خوارزميات تويتر في إعادة إنتاج الصدام المذهبي القائم بين السنة والشيعة باعتماد السرديات الطائفية التي يتم التعاطي معها في تويتر في زعزعة واضحة للهويات الدينية، فخطاب تويتر خطاب متوجس من الآخر ومشحون عقديا، ويمنح في الوقت نفسه لمنتج الخطاب سلطة فكرية افتراضية تنطلق من مبدأ "التفوق الأداتي الشبكي" فتسجيلات الإعجاب والتعليق وإعادة التغريد تمنح لمنتج الخطاب الديني هيمنة على مساحة افتراضية تنتشر بانتشار تغريداته التي تكسر حواجز المادية الجغرافية والزمانية، ما يجعل من هذه الخطابات تحظى بحياة افتراضية ضمن الزمن الميدياتيكي الذي يتحقق بصلات المتلقي بالوسيط الشبكية في تويتر وتتحدد هذه الصلات من خلال تحقيق مسألة الاتفاق مع الاتجاهات والاهتمامات المشتركة التي يوفرها تويتر ليخلق مساحة مشتركة تربط بين المتفاعلين في فضاء تويتر.

وإذا تم رصد سيطرة النسق التاريخي في بنية الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر، فإن البعد الديني في الخطاب الشيعي يبدو طاغيا وحضوره ملزما في مختلف التغريدات الشيعية، فتويتر يكرس هيمنة البعد الشعائري ويؤسس لعمليات إعادة إنتاجه وتسويقه تأصيلاً لمتطلبات الخطاب الطائفي وفي استباقية لإظهار مختلف تمثلات الفكر الشيعي واستحضارها وجوديا، ويحيل هذا البعد على تملك السلطة الاجتماعية في الفضاء الديني الافتراضي، وتنطلق هذه السلطة الاجتماعية التي أجازها براديغم تويتر من خلال الانتشار

والذيوع والتفلت من قيود الرقابة وكسر رتابة الدين، لصالح براغماتية الصراع الطائفي السني الشيعي في امتداده الافتراضي عبر تويتر، ويجيز هذا الفعل الاتصالي بما يوفره النص التراثي في هيمنة واضحة على مقاليد الفكر الديني القائم على ثنائية الاستعلاء /الدونية؛ استعلاء الذات الطائفية وتضخيمها في مقابل احتقار وإقصاء الآخر وصولا لتكفيره واستباحة دماءه، وأمام هذه الفوضى الافتراضية التي يخلقها الفكر المتطرف الناشئ على هامش الفكر الديني يحدث الانزياح الطائفي ليصبح الهامش المذهبي المتطرف والمتعصب والدوغمائي هو المتحكم في مسار الفكر الديني في الخطاب الشيعي ونظيره السني في تويتر، ويتم هذا الإقصاء المتعمد لمختلف المشارب والمستويات الدينية القائمة على الاعتدال والتوازن، تحقيقاً لاستراتيجيات محددة نمت على هامش الخطابات الدينية المعتدلة تسيرها مؤسسات دينية وأخرى إعلامية وسياسية خدمة لخبايا الأجندات السياسية والدينية المتعصبة فكرياً وحضارياً والتي تستغل دعوات حرية الرأي والتعبير في نشرها وتسويقها لمختلف الوسوم والتغريدات الطائفية عبر فضاء تويتر.

ويتيح تويتر عبر فضاءه للامحدود إعادة أدلجة الصراعات السياسية والعسكرية ونقلها إلى فضاءه الافتراضي بحيث توازي الحروب الافتراضية فداحة الخسائر الإنسانية والمادية الناتجة عن تلك الحروب الواقعية، فمعيار خسارة القيم الإنسانية وانهيار المنظومة الأخلاقية في قبول الآخر والتعايش السلمي وقيم المواطنة وتأصيل الهوية الدينية الإسلامية رغم الاختلاف المذهبي كان حرياً به أن ينخرط في زاوية التنوع الهوياتي والديني والحضاري في إثراء فسيفساء المنطقة العربية ليزخر هذا التنوع ويمتد في إطار من المثاقفة الإنسانية والحضارية والكشف عن الإرث الثقافي للإنسان بدلاً من تسويق مفاهيم التمييز والإقصاء (وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه كلا من دراسة ألكساندرا سيغل ودراسة جنيف عبدو ودراسة عبد الباقي بن مير ومحمد المهدي شنين في تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والحضارية في تصاعد وتيرة الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي)، نتيجة ذلك أعاد تويتر طرح مختلف العمليات العسكرية الجارية في المنطقة وأعاد إسقاطها في ميدانه الافتراضي لتجري نفس الحروب بشكل أكثر حدّة في فضاءه الإلكتروني، ويتم استغلاله في الشحن والتعبئة وصناعة "تراند Trend" عربي بديل للرأي العام الواقعي.

لا يبتعد تويتر عن ما يحدث في أرض الواقع من عمليات إعادة تأطير المنافسة السياسية الجارية فيما بعد الربيع العربي، إذ تتم هيكلتها لتتخذ بعدها الطائفي ويتم الترويج لهذا الفكر لإبطال أي تسوية أو هدنة سياسية ممكنة، فما بعد الربيع العربي أسهم في تفجير التصدعات الطائفية الممكنة في بنية المجتمعات العربية، ففي سوريا تحولت مطالب التغيير السياسي لحزب البعث الحاكم إلى حرب عقائدية بين مختلف التنظيمات الإسلامية والكردية، ليحدث الانشقاق المذهبي في بنية المجتمع السوري ويتجسد جغرافيا وافتراضيا، وتمتد هذه

العدوى الطائفية سياسيا وعسكريا إلى العراق واليمن، وتحدث الفوضى المذهبية التي عصفت بمنقطة الشرق الأوسط والخليج العربي، وتتمظهر هذه الفوضى الدينية في تويتر من خلال التغريدات التي أبانت عن حجم الاصطفاف العقائدي بين السنة والشيعة، حيث أظهرت عينة الدراسة حضور السياق السياسي في الخطاب الشيعي بنسبة تكرار 17.99% يقابله 27.26% في الخطاب النسي، فيما يتم تكريس السياق الأمني بنسبة تكرار 16.37 % في الخطاب السني يقابله 9.21% في الخطاب الشيعي.

ويتجه الخطاب السني إلى إظهار تأثير التيار الشيعي في إحداث الفوضى الدينية عقب موجات الربيع العربي من خلال اتهامه بتآمر لإسقاط المشروع السياسي السني في المنطقة العربية، مستغلا بذلك حالة الفراغ السياسي التي حدثت عقب شغور السلطة السياسية في بعض بلدان الربيع العربي. بالموازاة مع هذا الطرح فإن عمليات تسيس الهويات الدينية الإسلامية كانت مفرطة في المشروع السياسي ما بعد الربيع العربي، فيما تكفل تويتر بنقله إلى فضاءه الرقمي، على هذا حدث انفجار المجموعات الدينية لتحدث حالة تماهي تمام مع الواقع الفعلي، ويتحرر الخطاب الطائفي من سلطته الدينية التي كبتته تحت مسميات الإصلاح والاعتدال ليتخذ مسارات التطرف والتعصب والكراهية سبيلاً لتقديم مختلف تصوراته وبناء تمثلاته عن الآخر الديني وهو يتفق ما توصلت إليه دراسة وليد حسني زهرة الموسومة بـ "إني أكرهك: خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي"[1].

وإذ يجيز التويتر للخطابين السني والشيعي تملك السلطة الاجتماعية التي يتيحها عبر منصته الشبكية تحدث هذه السلطة نتيجة قدرته البالغة على التغلغل بفعل أذرعه الإلكترونية وامتداداته وسلطته الرقمية التي يحظى بها في المجتمعات الشبكية، ويهيمن تويتر على صدارة الشبكات الأكثر استخدامه في دول الخليج العربي والشرق الأوسط، وبفعل هذه الهيمنة استطاعت الخطابات الطائفية بعث سطوتها الدينية وتملك السلطة الاجتماعية للمؤسسات الدينية الرسمية والغير رسمية ولمختلف الحسابات التي تؤسس لنشر فكر طائفي، مستغلة تشابك الأنساق السياسية والدينية والأمنية والتي من شأنها توجيه الخطاب الطائفي والتقليل أو زيادة حدّته حسب مقتضيات الواقع الفعلي، وضمن محيط تاريخي خاص تنساب منه مختلف التغريدات السنية والشيعية، وهو ما أتاح لها إعادة إنتاج التاريخ وفق تصورات ورؤي ماضوية وفي استباقية التاريخ على الحاضر ليحيل الخطاب الديني السني أو الشيعي نحو تأصيل الخصوصية التاريخية "للنص التراثي" الديني المؤسس لكنه الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر والمتلبس بالروح الطائفية في تمظهراته.

[1] وليد حسني زهرة، **إني أكرهك: خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي**، ط1، مركز حماية وحرية الصحفيين، الأردن، 2014، ينظر إلى الفصل الأول ص 41.

خامسا: معمارية[1] الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر

تخضع هندسة الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر لمنطلقات تصورية تحيل بالخطابات الدينية على آليات الاشتغال التي تحيط بالسياق الخطابي داخل الخطاب وخارجه، وتطرح مُساءلة الخطابات الدينية السنية–الشيعية في تويتر إلى بحث التأصيلات النظرية والمعرفية من أجل تقديم مقاربة نقدية للخطاب الديني وهو ما يؤطر عملية الانسحاب إلى مختلف الحقول المعرفية التي تسهم في إثراء الطرح الأنطولوجي للخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر. تأسيساً على ذلك، حاولت الدراسة الاشتغال بمقاربات التحليل النقدي والنقد الثقافي للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر، ويعتمد الأنموذج التحليلي الحالي على تقديم تصور شمولي للأنساق الاتصالية المشتغلة في بنية ونسق الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر من خلال بحث المكونات الاتصالية والخطابية التي تشكل البنية الافتراضية للخطاب الديني السني–الشيعي محل الدراسة ومنها يستقي الخطاب الطائفي معناه ومبناه.

أ. مساءلة اللغة الطائفية في خطابات تويتر:

إذا كان الخطاب الطائفي يعتمد في المقام الأول على تحديد الأنا من خلال الآخر وضبط مسارات العلاقات الإقصائية التي تحدد تموضع الآخر الديني (السني أو الشيعي) في نسق العلاقات السياسية والاجتماعية والثقافية والحضارية، على هذا يراهن التحليل النقدي على محاولة كشف نمط الهيكلة البنيوية التي تتشكل بمقتضاها علاقات الهيمنة Dominance والاستقطاب Polarization والاستحواذ Acquisition التي تكرسها الخطابات الدينية السنية–الشيعية في تويتر مستغلة آليات الوسيط التقني ومخرجاته الافتراضية التي تتيح التفوق التقني والشبكي للخطاب الديني المؤدلج، وتعتبر الإيديولوجيا شرط أساسي لتحقيق هيمنة الخطاب ضمن أنساق التواصل اللامادي الخاضع لمعيارية الفضاء الرقمي وباعتبارها حتمية أخرى للحداثة المفرطة، فإن كشف آلياتها وضوابطها يعتبر شرط لاستكمال النموذج التحليلي المعتمد عليه في هذا الدراسة، على هذا تتموضع مكونات النموذج التحليلي لبحث مستويات التوظيف الاصطلاحي لمعجمية الطائفية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر، من خلال بحث بعدين أساسيين للخطاب: يرتبط البعد الأول بمقاربة النسق التواصلي للخطاب من خلال تحليل الممارسات الخطابية الظاهرة والكامنة وتحديد خواص التفاعل الاجتماعي في بنية الخطاب الديني الرقمي عبر تغريدات تويتر، فيما يسهم البعد الثاني

[1] من أهم المصطلحات التي قدمها المفكر جيرار جينيت في تأسيسه المنهجي لبحث ودراسة المتعاليات النصية التي من شأنها بحث التقاطعات القائمة بين النصوص والخطابات من ذات الجنس أو من خارجه.

في تحليل علاقة الخطاب الديني بالواقع، يرتبط هذا البعد بطبيعة العلاقات التي تنتجها الخطابات في تواصلها مع سياقاتها سواء داخل النص الخطابي أو خارجه باعتباره شكل من أشكال الممارسة الاجتماعية من خلال بحث المقاربة النقدية الجدلية التي تتيح فهماً عميقاً لنسيج العلاقات التفاعلية بين الخطابات الدينية السنية-الشيعية والواقع المحيط بها.

تتعاطى اللغة الطائفية الموظفة في متون الخطاب الديني السني-الشيعي مع السياقات الاستعمالية التي تؤطر التوظيف النصي للخطاب الديني في تويتر، وتتجه هذه اللغة إلى توظيف كثيف للمخزون المعجمي ذي الإحالات الطائفية ما يسهم في تسيّيس الخطاب الديني وأدلجته وإزاحته عن المعنى الحقيقي لفكر الوعظ والإرشاد الذي عادة ما يتأسس عليه النص الديني ويكتسب قداستها منها، نحو بناء تمثلات ذهنية ترتبط بعمليات إنتاج وإعادة إنتاج الذات والآخر وتحديد اتجاه العلاقات بينهما، على هذا يزخر المخزون المعجمي للتغريدات محل الدراسة بازدحام لغوي كثيف للتراكيب الدالة على تضمينات سلبية إقصائية وتمييزية طائفية، يمكن تحديديها في الجدول التالي:

الخطاب السني	الخطاب الشيعي
عمر، الفاروق، الصحابة، عائشة، أهل السنة الحشد الشعبي، يالثارات الحسين، الرافضة، المجوسية، الصفوية، الرافضة، البعثية، الكفار، الدجل، الملالي، الخوراج، المنحرفون، زمن الصحوة، خوارج العصر، المغول، الميلشات، الحشد الشعبي، لإيران الفارسية، نجاسة، الزنادقة، الصعاليك، الإرهاب.	كربلاء، الحسين، فدك، فاطمة، علي، عاشوراء، الحسينيات، ابن تيمية، يا لثارات الحسين، المعتزلة الوهابية، السلفية، البتريون، البكريون، ديانة البكرية، عائشة، النواصب، داعش، الإخوان، الملعونون، عملاء، تطبيع، الخوارج، العمرية، الطغاة، بني أمية، السلفية. الوهابية الخليجية، الزني، الطغاة، الأشرار، العملاء، المرتزقة، المنافقون،

جدول رقم (8): يوضح المخزون المعجمي للخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر

تحظي السردية الخطابية الدينية بحمولة معجمية تهيمن على أنساق الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر، وتحاول السرديات الخطابية الجمع بين التوجهات الإيديولوجية المضمرة ومسارات بناء الأنساق الذهنية عبر التقنية الإلكترونية في فضاء تويتر، حيث يمنح هذا الفضاء مساحة فكرية لتداول الخطاب الديني، ويوفر تواتر التوجهات الدينية الإسلامية ما بعد حداثية وهيمنتها على النسق التكنولوجي الخطابي في الفضاء الشبكي في تويتر، تحديد مجالات السيطرة الاجتماعية للخطاب الطائفي وضبط مسارات المركزية السردية التي تمثل بؤرة

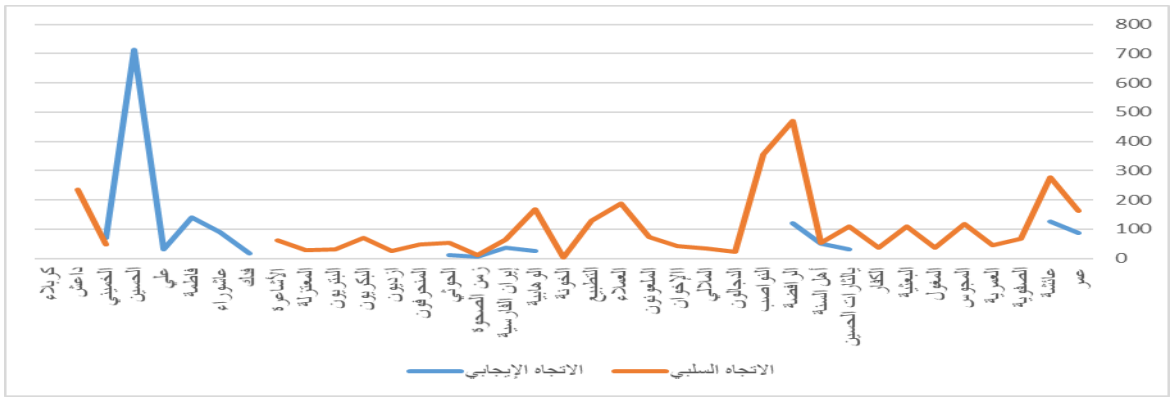
نشوء الفكر الطائفي المسوق عبر تويتر، يمكن تحديد المكون السردي في جانبه التلفظي والمعجمي من خلال اتجاهين اثنين يحددان آلية التوظيف الأيديولوجي الذي يكشف مكنونات ومسارات الأنساق الخطابية في الخطابين السني والشيعي في تويتر:

	الاتجاه الإيجابي		الاتجاه السلبي	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
عمر	86	5.24	161	5.05
عائشة	127	7.74	278	8.72
الصفوية	0	0	68	2.13
العمرية	0	0	45	1.41
المجوس	0	0	118	3.71
المغول	0	0	36	1.13
البعثية	5	0.3	110	3.45
الكفار	0	0	36	3.13
يالثارات الحسين	30	1.82	110	3.45
أهل السنة	50	3.04	52	1.63
الرافضة	120	7.31	471	14.77
النواصب	0	0	356	11.17
الدجالون	0	0	23	0.72
الملالي	0	0	33	1.03
الإخوان	10	0.6	42	1.31
الملعونون	0	0	74	2.32
العملاء	0	0	187	5.58
التطبيع	0	0	130	4.07
الخونة	0	0	2	0.06
الوهابية	24	1.46	169	5.30
إيران الفارسية	36	2.19	65	2.03
زمن الصحوة	5	0.3	10	0.31
الحوثي	12	0.73	52	1.63
المنحرفون	00	00	47	1.47

ازديون	00	00	25	0.78
البكريون	00	00	71	2.22
البتريون	00	00	30	0.94
المعتزلة	00	00	27	0.84
الأشاعرة	00	00	61	1.91
فدك	16	0.97	00	00
عاشوراء	89	5.42	17	0.53
فاطمة	140	8.53	00	00
علي	31	1.89	00	00
الحسين	714	45.12	00	00
الخميني	69	4.2	47	1/47
داعش	00	00	234	7.34
كربلاء	76	4.63	00	00
المجموع	1640	100%	3187	100%

جدول رقم (8): يوضح اتجاهات تداول المخزون المعجمي للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

من خلال تحديد تواتر المخزون المعجمي ذي الدلالة الطائفية ومحاولة الكشف عن اتجاهاته في تقديم تصور إيجابي أو سلبي حسب النسق الخطابي الذي يحدد مسارات الخطاب الديني الشيعي، فقد توصلت الدراسة إلى تحديد الاتجاه السلبي لمضمون مختلف التغريدات المدروسة فيما يتعلق بنسبها للآخر الديني، فيما يرتفع منحى الاتجاه الإيجابي برموز الخطاب الديني السني أو الشيعي، يمكن توضيح ذلك من خلال الرسم البياني التالي:

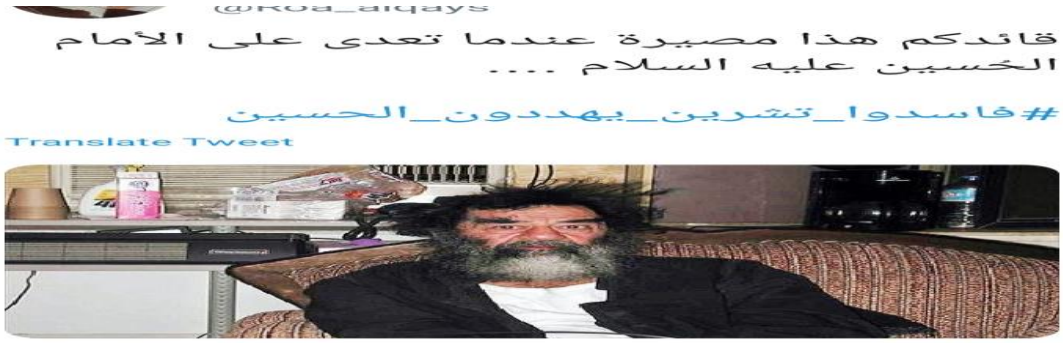


شكل رقم (11): يوضح اتجاهات المخزون المعجمي في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

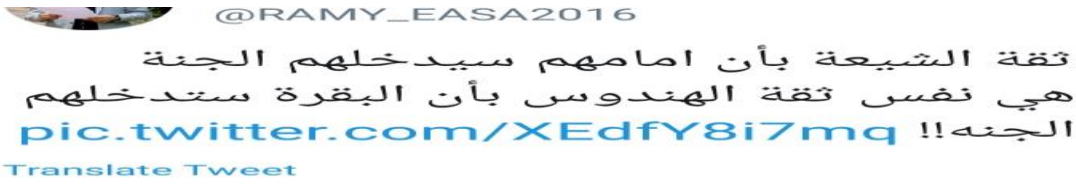
يسعى منتجو الخطاب السني–الشيعي إلى توظيف مكنونات الذاكرة الدينية وتأطيرها سياسيا بحيث تحيل بالمتلقي إلى تأطير رؤيته الدينية من خلال تبنيه لأيديولوجيا الاصطفاف الطائفي وإعادة بناء تصوراته الذهنية حول الذات والآخر. ويحاول الخطاب الشيعي خلق تشويش ذهني وفوضي عقائدية ترتكز على بناء صورة نمطية مزدوجة يتم تكريسها بفعل استراتيجيات التكرار والإقناع واستحضار الذاكرة الدينية لتأمين الشحن العاطفي، ووفقا لهذا المنطلق تتجه التغريدات نحو خلق فسيفساء معرفية منبثقة من تصورات ماضوية تستحضر الفعل الانتقامي نحو الآخر السني، يزامن في هذا الحدث التواصلي لذكرى كربلاء وأربعينيتها انفعالا دينيا سرعان ما يتمظهر في محتويات النصوص الدينية المؤسسة لطقوسية الهوية الشيعية وممارساتها في الفضاء الافتراضي، ينطلق هذا التأسيس من خلال بناء هالة عقدية يتم فيها تمجيد رموز الهوية الشيعية، وإذ تمثل "فاطمة الزهراء" و"علي بن أبي طالب" مساحة فكرية تتسع لتشكل أفق الفكر الشيعي في تويتر، تتجه مختلف التغريدات إلى خلق نوع من التصبغ الطائفي لبناء انزياح فكري ينزه الأيقونة الدينية الشيعية ويضعها في مراتب "الإله"، يخضع هذا التموضع الإلهي لقداسة الرمز الشيعي المنبثق من تراثه المادي واللامادي الذي يتم تسويقه عبر مختلف وسائط الميديا، تتمحور هذه الصورة حول مظلومية الحسين بن علي رضى الله عنهما في حادثة مقتله التي يصطنع فيها الخطاب الشيعي مختلف توجهاته الطقوسية ويحدّد معالمه الفقهية وجغرافيته الدينية، وتستمد قوة وتأثير التغريدات الشيعية قداستها الدينية من خلال ربطها الميدياتيكي للحادثة مقتل حفيد رسول الله محمد ﷺ "الحسين بن علي" رضى الله عنهما، ويصبح تويتر حوزة حسينية تتماهي مع المزارات والحوزات والمراقد في الرثاء والحسرة على أيقونة الحزن والمظلومية وكل ما يمكن أن يدّلل على الذات الشيعية في شخص "الحسين بن علي" رضى الله عنهما.

وإذ ينبري الخطاب الشيعي في تسويق رموزه الدينية عبر تويتر تمجيدا وقداسة، فهو في الوقت ذاته يحيل الذات السنية إلى الهامش من خلال فعلي الإقصاء والإسقاط، ويمارس الخطاب الشيعي نوعا من التمثل

بالنهايات الوخيمة لبعض الشخصيات السنية على غرار نهاية الرئيس العراقي (صدام حسين) إذ تم تداول هذه التغريدة وإعادة التغريد بها أكثر من (106) مرة في تويتر تأصيلا لفكر إقصاء لذات السنية، ومحاولة لتأكيد النهاية الحتمية والوخيمة المبنية على روح الانتقام وتحقيق العدالة الإلهية للهوية الشيعية الحسينية التي يدعمها تمجيد الله ونصره ضد عدوه (الناصبي) حسب رؤيتهم الفكرية الرائجة في تويتر.

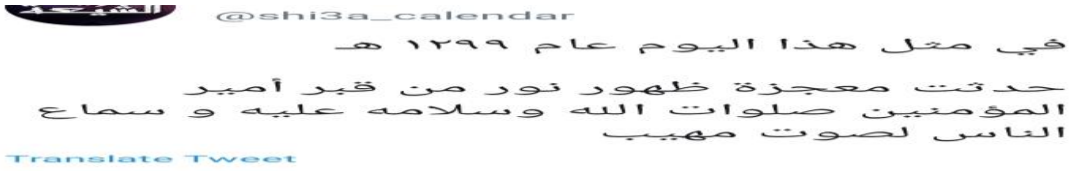


على ذات النسق الخطابي في بناء وهم الذات وهدم الآخر، ينطلق الخطاب السني في بناء تمثلاته الذهنية مستعينا بحمولته الدينية نحو إعادة تسويق الذات السنية من خلال دحض الآخر الشيعي (الرافضي) وتكفيره، وتتولي التغريدات السنية مهمة الدفاع عن الرموز الدينية محل الإهانة والتحريض على كراهيتهم وتكفيرهم من قبل الطائفة الشيعية (أبو بكر الصديق، عمر بن الخطاب، عثمان بن عفان، وعائشة وحفصة رضى الله عنهم)، حيث تنحو التغريدات السنية منحى الخطاب الشيعي في التخوين والتكفير والإقصاء للآخر الشيعي وخلط الحاضر بالتاريخ في عملية تجديد لصراع الديني المستمر منذ عقود طويلة عبر التاريخ (تتغير فيها وسائط وفضاءات الصراع ليس إلاّ) ما يوهم المتلقي بأنه أمام فوضى زمنية لا يتم فيه الفصل بين الحاضر والماضي وهو ما يبقي الإنسان رهين عاطفته الدينية وتزمته العاطفي لعدم قدرته على إجراء عملياته المنطقية للفصل بين الحاضر بالماضي، نتيجة كثافة وثقل الحمولة المعجمية الطائفية التي يتلقها ويتكوّن في داخله تصور سادي ورجعي اتجاه الآخر الشيعي. على جانب آخر تعتمد بعض التغريدات السنية على السخرية والاستهزاء والتشهير حدّ إنكار المذهب الشيعي الذي يقف على بوتقة الخزعبلات والتزييف كما يتم تداوله في الخطاب السني.



على الرغم من توظيف الوسيط الحداثي الذي تتموضع فيه الخطابات الدينية السنية–الشيعية والتي أوجدت لنفسها مكان فيه، إلاّ أنّها تعتبر خطابات رجعية تحمل لغة ماضوية تهيمن فيها أيديولوجيا المثاقفة الطائفية الكامنة في ذاكرة الطوائف الإسلامية والقائمة على إسقاط كل مغايرة فقهية وعقدية، ما يسهم في انتشار هذا النوع من الخطابات الدينية المتوجسة من الآخر الديني.

ويسعى الاصطفاف الطائفي الموظف في محتوى الخطاب الديني السني–الشيعي إلى توحيد الهوية الطائفية على الرغم من الاختلاف المنهجي والفقهي بين السنة والشيعة، حيث تتفق الرؤي والتصورات التي ينتجها الخطاب الطائفي المنزاح عن بنية الخطاب الديني ضمن توليفة خطابية تقصي في منهجها الآخر الديني، ويتلاشى بمقتضاها الفكر الوسطي المعتدل على حساب دوغمائية التيار الإقصائي الذي ينبثق منه الخطاب الطائفي في تويتر.

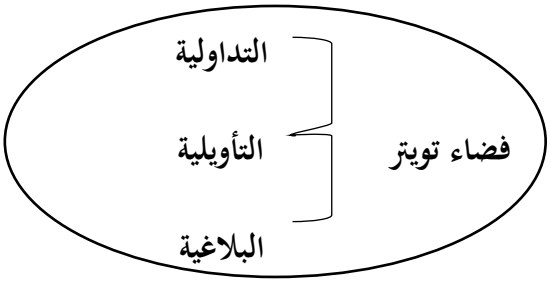


ب. استراتيجيات المناورة الحجاجية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.

تتأسس البنية الحجاجية في الخطاب الديني القائم على استراتيجيتي الإقناع والتأثير وإحداث الأثر المطلوب في المتلقي، ويتيح البحث المنهجي تحديد مختلف تقنيات الحجاج التي يتم استعراضها في متن الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر، والتي يتم من خلالها تقديم مختلف الأطروحات الفكرية والبنيوية التي يستقي منها الخطاب بناءه الموضوعاتي ويحدد فيها تصوراته النسقية وتشكلاته الخطابية، وقراءاته المعلنة والمسكوت عنها، وإذ يتيح البحث النقدي تقديم تلك القراءة المعمقة لبنية الحجاج في الخطاب الديني والتي من خلالها يمكن تحديد مسارات الحجاج والبرهنة الخاضعة في هذه الدراسة إلى تفرعات ثنائية يمكن تصنيفها كالتالي:

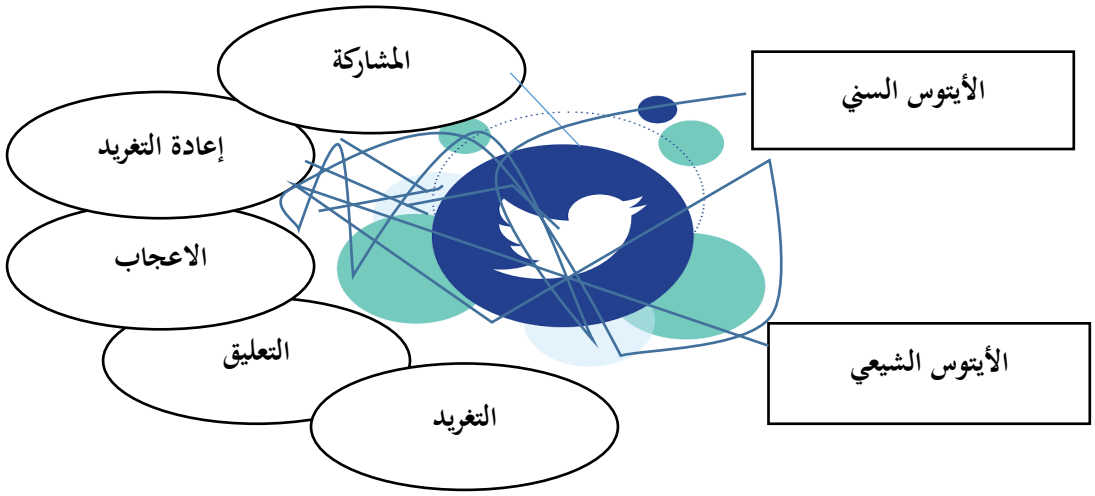
أ. مسارات البرهنة المنطقية: يعتبر الخطاب الطائفي السني–الشيعي خطابا متوجسا يبني أساطيره في تضخيم الهويات الهامشية على حساب الهوية الجامعة التي يتم إقصائها في الفضاء الافتراضي عبر تويتر، يتم تضخيم هذا الخطاب وإحالته نحو التطرف والتعصب من خلال توفير الشروط الخطابية التي من شأنها تأمين حالة الاستسلام الذهني وصناعة "وهم الاعتقاد Fake Belieiving" التي من شأنها تعزيز بنية الذات المجيدة في مقابل إقصاء وإنكار المغايرة الدينية، في سبيل تحقيق الهدف الأساسي الذي من خلاله يتم إنتاج هذا النوع من

الخطابات التي توظف مجموعة الآليات الحجاجية ضمن استراتيجيات بلاغية منطقية وغير منطقية، تتيحها معايير الإنتاج والتشكل الخطابي القائمة على استحضار مجالات منهجية ثلاث:



شكل رقم (12): يوضح مجالات التحليل الحجاجي في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

يفترض المجال التداولي تحديد ظروف إنتاج الخطاب وآلياته الاستعمالية ضمن النسق السياقي الذي تتم فيه عمليات تواتر الخطابات الدينية السنية–الشيعية عبر تويتر، يمكن تحديد هذا المجال بالنظر إلى شروط إنتاج الخطاب الاستعمالية والسياقية فضلا على المزايا التقنية التي يتيحها تويتر أثناء عملية التغريد والتفاعلات الناتجة بعدها، حيث يمكّن تويتر من مشاركة التغريدة عبر فضاءه أو إحالتها إلى فضاءات شبكية أخرى مثل: فيسبوك وانستغرام واتساب... وغيرها، فضلا على الممارسات الافتراضية ذات الطابع الاجتماعي الأخرى كتسجيل الإعجاب والتعليق وإعادة التغريد والمشاركة، وتتيح هذه العمليات مساحة تفاعلية أوسع، حيث يعمل تويتر من خلالها على تكوين رأسمال اجتماعي بالنظر إلى محيط التفاعل الافتراضي القائم على التعامل مع النموذج الخطابي السني–الشيعي في تويتر والذي يسهم في تكوين خوارزميات تويتر التي تحدد مجالات انتشار وتلقي الخطابات الطائفية السنية والشيعية، وتؤسس هذه الدائرة التفاعلية المحيطة بالخطاب الديني لمبدأ أساسي مهم (يمكن الاستدلال به عن طريق نظرية تحليل الأطر من خلال مبدأ الانتقاء والبروز في بناء الإطار الإعلامي القائم والتي تتيحها خوارزميات تويتر في الانتشار والتموقع) يسميه "**محمد مشبال**" بـ "**الأيتوس AETOS**" بحيث يمنح للذات الخطابية قدرة فعلية على إضفاء تموقع استراتيجي حاسم ومهم في سياق النسق الشبكي عبر تويتر، فـ "**الأيتوس**" يمنح مجالا أوسع لاكتساب الثقة ما يعزز علاقاته مع المتلقي ويتماهى بذلك تويتر قوةً وتأثيراً مع منبر المسجد والحسينية، ما يجعل من مهمة التسليم بمحتوى التغريدات وتبنيها أمر مسلما به يتمظهر في عمليات التفاعل الافتراضي في فضاء تويتر، ويتأسس في الوقت ذاته بفضل سمات الإنغلاقية والهيمنة للخطاب الطائفي لما وصف بيير بورديو بـ "**الهابيتوس L'HABITUS**" كنوع من المزاوجة الفكرية لآليات التموقع الذاتي والانغلاق الهوياتي في تكامل "الأيتوس" و "الهابيتوس".



شكل رقم (13): يوضح تكوين الأيتوس الطائفي السني/ الشيعي عن طريق خوارزميات تويتر

يحيل البحث التأويلي في جانبه الاستقصائي على توفير قدرة متماهية في الكشف عن الخلفيات المسيطرة على اتجاه الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر، إذ يرتبط الخطاب الديني بحيثيات "العقل الأسطوري" كرهينة للبعد الكهنوتي الذي ينبني عليه الخطاب الديني ويتحرى ضوابطه التقليدية الرجعية في جانبيها السني والشيعي، وبذلك تتأسس "هرمسية Hermesian الخطاب السني/الشيعي" لاعتماده الواضح على تقنيات التعصب والتطرف الديني التي تحّيد بالخطاب الديني عن مفهومه الاصطلاحي لصالح الرؤية الطائفية بإسقاطاتها المنهجية والموضوعاتية المتعددة المستويات والمتدرجة على سلم السلوك الاجتماعي المتمظهر كفعل اتصالي انفعالي عبر تويتر.

تنطلق "هرمسية الخطاب الشيعي" من الاتجاه الضيق الأفق والمحدود "للنص الديني" الذي يعتمد مبدأ أرثوذكسي قائم على تمجيد الكهنوت الشيعي بمختلف تجلياته القدسية التي تتماهي مع المطلق الإلهي والمنزه الديني بإسقاط التصورات المقدسة التي تحيط بالرموز الشيعية الممثلة في العترة الطاهرة لآل بيت النبوة، تستوطن الهرمسية نسيج الخطاب الشيعي في تويتر من خلال بناء بؤرة مركزية لذات الشيعية تنطلق منها الخطابات الدينية في فضاء تويتر ضمن هيمنة قائمة على وسائطية الوحي الإلهي مع البشر من خلال العلاقة الاستثنائية التي تحيل بآل بيت النبوة نحو ولاية المسلمين وإمامته في طقوسية الممارسة السياسية ذات المنشأ الديني والمباركة من الله تعالي. وعلى ذات البنيان تتأسس هرمسية مثلث العظمة في الفكر الشيعي المتداول عبر تويتر، يتأسس الهرم في قمته بوجودية الله سبحانه وتعالي، فيما ترتبط القاعدة بمحمد ﷺ وفي مقابله فاطمة رضى الله عنها والتي تمثل شجرة العترة الطاهرة لآل بيت النبوة، وفي هذا السياق يؤكد المستشرق الفرنسي **هنري كوربان Henry Corbin** "أن الشيعة أول من تهرمس في الإسلام"، في تعزيز واضح للمنحى التأويلي الذي تسير

فيه الخطابات الدينية الشيعية عبر تويتر ما يفتح أمام الغنوصية Gnosticism المجال لتموضعها كرؤية معيارية تؤطر الخطاب الشيعي ضمن أسس معينة تتوافق مع منطلقات التصور الأوحد للمعلمية الشيعية الكهنوتية.

يتموضع الفاعل السلفي Salafism في هرم ترتيب الفاعليين المنتجين للخطاب الطائفي السني، وإذ أكدت نتائج الدراسة التحليلية الحالية التي اعتمدت على رصد وتحليل بنية الخطاب السني، من أمثال ذلك الداعية "عدنان العرعور"، الذي يشكل أنموذجا لسلفية المناوئة لخطاب الرافضة، إذ تتبنى تغريدات العرعور التي يتابعها أكثر من ثلاثة مليون متابع في تويتر (M 3.3) منهجاً إقصائي ضد الآخر الشيعي الذي يصفه بالمجوسية والكفر واتباع الخزعبلات التي لا ارتباط لها بالدين الإسلامي.

تسهم تغريدات العرعور في بناء روابط شبكية من خلال حجم التفاعلات الاجتماعية الافتراضية التي يؤسس لها عبر حسابه في تويتر، تتحدد هذه التفاعلات في حجم المتابعين لتغريدات العرعور وتسجيلات الإعجاب وإعادة التغريد والمشاركة التي تتمتع بها تغريدات العرعور، ويتيح هذا التفاعل المذهل في فضاء تويتر صناعة "أيتوس" سلفي مشبع بروح الكراهية والتحريض الطائفي والذي تحركه التغريدات المناوئة للفكر الشيعي المنكر احتسابه كطائفة إسلامية حسب الرؤية العرعورية.

وتعتبر الظاهرة العرعورية أكثر بروزاً وتمظهراً في جانب الخطابات السلفية في تويتر، يبرر هذا الأمر لما تتيحه القاعدة الجماهيرية الافتراضية التي تأسست حول حساب العرعور في تويتر، لهذا يتم تداول وترسيخ صورة نمطية يهمن عليها رموز القاعدة الدينية السلفية، تكرس هذه الصورة الدينية في ذهنية متابعي الحسابات المقدر عددهم بالملايين، وتتيح هذه الوضعية المتداولة في فضاء تويتر خلق حالة "الأتباع" من خلال تبني الفكر الديني المسوق عبر رموز الحركة السلفية وهيمنتها في مجال الممارسات الافتراضية (تتفق هذه الزاوية التحليلية مع ما توصلت له دراسة "**جنيف عبدو**" **Genrive Abdo** الموسومة بـ **Salafists and Sectarianism:**

Twitter and the communal conflict in the Middle East Washington[1] في تفسير اضطلاع بعض رجال الدين السلفين في منطقة الشرق الأوسط في تسويق خطاب طائفي مناهض للآخر الشيعي ويحمل مضامين الكراهية والتحريض الطائفي والخيارات المتاحة للولايات المتحدة لمواجهة الخطاب السلفي وتداعياته على الأحداث السياسية الجارية في المنطقة.

على نحو موزاي تتواري دوغمائية الخطاب السلفي الطائفي في إقصاء واضح لمختلف توجهات الخطاب الديني الشيعي فضلاً على بعض التيارات السنية المختلفة في الجانب المنهجي، نتيجة ذلك يحدث الانفصام الإيديولوجي بين الفكر السلفي والإخواني في تويتر، يتيح هذا الانفصام حدوث اصطفاف مذهبي يعبر عن عمق الهوة الاختلافية في اتجاهات التيار السني الذي ينعكس على بنية الخطاب الديني في تويتر.

وبالنظر إلى ظروف إنجاز الخطاب الديني محل الدراسة، فيمكن القول أنه كان نتيجة تظافر سياقات سياسية واقتصادية واجتماعية ودينية هجينة، انطلقت من التغييرات المنهجية في بنية الخطاب الديني في السعودية يتزامن هذا الأمر مع الأزمة الخليجية القائمة بين قطر والإمارات والسعودية، في الوقت نفسه تتعرض اليمن لعمليات عسكري واسعة من طرف أسطول التحالف العسكري، وصولاً للاحتجاجات الشعبية التي عرفتها العراق أواخر سنة 2019م، ثم مقتل قاسم سليماني الذي أحدث حالة فوضي عقائدية وشحن نفسي لدى الطائفة الشيعية ثم اقتحام العالم السني والشيعي لجائحة كورونا التي فتحت المجال واسعاً لتبادل الاتهامات وإحياء الخلافات الفقهية السابقة، وصولاً إلى حادثة انفجار مرفأ بيروت اللبناني. وأمام هذه الأحداث المعلمية التي أحاطت بسياقات إنتاج الخطاب الديني التي يستقي تداوليته منها، وبالنظر إليها كموجهات حاسمة في تصاعد مستويات العنف الطائفي في بلدان ما بعد الربيع العربي، وأمام اندماج ظاهرتي الحداثة المفرطة والمجتمع الشبكي في مسارات التشكل الخطابي يصبح الحجاج فعل شرعي يحدد صلاحية الخطاب الديني السني-الشيعي ويدعم تداوله في فضاءات تويتر.

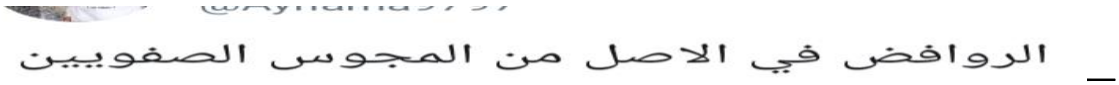
[1] Genrive Abdo, **Salafists and Sectarianism: Twitter and the communal conflict in the Middle East Washington**, previous reference, look: chapter one, p 32.

وتأسيساً على رؤية إلزامية الحجاج في الخطاب الدينة كان حضور البرهنة الدينية حتمية تتماهي مع قداسة النص الديني الذي يتم توظيفه في عمليات إسقاط الفكر الديني ضمن المسارات الطائفية والترويج لها باعتبارها المبرر الحاسم والشرعي لتقديم صورة نمطية تعتمد على مؤشرات الدوغمائية الدينية، يمكن تحديد تداول البرهنة الدينية إلى جانب أدوات البرهنة الأخرى في الجدول التالي:

مسار البرهنة		التكرار	النسبة المئوية
المسار البرهنة المنطقي	البرهنة الدينية	187	%30
	البرهنة التاريخية	103	%17
	البرهنة العلمية	43	%7
	أقوال مسؤولين	78	%12
	الوقائع والأحداث	208	%34
	المجموع	619	100
مسار البرهنة الغير المنطقي	المبالغات	254	%22
	التعميم	276	%32
	التنميط	21	%2
	التحيز	56	%5
	أخرى بدون برهنة	461	%39
	المجموع	1068	100

جدول رقم (09): يوضح مسارات البرهنة في الخطاب السني في تويتر

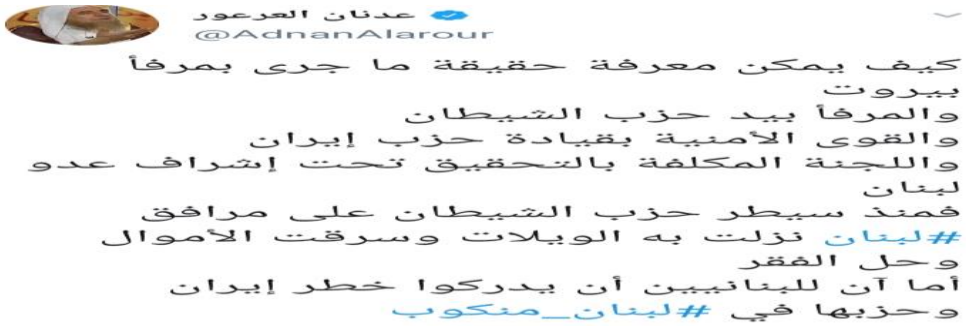
يتحدد الخطاب السني من خلال تبني الرؤية الإسلامية كمرجعية فكرية على تعدد مشاربها واتجاهاتها ومدارسها، حيث يطرح الخطاب السني تصوراته الدينية حول مختلف القضايا وحقول الممارسة الاجتماعية، غير أن للمجال السياسي حضوره الطاغي على بنيوية الخطاب الديني في تويتر، يتعزز هذا الحضور بفعل مخرجات الربيع العربي وتأثيراته التي أعادت رسم خارطة العلاقات السياسية والحضارية والدينية، فاتحة المجال أمام إعادة تموضع الصراع السني–الشيعي في نسق الحياة السياسية والاجتماعية، من خلال تقديم صياغة جديدة للمغايرة الدينية والعقدية الإسلامية في المنطقة العربية، تنعكس هذه الصياغة الجديدة في بنية الخطاب السني في تويتر، الذي يعتمد على المقاربة الحجاجية التي تؤسس لدعائم الخطاب الديني في صراعه مع نظيره الشيعي.



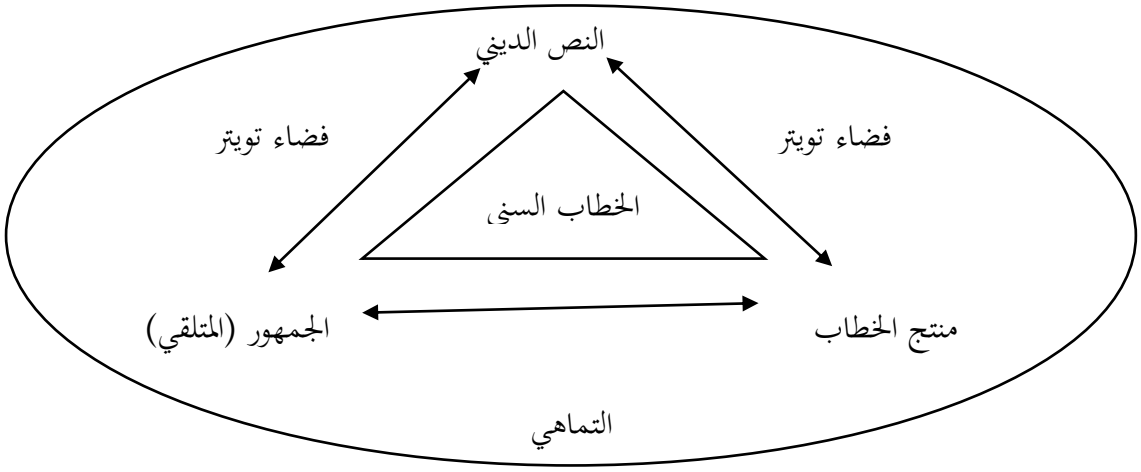
تعتمد البرهنة الدينية على توظيف الأصول الفقهية والدينية التي تؤسس الفكر السني، تنعكس هذه الأصول على اتجاهات الخطاب الديني، الذي يعتمد في بنياتها الحجاجية على توظيف المدونة الدينية من خلال القرآن الكريم والحديث النبوي، تتأصل هذه التوجهات في دعم وتأييد التيار الديني في الخطاب السني في مهمته الكهنوتية ضد الآخر الشيعي.

يتأصل المنهج السلفي الجهادي في حربه الافتراضية ضد الرافضة الشيعية، ترتبط التغريدات السلفية بتخوم الفكر الديني للسلفية الجهادية التي تتمظهر في حسابات تويتر للشخصيات سلفية وأخرى لجماعة الإخوان المسلمين، تتحدد في جغرافيا تويتر بكثافة حضوره الافتراضي في مصر والإمارات، فيما يتمظهر الخطاب الوهابي افتراضيا (في تويتر) في المملكة العربية السعودية، وتتحدد توجهات الخطابين السلفي والوهابي في تأمين استقطاب جماهيري عالي المستويات يصوغ لمبدأ الدفاع عن الهوية السنية ضد أي تجريح شيعي، تتجاوز هذه الرؤية الدفاعية إلى بناء توجهات حدّية تقوم على تقديم فتاوي التكفير واستباحة دماء الآخر الشيعي في إطار الحرب الافتراضية القائمة على منطلقات دوغمائية تأسيساً للقاعدة الدينية الجهادية القائمة في المنهج السلفي والوهابي الذي يقصى فكر "الرافضة" وحضورها الهوياتي الافتراضي.

يتيح تفكيك البنى الثقافية والمذهبية في الخطاب السني إعادة تحديد نمطية للممارسات الدينية في تويتر، تتحدد وفقا لذلك تقنيات الحجاج الموظفة في تكريس عمليات الاستقطاب الهوياتي السني، وإذ أتاحت عينة الدراسة تقديم مكاشفة منهجية لآليات الحجاج الموظفة في بنية الخطاب السني في تويتر، يتمظهر كل ذلك في إسقاط واضح للوقائع والأحداث الجارية في تمحور بنيوي حاد يحيل عملياً إلى استقطاب منهجي وفكري يقنن من العمليات التفكيكية العقلية ليظهر لمتلقي أن الفاعل الشيعي مصدر لزعزعة النظام الاجتماعي القائم في المنطقة العربية، تتعدى حالة الزعزعة إلى هدم البنى السياسية والاجتماعية والثقافية بما تحمله الهوية الشيعية من زيف وخزعبلات وأكاذيب ومظاهر الدجل، حيث تتشكل بمقتضاها صورة مشوهة للذات الشيعية في المخيال الجمعي السني، وقد كشف رصد توظيف الوقائع والأحداث في نسيج الخطاب السني في تويتر تكراراً بلغ نسبته 34%. تمثل تفجيرات مرفأ بيروت أنموذجا مركزي في تويتر يسوق فكرةً مفادها "أن حزب الله مصدر خراب وتدمير لبنان" تأتي هذه التصورات من خلفية مذهبية ذات طبيعة سياسية يضطلع فيها حزب الله باعتباره عنصراً شيعياً أسهم بعملياته الإرهابية في تدمير لبنان اقتصادياً ودينياً وسياسياً، فضلاً على انخراطه في إحالة سوريا والعراق إلى نفق الصراعات الطائفية حسب رؤية الخطاب السني المتداولة عبر تويتر.



تندرج تقنيات البرهنة الدينية في توظيفها الحجاجي للخطاب السني الذي أتاحته القراءة الحثيثة والمعمقة للبنية الحجاجية الدينية القائمة على السرديات القرآنية والحديثية التي تؤصل الفكر السني بالموازاة مع توفير العروض الفقهية الاختلافية التي تمثل المشارب والمدارس السنية الأربعة فضلاً على تيارات الوهابية والسلفية وغيرها من المسارات المنهجية للفكر السني ضمن إسقاط صريح لها عبر تغريدات تويتر. يحتكم الخطاب السني إلى المدونة القرآنية والحديثية التي تم رصد تداولها بنسبة تكرار بلغت 30%، وتؤسس المحاججة الدينية في منطقها البرهاني إلى خلق مبدأ "حوارية الحجاج" الذي يتيح خلق تفاعل افتراضي ضمن نظام البيئة اللغوية للمتلقي والتي يؤمنها التويتر ضمن حقل الاستعمال اللغوي، يفترض هذا المبدأ تأكيد دخول المتلقي في نطاق "التجربة المشتركة" التي تجمع منتج الخطاب مع متلقيه، بحيث يصبح الخطاب السني المنتج من الفاعل الديني أو السياسي، يتوافق مع التصورات والاهتمامات التي يتبناها متلقي الخطاب، وبهذا يتحقق "التماهي" المطلوب بين منتج ومتلقي الخطاب الذي يهدف في كليته لتحقيق الإقناع والاستقطاب الجماهيري ضمن البيئة الافتراضية لتويتر في ميدانه السني.



شكل رقم (14): يوضح الاتجاه نحو التماهي في الخطاب السني في تويتر

تحاول البرهنة التاريخية المعتمدة في الخطاب السني استجداء إيديولوجيا الاصطفاف الطائفي في بعده السياسي، إذّ تتحول الصراعات الطائفية عبر التاريخ الإسلامي بين الشيعة والسنة حول مقاليد السلطة السياسية في البلاد العربية إلى نوع من الممارسات الشعائرية ذات الطابع الوجودي المستمر، تبحث التغريدات السنية (ضمن إطار منهجي قائم على مقاربة تاريخية) تحرير الأطروحات التاريخية التي من شأنها ربط الأحداث الجارية بمحطات تاريخية قديمة، تتمظهر من خلالها الدوغمائية السنية في بعث تمفصلات الهرطقة الدينية والسياسية التي تحيط بالبناء الصوري للهوية الشيعية. على ذلك جرى اعتماد البرهنة المنطقية في بعدها التاريخي بنسبة تكرار بلغت 17%، يتم استثمار الوقائع التاريخية ضمن قالب يعاد فيه طرح تراجيديا الصراع الوجودي بين السنة والشيعة، على نحو يتوازى فيه تصوير الصراعات السياسية في البلاد العربية بين الأنظمة السياسية الحاكمة والميليشا الإرهابية ضمن مقاربة شبه تماثلية مع المذهب الشيعي المتناثر في جغرافية المنطقة العربية.

ونظرا لاعتبارات الحجاجية المعتمدة في إنتاج الخطاب السني وتسويقه في فضاء التويتر استعانت بعض التغريدات السنية بآلية البرهنة العلمية من خلال عرض بعض الأرقام والإحصائيات والتفاصيل العلمية التي تقدم السند المعرفي والعلمي بغية تثبيت الصورة الذهنية النمطية حول الذات السنية والآخر الشيعي، بلغ تكرار الحجاج العلمي بنسبة 7% في الخطاب الديني السني في تويتر.

يرتكز الخطاب الطائفي على تمرير تصورات ذهنية منشاؤها العاطفة الكامنة في النفس الإنسانية، بحيث تكرس وفقا لها إعادة تموضع الهوية الشيعية ضمن خانة التوجهات الدينية ذات الطبيعة المجوسية والصفوية الولاء لاعتبارات حداثية تحمل توكيدات موضوعاتية بالمكانة المحفوظة لأهل السنة والجماعة منذ انطلاق الدعوة المحمدية في شبه الجزيرة العربية، وتتجه مختلف تغريدات تويتر السنية نحو تكريس مظاهر السخرية والاستهزاء بالشعائر الطقوسية الممارسة في إطار العقيدة الشيعية، حيث تتشكل ديناميكية الحجاج اللامنطقي في إثراء توجهات تحريضية في فضاء تويتر، تتحدد هذه الدينامية في آليات المبالغة التي يتم تداولها افتراضيا، حيث تم تكرار آلية المبالغة في رسم الصورة النمطية للآخر الشيعي في هيمنة للملامح الشيطانية التي استوطنت مختلف توصيفات الخطاب السني في تويتر بنسبة تكرار بلغت 22%.

يعتبر التعميم آلية مهمة يتم من خلالها تسويق الفكر الطائفي ضد الآخر الشيعي، تحدد آلية التعميم من خلال تواتر اعتبارات معينة تكرس في ذهنية المتلقي لتخلق حالة انزياح مذهبي تحيط بالآخر، يدعم التعميم مسارات القاعدة الدينية وتمفصلاتها التكوينية حول "الرافضة" في تحديد الأبعاد المتحكمة في مسار بناء الروابط والتصورات الممنهجة الناتجة عن عمليات تداول الخطاب السني التي بلغت نسبتها 32%.

على ذات النسق الخطابي، تتأسس الخطابات السنية ضمن مرجعيات دينية وسياسية يهيمن عليها التيار اللامنطقي الذي يستقي تأثيره العاطفي وقوته الدينية في ارتهان توظيف بعده اللاحجاجي، تعتمد هذه الآلية على الصورة الذهنية التي تم بناؤها في ذهنية المتلقي، يتأتى هذا الأمر بفعل استراتيجيات التكرار التي تهيمن على نسق السرديات الخطابية السنية في تويتر، وتستقي هذه الآلية قوتها وتأثيرها من مكانة منتجي الخطاب السني في تمثيليتهم لرموز الفكر السني في بعده السلفي كأكثر الاتجاهات تسويقا للخطاب الطائفي ضد الآخر الشيعي عبر التويتر.

مسار البرهنة		التكرار	النسبة المئوية
المسار البرهنة المنطقي	البرهنة الدينية	224	%54
	البرهنة التاريخية	116	%28
	البرهنة العلمية	2	%0.48
	أقوال مسؤولين	5	%1.21
	الوقائع والأحداث	66	%16
	المجموع	413	%100
مسار البرهنة الغير المنطقي	المبالغات	675	%35
	التعميم	465	%24
	التنميط	213	%11
	التحيز	429	%22
	أخرى بدون برهنة	152	%8
	المجموع	1934	%100

جدول رقم (10): يوضح مسارات البرهنة في الخطاب الشيعي في تويتر

نلاحظ من الجدول أعلاه توضيح مسارات البرهنة في الخطاب الشيعي في تويتر، وقد تم رصد تكرار تداول البرهنة الدينية التي تعتمد على المدونة القرآنية والمدونة الحديثية المعتمدة على الأصول الأربعة المؤطرة للفقه الشيعي والتي تم تواترها في تغريدات تويتر وهي على النحو التالي: "**الكافي**" للكليني، و"**تهذيب الأحكام**" لطوسي، "**الاستبصار**" لطوسي، "**من لا يحضره الفقيه**" للصدوق، تم تداولها في تويتر بنسبة تكرار بلغت 54 %. وتحتل البرهنة التاريخية المرتبة الثاني في ترتيب الحجاج المعتمد في التغريدات الشيعية في تويتر، بنسبة تكرار بلغت 28%، ويتم التوظيف النسق التاريخي في الخطاب الشيعي المعتمد على تقديم الروايات الشيعية للأحداث التاريخية التي تنطلق في كليتها من مذبحة كربلاء وقبلها معركتي الجمل وصفين كمنطلقات تاريخية تكرس الاصطفاف المذهبي المتأزم بين السنة والشيعة في العالم الإسلامي.

ينخفض توظيف البرهنة العلمية فضلا على الاستعانة بالأحداث والوقائع وأقوال المسؤولين لتكون مجتمعة نسبة تكرار 18%، يتم تقيد إسقاطات للأحداث الجارية بما يتوافق مع الرؤية الشيعية لأحداث كتفجيرات مرفأ بيروت وقصف الطيران السعودي والإماراتي للحوثيين في اليمن ضمن قولبة هذا النزاع العسكري والسياسي الجاري في المنطقة العربية، في انحياز واضح لتكريس نزعة المظلومية الأبدية التي تحياها الطائفة الشيعية.

يراهن الخطاب الشيعي على عمليات الاستقطاب الجماهيري من خلال تسويق مختلف المؤثرات العاطفية التي تلامس في كينونتها الدينية المشاعر الإنسانية الخالصة التي تجسد مظاهر المظلومية والحزن والأسى والتهميش الذي عانت منه الهوية الشيعية في ظل الديكتاتورية السنية التي سلطت مختلف أنواع الجبروت والظلم وإحالتها على الهامش بفعل سيطرتها على مقاليد الحكم قرون عديدة في التاريخ الإسلامي، وتماثل الهوية الشيعية مظاهر مظلوميتها بما حدث مع موسى وشيعته وما تعرضوا له من مظاهر الظلم والطغيان والفساد. لذلك اعتمد الخطاب الشيعي في تويتر على توظيف مختلف المغالطات والمبالغات الدينية والتاريخية التي تم تداولها بنسبة تكرار بلغت 35%، وتأتي هذه المبالغة في إطار تضخيم الأسطورة الشيعية من خلال إعادة تموضع رموزها الدينية في مراتب منزهة وإسقاط نظيره السني في خانة شيطانية.

على جانب أخر تشكل التعميمات واحد من بين الآليات الحجاجية التي يعتمد عليها الخطاب الشيعي في برهانه اللامنطقي، إذ بلغت نسبة تكراره 24% ويعتمد التعميم على تسويق القولبة النمطية التي تم بناءها حول الذات والآخر، وتعميم هذه الصورة النمطية عبر تويتر من خلال استغلال تداولية الخطاب الشيعي في تويتر وانتشاره الشبكي وفقا لخوارزميات تويتر.

وعلى ذات النسق الشبكي؛ تتمظهر آليات التحيز اللامنطقي فالخطاب الشيعي لا منهجي يعتمد على مقاربة الذات الشيعية في إسقاط لكل موضوعي وحيادي في طرحه الفكري وتأصيلاته المعرفية القائمة على المحاصصة الطائفية في امتداد منهجي للتصدع الطائفي وتسويغ الصراع المذهبي، ويشكل تداول التحيزات في الخطاب الشيعي بنسبة تكرار بلغت 22% (تتفق هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة نصر الدين لعياضي في جزئية استخدام مسارات البرهنة اللامنطقية في الخطاب الطائفي).

وتتحرر بنية الخطاب الشيعي من البرهنة المنطقية واللامنطقية ليتم الاعتماد على تقديم تصوراته الطائفية، وتكتسب هذه التغريدات تداولاً عبر تويتر بنسبة تكرار بلغت 8%، ترتبط هذه التدوينات بنزعة الاصطفاف الطائفي الظاهرة في التغريدات الشيعية والتي تعتمد على منطلقات صورية في كراهيتها للآخر السني من دون الاعتماد على المدونة الحجاجية لتبرير النزعة الطائفية التي تحكم مسار العلاقات ضمن الفضاء الافتراضي في تويتر، على ذلك تجنح بعض التغريدات على عدم التأسيس المنطقي في تقديم رؤيتها الطائفية المتحيزة ضد الآخر الديني.

يعتمد الخطاب الشيعي على تسويق "الممانعة الطائفية Impedance Sectarianism" حيث ترتكز هذه الممانعة على إقصاء المشترك الديني والفقهي مع الآخر، على هذا تتجه الحُجيّة الشيعية التي يعتمد عليها الخطاب الديني في تويتر على تقديم المختلف المذهبي والعقائدي، من خلال التركيز على الآيات القرآنية والأحاديث النبوية وأقوال الأئمة الاثني عشر التي تشكل في مجملها أصول الفقه والممارسة الشعائرية الدينية للمذهب الشيعي، وتنحو مختلف دلائل الحجاج الدينية نحو إقصاء الآخر (السني) وتكفيره، يتم توظيف بعض الآيات القرآنية في التغريدات الشيعية باعتماد استراتيجيات التكرار والغرس الثقافي، من ذلك قوله تعالى: ﴿**وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلاَ تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ ٱلْجَٰهِلِيَّةِ ٱلاُولىٰ وَأَقِمْنَ ٱلصَّلَوٰةَ وَءَاتِينَ ٱلزَّكَوٰةَ وَأَطِعْنَ ٱللَّهَ وَرَسُولَهُۥ إِنَّمَا يُرِيدُ ٱللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنكُمُ ٱلرِّجْسَ أَهْلَ ٱلْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيراً**﴾[1]، وتكرس التغريدات الشيعية الآية القرآنية التي يصفونها بأنها "آية التطهير" عن نجاسة ورجس السنة أتباع أبي بكر وعائشة رضى الله عنهم حسب رؤيتهم التي يتم فيها بناء صورة نمطية افتراضية حول طهارة وتقوى آهل بيت النبوة رضى الله عنهم.

[1] سورة الأحزاب، الآية 33.

وتعتمد الحجية الدينية التي تصطنع بعداً مبالغا فيها لشخصيات على وفاطمة والحسن والحسين باعتماد قول الله تعالي: ﴿فَمَنْ حَآجَّكَ فِيهِ مِنۢ بَعْدِ مَا جَآءَكَ مِنَ ٱلْعِلْمِ فَقُلْ تَعَالَوْاْ نَدْعُ أَبْنَآءَنَا وَأَبْنَآءَكُمْ وَنِسَآءَنَا وَنِسَآءَكُمْ وَأَنفُسَنَا وَأَنفُسَكُمْ ثُمَّ نَبْتَهِلْ فَنَجْعَل لَّعْنَتَ ٱللَّهِ عَلَى ٱلْكَٰذِبِينَ﴾ [1].

ويتم تسويق مختلف الملامح الفقهية ضمن استراتيجية "التموضع في حقل الآخر السني" من خلال تقديم حمولة تتسرب فيها خطابات الكراهية الدينية والتحريض الطائفي ضد الآخر السني وصولا لتكفيره، يتم اعتماد الآية القرآنية التالية ضمن مجالات الوعيد بالعذاب العظيم لكل من يعادي ويخالف النهج الشيعي وإمامة علي رضى الله عنه: قال تعالي: ﴿إِنَّ ٱلَّذِينَ جَآءُو بِٱلْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنكُمْ لَا تَحْسِبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ ٱمْرِئٍ مِّنْهُم مَّا ٱكْتَسَبَ مِنَ ٱلْإِثْمِ وَٱلَّذِي تَوَلَّىٰ كِبْرَهُۥ مِنْهُمْ لَهُۥ عَذَابٌ عَظِيمٌ﴾ [2]

يعتبر حديث الغدير أهم معلم شيعي يؤصل لأحقية الشيعة في الخلافة ويؤكد بطلان الديانة البكرية، تزدحم التغريدات الشيعية بحديث غدير خم تصريحا أو إشارة أو اقتباسا باعتباره التأكيد على إمامة علي ونصب أبي بكر وعمر وعثمان للخلافة التي تعتبر حقا مشروعا لأهل بيت النبوة رضى الله عنهم. قال ﷺ: **﴿كأني قد دُعيت فأجبت، إني قد تركت فيكم الثقلين أحدهما أكبر من الآخر: كتاب الله تعالى، وعِتْرتي، فانظروا كيف تخلفوني فيهما، فإنهما لن يتفرقا حتى يَردا عليَّ الحوض﴾** ثم قال: **﴿وأهل بيتي، أذكركم اللهَ في أهل بيتي، أذكركم اللهَ في أهل بيتي، أذكركم اللهَ في أهل بيتي﴾**، وفي حديث أخر متداول في تويتر قال ﷺ: **﴿من كنت مولاه فعَليٌّ مولاه﴾**.

وضمن مبدأ "البراغماتية الإسلامية Islamic Pragmatism" يزخر الخطاب الشيعي بأقوال الأئمة الاثني عشر المعصومون والمطهرون حسب رؤيتهم الدينية، والتي يتم فيها الترويج لافتراءات الآخر السني وزيف معتقداته، في السياق الشبكي يتم الكشف عن الخلفيات الدينية والفقهية التي تؤسس للهوية الشيعية ضمن مجالات طقوسية ترتبط باتجاهين أساسيين: نمط الرثاء والحداد الغالب في التغريدات الحسينية والفاطمية، ونمط الثأر والانتقام لنواصب الخلافة وقتلة الحسين من بني أمية والعباس بالاستناد إلى تتابع التطور التاريخي التي تحيل أهل السنة والجماعة لتموضع في خانة العدو القاتل والمغتصب للعترة الطاهرة.

تعتمد المدونة الحديثية المنبثقة من الأصول الأربعة التي تكوّن نهج الشيعة الإمامية من تواتر الأحاديث التي تبرر لعن الصحابة باعتبارهم خوارج وخونة لولاية علي بن أبي طالب التي أوصى بها رسول الله ﷺ:

[1] سورة آل عمران، الآية 61.

[2] سورة النور، الآية 11.

﴿وَمَا مُحَمَّدٌ إِلاَّ رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِن قَبْلِهِ ٱلرُّسُلُ أَفَإِيْن مَّاتَ أَوْ قُتِلَ ٱنقَلَبْتُمْ عَلَىٰٓ أَعْقَٰبِكُمْ وَمَنْ يَّنقَلِبْ عَلَىٰ عَقِبَيْهِ فَلَنْ يَّضُرَّ ٱللَّهَ شَيْـًٔا وَسَيَجْزِى ٱللَّهُ ٱلشَّٰكِرِينَ﴾[1] سألت أبا عبد الله عن قوله تعالي: القتل أم الموت فقال، يعنى أصحابه الذين فعلوا ما فعلوا".

من بين الحجاج الديني الموظفة في تويتر الرواية التاريخية التي يتم تداولها في فضاءه" **كان أبو بكر وعمر وأبو عبيدة بن الجراح كبار رموز خط السقيفة، ومع ذلك وقف أمير المؤمنين عليه السلام في وجوههم قائلا: أيتها الغدرة الفجرة، والنطفة القذرة المذرة، والبهيمة السائمة".**

وجاء في تغريدة أخرى عن الإمام الباقر: **مثل أبي بكر وشيعته مثل فرعون وشيعته، ومثل علي وشيعته مثل موسى وشيعته،** وجاء في تفسير الآية الكريمة ﴿فَبِأَيِّ ءَالَآءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ﴾[2] تغريدة توضح أن الظاهر هو مخاطبة الله تعالي للجن والأنس وفي الباطن أبي بكر وعمر.

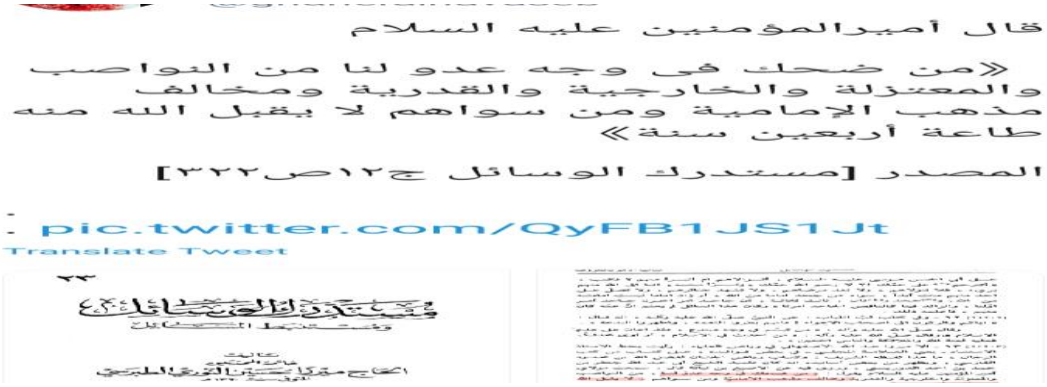
وإذ يتم توظيف المصادر الفقهية الأربعة الكبرى التي ترسخ لمبدأ أحقية الشيعة في قيادة العالم الإسلامي، وفي نهج لعن الصحابة (المخالفين والخائنين) لشريعة محمد ﷺ، وتنفرد كثير من التغريدات بمخاطبة ولعن عائشة رضى الله عنها، بالاستناد إلى الأحداث التاريخية أبرزها معركتي الجمل وصفين، إذ تحتوي الكثير من التغريدات على حمولة من السب والشتم واللعن لشخص عائشة رضى الله عنها، وجوبا لأقوال بعض الأئمة الاثني عشر التي توجب وتحبب سبّ الصحابة وعائشة وأسماء بنت الصديق وحفصة بنت الفاروق مطابقة لرواية الإمام الصادق عن قوله تعالي: ﴿وَإِذْ أَسَرَّ ٱلنَّبِىُّ إِلَىٰ بَعْضِ أَزْوَٰجِهِۦ حَدِيثًا﴾[3] هي حفصة، قال الإمام الصادق: كفرت في قولها: من أنبأك هذا؟ وقال الله فيها وفي أختها، ﴿إِن تَتُوبَآ إِلَى ٱللَّهِ فَقَدْ صَغَتْ قُلُوبُكُمَا وَإِن تَظَٰهَرَا عَلَيْهِ فَإِنَّ ٱللَّهَ هُوَ مَوْلَىٰهُ وَجِبْرِيلُ وَصَٰلِحُ ٱلْمُومِنِينَ وَٱلْمَلَٰٓئِكَةُ بَعْدَ ذَٰلِكَ ظَهِيرٌ﴾[4]، أي زاغت، والزيغ هو الكفر، حسبما هو متداول في تغريدات تويتر.

[1] سورة آل عمران، الآية 144.

[2] سورة الرحمان، الآية 14.

[3] سورة التحريم، الآية 3.

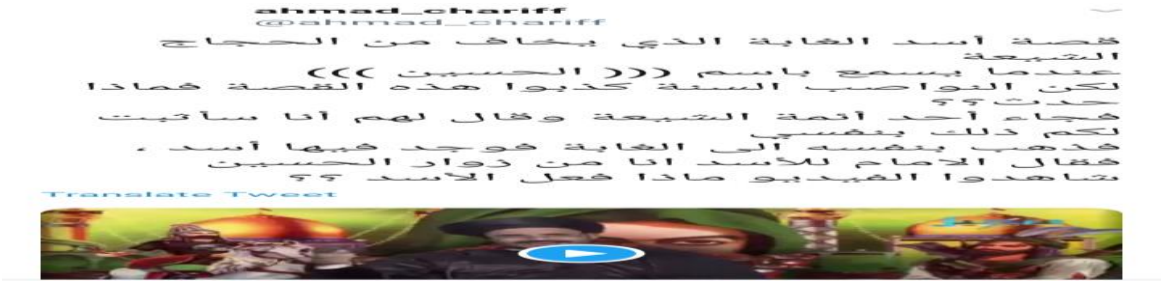
[4] سورة التحريم، الآية 4.



تنطلق الارثوذكسية الشيعية من توظيف البعد التاريخي كمسوغ للصراع السني الشيعي عبر تويتر، يمثل هذا البعد التاريخي سياقا هاما وحاسما يحيل بالمتلقي إلى منطلقات الانقسام الطائفي التي تأصلت بفعل الكهنوت الديني كمبدأ فاصل بين السنة والشيعة، حيث تعتمد المقاربة التاريخية على نسق حافل بالأحداث، انطلاقا من حادثة السقيفة ووصولاً إلى تفجيرات مرفأ بيروت، وأمام هذا المدّ التاريخي الطويل المساق، يستقي الخطاب الديني الشيعي تاريخانيته من توظيفه للأحداث التي تدلل على مظلوميته وتعسف الجانب السني الذي يقصيه على مدار سنوات طويلة في التاريخ الإسلامي، أمام هذا التوظيف الرمزي الكثيف في تويتر يتم العبث بالوقائع التاريخ لصالح صناعة الأساطير الشيعية التي يتم تنميطها وإعادة قولبتها بما تتماهي مع صناعة "الوهم الشيعي" في تبرير فرضية منبع المجد الإسلامي الصالح لكل عصر وزمان، وأمام هذا التضليل لعناصر السرد التاريخية يتم تزييف التاريخ الإسلامي باعتماد أسلوبي التزييف في عرض الحقائق والتضليل من خلال تضخيم شخصيات وأحداث في مقابل إسقاط شخصيات وأحداث أخرى من الذاكرة التاريخية للفكر الإسلامي، وتتجه مختلف التغريدات الشيعية إلى قولبة فكر المتلقي بحيث تحيله إلى عملية السرد التاريخي لبعض الأحداث الجارية حاضراً، ما يدلل على عمليات فكرية ينتهجها الخطاب الشيعي قصد إعادة إنتاج التاريخ من خلال ربط مختلف الأحداث الجارية بحادثة كربلاء التي ألمت بالإنسانية جمعاء لتجعلها تعيش الحزن الحسيني على فقده وقتله ولتحيل الطائفة السنية على أكثريتها لحالة السخط الرباني جراء جرائم السنة في حق سبط رسول الله ﷺ، وجراء عمليات التكرار الممنهج والقائم على جعل الفكر الإنساني في حالة شلل ذهني ما يفسر مختلف الممارسات العقائدية للشيعة التي تنخرط في مظاهر الأسى والحزن والحداد واللطم في كل ذكرى دينية تتعلق بالهوية الشيعية.

وتعتبر الحجية الدينية والتاريخية أبرز معالم البرهنة المنطقية التي يستند عليها الخطاب الشيعي في تقديم مطارحته الفكرية الانقسامية عن الآخر السني وبناء مفاضلته الدينية لذاته المجيدة، وتبتعد التغريدات الشيعية عن توظيف الإحصائيات والقوانين والأرقام ومختلف المؤشرات العلمية التي من شأنها تدعيم التصورات البنائية

والمنطقية للهوية الشيعية في إقصاء واضح لعرض وجهات النظر المتعددة وإتاحة خيار المفاضلة الفكرية للمتلقي باعتماد صريح وضمني لوجهة نظر شيعية تعبر عن "الحق" الأزلي والأوحد حسب الرؤية الشيعية.



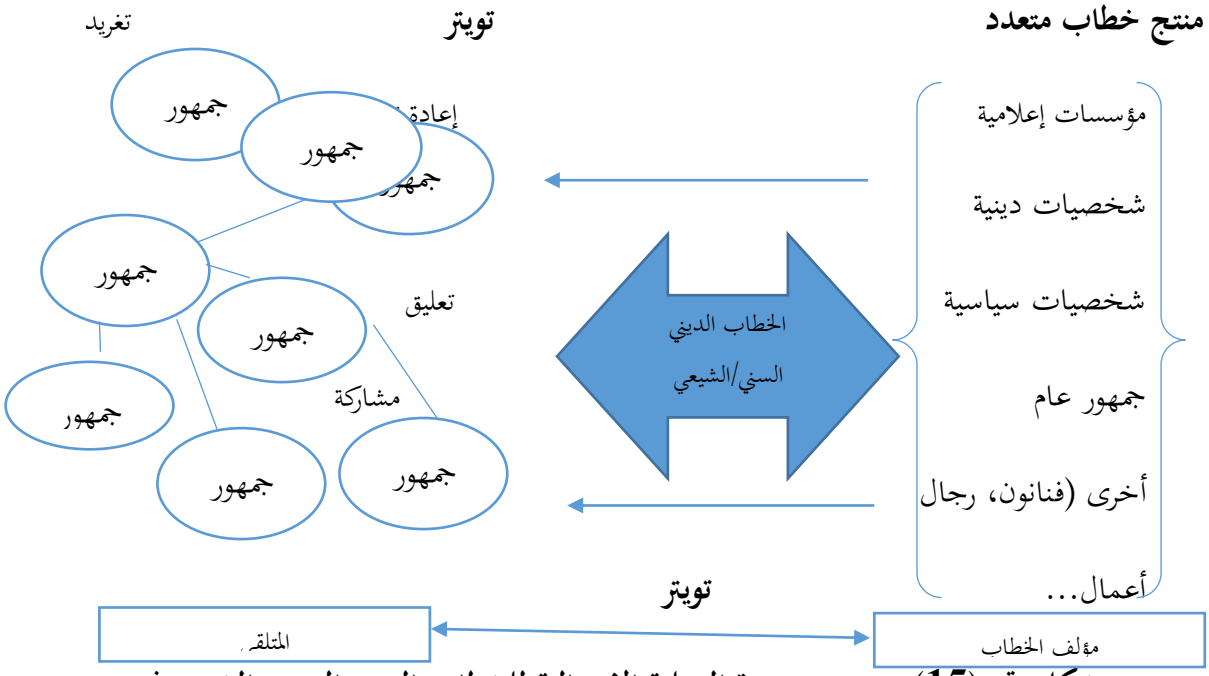
يعتمد تكوين القاعدة الدينية للتغريدات الشيعية في تويتر على نسق الممارسات العقائدية في مجملها والقائمة على ابتداع مختلف مظاهر الأسطورة في تقديم صورة ذهنية تحيط بشخص الحسين بن علي والأئمة الاثني عشر، تبني هذه الصورة الذهنية لرموز الهوية الشيعية من خلال المدونة الحُجية التي تعتمد في كليتها على بناء مخيال جمعي يستجدي العاطفة الدينية من خلال توظيف أنماط سلوكية تستحضر وجود معنوي مضخم للذات في أيقونتها الحسينية أو العلوية، التي تتمظهر في ثوب منزه ومقدس المعالم، وعلى النقيض من ذلك تحال الشخصيات التي تكوّن مركزية النسق السني إلى تمثلات شيطانية تقتضي بذلك اللعن والرّجم والسّب، وضمن هذه التناقضات الصورية في تقديم تصورات الأنا والآخر في الرؤية الدينية للفكر الشيعي، يعيش هذا الخطاب حالة جمود فكرية حضارية تستحيل معها كل مقاربة لتجديد تمكّن من بناء سبل الائتلاف مع الآخر السني. وترّهن القولبة الفكرية التي تكوّن الصورة النمطية ضمن مسارات الانزياح الفكري، لتصبح صورة "الذات" و"الآخر" السني، مستحاثات فكرية تتموضع في متحف التاريخ والفكر الإسلاميين غير قابلة للتجديد أو التغيير، ويتأصل بذلك بقاء الكيان "السني" العدو التاريخي الأكبر للهوية الشيعية حتى مع تغير معطيات الجيوبولتيك ما بعد الربيع العربي، ويرتهن معها الخطاب الديني عبر تويتر في ترويج القولبة الدينية للآخر السني.

ج. الآليات الخطابية الموظفة في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

على الرغم من حالة نفي المغايرة الثقافية والدينية للآخر الديني التي يتأسس حولها الخطاب الطائفي في انزياح واضح لتأصيلات الفكر الديني التي تشكل تخوم الخطاب، إلاّ أن رهان الخطاب الطائفي يعتمد على خاصية التفاعل الاجتماعي للغة الطائفية (كون اللغة مؤسسة اجتماعية)، وترتكز هذه الخاصية على مبدأ إنفتاحية النص على العناصر اللغوية والغير لغوية كما تصفه **جوليا كرستيفا J.Kristeva**، ويغدو النص مجالا لممارسات دالة، على هذا يطرح البحث الأنطولوجي مقاربة الأنساق التي تشتغل في مكامن بنية الخطاب وتؤسس لهويته الهجينة (الدينية والطائفية)، من خلال الاعتماد على تشريح البنية الافتراضية لتويتر التي ينبثق

منها الخطاب الديني السني–الشيعي ويتلبس بمزاياه التقنية والتفاعلية التي تسهم في ثراء نسقه التراثي والإيديولوجي.

يحتضن الخطاب الديني السني–الشيعي المفاهيم التجريدة للنص الديني ويحظى بالقداسة نفسها التي تتيحه مجموعة الأنساق اللغوية والغير لغوية المتشاكلة، ضمن فضاء الممارسة الافتراضية التي تؤمن الصفة التواصلية في جعله خطابا تفاعليا، حيث توفر هذه الخاصية تحديد نسق العملية التواصلية المكونة من الخطاطة التالية:



شكل رقم (15): يوضح سيرورة العملية الاتصالية للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

تتجه معظم تغريدات تويتر إلى خلق المزاوجة في عملية إنتاج الخطاب الديني وتلقيه في فضاء تويتر، ينتج عن عملية المزج بين الإنتاج والتلقي توحيد مفاهيم طرفي العملية الاتصالية لوحدتي الإنتاج والتلقي في آليات الممارسة الافتراضية، لا يحدث المزج بين وحدتي الإنتاج والتلقي فقط بل يتعداه إلى جعل الخطاب مكوّن من عناصر هيجينة ذات محتويات بصرية ولغوية وغير لغوية، يعتمد هذا البناء النسقي على مجموعة الآليات البنائية التي تفضي على الخطاب طابعا نسقيا خاصا يسهم في انزلاق النص الديني إلى خطاب طائفي في تويتر، وتعتبر الأنساق الاستعارية واحدة من أهم البنى النصية التي يعتبر حضورها حاسما في إثراء الخطاب الطائفي وتقديم الزخم الطائفي المطلوب. على هذا توفر الهرمونيطيقا الآليات التأويلية اللازمة في مكاشفة الخطاب الديني السني–الشيعي والبحث في المضمر من الدلالات، وإذ تعتبر الاستعارة مقوما حجاجيا لقدرتها البالغة على تحريك الخطاب الديني وتوجيه المتلقي الوجهة التي تتفق مع الأنساق الداخلية لبنية الخطاب الديني، وتعتمد

الاستعارة على مجموعة الآليات التي من شأنها إثراء البلاغة الحجاجية للخطاب الديني ما يسهم في خلق التشاكل الخطابي الذي يوفر فهما موحدا للنص الخطابي الديني المتداول عبر تويتر، وقد حدد **عبد السلام عشير** مجموعة الآليات الحجاجية التي توظفها الاستعارة في سبيل تحقيق استعمالية الخطاب الديني وجعله نصا متحركا يوجه مخيال المتلقي ويستوطن بواطنه، من خلال توظيف آليات التأويل التي تكشف عن الخلفيات النسقية التي تحيط بإنتاجية الخطاب الديني.

ترتبط "**الآلية الذاتية Autonomous Mechanism**" القائمة على العنصر السردي في تحديد التموضع الذاتي وتموضع الآخر في القالب الخطابي الذي تعيد فيه الذات تأطير موقعها في بنية الخطاب، من خلال اتجاه الأطروحات الرئيسية التي تحيط بالخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر (الموضحة سابقا)، وتمثل الذات البؤرة الخطابية The Rhetorical Focus التي تحدد مسار الخطاب الديني واتجاهاته، كما تحدد الرؤية التي تتكون في المخيال الجمعي التي ينساق الخطاب الديني نحوها، ويرتبط التشاكل الخطابي The Rhetorical Isomorphism في تقديمه للذات في الخطاب الديني السني–الشيعي بالسياقات المتعددة الناتجة عن تقاطعات الخطاب الديني الذي يوفر له "النص الديني Religious Text" القوة التي تسمح له بتحقيق الاختراق الديني وتفعيل التماسك البنيوي في إطاره المذهبي، والخطاب السياسي الذي يقوم على تخوم التعالق مع السلطة الاجتماعية ما يوفر له "الهيمنة Dominance" الاجتماعية والدينية في الخطاب الديني، ويؤسس هذا التقاطع المنهجي بين الخطابين على تحقيق تفاعلية الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر، وإزاء هذا التشاكل يفترض على الخطاب الديني السني–الشيعي تحقيق الغايات الرئيسية ضمن النسق الاستعاري المكون من تداول الأطروحات الرئيسية والفرعية في الخطاب، وتحقق غاية "تعظيم الذات وتمجيدها" ركنا أساسيا في بناء البؤرة المركزية التي يستقي الخطاب الديني الطائفي قوته منها.

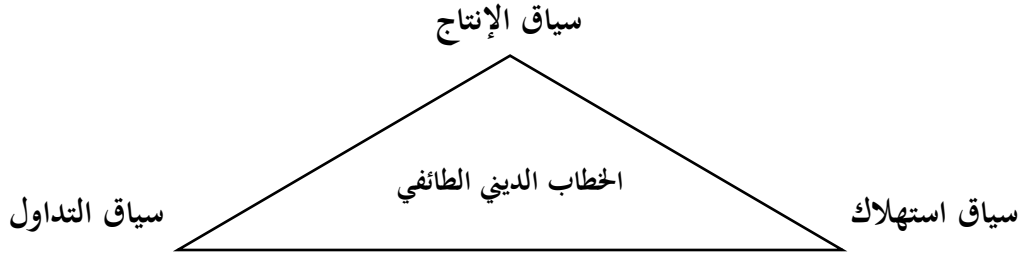
وأمام تحقيق غاية "تمجيد الذات Glorifying Oneself" يسعى الخطاب الديني إلى تكثيف عمليات الاستقطاب الجماهيري من خلال تداولية الخطاب الطائفي في تويتر، وإلى جانب ذلك تتأسس غاية "تصنع المظلومية" في المخيال الجمعي السني أو الشيعي حسب السياقات الاستعمالية للخطاب الديني، يمكن توضيح هذا النمط الأسلوبي في نموذج **بوتنام** الذي يحدد هذا النمط الاستعاري لذات السردية الطائفية وفقا للجدول التالي:

المؤشرات النحوية	المؤشرات الدلالية	الماصدق
الرافضة الصعاليك	الاستبداد، القهر الاجتماعي، الفوضى السياسية، الراديكالية الدينية، الطقوسية الشيعية، الفكر المجوسي	الصعاليك شرذمة من العرب الرافضة وصف يطلق على الشيعة
ذيول المجوس	أذناب أو ذيول تتبع التوجه العقدي والسياسي لإيران الميليشات الإيرانية، الحشد الشعبي الحرس الثوري حزب الله	القوى والمنظمات السياسية والعسكرية التي تتبع الاتجاه الشيعي المجوس: الكاهن في الديانة الزرداشتية
حزب الشيطان	القتل، التفجير، التدمير... مختلف الأعمال الإرهابية	حزب الله اللبناني
ولاية الطاغوت	التوسع الشيعي، تدمير البلدان، التدخل العسكري، الخزعبلات المذهبية، سيطرة كهنوت ولاية الفقيه	ولاية الفقيه
معاوية الفرعون	الظلم، قتل علي، الاستيلاء على الخلافة، الفساد، الإرهاب	تداول كحديث نبوي عن عبد المجيد بن أبي رؤاد عن عبيد الله بن عمر عن نافع عن ابن عمر قال: قال الرسول الله لكل أمة فرعون وفرعون هذه الأمة معاوية بن أبي سفيان (حسب الرواية الشيعية) وتم نشره ككتاب لمؤلفه حسن بن فرحان المالكي سنة 2017
سرداب الحسين	يحظى برمزية الخلاص الذي سيخرج منه مخلص الشيعية الغائب الإمام المهدي	سرداب يقع في العتبة الحسينية
الإخوان الخوارج	التصورات الإرهابية والشاذة التي نسبت لجماعة الإخوان المسلمين	الخوارج فرقة شاذة ظهرت في زمن علي بن أبي طالب
لواط عمر	الآخر السني شاذ ومصدر لانعدام الأخلاق الدينية وانتشار الزنى والفسوق	تقديم تصورات شيعية حول عمر بن الخطاب رضى الله عنه يتم من خلالها اتهامه باللواط والزنا

جدول رقم (11): يوضح أنماط السردية في الآليات الذاتية للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

ترتبط الآلية الموضوعية The Objective Mechanism داخل النسق الاستعاري بتحقيق شرط العقلانية التكنولوجية التي أتاحها اكتساح النمط الشبكي في الممارسة الاجتماعية، ويتحقق هذا النسق من خلال إعادة بعث التجربة الإنسانية حيث يتيح ربط الآليات الموضوعية بتوافر الأنساق الشبكية في بعديها اللساني والاستعمالي بعث التجربة الشعورية لدى المتلقي (نحو تأسيس مخيال جمعي سني ونظيره شيعي)، وينتج عن هذا الترابط العلائقي بين الآليات السردية في بنية الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر ودمجها مع الآليات الموضوعية بتحقق شرط العقلانية في إضفاء الطابع الأيديولوجي على صبغة الخطاب الطائفي في تويتر، ونظرا لخصوصية الخطاب الطائفي المتداول شبكيا عبر تويتر والذي يحوى حمولة إقصائية تجعل من عملية تأطيره ضمن قالب سياقي أمرا عسيرا لهلامية الخطاب ومجاله الفضفاض الذي يحيط به ويؤسس في بنيته العلائقية توسعا نحو جمع التقابلات الحدّية في التوظيف الأيديولوجي لمفاهيم الكراهية والتطرف والتعصب والتمييز، فضلاً على تواتر مجالات الدوغمائية والإقصاء، وعلى نحو يتوافق مع يوجينيا الصراع الطائفي في الخطاب الديني السني–الشيعي يتحقق اللاتساق Inconsistency الذي يجمع في بنيته الداخلية فكر قائم على تراكم الثنائيات المتعارضة، تنطلق هذه الثنائية من تقابل: السنة/ الشيعة، الروافض/النواصب، فضلا على توظيف الثنائيات الكلاسيكية في البناء المعجمي للخطاب الديني: الذات المؤمنة/ الآخر الكافر، الصدق/ الكذب، الخير/الشر، الجنة/ النار، الحق/ الباطل، ويوفر هذا الجمع للحمولات المتعارضة تحقيق رؤية أنطولوجية لعدم حيادية الخطاب فضلا على توثيق المسارات الخطابية في الأنساق الذهنية لدى المتلقي، وترتبط هذه الرؤية بما يحققه الخطاب من قدرة على تحقيق الإقناع كغاية بلاغية تلتحم في نطاق الصورة المتكاملة في البناء السردي للخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.

يتيح المنهج التداولي القدرة على التعامل مع مختلف أنماط اللغة (اللفظية والغير لفظية) في سياق النسق الاستعمالي والوظيفي، يمكن تحديد هذه المسارات السياقية والاستعمالية للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر في المجالات التالية:



شكل رقم (16): يوضح السياقات الاستعمالية للخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

يحدد السياق الإنتاجي للخطاب الديني في تويتر بحث الخلفيات الدينية التي تسهم في تحقيق تفاعلية النص من خلال مقاربة النصوص المقدسة وإثرائها في فضاء تويتر بما يسهم تفعيل القدرة البلاغية التي تحظي بها الخطابات الدينية، التي تشترط تمثل الفاعل الديني من خلال إتاحة مجالات الممارسة الإنسانية للخطاب الديني ضمن الفضاء الافتراضي الذي يوازي ويفوق الحدود الواقعية التي يراهن عليها الخطاب الديني الكلاسيكي في استنطاق صريح للفعل الإقصائي القاضي بإلغاء الآخر المذهبي، على هذا تتأسس سياقات الإنتاج الخطابي على تقديم مختلف الاستراتيجيات الممكنة والتي من شأنها خلق الانزلاق العضوي في البنية الخطابية الدينية في سبيل تحقيق التواجد الطائفي واستنهاض فكر الكراهية والتحريض الديني، تعتمد هذه الرؤية العقدية الخاص بكنه الخطاب الطائفي السني-الشيعي على استنبات الفكر الإيديولوجي الخاص بالفاعل الاجتماعي ضمن فضاء تويتر، يتم تحقيق هذا الأمر من خلال تكامل تأثير الذاكرة الدينية المثارة مع إسقاطات الواقع الديني الذي أعيد إحياءه مع معطيات التغيير العربي الذي رافق حراك المجتمعات العربية تحت مزاعم "الربيع العربي"، وترتبط سياقات الإنتاج بالمرجعيات المختلفة التي تجتمع في بوتقة واحدة يحيط بها خطاب طائفي قائم على تفعيل التقاطعات الدينية مع السياسية، ويحيل بالمتلقي إلى عجز منهجي في الفصل وتحديد حقيقة الفاعل الديني المنتج للخطاب الطائفي السني-الشيعي عبر تويتر، ويسهم هذا الأخير في إثراء الخطاب بفضل أدواته الميدياتيكية التي تتيح له قدرة بالغة على الانتشار وتؤمن له إمكانية اختراق الخصوصيات والهويات الدينية والاتجاهات السياسية التي من شأنها زعزعة المناعة الأيديولوجية القائمة في بنية الفضاء الرقمي.

شكل رقم (16): يوضح صورة تم تداولها في التغريدات السنية بعد انفجار مرفأ بيروت

تؤسس الخطابات الدينية المنتشرة في فضاء تويتر تفعيل أنماط مختلفة من الممارسات الخطابية التي تقيم علاقات متباينة وأخرى ضدية مع أشكال الممارسة الاجتماعية الافتراضية والتي لها إسقاطاتها البنيوية والوظيفية في الواقع الفعلي للمتلقي، والتي تتأسس على خلفية الكثافة الدلالية لتداول الفكر الأيديولوجي من خلال انتشار وتحقيق الاستقطاب لدى متلقي الخطابات الدينية السنية/الشيعية، ونتيجة لذلك تحدث عمليات

الهيمنة الخطابية التي تنعكس في سلوكيات وتصورات وبناء أنساق ذهنية لدى مستهلكي الخطاب الديني الذي يتحول إلى خطاب طائفي عند نقطة الوصول والاستهلاك، تتيح هذه العمليات القائمة على مستوى البناء الدلالي في الخطاب إحداث التلاعب والتضليل والتزييف والهيمنة وإسقاط المناعة الدينية لحساب النزعة الطائفية التي يتم بعثها من خلال السيطرة على مختلف سياقات الإنتاج والاستهلاك والتداول والتي تحيط بمسار الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.

يتيح هذا الأمر للخطاب الطائفي التلاعب بنمطين من السياقات الاستعمالية والتداولية؛ حيث تتجه الخطابات الدينية كشكل من أشكال الممارسة الاجتماعية في فضاء تويتر نحو الهيمنة والسيطرة على سياقات الإنتاج والتداول في منصة الخطاب الديني السني–الشيعي، وإسقاط المناعة الدينية لحساب هيمنة النزعة الطائفية في تشكّل الخطاب الطائفي المتداول في تويتر، تتيح هذه العمليات التراكمية والكثيفة تفعيل عدد من الاستراتيجيات السردية والبلاغية التي يتحصن بها الخطاب الطائفي في عمليات الاختراق النفسي والسلوكي، وقد أتاح التحليل المنهجي والتداولي لعينة الدراسة الكشف عن مجمل الاستراتيجيات الخطابية التي تم توظيفها في سياق العمليات التي مكنت من تحوير الخطاب الديني إلى صيغته الطائفية، ويمكن تحديدها على النحو التالي:

1. **الاستراتيجية التضامنية Solidarity Strategy**: تهدف هذه الاستراتيجية إلى بناء علاقة تفاعلية بين طرفي الخطاب، يتم بناء هذه العلاقة من خلال استغلال أساليب الإقناع المختلفة والتي تتجه نحو عمليات الاستقطاب والتحشيد الجماهيري، يمثل التعضيد الديني هدفا أساسيا لهذه العمليات إذ تعمل بمقتضاه التغريدات الدينية وتعمل على تحقيقه، وتتجه عمليات التعضيد الديني Religious Support إلى اصطناع مجموعة الرؤي الفكرية التي تتيح قدرة للذات على التموضع في السياق الخطابي المتداول في تويتر، تتعزز المكانة الخطابية للذات في "صناعة المظلومية Grievance Industry" كأحد أبرز تجليات هذه الاستراتيجية التي تحظي بتوظيف قوي في الخطابات الدينية الشيعية، ويحظى شخص "الحسين بن علي" رضى الله عنه تصورات بنائية تسيطر على المخيال الجمعي الشيعي، وتؤسس لفكر التعضيد الاجتماعي في بنية الخطاب الديني، يتم إقحام التصورات الإيديولوجية المسيطرة على رواية مقتله في مختلف التغريدات بحيث تحيل بالمتلقي إلى رؤية حضارية برغم ماضويتها وانقضاءها زمنيا، على جانب نقيض تتأسس مظلومية "عائشة" رضى الله عنها التي تحيط بها تغريدات مدافعة وأخرى مهاجمة، وأمام هذا التناقض الفكري المسيطر على مكانة السيدة "عائشة" رضى الله عنها ترتهن الأنساق الذهنية المتموضعة ضمن السياقات والآليات الخطابية

التي تهيمن في اتجاهات الفكر الديني، على هذا تتجه الاستراتيجية التضامنية التي تتيح توجيه تصورات المتلقين في عملية ربط موضوعي بين منتج الخطاب ومتلقيه.

2. **الاستراتيجية التوجيهية Directive Strategy**: أسهم الكشف عن حجم وتداول الأطروحات الرئيسية والفرعية في المباحث السابقة تحديد مسارات تحقيق فكر التعضيد الاجتماعي في بنية الخطاب الديني في تويتر، يسهم هذا الأمر واقعيا في توجيه مسارات الفعل الديني لارتباطه بالسياق السياسي بما يحقق تقديم الولاء العقدي على حساب مفاهيم المواطنة والهويات الجامعة التي تم اختراقها مذهبيا في فضاء تويتر. وتؤسس الاستراتيجية التوجيهية إلى جعل المتلقي يخضع إلى توجيه منتج الخطاب ضمن سياقات استعمالية معينة محددة المسار، وبالتالي تكرس الهيمنة التي ينطلق منها منتج الخطاب وتحقق السيطرة الاجتماعية في الخطاب الطائفي السني الشيعي، وتتجلى الاستراتيجية التوجيهية في إضفاء النزعة الذاتية في هيمنة الأبعاد النسقية الاستعمالية التي تفرض سطوتها على محتوى التغريدات الدينية، يحقق هذا الأمر تكريس ادعاء الأفضلية والريادة في تموقع الذات الخطابية على حساب إقصاء الآخر، ويؤدي تفعيل الريادة للذات الخطابية توجيه المتلقي ضمن المسارات التي فرضتها تصورات الخطاب الطائفي في تويتر.

3. **الاستراتيجية الإيحائية Suggestive Strategy**: تتيح الاستراتيجية الإيحائية قدرة بلاغية فائقة على فرض هيمنتها الدلالية من خلال نسق السرديات المهيمنة على فحوى الخطاب الديني السني-الشيعي في تويتر، على ذلك يحدث الانزياح الدلالي Semantic Shift الذي ينحو بالخطاب الديني في مسار الخطابات الطائفية السنية-الشيعية ضمن فضاء تويتر، تتأصل هذه العمليات من خلال تقنيات الحجاج الموظفة في النسق السردي للخطاب الديني، وتؤسس ضمن هذا الفضاء توجهاته الخطابية التي يتمظهر فيها الخطاب الطائفي انطلاقا من آليات الإقناع والتأثير، على هذا يهيمن السياق السياسي على مختلف مسارات الخطاب الديني ضمن الاستراتيجية الإيحائية، يمكن الاستدلال على ذلك من خلال السرديات التي يتكئ عليها الخطاب الديني السني-الشيعي.

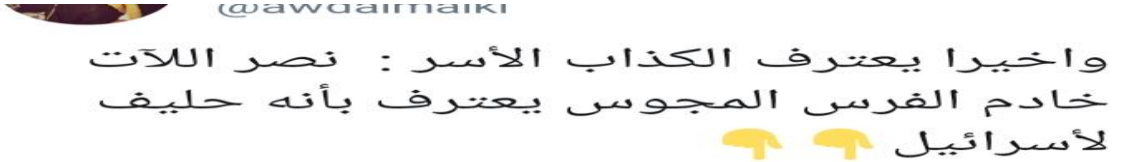
وتتيح مكاشفة المسارات السياقية والاستعمالية للخطاب الديني السني-الشيعي، تحديد مختلف الرؤي والتصورات التي تقود اتجاهات الخطاب الديني نحو تعميق أثر الخطاب الطائفي في إحالته كتصور نسقي وكشكل من أشكال الممارسة الاجتماعية التي تفرض سطوتها العقائدية في ربط عتيد للأبعاد السياسية والدينية للخطاب الديني السني والشيعي.

د. التعالق الخطابي في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر

يجسد التعالق النصي Textual Correlation ترابط وتقاطع النصوص من خلال تقنيات مختلفة يحقق من خلالها الخطاب الديني التفاعل النصي المطلوب، ويعتبر التناص Intertextuality والاقتباس Excerption أحد التقنيات السردية التي تجسد مبدأ التعالق والتقاطع النصيين، حيث يعتبر التناص مصطلحاً نقدياً وّظف في الدراسات النقدية الحداثية وما بعدها، ظهر مع **مخائيل باختين Mikhail Bakhtine** وتطور مع إسهامات **جوليا كرستيفا Julia Kristiva** التي أتاحت له التموضع ضمن مكانة مرموقة في الدراسات النقدية، وأريد بالتناص البحث في التعالق النصي وتقاطعاتها، وتأسيس "الحوارية Dialogue" بينهما من خلال فسيفساء النصوص التي أنتج منها بتقنيات مختلفة[1].

تبرز فكرتي التناص والاقتباس في الدراسة الحالية من خلال ما استعاره الخطاب الديني السني–الشيعي في تأسيسه لمعماريته الخاصة والقائمة على توظيف التقنيات البلاغية والإقناعية في سبيل تعزيز البنية الحجاجية للنص الديني مما يسهم في تحقيق غايتي الإقناع والتأثير، يتجلى التعالق النصي في عينة الدراسة من خلال تقنيات الاقتباس والتناص الموظفة في متون تغريدات تويتر، والتي يمكن تحديدها من خلال النص الحاضر والنص الغائب على حدّ تعبير **محمد بنيس**، يمكن استدراج هذه التقنيات في بنية تغريدات تويتر السنية–الشيعية على النحو التالي:

أ. في القرآن الكريم: يعتبر القرآن الكريم مدونة دينية بلاغية مشبعة الدلالة ووجودها يمثل تعضيداً هاماً وحاسماً في بنية الخطاب الديني السني–الشيعي، على ذلك جرى توظيف القرآن الكريم بتقنيات مختلفة في تأسيس للحوارية بين الخطابات المتداولة في تويتر والنصوص القرآنية المقتبس منها، يمكن توضيح ذلك في النماذج التالية:



[1] مدلل نجاح، ظاهرة التناص في الخطاب الشعري الحديث ديوان عولمة الحب... عولمة النار أنموذجا، جامعة الوادي، ص 163.

«**الكذاب الأسر**» اقتباساً من قوله تعالي: ﴿**سَيَعْلَمُونَ غَداً مَّنِ ٱلْكَذَّابُ ٱلأَشِرُ**﴾[1]، وتتجه هذه التغريدات التي تعتمد على آلية الامتصاص إلى التدرج النصي ضمن "المتعاليات النصية" التي تخلق نسيجا بلاغيا مشبعا بالتراث الديني وتعتبر تعضيدا للحجاج الموظف في بنية الخطاب الديني في تويتر، وتحقق هدف الإحاطة بالسياق الديني من خلال توظيف المدونة القرآنية، وعلى نفس النحو جاءت الاقتباسات التالية:

«يخزي الله النواصب الكافرين» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿**ثُمَّ يَوْمَ ٱلْقِيَـٰمَةِ يُخْزِيهِمْ وَيَقُولُ أَيْنَ شُرَكَآءِىَ ٱلَّذِينَ كُنتُمْ تُشَـٰٓقُّونَ فِيهِمْ قَالَ ٱلَّذِينَ أُوتُواْ ٱلْعِلْمَ إِنَّ ٱلْخِزْىَ ٱلْيَوْمَ وَالسُّوٓءَ عَلَى ٱلْكَـٰفِرِينَ**﴾[2]

«يسر الناظرين» اقتباس في قوله تعالي: ﴿**قَالُواْ ٱدْعُ لَنَا رَبَّكَ يُبَيِّن لَّنَا مَا لَوْنُهَا قَالَ إِنَّهُۥ يَقُولُ إِنَّهَا بَقَرَةٌ صَفْرَآءُ فَاقِعٌ لَّوْنُهَا تَسُرُّ ٱلنَّـٰظِرِينَ**﴾[3]. «يحشر النواصب الظالمون وأزواجهم من نسل عائشة فأهدوهم إلى صراط المستقيم» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿**ٱحْشُرُواْ ٱلَّذِينَ ظَلَمُواْ وَأَزْوَٰجَهُمْ وَمَا كَانُواْ يَعْبُدُونَ ۝ مِن دُونِ ٱللَّهِ فَٱهْدُوهُمْ إِلَىٰ صِرَٰطِ ٱلْجَحِيمِ**﴾[4]

«إن الهجمة الشرسة من أذناب المحتل على الحشد من قبل الجوكرية والأكراد الخونة والسنة النواصب... يريدون أن يطفئوا نور الله بأفواههم ويأبي الله إلاّ أن يتم نوره ولوكره الكافرون» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿**يُرِيدُونَ لِيُطْفِـُٔواْ نُورَ ٱللَّهِ بِأَفْوَٰهِهِمْ وَاللَّهُ مُتِمُّ نُورِهِۦ وَلَوْ كَرِهَ ٱلْكَـٰفِرُونَ**﴾[5]

ان الهجمه الشرسه من أذناب المحتل على
الحشد من قبل الجوكربه والاكراد الخونه
والسنه النواصب تبين أن هنالك مشاربع
مبيته لضرب الحشد.
يُرِيدُونَ أن يُطفِئُوا نُورَ اللّهِ بِأفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى
اللّهُ إِلّا أن يُتِمَّ نُورَهُ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ ""

«يؤخذ الروافض بالبأساء والضراء» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿**وَلَقَدْ أَرْسَلْنَآ إِلَىٰٓ أُمَمٍ مِّن قَبْلِكَ فَأَخَذْنَـٰهُم بِٱلْبَأْسَآءِ وَالضَّرَّآءِ لَعَلَّهُمْ يَتَضَرَّعُونَ**﴾[6]

---

[1] سورة القمر الآية 26

[2] سورة النحل، الآية 27.

[3] سورة البقرة، الآية 69.

[4] سورة الصافات الآية 22 ،23.

[5] سورة التوبة، الآية 32.

[6] سورة الأنعام الآية 42.

خليل الله هو إبراهيم وليس علي ولا
الحسين ولا فاطمة ولا الرضا ولا باب
الحوائج ولا أي أحد من أئمة الروافض
المزعومين
الله يقول هذا

Translate Tweet

اقتباسا من قوله تعالي: ﴿وَمَنۡ أَحۡسَنُ دِينٗا مِّمَّنۡ أَسۡلَمَ وَجۡهَهُۥ لِلَّهِ وَهُوَ مُحۡسِنٞ وَٱتَّبَعَ مِلَّةَ إِبۡرَٰهِيمَ حَنِيفٗاۗ وَٱتَّخَذَ ٱللَّهُ إِبۡرَٰهِيمَ خَلِيلٗا﴾[1]

«قاتلو النواصب الملعونون أتباع عمر وعائشة الذين لا يدينون بدين الحق» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿قَٰتِلُواْ ٱلَّذِينَ لَا يُؤۡمِنُونَ بِٱللَّهِ وَلَا بِٱلۡيَوۡمِ ٱلۡأٓخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ ٱللَّهُ وَرَسُولُهُۥ وَلَا يَدِينُونَ دِينَ ٱلۡحَقِّ مِنَ ٱلَّذِينَ أُوتُواْ ٱلۡكِتَٰبَ حَتَّىٰ يُعۡطُواْ ٱلۡجِزۡيَةَ عَن يَدٖ وَهُمۡ صَٰغِرُونَ﴾[2].

«زين الشيطان لأتباع الصفوية المجوس أعمالهم» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿فَلَوۡلَآ إِذۡ جَآءَهُم بَأۡسُنَا تَضَرَّعُواْ وَلَٰكِن قَسَتۡ قُلُوبُهُمۡ وَزَيَّنَ لَهُمُ ٱلشَّيۡطَٰنُ مَا كَانُواْ يَعۡمَلُونَ﴾[3].

«إن الروافض المجوس إذا دخلوا قرية أفسدوها» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿قَالَتۡ إِنَّ ٱلۡمُلُوكَ إِذَا دَخَلُواْ قَرۡيَةً أَفۡسَدُوهَا وَجَعَلُوٓاْ أَعِزَّةَ أَهۡلِهَآ أَذِلَّةٗۖ وَكَذَٰلِكَ يَفۡعَلُونَ﴾[4].

«الوهابية الخليجية أشد كفرا ونفاقا» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿ٱلۡأَعۡرَابُ أَشَدُّ كُفۡرٗا وَنِفَاقٗا وَأَجۡدَرُ أَلَّا يَعۡلَمُواْ حُدُودَ مَآ أَنزَلَ ٱللَّهُ عَلَىٰ رَسُولِهِۦۗ وَٱللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٞ﴾[5].

«...المسرفون الرافضون إخوان الشياطين» اقتباسا من قوله تعالي: ﴿إِنَّ ٱلۡمُبَذِّرِينَ كَانُوٓاْ إِخۡوَٰنَ ٱلشَّيَٰطِينِۖ وَكَانَ ٱلشَّيۡطَٰنُ لِرَبِّهِۦ كَفُورٗا﴾[6].

[1] سورة النساء، الآية 125.
[2] سورة التوبة، الآية 29.
[3] سورة الأنعام، الآية 43.
[4] سورة النمل، الآية 34.
[5] سورة التوبة، الآية 97.
[6] سورة الإسراء، الآية 27.

بسم الله الرحمان الرحيم جاء الحق وزهق
الباطل ان الباطل كانه زهوقا هولاء المتلسبين
كانو يبعدونا عن معرفة النبي وال بيته
ويخوفونا من الشيعة كي لا ينفضح امرهم
الله يلعنكم يا بني امية ويا اتباع الوهابية
السلفية النواصب

Translate Tweet

اقتباسا من قوله تعالي: ﴿وَقُلْ جَآءَ ٱلْحَقُّ وَزَهَقَ ٱلْبَٰطِلُ ۚ إِنَّ ٱلْبَٰطِلَ كَانَ زَهُوقًا﴾[1]

Replying to @salrashed
أَلَا إِنَّ حِزْبَ الشَّيْطَانِ هُمُ الْخَاسِرُونَ (19)

Translate Tweet

تم اقتباسه لتوصيف حزب الله اللبناني من قوله تعالي: ﴿ٱسْتَحْوَذَ عَلَيْهِمُ ٱلشَّيْطَٰنُ فَأَنسَىٰهُمْ ذِكْرَ ٱللَّهِ ۚ أُو۟لَٰٓئِكَ حِزْبُ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ أَلَآ إِنَّ حِزْبَ ٱلشَّيْطَٰنِ هُمُ ٱلْخَٰسِرُونَ﴾[2].

@Sheikh_alHabib

الحبيبات للحبيبين !

عن #الإمام_الحسن عليه السلام: هم والله -
يا #معاوية - أنت وأصحابك!

#معز_المؤمنين
#الشيخ_الحبيب

ب. في الحديث النبوي: لا يخرج الحديث النبوي عن السياق التداولي الذي يتم فيه استحضار النصوص الدينية ضمن منطق المختلف المذهبي في فضاء تويتر، وإذ تتجه بعض الخطابات الدينية إلى توظيف المقامات الحديثية ومزاوجتها للنصوص الدينية في نسيجها الخطابي القائم على مبدأ البرهنة، تحقيقا للتأثير والإقناع ووفقا لرؤية الإيديولوجية التي تتشكل كموروث ديني يتمظهر بكثافة في بنية النص الديني عبر تغريدات تويتر والتي أطردت في أبعادها ثنائيات الخير والشر كنسق سردي يؤدلج مختلف التصورات البلاغية حول السنة أو الشيعة، يمكن تقديم بعض النماذج التي اعتمدت الاقتباس كتقنية بلاغية في اللغة الوظيفية المتداولة في الخطاب الديني السني الشيعي على النحو التالي:

قال النبي صل الله عليه وآله وسلم لعلي :
ياعلي لا يحبك إلا مؤمن ، ولا يبغضك إلا منافق .

روى الإمام أحمد في الفضائل بسنده عن مساور
الحميري عن أمه عن أم سلمة قالت : سمعت رسول
الله صل الله عليه وسلم يقول لعلي : لا يحبك إلا
مؤمن ، ولا يبغضك إلا منافق

[1] سورة الإسراء، الآية 81.

[2] سورة المجادلة، الآية 19.

«من أبعض آل البيت حشر يهوديا» تم اقتباس هذا الحديث من الرواية الشيعية عن جابر بن عبد الله عن رسول الله ﷺ«**أيها الناس، من أبغضنا أهل البيت حشره الله يوم القيامة يهوديا، فقلت: يا رسول الله، وإن صام وصلى؟ قال: وإن صام وصلى وزعم أنه مسلم**»

وفي اقتباس أخر عن الرواية الشيعية المتداولة عن رسول الله ﷺ: «**ألا ومن مات على بغض آل محمد مات كافرا، ألا ومن مات على بغض آل محمد لم يشم رائحة الجنة**»

عن الطبري بسنده : « أتى عمر بن الخطاب منزل علي وفيه طلحة والزبير ورجال من المهاجرين ، فقال : والله لأحرقن عليكم أو لتخرجن إلى البيعة ... »[تاريخ الطبري 3/202 ، وقريب منه ابن ابي شيبه من مشايخ البخاري في المصنف 7/432] .

Translate Tweet

«أبرأ إليك من عمر» اقتباسا من الحديث النبوي حسب الرواية الشيعية عن ابن عمر رضي الله عنهما قال:« **بَعَثَ النَّبِيُّ خَالِدَ بْنَ الْوَلِيدِ إِلَى بَنِي جَذِيمَةَ، فَدَعَاهُمْ إِلَى الْإِسْلَامِ، فَلَمْ يُحْسِنُوا أَنْ يَقُولُوا: أَسْلَمْنَا، فَجَعَلُوا يَقُولُونَ: صَبَأْنَا، صَبَأْنَا، فَجَعَلَ خَالِدٌ يَقْتُلُ مِنْهُمْ وَيَأْسِرُ، وَدَفَعَ إِلَى كُلِّ رَجُلٍ مِنَّا أَسِيرَهُ حَتَّى إِذَا كَانَ يَوْمٌ أَمَرَ خَالِدٌ أَنْ يَقْتُلَ كُلُّ رَجُلٍ مِنَّا أَسِيرَهُ، فَقُلْتُ: وَاللَّهِ لَا أَقْتُلُ أَسِيرِي، وَلَا يَقْتُلُ رَجُلٌ مِنْ أَصْحَابِي أَسِيرَهُ، حَتَّى قَدِمْنَا عَلَى النَّبِيِّ ، فَذَكَرْنَاهُ، فَرَفَعَ النَّبِيُّ يَدَهُ فَقَالَ: (اللَّهُمَّ إِنِّي أَبْرَأُ إِلَيْكَ مِمَّا صَنَعَ خَالِدٌ)**».

تحتوى هذه التغريدات اقتباسا للحديث النبوي، والتي تشكل عناصر سردية في البنية الخطابية لتصبح جزء ومكونا خطابيا يعتمد عليه لتحقيق كثافته الدلالية وتأثيراته البلاغية، ويتم الاعتماد على المدونة الحديثية استشهاد وتعضيدا للنص الديني السني–الشيعي، يستقي هذا التعضيد قوته من احتكامه للموروث العقدي القائم على التشاكل والغيرية بين الذات والآخر وترشيح قيم "التعالي الديني" لدى المتلقي، يتم تأصيل هذه القيم بما يتيحه الفضاء التفاعلي الذي يحققه تويتر، بفعل إمكانية تداول ونشر التغريدات ذات الحجية الدينية في تجاوز محدودية الجغرافيا المادية لحساب الفضاء السيبراني الذي يطيح بمختلف القيم والمعايير الإنسانية تحت شعار حرية التعبير.

تتمظهر المدونة الحديثية في تمايز واضح بين أطروحات الرواية الشيعية والسنية للحديث النبوي الشريف وأطر توظيف هذا الحديث بما يتفق مع التصورات الإيديولوجية للاتجاهات الشيعية والسنية في تفوق واضح للاستعمال الكثيف الدلالة لأحاديث النبوية برواية الشيعية والتي تسعى لإقامة كهنوت يحيط بآل بيت النبوة وإسقاط الرموز الدينية السنية في سياق تحقيق تفاعلية النص الديني التراثي. على هذا يضطلع الخطابان

قال رسول الله(صلى الله عليه وآله): النجوم أمان لأهل الأرض من الغرق،وأهل بيتي أمان لأمتي من الاختلاف،فإذا خالفتهم قبيلة من العرب اختلفوا فصاروا حزب ابليس
المستدرك للنيسابوري
سؤال:عائشة (لعنها الله) خرجت على الجمل لحرب أمير المؤمنين الإمام علي(عليه السلام)،فهل تعتبر هي من حزب إبليس؟

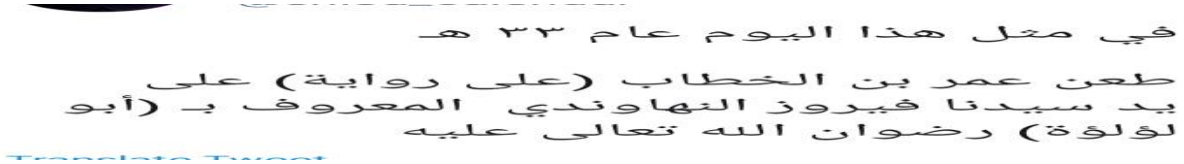
Translate Tweet

السني والشيعي بوظيفة إعادة إنتاج التاريخ، من خلال تسويق النصوص التراثية التي تعتمد على تقديم الرؤي التاريخية التي يتموضع فيها الأنا والآخر في السياق التاريخي الموروث.

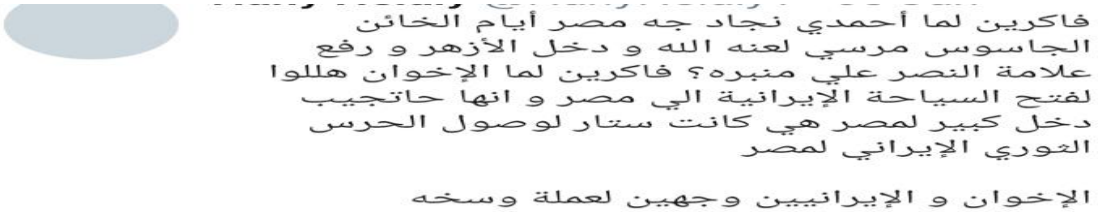
ج. استحضار الشخصيات: يعتمد التناص التاريخي ضمن هذا المجال على استخدام مجموعة من الشخصيات التي تم توظيفها ضمن سياقات متعددة لعل أبرزها وأكثرها حضوراً وتجلياً الحقل التاريخي، وقد تموقعت الشخصيات في الخطاب الديني وفق التوجهات الدينية التي ترتهن على تقديم الصور النمطية لمختلف الرموز والشخصيات الدينية، إجمالاً تمركزت شخصيات عمر بن الخطاب، وأبي بكر الصديق، عائشة، فاطمة الزهراء، علي بن أبي طالب، الحسين بن علي، عثمان بن عفان، البؤرة المركزية التي تلتف حولها مختلف الشخصيات الدينية التي احتواها الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر ضمن مقامات سياقية مطردة في تقديم المختلف وإحالة النص الديني المتواتر في تويتر إلى منتهاها الدوغمائي، يمكن تحديد أكثر الشخصيات حضوراً في الخطابين السني–الشيعي في تويتر في الجدول التالي:

الخطاب السني	الخطاب الشيعي
محمدﷺ، الخوارج، اليهود، النصارى، عمر بن الخطاب، الحس، الحسين، ابن تيمية، صلاح الدين الأيوبي، أبي بكر، عائشة، الروافض، حسن نصر الله، الأمويون، العباسيون، الأيوبيون، نبيه بري، فاطمة الزهراء، عمر بن الخطاب، معاوية، الزبير بن العوام، سلطان هاشم، قاسم سليماني، بشار الأسد، محمد مرسي، أبرهة الحبشي، رفيق الحريري، السيستاني، ترامب، ابن تيمية. جاسم الفريج، محمود عباس، بهاء الأعرجي، حسن زيد.	معاوية، الحسن، الحسين، صلاح الدين الأيوبي، فاطمة الزهراء، علي بن أبي طالب، آل سلول، عمر، ابن تيمية، المهدي المنتظر، الخامينئي، حسن نصر الله، صدام حسين، الإمام المهدي، الباقر، البكرية، الوهابية، الشيخ الحبيب، أحمدي نجاد، آل سعود، العباسيون، أبو لؤلؤة، آل سفيان، آل زياد، العباسبون، أردوغان، بني هاشم، محمد بن سلمان، الإمام الصادق، حفصة، يزيد، عدنان العرعور، عثمان بن عفان، الحجاج، أبو لهب، محمد مرسي، الشافعي، أبي الحسن الأشعري، القطبي.

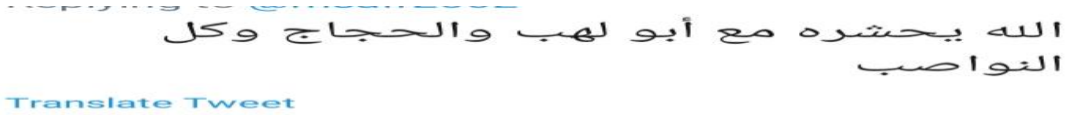
جدول رقم (12): يوضح التناص التاريخي للشخصيات الدينية في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر



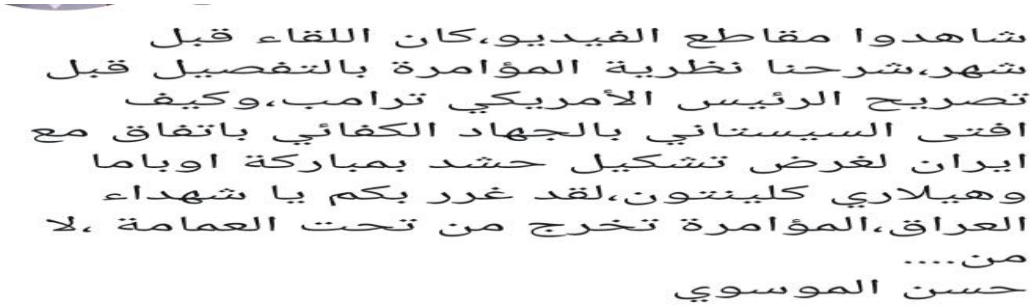
تم الاعتماد على التناص من خلال استخدام شخصيات الرئيس الإيراني أحمدي نجاد والرئيس المصري السابق



محمد مرسي، ويحيل هذا التوظيف نحو توجيه المتلقي ضمن سرديات تكوين أنساق ذهنية يتم من خلالها جمع الإخوان المسلمين مع الشيعة الإيرانية لتكريس مفاهيم صورية عدائية تؤسس لتموضع الآخر في الخطاب الديني السني في تويتر. وهنا لا يطرح الاصطفاف الطائفي مع الأخر الشيعي فقط بل يتحول إلى دمجه مع الاصطفاف المذهبي في الداخل السني.



تم الاعتماد على التناص التاريخي الديني من خلال توظيف شخصيات أبي لهب والحجاج وأهل السنة ضمن نفس المستوى في الخطاب الديني الشيعي.



«الفتنة تخرج من تحت العمامة» تناص من قول جلال الدين الرومي في إشارة لسرديات المرجعية الشيعية التي تتمظهر في أيقونة العمامة.

نتائج الدراسة التحليلية

وفرّ النموذج التحليلي المتبع في مكاشفة وتفكيك الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر في محاولة للإجابة عن إشكالية الأساسية للدراسة المتمثلة في: ما هي تجليات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر؟ وقد تم تفكيك هذه الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية التي حاولت الباحثة من خلالها الإحاطة بحيثيات الدراسة الحالية، وبالاعتماد على مقاربة التحليل النقدي للخطاب بالإضافة إلى التحليل الثقافي كمقاربة فرعية ثانية، تم إخضاع عدد من التغريدات التي تم اختيارها خلال الفترة الزمنية الممتدة من 01 أكتوبر 2019 إلى غاية 01 أكتوبر 2020 للتحليل، وهو ما أتاح للباحثة التوصل إلى النتائج التالية:

- ✓ يؤسس الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر للذاكرة الدينية كأحد أبرز أطروحاته الرئيسية، وتتيح الذاكرة الدينية الكشف عن الصبغة الماضوية للخطاب الديني من خلال تسويق الأنساق الذهنية المؤدلجة التي تعبر عن انغلاق هوياتي مرتبط بميدان الصراع الحضاري والديني المؤطر للفكر الطائفي السني–الشيعي في تويتر.

- ✓ تحيل القراءة التاريخية للخطاب الديني السني–الشيعي في منصة تويتر المفتوحة على عدد غير محدود من المتابعين إلى بسط هيمنة التراث الدموي وإنتاج الذاكرة الدينية المتطرفة بما تحتويه من صور القتل والتدمير وسفك الدماء في استباحة واضحة لقدرة الحاضر على إعادة تشكيل رؤية تنطلق من فتح أفق التعايش الحضاري والتسامح الديني، ليتكرر المشهد الدموي بخلفية دينية تراثية لتعايش في زمن آخر (معركة الجمل وحادثة كربلاء واستيلاء المغول على بغداد) ليحدث الانفصام العقدي بين الطوائف الدينية وتكرّس الممارسات الإرهابية باسم الدين وتحت راية الطائفية التي تسهم بشكل وافر في إحداث أزمة العقل العربي.

- ✓ يتأسس النظام القيمي في الخطاب الطائفي (الشيعي–السني) من خلال إسقاط الغيرية (باعتبارها تحدد علاقات الأنا بالآخر)، كنقيض لكل مبادئ التعايش والتعدد وقبول الاختلاف، لينشئ بذلك منظومة مهترئة تقوم على تسويغ "الفاشية الدينية" من خلال خلق حجر ديني استباقي يرفض كل مغايرة دينية ويقصيها فضلا على عدم التعاطي مع مخرجات المواطنة كأحد أبرز معالم الديمقراطية التي تتيح تفاعل وثراء الخيارات السياسية والدينية داخل الدولة الواحدة.

- ✓ أظهر الخطاب الديني السني–الشيعي عجزا في احتواء الاختلافات والصدامات الدينية بين المذهبين، وهو ما أسهم في انزياحه نحو نفق التطرف والتعصب الديني، ويظهر الخطاب السني–الشيعي في تويتر كخطاب مفلس من القيم ومتوجس من الآخر العميل والخائن، يشكل الإقصاء والتخوين أحد أهم العناصر الخطابية المنجزة عن الخطاب الطائفي المتضخم عبر تويتر. ويتيح تويتر عبر فضاءه للامحدود إعادة أدلجة الصراعات السياسية والعسكرية ونقلها إلى فضاءه الافتراضي بحيث توازي الحروب الافتراضية فداحة الخسائر الإنسانية والمادية الناتجة عن تلك الحروب الواقعية،

- ✓ يؤسس الخطاب الطائفي رأسمال اجتماعي قائم على تكريس الفكر الإقصائي والولاء للطائفة الدينية، وبذلك فهو يعتمد على إنتاج ثقافة ثالوثها: التآمر –التخوين –التكفير كمحددات بنيوية للخطاب الطائفي السني–الشيعي في سبيل خلق هالة دينية تسوق لإيديولوجيا المؤمرة الدينية والانغلاق المذهبي والانحراف العقدي بين قطبي الإسلام.

- ✓ تتشكل علاقات الهيمنة والاستقطاب والاستحواذ في الهيكلة البنيوية في الخطابات الدينية السنية–الشيعية في تويتر مستغلة آليات الوسيط التقني ومخرجاته الافتراضية التي تتيح التفوق التقني والشبكي للخطاب الديني المؤدلج وتعتبر الإيديولوجيا شرط أساسي لتحقيق هيمنة الخطاب ضمن أنساق التواصل اللامادي الخاضع لمعيارية الفضاء الرقمي وباعتبارها حتمية أخرى للحداثة المفرطة.

- ✓ تتجه الخطابات الطائفية السنية والشيعية نحو بعث حوافز التطرف الديني، من خلال توظيف عمليات الشحن العاطفي والحشد العقائدي وتكثيف الرسائل ذات المحتوى المحرض على الكراهية الدينية والإقصاء المذهبي، وهو ما يرسخ السلوك الطائفي من خلال بناء تصورات فكرية ومعرفية ووجدانية تتأسس على الفاشية الدينية في توجهاتها الدوغمائية، المرتبطة بتيار من القيم التي يتشكل حولها الخطاب الطائفي السني–الشيعي.

- ✓ تفرض المظلومية كخطاب هوية متأزم منبثق من النوستولوجيا الدينية لقطبي الإسلام يتم تداوله عبر فضاءات تويتر في إعادة هيكلة واضحة لشبكة العلاقات الاجتماعية وإعادة تأسيس بعد اجتماعي للكيانات المتطرفة بحثا منها عن الموقع الجيو–سياسي الافتراضي، وفرض هيمنتها على الواقع الرقمي بعد فقدانها لمركزها وانهيار شرعيتها في المجال العمومي الواقعي، فتويتر أعاد بعث الكيانات المنهارة واقعيا من خلال توفير منصات للتعبير وإعادة التجسيد الافتراضي، وإلغاء الروابط الحضارية مع الآخر (السني/الشيعي) في طمس هوياتي لكل ما هو "مشترك" من تاريخ أو حاضر أو مصير، لينخرط هذا

الطمس مع تحولات العقلانية التكنولوجية التي حققها انتشار تويتر وهيمنته على المنتوج الفكري الإنساني وبالتالي تتحول الهوية الدينية نحو توظيف آليات القمع والهيمنة وإسقاط مختلف دواعي التسامح الديني والتعايش المذهبي بين الطوائف الإسلامية.

- ✓ يستند الخطاب الطائفي في شرعيته على التاريخ؛ فهو يعيد تقديم تصوراته الماضية للأحداث التاريخية لعيد إنتاجها ضمن قوانين ما بعد الحداثة التي تسهم في إتاحة مختلف الأبعاد التي من شأنها تفعيل رؤي التعصب والتمييز الديني وإشاعة الكراهية الدينية، ويحيل كنه الخطاب الديني السني/الشيعي على صراع تاريخي انطلق من سقيفة بني ساعدة ليعاد طرح ذلك الجدال التاريخي في شأن خلافة المسلمين في منصة تويتر، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة نصر الدين لعياضي فيما يتعلق بماضوية الخطاب الطائفي.

- ✓ تتجه الخطابات الدينية السنية–الشيعية نحو تكريس "الخطاب الأسطوري" ويتحقق ذلك من خلال الاشتغال على المزاوجة بين التاريخية وغير التاريخية في بنية الخطاب، وبالتالي تصبح الطائفية فعلا تراكميا ذا خلفية تراثية وفكرية ومبني على عقيدة الشحن التدرجي لفكر الإقصاء وإلغاء الغيرية.

- ✓ تنخرط أسطورة الأصل المؤسس للسردية الطائفية الشيعية أو نظيرتها السنية في بعث أسباب الخلاف التاريخية في بنية الحاضر في مجتمعات ما بعد الحداثة وهو ما يصوغ استمرارية الخلاف والصراع بينهما، وتتجه هذه الخلافات إلى الاشتغال على الفضاء السيبراني بما يوفره من امتداد افتراضي للتقويض الجغرافي للحركات والمنظمات المتصارعة باسم الطائفة السنية والشيعية.

- ✓ تشكل مذبحة كربلاء واحدة من أهم ثوابت الهوية الشيعية وأبرز معالمها في الخطاب الشيعي، ويسعى منتجو الخطاب الشيعي إلى فرض صورة نمطية وتأكيدها عبر الفضاء الشبكي للتويتر لما يتيحه هذا الفضاء الافتراضي من قدرة عالية على التعبئة وتأسيس المخيال الجماعي وربط الذاكرة الدينية بمجالات الممارسة الاجتماعية الافتراضية لتمكينها كمجال طقوسي ذا إيقاع تراثي حاسم لدى المذاهب الشيعية على تعدد اتجاهاته.

- ✓ يكشف البراديغم التكنولوجي لتويتر عن صراعات أعمق وأكثر حدة بين مختلف الخطابات السنية المتناحرة على السلطة السياسية أولا وبحجة أنها أنجع لتحقيق الريادة للأمة الإسلامية دينيا وحضاريا. وترتكز هذه الصراعات بين الخطابات الدينية لجماعة الإخوان المسلمين وللخطاب السلفي لبعض

رجال الدين، والخطاب الوهابي الذي تقوده بعض الحركات والشخصيات الدينية في المملكة السعودية فضلا على الخطاب الديني العدواني الذي يتم تمريره من طرف الحركات المتطرفة كـ (داعش).

- ✓ يحاول الخطاب الشيعي خلق تشويش ذهني وفوضي عقائدية ترتكز على بناء صورة نمطية يتم تكريسها بفعل استراتيجيات التكرار واستحضار الذاكرة الدينية لتأمين الشحن العاطفي، ووفقا لهذا المنطلق تتجه التغريدات نحو خلق فسيفساء معرفية منبثقة من تصورات ماضوية تستحضر الفعل الانتقامي نحو الآخر السني الذي يتمظهر في محتويات النصوص الدينية المؤسسة لطقوسية الهوية الشيعية وممارساتها في الفضاء الافتراضي، ينطلق هذا التأسيس من خلال بناء هالة عقدية يتم عبرها تمجيد رموز الهوية الشيعية.

- ✓ يعتبر الاستعلاء الديني ظاهرة ضاربة في القدم ومتأصلة في الفكر الراديكالي لبعض الاتجاهات الإسلامية المتطرفة والتي تؤصل الريادة المذهبية النابعة من المنطق الاستدلالي المنجر على تفعيل ثنائية: الاستعلاء/ الدونية، وتتجه معظم الخطابات الدينية (السنية–الشيعية) المتطرفة عبر تويتر في الأخذ بهذا المبدأ في محتواها الخطابي.

- ✓ وفر تويتر للكيانات الهامشية والمتطرفة فرص وجودها في المجال العمومي الافتراضي وإعادة إحياء طقوسها العقدية وشعائرها الدينية المختلفة، وعلى هذا النحو اتجه الخطاب الديني السني والشيعي إلى استغلال تخوم التواصل الشبكي وإقامة صلاته مع الكيانات الافتراضية التي تشترك في المنهج العقدي من خلال إعادة بعث فكرة الولاء للطائفة عبر المنصة الافتراضية تويتر مسايرة للإيديولوجيا السائدة التي وفرتها وسائط الحداثة وما بعدها والتي أسقطت في اعتباراتها قيم المواطنة والأمة لحساب "الطائفة المجيدة" التي تحمل على عاتقها مهمة تحقيق الوعد الرباني.

- ✓ يوفر تويتر تمّلك تلك السلطة الدينية التي تتيح للطائفة "مركزية" الهيمنة على الولاء وبسط سيطرتها على المذهب، وبذلك يتحول تويتر إلى حوازة تكرّس المرجعية الشيعية عبر العالم، وتتيح إعادة تموقع الطائفية الشيعية ضمن الفضاء الافتراضي.

- ✓ وفرّ الربيع العربي مساحة إقصائية كافية تؤمن تدفق مختلف الصدامات السياسية والثقافية والاجتماعية والمذهبية في المنطقة العربية، ما أسهم إعلاميا في تضخم الذات الطائفية السنية ونظيرتها الشيعية وأتاح لهما تدفقا إعلاميا لتأمين الحدث الاتصالي الطائفي تحت راية حرية التعبير وحرية الممارسة العقائدية،

ويزخر تويتر بتغريدات ساهمت في عمليات تسيس الخطاب الديني السني/ الشيعي خدمة لإيديولوجيا التعصب.

- ✓ يعتمد الخطاب الطائفي في المقام الأول على تحديد الأنا من خلال الآخر وضبط مسارات العلاقات الإقصائية التي تحدد تموضع الآخر الديني (السني أو الشيعي) في نسق العلاقات السياسية والاجتماعية والثقافية والحضارية.

- ✓ نلمس حالة إسقاط عمدي لزخم الحركات السياسية الإسلامية التحررية في مسار نضال الشعوب في زمن الحداثة ويحظى هذا الإسقاط المعولم بفعل العقلانية التكنولوجية بتغيير ميدياتيكي لخريطة الصراع الطائفي السني–الشيعي في الفضاء اللامتناهي التكنولوجي. فتويتر أعاد بعث خريطة الصراعات الدامية وقام بتفجير ما أمكن من نوازع الصدام والصراعات الممكنة، لا يرتبط الأمر هنا بالجانب التقني بقدر ما يحيل على توظيف إيديولوجيا الانفلات من الجانب القيمي لصالح فرضية حرية التعبير، يمثل هذا الانزلاق الخطير في تأصيل الممارسات الشعائرية القائم على إظهار الضغينة والجهر بالكراهية تطرفا فكريا تحميه قوانين تويتر التي تلقي بمسؤولية النشر إلى الناشر لا على المنصة الافتراضية.

- ✓ تتعاطى اللغة الطائفية الموظفة في متون الخطاب الديني السني–الشيعي مع السياقات الاستعمالية التي تؤطر التوظيف النصي للخطاب الديني في تويتر، وتتجه هذه اللغة إلى توظيف كثيف للمخزون المعجمي ذي الإحالات الطائفية ما يسهم في تسيس الخطاب الديني وأدلجته وإزاحته عن المعنى الحقيقي لفكر الوعظ والإرشاد الذي عادة ما يتأسس عليه النص الديني ويكتسب قداسيتها منها.

- ✓ ينطلق الخطاب السني من النسق الخطابي القائم على مبدأ بناء وهم الذات وهدم الآخر في بناء تمثلاته الذهنية مستعينا بحمولته الدينية نحو إعادة تسويق الذات السنية من خلال دحض الآخر الشيعي (الرافضي) وتكفيره وتتولى التغريدات السنية مهمة الدفاع عن الرموز الدينية محل الإهانة والتحريض على كراهيتهم وتكفيرهم من قبل الطائفة الشيعية.

- ✓ على الرغم من توظيف الوسيط الحداثي الذي تتموضع فيه الخطابات الدينية السنية–الشيعية والتي أوجدت لنفسها مكان فيه، إلاّ أنّها تعتبر خطابات رجعية تحمل لغة ماضوية تهيمن فيها أيديولوجيا المثاقفة الطائفية الكامنة في ذاكرة الطوائف الإسلامية والقائمة على إسقاط كل مغايرة فقهية وعقدية.

- ✓ يعتبر الخطاب الطائفي السني–الشيعي خطابا متوجسا يبني أساطيره في تضخيم الهويات الهامشية على حساب الهوية الجامعة التي يتم إقصائها في محفل الفضاء الافتراضي عبر تويتر، يتم تضخيم هذا الخطاب وإحالته نحو التطرف والتعصب من خلال توفير الشروط الخطابية التي من شأنها تأمين حالة الاستسلام الذهني وصناعة "وهم الاعتقاد" التي من شأنها تعزيز بنية الذات المجيدة في مقابل إقصاء وإنكار المغايرة الدينية.

- ✓ يفترض المجال التداولي تحديد ظروف إنتاج الخطاب وآلياته الاستعمالية ضمن النسق السياقي الذي تتم فيه عمليات تواتر الخطابات الدينية السنية–الشيعية عبر تويتر، يمكن تحديد هذا المجال بالنظر إلى شروط إنتاج الخطاب الاستعمالية والسياقية فضلا على المزايا التقنية التي يتيحها تويتر أثناء عملية التغريد والتفاعلات الناتجة بعدها.

- ✓ يعمل تويتر على تكوين رأسمال اجتماعي بالنظر إلى محيط التفاعل الافتراضي القائم على التعامل مع النموذج الخطابي السني–الشيعي في تويتر، وتؤسس هذه الدائرة التفاعلية المحيطة بالخطاب الديني لمبدأ "**الأيتوس**" الذي يمنح الذات الخطابية قدرة فعلية على إضفاء تموقع استراتيجي حاسم ومهم في سياق النسق الشبكي عبر تويتر.

- ✓ يرتبط الخطاب الديني بحيثيات "العقل الأسطوري" كرهينة للبعد الكهنوتي الذي ينبني عليه الخطاب الديني ويتحرى ضوابطه التقليدية الرجعية في جانبيها السني والشيعي، وبذلك تتأسس "هرمسية الخطاب السني/الشيعي" لاعتماده الواضح على تقنيات التعصب والتطرف الديني التي تحّيد بالخطاب الديني عن مفهومه الاصطلاحي لصالح الرؤية الطائفية بإسقاطاتها المنهجية والموضوعاتية المتعددة المستويات والمتدرجة على سلم السلوك الاجتماعي المتمظهر كفعل اتصالي عبر تويتر.

- ✓ تسهم الخطابات السلفية المتداولة في فضاء تويتر خلق "حالة الأتباع" من خلال تبني الفكر الديني المسوق عبر رموز الحركة السلفية وهيمنتها في مجال الممارسات الافتراضية وهو ما يتفق مع نتائج دراسة جنيف عبدو التي توصلت إلى إسهام بعض رجال الدين السلفيون في صناعة الخطابات الطائفية وتسويقها عبر تويتر.

- ✓ تندرج تقنيات البرهنة الدينية في توظيفها الحجاجي للخطاب السني الذي أتاحته القراءة الحثيثة والمعمقة للبنية الحجاجية الدينية القائمة على السرديات القرآنية والحديثية التي تؤصل الفكر السني بالموازاة مع توفير العروض الفقهية الاختلافية التي تمثل المشارب والمدارس السنية الأربعة فضلا على

تيارات الوهابية والسلفية وغيرها من المسارات المنهجية للفكر السني ضمن إسقاط صريح لها عبر تغريدات تويتر.

- ✓ تداول البرهنة الدينية التي تعتمد على المدونة القرآنية والمدونة الحديثية المعتمدة على الأصول الأربعة المؤطرة للفقه الشيعي والتي تم تواترها في تغريدات تويتر وهي على النحو التالي: "**الكافي**" للكليني، و"**تهذيب الأحكام**" لطوسي، "**الاستبصار**" لطوسي، "**من لا يحضره الفقيه**" للصدوق.

- ✓ تؤسس المحاججة الدينية في منطقها البرهاني على خلق مبدأ "حوارية الحجاج" الذي يتيح خلق تفاعل افتراضي ضمن نظام البيئة اللغوية للمتلقي ويؤمنها تويتر ضمن حقل الاستعمال اللغوي، يفترض هذا المبدأ تأكيد دخول المتلقي في نطاق "التجربة المشتركة" التي تجمع منتج الخطاب مع متلقيه.

- ✓ يرتكز الخطاب الطائفي على تمرير تصورات ذهنية منشاؤها العاطفة الكامنة في النفس الإنسانية، بحيث تكرس وفقا لها إعادة تموضع الهوية الشيعية ضمن خانة التوجهات الدينية ذات الطبيعة المجوسية والصفوية الولاء لاعتبارات حداثية تحمل توكيدات موضوعاتية بالمكانة المحفوظة لأهل السنة والجماعة، وتتجه مختلف تغريدات تويتر السنية نحو تكريس مظاهر السخرية والاستهزاء بالشعائر الطقوسية الممارسة في إطار العقيدة الشيعية.

- ✓ يراهن الخطاب الشيعي على عمليات الاستقطاب الجماهيري من خلال تسويق مختلف المؤثرات العاطفية التي تلامس في كينونتها الدينية المشاعر الإنسانية الخالصة التي تجسد مظاهر المظلومية والحزن والأسى والتهميش الذي عانت منه الهوية الشيعية في ظل الديكتاتورية السنية التي سلطت مختلف أنواع الجبروت والظلم وإحالتها على الهامش بفعل سيطرتها على مقاليد الحكم لقرون عديدة في التاريخ الإسلامي.

- ✓ يعتمد الخطاب الشيعي على تقديم تماثل صوري بين الهوية الشيعية ومظاهر مظلوميتها بما حدث مع موسى وشيعته وما تعرضوا له من مظاهر الظلم والطغيان والفساد.

- ✓ يعتمد الخطاب الشيعي على تسويق "الممانعة الطائفية" حيث ترتكز هذه الممانعة على إقصاء المشترك الديني والفقهي مع الآخر، على هذا تتجه الحُجيّة الشيعية التي يعتمد عليها الخطاب الديني في تويتر على تقديم المختلف المذهبي والعقائدي، من خلال التركيز على الآيات القرآنية والأحاديث النبوية

وأقوال الأئمة الاثني عشر التي تشكل في مجملها أصول الفقه والممارسة الشعائرية الدينية للمذهب الشيعي.

- ✓ يعتمد تكوين القاعدة الدينية للتغريدات الشيعية في تويتر على نسق الممارسات العقائدية في مجملها والقائمة على ابتداع مختلف مظاهر الأسطورة في تقديم صورة ذهنية تحيط بشخص الحسين بن علي والأئمة الاثني عشر، تبني هذه الصورة الذهنية لرموز الهوية الشيعية من خلال المدونة الحُجية التي تعتمد في كليتها على بناء مخيال جمعي يستجدي العاطفة الدينية من خلال توظيف أنماط سلوكية تستحضر وجود معنوي مضخم للذات في أيقونتها الحسينية أو العلوية أو الفاطيمية.
- ✓ يحتضن الخطاب الديني السني–الشيعي المفاهيم التجريدة للنص الديني ويحظى بالقداسة نفسها التي تتيحه مجموعة الأنساق اللغوية والغير لغوية المتشاكلة، ضمن فضاء الممارسة الافتراضية التي تؤمن الصفة التواصلية في جعله خطابا تفاعليا
- ✓ يعتمد البناء النسقي للخطاب الديني على مجموعة الآليات البنائية التي تفضي على الخطاب طابعا نسقيا خاصا يسهم في انزلاق النص الديني إلى خطاب طائفي في تويتر، وتعتبر الأنساق الاستعارية واحدة من أهم البنى النصية التي يعتبر حضورها حاسما في إثراء الخطاب الطائفي وتقديم الزخم الديني المطلوب.
- ✓ يرتبط التشاكل الخطابي في تقديمه لذات في الخطاب الديني السني–الشيعي بالسياقات المتعددة الناتجة عن تقاطعات الخطاب الديني الذي يوفر لـ "النص الديني" القوة التي تسمح له بتحقيق الاختراق الديني وتفعيل التماسك البنيوي في إطاره المذهبي، والخطاب السياسي الذي يقوم على تخوم التعالق مع السلطة الاجتماعية ما يوفر له "الهيمنة" الاجتماعية والدينية في الخطاب الديني، ويؤسس هذا التقاطع المنهجي بين الخطابين على تحقيق تفاعلية الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.
- ✓ ترتبط الآليات الموضوعية داخل النسق الاستعاري بتحقيق شرط العقلانية التكنولوجية التي أتاحها اكتساح النمط الشبكي في الممارسة الاجتماعية، ويتحقق هذا النسق من خلال إعادة بعث التجربة الإنسانية.
- ✓ نظرا لخصوصية الخطاب الطائفي المتداول شبكيا عبر تويتر والذي يحوي حمولة إقصائية تجعل من عملية تأطيره ضمن قالب سياقي أمرا عسيرا لهلامية الخطاب ومجاله الفضفاض الذي يحيط به ويؤسس في بنيته العلائقية توسعا نحو جمع التقابلات الحدّية في التوظيف الأيديولوجي لمفاهيم الكراهية

والتطرف والتعصب والتمييز، فضلا على تواتر مجالات الدوغمائية والإقصاء، وعلى نحو يتوافق مع يوجينيا الصراع الطائفي في الخطاب الديني السني–الشيعي يتحقق اللاتساق الذي يجمع في بنيته الداخلية فكر قائم على تراكم الثنائيات المتعارضة والضدية.

- ✓ تتأسس سياقات الإنتاج الخطابي على تقديم مختلف الاستراتيجيات الممكنة والتي من شأنها خلق الانزلاق العضوي في البنية الخطابية الدينية في سبيل تحقيق التواجد الطائفي واستنهاض فكر الكراهية والتحريض الديني، تعتمد هذه الرؤية العقدية الخاص بكنه الخطاب الطائفي السني الشيعي على استنبات الفكر الإيديولوجي الخاص بالفاعل الاجتماعي ضمن فضاء تويتر.

- ✓ تتيح مختلف العمليات القائمة على مستوى البناء الدلالي في الخطاب إحداث التلاعب والتضليل والتزييف والهيمنة وإسقاط المناعة الدينية لحساب النزعة الطائفية التي يتم بعثها من خلال السيطرة على مختلف سياقات الإنتاج والاستهلاك والتداول والتي تحيط بمسار الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر.

- ✓ يعتبر التناص والاقتباس أحد التقنيات السردية الموظفة في الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر والتي تجسد مبدأ التعالق والتقاطع النصي وتبرز فكرتي التناص والاقتباس من خلال ما استعاره الخطاب في تأسيسه لمعماريته الخاصة والقائمة على توظيف التقنيات البلاغية والإقناعية في سبيل تعزيز البنية الحجاجية للنص الديني مما يسهم في تحقيق غايتي الإقناع والتأثير.

الفصل الخامس

الدراسة المسحية لعينة من مستخدمي الـ"تويتر"

أولا: عرض نتائج الدراسة المسحية:

المحور الأول: البيانات العامة لعينة الدراسة.

يبحث المحور الأول مختلف خصائص متغيرات الدراسة والمتعلقة بالبيانات العامة للمبحوثين التي من شأنها إثراء الطرح المنهجي والإجرائي المساهم في تحقيق أهداف الدراسة، وبالانطلاق من تساؤلات الدراسة الحالية، وبالاعتماد على توزيع الاستبيان على عينة كرة الثلج تم التوصل إلى (680) استجابة للاستبيان الإلكتروني الذي تم طرحه في الـ"تويتر" ومشاركته عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى خلال فترة زمنية ممتدة من 10 جانفي 2021 إلى غاية 10 فيفري 2021.

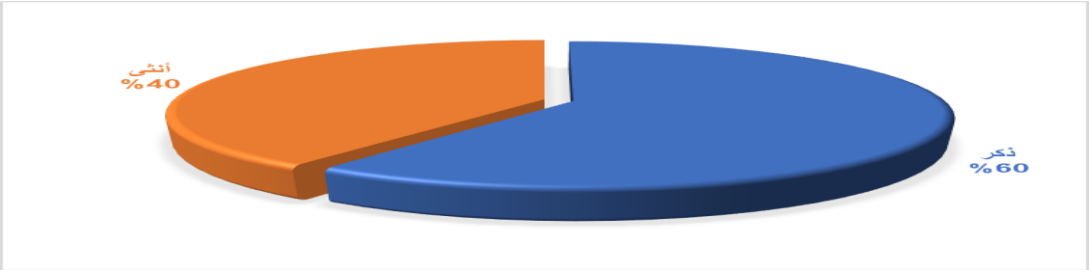
1. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	407	59.9
أنثى	273	40.1
المجموع	680	100%

جدول رقم (13): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

يوضح الجدول أعلاه توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير الجنس (الجندر)، وقد تم الاستعانة بهذا المتغير لتحديد اتجاهات الجنس (الجندر) في استخدام موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" وتأثير ذلك على تحديد تجليات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر وبحث مختلف التصورات والتوجهات الفكرية والوجدانية والمعرفية والتي من شأنها الكشف عن خصائص وسمات الخطاب الطائفي في تويتر من منظور الجندر. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة استخدام الذكور لتويتر أكثر من الإناث، إذ بلغت نسبة (59.9%) للذكور في حين بلغت نسبة استخدام الإناث لتويتر (40.1%) وتتفق هذه النتيجة مع التوجه العام لاستخدام تويتر من منظور النوع الاجتماعي التي أظهرتها الإحصائيات المتتالية حول معدلات استخدام تويتر في أغلب الدول العربية والعالمية[1].

[1] ينظر: https://alghad.com/الاناث-يشكلن-41-من-مستخدمي-فيسبوك-وتوي/ تم تصفحه يوم: 2021/02/03.



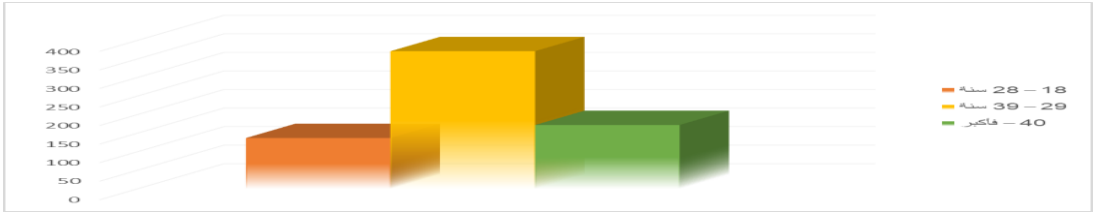
شكل رقم (18): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

2. توزيع عينة الدراسة حسب السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
18 – 28 سنة	137	20.1
29 – 39 سنة	371	54.6
40 – فأكبر	172	25.3
المجموع	680	100

جدول رقم (14): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن

نلاحظ من الجدول أعلاه والذي يوضح متغير السن بالنسبة لعينة الدراسة، حيث تمثل فئة 29 – 39 سنة أكثر الفئات العمرية استخداما لتويتر بنسبة 54،6%، فيما جاءت الفئة العمرية 40 فأكبر في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 25.3%، أما الفئة العمرية 18– 28 سنة فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 20،1%، وتتفق هذه النتيجة مع المؤشرات الإحصائية حول الاستخدام العام لتويتر حول العالم وفي البلدان العربية، وتفسر نتائج إقبال الفئات العمرية أكثر من 29 سنة نحو استخدام تويتر إلى مرحلة نضج وتكوين ثقافة ووعي سياسي واجتماعي جاد في منصة تويتر مختلف عما يمكن تداوله في منصات التواصل الأخرى كالفيسبوك واليوتيوب والانستغرام.



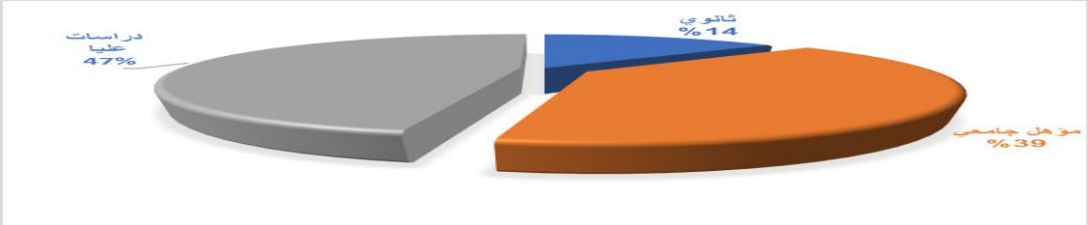
شكل رقم (19): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

3. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي أو أقل	95	14.0
مؤهل جامعي	266	39.1
دراسات عليا	319	46.9
المجموع	680	100

جدول رقم (15): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي.

نلاحظ من الجدول أعلاه والذي يوضح متغير المستوى التعليمي بالنسبة لعينة الدراسة، حيث احتلت فئة الدراسات العليا المرتبة الأولى كأكثر المستويات التعليمية استخداما لتويتر بنسبة 46.9% من عينة الدراسة، فيما احتلت فئة مؤهل جامعي المرتبة الثانية بنسبة 39.1%، فيما جاءت فئة ثانوي أو أقل بنسبة 14%، وتفسر هذه النتائج نظرا لترابط المنطقي لإقبال الفئة العمرية (29-39 سنة) وبين المستوى التعليمي (دراسات عليا) وهو ما يفسر أن أكثر الفئات استخداما لتويتر هم ذو تحصيل دراسي جيد وضمن فئات عمرية تتمتع بالوعي الفكري والمعرفي.



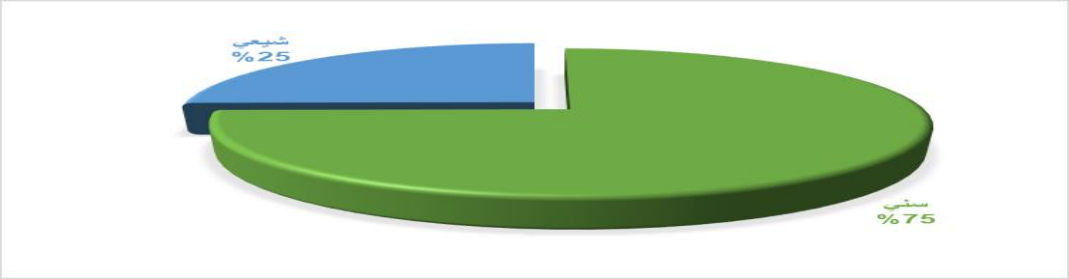
شكل رقم (20): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

4. توزيع عينة الدراسة حسب الانتماء الديني.

الانتماء الديني	التكرار	النسبة المئوية
سني	509	74.9
شيعي	171	25.1
غير ذلك	00	00
المجموع	680	100

جدول رقم (16): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الانتماء الديني

نلاحظ من الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب متغير الانتماء الديني، ونظرا لدواعي الدراسة فقد تم تقسيم هذا المتغير إلى الفئات التالية: المسلمين السنة بلغت نسبتهم في عينة الدراسة 74.9%، فيما بلغت نسبة المسلمين الشيعة 25.1% فيما خلت الدراسة من فئات دينية غير ذلك، وتعتبر نتائج التوزيع الديني لعينة الدراسة بهذا الشكل كانعكاس منطقي للتوزيع الطبيعي لمجتمع الإسلامي الذي تتراوح فيه نسبة الشيعية ما بين 12% - 25% فيما تشكل السنة الأكثرية الدينية للعالم الإسلامي حسب المؤشرات الإحصائية، كما أن عملية اختيار العينة جاءت بأسلوب غير احتمالي وبالاعتماد على كرة الثلج وهو ما تفسره النتائج المتحصل عليها في هذا المتغير في انعدام فئة (غير ذلك).



شكل رقم (21): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الانتماء الديني

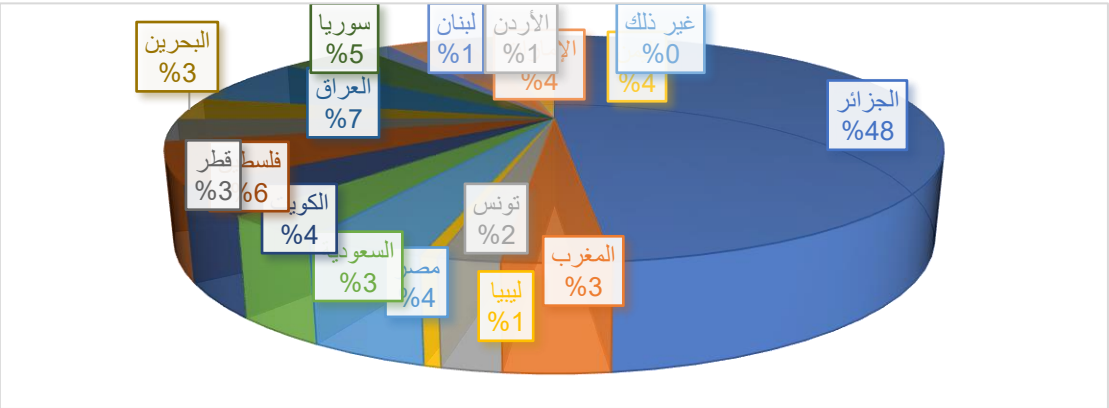
5. توزيع عينة الدراسة حسب الجنسية.

الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
الجزائر	332	48.8
المغرب	24	3.5
تونس	14	2.1
ليبيا	4	0.6
مصر	28	4.1
السعودية	24	3.5
الكويت	28	4.1
فلسطين	40	5.9
قطر	22	3.2
البحرين	22	3.2
العراق	46	6.8
سوريا	32	4.7

لبنان	10	1.5
الإمارات	20	2.9
الأردن	8	1.2
اليمن	26	3.8
غير ذلك	00	00
المجموع	680	100

جدول رقم (17): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنسية

نلاحظ من الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة حسب الجنسية، حيث تم نشر الاستبيان الإلكتروني في تويتر وحث المبحوثين على إرساله إلى أصدقائهم ومعارفهم عبر الشبكة الاجتماعية ومشاركته عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى، وهو ما أسهم في انتشار الاستبيان الإلكتروني في بعض البلدان العربية، وقد تم رصد ردود الاستبيان لأكثر من 16 دولة عربية، حيث بلغت نسبة الاستجابة للاستبيان في الجزائر 48.8%، فيما بلغت نسبة الاستجابة في العراق 6.8%، أما في فلسطين فقد بلغت نسبة الاستجابة 6%، وفي سوريا بلغت نسبة الردود على الاستبيان 4.7% فيما بلغت النسبة في كلا من الكويت ومصر 4.1%، فيما وصلت نسبة ردود الاستبيان في اليمن 3.8% تليها المغرب بنسبة 3.5%، فيما بلغت نسبة الاستجابة في البحرين 3.2% وقطر بنفس النسبة، تليها الإمارات العربية المتحدة بنسبة بلغت 2.9%، أما تونس فقد بلغت ما نسبته 2.1%، فيما بلغت نسبة التكرار في ليبيا 0.6%، فيما خلت الردود في باقي الدول العربية كالسودان والصحراء الغربية وموريتانيا سلطنة عمان وغيرهم.



شكل رقم (22): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنسية

متغيرات الدراسة		السنة		الشيعة	
		ذكر	أنثى	ذكر	أنثى
ثانوي	18- 28	10	09	14	04
	29- 39	20	00	09	09
	40 فأكبر	20	00	00	00
مؤهل جامعي	18- 28	35	17	00	08
	29- 39	55	62	26	27
	40 فأكبر	28	00	04	04
دراسات عليا	18- 28	05	25	00	10
	29- 39	72	52	21	18
	40 فأكبر	80	19	08	09
المجموع		325	184	82	89

جدول رقم (18): يوضح توزيع العينة حسب متغيرات الدراسة

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (680) مفردة، توزيع مفردات العينة حسب متغيرات الدراسة حيث نلاحظ أن عدد مفردات الدراسة ذكور ذو الانتماء الديني (السنة) ذوي المستوى التعليمي دراسات عليا جاء في المرتبة الأولى بنسبة تكرار بلغت (80) في الفئة العمرية (40 فأكبر)، فيما جاء في المرتبة الأولى في عدد مفردات العينة السنة الإناث ذوي المستوى التعليمي مؤهل جامعي قد بلغ تكراره (62) في الفئة العمرية (29-39)، ويقابله في المرتبة الأولى في عدد مفردات العينة الشيعة الذكور ذوي المستوى التعليمي مؤهل جامعي بلغ تكراره (24)، ويقابله تكرار (26) مفردة لدى الإناث الشيعة ذوي المستوى التعليمي مؤهل جامعي في الفئة العمرية (29- 39)، وجاء في المرتبة الأولى في عدد مفردات الدراسة ذوي الانتماء الديني أخر ذوي المستوى التعليمي دراسات عليا في الفئة العمرية (29-39) بتكرار بلغ (10) مفردة.

ويتضح من الجدول أعلاه؛ اتجاه مفردات الدراسة إلى استخدام تويتر في الفئات العمرية (29 فأكبر) ومستوى تعليمي لذوي (دراسات العليا) وهو ما يفسر اتجاه مفردات الدراسة نحو القضايا التي تتطلب حضور ثقافيا ووعيا سياسية ودينيا.

المحور الثاني: أنماط وعادات استخدام تويتر لدى عينة الدراسة.

يبحث المحور الثاني مختلف أنماط وعادات عينة الدراسة التي تستخدم تويتر وفقا لتوجهات وأهداف معينة يسهم هذا المحور في الكشف عنها، من خلال تحديد التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبارات (كا^2)، وقد تم إخضاع هذا المحور في كل تساؤلاته إلى الاختبارات المعلمية من خلال اختبارات (T.test) فضلا على اختبارات One-way-ANOVA، بعد التأكد من أن عينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

1. ما هي أسباب استخدامك لتويتر؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
يتم استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع	**264**	**38.8**
التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)	**138**	**20.3**
الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء	**118**	**17.4**
تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند	**120**	**17.6**
غير ذلك	**40**	**5.9**
المجموع	**680**	**100.0**

شكل رقم (19): يوضح أسباب استخدام عينة الدراسة لتويتر.

نلاحظ من الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في أسباب استخدام تويتر، وقد جاء في المرتبة الأولى البديل "يستخدم تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع" بنسبة بلغت 38.8% فيما تواجد في المرتبة الثانية البديل "التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)" بنسبة 20.3%، فيما تواجد المرتبة الثالثة البديل "تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند" بنسبة بلغت 17.6%، وتواجد البديل "الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء" في المرتبة الرابعة بنسبة 17.4%، وتواجدت أسباب مختلفة كالترفيه والتسلية والحصول على الأخبار والمعلومات والتواصل بين الأصدقاء.

البدائل		الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
		ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18– 28	29– 39	40– فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا
يتم استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع	ت	168	96	206	58	61	151	52	51	122	91
	%	41.27	35.16	40.47	33.91	44.52	40.7	30.23	53.68	45.86	28.52
التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)	ت	88	50	98	40	26	68	44	24	54	60
	%	21.62	18.31	19.25	23.39	18.97	18.32	25.58	25.26	20.3	18.80
الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء	ت	72	46	87	31	18	56	44	14	36	68
	%	17.69	16.84	17.09	18.12	13.13	15.09	25.58	14.73	13.53	21.31
تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام – تراند	ت	60	60	85	35	18	76	26	6	40	74
	%	14.74	21.97	16.69	20.46	13.13	20,48	15.11	6.31	15.03	23.19
غير ذلك	ت	19	21	33	7	14	20	6	0	14	26
	%	4.66	7.69	6.48	4.09	10.21	5.39	3.48	00	5.26	8.15
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا^2	درجة الحرية	قيمة "P"
ذكر	2.30	1.421	9.908[a]	4	0.042
أنثى	2.63	1.555			
السنة	2.40	1.478	4.848[a]	4	0.303
الشيعة	2.54	1.500			
28–18	2.28	1.450	27.254[a]	8	0.001
39–29	2.47	1.551			
40 – فأكبر	2.48	1.357			
ثانوي	1.80	1.107	46.573[a]	8	0.000
مؤهل جامعي	2.23	1.453			
دراسات عليا	2.79	1.517			

جدول رقم (20): يوضح إجابات المبحوثين في أسباب استخدام تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في أسباب استخدام تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة، وقد أوردت النتائج تحصل البديل (**يتم استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع**) على المرتبة الأولى في أسباب الاستخدام لدى فئة الذكور بنسبة تكرار بلغت (41.27%) يقابله (35.16%) لدى

الإناث، وتحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)** على المرتبة الثانية لدى فئة الذكور بنسبة تكرار بلغت (21.62%) فيما تحصل البديل (**تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند)** على المرتبة الثانية لدى فئة الإناث بنسبة تكرار بلغت (21.97%)، فيما تحصل البديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء)** على المرتبة الثالثة لدى فئة الذكور بنسبة تكرار بلغت (17.69%)، فيما تحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)** على المرتبة الثالثة لدى فئة الإناث بنسبة تكرار بلغت (18.31%)، فيما تحصل البديل (**تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند)** على المرتبة الرابعة لدى فئة الذكور بنسبة تكرار بلغت (14.74%)، فيما تحصل البديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء)** على المرتبة الرابعة لدى فئة الإناث بنسبة تكرار بلغت (16.84%) فيما تحصل البديل (غير ذلك) على المرتبة الأخيرة لدى فئتي الذكور والإناث بنسبة تكرار (4.66%) و(7.69%)تواليا. وجاءت نتائج اختبارات (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (9.908^a) بدرجة حرية (4) بدلالة P =0.042 دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ومنه نستنتج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام تويتر ومتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في أسباب استخدام تويتر تبعا لمتغير الانتماء الديني، وقد أوردت النتائج تحصل البديل (**يتم استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع)** على المرتبة الأولى في أسباب الاستخدام لدى فئة السنة بنسبة تكرار بلغت (40.47%) يقابله (33.91%) لدى الشيعة، وتحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)** على المرتبة الثانية لدى فئة السنة بنسبة تكرار بلغت (19.25%) يقابله (23.91%) لفئة الشيعة، فيما تحصل البديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء)** على المرتبة الثالثة لدى فئة السنة بنسبة تكرار بلغت (17.09%) فيما جاء البديل (**تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند)** على المرتبة الثالثة لدى فئة الشيعة بنسبة تكرار بلغت (20.46%)، فيما تحصل البديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء)** على المرتبة الرابعة لدى فئة الشيعة بنسبة تكرار بلغت (18.12%)، فيما تحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)** على المرتبة الرابعة لدى فئة السنة بنسبة تكرار بلغت (16.69%)، فيما تحصل البديل (غير ذلك) على المرتبة الأخيرة لدى فئتي السنة والشيعة بنسبة تكرار (6.48%) و(4.09%) تواليا.

تم إجراء اختبار (كا^2) لاكتشاف هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام تويتر لدى عينة الدراسة ومتغير الانتماء الديني، وقد أظهرت النتائج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام تويتر ومتغير الانتماء الديني حيث جاءت قيمة "P" = 0.303، غير دالة إحصائيا عند قيمة الدلالة المعنوية (0.05)، وبالتالي نستنتج أنه لا توجد علاقة بين أسباب استخدام تويتر ومتغير الانتماء الديني.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في أسباب استخدام تويتر تبعا لمتغير السن (العمر)، وقد أوردت النتائج تحصل البديل (**يتم استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع**) على المرتبة الأولى في أسباب الاستخدام لدى فئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (44.52%) يقابله (40.7%) لدى الفئة العمرية (29-39) فيما يقابله (30.23%) لدى الفئة العمرية (40 - فأكبر)، وتحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)**) على المرتبة الثانية لدى فئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (18.97%)، فيما تحصل البديلين (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)** والبديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء**) على نفس الرتبة لدى الفئة العمرية (40 فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (25.58%)، فيما تحصل البديل (تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام – تراند) على الرتبة الثانية لدى الفئة العمرية –(29- 39) بنسبة تكرار بلغت (20.48%) وجاء البديلين (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء**) و البديل (**تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند**) على المرتبة الثالثة لدى فئة العمرية (18 - 28) بنسبة تكرار بلغت (13.13%) ولدى الفئة العمرية (40 فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (15.11%)، فيما تحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)**) على المرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (18.32%)، فيما تحصل البديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء**) على المرتبة الرابعة لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (15.09%)، فيما تحصل البديل (غير ذلك) على المرتبة الأخيرة لدى كل الفئات العمرية (18-28) والفئة العمرية (29-39) والفئة العمرية (40 فأكبر) بنسبة تكرار (10.21%) و(5.39%) و(3.48%) تواليا. تم إجراء اختبار (كا^2) لاكتشاف هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام تويتر لدى عينة الدراسة ومتغير السن، وقد أظهرت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام تويتر ومتغير السن (العمر) حيث جاءت قيمة "P" (0.001) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية في استقلالية المتغيرات ونقبل الفرضية البديلة القائلة بأنه **توجد علاقة بين أسباب استخدام تويتر ومتغير السن** وبالتالي المتغيرين مستقلين عن بعضهما تماما.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في أسباب استخدام تويتر تبعا لمتغير المستوى التعليمي، وقد أوردت النتائج تحصل البديل (**يتم استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع**) على المرتبة الأولى في أسباب الاستخدام لدى المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (53.68%) يقابله (45.56%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) وتقابله نسبة (28.52%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، وتحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج)** على المرتبة الثانية لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (25.26%) يقابله (20.3%) لفئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي)، فيما جاء البديل (**تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند**) في المرتبة الثانية لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (23.19%)، فيما تحصل البديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء**) على المرتبة الثالثة لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (14.73%) يقابله (21.31%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) فيما جاء البديل (**تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند**) على المرتبة الثالثة لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (15.03%)، فيما تحصل البديل (**تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند**) على المرتبة الرابعة لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (06.31%)، فيما تحصل البديل (**التعبير عن القضايا من خلال الوسم –الهاشتاج**) على المرتبة الرابعة لدى فئة المستوى التعليمي بنسبة تكرار بلغت (18.8%)، وجاء البديل (**الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء**) في الرتبة الرابعة لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (13.53%) فيما تحصل البديل (غير ذلك) على المرتبة الأخيرة لدى فئات المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة (0%) وفئتي (مؤهل جامعي) وفئة (دراسات عليا) بنسبة تكرار (5.26%) و(8.15%) تواليا. وقد تم إجراء اختبار (كا^2) لاكتشاف هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام تويتر لدى عينة الدراسة ومتغير السن، وقد أظهرت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في أسباب استخدام تويتر ومتغير السن (العمر) حيث جاءت قيمة (كا^2) 46.573^a بدرجة حرية تقدر ب (8)، بقيمة "P" =0.001 دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وبالتالي نستنتج بأنه توجد علاقة بين أسباب استخدام تويتر ومتغير السن.

2. ما هي اللغة التي تستخدمها في نشر تغريداتك والتعليق بها في تويتر:

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
اللغة العربية	586	86.2
اللغة الإنجليزية	56	8.23
اللغة الفرنسية	24	3.52
غير ذلك	14	2.05
المجموع	680	100

جدول رقم (21): يوضح اللغة المستخدمة في نشر التغريدات والتعليق بها.

نلاحظ من الجدول أعلاه اللغة المستخدمة في نشر التغريدات والتعليق بها، وقد تم رصد تكرار استخدام اللغة العربية بنسبة 86.2% في المرتبة الأولى، فيما جاءت اللغة الإنجليزية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 8.23%، فيما جاء في المرتبة الثالثة اللغة الفرنسية بنسبة بلغت 3.52%، فيما جاءت لغات أخرى كالألمانية والصينية والهندية والبرتغالية في المرتبة الأخيرة بنسبة 2.05%، ويعزي سبب استخدام اللغة العربية في المرتبة الأولى نظرا لأن مستخدمي تويتر كلهم عرب وبالتالي فاللغة الأساسية المستخدمة في عملية التواصل الاجتماعي في تويتر هي اللغة العربية.

البدائل		الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
		ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18- 28	29- 39	40- فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا
اللغة العربية	ت	371	215	437	149	121	327	138	95	238	253
	%	91.15	78.75	85.85	87.13	88.32	88.14	80.81	100	89.47	79.31
اللغة الإنجليزية	ت	20	36	46	10	12	14	10	0	24	32
	%	4.91	13.18	9.03	5.84	8.75	3.77	5.81	0	9.02	10.03
اللغة الفرنسية	ت	14	10	20	4	0	20	24	0	0	24
	%	3.43	3.66	3.92	2.33	0	5.39	13.95	0	0	7.52
غير ذلك	ت	2	12	6	8	4	10	0	0	4	10
	%	0.49	4.39	1.17	4.67	2.91	2.69	0	0	1.5	3.13
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
متغيرات الدراسة		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		$كا^2$		درجة الحرية		قيمة "P"	
ذكر		1.21		0.769		26.886[a]		3		0.000	

أنثى	1.49	1.138			
السنة	2.40	1.478	1.121[a]	3	0.772
الشيعة	2.54	1.500			
28–18	1.20	0.719	93.496[a]	6	0.000
39–29	1.36	1.097			
40 – فأكبر	1.34	0.711			
ثانوي	1.00	0.000	68.405[a]	6	0.000
مؤهل جامعي	1.15	0.556			
دراسات عليا	1.56	1.237			

جدول رقم (22): إجابات المبحوثين في اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة**، وقد أوردت النتائج تحصل البديل (**اللغة العربية**) على المرتبة الأولى في اللغة المستخدمة في تويتر لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (91.15%) يقابله (78.75%) لدى فئة (أنثى)، وتحصل البديل (**اللغة الإنجليزية**) على المرتبة الثانية لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (4.91%) يقابله (13.18%) لفئة (أنثى)، فيما جاء البديل (**اللغة الفرنسية**) في المرتبة الثالثة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (3.43%) يقابله (3.66%) لدى فئة (أنثى)، فيما تحصل البديل (**غير ذلك**) على المرتبة الأخيرة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (0.49%) يقابله (4.39%) لدى فئة (أنثى). وقد تم إجراء اختبار (كا^2) لاكتشاف هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين **اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر ومتغير الجنس** لدى عينة الدراسة، وقد أظهرت النتائج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أسباب استخدام تويتر ومتغير السن (العمر) حيث جاءت قيمة (كا^2) [a]26.886 بدرجة حرية تقدر بـ (3)، بقيمة "P" = (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وبالتالي نستنتج بأنه توجد علاقة بين اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر ومتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر تبعا لمتغير الانتماء الديني**، وقد أوردت النتائج تحصل البديل (**اللغة العربية**) على المرتبة الأولى في اللغة المستخدمة في تويتر لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (85.85%) يقابله (87.13%) لدى فئة (الشيعة)، وتحصل البديل (**اللغة الإنجليزية**) على المرتبة الثانية لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (9.03%) يقابله

(5.84%) لفئة (الشيعة)، فيما جاء البديل (**اللغة الفرنسية**) في المرتبة الثالثة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (3.92%)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الثالثة لفئة (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (4.67%)، وجاء البديل (**غير ذلك**) على المرتبة الأخيرة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (1.17%) يقابله البديل (**اللغة الفرنسية**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة الشيعة بنسبة تكرار بلغت (2.33%). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2) ومنه نستنتج أنه لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اللغة المستخدمة في نشر التغريدات والتعليق بها ومتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة، حيث جاءت قيمة "P" = (0.772) أكبر من الدلالة المعنوية (0.05).

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر تبعا لمتغير السن (العمر)**، وقد أوردت النتائج تحصل البديل (**اللغة العربية**) على المرتبة الأولى في اللغة المستخدمة في تويتر لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (88.32%) يقابله (88.14%) لدى الفئة العمرية (29-39) ويقابله (80.81%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، وتحصل البديل (**اللغة الإنجليزية**) على المرتبة الثانية لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (8.75%)، فيما جاء البديل (**اللغة الفرنسية**) في المرتبة الثانية لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (5.39%) يقابله (13.95%) لفئة العمرية (40 - فأكبر)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في المرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (2.91%)، فيما جاء البديل (**اللغة الإنجليزية**) في الرتبة الثالثة لفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (3.77%) ويقابله (5.81%) للفئة العمرية (40 -فأكبر)، وجاء البديل (**غير ذلك**) على المرتبة الأخيرة لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (2.69%)، فيما تكرار البديل (**غير ذلك**) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (93.496^a) بدرجة حرية (6) وقيمة "P" (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اللغة المستخدمة في نشر التغريدات والتعليق بها ومتغير السن.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها في تويتر تبعا لمتغير المستوى التعليمي**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**اللغة العربية**) على المرتبة الأولى في اللغة المستخدمة في تويتر لدى المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (100%) يقابله (89.47%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) ويقابله (79.31%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)،

وتحصل البديل (**اللغة الإنجليزية**) على المرتبة الثانية لدى المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (9.02%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (10.03%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، فيما جاء البديل (**اللغة الفرنسية**) في المرتبة الثالثة لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) نسبة تكرار بلغت (7.52%)، وجاء البديل (**غير ذلك**) على المرتبة الأخيرة لدى المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (3.13%).يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (68.405^a) بدرجة حرية (6) وقيمة P=0.000 دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اللغة المستخدمة في نشر التغريدات والتعليق بها ومتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.

3. ما هي أساليب تفاعلك في تويتر؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
التغريد	**126**	**18.5**
إعادة التغريد	**8**	**1.2**
التعليق	**112**	**16.5**
تسجيل الإعجاب	**76**	**11.2**
المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى	**358**	**52.6**
المجموع	**680**	**100**

جدول رقم (23): يوضح التكرارات والنسب المئوية لأساليب التفاعل في تويتر

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (680) فردا نلاحظ أن استجاباتهم على السؤال رقم (3): **ما هي أساليب تفاعلك مع تويتر؟** حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (**المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى**) بـ (358) تكرار وفي الرتبة الثانية جاء البديل (**التغريد**) بمجموع تكرار بلغ (126)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (**التعليق**) بمجموع تكرار بلغ (112)، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (**تسجيل الإعجاب**) بمجموع تكرار بلغ (76). وجاء في المرتبة الأخيرة البديل (**إعادة التغريد**) بمجموع تكرار بلغ (8).

البدائل	الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
	ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18-28	29-39	40-فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا

التغريد	ت	98	28	109	17	39	31	56	13	54	59
	%	24.07	10.25	21.41	9.94	29.46	8.35	32.55	13.68	20.3	18.49
إعادة التغريد	ت	8	0	8	0	4	0	4	4	0	4
	%	1.96	0	1.57	0	2.91	0	2.32	4.21	0	1.25
التعليق	ت	62	50	101	11	14	66	32	14	24	74
	%	15.23	18.31	19.84	6.43	10.21	17.78	18.60	14.75	9.02	23.19
تسجيل الإعجاب	ت	37	39	71	5	8	44	24	10	26	40
	%	9.09	14.28	13.94	2.92	5.83	11.85	13.95	10.52	9.77	12.53
المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى	ت	202	156	220	138	72	230	56	54	162	142
	%	46.63	57.14	43.22	80.7	52.55	61.99	32.55	56.84	60.90	44.51
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا^2	درجة الحرية	قيمة "P"
ذكر	3.58	1.651	28.852[a]	4	0.000
أنثى	4.08	1.295			
السنة	3.56	1.559	73.829[a]	4	0.000
الشيعة	4.44	1.256			
28-18	3.51	1.758	84.422[a]	8	0.000
39-29	4.19	1.232			
40 – فأكبر	3.12	1.664			
ثانوي	3.93	1.460	38.932[a]	8	0.000
مؤهل جامعي	3.91	1.590			
دراسات عليا	3.63	1.505			

جدول رقم (24): يوضح إجابات المبحوثين في أساليب التفاعل في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **أساليب التفاعل في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى**) على المرتبة الأولى في أساليب التفاعل في تويتر لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (46.63%) يقابله (57.14%) لدى فئة (أنثى)، وتحصل البديل (**التغريد**) على المرتبة الثانية لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (24.07%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (10.25%) لدى فئة (أنثى)، فيما جاء البديل (**التعليق**) في المرتبة الثالثة لدى فئة (ذكر) نسبة تكرار بلغت (15.23%) يقابله (18.31%) لدى فئة (أنثى)، وجاء البديل (**تسجيل الإعجاب**) على

المرتبة الرابعة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (9.09%) ويقابله (14.28%) لدى فئة (أنثى)، وجاء البديل (**إعادة التغريد**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (1.96%) فيما انعدم تكرار هذا البديل لدى فئة (أنثى). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (28.852^a) بدرجة حرية (4) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب التفاعل في تويتر ومتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **أساليب التفاعل في تويتر تبعا لمتغير الانتماء الديني**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى**) على المرتبة الأولى في أساليب التفاعل في تويتر لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (43.22%) يقابله (80.7%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة)، وتحصل البديل (**التغريد**) على المرتبة الثانية لدى فئة الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (21.41%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (9.94%) لدى فئة (الشيعة)، فيما جاء البديل (**التعليق**) في المرتبة الثالثة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (19.84%) يقابله (6.43%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة)، وجاء البديل (**تسجيل الإعجاب**) على المرتبة الرابعة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (13.94%) ويقابله (2.92%) لدى فئة (الشيعة)، وجاء البديل (**إعادة التغريد**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (1.96%) فيما انعدم تكرار هذا البديل لدى فئة (الشيعة).يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (73.829^a) بدرجة حرية (4) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب التفاعل في تويتر ومتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **أساليب التفاعل في تويتر تبعا لمتغير السن (العمر)**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى**) على المرتبة الأولى في أساليب التفاعل في تويتر لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (52.55%) يقابله (61.99%) لدى الفئة العمرية (29-39) فيما يتساوى البديلين (**المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى**) مع البديل (**التغريد**) بنفس عدد التكرارات التي جاءت بنسبة (32.55) في ذات الرتبة بالنسبة للفئة العمرية (40- فأكبر)، وتحصل البديل (**التغريد**) على المرتبة الثانية لدى الفئة العمرية (18-

28) بنسبة تكرار بلغت (28.46%)، فيما جاء البديل (**التعليق**) في المرتبة الثانية بالنسبة للفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (17.78) وتقابله نسبة تكرار بلغت (18.60%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، فيما جاء البديل (**التعليق**) في المرتبة الثالثة لدى فئة (18-28) بنسبة تكرار بلغت (10.21%)، وجاء البديل (**تسجيل الإعجاب**) على المرتبة الرابعة لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (5.83%) ويقابله (11.85%) لدى الفئة العمرية (29-39) ويقابله (13.95%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، وجاء البديل (**إعادة التغريد**) في الرتبة الأخيرة لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (2.91%) ويقابله (2.32%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر) فيما انعدم تكرار هذا البديل لدى الفئة العمرية (29-39). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (84.422^a) بدرجة حرية (8) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب التفاعل في تويتر ومتغير السن.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **أساليب التفاعل في تويتر تبعا لمتغير المستوى التعليمي** وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى**) على المرتبة الأولى في أساليب التفاعل في تويتر لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (56.84%) يقابله (60.90%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) وبنسبة تكرار بلغت (44.51%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، فيما جاء البديل (**التعليق**) في المرتبة الثانية بنسبة تكرار بلغت (14.73%) لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) وتقابله نسبة (23.19%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، فيما جاء البديل (**التغريد**) في المرتبة الثانية بالنسبة لفئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي بنسبة تكرار بلغت (20.3%)، وفي المرتبة الثالثة بالنسبة لفئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (18.49%) وتقابله نسبة (13.68%) لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي)، وجاء البديل (**تسجيل الإعجاب**) على المرتبة الرابعة لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (10.52%) وتقابله نسبة (9.77%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) وتقابله نسبة (12.53%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، وجاء البديل (**إعادة التغريد**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (4.21%) ويقابله (1.25%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) فيما انعدم تكرار هذا البديل لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (38.932^a) بدرجة حرية (8) وقيمة "P"= 0.000 دالة

إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أساليب التفاعل في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي.

4. ما هي طبيعة التغريدات التي تقوم بنشرها على صفحتك في تويتر؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
تغريدات دينية	**540**	**79.4**
تغريدات سياسية	**128**	**18.8**
غير ذلك	**12**	**1.8**
المجموع	**680**	**100**

جدول رقم (25): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة التغريدات المنشورة في صفحة تويتر

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (680) فردا نلاحظ أن استجاباتهم على السؤال رقم (3): **ما هي طبيعة التغريدات التي تقوم بنشرها على صفحتك في تويتر؟** حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (التغريدات الدينية) بـ (540) تكرار، وفي الرتبة الثانية جاء البديل (التغريدات السياسية) بمجموع تكرار بلغ (128)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (غير ذلك التي تشمل تغريدات ثقافية واجتماعية ورياضية ... وغيرها) بمجموع تكرار بلغ (12) تكرارا، وتفسر نتائج هذا السؤال في أن الدين يشمل مختلف مجالات النشاط الإنساني وبالتالي ينعكس هذا الأمر على مختلف منصات التواصل والتفاعل الإنساني التي تتمظهر كتغريدات ومنشورات في مواقع التواصل الاجتماعي ومنها تويتر.

البدائل		الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
		ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18– 28	29– 39	40– فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا
التغريدات الدينية	ت	305	235	405	135	93	317	130	79	212	249
	%	74.93	86.08	79.56	78.94	67.88	85.44	73.58	83.69	79.69	78.05
التغريدات السياسية	ت	92	36	94	34	40	50	38	14	52	62
	%	22.6	13.18	18.46	19.88	29.19	13.47	22.09	14.73	19.54	19.43
غير ذلك	ت	10	2	10	2	4	4	4	2	2	8
	%	2.45	0.73	1.96	1.16	2.91	1.07	2.32	2.1	0.75	2.5
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
متغيرات		المتوسط		الانحراف المعياري		$كا^2$		درجة الحرية		قيمة "P"	

الدراسة	الحسابي				
ذكر	1.28	0.499	13.007[a]	2	0.001
أنثى	1.15	0.374			
السنة	1.22	0.462	0.601[a]	2	0.740
الشيعة	1.22	0.444			
28–18	1.35	0.537	21.087[a]	4	0.000
39–29	1.16	0.392			
40 – فأكبر	1.27	0.494			
ثانوي	1.19	0.445	3.832[a]	4	0.429
مؤهل جامعي	1.21	0.427			
دراسات عليا	1.24	0.485			

جدول رقم (26): يوضح إجابات المبحوثين في طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**التغريدات الدينية**) على المرتبة الأولى في **طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر** لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (74.93%) يقابله (86.08%) لدى فئة (أنثى)، وتحصل البديل (**التغريدات السياسية**) على المرتبة الثانية لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (22.6%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (13.18%) لدى فئة (أنثى)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (2.45%) يقابله (0.73%) لدى فئة (أنثى). يوضح الجدول كذلك نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (13.007^a) بدرجة حرية (2) وقيمة "P"= 0.001 دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر ومتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر تبعا لمتغير الانتماء الديني**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**التغريدات الدينية**) على المرتبة الأولى في **طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر** لدى فئة الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (79.56%) يقابله (78.94%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة)، وتحصل البديل (**التغريدات السياسية**) على المرتبة الثانية لدى فئة الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (18.46%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (19.88%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة

الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (1.96%) يقابله (1.16%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (0.601^a) بدرجة حرية (2) وقيمة "P"= (0.740) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في طبيعية التغريدات المنشورة في حسابات تويتر تبعا لمتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعية التغريدات المنشورة في حسابات تويتر تبعا لمتغير السن (العمر)**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**التغريدات الدينية**) على المرتبة الأولى في **طبيعية التغريدات المنشورة في حسابات تويتر** لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (67.88%) يقابله (85.44%) لدى الفئة العمرية (29-39) وتقابله نسبة (75.58%) لدى الفئة العمرية (40 - فأكبر)، وتحصل البديل (**التغريدات السياسية**) على المرتبة الثانية لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (29.19%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (13.47%) لدى الفئة العمرية (29-39) وتقابله نسبة (22.09%) لدى الفئة العمرية (40 -فأكبر)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة لدى الفئة العمرية (18-28) والفئة العمرية (29-39) والفئة العمرية (40- فأكبر) بنفس نسبة التكرار التي بلغت (4) لكل فئة عمرية. يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (21.087^a) بدرجة حرية (4) وقيمة "P"=0.000 دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعية التغريدات المنشورة في حسابات تويتر ومتغير السن لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعية التغريدات المنشورة في حسابات تويتر تبعا لمتغير المستوى التعليمي**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**التغريدات الدينية**) على المرتبة الأولى في **طبيعية التغريدات المنشورة في حسابات تويتر** لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (83.15%) يقابله (79.69%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) وتقابله نسبة (78.05%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) ، وتحصل البديل (**التغريدات السياسية**) على المرتبة الثانية لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (14.73%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (19.54%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) وتقابله نسبة (19.43%) لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (2.1%)، وتقابله نسبة (0.75%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي)، وتقابله نسبة (2.5%)

لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (3.832^a) بدرجة حرية (4) وقيمة "P"=0.429 غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر ومتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.

5. ما هي أكثر المحتويات الدينية التي تثير انزعاجك على تويتر:

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
إهانة رموزك الدينية	**316**	**46.5**
التشكيك في التاريخ الإسلامي	**50**	**7.4**
السب والقذف باسم الدين	**100**	**14.7**
التضليل بمعلومات خاطئة	**166**	**24.4**
غير ذلك	**48**	**7.1**
المجموع	**680**	**100**

جدول رقم (27): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج على تويتر لدى عينة الدراسة

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (680) فردا نلاحظ أن استجاباتهم على السؤال رقم (3): **ما هي أكثر المحتويات الدينية التي تثير انزعاجك على تويتر؟** حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (إهانة رموزك الدينية) بـ (316) تكرار وفي الرتبة الثانية جاء البديل (التضليل بمعلومات خاطئة) بمجموع تكرار بلغ (166)، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (السب والقذف باسم الدين) بمجموع تكرار بلغ (100)، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (التشكيك في التاريخ الإسلامي) بمجموع تكرار بلغ (50). وجاء في المرتبة الأخيرة البديل (غير ذلك) بمجموع تكرار بلغ (48) تكرارا.

البدائل		الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
		ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18-28	29-39	40-فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا
إهانة رموزك الدينية	ت	197	119	218	98	85	167	64	63	168	85
	%	48.4	43.58	42.82	57.3	62.04	45.01	37.2	66.31	63.15	26.64
التشكيك في التاريخ الإسلامي	ت	36	14	40	10	12	34	4	4	28	18
	%	8.84	5.12	7.85	5.84	8.75	9.16	2.32	4.21	10.52	5.64
السب والقذف باسم الدين	ت	39	61	86	14	12	66	22	8	36	56
	%	9.58	22.34	16.89	8.18	8.75	17.78	12 .79	8.42	13.53	17.55

التضليل بمعلومات خاطئة	ت	114	52	126	40	18	86	62	10	30	126
	%	28	19.04	24.75	23.39	13.13	23.18	36.04	10.52	11.27	39.49
غير ذلك	ت	21	27	39	9	10	18	20	10	4	34
	%	5.15	9.89	7.66	5.26	7.29	4.85	1.16	10.52	1.50	10.65
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسا	الانحراف المعياري	كا^2	درجة الحرية	قيمة "P"
ذكر	2.33	1.436	32.537[a]	4	0.000
أنثى	2.47	1.450			
السنة	2.47	1.437	14.222[a]	4	0.007
الشيعة	2.13	1.435			
28–18	1.95	1.379	49.111[a]	8	0.000
39–29	2.34	1.372			
40 – فأكبر	2.83	1.523			
ثانوي	1.95	1.461	136.862[a]	8	0.000
مؤهل جامعي	1.77	1.143			
دراسات عليا	3.02	1.396			

الجدول رقم (28): يوضح إجابات المبحوثين في طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغيرات الدراسة**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**إهانة رموزك الدينية**) على المرتبة الأولى في **طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر** لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (48.4%) يقابله (43.58%) لدى فئة (أنثى)، وتحصل البديل (**التضليل بمعلومات خاطئة**) على المرتبة الثانية لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (28%)، فيما تحصل البديل (**السب والقذف باسم الدين**) على المرتبة الثانية لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (22.34%)، فيما جاء البديل (**التضليل بمعلومات خاطئة**) في المرتبة الثالثة لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (19.04%) ويقابله البديل (**السب والقذف باسم الدين**) في المرتبة الثالثة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (9.58%) لدى فئة (ذكر)، فيما جاء البديل (**التشكيك في التاريخ الإسلامي**) في الرتبة الرابعة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (8.84%) يقابله البديل (**غير ذلك**) الذي جاء في الرتبة الرابعة لدى فئة أنثى بنسبة تكرار بلغت (9.89%) لدى فئة (أنثى)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (5.15)، ويقابله البديل (**التشكيك في التاريخ الإسلامي**) الذي حل في الرتبة الأخيرة لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار (5.12%).

يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (^{a}32.537) بدرجة حرية (4) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج ومتغير الجنس.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغير الانتماء الديني**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**إهانة رموزك الدينية**) على المرتبة الأولى في **المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج** لدى فئة الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (42.82%) يقابله (57.3%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة)، وتحصل البديل (**التضليل بمعلومات خاطئة**) على المرتبة الثانية لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (24.75%) وتقابله نسبة تكرار بلغت (23.39%) لدى فئة (الشيعة)، فيما جاء البديل (**السب والقذف باسم الدين**) في الرتبة الثالثة لدى فئة الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (16.89%) يقابله (8.18%) لدى فئة (الشيعة)، فيما جاء البديل (**التشكيك في التاريخ الإسلامي**) في الرتبة الرابعة لدى فئة الانتماء الديني (السنة) بنسبة تكرار بلغت (7.85%) وتقابله نسبة (5.84%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة بنسبة تكرار بلغت (7.66%) لدى فئة (السنة) وتقابله نسبة (5.26%) لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة)، يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (^{a}14.222) بدرجة حرية (4) وبدلالة "P"= (0.007) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر ومتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغير السن (العمر)**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**إهانة رموزك الدينية**) على المرتبة الأولى في **طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج** لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (62.04%) يقابله (86.08%) لدى الفئة العمرية (29-39) وتقابله نسبة (37.2%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، وتحصل البديل (**التضليل بمعلومات خاطئة**) على الرتبة الثانية لدى الفئة العمرية (18-28)بنسبة تكرار بلغت (13.13%)، وتقابله نسبة تكرار بلغت (23.18%) لدى الفئة العمرية (29-39) وتقابله نسبة (36.04%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، فيما جاء البديلين (**التشكيك في التاريخ الإسلامي**) و(**السب والقذف باسم الدين**) في الرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار(8,75%)،

ويقابله البديل (**السب والقذف باسم الدين**) في الرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (17.78%)، وتقابله نسبة (12.79%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، وجاء البديل (**التشكيك في التاريخ الإسلامي**) في الرتبة الرابعة لدى الفئة العمرية لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (9.16%) يقابله (2.32%) لدى الفئة العمرية لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، وجاء في الرتبة الأخيرة البديل (**غير ذلك**) لدى الفئة العمرية (18-28)بنسبة تكرار بلغت (7.29%)، وتقابله نسبة تكرار بلغت (4.85%) لدى الفئة العمرية (29-39) وتقابله نسبة (1.16%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (^{a}49.111) بدرجة حرية (8) ذات القيمة "P"= (0.001) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغير السن لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغير المستوى التعليمي**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**إهانة رموزك الدينية**) على المرتبة الأولى في **طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج** لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (66.31%) يقابله (63.15%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي)، فيما جاء البديل (**التضليل بمعلومات خاطئة**) على المرتبة الأولى لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (39.49%) وتحصل البديل (**إهانة رموزك الدينية**) على المرتبة الثانية لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (26.64%)، فما جاء البديل (**السب والقذف باسم الدين**) في الرتبة الثانية لدى فئة المستوى التعليمي(مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (13.53%)، وجاء البديلين (**التضليل بمعلومات خاطئة**) و(**غير ذلك**) في الرتبة الثانية لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار (10.52%)، وجاء البديل (**التضليل بمعلومات خاطئة**) في الرتبة الثالثة لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (11.27%)، ويقابله البديل (**السب والقذف باسم الدين**) في الرتبة الثالثة لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، وجاء البديل (غير ذلك) في الرتبة الرابعة بالنسبة لفئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (10.65%)، ويقابله البديل (التشكيك في التاريخ الإسلامي) الذي حل رابعا لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (10.52%)، وجاء البديل (السب والقذف باسم الدين) في الرتبة الرابعة بالنسبة لفئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (8.42%)، فيما جاء البديل (**التشكيك في التاريخ الإسلامي**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (4.21%)

يقابله (5.64%) لدى فئة (دراسات عليا)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (1.5%). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (136.862^a) بدرجة حرية (8) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج ومتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.

6. ما هي طبيعة تعاملك مع التغريدات الدينية التي تثير فيك انزعاجا؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة	**106**	**15.6**
السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء	**192**	**28.2**
محاولة تصحيح المعلومات المضللة	**174**	**25.6**
الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر	**130**	**19.1**
غير ذلك	**78**	**11.5**
المجموع	**680**	**100**

جدول رقم (29): يوضح التكرارات والنسب المئوية لطبيعة التعامل مع التغريدات التي تثير الانزعاج

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (680) فردا نلاحظ أن استجاباتهم على السؤال رقم (6): **ما هي طبيعة تعاملك مع التغريدات الدينية التي تثير فيك انفعالا على تويتر؟** حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (**السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء**) بـ (192) تكرار وفي الرتبة الثانية جاء البديل (**محاولة تصحيح المعلومات المضللة**) بمجموع تكرار بلغ (174) تكرارا، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (**الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر**) بمجموع تكرار بلغ (130) تكرارا، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (**الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة**) بمجموع تكرار بلغ (106). وجاء في المرتبة الأخيرة البديل (**غير ذلك**) بمجموع تكرار بلغ (78) تكرارا.

البدائل		الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
		ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18– 28	29– 39	40– فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا
الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة	ت	75	31	87	19	35	49	22	27	50	29
	%	18.42	11.35	17.09	11.11	25.54	13.2	12.79	28.42	18.79	9.09
السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء	ت	117	75	102	90	58	104	30	44	92	56
	%	28.74	27.47	20.03	52.63	42.33	28.03	17.44	46.31	34.58	17.55
محاولة تصحيح المعلومات المضللة	ت	126	48	145	29	26	74	74	10	68	96
	%	30.95	17.58	28.48	16.95	18.97	19.94	43.02	10.52	25.56	30.09
الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر	ت	75	55	128	2	8	86	36	4	42	84
	%	18.42	20.14	25.14	1.16	5.83	23.18	20.93	4.21	15.78	26.33
غير ذلك	ت	14	64	47	31	10	58	10	10	14	54
	%	3.43	23.44	9.23	18.12	7.29	15.63	5.81	10.52	5.26	16.92
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	$كا^2$	درجة الحرية	قيمة "P"
ذكر	2.60	1.089	74.014[a]	4	0.000
أنثى	3.17	1.359			
السنة	2.89	1.223	105.063[a]	4	0.000
الشيعة	2.63	1.256			
28–18	2.27	1.128	83.682[a]	8	0.000
39–29	3.00	1.292			
40 – فأكبر	2.90	1.060			
ثانوي	2.22	1.213	97.634[a]	8	0.000
مؤهل جامعي	2.54	1.123			
دراسات عليا	3.24	1.193			

الجدول رقم (30): يوضح إجابات المبحوثين في لطبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج لعينة الدراسة تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج لعينة الدراسة تبعا لمتغيرات الدراسة**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل **(محاولة تصحيح المعلومات المضللة)** على المرتبة الأولى في **طبيعة التغريدات المنشورة في حسابات تويتر** لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار

بلغت (30.95%) فيما جاء البديل (**السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء**) في الرتبة الأولى لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (27.47%)، وجاء هذا البديل ثانيا لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (28.74%)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الثانية لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (23.44%)، وجاء البديلين (**الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر**) و(**الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة**) في ذات الرتبة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (18.42%)، فيما جاء البديل (**محاولة تصحيح المعلومات المضللة**) في الرتبة الرابعة لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (17.58%)، وجاء البديل (**الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (11.35%)، فيما جاء البديل (**غير ذلك**) في الرتبة الأخيرة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (3.43%). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (74.014^a) بدرجة حرية (4) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج ومتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانفعال تبعا لمتغير الانتماء الديني**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**السب والقذف ردا على المسيء**) على المرتبة الأولى في **طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير انفعالا** لدى فئة (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (52.633%) يقابله البديل (محاولة تصحيح معلومات مضللة) في الرتبة الأولى لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (28.48%)، وتحصل البديل (**الانسحاب من الجدل والنقاش في تويتر**) على المرتبة الثانية لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (25.14%)، ويقابله البديل (غير ذلك) في الرتبة الثانية لدى فئة الانتماء الديني (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (18.12%)، فيما جاء البديل (**السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء**) في الرتبة الثالثة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (20.03%) يقابله البديل (محاولة تصحيح معلومات مضللة) بنسبة تكرار بلغت (16.95%) لدى فئة (الشيعة)، وجاء البديل (الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة) في الرتبة الرابعة لدى فئة السنة بنسبة تكرار بلغت (17.09%) وتقابله نسبة (11.11%) لدى فئة (الشيعة)، وحل البديل (الانسحاب من الجدل والنقاش في تويتر) في الرتبة الأخيرة لدى فئة (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (1.16%)، يقابله البديل (غير ذلك) لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (9.23%). ويوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (105.063^a) بدرجة حرية (4) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة

ذات دلالة إحصائية بين طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج ومتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير انفعالا تبعا لمتغير السن (العمر)**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (**السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء**) على المرتبة الأولى في **طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانفعال** لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (42.33%) يقابله (28.03%) لدى الفئة العمرية (29-39)، وتحصل البديل (**محاولة تصحيح المعلومات المضللة**) على المرتبة الأولى لدى الفئة العمرية (40- فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (43.02%)، وجاء البديل (**الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة**) في الرتبة الثانية لدة الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (25.54%) فيما جاء البديل (**الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر**) في الرتبة الثانية بنسبة تكرار بلغت (23.18%) لدى الفئة العمرية (29-39) وتقابله نسبة (20.93%) لدى فئة (40- فأكبر)، وجاء البديل (**السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء**) في الرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية (40- فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (17.44%)، فيما جاء البديل (**محاولة تصحيح المعلومات المضللة**) لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (18.97%) تقابله نسبة تكرار بلغت (19.94%) لدى الفئة العمرية (29-39)، أما البديل (**الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة**) فجاء في المرتبة الرابعة لدى الفئة العمرية (40 فأكبر) بنسبة تكرار (12.79%)، أما البديل (غير ذلك) فقد جاء في الرتبة العمرية بالنسبة للفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت، تقابله نسبة (15.63%) لدى الفئة العمرية (29-39)، أما البديل (**الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة**) فقد حل في الرتبة الأخيرة بنسبة تكرار (13.2%)، يقبله البديل (**الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر**) في ذات الرتبة بنسبة تكرار (5.83%) لدى الفئة العمرية (18-28)، وقابله البديل (غير ذلك) في ذات الرتبة بنسبة تكرار (5.81%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة (كا^2) ذات القيمة الإحصائية (83.682^a) بدرجة حرية (8) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج ومتغير السن لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **طبيعة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج تبعا لمتغير المستوى التعليمي**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (السب والقذف ردا على المسيء) على

المرتبة الأولى في لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (46.31%) يقابله (34.58%) لدى فئة (مؤهل جامعي)، وتحصل البديل (محاولة تصحيح معلومات خاطئة) على المرتبة الأولى لدى فئة (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (30.09%)، فيما جاء البديل (الانسحاب من الجدال والنقاش) في الرتبة الثانية لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (26.33%)، فيما جاء البديل (محاولة تصحيح معلومات مضللة) بنسبة تكرار بلغت (25.56%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي)، والبديل (الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة) بنسبة تكرار بلغت (28.42%)، فيما جاء البديل (السب والقذف ردا على المسيء) في الرتبة الثالثة بنسبة تكرار بلغت (17,55) لدى فئة (دراسات عليا)، والبديل (الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة) في الرتبة الثالثة بنسبة تكرار بلغت (18.79%) لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي)، وجاء البديلين (محاولة تصحيح معلومات مضللة) والبديل (الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر) بنسبة تكرار بلغت (10.52%) لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي)، فيما جاء البديل (غير ذلك) في الرتبة الرابعة لدة فئة (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (16.92%)، وأما البديل (الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر) بنسبة تكرار بلغت (15.78%) لدى فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي)، فيما جاء ذات البديل في الرتبة الأخيرة لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (4.21%)، ويقابله البديل (غير ذلك) في ذات الرتبة بنسبة تكرار بلغت (5.26%)، والبديل (الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة) لدى فئة (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (9.09%). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمة قيمتها الإحصائية (97.634^a) بدرجة حرية (8) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعية التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج ومتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.

7. ما هي أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
الجزائر	**29**	**4.3**
البحرين	**41**	**6**
السعودية	**138**	**4.4**
مصر	**50**	**7.35**
العراق	**206**	**30.3**
سوريا	**82**	**12.1**

لبنان	76	11.2
اليمن	46	6.9
غير ذلك	12	1.76
المجموع	680	100

جدول رقم (31): يوضح التكرارات والنسب المئوية أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (680) فردا نلاحظ أن استجاباتهم على السؤال رقم (7): ما هي أكثر الدول التي تتعرض إلى خطاب تحريض طائفي في تويتر؟ حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (العراق) بـ (206) تكرار وفي الرتبة الثانية جاء البديل (السعودية) بمجموع تكرار بلغ (138) تكرارا، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (سوريا) بمجموع تكرار بلغ (82) تكرارا، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (لبنان) بمجموع تكرار بلغ (76) تكرارا، فيما جاء البديل (مصر) في الرتبة الخامسة بمجموع تكرار بلغ (50)، أما البديل (اليمن) فقد جاء في المرتبة السادسة بمجموع تكرار بلغ (46) تكرارا، يليه البديل (البحرين) في المرتبة السابعة بمجموع تكرار بلغ (41)، أما البديل (الجزائر) فقد جاء في المرتبة الثامنة بمجموع تكرار بلغ (29) تكرار، وجاء في المرتبة الأخيرة البديل (غير ذلك) بمجموع تكرار بلغ (12) تكرارا، وتفسر نتائج المتحصل عليها تصدر دول المشرق العربي والخليج العربي قائمة الدول الأكثر تعرضا لخطاب تحريض طائفي من وجهة نظر المبحوثين وهذا بسبب عوامل عدة أبرزها التنوع الاثني الذي تعرفه هذه الدول فضلا على التاريخ الصدامي الذي عاشته الطوائف الدينية عبر التاريخ في دول كالعراق وسوريا واليمن.

البدائل		الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
		ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18–28	29–39	40– فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا
الجزائر	ت	21	8	25	4	1	4	24	11	8	10
	%	5.15	2.93	4.91	2.33	0.72	1.07	13.95	11.57	3	3.13
البحرين	ت	12	29	20	21	20	11	10	10	10	21
	%	2.94	10.62	3.92	12.28	14.59	2.96	5.81	10.52	3,75	6.64
السعودية	ت	46	36	97	41	18	84	36	4	22	24
	%	11.3	13.18	19.05	23.97	13.13	22.64	20.93	4.21	8.27	7.52
مصر	ت	33	17	157	49	28	114	64	16	84	38
	%	8.1	6.22	30.84	28.56	20.43	30.72	37.20	16.84	31.57	11.91
العراق	ت	86	52	40	10	8	30	12	26	68	112
	%	21.13	19.04	7.85	5.84	5.83	8.08	6.97	27.36	25.56	35.1
سوريا	ت	129	77	46	30	32	40	4	14	40	22

	%	31.69	28.2	9.03	17.54	23.35	10.78	2.32	14.73	15.03	6.89
لبنان	ت	42	34	38	8	8	28	10	0	20	26
	%	10.31	12.45	7.46	4.67	5.83	7.54	5.81	0	7.51	8.15
اليمن	ت	30	16	78	4	18	60	4	14	14	54
	%	7.37	5.86	15.32	2.33	13.13	16.17	2.32	14.73	5.26	16.92
غير ذلك	ت	08	4	08	4	4	4	4	0	0	12
	%	1.96	1.46	5.1	2.33	2.91	1.07	2.32	0	0	3.76
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا^2	درجة الحرية	قيمة "P"
ذكر	10.56	5.312	31.789[a]	8	0.000
أنثى	10.62	5.559			
السنة	11.02	5.589	49.033[a]	8	0.000
الشيعة	9.27	4.604			
28–18	10.90	5.622	137.673[a]	16	0.000
39–29	11.47	5.274			
40 – فأكبر	8.41	4.928			
ثانوي	10.47	5.475	110.753[a]	16	0.000
مؤهل جامعي	9.47	4.993			
دراسات عليا	11.54	5.557			

جدول رقم (32): يوضح استجابات المبحوثين فيما يتعلق بأكثر الدول العربية تعرضا لخطاب تحريض طائفي في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة لعينة الدراسة تبعا لمتغيرات الدراسة**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (العراق) على الرتبة الأولى لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (31.69 %) تقابله نسبة (28.2%) لدى فئة (أنثى)، فيما جاء البديل (السعودية) في الرتبة الثانية لدى كلا الفئتين بنسبة تكرار بلغت (21.13%) و (19.04%) تواليا، وجاء البديل (سوريا) في الرتبة الثالثة لدى كلا الفئتين بنسبة تكرار بلغت (11.3%) و (13.18%)، فيما جاء البديل (لبنان) في الرتبة الرابعة لدي فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (10.31%)

و(13.18%) تواليا، وجاء البديل (لبنان) في الرتبة الخامسة لدى كلا الفئتين بنية تكرار بلغت (10.31%) و(12.45%) تواليا، أما البديل (البحرين) في الرتبة السادسة لدى فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (10.62%) يقابله البديل (مصر) في ذات الرتبة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (8.1%)، وذات البديل حل في الرتبة السابعة في فئة (أنثى) بنسبة تكرار بلغت (6.22%)، وجاء البديل (الجزائر) في الرتبة الثامنة لدى كلا الفئتين بنسبة تكرار بلغت (5.15%) و (2.93%) تواليا، فيما جاء البديل (غير ذلك) في الرتبة الأخيرة في كلا الفئتين بنسبة تكرار بلغت (1.96%) و(1.46%) تواليا. يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (^{a}31.789) بدرجة حرية (8) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة تبعا ومتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة لعينة الدراسة تبعا لمتغير الانتماء الديني**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (العراق) على الرتبة الأولى لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (30.84%) تقابله نسبة (28.56%) لدى فئة (الشيعة)، فيما جاء البديل (السعودية) في الرتبة الثانية لدى كلا الفئتين بنسبة تكرار بلغت (19.05%) و(23.97%) تواليا، وجاء البديل (سوريا) في الرتبة الثالثة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (15.32%)، فيما جاء البديل (لبنان) في ذات الرتبة لدى فئة (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (17.54%)، فيما جاء ذات البديل في الرتبة في الرتبة الرابعة لدي فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (9.03%)، وجاء البديل (البحرين) في الرتبة الخامسة لدى فئة (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (12.28%) فيما حل البديل (مصر) في ذات الرتبة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (7.85%)، وقد جاء ذات البديل في الرتبة السادسة لدى فئة (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (5.84%) يقابله البديل (اليمن) في ذات الرتبة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (7.46%)، وقد جاء البديل (البحرين) في الرتبة الثامنة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (3.92%)، فيما حل كلا من البدائل (الجزائر)، (سوريا) (غير ذلك) في ذات الرتبة لدى فئة (الشيعة) بنسبة تكرار بلغت (2.33%)، فيما حل البديل (الجزائر) في الرتبة الأخيرة لدى فئة السنة بنسبة تكرار بلغت (4.91%). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (^{a}49.033) بدرجة حرية (8) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة

المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة ومتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين **في أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة تبعا لمتغير السن**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (لبنان) على الرتبة الأولى لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (23.35%)، فيما جاء البديل (العراق) في المرتبة الأولى لدى الفئة العمرية (40 فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (37.2%) يقابله (30.72%) لدى الفئة العمرية (29-39)، وتحصل البديل (السعودية) على المرتبة الثانية لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (22.64%) وبنسبة (20.93%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)،فيما جاء البديل (البحرين) في الرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية (18-28)بنسبة تكرار بلغت (14.59%)،ويقابله البديل (سوريا) بنسبة تكرار (16.17%) وجاء البديل (الجزائر) في ذات الرتبة لدى الفئة العمرية (40 فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (13.95%)، فيما جاء البديل (مصر) في الرتبة الرابعة بنسبة تكرار بلغت (6.97%) لدى الفئة العمرية (40 فأكبر) وبنسبة (8.08%)، فيما جاء البديلين (السعودية) و (سوريا) في ذات الرتبة بنسبة تكرار بلغت (13.13%) لدى الفئة العمرية (18-28)، وجاء البديلين (اليمن) و(البحرين) في الرتبة الخامسة بنسبة تكرار بلغت (5.81%) لدى الفئة العمرية (40 فأكبر)، فيما جاء البديل (مصر) في ذات الرتبة لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (5.83%)، فيما جاء البديل (اليمن) في الرتبة السادسة لدى الفئة العمرية (29-39)بنسبة تكرار بلغت (7.54%) وجاء البديلين (لبنان) و(سوريا) و(غير ذلك) بذات الرتبة لدى الفئة العمرية (40 فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (2.32%)، فيما جاء البديل (غير ذلك) في ذات الرتبة لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (2.91%)، وجاء البديل (الجزائر) في الرتبة الأخيرة لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار بلغت (1.07%)، وبنسبة (0.72%) لدى الفئة العمرية (18-28). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (137.673^a) بدرجة حرية (16) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحديد أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة ومتغير السن لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين **في أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة تبعا لمتغير المستوى التعليمي**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (العراق) على الرتبة الأولى لدى فئة المستوى التعليمي (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (27.36%) تقابله نسبة (35.1%)

لدى فئة (دراسات عليا)، فيما جاء البديل (السعودية) في ذات الرتبة لدة فئة المستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (31.57%)، فيما جاء البديل (العراق) في ذات الفئة التعليمية في الرتبة الثانية بنسبة تكرار بلغت (25.56%)، أما البديل (السعودية) فقد حل في الرتبة الثانية لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (16.84%)، فيما جاء البديل (سوريا) في ذات الرتبة لدى فئة (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (16.92%)، وتحصل البديلين (لبنان) و(سوريا) على الرتبة الثالثة لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (14.73%) وتقابله نسبة (15.03%) للبديل (لبنان) لدى فئة (مؤهل جامعي)، وفي ذات الرتبة حل البديل (اليمن) بنسبة تكرار بلغت (8.15%) لدى فئة (دراسات عليا)، وتحصل البديل (مصر) على الرتبة الرابعة لدى فئة (مؤهل جامعي) بنسبة تكرار بلغت (8.27%)، فيما جاء البديل (الجزائر) في الرتبة الخامسة لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (11.57%) وتقابله نسبة (7.51%) للبديل (اليمن) لدى فئة (مؤهل جامعي)، فيما جاء البديل (مصر) في ذات الرتبة بنسبة تكرار بلغت (7.52%)، وجاء البديل (لبنان) في الرتبة السادسة لدى فئة (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (6.89%)، فيما جاء البديل (سوريا) في ذات الرتبة بنسبة تكرار بلغت (5.26%) لدى فئة (مؤهل جامعي)، فيما جاء البديل (البحرين) في ذات الرتبة بنسبة تكرار بلغت (10.52%) لدى فئة (ثانوي)، بينما جاء البديل (مصر) في الرتبة الأخيرة لدى ذات الفئة بنسبة تكرار بلغت (4.21%)، فيما جاء البديل (البحرين) في رتبة ما قبل الأخيرة يليه البديل (الجزائر) بنسبة تكرار بلغت (3.75) و(3) تواليا لدى فئة (مؤهل جامعي)، يقابله البديل (غير ذلك) والبديل (الجزائر) بنسبة تكرار بلغت (3.76%) و(3.13%) تواليا لدى فئة (دراسات عليا). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (110.753^a) بدرجة حرية (16) وقيمة "P"= (0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في تحديد أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة ومتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.

8. من هو المسؤول عن تقديم خطاب طائفي (سني/ شيعي) على تويتر؟

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
رجال الدين	363	53.4
السياسيون	99	14.6
مؤسسات إعلامية	206	30.3
غير ذلك	12	1.8
المجموع	680	100

جدول رقم (33): يوضح التكرارات والنسب المئوية في مسؤولية تقديم خطاب طائفي (سني/ شيعي).

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر الى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم (680) فردا نلاحظ أن استجاباتهم على السؤال رقم (8): من هو المسؤول عن تقديم خطاب تحريض طائفي ضد (السنة/الشيعة) في تويتر؟ حيث جاء في المرتبة الأولى البديل (رجال الدين) بـ (363) تكرار وفي الرتبة الثانية جاء البديل (مؤسسات إعلامية) بمجموع تكرار بلغ (206) تكرارا، وفي المرتبة الثالثة جاء البديل (السياسيون) بمجموع تكرار بلغ (99) تكرارا، وفي المرتبة الرابعة جاء البديل (غير ذلك) بـ (12) تكرارا.

البدائل		الجنس		الانتماء الديني		السن			المستوى التعليمي		
		ذكر	أنثى	سنة	شيعة	18– 28	29– 39	40– فأكبر	ثانوي	مؤهل جامعي	دراسات عليا
رجال الدين	ت	225	138	273	90	79	192	92	67	138	158
	%	55.28	50.54	53.06	52.63	57.66	51.75	53.48	70.52	51,87	49.52
السياسيون	ت	60	39	70	29	22	51	26	12	32	55
	%	14.74	14.28	13.75	16.95	16.05	13.74	15.11	12.63	12.03	17.24
مؤسسات إعلامية	ت	120	86	154	52	32	120	54	14	94	98
	%	29.48	31.5	30.25	30.4	23.35	32.34	31.39	14.73	35.33	30.72
غير ذلك	ت	2	10	12	0	4	8	0	2	2	8
	%	0.49	3.66	2.35	0	2.91	2.15	0	2.1	0.75	2.5
المجموع	ت	407	273	509	171	137	371	172	95	266	319
	%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
متغيرات الدراسة		المتوسط الحسابي		الانحراف المعياري		$كا^2$		درجة الحرية		قيمة "P"	

ذكر	1.75	0.899	10.243[a]	3	0.017
أنثى	1.88	0.978			
السنة	1.81	0.949	4.961[a]	3	0.175
الشيعة	1.78	0.886			
28–18	1.72	0.923	8.225[a]	6	0.222
39–29	1.85	0.952			
40 – فأكبر	1.78	0.897			
ثانوي	1.48	0.823	21.668[a]	6	0.001
مؤهل جامعي	1.85	0.940			
دراسات عليا	1.86	0.942			

جدول رقم (34): يوضح مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر تبعا لمتغيرات الدراسة

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في **مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر ضد (السنة/الشيعة) تبعا لمتغيرات الدراسة**، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (رجال الدين) على المرتبة الأولى في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (55.28%) ونسبة (50.45%) لدى فئة (أنثى)، فيما جاء البديل (مؤسسات إعلامية) في الرتبة الثانية لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (29.48%) وتقابله نسبة (31.5%)، فيما جاء البديل (السياسيون) في الرتبة الثالثة لدى فئة (ذكر) بنسبة تكرار بلغت (14.74%) وتقابله نسبة (14.28%) لدى فئة (أنثى)، وجاء البديل (غير ذلك) بنسبة تكرار بلغت (0.49%) لدى فئة (ذكر)، وتقابله نسبة (3.66%) لدى فئة (أنثى). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (10.243^a) بدرجة حرية (3) وقيمة "P"= (0.017) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر ومتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر ضد (السنة/الشيعة) تبعا لمتغير الانتماء الديني، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (رجال الدين) على المرتبة الأولى في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (53.06%) ونسبة (52.62%) لدى فئة (الشيعة)، فيما جاء البديل (مؤسسات إعلامية) في الرتبة الثانية لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (30.25%) وتقابله نسبة (30.4%)، فيما جاء البديل (السياسيون) في الرتبة الثالثة لدى فئة (السنة) بنسبة تكرار بلغت (13.75%) وتقابله نسبة (16.95%) لدى فئة (الشيعة)، وجاء

البديل (غير ذلك) بنسبة تكرار بلغت (2.35%) لدى فئة (السنة)، وينعدم تكرار البديل لدى فئة (الشيعة). ويظهر الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (4.961^a) بدرجة حرية (3) وقيمة "P"= (0.175) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر ومتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر تبعا لمتغير السن (العمر)، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (رجال الدين) على المرتبة الأولى في لدى الفئة العمرية (18-28) بنسبة تكرار بلغت (57.66%) يقابله (51.75%) لدى الفئة العمرية (29-39) وبنسبة تكرار بلغت (53.48%) لدى الفئة العمرية (40 -فأكبر)، وتحصل البديل (مؤسسات إعلامية) على المرتبة الثانية لدى الفئة العمرية (40- فأكبر) بنسبة تكرار بلغت (31.39%) وبنسبة (32.34%) لدة الفئة العمرية (29-39) وبنسبة تكرار بلغت (23.35%)، وجاء البديل (السياسيون) في الرتبة الثالثة لدى الفئة العمرية (28-18) بنسبة تكرار بلغت (16.05%) وبنسبة تكرار (13.74%) لدى الفئة العمرية (29-39) بنسبة تكرار (15.11%) لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، فيما جاء البديل (غير ذلك) في الرتبة الأخيرة بنسبة تكرار بلغت (2.91%) لدى الفئة العمرية (18-28) وتقابله نسبة (2.15%) لدى فئة (29-39)، وانعدم تكرار البديل لدى الفئة العمرية (40- فأكبر)، يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (8.225^a) بدرجة حرية (6) وقيمة "P"= (0.222) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر ومتغير السن لدى عينة الدراسة.

يوضح الجدول أعلاه إجابات المبحوثين في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر تبعا لمتغير المستوى التعليمي، وقد أوردت النتائج: تحصل البديل (رجال الدين) على المرتبة الأولى في لدى الفئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (70.52%) يقابله (51.87%) لدى فئة (مؤهل جامعي) وبنسبة تكرار بلغت (49.52%) لدى فئة (دراسات عليا)، وتحصل البديل (مؤسسات إعلامية) على المرتبة الثانية لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (14.73%) وبنسبة (35.33%) لدة فئة (مؤهل جامعي) وبنسبة تكرار بلغت (30.72%) لدى فئة (دراسات عليا)، وجاء البديل (السياسيون) في الرتبة الثالثة لدى فئة (ثانوي) بنسبة تكرار بلغت (12.63%) وبنسبة تكرار (12.03%) لدى فئة (مؤهل جامعي) وبنسبة تكرار (17.24%) لدى فئة (دراسات عليا)، فيما جاء البديل (غير ذلك) في الرتبة الأخيرة بنسبة تكرار بلغت

(2.91%) لدى الفئة العمرية (ثانوي) وتقابله نسبة (0.75%) لدى فئة (29-39) وبنسبة (2.5%) لدى فئة (دراسات عليا). يوضح الجدول أعلاه نتائج اختبار (كا^2)، حيث بلغت قيمتها الإحصائية (21.668^a) بدرجة حرية (6) وقيمة "P"= (0.001) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) ومنه نستنتج أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر ومتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.

وللإجابة على فرضيات المحور التالية:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط استخدام تويتر لدى عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس.**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط استخدام تويتر لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير الانتماء.**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط استخدام تويتر لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير السن.**
- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط استخدام تويتر لدى عينة الدراسة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.**

وللإجابة على الفرضيات الرئيسية الخاصة بهذا المحور، تم تطبيق سلسلة من الاختبارات الإحصائية من خلال الاستعانة ببرنامج حزمة التحليل الإحصائي SPSS في نسخته (25) وتشمل: اختبارات التوزيع الطبيعي (Tests of Normality) من خلال تطبيق تحليل (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) حيث تم التحصل على النتائج الموضحة في الجدول أدناه:

محاور الاستبيان	العينة	الاختبار الإحصائي	مستوى الدلالة
المحور الثاني	680	0.026	0.200^{c,d}

جدول رقم (35): يوضح اختبار التوزيع الطبيعي وفقا لتحليل (Kolmogorov-Smirnov^a)

يوضح جدول اختبار التوزيع الطبيعي نتائج تحليل (**Kolmogorov-Smirnov^a**) وقد أوردت النتائج المتحصل عليها **أن عينة الدراسة في فقرات هذا المحور تتبع التوزيع الطبيعي**، حيث جاءت قيمة الاختبار الإحصائي (0.026) في تحليل (Kolmogorov-Smirnov^a) بدلالة (0.200^{c,d}) غير دال

إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ومنه نستنتج أن عينة الدراسة في هذا المحور تتبع التوزيع الطبيعي.

ولفحص الفرضية الرئيسية: **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط استخدام تويتر لدى عينة الدراسة تعزى لمتغير الجنس.** للإجابة عن الفرضية تم استخدام اختبار (**Independent Samples T-test**) لتعرف على **الفروق الإحصائية في أنماط استخدام تويتر** تعزي لمتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

فقرات المحور	المتغير	قيمة "T"	درجة الحرية	قيمة "F"	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
أسباب استخدام تويتر	ذكر	-3.824	678	45.237	0.000	دال
	أنثى	-3.552	436.536			
اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها	ذكر	-2.860	678	9.106	0.003	دال
	أنثى	-2.810	546.991			
أساليب التفاعل في تويتر	ذكر	-4.195	678	56.528	0.000	دال
	أنثى	-4.397	661.586			
طبيعة التغريدات المنشورة	ذكر	3.628	678	53.927	0.000	دال
	أنثى	3.834	669.571			
طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج	ذكر	-1.227	678	0.165	0.684	غير دال
	أنثى	-1.225	579.623			
طبيعة تعاملك مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج	ذكر	-6.063	678	31.440	0.000	دال
	أنثى	-5.808	495.426			
في أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر	ذكر	-.151	678	0.531	0.467	غير دال
	أنثى	-.149	565.166			
مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر	ذكر	-1.797	678	4.638	0.032	دال
	أنثى	-1.767	549.266			
الدرجة الكلية	ذكر	-3.323	678	7.091	0.008	دال
	أنثى	-3.267	548.072			

جدول رقم (36): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T-test لمحور الثاني تبعا لمتغير الجنس

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور بكل فقراته في **أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير الجنس**، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط استخدام تويتر تعزي لمتغير الجنس حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة ذكر (**-3.323**) وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة أنثي (**-3.267**) وبلغت قيمة "f"(**7.091**) بدلالة الإحصائية (0.008) دالة

إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ونستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أنماط استخدام تويتر** تعزى لمتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

ولفحص الفرضية الثانية الخاصة بهذا المحور:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محور أنماط استخدام تويتر تعزي لمتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.** للإجابة عن الفرضية تم استخدام اختبار (**Independent Samples T-test**) لتعرف على **الفروق الإحصائية في أنماط استخدام تويتر** تعزي لمتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

فقرات المحور	المغير	قيمة "T"	درجة الحرية	قيمة "F"	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
أسباب استخدام تويتر	السنة	0.498	678	0.903	0.342	غير دال
	الشيعة	0.512	307.055			
اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها	السنة	-1.076	678	0.032	0.859	غير دال
	الشيعة	-1.069	288.717			
أساليب التفاعل في تويتر	السنة	-6.720	678	46.480	0.000	دال
	الشيعة	-7.474	359.396			
طبيعة التغريدات المنشورة	السنة	0.043	678	0.047	0.828	غير دال
	الشيعة	0.044	302.636			
طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج	السنة	2.608	678	0.067	0.796	غير دال
	الشيعة	2.610	292.735			
طبيعة تعاملك مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج	السنة	2.464	678	0.052	0.819	غير دال
	الشيعة	2.432	285.973			
في أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر	السنة	3.700	678	0.992	0.320	غير دال
	الشيعة	4.071	351.163			
مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر	السنة	0.431	678	2.828	0.093	غير دال
	الشيعة	0.446	310.658			
الدرجة الكلية	السنة	2.184	678	10.469	0.001	دال
	الشيعة	2.413	354.302			

جدول رقم (37): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T-test لمحور الثاني تبعا لمتغير الانتماء الديني

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور بكل فقراته في **أنماط استخدام** تويتر تعزى لمتغير الانتماء الديني، وجود فروق ذات دلالة

إحصائية في أنماط استخدام تويتر تعزي لمتغير الانتماء الديني حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة السنة (**2.184**) وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة الشيعة (**2.413**) وبلغت قيمة "f"(10.469) بدلالة الإحصائية (0.001) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ونستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أنماط استخدام تويتر** تعزى لمتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

ولفحص الفرضية الثالثة الخاصة بهذا المحور:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محور أنماط استخدام تويتر تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة.**

ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أنماط استخدام تويتر** لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير السن، ويوضح الجدول رقم (38) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

فقرات المحور	قيمة "F"	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
أسباب استخدام تويتر	1.407	0.246	غير دال
اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها	0.852	0.427	غير دال
أساليب التفاعل في تويتر	34.533	0.000	دال
طبيعة التغريدات المنشورة	10.343	0.000	دال
طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج	15.093	0.000	دال
طبيعة تعاملك مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج	18.730	0.000	دال
في أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر	20.246	0.000	دال
مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر	1.113	0.329	غير دال
الدرجة الكلية	18.445	0.000	دال

جدول رقم (38): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لمحور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه لمحور "أنماط استخدام تويتر"، ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور استخدام تويتر** تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة، حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ "F" (18.445) بقيمة إحصائية (0.000) دالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05).

وللإجابة على الفرضية التالية:

-توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محور أنماط استخدام تويتر تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة.

ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أنماط استخدام تويتر** لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير المستوى التعليمي، ويوضح الجدول رقم (39) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

فقرات المحور	قيمة "F"	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
أسباب استخدام تويتر	21.680	0.000	دال
اللغة المستخدمة في النشر والتعليق بها	21.335	0.000	دال
أساليب التفاعل في تويتر	2.848	0.059	غير دال
طبيعة التغريدات المنشورة	0.706	0.494	غير دال
طبيعة المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج	71.204	0.000	دال
طبيعة تعاملك مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج	41.042	0.000	دال
في أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر	10.874	0.000	دال
مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي في تويتر	6.625	0.001	دال
الدرجة الكلية	40.429	0.000	دال

جدول رقم (39): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لمحور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه لمحور "أنماط استخدام تويتر"، ومنه نستنتج أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور استخدام تويتر تعزي المستوى التعليمي** لدى عينة الدراسة، حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ "F" (40.429) بقيمة إحصائية (0.000) دالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05).

المحور الثالث: خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.

يبحث هذا المحور "خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" من خلال تحديد مختلف العمليات الإحصائية المتعلقة بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتحديد تقديرات الاستجابة الخاصة بكل عبارة من عبارات هذا المحور وكذا المتوسط الإجمالي لعبارات المحور ككل، وقد تم تحويل تقديرات مقياس ليكرت الخماسي في هذا المحور إلى فترات زمنية متساوية انطلاقا من تحديد طول الفترة بين كل تقدير (0.79) انطلقت من تقدير استجابة (موافق بشدة) التي تم التعبير عنها بالدرجة (1) باعتبار اتجاه الاستبيان سلبي، وبالتالي يكون تقدير استجابة (موافق) بالدرجة (2)، والمحايد بدرجة (3) من مقياس ليكرت، فيما تم اعتماد درجة (4) لتقدير (غير موافق) ودرجة (5) (غير موافق بشدة)، ويمكن توضيح المتوسط المرجح لأوزان مقياس ليكرت الخماسي في الجدول التالي:

الاستجابة	المتوسط المرجح للأوزان	طول الفترة	المستوى
موافق بشدة	1 – 1.79	0.79	مرتفع جدا
موافق	1.80 – 2.59	0.79	مرتفع
محايد	2.60 – 3.39	0.79	متوسط
غير موافق	3.40 – 4.19	0.79	منخفض
غير موافق بشدة	4,20 – 5.00	0.79	منخفض جدا

جدول رقم (40): ميزان تقديري وفقا لمقياس ليكرت الخماسي

محاور الاستبيان	العينة	الاختبار الإحصائي	مستوى الدلالة
المحور الثالث	680	0.029	$0.200^{c,d}$
المحور الرابع	680	0.024	$0.200^{c,d}$
المحور الخامس	680	0.032	0.156^{c}

جدول رقم (41): يوضح اختبار التوزيع الطبيعي وفقا لتحليل (Kolmogorov-Smirnov[a])

يوضح جدول اختبار التوزيع الطبيعي نتائج تحليل (**Kolmogorov-Smirnov[a]**) وقد أوردت النتائج المتحصل عليها **أن عينة الدراسة في فقرات هذه المحاور تتبع التوزيع الطبيعي**، حيث جاءت قيمة المحور الثالث (خصائص الخطاب الطائفي السني-الشيعي) في الاختبار الإحصائي (0.029) بدلالة ($0.200^{c,d}$) غير دال إحصائيا ومنه نستنتج أن المحور الثالث يتبع التوزيع الطبيعي، وجاءت قيمة المحور الرابع (أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر) في الاختبار الإحصائي (0.024) بدلالة ($0.200^{c,d}$) غير دال إحصائيا وبالتالي فإن المحور الرابع يتبع التوزيع الطبيعي، وجاءت قيمة المحور الخامس (أطر تداول الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر) في الاختبار الإحصائي (0.032) بدلالة (0.156^{c}) غير دال إحصائيا وبالتالي يتبع المحور الخامس التوزيع الطبيعي.

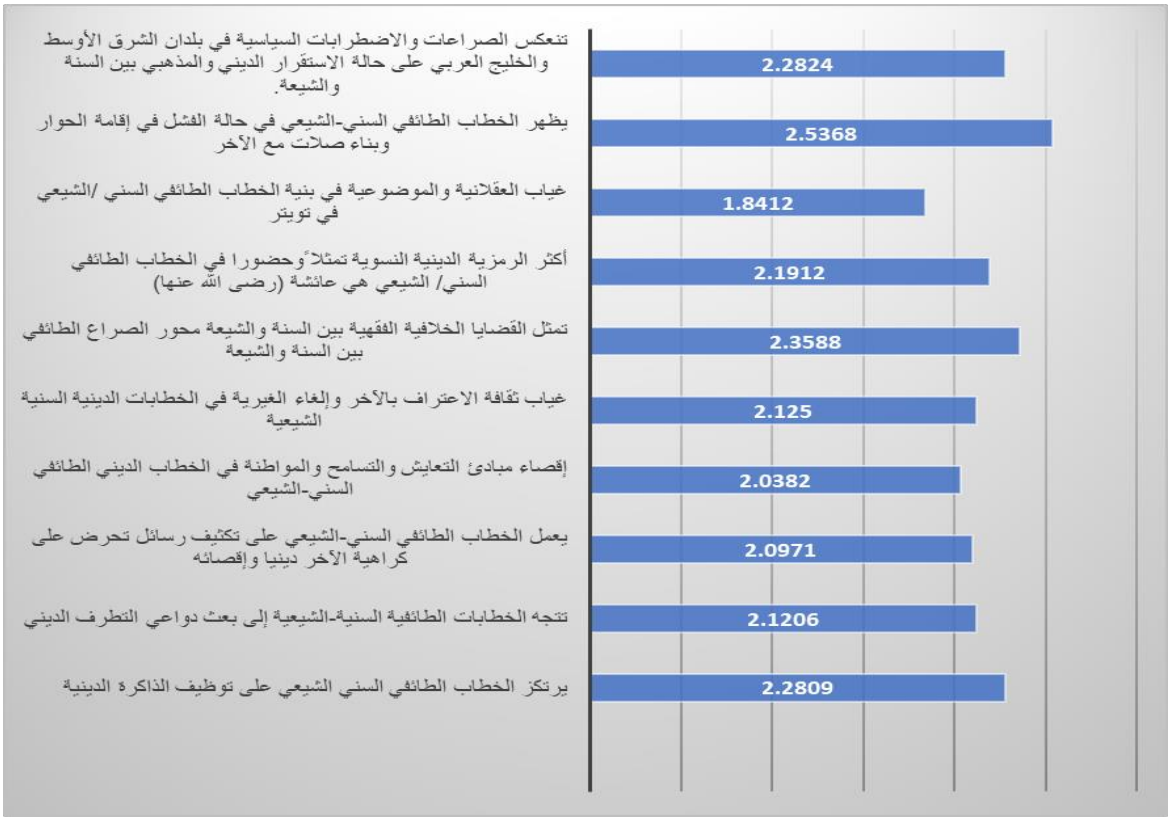
العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	تقدير الاستجابة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%				
يرتكز الخطاب الطائفي السني الشيعي على توظيف الذاكرة الدينية	272	40	184	27.1	82	12.1	45	6.6	97	14.3	2.2809	1.41179	4	مرتفع
تتجه الخطابات الطائفية السنية-الشيعية إلى بعث دواعي التطرف الديني	269	39.6	220	32.4	89	13.1	44	6.5	58	8.5	2.1206	1.24124	7	مرتفع
يعمل الخطاب الطائفي السني-الشيعي على تكثيف رسائل تحرض على كراهية الآخر دينيا وإقصائه	269	39.6	202	29.7	81	11.9	62	9.1	39	5.7	2.0971	1.22780	8	مرتفع
إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة في الخطاب الديني الطائفي السني-الشيعي	310	45.58	202	29.7	61	8.97	62	9.1	39	5.7	2.0382	1.19831	9	مرتفع
غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية في الخطابات الدينية السنية الشيعية	300	44.1	151	22.2	113	16.6	76	11.2	40	5.9	2.1250	1.25320	6	مرتفع
تمثل القضايا الخلافية الفقهية بين السنة والشيعة محور الصراع الطائفي بين السنة والشيعة	265	39	160	23.5	85	12.5	86	12.6	84	12.4	2.3588	1.41653	2	مرتفع

أكثر الرموز الدينية النسوية تمثلاً وحضورا في الخطاب الطائفي السني/ الشيعي هي عائشة (رضى الله عنها)	304	44.7	153	22.5	74	10.9	87	12.8	62	9.1	2.1912	1.36177	5	مرتفع
غياب العقلانية والموضوعية في بنية الخطاب الطائفي السني /الشيعي في تويتر	325	47.6	229	33.7	72	10.6	17	2.5	37	5.4	1.8412	1.07238	10	مرتفع
يظهر الخطاب الطائفي السني– الشيعي في حالة الفشل في إقامة الحوار وبناء صلات مع الآخر	209	30.7	200	29.4	62	9.1	115	16.9	94	13.8	2.5368	1.42618	1	مرتفع
تنعكس الصراعات والاضطرابات السياسية في بلدان الشرق الأوسط والخليج العربي على حالة الاستقرار الديني والمذهبي بين السنة والشيعة.	258	37.9	182	26.8	101	14.9	68	10	71	10.4	2.2824	1.33812	3	مرتفع
الدرجة الكلية للمحور											2.1872	0.77136		مرتفع

جدول رقم (42): الجدول الإحصائي الخاص بفقرات محور "خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" وتقديرات الاستجابة الخاصة به

يوضح الجدول أعلاه المجال الإحصائي الوصفي لفقرات المحور الثالث مع المتغير الإجمالي الخاص بالمحور، وقد توصلت فقرات المحور الثالث إلى متوسط حسابي إجمالي يقدر بـ: (2.1872)، فيما قدر الانحراف المعياري بـ: (0.77136)، فيما تم تقدير الاستجابة العامة لفقرات المحور بـ (تقدير مرتفع)، وقد جاءت العبارة (**يظهر الخطاب الطائفي السني–الشيعي في حالة الفشل في إقامة الحوار وبناء صلات مع الآخر**) في صدارة ترتيب هذا المحور بمتوسط حسابي قدر بـ (2.5368) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (30.7%)، فيما جاءت عبارة (**تمثل القضايا الخلافية الفقهية بين السنة والشيعة محور الصراع الطائفي بين السنة والشيعة**) في الرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر بـ (2.3588) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (39%)، فيما جاءت العبارة (**تنعكس الصراعات**

والاضطرابات السياسية في بلدان الشرق الأوسط والخليج العربي على حالة الاستقرار الديني والمذهبي بين السنة والشيعة)، في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2824) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (37.9%)، فيما توالت فقرات المحور تبعا حسب ما هو موضح في الجدول أعلاه، وقد جاءت الفقرة (**يعمل الخطاب الطائفي السني–الشيعي على تكثيف رسائل تحرض على كراهية الآخر دينيا وإقصائه)** في الرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.0971) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (39.6%)، وجاءت الفقرة (**إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة في الخطاب الديني الطائفي السني–الشيعي)** في الرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.0382) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (45.58%)، وجاءت الفقرة (**غياب العقلانية والموضوعية في بنية الخطاب الطائفي السني /الشيعي في تويتر)** في الرتبة الأخيرة من فقرات هذا المحور بمتوسط حسابي قدر بـ (1.8412) بأعلى فترة استجابة مسجلة في الفقرة (موافق بشدة) وبنسبة تكرار بلغت (47.6%). ويمكن توضيح تفاوت التقديرات الخاصة بمحور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر في الشكل التالي:



شكل رقم (23): يوضح المتوسط الحسابي لفقرات محور "خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي"

وللإجابة على فرضية المحور: **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في خصائص الخطاب الطائفي في تويتر تعزى لمتغير الانتماء الديني.** وللإجابة عن هذا التساؤل، تم إخضاع إجابات فقرات هذا المحور لاختبارات Independent Samples T-test لبحث الفارقية بين المتغيرين.

العبارة	العينة		قيمة "ت"	قيمة "f"	مستوى الدلالة	القرار
يرتكز الخطاب الطائفي السني الشيعي على توظيف الذاكرة الدينية	سنة	509	2.602	8.866	0.003	دال
	شيعة	171	2.704			
تتجه الخطابات الطائفية السنية–الشيعية إلى بعث دواعي التطرف الديني	سنة	509	1.029	0.012	0.913	غير دال
	شيعة	171	1.028			
يعمل الخطاب الطائفي السني–الشيعي على تكثيف رسائل تحرض على كراهية الآخر دينيا وإقصائه	سنة	509	1.044	6.864	0.009	دال
	شيعة	171	1.071			
إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة في الخطاب الديني الطائفي السني–الشيعي	سنة	509	1.816	13.126	0.000	دال
	شيعة	171	1.952			
غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية في الخطابات الدينية السنية الشيعية	سنة	509	1.684	4.269	0.039	دال
	شيعة	171	1.745			
تمثل القضايا الخلافية الفقهية بين السنة والشيعة محور الصراع الطائفي بين السنة والشيعة	سنة	509	0.612	1.694	0.193	غير دال
	شيعة	171	0.619			
أكثر الرموز الدينية النسوية تمثلاً وحضورا في الخطاب الطائفي السني/ الشيعي هي عائشة (رضى الله عنها)	سنة	509	-1.136	5.700	0.017	دال
	شيعة	171	-1.080			
غياب العقلانية والموضوعية في بنية الخطاب الطائفي السني /الشيعي في تويتر	سنة	509	2.108	1.532	0.216	غير دال
	شيعة	171	2.205			
يظهر الخطاب الطائفي السني–الشيعي في حالة الفشل في إقامة الحوار وبناء صلات مع الآخر	سنة	509	0.373	0.990	0.320	غير دال
	شيعة	171	0.380			
تنعكس الصراعات والاضطرابات السياسية في بلدان الشرق الأوسط والخليج العربي على حالة الاستقرار الديني والمذهبي بين السنة والشيعة.	سنة	509	1.161	0.248	0.619	غير دال
	شيعة	171	1.148			
الدرجة الكلية	سنة	509	1.855	0.002	0.966	غير دال
	شيعة	171	1.885			

جدول رقم (43): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T-test لمحور الثالث تبعا لمتغير الانتماء الديني

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور بكل فقراته في **خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الانتماء الديني، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية خصائص الخطاب الطائفي في تويتر تعزي لمتغير الانتماء الديني حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة السنة (1.855) وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة الشيعة (1.885) وبلغت قيمة "f"(0.002) بدلالة الإحصائية (0.966) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ومنه نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي** تعزى لمتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

وللإجابة على فرضية المحور:

–توجد فروق ذات دلالة إحصائية في خصائص الخطاب الطائفي في تويتر تعزى لمتغير الجنس.

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم إخضاع إجابات فقرات هذا المحور لاختبارات Independent Samples T-test وقد تم التوصل إلى النتائج التالي[1]:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
ذكر	2.1791	0.83438	-0.334	14.057	0.000	دال
أنثى	2.1993	0.66774	-0.348			

جدول رقم (44): يوضح النتائج الكلية اختبار Independent Samples T-test لمحور الثالث تبعا لمتغير الجنس

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور **خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الجنس، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في خصائص الخطاب الطائفي في تويتر تعزي لمتغير الجنس حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة ذكر (0.334-) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1791)، وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة الشيعة (0.348-) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1993) وبلغت قيمة "f" (14.057) بدلالة الإحصائية

[1] يمكن الاطلاع على النتائج التفصيلية لكل فقرات المحور بالعودة للملحق رقم (3).

(0.000) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ومنه نستنتج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي** تعزى لمتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

وللإجابة على فرضية الدراسة التالية:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة.**

ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي** لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير السن ويوضح الجدول رقم (45) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
28–18	2.1796	0.68418	0.132	0.876	غير دال
39–29	2.1779	0.82143			
40 فأكبر	2.2134	0.72757			

جدول رقم (45): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA للدرجة الكلية لمحور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي تعزي لمتغير السن

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور خصائص الخطاب الطائفي** تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة، حيث جاءت قيمة "F" (0.132) بقيمة إحصائية (0.876) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05).

وللإجابة على فرضية الدراسة التالية:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي تعزي لمتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.**

ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير المستوى التعليمي ويوضح الجدول رقم (46) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
ثانوي	2.0316	0.61735	2.667	0.070	غير دال
مؤهل جامعي	2.2440	0.80582			
دراسات عليا	2.1862	0.77893			

جدول رقم (46): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لدرجة الكلية لمحور خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي تعزي لمتغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور خصائص الخطاب الطائفي** تعزي لمتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة، حيث جاءت قيمة "F" (2.667) بقيمة إحصائية (0.070) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05).

المحور الرابع: أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.

يبحث هذا المحور "أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" من خلال تحديد مختلف العمليات الإحصائية المتعلقة بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتحديد تقديرات الاستجابة الخاصة بكل عبارة من عبارات هذا المحور وكذا المتوسط الإجمالي لعبارات المحور ككل، بالإضافة إلى الاختبارات Independent Samples T-test واختبار One-Way- ANOVA المرتبطة بقياس الفارقية بين عبارات المحور ومتغيرات الدراسة الأساسية.

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	تقدير الاستجابة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%				
أكثر الصراعات الطائفية الدينية حضورا في تويتر هو الصراع السني–الشيعي	228	33.5	178	26.2	162	23.8	70	10.3	42	6.2	2.294	1.2069	1	مرتفع
ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية في الخطابات السنية/ الشيعية في تويتر	220	32.4	234	34.4	142	20.9	80	11.8	4	0.6	2.138	1.0189	9	مرتفع
يعتبر الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر رجعي يعتمد على لغة طائفية قديمة	258	37.9	188	27.6	146	21.5	80	11.8	8	1.2	2.105	1.0775	10	مرتفع
تتحول الصراعات القديمة في الخطاب السني الشيعي في تويتر إلى ثوابت في الهوية الدينية (حادثة كربلاء/ معركة الجمل)	190	27.9	228	33.5	174	25.6	74	10.9	14	2.1	2.255	1.0449	4	مرتفع
يتم إدّعاء الأفضلية (استعلاء الذات) في الخطابات السنية–الشيعية في تويتر	188	27.6	254	37.4	152	22.4	58	8.5	28	4.1	2.241	1.0748	5	مرتفع
يوفر تويتر مساحة لتفشي خطابات الكراهية الدينية والطائفية المذهبية في تويتر تحت طائلة حرية التعبير	174	25.6	266	39.1	158	23.2	44	6.5	38	5.6	2.273	1.0848	3	مرتفع
تكرس الخطابات الدينية السنية/الشيعية فكرة المظلومية عن الذات في	154	22.6	314	46.2	146	21.5	28	4.1	38	5.6	2.238	1.0264	6	مرتفع

تويتر													
يقدم الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر معلومات مضللة وزائفة عن الآخر (السني /الشيعي)	240	35.3	216	31.8	130	19.1	48	7.1	46	6.8	2.182	1.1849	8	مرتفع
يتم نشر التغريدات والصور والفيديوهات والوسم (هاشتاج) المسيئة للآخر السني/ الشيعي.	184	27.1	302	44.4	100	14.7	50	7.4	44	6.5	2.217	1.1174	7	مرتفع
تسهم سياسة تويتر في توفير مجالا لتبادل السب والقذف والاتهام بين المغريدين السنة والشيعة	182	26.8	294	43.2	92	13.5	48	7.1	64	9.4	2.291	1.2040	2	مرتفع
الدرجة الكلية للمحور											2.2238	0.76356		مرتفع

جدول رقم (47): الجدول الإحصائي الخاص بفقرات محور "أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" وتقديرات الاستجابة الخاصة به

يوضح الجدول أعلاه المجال الإحصائي الوصفي التفصيلي والإجمالي لفقرات المحور الرابع، وقد توصلت فقرات المحور الرابع إلى متوسط حسابي إجمالي يقدر بـ: (**2.2238**)، فيما قدر الانحراف المعياري بـ: (**0.76356**)، فيما تم تقدير الاستجابة العامة لفقرات المحور بـ (تقدير مرتفع)، وقد جاءت العبارة (**أكثر الصراعات الطائفية الدينية حضورا في تويتر هو الصراع السني–الشيعي**) في هرم ترتيب هذا المحور بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2941) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (33.5%)، فيما جاءت عبارة (**تسهم سياسة تويتر في توفير مجالا لتبادل السب والقذف والاتهام بين المغريدين السنة والشيعة**) في الرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2912) بأعلى فترة استجابة (موافق) بنسبة تكرار بلغت (43.2%)، فيما جاءت العبارة (**يوفر تويتر مساحة لتفشي خطابات الكراهية الدينية والطائفية المذهبية في تويتر تحت طائلة حرية التعبير**)، في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2735) بأعلى فترة استجابة (موافق) بنسبة تكرار بلغت (39.1%)، فيما توالت فقرات المحور تبعا حسب ما هو موضح في الجدول أعلاه، وقد جاءت الفقرة (**يقدم الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر معلومات مضللة وزائفة عن الآخر "السني /الشيعي"**) في الرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1824) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (35.3%)، وجاءت الفقرة (**ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية في**

الخطابات السنية/ الشيعية في تويتر) في الرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1382) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (32.4 %)، وجاءت الفقرة (**يعتبر الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر رجعي يعتمد على لغة طائفية قديمة)** في الرتبة الأخيرة من فقرات هذا المحور بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1059) بأعلى فترة استجابة مسجلة في الفقرة (موافق بشدة) وبنسبة تكرار بلغت (37.9%). ويمكن توضيح تفاوت التقديرات الخاصة بمحور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر في الشكل التالي:

شكل رقم (24): يوضح المتوسط الحسابي لفقرات محور "أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي"

وللإجابة على فرضية المحور:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطروحات الخطاب الطائفي في تويتر تعزى لمتغير الانتماء الديني.**

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم إخضاع إجابات فقرات هذا المحور لاختبارات Independent Samples T-test لبحث الفارقية بين المتغيرين، ويوضح الجدول رقم (48) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

العبارة	العينة		قيمة "ت"	قيمة "F"	مستوي الدلالة	القرار
أكثر الصراعات الطائفية الدينية حضورا في تويتر هو الصراع السني–الشيعي	سنة	509	2.225	0.003	0.955	غير دال
	شيعة	171	2.191			
ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية في الخطابات السنية/ الشيعية في تويتر	سنة	509	1.532	36.970	0.000	دال
	شيعة	171	1.718			
يعتبر الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر رجعي يعتمد على لغة طائفية قديمة	سنة	509	-0.237	2.651	0.104	غير دال
	شيعة	171	-0.228			
تتحول الصراعات القديمة في الخطاب السني الشيعي في تويتر إلى ثوابت في الهوية الدينية (حادثة كربلاء/ معركة الجمل)	سنة	509	-0.612	0.916	0.339	غير دال
	شيعة	171	-0.626			
يتم إدّعاء الأفضلية (استعلاء الذات) في الخطابات السنية–الشيعية في تويتر	سنة	509	-4.055	3.476	0.063	غير دال
	شيعة	171	-3.930			
يوفر تويتر مساحة لتفشي خطابات الكراهية الدينية والطائفية المذهبية في تويتر تحت طائلة حرية التعبير	سنة	509	-1.814	37.897	0.000	دال
	شيعة	171	-1.564			
تكرس الخطابات الدينية السنية/الشيعية فكرة المظلومية عن الذات في تويتر	سنة	509	-3.143	34.381	0.000	دال
	شيعة	171	-2.674			
يقدم الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر معلومات مضللة وزائفة عن الآخر (السني /الشيعي)	سنة	509	0.088	4.231	0.040	دال
	شيعة	171	0.085			
يتم نشر التغريدات والصور والفيديوهات والوسم (هاشتاج) المسيئة للآخر السني/ الشيعي.	سنة	509	0.887	0.127	0.722	غير دال
	شيعة	171	0.896			
تسهم سياسة تويتر في توفير مجالا لتبادل السب والقذف والاتهام بين المغريدين السنة والشيعة	سنة	509	0.792	4.529	0.034	دال
	شيعة	171	0.834			
الدرجة الكلية	سنة	509	-0.535	1.873	0.172	غير دال
	شيعة	171	-0.515			

جدول رقم (48): يوضح نتائج اختبار Independent Samples T-test لمحور الرابع تبعا لمتغير الانتماء الديني

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور بكل فقراته في **أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الانتماء الديني، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أطروحات الخطاب الطائفي في تويتر تعزي لمتغير الانتماء الديني حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة السنة (0.535-) وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة

الشيعة (0.515-) وبلغت قيمة "f"(1.873) بدلالة الإحصائية (0.172) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ومنه نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي** تعزى لمتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

وللإجابة على فرضية المحور:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزى لمتغير الجنس.**

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم إخضاع إجابات فقرات هذا المحور لاختبارات Independent Samples T-test وقد تم التوصل إلى النتائج التالي:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
ذكر	2.1857	0.77837	-1.589	0.303	0.582	غير دال
أنثى	2.2806	0.73871	-1.606			

جدول رقم (49): يوضح النتائج الكلية لاختبار Independent Samples T-test للمحور الرابع تبعا لمتغير الجنس

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور **أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الجنس، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أطروحات الخطاب الطائفي في تويتر تعزي لمتغير الجنس حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة ذكر (1.589-) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1857)، وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة الشيعة (1.606-) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2806) وبلغت قيمة "f" (0.303) بدلالة الإحصائية (0.582) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ومنه نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

وللإجابة على فرضية الدراسة التالية:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة.**

ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير السن ويوضح الجدول رقم (50) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
28–18	2.3577	0.89916	2.711	0.067	غير دال
39–29	2.1822	0.77338			
40 فأكبر	2.2070	0.59957			

جدول رقم (50): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لدرجة الكلية لمحور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير السن

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة، حيث جاءت قيمة "F" (2.711) بقيمة إحصائية (0.067) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05).

وللإجابة على فرضية الدراسة التالية:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.**

ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير المستوى التعليمي ويوضح الجدول رقم (51) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
ثانوي	2.1832	0.90256	0.807	0.447	غير دال
مؤهل جامعي	2.1910	0.77833			
دراسات عليا	2.2633	0.70448			

جدول رقم (51): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA لدرجة الكلية لمحور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ومنه نستنتج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزي لمتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة، حيث جاءت قيمة "F" (0.807) بقيمة إحصائية (0.447) غير دالة عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05).

المحور الخامس: أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.

يبحث هذا المحور "أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" من خلال تحديد مختلف العمليات الإحصائية المتعلقة بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وتحديد تقديرات الاستجابة الخاصة بكل عبارة من عبارات هذا المحور وكذا المتوسط الإجمالي لعبارات المحور ككل، بالإضافة إلى الاختبارات Independent Samples T-test واختبار One-Way- ANOVA المرتبطة بقياس الفارقية بين عبارات المحور ومتغيرات الدراسة الأساسية.

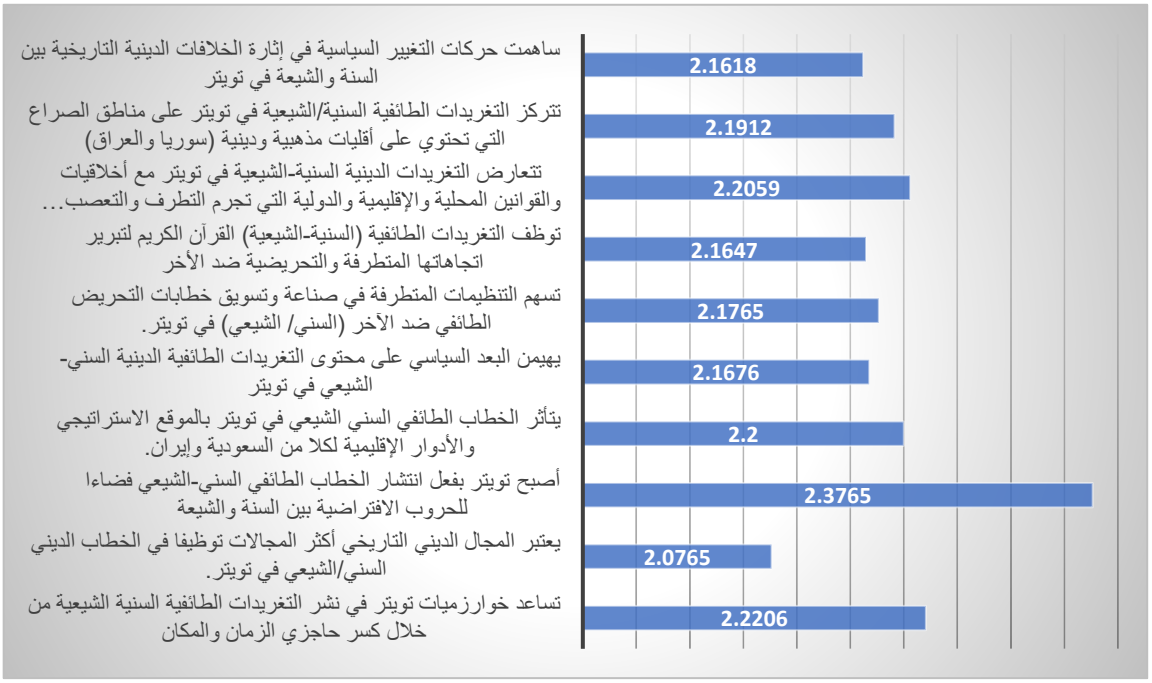
العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	رتبة العبارة	تقدير الاستجابة
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%				
تساعد خوارزميات تويتر في نشر التغريدات الطائفية السنية الشيعية من خلال كسر حاجزي الزمان والمكان	284	41.8	148	21.8	128	18.8	54	7.9	66	9.7	2.2206	1.32324	3	مرتفع
يعتبر المجال الديني التاريخي أكثر المجالات توظيفا في الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر.	260	38.2	254	37.4	60	8.8	66	9.7	40	5.9	2.0765	1.17662	10	مرتفع
أصبح تويتر بفعل انتشار الخطاب الطائفي السني–الشيعي فضاءا للحروب الافتراضية بين السنة والشيعة	224	32.9	160	23.5	170	25	68	10	58	8.5	2.3765	1.26795	1	مرتفع
يتأثر الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر بالموقع الاستراتيجي والأدوار الإقليمية لكلا من السعودية وإيران.	216	31.8	252	37.1	116	17.1	52	7.6	44	6.5	2.2000	1.15691	4	مرتفع
يهيمن البعد السياسي على محتوى التغريدات الطائفية الدينية السني–الشيعي في تويتر	204	30	276	40.6	130	19.1	22	3.2	48	7.1	2.1676	1.10887	7	مرتفع
تسهم التنظيمات المتطرفة في صناعة وتسويق خطابات التحريض الطائفي ضد الآخر (السني/ الشيعي) في تويتر.	252	37.1	194	28.8	128	18.8	74	10:9	32	4.7	2.1765	1.17837	6	مرتفع
توظف التغريدات الطائفية (السنية–الشيعية) القرآن الكريم لتبرير اتجاهاتها المتطرفة	222	32.6	248	36.5	124	18.2	48	7.1	38	5.6	2.1647	1.12643	8	مرتفع

والتحريضية ضد الأخر													
تتعارض التغريدات الدينية السنية–الشيعية في تويتر مع أخلاقيات والقوانين المحلية والإقليمية والدولية التي تجرم التطرف والتعصب والتحريض الديني الطائفي	239	35.1	176	25.9	188	27.6	46	6.8	30	4.4	2.2059	1.17232	2	مرتفع
تتركز التغريدات الطائفية السنية/الشيعية في تويتر على مناطق الصراع التي تحتوي على أقليات مذهبية ودينية (سوريا والعراق)	242	35.6	196	28.8	146	21.5	62	9.1	34	5	2.1912	1.16221	5	مرتفع
ساهمت حركات التغيير السياسية في إثارة الخلافات الدينية التاريخية بين السنة والشيعة في تويتر	222	32.6	234	34.4	144	21.2	52	7.6	28	4.1	2.1618	1.09100	9	مرتفع
الدرجة الكلية للمحور											2.1941	**0.85709**	مرتفع	

جدول رقم (52): الجدول الإحصائي الخاص بفقرات محور "أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر" وتقديرات الاستجابة الخاصة به

يوضح الجدول أعلاه المجال الإحصائي الوصفي التفصيلي والإجمالي لفقرات المحور الخامس، وقد توصلت فقرات هذا المحور إلى متوسط حسابي إجمالي يقدر بـ: (2.1941)، فيما قدر الانحراف المعياري بـ: (0.85709)، فيما تم تقدير الاستجابة العامة لفقرات المحور بـ (تقدير مرتفع)، وقد جاءت العبارة (**أصبح تويتر بفعل انتشار الخطاب الطائفي السني–الشيعي فضاءا للحروب الافتراضية بين السنة والشيعة**) في هرم ترتيب هذا المحور بمتوسط حسابي قدر بـ (2.3765) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (32.9%)، فيما جاءت عبارة (**تتعارض التغريدات الدينية السنية–الشيعية في تويتر مع أخلاقيات والقوانين المحلية والإقليمية والدولية التي تجرم التطرف والتعصب والتحريض الديني الطائفي**) في الرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2059) بأعلى فترة استجابة (موافق بشدة) بنسبة تكرار بلغت (35.1%)، فيما جاءت العبارة (**تساعد خوارزميات تويتر في نشر التغريدات الطائفية السنية الشيعية من خلال كسر حاجزي الزمان والمكان**)، في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.2206) بأعلى فترة استجابة (موافق) بنسبة تكرار بلغت (41.8%)، فيما توالت فقرات المحور تبعا حسب ما هو موضح في الجدول أعلاه، وقد جاءت الفقرة (**توظف التغريدات الطائفية (السنية–الشيعية) القرآن الكريم لتبرير**

اتجاهاتها المتطرفة والتحريضية ضد الأخر) في الرتبة الثامنة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1647) بأعلى فترة استجابة (موافق) بنسبة تكرار بلغت (36.5%)، وجاءت الفقرة (**ساهمت حركات التغيير السياسية في إثارة الخلافات الدينية التاريخية بين السنة والشيعة في تويتر)** في الرتبة التاسعة بمتوسط حسابي قدر بـ (2.1618) بأعلى فترة استجابة (موافق) بنسبة تكرار بلغت (34.8 %)، وجاءت الفقرة (**يعتبر المجال الديني التاريخي أكثر المجالات توظيفا في الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر.)** في الرتبة الأخيرة من فقرات هذا المحور بمتوسط حسابي قدر بـ (2.0765) بأعلى فترة استجابة مسجلة في الفقرة (موافق) وبنسبة تكرار بلغت (38.2%). ويمكن توضيح تفاوت التقديرات الخاصة بمحور أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر في الشكل التالي:



شكل رقم (25): يوضح المتوسط الحسابي لفقرات محور "أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في الـ "تويتر"

وللإجابة على فرضية المحور:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزى لمتغير الانتماء الديني.**

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم إخضاع إجابات فقرات هذا المحور لاختبارات Independent Samples T-test لبحث الفارقية بين المتغيرين، ويوضح الجدول رقم (53) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

العبارة	العينة		قيمة "ت"	قيمة "F"	مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية
تساعد خوارزميات تويتر في نشر التغريدات الطائفية السنية الشيعية من خلال كسر حاجزي الزمان والمكان	سنة	509	1.586	6.162	0.013	دال
	شيعة	171	1.671			
يعتبر المجال الديني التاريخي أكثر المجالات توظيفا في الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر.	سنة	509	3.259	3.196	0.074	غير دال
	شيعة	171	3.482			
أصبح تويتر بفعل انتشار الخطاب الطائفي السني–الشيعي فضاءا للحروب الافتراضية بين السنة والشيعة	سنة	509	4.698	18.283	0.000	دال
	شيعة	171	5.151			
يتأثر الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر بالموقع الاستراتيجي والأدوار الإقليمية لكلا من السعودية وإيران.	سنة	509	2.315	9.147	0.003	دال
	شيعة	171	2.473			
يهيمن البعد السياسي على محتوى التغريدات الطائفية الدينية السني–الشيعي في تويتر	سنة	509	1.489	20.366	0.000	دال
	شيعة	171	1.768			
تسهم التنظيمات المتطرفة في صناعة وتسويق خطابات التحريض الطائفي ضد الآخر (السني/ الشيعي) في تويتر.	سنة	509	3.492	14.367	0.000	دال
	شيعة	171	3.771			
توظف التغريدات الطائفية (السنية–الشيعية) القرآن الكريم لتبرير اتجاهاتها المتطرفة والتحريضية ضد الأخر	سنة	509	5.378	40.131	0.000	دال
	شيعة	171	6.334			
تتعارض التغريدات الدينية السنية–الشيعية في تويتر مع أخلاقيات والقوانين المحلية والإقليمية والدولية التي تجرم التطرف والتعصب والتحريض الديني الطائفي	سنة	509	1.601	4.099	0.043	دال
	شيعة	171	1.562			
تتركز التغريدات الطائفية السنية/الشيعية في تويتر على مناطق الصراع التي تحتوي على أقليات مذهبية ودينية (سوريا والعراق)	سنة	509	0.965	1.187	0.276	غير دال
	شيعة	171	0.974			
ساهمت حركات التغيير السياسية في إثارة الخلافات الدينية التاريخية بين السنة والشيعة في تويتر	سنة	509	0.135	14.144	0.000	دال
	شيعة	171	0.145			
الدرجة الكلية	سنة	509	3.440	0.131	0.717	غير دال
	شيعة	171	3.609			

جدول رقم (53): يوضح نتائج اختبار T-test لمحور الخامس تبعا لمتغير الانتماء الديني

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور بكل فقراته في **أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الانتماء

الديني، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير الانتماء الديني حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة السنة (3.440) وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة الشيعة (3.609) وبلغت قيمة "f"(0.131) ذات الدلالة الإحصائية (0.717) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ومنه نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي** في تويتر تعزى لمتغير الانتماء الديني لدى عينة الدراسة.

وللإجابة على فرضية المحور:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزى لمتغير الجنس.**

وللإجابة عن هذا التساؤل، تم إخضاع إجابات فقرات هذا المحور لاختبارات Independent Samples T-test وقد تم التوصل إلى النتائج التالي:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
ذكر	2.0710	0.82915	–4.642	3.347	0.068	غير دال
أنثى	2.3777	0.86669	–4.602			

جدول رقم (54): يوضح النتائج الكلية لاختبار T-test للمحور الخامس تبعا للجنس

نلاحظ من الجدول أعلاه نتائج اختبار (T-test) لعينتين مستقلتين، حيث أظهرت نتائج اختبار الفارقية الكلية للمحور **أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الجنس، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أطروحات الخطاب الطائفي في تويتر تعزي لمتغير الجنس حيث جاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة ذكر (4.642-) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.0710)، وجاءت القيمة الإجمالية لـ (ت) لفئة الشيعة (4.602-) بمتوسط حسابي قدر بـ (2.3777) وبلغت قيمة "f" (3.347) بدلالة الإحصائية (0.068) غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، ومنه نستنتج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في **محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزى لمتغير الجنس لدى عينة الدراسة.

وللإجابة على فرضية الدراسة التالية:

- **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة.** ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير السن ويوضح الجدول رقم (55) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
28–18	2.0307	0.87964	3.547	0.029	دال
39–29	2.2129	0.87617			
40 فأكبر	2.2837	0.78119			

جدول رقم (55): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA للدرجة الكلية لمحور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير السن

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ومنه نستنتج أنه **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محور أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** تعزي لمتغير السن لدى عينة الدراسة، حيث جاءت قيمة "F" (3.547) بقيمة إحصائية (0.029) دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، حيث جاء إجمالي المتوسط الحسابي الأكبر لصالح الفئة العمرية (40 فأكبر) بـ (2.2837)، يليه إجمالي المتوسط الحسابي للفئة العمرية (29-39) بـ (2.2129)، ويليه أخيرا إجمالي المتوسط الحسابي (2.0307).

وللإجابة على فرضية الدراسة التالية: **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي لدى عينة الدراسة.**

ولفحص هذا السؤال، تم إجراء اختبار التباين الأحادي ANOVA لاكتشاف هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في **أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر** لدى عينة الدراسة تعزي لمتغير المستوى التعليمي ويوضح الجدول رقم (56) نتائج الاختبار والدلالة الإحصائية:

متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "F"	القيمة الإحصائية	الدلالة الإحصائية
ثانوي	1.8505	0.65394	9.606	0.000	دال إحصائيا
مؤهل جامعي	2.2113	0.94439			
دراسات عليا	2.2821	0.80971			

جدول رقم (56): يوضح نتائج اختبار التباين الأحادي الاتجاه ANOVA للدرجة الكلية لمحور أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل التباين الأحادي الاتجاه، ومنه نستنتج أنه **توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر تعزي لمتغير المستوى التعليمي** لدى عينة الدراسة، حيث جاءت قيمة "F" (9.606) بقيمة إحصائية (0.000) دالة عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) حيث حصل المستوى التعليمي (دراسات عليا) على أعلى إجمالي متوسط الحسابي الكلي لفقرات المحور الخامس على (2.2821) يليه إجمالي متوسط الحسابي لمستوى التعليمي (مؤهل جامعي) بـ (2.2113) ثم إجمالي المتوسط الحسابي (ثانوي) بـ (1.8505).

ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة المسحية.

أظهرت إجابات المبحوثين الذين تم تسجيل ردودهم على الاستبيان الإلكتروني والبالغ عددهم (680) مفردة، على تفوق فئة (الذكور) بنسبة تكرار بلغت (59.9%) على فئة (الإناث) بنسبة (40.1%)، وهذه النتيجة تتفق مع المؤشرات الإحصائية حول تفضيلات النوع الاجتماعي في استخدام منصات التواصل الاجتماعية ومنها تويتر. وكما أبانت نتائج الدراسة الحالية على تفضيل الفئة العمرية (29-39) على بقية الفئات العمرية الأخرى تليها الفئة العمرية (40- فأكبر)، كما أظهرت العينة القصدية استخدام تويتر لفئات المستوى التعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (46.9%)، كما توصلت الدراسة الحالية إلى أن ما نسبته (74.9%) من عينة الدراسة هم من السنة، تقابله نسبة (25.1%) وهذه النتيجة تعكس التوزيع الطبيعي للانتماء الديني لقطبي الإسلام في العالم الإسلامي، كما استطاعت الدراسة التحصل على استجابات المبحوثين في أكثر من 16 جنسية عربية، تركزت بشكل أكبر في بلدان: (الجزائر، العراق، فلسطين، سوريا) وهو ما يسهم في إثراء مختلف التوجهات الفكرية للمبحوثين إزاء موضوع "الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي".

أبانت نتائج الدراسة الإحصائية عن تفوق سبب "استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع" بنسبة تكرار بلغت (38.8%) وتفسر أسباب استخدام تويتر لهذا السبب نتيجة الموثوقية العالية التي تتيحها منصة تويتر في التعبير عن مختلف التصورات الفكرية والتوجهات الأيديولوجية لدى مستخدمي تويتر، كما أن منصة تويتر تعتبر واجهة إعلامية للشخصيات السياسية ونخب المجتمع التي يعبر من خلالها عن مختلف آراءهم وتصوراتهم وتوجهاتهم الفكرية والسياسية والثقافية وغيرها، وبالتالي يصبح تويتر أكثر من شبكة اجتماعية تواصلية ليكون منصة إعلامية لتناقل الأخبار والآراء والتعبير عن وجهات نظر النخب السياسية والاجتماعية والدينية وهو ما يخلق حالة "الأتباع" الذين يتطلعون للتعرف على اتجاهات أصحاب الحسابات الرسمية التي من شأنها أن تصبح إلى حدّ ما بمثابة "منبر ديني" يجمع في طياته ذوي الاهتمامات المشتركة.

كما أظهرت نتائج الدراسة الإحصائية وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أسباب استخدام تويتر تعزى لمتغير الجنس، حيث تعود أسباب الفارقية لارتفاع المتوسط الحسابي لفئة (أنثى) أكبر من المتوسط الحسابي لفئة (ذكر)، ويفسر هذا الأمر في توجه فئة الذكور نحو استخدام تويتر بنسبة أكبر لصالح البديل الأول (يستخدم تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع) بنسبة تكرار بلغت

(41.27%)، بنما حصل هذا البديل على نسبة تكرار بلغت (35.16%) لدى فئة أنثى وهو ما أثبته اختبارات (كا^2) للاستقلالية التي توصلت إلى قيمة P= 0.042 دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05)، وكذلك أظهرت نتائج اختبارات الفارقية (T.test) حيث توصلت إلى مستوى دلالة (0.000) دالة إحصائيا وهو ما يثبت وجود فروق في أسباب الاستخدام تعزي لمتغير الجنس.

وأظهرت النتائج الإحصائية المتعلقة بإجابات المبحوثين عن السؤال (ما هي اللغة المستخدمة في نشر التغريدات أو التعليق بها؟)، حيث تحصل البديل الأول (اللغة العربية) على أكثرية إجابات المبحوثين بنسبة تكرار بلغت (86.2%)، وتفسر هذه النتيجة أن اللغة العربية هي اللغة الأولى المستخدمة في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ومنها تويتر من طرف المستخدمين العرب بغض النظر عن المستوى التعليمي أو الانتماء الديني، وهذا ما أكدته اختبارات (كا^2) للاستقلالية واختبارات الفارقية (T.test) و (ANOVA) التي شملت بحث ارتباطات إجابات المبحوثين في هذا السؤال مع متغيرات الدراسة الحالية، وتشكل اللغة مؤسسة اجتماعية تتيح تحقيق تواصل فعال إذا ما تحقق شرط وصول الرسالة الاتصالية إلى جمهورها بالاعتماد على شرط اللغة التواصلية التي يستوعبها ويفهما الجمهور بمختلف فئاته وطبقاته، وبالنظر إلى أهمية اللغة في إحداث الفعل التواصلي للخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر كشرط حاسم وأساسي في عمليات الإنتاج والتوزيع والاستهلاك لمخرجات هذا الخطاب في منصة تويتر لدى مستخدميه. ويلاحظ في نتائج اختبارات (sheffe) أن فارقية المستوى التعليمي في طبيعة اللغة المستخدمة في تويتر جاءت لصالح (دراسات عليا) بفارق معنوي (0.414*)، وظهر البديل الثاني (اللغة الإنجليزية) في الرتبة الثانية بتفوق واضح في الاستخدام لصالح فئة (أنثي) وفي فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) حيث جاءت نسبة تكراره (10.03%)، يعزى هذا الفارق إلى اعتبار اللغة الإنجليزية لغة تواصلية عالمية ويتطلب التواصل بها في منصة تويتر تملكها وإتقانها وهو ما يتوفر لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا).

وأظهرت النتائج الإحصائية المتعلقة بإجابات المبحوثين عن السؤال (3) المتعلق بـ "أساليب التفاعل في تويتر" إلى تحصل البديل (المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى) على الرتبة الأولى بنسبة تكرار بلغت (52.6%)، يفتح هذا البديل المجال أمام جعل التغريدات المنشورة في منصة تويتر ذات إمكانيات توصيلية أكبر من خلال استغلال بعض الخصائص والمميزات الخاصة بتويتر، إذ يتيح هذا الأمر انتشار أوسع واستهلاك أكبر لتغريدات تويتر في منصات شبكية تواصلية أخرى كالفيسبوك وانستجرام والتيليجرام والواتساب، وهو ما يطرح في الوقت ذاته بدائل اتصالية أخرى تمكن من وصول التغريدات التي تم مشاركتها إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين للشبكات الاجتماعية، وبالتالي يحقق انتشارا أوسع للمواضيع

التي يتم التطرق لها وتداولها عبر تويتر. وأظهرت نتائج اختبار الفارقية (T.test) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أساليب التفاعل في تويتر تعزى لمتغير الجنس، إذ تفوقت فئة (الذكور) في أساليب التفاعل عكس الإناث من حيث البديل (التغريد) الذي حل ثانيا بنسبة تكرار بلغت (24.07%) فيما حل ثانيا البديل (التعليق) لدى فئة (الإناث) بنسبة تكرار بلغت (18.31%) وتظهر هذه النتيجة تفاوت في القدرة على التعبير عن الآراء والتوجهات الفكرية والسياسية والدينية، حيث يفضل فئة النوع الاجتماعي (ذكر) التعبير عن توجهاته الفكرية من خلال التغريد، فيما تفضل (الإناث) مناقشة القضايا والآراء المطروحة في تويتر من خلال (التعليق)، ومن خلال هذه النتيجة المتوصل إليها إحصائيا نستنتج امتلاك فئة (ذكر) لزمام المبادرة في عرض الآراء والتعبير عن الأفكار ووجهات النظر أكثر من فئة (الإناث) وهو ما يدلل في الوقت ذاته عن امتلاكهم لثقة أكبر من الإناث. كما أبانت نتائج الدراسة الإحصائية على تفوق فئة (السنة) في إثراء بدائل التفاعل الاجتماعي أكثر من نظرائهم (الشيعة) في عمليات التغريد والتعليق وتسجيل الإعجاب، ويعزى هذا الأمر على تملكهم لمساحات تعبيرية أوسع باعتبارهم الفئة التي تمثل أكثرية دينية في العالم الإسلامي في فضائه التفاعلي الافتراضي في تويتر.

وقد أظهرت نتائج اختبارات الفارقية (sheffe) أن الفئة العمرية (29-39) أكثر تفاعلا وإثراء لأساليب التفاعل في تويتر، يرتبط هذا الأمر بمرحلة بداية نضج فكري وتكوين ميل سياسي وديني يسهم في إثراء الطرح الفكري في منصة تويتر وهو ما يظهر جليا في عمليات التفاعل في تويتر، وهي ذات النتيجة المتوصل إليها في متغير المستوى التعليمي التي جاءت لصالح فئة (دراسات عليا)، وهو ما يعكس تملك مستخدمي تويتر ذوى المستوى التعليمي (دراسات عليا) ضمن الفئات العمرية (29-39) لقدرات عالية على التمحيص والتحليل والتفكير وإبداء وجهات النظر حو مختلف القضايا المتداولة في منصات التواصل الاجتماعية.

أظهرت النتائج الإحصائية المتعلقة بإجابات المبحوثين عن السؤال (4) المتعلق بـ "طبيعة التغريدات التي تثير اهتمامك في تويتر" تحصل البديل (تغريدات دينية) على صدارة ترتيب التغريدات المهمة لدى عينة الدراسة بنسبة تكرار بلغت (79.4%)، ويمثل الدين محور فعال في مختلف نشاطات الإنسان التفاعلية والتواصلية وهو ما ينعكس على مختلف مخرجات الفعل التواصلي له في فضاء التفاعل الاجتماعي في تويتر من تغريدات ومتابعات لصفحات الدينية، وتتقاطع التغريدات الدينية مع التغريدات السياسية باعتبار السياسة فعلا مؤطرا للدين وقد تتواري الأنساق السياسية خلف العباءة الدينية التي تمنح المبررات اللازمة لتسويق الفعل الديني ضمن مسارات متقاطعة ومتوازية أحيانا وهو ما تفسره اختبارات (كا^2) للاستقلالية بين المتغيرات

واختبارات الفارقية لتحليلي (T.test) و تحليل (ANOVA). حيث جاءت قيمة P= 0.001 دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة المعنوية وهو ما يؤكد وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة التغريدات وبين متغير الجنس وقيمة P= 0.000 وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة التغريدات ومتغير السن،

في حين أكدت اختبارات (كا^2) عدم وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة التغريدات ومتغير الانتماء الديني وكذا متغير المستوى التعليمي، وهذه النتيجة تتفق مع التوجه العام لطبيعة الاهتمامات لدى مستخدمي تويتر العرب، حيث أكدت المؤشرات الإحصائية تصدر حسابات رجال الدين والدعاة الإسلاميون في صدارة الحسابات الأكثر متابعة في العالم العربي ويأتي حساب سلمان العوضي، عائض القرني نبيل علي العوضي، محمد العريفي، أحمد الشقيري، محمد العوضي، عمر خالد، محمد صالح المنجد، وهو ما يعكس اهتماما كبيرا بالجانب الديني الذي يمثل مجالا يكتسح ممارسات الحياة الإنسانية، وهو ما يتفق كذلك مع نتائج دراسة جنيف عبدو الموسومة بـ "السلفيون والطائفية: تويتر والصراع الطائفي في الشرق الأوسط" حيث أكدت فيها الباحثة عن الأدوار التي يلعبها رجال الدين السلفيون في إثارة الفتنة الطائفية والتحريض المذهبي في تويتر، وتتشارك هذه الدراسة في هذه النتيجة ضمن سؤالين أساسيين: طبيعة الاهتمام بالتغريدات المنشورة في تويتر حيث جاءت التغريدات الدينية في صدارة ترتيب سلم اهتمامات مستخدمي تويتر، والثانية ترتبط بسؤال رقم (8) المتعلق بمسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي.

أظهرت نتائج الدراسة المسحية المتعلقة باستجابات المبحوثين عن السؤال رقم (5): ما هي أكثر المحتويات الدينية التي تثير انزعاج في تويتر؟ حيث جاء البديل (إهانة رموزك الدينية) في صدارة ترتيب استجابات المبحوثين بنسبة تكرار بلغت (46.5%) ويفسر هذا الأمر في أن الرموز الدينية الإسلامية تحظى بقداسة تامة ما يجعل المساس بها أمرا محظورا يثير الكراهية ويؤدي إلى استفزاز المشاعر الدينية، وأكدت نتائج اختبارات (كا^2) على وجود علاقة ارتباطية بين طبيعة المحتويات الدينية المثيرة للإزعاج ومتغيرات الدراسة (الجنس، الانتماء الديني، السن، المستوى التعليمي) حيث تراوحت قيمة p= 0.000 و p= 0.007.

كما أبانت نتائج الدراسة المسحية المتعلقة باستجابات المبحوثين عن السؤال رقم (6): ما هي طبيعة تعاملك مع التغريدات الدينية التي تثير انزعاجك في تويتر؟ حيث جاء البديل (السب والقذف ردا على المسيء) في الرتبة الأولى لدى عينة الدراسة، ويفسر تواجد هذا البديل في صدارة أساليب التعامل مع التغريدات الدينية المزعجة على انزياح خطير يفتح فيه المجال أمام خطابات الكراهية الدينية والتحريض الطائفي يؤكد على تحول التغريدات الدينية إلى خطابات الكراهية والتعصب والتطرف الديني والطائفي، وهو ما يؤكد على وجود أزمة أخلاقية في عمليات التعاطي مع التغريدات المثيرة للإزعاج، وهو ما أثبتته نتائج اختبار (كا^2)

للاستقلالية واختبارات (T.test) و (One-Way-ANOVA) في وجود علاقة ارتباطية بين طريقة التعامل مع التغريدات المزعجة ومتغيرات الدراسة، واللافت للنظر تصدر ترتيب البديل (محاولة تصحيح معلومات مضللة) لدى عينة الدراسة ممن يمتلكون مستوى تعليمي (دراسات عليا) بنسبة تكرار بلغت (30.09%) يليه البديل (الانسحاب من الجدال والنقاش في تويتر) بنسبة تكرار بلغت (26.33%) ويفسر هذا الأمر لتملك هذه الفئة من العينة على موثوقية عالية تمكنهم من محاولة تصحيح معلومات مضللة بدلا من السب والقذف ردا على المسيء كبديل لا يرتقي لمستواهم الثقافي والمعرفي، وهو ما يفسره البديل الثاني من اختيارهم في الانسحاب من الجدال والنقاش نتيجة التحول الظاهر في بنية التغريدات الدينية إلى خطابات كراهية وتحريض طائفي هدفها التشجيع على العنف والتعصب والتطرف وإقصاء الآخر دينيا.

أظهرت نتائج الدراسة المسحية المتعلقة باستجابات المبحوثين عن السؤال رقم (7): ما هي أكثر الدول العربية تعرضا لخطاب تحريض طائفي (ضد السنة/ الشيعة) تموضع البديل (العراق) في قمة هرم الدول التي تعاني من خطابات طائفية بنسبة تكرار بلغت (30.3%) وهذا الأمر يبدو منطقيا نتيجة التاريخ المأسوي الذي عاشه العراق جراء الحروب الطائفية بين السنة والشيعة وخاصة بعد الاحتلال الأمريكي للعراق وسقوط نظام صدام حسين السني والذي أسهم في دخول العراق في نفق من الصراعات الطائفية، تليه سوريا ولبنان ومصر واليمن وهذه الدول عرفت تداعيات حركات التغيير السياسي عدا لبنان التي عاشت هي الأخرى حربا الطائفية في سبعينات القرن الماضي، وعايشت مؤخرا بعض الأحداث التاريخية التي لها دلالات طائفية كتفجيرات مرفأ بيروت في تموز 2020. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه ألكساندرا سيغل في دراستها (حروب تويتر الطائفية) في التوزيع الجغرافي لتغريدات الطائفية التي تمركزت في دول المشرق العربي والخليج العربي مع تداول (السعودية والبحرين) كدولتين خليجيتين تتعرضان لخطاب تحريض طائفي لدى عينة الدراسة بنسب أقل من دول المشرق العربي.

كما أبانت نتائج الدراسة المسحية المتعلقة باستجابات المبحوثين عن السؤال رقم (8): من هو المسؤول عن تقديم خطاب تحريض طائفي؟ حيث جاء البديل (رجال الدين) في الرتبة الأولى في استجابات المبحوثين بنسبة تكرار بلغت (53.4%) حيث يرى المبحوثين أن رجال الدين هم السبب الأول وراء إنتاج وتقديم خطابات الكراهية والتحريض الطائفي في المنطقة العربية عبر تويتر، ويفسر هذا الأمر إلى امتلاكهم قاعدة جماهيرية كبيرة تتشكل من المتتابعين التي تصل في تويتر إلى الملايين من الأتباع، وقد أكدت نتائج دراسة جنيف عبدو وألكساندرا سيغل هذا الأمر في توصلهما لدور بعض من الدعاة الإسلامين في التحريض على إقصاء الآخر من منطلق التكفير وادعاء ضلاله وبطلان ديانته. كما أكدت نتائج اختبارات الفارقية

والاستقلالية (كا^2) بين مسؤولية تقديم خطابات التحريض الطائفي ومتغيرات الدراسة، حيث بلغت قيمة p=0.017 لتثبت وجود علاقة ارتباطية مع متغير الجنس، فيما جاءت p غير دالة إحصائيا مع مغير الانتماء وكذا السن وهو ما يؤكد عدم وجود علاقة بين المتغيرين، فيما جاءت قيمة p= 0.001 دالة إحصائيا مع متغير المستوى التعليمي، وحل البديل (مؤسسات إعلامية) في الرتبة الثانية في مسؤولية تقديم خطاب تحريض طائفي من وجهة نظر المبحوثين بنسبة تكرار بلغت (30.3%) وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت إليه الباحثة سامان سازان عبد الحميد في دراستها الموسومة بـ "تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية" حيث توصلت الدراسة إلى أن وسائل الإعلام غير موضوعية في معالجة بعض القضايا الطائفية بل وتسهم في إثارة بعض النزاعات الطائفية نتيجة انحيازها من وجهة نظر النخبة في العراق، وهو ما تم تأكيده في دراستنا هذه فيما يتعلق بعلاقة مسؤولية الخطاب الطائفي بمتغير المستوى التعليمي حيث أثبتت نتائج الفارقية من خلال اختبار (ANOVA) على أن المتوسط الحسابي ذي الفارق المعنوي الأكبر جاء لصالح فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) حيث جاءت ترتيب بدائل السؤال (8) على النحو التالي: رجال الدين (49.52%)، مؤسسات إعلامية (30.72%)، سياسيون (17.24%)، وتمثل هذه البدائل الثلاث هرم ترتيب أكثر التغريدات متابعة لدى العرب في تويتر حسب المؤشرات الإحصائية لسنة الماضية وهو ما يؤكد حجم الاهتمام الذي يوليه مستخدمي تويتر في تحديد سلم القضايا الأكثر متابعة واهتماما بالنسبة لهم فضلا على تحديد أبرز الحسابات المتابعة في تويتر وهو ما يؤكد على أن تويتر أكثر من منصة لتواصل الاجتماعي ليشكل منبرا لتعبير بحرية عن الآراء والتوجهات الفكرية وتكوين قاعدة شعبية وتحويل القضايا والأحداث إلى تراند باستخدام آلية الوسم وهي الميزة التي عبرت عنه فئات من المبحوثين عن تقديرها إزاءه.

وبالاعتماد على الاختبارات المعلمية (t.parmatric) بعد التأكد أن عينة هذا المحور تتبع التوزيع الطبيعي، تم فحص فرضيات الدراسة من خلال اختبارات (T.test) و(ANOVA)، إذ توصلت نتائج الدرجة الكلية للمحور لثاني وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية تعزي لمتغيرات: الجنس ذي القيمة الإحصائية (0.008)، والانتماء الديني بقيمة (0.001)، والسن (0.001)، والمستوى التعليمي بقيمة (0.000).

أبانت نتائج الدراسة المسحية المتعلقة بالمحور الثالث الموسوم بـ "خصائص الخطاب الطائفي السني–الشيعي" وهو المحور الذي يبحث في السمات البنيوية والوظيفية للخطاب الطائفي السني–الشيعي وتحديد مختلف تمظهراته السياقية التي تؤطرها الأبعاد السياسية والدينية والاجتماعية في العالم العربي على وجه الخصوص، وقد توصلت الدراسة إلى أن الخطاب الطائفي يظهر في حالة الفشل في إقامة الحور وبناء الصلات

مع الآخر، حيث جاءت هذه الفقرة في صدارة ترتيب فقرات المحور بأعلى فترة استجابة قدرت بـ (موافق بشدة) بنسبة (30.7%)، فيما أبدى ما يقارب (265) من أفراد عينة الدراسة عن موافقتهم الشديدة في أن الخلافات الفقهية بين السنة والشيعة هي السبب الرئيس في الصراع السني-الشيعي القائم بين قطبي الإسلام في منطقة الشرق الأوسط والخليج العربي الذي يعيش حالة عدم استقرار سياسي بفعل مرتدات ما-بعد الربيع العربي وهو ما انعكس على حالة الاستقرار المذهبي والديني في المنطقة حسب اتجاهات عينة الدراسة، ومن خصائص الخطاب الطائفي السني-الشيعي أنه خطاب مظلومية وإقصاء في الخطاب الشيعي (مظلومية الذات ممثلا بشخص فاطمة الزهراء وعلي والحسين رضى الله عنهم) وإقصاء للآخر الممثل في شخص صحابة رسول الله صلى الله عليه وسلم (أبي بكر وعمر وعثمان وعائشة)، ويقابله خطاب يسعى للدفاع عن الأيقونة السنية في شخص الصحابة رضوان الله عليهم دون المساس بأيقونة الشيعية التي تمثل وتد مهم في التاريخ الإسلامي من المنظور السني، وعلى هذا تمثل الجنوسية الطائفية خصوصية هامة تتمظهر في الخطاب الديني الشيعي من خلال فكر الإقصاء لشخص عائشة رضوان الله عليها كأكثر الشخصيات حضورا في الخطاب الطائفي الشيعي والسني دفاعا، وقد أكدت نتائج الفارقية في اختبارات (T.test) فيما يتعلق بهذه الفقرة دالة إحصائيا بقيمة (0.017) تبعا لمتغير الانتماء الديني، على الرغم من أن المحور ككل جاء غير دال (0.966)، ومن بين خصائص الخطاب الطائفي السني-الشيعي غياب الموضوعية والعقلانية وإلغاء قيم التسامح والمواطنة في بنية الخطاب الطائفي لصالح إلغاء الغيرية والإقصاء الديني وبعث دواعي التطرف الديني، وهو ما يؤسس لمفهوم واضح للخطاب الطائفي السني-الشيعي ويسهم في إزالة الضبابية واللبس عنه.

ويحدد المحور الرابع "أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر" أبرز القضايا الطائفية وأكثرها اهتماما ومتابعة عبر تويتر في الخطابين السني-الشيعي في موقع التدوين المصغر "تويتر"، وقد أظهرت نتائج الدراسة المسحية في هذا المحور، إبداء موافقة عالية لدى عينة الدراسة في اعتبار أن أكثر الصراعات حضورا في تويتر هو الصراع السني-الشيعي بمتوسط حسابي يقدر بـ (2.29)، وهو الأمر الذي تفسره الفقرة (أن سياسية تويتر تسهم في توفير مجالا لتبادل السب والقذف والاتهامات بين السنة والشيعة) التي حلت ثانيا بأعلى تقدير للاستجابة (موافق) بنسبة (43.2%)، ويؤدي هذا الأمر كنتيجة منطقية إلى تفشي خطابات الكراهية الدينية والطائفية تحت طائلة حرية التعبير ونتيجة غياب الرقابة، كما يسهم تويتر في تحويل الصراعات التاريخية على ثوابت في الهوية الدينية نتيجة حجم تداول مثل هذه الأحداث في تويتر كمعركة الجمل ومذبحة كربلاء، على ذات الصعيد تتجه الخطابات الطائفية إلى تكريس ظاهرة استعلاء الذات، وتأصيل المظلومية في الخطابات الدينية السنية والشيعية في مقابل نشر تغريدات ذات المحتويات البصرية والمكتوبة والمسموعة والوسوم

واستطلاعات الرأي التي تحض على الإساءة للآخر معتقدا وهوية وكذا تقديم معلومات مضللة وزائفة، فضلا على عمليات إحياء الأحداث التاريخية من خلال عمليات ربط الأحداث الجارية بأخرى تاريخية وهو ما يؤكد في أخر فقرة من فقرات المحور حسب استجوابات المبحوثين أن الخطاب الطائفي السني-الشيعي في خطاب رجعي يعتمد على لغة طائفية ماضوية، وفي غياب لأي علاقة ارتباطية أو فروق ذات دلالة إحصائية بين فقرات المحور ومتغيرات الدراسة.

وأبانت نتائج الدراسة المسحية المتعلقة بالمحور الخامس (أطر تداول الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر) وهو المحور الذي يبحث في ميكانزمات تداول الخطاب الطائفي السني الشيعي عبر تويتر، وتحديد مختلف تداعيات هذا التداول على مستخدمي تويتر، وأظهرت النتائج الإحصائية تحصل الفقرة (اصبح تويتر فضاءا للحروب الافتراضية بين السنة والشيعة) فالمساحة التعبيرية الواسعة التي أتاحها تويتر تحت مبرر حرية التعبير أسهم في تحويل مختلف التغريدات الدينية إلى فضاءات لسب والشتم والقذف وتبادل الاتهامات بين السنة والشيعة وهو ما أتاح انزياح هذه التغريدات الدينية إلى خطابات كراهية وتحريض طائفي باسم الدين. وعلى الرغم من أن هذه التغريدات تتعارض مع أخلاقيات والقوانين الدولية والإقليمية التي تجرم خطاب الكراهية والتمييز والتطرف الطائفي إلاّ أنها خطابات تحظي بالتداول والانتشار بأشكال مختلفة في تويتر، وهو ما فسرته الفقرة ذات الرتبة الثالثة إذ تساعد خوارزميات تويتر على نشر الخطابات الطائفية السنية-الشيعية من خلال كسر حاجزي الزمان والمكان مما يجعل هذه الخطابات تحظي بالتداولية وتحقق الأثر المطلوب في إثارة الفتنة الطائفية من خلال استفزاز المشاعر وبعث دواعي التطرف الديني ما يسهم في وصول درجات الإقصاء الديني إلى منتهاها. ويعمل تويتر على إبراز تأثير الموقع الاستراتيجي لكلا من المملكة العربية السعودية وجمهورية إيران باعتبارها يمثلان العاصمة الدينية الإسلامية لكلا من السنة والشيعة وهو ما يفسر ارتفاع عدد متابعي حسابات كلا من الملك السعودي وولي عهده، وبالمقابل ارتفاع متابعي الخامنئي، وأكدت نتائج هذا المحور على تمركز التغريدات الطائفية في مناطق الصراع التي تحتوي أقليات دينية كالعراق وسوريا واليمن. في جانب أخر تسهم التنظيمات المتطرفة والإرهابية في صناعة وتسويق خطابات التحريض الطائفي وهي النتيجة التي تتفق مع ما توصلت إليه دراسة محمد الراجي الموسومة بـ " أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية" حيث أكدت على أن خطاب تنظيم الدولة الإسلامية خطاب مشبع بإيديولوجيا التوحش والكراهية للآخر الديني. وقد أكدت الدراسة الحالية على هيمنة البعد السياسي على مسارات الخطابات الطائفية السنية -الشيعية حيث يعتبر المجال السياسي مؤطر للخطاب الديني في تويتر ويعبر في الوقت ذاته عن الترجمة الدينية للصراعات السياسية القائمة في المنطقة العربية وهو يؤسس في الوقت ذاته اتجاهاته الطائفية في

مناطق التنوع الاثني، على هذا جاءت الفقرة الأخيرة في ترتيب استجابات المبحوثين حول حركات التغيير السياسي ما-بعد الربيع العربي التي أسهمت في إثارة الخلافات الدينية السنية-الشيعية في تويتر، وعلى هذا ينفجر الخطاب الديني الطائفي في تويتر في أوقات الأزمات السياسية في البلدان العربية نتيجة حالات التشظي السياسي الذي ينعكس طرديا على طبيعة العلاقات السنية-الشيعية في تويتر. وفي ذات المجال يوظف القرآن الكريم كآلية حجاجية داعمة لتوجهات الدينية المتطرفة في الصراع السني-الشيعي في تويتر وهو ما يبرر ارتفاع منسوب الكراهية الدينية في التغريدات الطائفية السنية الشيعية.

ثالثا: نتائج الدراسة المسحية

حاولت الدراسة المسحية استنطاق التساؤلات البنيوية التي تمثل الهيكل الإجرائي الأساسي لهذه الدراسة من خلال تحديد اتجاهات عدد من المستجوبين الموزعين على عدد من البلدان العربية في محاولة لإثراء الطرح المنهجي خصوصا وأن موضوع الصراع الطائفي السني-الشيعي لامس جغرافيا عدد من دول المشرق والخليج العربيين، على هذا تم توجيه استبيان إلكتروني عبر تويتر وحث المستجوبين على مشاركته عبر حساباتهم عل تويتر وعلى مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى، وقد تم تسجيل (680) استجابة للاستبيان، وبإخضاعه للمعالجة الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS في نسخته 25 وتعريض البيانات الي مجموعة من الاختبارات الإحصائية المعلمية تم التوصل على النتائج التالي:

- أكثر أنواع النوع الاجتماعي (الجنس) استخداما لتويتر هم فئة الذكور بنسبة تكرار بلغت 60%.
- تتراوح الفئة العمرية الأكثر نشاطا على تويتر ما بين (29-39) سنة.
- تعتبر الفئة التعليمية (دراسات عليا) أكثر فئات المستوى التعليمي توظيفا لتويتر.
- اتفقت استجابات المبحوثين على أن أكثر أسباب استخدام تويتر باعتبار المنصة التواصلية الأكثر استخداما لدى الشخصيات السياسية ونخب المجتمع فضلا على كونه منصة تمتاز بالدقة والاختصار والتركيز في عرض الأحداث والقضايا.
- تعتبر اللغة العربية أهم اللغات استخداما في عملية التواصل والتفاعل في تويتر لدى شرائح مستخدمي تويتر في البلدان العربية.
- أجمعت عينة الدراسة على أن من أهم أساليب التفاعل الاجتماعي في تويتر مشاركة محتويات تويتر من تغريدات وروابط واستطلاعات وفيديوهات عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى، وهو ما يضمن انتشارها ووصولها لأكبر عدد من مستخدمي ومتصفحي الشبكات الاجتماعية وهو ما يجعل تويتر منصة إعلامية وتواصلية هامة بفعل انتشار التغريدات وانفتاحها على بقية منصات التواصل الأخرى.
- تشكل التغريدات الدينية أبرز المحتويات التي يهتم بها مستخدمو تويتر نشرا أو تعليقا أو غيرها من أساليب التفاعل والمشاركة الاجتماعية، ويعزى هذا الاهتمام بالتغريدات الدينية لاعتبارات تتعلق

بالمجال الديني الذي يؤطر الحياة الإنسانية ممارسة ونشاطا وهو ما لا يمكن فصله على مختلف تمثلات الوجود الإنساني في الفضاء الافتراضي.

- اتفقت إجابات المبحوثين على أن أكثر المحتويات الدينية التي تثير الانزعاج والانفعال في تويتر هي إهانة الرموز الدينية لدى كلا من السنة والشيعة يليها السب والشتم والقذف الذي يتم تداوله في تويتر.

- تباينت استجابات المبحوثين في طريقة التعامل مع التغريدات الدينية التي تثير الانزعاج والغضب جراء المساس بالرموز الدينية وإهانتها حسب متغيرات الدراسة، حيث اتجهت الفئة العمرية (40- فأكبر) إلى محاولة تصحيح المعلومات المضللة وهو نفس الاتجاه لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا) وهو نفس الخيار الذي اتفقت عليه السنة، فيما فضلت بقية الفئات العمرية والمستوى التعليمي وفئة الانتماء الديني (الشيعة) الرد بالسب والشتم والقذف.

- أجمعت استجابات المبحوثين على أن أكثر الدول العربية تعرضا لخطابات كراهية وتحريض طائفي هي دول: العراق ثم سوريا تليها لبنان.

- واتفقت استجابات المبحوثين على مسؤولية تقديم خطاب طائفي سني/شيعي في تويتر هي فئة رجال الدين تليها المؤسسات الإعلامية التي تقوم بتسويق وتوزيع محتويات خطاب الكراهية عبر منصة تويتر.

- وأكدت نتائج اختبارات الفارقية وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) في محور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير الجنس.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) في محور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير الانتماء الديني.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) في محور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير السن.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية (0.05) في محور أنماط استخدام تويتر تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

- أكدت نتائج التحليل الإحصائي حول أبرز خصائص وسمات الخطاب الطائفي السني–الشيعي من وجهة نظر عينة الدراسة على أن الخطاب الطائفي يظهر في حالة الفشل في إقامة الصلات وبناء حوار مع الآخر الديني، كما اتفقت استجابات المبحوثين على أن القضايا الخلافية الفقهية تمثل محور الصراع الطائفي بين السنة والشيعة، وكما تنعكس الصراعات والاضطرابات السياسية في بلدان الشرق الأوسط والخليج العربي على حالة الاستقرار المذهبي والعقدي بين السنة والشيعة، كما أكدت عينة الدراسة على أن الخطاب الطائفي يعمل من خلال تكثيف رسائل تحرض على كراهية الأخر الديني، ويعتمد كذلك على إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة وتوظيف الذاكرة الدينية في محتوياته، كما أن الخطاب الطائفي يعمل على بعث دواعي التطرف الديني، وإجمالا تتجلي في بنية الخطاب الطائفي غياب العقلانية والموضوعية.

- وبالاعتماد على اختبارات الفارقية التي أكدت نتائجها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور خصائص الخطاب الطائفي السني الشيعي تعزى لمتغير الانتماء الديني.

- كما أكدت الاختبارات الإحصائية (T.test) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور خصائص الخطاب الطائفي السني الشيعي تعزى لمتغير الجنس.

- فيما توصل تحليل التباين الأحادي (one-way-ANOVA) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور خصائص الخطاب الطائفي السني الشيعي تعزى لمتغير السن.

- وأكد ذات التحليل عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور خصائص الخطاب الطائفي السني الشيعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

- اتفقت استجابات المبحوثين على أن الصراع الطائفي بين السنة والشيعة أكثر الصراعات حضورا في تويتر، وكما أكدت استجابات المبحوثين على أن سياسة تويتر تسهم في توفير مجال لتبادل السب والشتم والقذف والاتهام بين المغردين السنة والشيعة، ما يؤدي لتفشي خطابات الكراهية الدينية في تويتر، ويعمل الخطاب الطائفي عل تقديم معلومات مضللة وزائفة عن الآخر الديني، ومن بين أطروحات الخطاب الطائفي ربطه للأحداث الجارية بأحداث تاريخية مما يحيل المتلقي على استمرارية الصراع التاريخي القائم بين السنة والشيعة منذ قرون خلت، على هذا أكدت استجابات المبحوثين

على أن اللغة التي يعتمد عليها الخطاب الطائفي في تويتر هي لغة قديمة وبالتالي يصبح الخطاب الطائفي رجعيا في بنيته.

- وبالاعتماد على اختبارات الفارقية التي أكدت نتائجها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر تعزى لمتغير الانتماء الديني.
- كما أكدت الاختبارات الإحصائية (T.test) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر تعزى لمتغير الجنس.
- فيما توصل تحليل التباين الأحادي (one-way-ANOVA) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور أطروحات الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر تعزى لمتغير السن.
- واتفقت استجابات المبحوثين المتعلقة بمحور "أطر تداول الخطاب الطائفي السني-الشيعي في تويتر" على أن تويتر اصبح فضاءا للحروب الافتراضي بفعل انتشار الخطاب الطائفي المتداول بين السنة والشيعة، وتساعد في انتشار هذه الخطابات خوارزميات تويتر التي تسهم في كسر حاجزي الزمان والمكان، كما أن التغريدات الطائفية تتعارض مع الأخلاقيات والقوانين المحلية والإقليمية والدولية التي تجرم التعصب والتطرف والتحريض الديني الطائفي، وتعتمد التغريدات الدينية على توظيف القرآن الكريم لتبرير اتجاهاتها وممارساتها المتطرفة في تويتر، واتفقت استجابات المبحوثين على انعكاس الصراع السياسي على حالة الصراع الطائفي السني-الشيعي في تويتر.
- وبالاعتماد على اختبارات الفارقية التي أكدت نتائجها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني-الشيعي تعزى لمتغير الانتماء الديني.
- كما أكدت الاختبارات الإحصائية (T.test) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني الشيعي تعزى لمتغير الجنس.
- فيما توصل تحليل التباين الأحادي (one-way-ANOVA) وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني الشيعي تعزى لمتغير السن.
- وأكد ذات التحليل وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية في محور أطر تداول الخطاب الطائفي السني الشيعي تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

الخاتمـــــــة

حاولت هذه الدراسة بشقيها التحليلي والمسحي البحث في مختلف تجليات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر وانتهت إلى جملة من النتائج يمكن استعراض أهمها على النحو التالي:

- يستخدم "تويتر "بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع، فضلا على كونه منصة تواصلية تمتاز بالدقة والتركيز والاختصار في التعبير عن الآراء والقضايا المختلفة. وتعتبر ميزة مشاركة التغريدات عبر منصات التواصل الاجتماعية أكثر أساليب التفاعل توظيفا لدى مستخدمي تويتر.

–تعتبر التغريدات الدينية أكثر المحتويات التي تحظى باهتمام ومتابعة مستخدمي تويتر العرب –تشكل إهانة الرموز الدينية والسب والقذف عبر تويتر أكثر أشكال المحتويات الدينية إثارة للإزعاج والانفعال لدى مستخدمي تويتر ويتم التعامل معها بنفس الأسلوب لدى أغلبية مستخدمي تويتر عدا عن تفضيل أسلوب محاولة تصحيح معلومات مضللة لدى فئة المستوى التعليمي (دراسات عليا)، وتعدّ دول: العراق سوريا ولبنان أكثر الدول العربية تعرضا لخطاب تحريض طائفي، أرجع فيه مستخدمو تويتر مسؤولية تقديمه إلى رجال الدين في المقام الأول ثم مؤسسات إعلامية انخرطت في تسويق خطابات الكراهية الدينية والتحريض الطائفي.

- يعدّ الخطاب الطائفي السني–الشيعي خطابا مُتوجّساً يبني أساطيره في تضخيم الهويات الهامشية على حساب الهوية الجامعة التي يتم إقصائها في محفل الفضاء الافتراضي عبر تويتر، يتم تضخيم هذا الخطاب وإحالته نحو التطرف والتعصب من خلال توفير الشروط الخطابية التي من شأنها تأمين حالة الاستسلام الذهني وصناعة "وهم الاعتقاد" التي من شأنها تعزيز بنية الذات المجيدة في مقابل إقصاء وإنكار المغايرة الدينية.

- يؤسس الخطاب الطائفي رأسمال اجتماعي قائم على تكريس الفكر الإقصائي والولاء للطائفة الدينية، وبذلك فهو يعتمد على إنتاج ثقافة ثالوثها: التآمر –التخوين –التكفير كمحددات بنيوية للخطاب الطائفي السني–الشيعي في سبيل خلق هالة دينية تسوق لإيديولوجيا المؤامرة الدينية والانغلاق المذهبي والانحراف العقدي بين قطبي الإسلام.

- أظهر الخطاب الديني السني–الشيعي عجزا في احتواء الاختلافات والصدامات الدينية بين المذهبين، وهو ما أسهم في انزياحه نحو نفق التطرف والتعصب الديني، ويظهر الخطاب السني–الشيعي في تويتر كخطاب مفلس من القيم ومتوجس من الآخر العميل والخائن، يشكل الإقصاء والتخوين أحد أهم عناصره الخطابية.

إجمالا يمكن القول أن الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر، هو خطاب رجعي متحيز يغيب فيه شرط العقلانية والموضوعية مفلس من القيم ومتوجس من الآخر، مزدوج التوجه يعتمد على مبدأ استعلاء الذات وتمجيدها في مقابل إقصاء كل فرادة ومغايرة دينية، يوظف مختلف المزايا التقنية والتفاعلية في توتير خدمة لأغراض تسويق الصدام الكهنوتي وإعادة بعث الصراعات الطائفية الماضية التي من شأنها إحالة الشعوب العربية إلى نفق من الحروب الدينية والكهنوتية كتلك التي عاشتها أوروبا في القرون الوسطى من خلال حمولة دلالية وفكرية متعددة المشارب ومتطرفة في التصورات.

توصيات الدراسة

تقترح الدراسة عددا من التوصيات التي من شأنها إثراء الموضوع نظريا وإجرائيا مستقبلا وفتح مجال البحث العلمي في إطارها ومن ذلك:

- يعتبر تويتر كغيره من منصات التواصل الاجتماعي الذي يجب ضبط أدائه قانونيا وهو ما يساعد على إيقاف نشر التغريدات ذات المضمون الطائفي والمتطرف.
- تفعيل قيم المواطنة والتسامح الديني والتعايش بين الأديان والطوائف وتكريسه في منصات الميديا الجديدة.
- تتبع مصادر خطابات الكراهية والتحريض الطائفي انطلاقا من خوارزميات تويتر ومعاقبة المسؤولين على نشر وإشاعة هذه الخطابات.
- ضرورة وجود مرصد حقوقي خاص بتقييم أداء منصات التواصل الاجتماعي في البلدان العربية في نشر الخطابات الطائفية والكراهية الدينية وتحديد حجمها ووضع ضوابط مهنية وأخلاقية وقانونية لمحاربتها والحد منها.
- تفعيل قواعد البيانات التي تتعرف آليا على المحتوى التحريضي والعنيف ضد الآخر الديني في تويتر ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

- **القرآن الكريم.**

الكتب باللغة العربية:

1. أحمد بن مرسلي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
2. أحمد فهمي، **هندسة الجمهور كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات**، ط1، مركز البيان للبحوث والدراسات، الرياض، 2016.
3. أرمان وميشال ماتلار، **تاريخ نظريات الاتصال**، تر: نصر الدين لعياضي والصادق رابح، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2005.
4. أمين معلوف، **الهويات القاتلة**، تر: نبيل محسن، ط1، ورد للطباعة والنشر، دمشق، 1999.
5. إدريس هاني، **ما وراء المفاهيم من شواغل الفكر العربي المعاصر**، ط1، الانتشار العربي، بيروت، 2009.
6. إبراهيم إسماعيل، **الإعلام المعاصر وسائله ومهاراته تأثيراته أخلاقياته**، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014.
7. إبراهيم جابر السيد، **الإعلام والمجتمع**، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
8. إبراهيم صحراوي: **تحليل الخطاب**، ط1، دار الأفاق، الجزائر 1999.
9. إسماعيل صبري مقلد، **العلاقات السياسية الدولية، دراسة في الأصول والنظريات**، منشورات دار السلاسل، الكويت، 1985.
10. إدغار موران، **المنهج، إنسانية البشرية، الهوية البشرية**، تر: هناء صبحي، هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث (كلمة)، أبو ظبي، 2009.
11. آلان دونو، **نظام التفاهة**، تر: مشاعل عبد العزيز الهاجري، ط1، دار سؤال للنشر، بيروت، 2020.
12. باتريك شارودو ودومينيك منغو، **معجم تحليل الخطاب**، تر: عبد القادر المهيري وحمادي صمود، المركز الوطني للترجمة، تونس، 2008.
13. باتريك هايتي، **إسلام السوق**، تر: عوامرية سلطاني، مدارات للأبحاث والنشر.
14. باسم الطويسي وآخرون، **ظاهرة ويكليكس: جدل الإعلام والسياسة بين الافتراضي والواقعي**، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2012.
15. برهان غليون **المسألة الطائفية ومشكلة الأقليات**، ط3، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، يناير 2012.
16. بليغ حمدي إسماعيل، **فقه الخطاب الديني المعاصر: هل الدين والسياسة لحظتان متعاقبتان**، ط2، عمان: دار الخليج للصحافة والنشر، 2017.
17. ابن فارس، **مجمل اللغة**، دراسة وتحقيق: زهير عبد المحسن سلطان، ط 2، مؤسسة الرسالة، المجلد الأول، ج2، 1986.

18.ابن منظور، **لسان العرب**، ط6، المجلد السابع، دار صادر، بيروت، 2008.
19.تركي علي الربيعو، **المحاكمة والإرهاب: عقلية التخوين في الخطاب العربي المعاصر**، ط1، دار الريّس، بيروت، 2001.
20.توبي ماثيسن، **الخليج الطائفي والربيع العربي الذي لم يحدث**، تر: أمين الايوبي، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2014.
21.تودوروف، **اللغة والأدب في الخطاب الأدبي**، تر: سعيد الغانمي، المركز الثقافي، بيروت، 1993، ص 48.
22.توين فان دايك، **الخطاب والسلطة**، تر: غيداء العلي، ط1، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2014.
23.جلال الدين محمد صالح، **الطائفية الدينية: بواعثها، واقعها، مكافحتها**، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض: دار جامعة نايف للنشر، 2016.
24.جميل صليبا، **المعجم الفلسفي**، ج 2، بيروت: دار الكتاب اللبناني، 1982.
25.جورج طرابيشي، **معجم الفلاسفة**، دار الطليعة للطباعة والنشر، بيروت، 1987.
26.جورج طرابيشي، **هرطقات2– عن العلمانية كإشكالية إسلامية–إسلامية**، ط2، دار الساقي، بيروت، 2008.
27.جوين دايار، **الفوضى التي نظموها الشرق الأوسط بعد العراق**، تر: بسام شيحة، ط1، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2008.
28.جي ديبور، **مجتمع الاستعراض**، ط4، تر: أحمد حسان، دار شرقيات للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
29.حاتم عبيد، **في تحليل الخطاب**، ط1، دار ورد الأردنية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
30.حسام كصاي، **إشكالية الطائفية في الفكر العربي المعاصر آليات الخروج الأمن للعرب من نفق التطرف**، ط1، صفحات للدراسات والنشر والتوزيع، دمشق، 2016.
31.حسين خمري، **نظرية النص: من بنية المعنى إلى سيميائية الدال**، ط1، منشورات الاختلاف، بيروت، 2007.
32.حسين محمود هتيمي، **العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي**، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2014.
33.حمزة مصطفى المصطفى، **المجال العام الافتراضي في الثورة السورية، الخصائص –الاتجاهات–آليات صنع الرأي العام**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، قطر، 2011.
34.خليل أحمد خليل، **سوسيولوجيا الجمهور السياسي الديني في الشرق الأوسط المعاصر**، ط1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 2005.
35.دان بارني، **المجتمع الشبكي**، تر: أنور الجمعاوي، قطر/ بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
36.ديراج ميرثي، **تويتر: التواصل الاجتماعي في عصر تويتر**، تر: محمد عبد الحميد، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2014.

37.راجي أنور هيفا، **فاجعة كربلاء في الضمير العالمي الحديث: دراسة تحليلية لرؤى دينية وفكرية عالمية**، ط1، دار العلوم للتحقيق والطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2009.

38.رامي عبود، **ديجيتالوجيا؛ الأنترنت. اقتصاد المعرفة، الثورة الصناعية الرابعة، المستقبل**، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.

39.رشيد الخيون، ضد الطائفية، **العراق جدل ما بعد نيسان 2003**، ط2، مدارك، بيروت، 2011.

40.رشيد جرموني، **الدين والإعلام في سوسيولوجيا التحولات الدينية**، دار الفيصل الثقافية، الرياض، 1440هـ.

41.روبرت حسن، **الإعلام والسياسة ومجتمع الشبكات**، تر: بسمة ياسين، ط1، مجموعة الليل العربية، القاهرة، 2010.

42.زيجمونت باومان، **الحداثة السائلة**، تر: حجاج أبو جبر، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2016.

43.الزمخشري، **الكشاف**، ط1، دار الفكر، بيروت، 1977.

44.سابينو أكوافيفا وإنزو باتشي، **علم الاجتماع الديني –الإشكالات والسياقات**، تر: عز الدين عناية، ط1، هيئة أبو ظبي للثقافة والتراث (كلمة)، أبو ظبي، 2011.

45.سبأ عبد الله باهيري، **تأملات في الحرب الإعلامية**، ط1، سيبويه للطباعة والنشر والتوزيع والنشر الرقمي، جدة، 2020.

46.سعيد البازعي وميجان الرويلي: **دليل الناقد الأدبي**، ط2، المركز الثقافي العربي، 2000.

47.سعيد السامرائي، **الطائفية في العراق: الواقع والحل**، لندن: دار الفجر، 1993.

48.سهيل الحبيب، **المفاهيم الأيديولوجية في مجرى حراك الثورات العربية: مقدمة في استئناف المشروع النقدي للأيديولوجيا العربية المعاصرة**، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، يناير 2014.

49.صلاح عبد الحميد ويمنى عاطف، **الإعلام والفضاء الإلكتروني**، ط1، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2015.

50.طلعت مصطفى السروجي، **رأس المال الاجتماعي**، ط1، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 2009.

51.طه العلواني، **العراق الحديث بين الثوابت والمتغيرات**، مكتبة الشروق، القاهرة، 2004.

52.عباس صادق، **الإعلام الجديد**، ط1، عمان، دار الشروق، 2008.

53.عبد السلام بنعبد العالي، **ميتولوجيا الواقع**، ط1، دار توبقال للنشر، الدار البيضاء، 1999.

54.عبد الغنى عماد، **الثقافة وتكنولوجيا الاتصال؛ التغيرات والتحولات في عصر العولمة... والربيع العربي**، ط1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2012.

55.عبد القادر الهواري، **الثورات العربية بين المصالح الأمريكية والأحلام الإيرانية القطرية**، ط1، الهيئة العامة لقصور الثقافة، القاهرة، 2013.

56.عبد الله الغذامي، **النقد الثقافي: قراءة في الأنساق الثقافية العربية**، ط3، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، 2005.

57.عبد الله الغذامي، **ثقافة تويتر حرية التعبير أو مسؤولية التعبير**، ط1، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2016.

58.عبد الله حسن عبد الله القايد، **التحليل النقدي للخطاب؛ الخطاب الإعلامي للدول المحاصرة لقطر مثالا**، رسالة ماجستير منشورة، كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر، 2019.

59.عبد الوهاب الكيالي وآخرون، **موسوعة السياسة**، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، 1979.

60.عبد الوهاب كحيل، **الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي**، ط1، عالم الكتب، بيروت، 1985.

61.عبد الله العروي، **مفهوم الأيديولوجيا**، ط8، المركز الثقافي العربي، الدار البيضاء، **2012**.

62.علي حرب، **ثورات القوة الناعمة في العالم العربي من المنظومة إلى الشبكة**، ط2، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2012.

63.علي محمد رحومة، **الأنترنت والمنظومة التكنو–اجتماعية؛ بحث تحليلي في الآلية التقنية للأنترنت ونمذجة منظومتها الاجتماعية**، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.

64.عبد الحسين شعبان، **التطرف والإرهاب، إشكاليات نظرية وتحديات علمية (مع إشارة خاصة إلى العراق)**، الإسكندرية: مكتبة الإسكندرية، 2017.

65.غازي الصوراني، **البعد التاريخي للصراع الطائفي بين السنة والشيعة**، ط1، مركز الدراسات والأبحاث العلمانية في العالم العربي، غزة، 2016.

66.غوستاف لوبون، **سيكولوجية الجماهير**، تر: هاشم صالح، ط1، دار الساقي، بيروت، 1991.

67.فهمي العدوي، **إدارة الإعلام**، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

68.كاظم شبيب، **المسألة الطائفية، تعدد الهويات في الوحدة الواحدة**، ط1، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2011.

69.كمال عبد اللطيف، **المعرفي، الأيديولوجي، الشبكي تقاطعات ورهانات**، ط1، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، بيروت، 2012.

70.ماري لومي، **الهويات: طائفية أم جيوسياسية؟ الانقسام الإقليمي الشيعي – السني في الشرق الأوسط**، تر: حسن أحمد السرحان، معهد فنش للشؤون الدولية، فلندا، 2008.

71.ماريا أوتاي وآخرون، **الشرق الأوسط الجديد**، مؤسسة كارينغي للسلام الدولي واشنطن، 2008.

72.مالوري ناي، **الدين الأسس**، تر: هند عبد الستار، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2009.

73.مجموعة من المؤلفين، **موسوعة الأديان**، ط 4، دار النفائس، بيروت، 2007.

74.مجموعة مؤلفين، **الحركات الإسلامية المعاصرة في الوطن العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1989.

75.محمد أبو رمان، **ما بعد الإسلام السياسي، مرحلة جديدة أم أوهام أيديولوجية**، مركز الدراسات الاستراتيجية، عمان، 2019.

76.محمد حافظ دياب، سيد قطب، **الخطاب والأيديولوجيا**، موفم للنشر، الجزائر، 1991.

77.محمد حسم مرعي، **لا للطائفية، الجوانب الموضوعية لجريمة إثارة الفتنة الطائفية –دراسة تحليلية مقارنة**، ط1، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.

78.محمد شومان، **الإعلام... الهيمنة الناعمة وبدائل المواجهة**، دار الجمهورية للصحافة، مصر، 2016.

79.محمد شومان، **تحليل الخطاب الإعلامي أطر نظرية ونماذج تطبيقية**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2007.

80.محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط 3، عالم الكتب، مصر، 2004.

81.محمد عبد السلام، **الحرب في زمن التغريدات تكنولوجيا المعارك الافتراضية**، اكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.

82.محمد علي فرح، **صناعة الواقع الإعلام وضبط المجتمع أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع**، ط1، مركز نماء للبحوث والدراسات، بيروت، 2014.

83.محمد محفوظ، **ضد الكراهية، من أجل تفكيك خطاب الكراهية في العالم العربي**، ط1، المركز الإسلامي الثقافي، لبنان، 2012.

84.محمود أبو العينين، **إدارة وحل الصراعات العرقية في إفريقيا**، ط1، الدار الجامعية للنشر والتوزيع والطباعة، ليبيا، 2008.

85.محمود هادي، **التوظيف السياسي للفكر الديني**، ط1، مؤسسة موكورياني للبحوث والنشر، أربيل، 2008.

86.مراد حكيم بباوي، **هندسة المعرفة وانقرائية الصورة الإلكترونية لإثراء الثقافة الفنية في التربية**، دار عالم الكتب، القاهرة، 2014.

87.مرزوق العمري، **إشكالية تاريخية النص الديني: في الخطاب الحداثي العربي المعاصر**، ط1، منشورات الاختلاف، الجزائر، 2012

88.مسفر بن علي القحطاني، **صدام القيم قراءة ما بعد التحولات الحضارية**، ط1، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، بيروت، 2015.

89.مصطفى يوسف كافي، **الإعلام التفاعلي**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

90.منية عبيدي، **التحليل النقدي للخطاب: نماذج من الخطاب الإعلامي**، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2016.

91.مهدي عامل، **في الدولة الطائفية**، دار الفارابي، بيروت، 1986.

92.ناصر حامد أبو زيد، **النص، السلطة، الحقيقة الفكر الديني بين إرادة المعرفة وإرادة الهيمنة**، ط1، المركز الثقافي العربي الدار البيضاء، 1995.

93. نبيل عبد الفتاح، **الدين والدولة الطائفية–مساهمة في نقد الخطاب المزدوج**، ط1، مؤسسة المصري للمواطنة والحوار، مصر، 2010.
94. نبيل علي، **تحديات عصر المعلومات**، مكتبة الأسرة الأعمال العلمية، القاهرة، 2003.
95. نجلاء إسماعيل أحمد، **الإعلام الطائفي**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
96. نصر الدين لعياضي، **الميديا بين المتن والهامش**، دار الثقافة، الشارقة، 2019.
97. نهال عمر الفاروق، **الدعاية الشيعية من سرداب الإمام على عرش الفقيه**، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
98. نورمان فيركلوف، **تحليل الخطاب: التحليل النصي في البحث الاجتماعي**، تر: طلال وهبة، ط1، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، 2009.
99. النيسابوري، **تفسير غرائب القرآن ورغائب الفرقان**، مج 5، ج 17، 23، دار الكتب، القاهرة، 1962.
100. هادي محمود، **التوظيف السياسي للفكر الديني**، ط1، مؤسسة موكرياني للبحوث والنشر، أربيل، 2008.
101. هربرت شيلر، **الاتصال والهيمنة الثقافية**، تر: وجيه سمعان عبد السميع، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 2007.
102. هشام عبد المقصود، **دراسة لخطاب المدونات العربية**، ط1، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2010.
103. وليد حسني زهرة، **إني أكرهك: خطاب الكراهية والطائفية في إعلام الربيع العربي**، ط1، الأردن: مركز حماية وحرية الصحفيين، 2014.
104. ياس خضير البياتي، **الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة**، ط1، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، 2014.
105. يوسف زيدان، **اللاهوت العربي وأصول العنف الديني**، دار الشروق.

دراسات منشورة:

106. أحمد علي محمد الفلوجي، **مدخل لدراسة وتحليل المسألة الطائفية**، من كتاب أشغال المؤتمر العلمي السنوي الثالث في قضايا التحول الديمقراطي المسوم بـ" المسألة الطائفية وصناعة الأقليات في المشرق العربي الكبير، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة/بيروت، أيلول 2014.
107. ألكساندرا سيغل، **حروب تويتر الطائفية: الصراع والتعاون السني – الشيعي في العصر الرقمي**، مركز كاريغني للشرق الأوسط، بيروت، 2015
108. أمال الدريدي، **الإعلام الجديد في عصر التكنولوجيا الرقمية**، أعمال مؤتمر الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا، طرابلس، 22/ 24 أبريل2016.

109. بدر الإبراهيم، **النزاعات الطائفية في منطقة الخليج**، منتدى العلاقات العربية والدولية، الدوحة، 2012.

110. بدر الدين هوشاتي، **انعكاسات الطائفية السياسية على الاستقرار السياسي**، سلسلة ملفات بحثية بعنوان "الطائفية"، مركز مؤمنون بلا حدود لدراسات والأبحاث، 2016.

111. بوست هيلترمان، **هل يتعرض الشرق الأوسط لتهديدات طائفية جديدة؟** برنامج الشرق الأوسط وشمال إفريقيا في المجموعة الدولية لمعالجة الأزمات (إنترناشيونال كرايسس غروب).

112. حفيظة مخنفر، **خطاب الحياة اليومية لدى الطالب الجامعي بين الخطاب التربوي والمجتمعي – دراسة ميدانية لعينة من الأحياء الجامعية**، أطروحة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد لمين دباغين- سطيف 2، 2018/2017.

113. جورج قرم، **إنتاج الإيديولوجيا وصراعات الهوية في المجتمع اللبناني**، مجلة دراسات عربية بيروت، العدد 11، سبتمبر 1978.

114. رجاء يونس سليمان أبو مزيد، **الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية، دراسة وصفية**، رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية بغزة، كلية الآداب، قسم الصحافة، 2013.

115. زياد محمد حميدان، **بنية خطاب حركة حماس– قراءة سوسيولوجية**، رسالة ماجستير منشورة، جامعة بير زيت فلسطين، 2010

116. سامان سازان عبد الحميد، **تقييم النخبة لدور وسائل الإعلام العراقية في مواجهة الطائفية**، رسالة ماجستير منشورة، كلية الإعلام، جامعة البترا، 2015.

117. سلمان بونعمان، **الدين والدولة في الخطاب العربي المعاصر بين طائفية النموذج وعائق الصراع**، منتدى العلاقات العربية والدولية.

118. شوقي العلوي، **الشبكات الاجتماعية والمشاركة السياسية تجربة أوباما 2008 نموذجا**، أشغال الملتقي الدولي بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي.

119. عبد الله الزين الحيدري، **الميديا الاجتماعية؛ الأدوات البلاغية الجديدة للسلطة الخامسة**، أشغال الملتقي الدولي بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، تونس 2015.

120. عزمي بشارة، **الطائفية خطر يحدق ببناء الثورات العربية للديمقراطية، أعمال ندوة الثورة العربية والديمقراطية، جذور النزاعات الطائفية وسبل مكافحتها**، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، 2012.

121. غادة شكري محمود: **الأطر الخبرية للعلاقات العربية –الأمريكية في الصحف العربية الدولية قبل وبعد أحداث سبتمبر، دراسة تحليلية مقارنة للأهرام الدولي – الشرق الأوسط، الحياة**، رسالة ماجستير، قسم الإعلام بكلية الآداب، جامعة حلوان، مصر، 2007.

122. فؤاده البكري، **الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد**، جامعة البحرين 7 -9 أبريل 2009.

123. فوزية لبادي، **إشكالية إدارة التنوع الإثني (العرقي) في العالم العربي منذ نهاية الحرب الباردة دراسة حالة حالتي السودان والعراق**، رسالة ماجستير، قسم العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015.

124. لورنس لويز، **الدولة والهويات الطائفية في منطقة الخليج: البحرين والمملكة السعودية والكويت من منظور مقارن**، ضمن سلسلة السياسة الطائفية

125. مها عبد المجيد صلاح، **الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي– رؤية تحليلية**، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر "وسائل التواصل الاجتماعي... التطبيقات والإشكاليات المنهجية" جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية –كلية الإعلام والاتصال، المملكة العربية السعودية، الرياض، يناير 2015.

126. مبادئ كامدن حول حرية التعبير والمساواة، المبدأ الثاني عشر.

127. مبارك علي الطالب، **صورة الشيعة في المخيال الجزائري، طلبة جامعة تلمسان نموذجا**، رسالة ماجستير في علم الاجتماع السياسي والديني، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، شعبة علم الاجتماع والديمغرافيا، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2014/2013.

128. مجموعة من المؤلفين، **المسألة الطائفية وصناعة الأقليات في المشرق العربي الكبير**، المؤتمر العلمي السنوي الثالث في قضايا التحول الديمقراطي، 15/13 أيلول/سبتمبر 2014، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.

129. مجموعة مؤلفين، **سكاي لاين الدولية ترصد خطاب التحريض والكراهية في الإعلام العربي من 1 أفريل إلى 30 أفريل 2019**.

130. محمد جودي، **تجليات الصراع مع الآخر الإسرائيلي في الأدب العربي المعاصر من الصراع والصدام إلى ثقافة الاحتواء: دراسة في النقد الثقافي**، أطروحة دكتوراه منشورة، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية الآداب واللغات، قسم اللغة العربية، 2019/2018.

131. محمد مصباح، **أسلفة الإعلام: التوجهات الحالية للإعلام ذي المرجعية السلفية**، عن مؤلف جماعي بعنوان "السلفيون في دول المغرب العربي" القاهرة: مركز المسبار للدراسات والبحوث، جانفي 2011.

132. مريم نريمان تومار، **استخدام مواقع التواصل الاجتماعية وتأثيرها في العلاقات الاجتماعية، دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك**، رسالة ماجستير، قسم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة، 2011/ 2012.

133. مهارات، **التحريض الديني وخطاب الكراهية**.

134. مهى محمود إبراهيم العتوم، **تحليل الخطاب في النقد العربي الحديث دراسة مقارنة في النظرية والمنهج**، أطروحة دكتوراه، الأردن، 2004.

135. نهلة مظفر أبو شيد، **المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات الإخبارية**. أطروحة دكتوراه، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015.

136. نوراة بنت سعد بن أحمد العتيبي، **فاعلية شبكة التواصل الاجتماعي تويتر (التدوين المصغر) على التحصيل الدراسي وتنمية مهارات التعليم التعاوني لدى طالبات الصف الثاني ثانوي في مقرر الحاسب الآلي**، أعمال المؤتمر الدولي الثالث، للتعلم الإلكتروني والتعليم عن بعد، الرياض 2013.

137. **وثيقة الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948** اعتمد ونشر بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة 217 د-3 المؤرخ في 10 كانون الأول/ ديسمبر 1948، جامعة منيسوتا، مكتب حقوق الإنسان.

138. إبراهيم أحمد محمد شويحط، عبد القادر مرعي خليل، **فض الشراكة المفاهيمية بين النص والخطاب**، مجلة دراسات للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 43، ملحق 4، 2016.

139. أحمد زايد، **عولمة الحداثة وتفكيك الثقافات الوطنية**، عالم الفكر، مجلد 32، الكويت، يوليو، سبتمبر، 2002.

140. أحمد موسى بدوي، **التحليل النقدي للخطاب في العلوم الاجتماعية: بحث في إشكالية التأويل الذاتي وحلول منهجية مقترحة**، 2009.

141. تيطاواني الحاج، **أدلجة الإعلام في عصر العولمة والتحولات الراهنة في العالم العربي**، مجلة الحكمة للدراسات الاستراتيجية، الجزائر، العدد 23، 2013.

142. جمال محمد أحمد التميمي، **التحليلي اللغوي في الخطاب الصحفي: دراسة نظرية**، مجلة أماراباك، المجلد 10، العدد 32، 2019.

143. **الجمعية العامة لمجلس حقوق الإنسان**، الدورة الثانية، قرار الجمعية العامة 60/ 251 المؤرخ في 15 مارس 2006 والمعنون ب: مجلس حقوق الإنسان.

144. **الجيوبولتيك الشيعي... الواقع والمستقبل**، مجلة الدراسات الإيرانية، مركز الخليج العربي للدراسات الإيرانية، العدد الأول، ديسمبر 2016.

145. حسام أبو حامد، **قراءة في عزمي بشارة: الطائفة في سياق تاريخي**، مجلة عمران، العدد 7/27، 2019.

146. حسن أبو هنية، **السلفية الجهادية والمسألة الطائفية صراع هويات في مشرق جديد**.

147. حسن نيازي الصيفي، **المعالجة البحثية والتنظيرية لاستخدام تكنولوجيا الإعلام الجديد لنشر ثقافة العنف**، مجلة الإعلام العربي والمجتمع، العدد 23، 2017.

148. حماني حسن، **الأجهزة المفهومية للتحليل النقدي للخطاب: الخطاب والسلطة**، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 3، العدد 12، نشر بتاريخ: 30 ديسمبر 2019.

149. خالد الحروب، **القنوات الفضائية الدينية في منطقة الشرق الأوسط**، مجلة أفاق المستقبل، العدد 7، سبتمبر/ أكتوبر 2010.

150. دوجلاس كلينر، **مدرسة فرانكفورت والدراسات الثقافية البريطانية الصيغة المفقودة**، تر: كرم أبو سحلي، مجلة النقد الأدبي فصول عدد النقد الثقافي ...إلى أين، المجلد 3/25، العدد99، 2017.

151. سعيد بكار، **التحليل النقدي الجديد للاستعارة**، مجلة الخطاب، العدد 23.

152. سفيان ساسي، **سيسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي**، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، مجلد 10، العدد 3، 2017.

153. سلامة كيلة، **الطائفية والمنظور الطائفي، نقد النخب السورية**، معهد العالم للدراسات، متاح على موقع www.alaalam.org

154. السيد بخيت، **الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي**: قراءة تحليلية المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 16، السعودية، 2016.

155. الشريف حبيلة، **الخطاب الديني وإشكالية المفهوم**، مجلة الآداب واللغات، العدد 1، جوان 2015.

156. شريف درويش اللبان، **قراءة في الاستراتيجية الإعلامية والثقافية لتنظيم داعش**، مجلة الإعلام العربي والمجتمع، العدد 21، ربيع 2016.

157. الصادق حمامي، **الإعلام الجديد مقاربة تواصلية**، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 4، 2006.

158. صالح بن محمد الخثلان، **الدين والسياسة الخارجية الروسية**، مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات.

159. عبد الباقي بن مير ومحمد المهدي شنين، **الطائفية في منصات التواصل الاجتماعي وأثرها على قيم الانتماء –دراسة حالة رواد الشبكات الاجتماعية في الجزائر**، مجلة الناقد للدراسات السياسية، العدد 2، أفريل 2018.

160. عبد الرحمان محمد طعمة، **ترجمة الفصل الرابع من كتاب "تحليل الخطاب النقدي" لـ "تيري لوك" قضية ما وراء اللغة (الميتالغوية) في تحليل الخطاب النقدي**، مجلة التدوين، العدد 11، جويلية 2018.

161. عبد الله الزين الحيدري، **زمن الذباب والعشائر الإلكترونية، معارك الإثبات والإبطال في مجرة الذكاء الاصطناعي**، الجزيرة للدراسات الإعلامية، 17 أكتوبر 2019.

162. عبد الله زين الحيدري، **الإعلام الجديد: النظام والفوضى**، المجلة العربية للإعلام والاتصال، عدد 6، 2010.

163. عزمي بشارة، **فيما يسمى التطرف**، مجلة سياسات عربية، العدد 14، أيار/ مايو 2015.

164. علي الصالح مولى، **الهوية توقيفا: بحث في عوائق الإبداع**، مجلة نقد وتنوير (مقاربات نقدية في التربية والمجتمع) مركز نقد وتنوير، العدد 5، الفصل الثاني، نيسان/ أيار/ حزيران، 2016.

165. علي بن مبارك، **الطائفية ومقومات الخطاب الطائفي: تأملات واستشرافات**، الطائفية، مؤسسة مؤمنون بلا حدود، 2016.

166. فضيل دليو، **معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية**، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 83، ديسمبر 2014.

167. فضيل دليو، **منهج تحليل الخطاب: تعدد مفاهيمي وإجرائي**، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 5، 2019.

168. فلة بن غربية والزهرة غمشي، **رأس المال الاجتماعي الافتراضي وتداول المراجع العلمية بين طلبة ما بعد التدرج على شبكة الفايسبوك**، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد **14، 2018**.

169. فنار حداد، **العلاقات الطائفية، ضمن سلسلة السياسة الطائفية في منطقة الخليج**، تقرير موجز لمجموعة العمل، العدد 7، مركز الدراسات الدولية بجامعة جورج تاون، قطر، 2015.

170. فهد بن علي الطيار، **شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر أنموذجا**، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض، 2014.

171. محمد الراجي، **أبعاد أيديولوجيا الخطاب الإعلامي لتنظيم الدولة الإسلامية**، مركز الجزيرة للدراسات، 2017.

172. محمد سويلمي، **الخطاب الجهادي الإلكتروني وعولمة العنف المقدس**، مؤمنون بلا حدود للدراسات والنشر، تم نشره يوم: 12 نوفمبر 2018.

173. محمد لطفي الزليطي، **من تحليل الخطاب إلى التحليل النقدي للخطاب**، مجلة الخطاب، العدد 17.

174. نجلاء محمود رؤوف السيد المصيلحي، **الفيسبوك ورأس المال الاجتماعي في مصر –دراسة سوسيولوجية ميدانية**، مجلة شؤون اجتماعية، العدد 115، 2012.

175. نصر الدين لعياضي، **الخطاب الطائفي في الفضائيات الدينية (كلفة الخطاب وتداعياته)**، مركز الجزيرة للدراسات، 2015.

176. نور الدين لبجيري، **الخطاب الديني في وسائل الإعلام: بين الفعالية والأصالة**، المعيار، 43، جانفي 2018.

177. هبة شاهين، **الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية، دراسة تحليلية لبرنامج Inside the Middel Esat**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 27، سبتمبر 2007.

178. وثيقة العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية.

179. يصرف حاج، **العلاقات والجماعات الاجتماعية في المجتمع الافتراضي**، أفاق فكرية، المجلد 4، العدد 8، مارس 2018.

مواقع الأنترنت:

180. إبراهيم أحمد، **قراءة في كتاب "رأس المال الاجتماعي عبر المجتمع الافتراضي" للدكتور وليد رشاد**، مجلة دنيا الوطن، تاريخ النشر، 2018/01/21، متاح على الموقع https://pulpit.alwatanvoice.com/articles/2018/01/21/455066.html تم الاطلاع عليه يوم: 2019 /09/03.

181. الإخوان المسلمين، موسوعة الجزيرة Al Jazeera Encylopedia متاح على الرابط: https://cutt.us/p4h81 تم تصفحه: 2020/04/30.

182. إدريس الحسيني، **من هم السنة ومن هم الشيعة**، مركز الإشعاع الإسلامي متاح على الموقع www.islam4u.com تم تصفحه: 2019/12/31.

183. **الإعلام الإلكتروني ودوره في الصراعات الدولية**، مركز الفكر الاستراتيجي للدراسات، ص 13، متاح على الموقع:

184. **التطرف الشيعي**، مقال تم نشره بتاريخ: 1 نيسان 2020، لبنان الجديد، متاح على الرابط https://cutt.us/eIWDO تم تصفحه يوم: 2020/04/04.

185. **تكنولوجيا التحرير في الانتفاضات الشعبية... كذبة؛ أثر تويتر المدمر في الشرق الأوسط، نقاشات محملة بالإيديولوجيا تقسم المجتمعات، جريدة العرب**، مقال تم نشره بتاريخ: 2016/12/22، متاح على الرابط: https://cutt.us/wcX84 تم تصفحه يوم: 2020/05/13.

186. جنيف عبدو، **الصراع السني الشيعي –دراسة تاريخية ومعاصرة**، متاح على الموقع https://www.cfr.org/interactives/sunni-shia-divide#!/ تم تصفحه بتاريخ: 2019/08/08.

187. الحسن سرات، **الأنترنت والدين**، الجزيرة، تم نشره بتاريخ: 2006/12/17، متاح على الرابط: https://0i.is/ahv2 تم تصفحه يوم: 2020/04/01.

188. داليا عاصم، **هل نهدر رأس المال الاجتماعي على الفيسبوك**، الشرق الأوسط، عدد 14096، تم نشره 2017 /06/02، متاح على https://aawsat.com تم تصفحه: 2019 /09/03.

189. ربوح البشير، **ماركس ومدرسة فرانكفورت: من حلم الثورة إلى هاجس النقد**، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، متاح على الرابط: https://cutt.us/jIkGM تاريخ الزيارة: 2021/01/02 على الساعة: 19:55.

190. سعاد زريبي، **المجتمع الافتراضي وأزمة التواصل**، الحوار المتمدن تم النشر بتاريخ 30/ 2019/03، متاح على الرابط: http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=632767&r=0 تم تصفحه: 2020/03/21.

191. سيف الدين عيد، **"ما بعد الإسلاموية" وفهم تحولات الحركات الإسلامية... في نقد أطروحة آصف بيات**، صوت ultra نشر بتاريخ: 2019/11/18، متاح على الرابط: https://cutt.us/0xTBU، تم تصفحه يوم: 2020/05/28.

192. شريف درويش اللبان ونهى إبراهيم محمد، **استراتيجيات داعش وجبهة النصرة في توظيف الوسائل والمنصات الإعلامية الجديدة**، المركز العربي للبحوث والدراسات، تاريخ النشر: 2020/03/07، متاح على الرابط: http://www.acrseg.org/41514، تم تصفحه يوم: 2020/05/30.

193. **صامويل هنتنغتون... منظر "صراع الحضارات"**، موسوعة الجزيرة متاح على الرابط: https://cutt.us/PWAfd تم تصفحه: 2020/04/30.

194. عامر الحافي، **أزمة الإعلام الديني**، موقع تعددية، مقال تم نشره 17/ 10/ 2017، متاح على الرابط:https://cutt.us/SqsIZ تاريخ الولوج: 29/ 02/ 2020.

195. عبد الرحمان سلوم الرواشدي وآخرون، **الفضائيات الدينية في العراق –الفضائيات الشيعية ... الهيمنة والتصدي**، متاح على موقع www.haqnews.net

196. عبد السلام حمود الأنسي، **مفهوم الخطاب الديني** متاح على موقع: http://www.assakina.com/news/news1/27831.html#ixzz3ViZvoRaB تم تصفحه: 28/ 12/ 2019 على الساعة 21:12.

197. عبد العالي زواغي، **كيف يوظف الإعلام الخرائط الإدراكية لنشر الطائفية والكراهية**، مجلة المجتمع، مقال تم نشره يوم 09/ 04/ 2016، متاح على الرابط: https://mugtama.com/ntellectual/item/32381-2016-04-09-12-00-55.html تم تصفحه يوم: 2020/03/27.

198. عبد اللطيف فاروق، **الطائفية قراءة في المفهوم ودلالاته**، فتاوى اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء، الرياض، رئاسة البحوث العلمية والإفتاء، 2014، متاح على الموقع الإلكتروني http://fekr-online.com تاريخ الولوج: 25 /2019/07.

199. علي الخشيبان، **فهم سوسيولوجيا التفاعل في تويتر كأداة سياسية**، جريدة العين الإخبارية، تم نشر يوم 2018/11/12، متاح على الرابط: https://al-ain.com/article/usa-twitter-communication تم تصفحه يوم: 2020/03/30.

200. فاطمة الزهراء عبد الفتاح، **قوة التغريد؛ التأثيرات المزدوجة لتويتر في الرأي العام الخليجي**، مقال تم نشره بتاريخ: 2017/01/02، https://0i.is/hPDh تم تصفحه يوم: 2020/03/29.

201. **قاموس المعاني** متاح على الموقع: https://www.almaany.com/ تم تصفحه: 2020/04/29.

202. مازن الدراب، **موقع الشبكات الاجتماعية وطريقة عملها**، متاح على الرابط: http://knol.google.com/k/mazen-aldarrab تم تصفحه بتاريخ: 2019/07/02.

203. مايكل بوراي، **الهيمنة الثقافية: عندما يلتقي غرامشي ببورديو**، تر: خلود الزغير، الجمهورية، تم نشره يوم 2018/08/09، متاح على الرابط:https://0i.is/z60j تم تصفحه يوم: 2020/04/01.

204. محسن المحمدي، **ميشال فوكو: الهيمنة باسم العقل... صناعة السيطرة**، الشرق الأوسط، تاريخ النشر: 2015/05/14، متاح على الرابط: https://cutt.us/LE5sy تم تصفحه يوم: 2020/05/27.

205. محمد برعوز، **الخطاب الديني والسياسي... من يملك التأثير الأكبر علينا كمجتمعات**، مقال تم نشره في موقع مدونات الجزيرة بتاريخ 2018/9/22، متاح على الرابط: https://0i.is/smpg تم تصفحه يوم: 2020/02/08.

206. محمد جابر، **مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي**، متاح على http://goo.gl/2tpfmu تم تصفحه: 24/ 07/ 2019.

207. محمد حيدر، **البعد الأخلاقي في الإعلام المعاصر أدلجة الخبر والصورة**، مجلة الجيش، العدد 85، أفريل 2008، متاح على الرابط:https://cutt.us/ecyEA تم تصفحه يوم: 2020/03/17.

208. محمد عبد الوهاب عبد الوالي، **إشكالية مفهوم الجماعة الإثنية، قراءات إفريقية**، متاح على الروابط: https://cutt.us/YNIE1 تم تصفحه: 2020/05/27.

209. محمد علي إبراهيم باشا، **التفسيرات السيكولوجية والسوسيولوجية للتفرقة الاثنية**، مجلة الجديد، مقال تم نشره بتاريخ 2015/11/01 متاح على موقع https://aljadeedmagazine.com تم تصفحه: 11/ 08/ 2019.

210. مدني قصري، **كيف انعكس الصراع السني الشيعي على شكل الجغرافيا السياسية في الشرق الأوسط**، حفريات، تاريخ النشر: 2019/01/14، متاح على الرابط: https://cutt.us/RIC91، تم تصفحه يوم: 2020/06/07.

211. مصطفى قطبي، **الهويات الثقافية العربية... وبركان تكنولوجيا الاتصال**، الحوار، متاح على الرابط https://cutt.us/E0oBh، تم تصفحه يوم: 2020/03/24.

212. **مفهوم التطرف**، مقال منشور في موسوعة مقاتل من الصحراء، متاح على الرابط: https://cutt.us/B6ROJ تم تصفحه: 2020/04/29.

213. المنتصر الحملي، **الثقافة والهمجية الأوربيتان: المضادات الثقافية الأوروبية لإدغار موران**، الأوان، نشر في: 2013/12/08، متاح على الرابط: https://cutt.us/mOVeF تم تصفحه يوم: 2020/05/27.

214. منتصر حمادة، **كيف أثرت أحداث "الربيع العربي" في الخطاب الديني**، حفريات، تاريخ النشر: 2020/02/19، متاح على الرابط: https://www.hafryat.com/en/node/14936، تم تصفحه يوم: 2020/05/29.

215. منظمة هيومن رايت وتش، **ليسوا إخوانكم: خطاب الكراهية الصادر عن المسؤولين السعوديين**، سبتمبر 2017، متاح على الموقع http://www.hrw.org/ar

216. هشام المكي، **يوتيوبيا الاتصال وسؤال القيم رؤية معرفية**، بوابة الرابطة المحمدية للعلماء، تم نشر بتاريخ:2016/11/14، متاح على الرابط: https://cutt.us/yNyXQ تم تصفحه يوم: 2020/03/21.

217. هنا الحبالي، **استغلال البوت على تويتر... صناعة الاستقطاب في الأزمة الخليجية**، العربي الجديد مقال تم نشره يوم: 2017/12/12، متاح على الرابط: https://0i.is/vFDj تم تصفحه يوم: 2020/04/07.

قائمة المراجع الأجنبية:

218. Ahmad Al- Rawi, ***The US influence in shaping Iraq's sectarian media***, The Internaional communication Gazette. 2013.

219. Alexandra Siegel, ***Sectarian Twitter Wars Sunni-Shia Conflict and Cooperation in the Digital Age***, Carnegie endowment for international peace, december2015 .

220. Amy Y,Chou, David, C, Chou, ***Information System Charateristics and socialnetwork software***, 2009, 336 (online) www.swdsi.org/swdsi2009/Papers/9K02.pdf

221. André Lalande**, *vocabulaire technique et critique de la philosophie***, presses universitaires de France, paris, 1996.

222. Anthony Smith, ***National Identity***, London: Penguin Books,1995.

223. Asef Bayat, ***post-islamism; the changing faces of political islam***, oxford university press, London, 2013.

224. Douglas Kellner, ***Media Spectacle***, 1 st Ed, London, Routledge, 2003.

225. Emil benvenist, ***problémes de l'inquistiqueqénirale***, gallimard paris, 1974.

226. Frederic Barth, ***Ethenic group and boundaries***, Boston Mass: Little, Brown 1969.

227. Geneive Abdo, ***Salafists and Sectarianism Twitter and communal Conflict in The Middle East***, center for middle east policy Brrokings, in the link: www.brookings.edu.

228. Geneive Abdo, ***Salafists and sectarianism: Twitter and the communal conflict in the Middle East Washington***, Center for Middle East Policy, Brookings institute, March 2015

229. Gregory Gause, ***Beyond Sectarianism: The New Middelle East Cold War***, Qatar: Brookings Doha Center Analysis Paper, N° 11, July 2014.
230. Lxue Bai A & Oliver Yao, ***facebook on campus; the use and friend formation in online socail network, college of business and economics***, lehigh university, 2010, p2 (online) ://ssrn.com/abstract=1535141
231. Martin Nonhoff, ***Discourse analysis as critique***, N 17074, palgrave communication, sep 2017, look: https://www.nature.com/articles/palcomms201774 date of visit: 29-12-2020 time 21:42.
232. Monroe Price & Douglas Griffin & Ibrahim Al-Marashi, ***Toward an Understanding of Media Policy and Media Systems in IRAQ: A Foreword and Two Reports***, Departmental Papers (ASC), University of Pennsylvania Scholarly Commons. 2007.
233. Peter wed, Race, ***Nature and Culture***, edition bloto, londen, 2002.
234. Techopedia. Online Survey. At: https://www.techopedia.com/definition/27866/online-survey Accessed 01- 08- 2019
235. ***The Encyclopedia,*** American international edition, Danbury commecticut: gerober incorporated, 1992.
236. William, H, Arriss, and Jlevey, ***The Enclopedia***, New York; Columbia university press, 1975.

الملاحق

التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر –بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة مسحية تحليلية لعينة من الخطاب الديني السني - الشيعي في الـ"تويتر"

إعداد الباحثة: خرفية جودي

تحت إشراف أستاذ التعليم العالي: أ.د سامية جفال

استمارة استبيان إلكتروني

تم إعداد هذه الاستبيان في إطار التحضير لنيل أطروحة الدكتوراه في ميدان علوم الإعلام والاتصال، موسومة بـ "الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي". لذا نرجو من حضرتكم تقديم يد العون من خلال التكرم بالإجابة عن أسئلة الاستبيان، مع العلم أن المعلومات المقدمة من طرفكم تبقى سرية ولا تستخدم إلاّ في أغراض البحث العلمي... نشكر لكم حسن تعاونكم

تحياتنا لكم

البيانات الشخصية

- **الجنس:**
  - ✓ **ذكر ( )**
  - ✓ **أنثي ( )**
- **السن:**
  - ✓ **18–28 ( )**
  - ✓ **29 –39 ( )**
  - ✓ **40 – فأكبر ( )**
- **المستوي التعليمي.**
  - ✓ **ثانوي**
  - ✓ **مؤهل جامعي ( )**
  - ✓ **دراسات عليا ( )**
- **الانتماء الديني:**
  - ✓ **سني ( )**
  - ✓ **شيعي ( )**
  - ✓ **غير ذلك ( )**

الجنسية: .....

المحور الثاني: أنماط ودوافع استخدام تويتر

1. **حدد أسباب استخدامك لتويتر:**
   - ✓ **يتم استخدام تويتر بكثافة من طرف الشخصيات السياسية ونخب المجتمع ( )**
   - ✓ **يتيح تويتر التعبير عن القضايا من خلال الوسم (الهاشتاج) ( )**
   - ✓ **الاختصار والتركيز في التعبير عن الآراء ( )**
   - ✓ **يسهم تويتر في تحويل بعض الأحداث إلى قضايا رأي عام –تراند ( )**
   - ✓ **يتيح تويتر متابعة حسابات التي تهمك بدون شرط طلب الصداقة أو التعريف بنفسك ( )**
   - ✓ **غير ذلك ( )**
2. **ما هي اللغة التي تستخدمها في نشر تغريداتك والتعليق بها في تويتر:**
   - ✓ **عربية ( )**
   - ✓ **انجليزية ( )**
   - ✓ **فرنسية ( )**
   - ✓ **غير ذلك ( )**
3. **ما هي أساليب تفاعلك على تويتر.**

- ✓ التغريد ( )
- ✓ إعادة التغريد ( )
- ✓ التعليق ( )
- ✓ الاعجاب ( )
- ✓ المشاركة عبر منصات التواصل الاجتماعية الأخرى ( )

4. ما هي طبيعة التغريدات التي تقوم بنشرها على صفحتك في تويتر:
   - ✓ دينية ( )
   - ✓ سياسية ( )
   - ✓ غير ذلك ( )
5. ما هي أكثر التغريدات الدينية التي تثير انزعاجك على تويتر:
   - ✓ إهانة رموزك الدينية ( )
   - ✓ التشكيك في التاريخ الإسلامي ( )
   - ✓ السب والقذف باسم الدين ( )
   - ✓ التضليل بمعلومات خاطئة ( )
   - ✓ غير ذلك (حددها) ( )
6. حدد طبيعة تعاملك مع التغريدات التي تثير فيك انفعالا دينيا:
   - ✓ الحوار مع أصحاب التغريدات المسيئة ( )
   - ✓ السب والقذف عبر تويتر ردا على المسيء ( )
   - ✓ محاولة تصحيح المعلومات المضللة ( )
   - ✓ الانسحاب من الجدال في تويتر ( )
   - ✓ غير ذلك ( )
7. ما هي أكثر الدول العربية التي تتعرض لخطاب تحريض طائفي في تويتر ضد سنة/ شيعة:
   - ✓ العراق ( )
   - ✓ سوريا ( )
   - ✓ اليمن ( )
   - ✓ مصر ( )
   - ✓ السعودية ( )
   - ✓ لبنان ( )
   - ✓ البحرين ( )
   - ✓ الجزائر ( )
   - ✓ غير ذلك ( )

8. حدد من هو المسؤول عن تقديم خطابات طائفية على تويتر: اختر إجابة واحدة فقط

- ✓ رجال الدين ( )
- ✓ السياسيون ( )
- ✓ مؤسسات إعلامية ( )
- ✓ غير ذلك (حددها)

المحور الثالث: خصائص الخطاب الطائفي السني الشيعي

الرقم	عبارات المحور	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	يقوم الخطاب الطائفي على تقديم تصورات تاريخية للأحداث الماضية وينتجها في الوقت الحالي.					
2	تتجه الخطابات الطائفية السنية–الشيعية إلى بعث حوافز التطرف الديني					
3	يوظف الخطاب الطائفي السني–الشيعي عمليات الشحن العاطفي والحشد العقائدي وتكثيف رسائل تحرض على كراهية الآخر					
4	إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة في الخطاب الطائفي السني–الشيعي					
5	غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية في الخطابات الدينية السنية الشيعية					
6	تمثل القضايا الخلافية الفقهية بين السنة والشيعة محور الصراع الطائفي بين السنة والشيعة.					
7	أكثر الرمزية الدينية النسوية تمثلاً وحضورا في الخطاب الطائفي السني/ الشيعي هي عائشة رضى الله عنها					
8	تأصيل الانتماء للطائفة لا إلى الوطن في الخطابات الدينية السنية–الشيعية					
9	يظهر الخطاب الطائفي في حالة الفشل في إقامة الحوار وبناء صلات مع الآخر					
10	تنعكس الصراعات والاضطرابات السياسية في بلدان الشرق الأوسط والخليج العربي على حالة الاستقرار الديني والمذهبي بين السنة والشيعة.					

المحور الرابع: أطروحات الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.

الرقم	عبارات المحور	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	أكثر الصراعات الطائفية الدينية حضورا في تويتر هو الصراع السني–الشيعي					
2	ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية في الخطابات السنية/ الشيعية في تويتر					
3	ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية في الخطابات السنية/ الشيعية في تويتر					
4	تتحول الصراعات القديمة في الخطاب السني الشيعي إلى ثوابت في الهوية الدينية (حادثة كربلاء/ معركة الجمل)					
5	يعتبر الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر رجعي يعتمد على لغة طائفية قديمة					
6	يتم الترويج لتخوين الآخر(السني/الشيعي) ونسب صفات العمالة والتطبيع والصهيونية له عبر تويتر					
7	تتحول الصراعات القديمة في الخطاب السني الشيعي في تويتر إلى ثوابت في الهوية الدينية (حادثة كربلاء/ معركة الجمل)					
8	يقدم الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر معلومات مضللة وزائفة عن الآخر (السني /الشيعي)					
9	يتم اِدّعاء الأفضلية (استعلاء الذات) في الخطابات السنية–الشيعية في تويتر					
10	يعتمد الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر على نقل مشاهد العنف والقتل وتدمير دور العبادة					

المحور الرابع: أطر تداول الخطاب الطائفي السني–الشيعي في تويتر.

الرقم	عبارات المحور	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تساعد خوارزميات تويتر في نشر التغريدات الطائفية السنية الشيعية من خلال كسر حاجزي الزمان والمكان					
2	يعتبر المجال الديني التاريخي أكثر المجالات توظيفا في الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر.					
3	يعتبر المجال الديني التاريخي أكثر المجالات توظيفا في الخطاب الديني السني/الشيعي في تويتر.					
4	يتأثر الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر بالموقع الاستراتيجي والأدوار الإقليمية لكلا من السعودية وإيران.					

5	أصبح تويتر بفعل انتشار الخطاب الطائفي السني–الشيعي فضاءا للحروب الافتراضية بين السنة والشيعة					
6	تسهم التنظيمات المتطرفة (السنية) في صناعة خطابات التحريض الطائفي ضد الآخر (الشيعي) في تويتر.					
7	يتأثر الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر بالموقع الاستراتيجي والأدوار الإقليمية لكلا من السعودية وإيران.					
8	يتعارض الخطاب الديني السني–الشيعي في تويتر مع أخلاقيات والقوانين المحلية والإقليمية والدولية التي تجرم التطرف والتعصب والتحريض الديني الطائفي					
9	يهيمن البعد السياسي على محتوى التغريدات الطائفية الدينية السني–الشيعي في تويتر					
10	ساهمت حركات التغيير العربي في إثارة الخلافات الدينية التاريخية بين السنة والشيعة في تويتر					

التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر –بسكرة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

الخطاب الطائفي في شبكات التواصل الاجتماعي

دراسة مسحية تحليلية لعينة من الخطاب الديني السني - الشيعي في الـ"تويتر"

إعداد الباحثة: تحت إشراف أستاذ التعليم العالي:

خرفية جودي أ.د سامية جفال

استمارة تحليل الخطاب

تحليل الأطروحات	الرئيسية	الفرعية			
	تأصيل الذاكرة التاريخية	ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية			
		إعادة انتاج خطابات قديمة			
		تحويل الصراعات القديمة إلى ثوابت في الهوية الدينية (حادثة كربلاء/ معركة الجمل)			
	تحقيق مبدأ الريادة والفوقية	إدّعاء الأفضلية (استعلاء الذات)			
		تخوين الآخر وشيطنته (نسب صفات العمالة والتطبيع والصهيونية)			
		تقديم محتوي يحرض على كراهية الآخر (السب والقذف والتجريح والتعصب)			
	ربط البعد الديني بالبعد السياسي	ربط أعمال العنف بالحركات والتنظيمات الإسلامية			
		التركيز على مناطق الصراع التي تحتوي على أقليات الدينية (سوريا والعراق)			
		تقديم المبررات الدينية والفقهية لتفسير الخلاف والتنافس السياسي (لبنان)			
	إلغاء فكرة المواطنة	إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة			
		تجذر الانتماء للطائفة لا للوطن أو الأمة			
		غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية			
	تكريس فكرة المظلومية				
تحليل القوى الفاعلة	شخصيات وقوى فاعلة مستقلة (رجال الدين –سياسيون –رجال أعمال –إعلاميون)				
	قوى فاعلة إقليمية ودولية (الو م أ–تركيا –روسيا– فرنسا)				
	منظمات وحركات إسلامية عربية (حزب الله –حركة أمل–تنظيم الدولة الإسلامية داعش–حركة الإخوان المسلمون –جبهة النصرة...)				
	الجمهورية الإسلامية الإيرانية (ميليشات إيرانية–آية الله الخميني...)				
	قوى فاعلة عربية: دول الخليج العربي والشرق الأوسط (السعودية –الإمارات–قطر–مصر–العراق–اليمن–سوريا..)				
	أخرى (قوى وشخصيات ومنظمات أخرى مثل الأمم المتحدة، منظمات حقوقية، مجلس الأمن...)				
تحليل الآليات الخطابية	المجال التداولي	تحليل مسارات البرهنة	مسار منطقي	البرهنة العلمية، الوقائع والأحداث، أقوال مسؤولين	
	الاستراتيجيات الخطابية			برهنة دينية، برهنة تاريخية	
	الاقتباس والتناص		مسار غير منطقي	التعميم، التنميط، التحيز، المبالغات	
				أخرى بدون برهنة	
تحليل الأطر المرجعية	مرجعيات دينية				
	مرجعيات سياسية				
	مرجعيات إنسانية				
	مرجعيات أمنية				
	مرجعيات تاريخية				

التعريفات الإجرائية لأدوات تحليل الخطاب:

تم تصميم استمارة تحليل الخطاب من خلال الاعتماد على الأدوات التالي:

I. **تحليل الأطروحات:** يقصد بها تحديد وتحليل الأفكار الرئيسية أو القضايا المسيطرة في الخطاب الطائفي السني الشيعي، وقد تم تقسيمها إلى أطروحات رئيسية مركزية في بنية الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر وثانوية تندرج تحت الأطروحات الرئيسية وهي مصنفة كالتالي:

1. **تأصيل الذاكرة الدينية:** من خلال البناء النظري وبالاعتماد على الدراسات السابقات التي ساعدت على تحديد سمات وماهية الخطاب الطائفي، الذي يعتمد في بنيته الأساسية على تكريس الذاكرة الدينية بحيث تلمس البعد التاريخي تأصلا في الخطاب الطائفي الذي تم إنتاجه وتسويقه وقديمة وكأنه مزال يعيش حقبا تاريخية ضاربة في القدم. يتحقق تأصيل الذاكرة الدينية في الخطاب الطائفي السني/ الشيعي في تويتر من خلال:
   - ربط الأحداث الجارية بأحداث تاريخية: ما يجعل الأحداث الحاضرة امتدادا تاريخيا للماضي.
   - تقديم خطاب ماضوية من خلال جعل الخطاب الطائفي كأنه لايزال يعيش في حقب تاريخية (يعيد إنتاج خطابات تاريخية قديمة)، مثل أحداث بيعة السقيفة، ومعركة الجمل وصفين وحادثة كربلاء.
   - تحويل الصراعات القديمة إلى ثوابت في الهوية الدينية (حادثة كربلاء/ معركة الجمل)
2. **تحقيق مبدأ الريادة والفوقية:** تتحقق المظلومية كاستراتيجية تتبعها بعض الطوائف الدينية ويتم تكريسها في خطابها الإعلامي من خلال تجسيد مبدأ المظلومية وإثارة استعطاف الجماهير ويتحدد هذا المبدأ من خلال:
   - ادعاء الأفضلية (استعلاء الذات): أكدت الكثير من الدراسة اعتماد الخطاب الطائفي وخطابات الكراهية على مبدأ استعلاء الذات والريادة الدينية والفقهية وتحقيق الأفضلية على الآخر.
   - تخوين الآخر وشيطنته: نسب مختلف صفات العمالة والتطبيع والصهيونية للآخر.
- تقديم محتوي يحرض على كراهية الآخر: من خلال مجموعة من مصطلحات السب والقذف والتجريح
- **ربط البعد الديني بالبعد السياسي:** في الخطاب الطائفي يتقاطع البعدين السياسي والديني نظرا لطبيعة منشأ الخلاف الطائفي بين الشيعة والسنة الذي اتخذ تحيزات سياسية ودينية وتعداه إلى مجالات ثقافية واجتماعية واقتصادية.
   - ربط أعمال العنف بالحركات والتنظيمات الإسلامية مثل ربط بعض الأحداث بحركة الإخوان المسلمين في مصر، وبعض التفجيرات وأعمال العنف بتنظيم الدولة الإسلامية داعش.
   - التركيز على مناطق الصراع التي تحتوي على صراع الأقليات المذهبية والدينية مثل سوريا والعراق واليمن.
   - تقديم المبررات الدينية والفقهية لتفسير الخلاف والتنافس السياسي بما يوحى أن الخلاف ديني في المقام الأول وله تداعياته الدينية مثل لبنان.

3. **إلغاء فكرة المواطنة:** يعتمد الخطاب الطائفي على تكريس مبدأ الانتماء للطائفة الدينية والأقلية لا لمبدأ المواطنة والتعايش فهو خطاب إقصائي ودغمائي يعتمد على رفض الآخر واقصاءه دينيا وسياسيا والعمل على شيطنته وتخوينه في مقابل تحقيق الفوقية للذات.

- إقصاء مبادئ التعايش والتسامح والمواطنة: يبتعد الخطاب الطائفي على كل مبادئ التعايش السلمي والتسامح الديني فهو خطاب اقصائي يؤصل/يجذّر فكرة الانتماء والولاء لطائفة.
- تأصيل الانتماء للطائفة لا للوطن أو الأمة: يؤصل الخطاب الطائفي السني/ الشيعي لفكرة الولاء والانتماء لطائفة الدينية بدل الانتماء للوكن والأمة التي يتم إلغائها لحساب استعلاء الطائفة التي يسوق لها الخطاب الطائفي في تويتر.
- غياب ثقافة الاعتراف بالآخر وإلغاء الغيرية: على الرغم من ثراء المنطقة العربية بموزائكية/بفسيفساء متنوعة من الأديان وتنوع الطوائف الدينية والمدارس الفقهية، إلاّ أنّ الثقافة الإقصائية تتلبس بالخطاب الطائفي السني الشيعي الذي يلغي كل فرادة ومغايرة فضلا على أن الخطاب الطائفي لا يعترف بالأخر إلا (بل ينفيه و.....) نفيا وتكفيرا واستباحة لدمه باعتباره الآخر الشيطاني.

4. **تكريس فكرة المظلومية:** تتحقق المظلومية كاستراتيجية تتبعها بعض الطوائف الدينية ويتم تكريسها في خطابها الإعلامي من خلال تجسيد مبدأ المظلومية وإثارة استعطاف الجماهير باعتبارهم الفئة المظلومة والمنتهكة الحقوق.

II. **تحليل القوى الفاعلة:** تحديد وتحليل سمات وأدوار الأطراف المؤثرة في الخطاب الطائفي السني–الشيعي.

- شخصيات وقوى مستقلة (رجال الدين –سياسيون –رجال أعمال –إعلاميون)
- قوى فاعلة عربية (دول الخليج العربي والشرق الأوسط تشمل: السعودية –الإمارات–قطر–مصر–العراق–اليمن–سوريا...)
- قوى إقليمية ودولية (الو م أ USA–تركيا –روسيا)
- منظمات وحركات إسلامية عربية (حزب الله –حركة أمل–تنظيم الدولة الإسلامية داعش–جبهة النصرة...)
- الجمهورية الإسلامية الإيرانية (مليشات إيرانية–آية الله الخميني...)
- أخرى (قوى وشخصيات ومنظمات أخرى مثل منظمة حقوق الانسان، مجلس الأمن...)

III. **تحليل الأطر المرجعية:** التي تمثل السياق المرجعي الذي ينتمي إليه الخطاب الطائفي السني–الشيعي، ويتضمن الأطر التالية:

- المرجعية السياسية: يمثل الحقل المرجعي ذا بعد سياسي ويشمل الأحداث السياسية، الانتخابات، الاتفاقيات، المعاهدات، التصريحات... إلخ.
- المرجعية الدينية: يمثل الحقل المرجعي ذا البعد الديني، ويتضمن: الشريعة الإسلامية، المعتقدات والطقوس الدينية، المناسبات الدينية، المدارس الدينية والفقهية، التقسيمات المذهبية... إلخ.

- المرجعية التاريخية: يمثل الحقل المرجعي ذا البعد التاريخي مثل الصراعات التاريخية بين السنة والشيعة، الحضارات الإسلامية، أحداث تاريخية... إلخ.
- المرجعية الأمنية: وتمثل الحقل المرجعي ذا البعد الأمني والعسكري ويتضمن: التفجيرات، أعمال إرهابية، تحركات عسكرية، اتفاقيات أمنية، مؤسسات عسكرية... إلخ.
- المرجعية الإنسانية: وتمثل الحقل المرجعي ذا البعد الإنساني ويتضمن: اللاجئين، الأوضاع الإنسانية، حقوق الانسان، التهجير... إلخ.
- أخرى: تمثل حقول مرجعية متنوعة مثل الإطار الاقتصادي، الثقافي، الاجتماعي، قانوني ... إلخ.

IV. **تحليل الآليات الخطابية**: تحديد وتحليل الأدوات والأساليب والاستراتيجيات المعتمدة في عرض الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر، ويمكن تحليل ذلك من خلال:

- **تحليل مسارات البرهنة**: يتم ذلك من خلال تحديد الحجج والبراهين والمبررات الموجودة في الخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر وتتحقق مسارات البرهنة من خلال التالي:
  - **مسار منطقي**: البرهنة العلمية، الوقائع والأحداث، أقوال مسؤولين، برهنة دينية، برهنة تاريخية
  - **مسار غير منطقي**: التعميم، التنميط، التحيز، المبالغات، أخرى بدون برهنة
- الاستراتيجيات الخطابية (التضامنية –التوجيهية –التكرار)
- المجال التداولي (النظرية السياقية): من خلال البحث في الوظيفة الإنجازية للغة ضمن سياقات عدة، وتحديد العلاقة بين عناصر العملية التواصلية (المرسل –المتلقي) من خلال تحليل البعد الحجاجي والإقناعي للخطاب الطائفي السني الشيعي في تويتر.
- الاقتباس والتناص Intetextuality: التعالق النصي أي تشابه نص بنص أخر والهدف هنا هو بحث وتحليل وترابط الخطابات الطائفية المتشابهة وتحديد تعالقها النصي الظاهر والخفي. من الضروري هنا استحضار التاريخ وتبيان التعالق بين النصوص التاريخية القديمة والحديثة في خطابات الفاعلين: السني والشيعي. وهنا ربما تتجلى تاريخية أو تاريخوية، حسب عبارة العروي، الخطابات، فهي إعادة إنتاج للكثير من الرؤى والتصورات الأخرى بأشكال مختلفة.

ملحق لعينة لروابط بعض التغريدات المدروسة:

- https://twitter.com/gada_hashim/status/1270134073495703552
- https://twitter.com/00201155041812w/status/1270276328160444417
- https://twitter.com/GUEVARA_Yemen/status/1270790468671098880
- https://twitter.com/MuHashemi/status/1269582955225243650
- https://twitter.com/MuHashemi/status/1269583622761328641
- https://twitter.com/mjidsaadi_twit/status/1269712947137392644
- https://twitter.com/GUEVARA_Yemen/status/1270457154600919043
- https://twitter.com/rslfi/status/1269329211321442304
- https://twitter.com/rslfi/status/1269351917291003906
- https://twitter.com/grbah90/status/1268756279658455046
- https://twitter.com/grbah90/status/1268756279658455046
- https://twitter.com/gada_hashim/status/1270134073495703552
- https://twitter.com/2018_20_/status/1269658186887442433
- https://twitter.com/AhmedAASultan/status/1269928601086017538
- https://twitter.com/Amer_Abdullah11/status/1270460080148877314
- https://twitter.com/JKYDemKf4k3MENL/status/1270440781959114752
- https://twitter.com/JKYDemKf4k3MENL/status/1269916795252674560
- https://twitter.com/almohamadi1984/status/1269678677983363080
- https://twitter.com/nawal_mbs/status/1269590766898286602
- https://twitter.com/bbaan112/status/1269578562173939715
- https://twitter.com/h8HChEuS2oDUXiq/status/1269387440579543043
- https://twitter.com/hV1GIc9dIlPv45w/status/1269092793651249154
- https://twitter.com/nka8888/status/1270085775086977027
- https://twitter.com/mhqiq/status/1269682567588073472
- https://twitter.com/grbah90/status/1269597612904271876
- https://twitter.com/102Kaser/status/1269590067665870848
- https://twitter.com/MariamAlHajj15/status/1269373529432248322
- https://twitter.com/WbSA64tnxyolzCh/status/1269128857073917952
- https://twitter.com/O0cuFlWIV45VFnY/status/1269943411798413312
- https://twitter.com/hawialahlawi/status/1269764195794419719
- https://twitter.com/MAlshamrani99/status/1270814671872954373
- https://twitter.com/Abdulla03785124/status/1270769152941309954
- https://twitter.com/Syrianman256/status/1270351276266659841
- https://twitter.com/BY_126/status/1270661072039665679
- https://twitter.com/aabb68mas/status/1270262167330328582
- https://twitter.com/Sheikh_alHabib/status/1270736371557249025
- https://twitter.com/alBatlayosi/status/1270743748952174594
- https://twitter.com/ebndaqeq/status/1270718817807634434
- https://twitter.com/royal_commision/status/1270836392520822784
- https://twitter.com/khaled40kva/status/1270814856166465537
- https://twitter.com/QlJYkvfk4416jIi/status/1270807396902977539
- https://twitter.com/ANAS59814319/status/1270775809565962243
- https://twitter.com/tJeAU9uKSRs3q12/status/1270745221534539784
- https://twitter.com/RJOHLxlqM2OaUub/status/1270738312182083584

- https://twitter.com/alduferi1969/status/1270664521590456323
- https://twitter.com/Ca20206/status/1270632323407544320
- https://twitter.com/zeneddin3/status/1270591894721122305
- https://twitter.com/FHomeid/status/1269456108739080193
- https://twitter.com/AmnaSal51547738/status/1268917058009468929
- https://twitter.com/22_bbrr/status/1269600645591576576
- https://twitter.com/Thelawy18417211/status/1270076616828477441
- https://twitter.com/ghedaar313/status/1270344329492660224
- https://twitter.com/teK3eq0ijbY5bN9/status/1270834088182788103
- https://twitter.com/m92_qais/status/1270832696357466115
- https://twitter.com/zzzzooozzzzz/status/1270770765097578499
- https://twitter.com/SAlghobari/status/1270551303811469313
- https://twitter.com/UXkHFaUcY7NlGIV/status/1270766805838168065
- https://twitter.com/pa3liulo/status/1270765345964527617
- https://twitter.com/sM7L8L3QBnf1Zhb/status/1270723644403023872
- https://twitter.com/Michil42904251/status/1270714889653194753
- https://twitter.com/newf200f/status/1270796877567582209
- https://twitter.com/faceofiraq2/status/1270674054383534081
- https://twitter.com/k_almhroos/status/1270695011865317378
- https://twitter.com/3bd_Mohammed/status/1270669011328663553
- https://twitter.com/__haawra2/status/1270658234278457345
- https://twitter.com/ghaheralnavaseb/status/1270662750184800256
- https://twitter.com/jea66666/status/1270480695933243392
- https://twitter.com/jaafareng1984/status/1270665111502573568
- https://twitter.com/kadhimbayern/status/1270665016035938305
- https://twitter.com/AbuAbba45458293/status/1270661027194179585
- https://twitter.com/Hamza58104272/status/1270609134073847808
- https://twitter.com/Thelawy18417211/status/1270076616828477441
- https://twitter.com/Abualwazeer/status/1270774907215937538
- https://twitter.com/MoklesFaiat/status/1269324546290651137
- https://twitter.com/Ywbwggf/status/1269762846423945222
- https://twitter.com/jaafareng1984/status/1270618210417721346
- https://twitter.com/skaf2008/status/1270439390473584640
- https://twitter.com/haydaralsaray/status/1270328352684101632
- https://twitter.com/illyea1/status/1270022571820449792
- https://twitter.com/ehKTktZ7MMxMsu2/status/1270057999806103566
- https://twitter.com/SYM_sy/status/1270047482202984448
- https://twitter.com/Medvede37099715/status/1269714593519206402
- https://twitter.com/Far88Fares/status/1269389452163547137
- https://twitter.com/montader511/status/1269162302319796225
- https://twitter.com/EsKEI8zcxDkbPya/status/1268212445992177666
- https://twitter.com/Rqu8gIWGxSUOrtE/status/1268164603957194756
- https://twitter.com/JKYDemKf4k3MENL/status/1268127892761907200
- https://twitter.com/abo_ayman58/status/1268127147106934786
- https://twitter.com/MoklesFaiat/status/1268062949538742272
- https://twitter.com/dulaimia1122/status/1268026088741011457

- https://twitter.com/HeaalNOr_aAlMhD/status/1267175520460029954
- https://twitter.com/haydaralhamzawi/status/1267167691527372800
- https://twitter.com/haydaralhamzawi/status/1267167469485113354
- https://twitter.com/aseel206soo/status/1267146457704005633
- https://twitter.com/Zenpalie/status/1266682041099259905
- https://twitter.com/Knightofwar4/status/1261262317678968832
- https://twitter.com/ali__pump/status/1261054188550848518
- https://twitter.com/THIQARI_313/status/1261000713242640384
- https://twitter.com/khodor_anbar/status/1267114067799543809
- https://twitter.com/muj_494/status/1265246351635501057
- https://twitter.com/UpbbvLozMIp4r3O/status/1261409313316171783
- https://twitter.com/AntiShubohat/status/1259325261776130048
- https://twitter.com/annan_8/status/1255333991688933377
- https://twitter.com/Thelawy18417211/status/1250741508967477255
- https://twitter.com/pppoooalbady/status/1248053343441899525
- https://twitter.com/yousef_alwnah/status/1245338070121054210
- https://twitter.com/abuhilalah/status/1241396646568759296
- https://twitter.com/y_a_s_i_r_313/status/1237733904053919744
- https://twitter.com/y_a_s_i_r_313/status/1237383253016727552
- https://twitter.com/Lotus_flowers2/status/1236277406543028225
- https://twitter.com/SufianSamarrai/status/1233817302124126209
- https://twitter.com/afash7777/status/1229662432718708736
- https://twitter.com/aqeel_nad_313/status/1132824427572412416
- https://twitter.com/m1qaisy/status/1337842761819680771
- https://twitter.com/Abdulla03182839/status/1338385646231183360
- https://twitter.com/T11lr/status/1336828385629237251
- https://twitter.com/_ll1aa/status/1337814140962934789
- https://twitter.com/Hs2356u/status/1337941218630782982
- https://twitter.com/MahdiGhassani4/status/1337843169237536768
- https://twitter.com/b43583156/status/1338136374575239170
- https://twitter.com/M43495654/status/1338402714905096194
- https://twitter.com/b43583156/status/1338136069368385537
- https://twitter.com/alslf11/status/1338335814430961664
- https://twitter.com/alslf11/status/1338335814430961664
- https://twitter.com/shobohat_rodood/status/1337823151431028736
- https://twitter.com/drsh20020/status/1337083541100896259
- https://twitter.com/mo_alshariif/status/1336225434535604225
- https://twitter.com/hafed444/status/1335614881811279872

- https://twitter.com/RBJ_MBS/status/1335324797455241217
- https://twitter.com/search?q=%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A7%D9%81%D8%B6%D8%A9&src=saved_search_click
- https://twitter.com/Huda_Almuhini/status/1337133937743769600
- https://twitter.com/idqewk_/status/1337866247170625536
- https://twitter.com/abomajeed6/status/1338322990287687683
- https://twitter.com/xaxiinka/status/1337870791350874115
- https://twitter.com/AMSKSA02/status/1337803295914684419
- https://twitter.com/AMSKSA02/status/1337803295914684419
- https://twitter.com/AMSKSA02/status/1337803295914684419

من أعظم مايدعو به الإنسان الدعاء على الروافض

الشيخ رشاد الضالعي

Translate Tweet

6 views

eplying to @i3bdullah_hb

الباطل ملة واحدة كلما تحاورت مع نصراني تذكرت الروافض المجوس الذين يعبدون الحسين فالمسيح يعتقدون بأنه صلب وصرخ ومات والمجوس نفس الطريقة يعتقدون ان الحسين مات عطشانا مخذولا مضلوما ثم يطلبون منه الحوائج فاللهم لك الحمد على اني من اهل السنة والجماعة لا ندعو الا الله وحده

ranslate Tweet

@AAlqasime

احذروا ايها الروافض :

{ إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَكُمْ بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَكُمْ.. }

ıslate Tweet

إذا استمرت المعارك هكذا في الجبهات والله ماتكمل الشهرين الا والابطال في صنعاء، دعوا المناكفات جانباً،وحدوا اسلحتكم واقلامكم واعلامكم بإتجاه الروافض،ذوقوهم الويل، احرموهم النوم،نكلوا فيهم بالجبهات، استعيدوا وطنكم الجمهوري من أيادي عيال خامنئي الروافض

#الساحل_الغربي_محرقه_الحوثي

السيدة فاطمة الزهراء .. والسيدة زينب .. وزين العابدين رضي الله عنهم جميعًا ، حوَّل الشيعة أسماءهم إلى عناوين لأوكار القتل وفيالق الاغتيالات والتمثيل بالجثث .
اسم ابنة الرسول صلى الله عليه وسلم وأسماء أحفاده تتحول إلى مقرات للإرهاب والكراهية .
هذا هو دين الشيعة : دين الكراهية ن والدماء !!
هل يجوزلمؤمن بالله ورسوله أن يتحوّل اسم بنت النبي صلى الله عليه وسلم إلى وكر تحاك فيه خطط التفجير والقتل؟
وهل يقبل مسلم أن يصبح اسم أم الحسنينين رمزا للكراهية ؟

بسبب بلاغات من زنابيل الحوثي
ومليشياتهم تم تقيد حساب الاخ عبد المجيد البكري
وهذا حسابه الجديد الرجاء متابعته
@albkri_2020
ليستمر في مقارعة الأمامة الروافض واذناب فارس

نزلت صاعقة قديما على المسجد النبوي
فاحرقت طرفا منه
فترجل أحد النواشيط آنذاك وقال بل تلك
الصاعقة من عمل الرافضة

وقال جدكم:

لم يحترق حرم النبي لحادث
ولكل شي مبتدأ وازاً

لكنما أيدي الروافض لامست
ذاك الجناب فطهرته النار

هكذا هي شوارع بغداد والجنوب اليوم اثناء السير الى ما يسمى بالزيارة الاربعينية على طريق كربلاء .

"اشرب والعن عمر ... اشرب والعن عائشة"
ماذا يجيب الزوار؟
"احسنت".
الله يلعنكم دنيا واخره

Translate Tweet

@salenalranid

هل تذكرون اللطميات التي تحدى بها الرواديد فيروس #كورونا ان يصيبهم، بذريعة انهم محصنين بالحسين والمهدي و ... و ....؟
لقد انتصرت الحقيقة على الخرافة، وسقط اكثر من رادود ضحية لهذا الفيروس المرسل من النواصب كما قال احدهم !
اللهم لا شماته .. لسنا سعداء بإصابة احد، سعداء بسقوط الخرافة.

Translate Tweet

مقطع سيصيبك بالقشعريرة ، عندما يغضب الخليفة الأموية عبد الملك بن مروان على الخوارج من أهل العراق! أين انت من هذا الزمان ياعبد الملك وأين الحجاج منها لترون كيف عاث الروافض الخوارج في بلد العراق واكثروا فيها الفساد ! اعتذر المقطع يوجد فيه موسيقى فلم اجد مقطع بديل عنه

Translate Tweet

plying to @AbdelraZaKou

التآمر بين الشجرة الأموية، و القوى الأستكبارية يربو على الأربعة عشر قرناً، و ما زال مستمراً الى اليوم، و لكن بمسمّيات مختلفة، فالبيزنطيون الروم حلَّ محلَّهم الأوروبيون و الأميركيون، و الأمويون حلَّ محلهم آل سعود، و آل خليفة، و آل نهيان.

nslate Tweet

هذه الابيات الجميله في خصال الحسين ع وال بيته معلقه في جدار مسجد سيدنا الحسين ع وضريحه في القاهره وللامانه والتاريخ وجدت اهل السنه من المصريين عندما يفرغون من صلاة الجماعه يندفعون كالعاصفه نحو الضريح وكانهم ينوون اقتلاعه من شدة الشوق واللهفه فاهل السنة ليس هم النواصب بل المنافقون

Translate Tweet

شاهد حقد النواصب الوهابيه وصل الى الرياضه.
كيف شيعي يصبح كابتن لفريق سعودي.
ملاحظه :هذا الشيعي اصله سعودي ترى مو عراقي....

Translate Tweet

فاقت الاعداد اليوم لركضة طويريج عن العام الماضي..موت بغيضكم النواصب
عاشوراء ١٤٤٢
٣٠ آب ٢٠٢٠
#ركضة_الحشد_الحسينية
pic.twitter.com/GyNnq73FPJ

Translate Tweet

كل شيعة العالم يبكون في عاشورا
والنواصب يضحكون
الاشيعة اليمن يذكرون عاشورا ويبكون
النواصب في الميدان

Translate Tweet
1:01 · 29 Aug 20 · Twitter for Android
26 Retweets 3 Quote Tweets 343 Likes

من كتب السنة النواصب وابأسناد جيد
رجل شتم ابو بكر والنبي جالس فجعل النبي يعجب ويتبسم
دعونا نجعل النبي يتبسم العنوا ابو بكر لعن الله ابو بكر ابن ابي قحافة الملعون

Translate Tweet

اللهم فاشهد أننا النواصب لعقائد المجوس
اللهم أنت تعلم أن رسالة رسولك اكتملت
وعمر الحسين 6 سنوات
مات الرسول والحسين ما حمل سيفا ولا هاجر فارا بدينه ولا حضر غزوة واحدة ولا نزلت عليه آية
اللهم ارض عن الحسين
واللهم غضبك وسخطك على من يعبدون الحسين ويسألون الحسين وشعارهم لبيك يا حسين

Translate Tweet

النواصب هم اعداء الامة الاسلامية 4
#الحسين_يجمعنا

ranslate Tweet
6:19 · 30 Aug 20 · Twitter for Android

تم بحمد الله