

التكفير



ظاهرة التكفير .. الأسباب والعلاج والآثار



مؤتمر ظاهرة التكفير .. الأسباب .. الآثار .. العلاج

المحور ٣ - البحث ١

دور وسائل الإعلام في الترويج للأفكار التكفيرية

د. رضا عبد الواحد أمين

عميد كلية الآداب، جامعة المملكة

مملكة البحرين

مقدمة

خطورة ظاهرة التكفير في المجتمع أنها تحمل قيما سلبية متعددة، وتكرس لمفهوم الحق المطلق، واحتكار الحقيقة، وتنطوي على محاولات (إقصاء الآخر) من الساحة الفكرية والثقافية، بادعاء أن رأي الآخر دائما خطأ، فالتكفير من وجهة نظر ثقافية تمثل صورة من صور الاستبداد العقلي في وقت فيه التطور البشري يعلي من قيم الحوار والديمقراطية - ولو على المستوى النظري - والحوار مع الآخر، ومحاولة الالتقاء معه، وتعزيز المشترك بين الأنا والآخر.

ومع تعدد أشكال وسائل الإعلام وتطورها تطورا كبيرا في المرحلة الراهنة، توجه الاتهامات إليها بين الفينة والأخرى بأنها مسؤولة عن انتشار ثقافة التكفير، وذلك لأسباب كثيرة قد يكون منها غياب أو نقص الكفاءات المهنية القادرة على توجيه المجتمع وطرح قضاياها بموضوعية وحرافية، وقد يكون منها - أيضاً - سهولة الحصول على منبر إعلامي لنشر الأفكار التكفيرية في القرية الإعلامية الصغيرة التي تنبأ بها عالم الاتصال الكندي الشهير (مارشال ماكلوهان) بفعل الثورة المعرفية وانفجار المعلومات وظهور شبكة المعلومات.

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة الدراسة في التعرف على دور وسائل الإعلام في الترويج للأفكار التكفيرية في ظل التطورات السريعة والمتلاحقة التي جعلت من وسائل الإعلام أداة قوية للتأثير في الأفكار والاتجاهات والسلوك. وتحاول هذه الدراسة أن تتعرف على مفهوم التكفير كما تعرضه وسائل الإعلام، وعلى الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الفضائية منها، والورقية،

والشبكة في الترويج لأفكار المكفرين، وتسويق صورة ذهنية إيجابية عن دعاة التكفير، بسوء نية غالبا، وبالوقوع في شرك جذب الجمهور أحيانا، كذلك تهدف الدراسة إلى الوقوف على أهم معالم مساندة ظاهرة التكفير والمكفرين، وفي أي سياق تأتي عملية الترويج هذه.

نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تصف وتحلل الظاهرة موضوع البحث، وتعتمد على المنهج الاستنباطي الذي يربط بين المقدمات والنتائج، وبين الأشياء وعللها على أساس المنطق والتأمل الذهني، والاستقرائي الذي يبدأ بالجزئيات ليصل منها إلى قوانين عامة، للحصول على المعلومات والبيانات التي تجيب على تساؤلات الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

- ما مفهوم التكفير بشكل عام؟ وما مفهومه كما تعرضه وسائل الإعلام؟
- ما نوعية البرامج الإعلامية التي تقوم بالترويج لقضية التكفير؟
- ما طبيعة الأدوار التي يقوم بها الإعلام للترويج لظاهرة التكفير؟
- ما أبرز وسائل الإعلام التي تحرض على الأفكار التحريضية؟
- ما حدود تأثير وسائل الإعلام في نشر ثقافة التكفير؟
- ما المداخل الإقناعية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في نشر الفكر التكفيري؟
- وما الملامح الرئيسية لخطة إعلامية مقترحة للحد من نشر الأفكار التكفيرية في وسائل الإعلام؟

المبحث الأول مفهوم التكفير

يأتي مفهوم الكفر في اللغة العربية بمعنى الستر والتغطية ، يقال لمن غطى ذراعه بالثوب: قد كفر ذراعه، ويقال للمزارع: " كافرا "؛ لأنه يغطي البذر بالتراب ، ومنه سمي الكفر الذي هو ضد الإيمان " كفرا "؛ لأن فيه تغطية للحق بجحد أو غيره ، وقيل: سمي الكافر " كافرا "؛ لأنه قد غطى قلبه بالكفر^(١).

وأما (كُفْر) بتشديد الفاء فتعني: أن يلقي الإنسان بتهمة الكفر إلى غيره بسبب ارتكابه ما يراه مخالفاً للعقيدة الإسلامية، أو ما هو معلوم منها بالضرورة.

والحكم على أحد بكفر لا يكون إلا بما حكم الله ورسوله عليه بذلك، فكل فعل أو قول أو اعتقاد لا يكون كفراً إلا بنص من الكتاب أو السنة. فمن قال: من فعل كذا فهو كافر أو كفر! قلنا له: أين قول الله ورسوله في ذلك؟ وإلا صار ممن ينازع الله في حقه والرسول في حقه، أو اتهم النبي - ﷺ - بأنه قصر في تبليغ الرسالة! فالكافر من كفره الله ورسوله، والأصل في المسلمين الإسلام ما لم تقم بيينة أوضح من شمس النهار على كفره^(٢).

(١) ، <http://www.baheth.info/all.jsp?term=%D9%83%D9%81%D8%B1> ، لسان العرب، مادة كفر

(٢) أبو حسام الدين الطرفاوي، الغلو في التكفير المظاهر، الأسباب، العلاج، ص ٥١، ٥٢

متاح على الإنترنت في الرابط التالي:

www.saaid.net/book/8/1726.doc

تاريخ التصفح ١٩ أبريل ٢٠١٠م.

وقد شدد الله - تعالى - على حرمة تكفير المسلم لغيره ممن لا يطلع على حقيقة أمره، كما شدد على التساهل في القول بكفر من ظهرت عليه أمارة عدم الكفر، قال - تعالى -: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَى إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ مَغَانِمٌ كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِّن قَبْلُ فَمَنَّ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ﴾^(١)، وقد نزلت هذه الآية في جماعة من الصحابة لحقوا رجلا معه غنيمة - أي قطيع من الغنم - فقال: السلام عليكم، فقتلوه، وأخذوا ما معه من الغنم، فنزلت الآية، رواه البخاري^(٢).

خطورة التكفير وفقا للمنظور الديني:

إن التسرع في الحكم على مسلم يشهد أن لا إله إلا الله وأن محمدا رسول الله بالكفر والخروج من الإسلام لهو مزلّة قدم لا ينزلق فيها إلا جاهل بأحكام الشريعة، أو مغرور، أو حاقد على الناس، أو لديه غرض ما يسعى إليه من أغراض الدنيا كالحصول على المال أو السلطة أو الشهرة، أو في حب المخالفة. لأن الله - عز وجل - لا يسأل عبده لمّ لم تكفر فلانا؟ ولا يحاسبه على ذلك، ولكن قد يسأل العبد عن تكفير المسلمين بغير حق؛ لأن النبي ﷺ - حذر من الإقدام على مثل ذلك العمل.

روى مسلم عن ابن عمر أن النبي ﷺ - لَمَّ قَالَ: (إِذَا كَفَرَ الرَّجُلُ أَخَاهُ فَقَدْ بَاءَ بِهَا أَحَدَهُمَا)^(٣).

وفي رواية في مسند أحمد بسند صحيح عن ابن عمر قال: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ

(١) سورة النساء، الآية ٩٤.

(٢) محمد على الصابوني، التفسير الواضح الميسر، المملكة العربية السعودية، الطبعة السادسة،

١٤٢٦هـ، ٢٠٠٥م، ص ٢٠٨.

(٣) حديث صحيح، رواه مسلم، ص ٦٠.

﴿أَيُّمَا رَجُلٍ كَفَّرَ رَجُلًا فَإِنْ كَانَ كَمَا قَالَ وَإِلَّا فَقَدْ بَاءَ بِالْكَفْرِ﴾^(١).
 وروى البخاري عن أبي ذرٍّ - ضِيَّ اللَّهُ عَنْهُ - أَنَّهُ سَمِعَ النَّبِيَّ ﷺ يَقُولُ: (لَا
 يَرْمِي رَجُلٌ رَجُلًا بِالْفُسُوقِ وَلَا يَرْمِيهِ بِالْكَفْرِ إِلَّا ارْتَدَّتْ عَلَيْهِ إِنْ لَمْ يَكُنْ
 صَاحِبُهُ كَذَلِكَ)^(٢).

وقال ابن عساكر:

فهذه الأخبار تمنع من تكفير المسلمين، فمن أقدم على التكفير فقد
 عصى سيد المرسلين - ﷺ -^(٣).

ولا بد في التكفير من شروط أربعة:

الأول: ثبوت أن هذا القول، أو الفعل، أو الترك كفر بمقتضى دلالة
 الكتاب أو السنة.

الثاني: ثبوت قيامه بالمكلف.

الثالث: بلوغ الحجة.

الرابع: انتفاء مانع التكفير في حقه.

فإذا لم يثبت أن هذا القول، أو الفعل، أو الترك كفر بمقتضى دلالة
 الكتاب والسنة، فإنه لا يحل لأحد أن يحكم بأنه كفر، لأن ذلك من القول
 على الله بلا علم، وقد قال الله - تعالى -: ﴿ قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّي الْفَوَاحِشَ مَا
 ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ وَالْإِثْمَ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يُنَزَّلْ بِهِ
 سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴾^(٤). وقال: ﴿ وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ
 عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴾^(٥). وإذا لم

(١) حديث صحيح، رواه أحمد، ص ٦/٣٣٤.

(٢) حديث صحيح، رواه البخاري، برقم ٦٠٤٥، وصححه الألباني في صحيح الأدب المفرد، ص ٣٣٥.

(٣) أبو حسام الدين الطرفاوي، مصدر سابق، ص ٥٥.

(٤) سورة الأعراف، الآية رقم ٣٣.

(٥) سورة الإسراء، الآية رقم ٣٦.

يثبت قيامه بالمكلف فإنه لا يحل أن يرمى به بمجرد الظن؛ لقوله تعالى: ﴿ولا تقف ما ليس لك به علم﴾ ، ولأنه يؤدي إلى استحلال دم المعصوم بلا حق. وفي الصحيحين من حديث عبدالله بن عمر - رضي الله عنهما - أن النبي ﷺ، قال: "أيما امرئ قال لأخيه: يا كافر فقد باء بها أحدهما ؛ إن كان كما قال، وإلا رجعت عليه"، هذا لفظ مسلم. وعن أبي ذر - رضي الله عنه - أنه سمع النبي ﷺ - ، يقول: "لا يرمي رجل رجلاً بالفسوق، ولا يرميه بالكفر إلا ارتدت عليه، إن لم يكن صاحبه كذلك". أخرجه البخاري، ولمسلم معناه^(١).

وبناء على ذلك فإن تكفير المسلمين أمر في غاية الخطورة، وإلا لما حذر منه القرآن الكريم وأحاديث النبي الكريم - ﷺ - ، ولا ينبغي أن تكون عقائد المسلمين مادة تلوكها الألسنة في وسائل الإعلام ؛ لأنها تصل إلى أعداد غفيرة من الناس، ولأن أثرها كبير على الجماهير.

(١) أبو حسام الدين الطرفاوي، مصدر سابق، ص ٦٠-٦١.

المبحث الثاني

خطورة نشر التكفير في وسائل الإعلام

شهد الإعلام في العقد الأخير من القرن العشرين والعقد الأول من القرن الحالي تطورا كبيرا لم تشهده البشرية من قبل، ومن أبرز ملامح هذا التطور:

١- انتشار الأقمار الصناعية، وزيادة أعداد القنوات الفضائية في الفضاء العربي والإسلامي بشكل خاص وفي العالم بشكل عام :

حيث يوجد الآن على خريطة الفضائيات العربية أكثر من أربعمئة قناة تليفزيونية، وهذه القنوات بالرغم من كثرتها إلا أنها تحتوى على كثير من القنوات غير الهادفة، التي تقوم على بث الأفلام والمسلسلات والدراما والأغاني والشات، وبعضها - فقط - يقدم بعض الخدمات الإعلامية الهادفة، مثل بعض القنوات العامة و القنوات الإخبارية، والقنوات الدينية، بل وحتى هذه النوعية من القنوات التليفزيونية لم تسلم من الأخطاء التي تقع فيها، كوقوع القنوات الإخبارية في فخ التحيز والتجرد من الموضوعية، أو العمل لتحقيق أجندات معينة غير معلنة أحيانا، أو وقوع بعض القنوات الفضائية التي تصنف نفسها على أنها دينية في كثير من الأخطاء المهنية والشرعية أحيانا، والتي قد يكون منها إشاعة الفكر التكفيرى، والترويج له بين الجماهير.

والقنوات الدينية في الفضاء التليفزيوني العربي كثيرة ومتعددة، وقد تم قياس اتجاهات النخبة الدينية نحو أداء القنوات الدينية في دراسة سابقة للباحث^(١) من خلال تصميم مقياس سباعي يتضمن سَبْعَ عبارات مختلفة

(١) د. رضا عبد الواحد أمين، اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإسلامية، دراسة ميدانية، دراسة قدمت إلى مؤتمر الفضائيات العربية والهوية الثقافية (الشارقة: جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، في الفترة من ١١-١٢ ديسمبر ٢٠٠٧م).

لقياس اتجاه النخبة نحو ملامح الخطاب الديني الإعلامي في الفضائيات الإسلامية، تتدرج من القيم الإيجابية، فالأقل إيجابية، حتى تصل إلى القيم السلبية تجاه دور الفضائيات الدينية في تقديم خطاب إسلامي فعال، وهذه العبارات هي:

- خطاب إسلامي مستثير يخاطب الجمهور بلغة العصر ويعالج مشاكله وقضاياها.
- خطاب إسلامي جيد قادر على تحريك المياه الراكدة في العالم الإسلامي.
- خطاب إسلامي مقبول يدعو إلى الوحدة بين صفوف المسلمين، ولا يهتم بنقاط الخلاف والتفرقة.
- خطاب إسلامي أحادي النظرة، يعرض وجهة نظر واحدة تجاه الأحداث والقضايا.
- خطاب إسلامي متعصب يذكي مواطن الخلاف بين المسلمين، ويدعو للتعصب المذهبي.
- خطاب إسلامي متخلف، دون المستوى، يعزل المسلمين عن واقعهم المعاصر.
- لا رأي لي.

وتطبيق المقياس على المبحوثين تبين ما يلي:

- أن ٥٦,٧% من المبحوثين أعطوا الخطاب الإسلامي الفضائي قيما سلبية، حيث ذكر ٢٥% من العينة أنه خطاب إسلامي أحادي النظرة، غير ديمقراطي، لا يعير اهتماما كبيرا بالرأي المخالف، ويتبنى وجهة النظر الواحدة، ويتبنى فكرا واحدا، وخطا أيديولوجيا واحدا، مثل قنوات الشيعة، القنوات التي تتبنى خطا فكريا واحدا مثل الفكر السلفي، الصوفي... الخ، وبينت الدراسة أن ٢١,٧% من المبحوثين يعتبرون الخطاب الإسلامي خطابا متعصبا يذكي مواطن الخلاف بين المسلمين، ويدعو إلى

- التعصب المذهبي، بينما ذهب ٨,٣٪ إلى أنّ الخطاب الإسلامي في الفضائيات الإسلامية متخلف يعزل المسلمين عن واقعهم الذي يعيشونه.
- بينت النتائج الميدانية أنّ ٤٣,٣٪ من عينة الدراسة أعطوا للخطاب الإسلامي عبر الفضائيات الإسلامية قيمة إيجابية، حيث ذكر ٣١,٧٪ أنه خطاب إسلامي مقبول، يحاول تدعيم مبدأ الوحدة بين صفوف المسلمين، بينما ذكر ٨,٣٪ من الباحثين أنّ مستوى الخطاب الإسلامي جيد وقادر على خلق حالة من اليقظة داخل صفوف المجتمعات الإسلامية، ولم يذكر سوى ٣,٣٪ من الباحثين أنّ الخطاب الإسلامي في الفضائيات الدينية خطاب مستثير ومؤثر.
 - والواقع أنّ الطبيعة الاستثمارية لكثير من القنوات الإسلامية تحول دون أدائها للأدوار المنوطة بها، كما أنّ الإمكانيات الضعيفة والهيكل الإداري والتخطيطية الهشة للبعض الآخر يحول دون تقديمها الرسالة الإعلامية القادرة على إحداث التغيير للأفضل في المجتمعات الإسلامية.
 - وتشير هذه النتائج إلى أنّ أكثر من نصف النخبة الدينية غيرراضين عن أداء القنوات الدينية ذاتها، فكيف الحال بالقنوات الأخرى ؟
- ٢- تطور الصحافة كوسيلة اتصالية قادرة على إحداث التأثير في الجماهير:**
- حيث انتقلت من مرحلة الصحافة الورقية إلى الصحافة الإلكترونية التي يتم قراءتها والتعليق على موضوعاتها على شبكة المعلومات كشكل من أشكال التفاعلية بين الصحيفة وجمهورها، ومما تجدر الإشارة إليه أنّ الكثير من الصحف التي لها امتداد إلكتروني في شبكة المعلومات تعين مشرفاً يقوم بفلتر التعليقات الواردة من القراء لتتناسب مع السياسة التحريرية للصحيفة، وفي تلك الحالة فإن إمكانية مرور التعليقات التي تحتوي على عبارات تكفيرية يكون منعزلاً أو ضئيلاً، حيث يذكر الموقع الإلكتروني

لجريدة الشرق الأوسط على سبيل المثال أن التعليقات التي تستخدم فيها شتائم وكلمات بذيئة، أو غير مهذبة أو للتفيس عن أخطاء، أو تغذية نغرات عرقية أو طائفية لن تنشر^(١)، بينما تقوم بعض الصحف الأخرى بدافع من تشجيع حرية الرأي والتعبير بفتح المجال أمام الجماهير للتعليق على الموضوعات المنشورة دون رقابة، وهنا تكمن الخطورة؛ لأن الأفكار الإقصائية تجد طريقها في مثل تلك المواقع.

كما أن بعض الصحف تقوم بنشر الموضوعات التي تشجع على التساهل في تكفير المجتمع أو بعض أفرادها ابتداءً، وربما يعود ذلك إلى:

- ١- قلة الوعي والثقافة اللازمين لرشد الرأي وسداده من بعض الصحفيين.
- ٢- انتماء بعض الكتاب لإحدى الجماعات التكفيرية.
- ٣- اعتقاد بعض الصحفيين أن التسرع في إطلاق الأحكام قد يروق للجماهير، ويؤثر في أعداد النسخ المباعة من الصحيفة.

٣- السينما :

تعد السينما إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية التي تعتمد على الصوت والصورة، وقد تطورت تقنيات الإنتاج والعرض السينمائي في نهايات القرن الماضي وبدايات القرن الحالي، وتهدف - بالإضافة إلى التسلية - إلى تقديم التوعية الاجتماعية، وإحداث التغيير الاجتماعي.

وقد تلقت السينما - كوسيلة اتصالية - أكبر كم من العبارات التكفيرية الموجهة إلى الوسيلة ذاتها، بالرغم من كونها مجرد أداة اتصال لا يمكن وصفها بالكفر أو الإيثار، وربما يعود ذلك إلى كثرة التجاوزات الأخلاقية التي تحتوي عليها كثير من الأفلام السينمائية، فضلاً عن احتواء

(١) موقع صحيفة الشرق الأوسط على شبكة المعلومات.

بعض الأفلام على عبارات قد تكون مخالفة لعقيدة المسلمين، وهي ما تمثل مجالاً خصباً لحوارات قد تصل بالبعض لتكفير الدولة التي ينتمي إليها منتج الفيلم ذاتها، في حين يمكن - إن توفرت الإرادة - استغلال السينما كوسيلة إعلامية في توعية الجماهير بأخطار بعض الأفكار الهدامة والخاطئة.

٤- ظهور شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) :

وقد أحدثت الإنترنت طفرة إعلامية هامة كان لها تأثيراتها العميقة في إحداث عولمة الأرض، وانتقال المعلومات من أقصاها إلى أقصاها بضغط زر واحدة.

وشهدت الإنترنت مجموعة من الأشكال الإعلامية ذات التأثير الكبير لدى المستخدمين، ومن أهم هذه الأشكال:

المنتديات (Forums)

وهي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة المعلومات مثل المواقع المتخصصة، وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للنقاش على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً سواء كان ذلك مع أو ضد الأفكار المطروحة، دون قيود على المشاركين باستثناء القيود التي يضعها مسؤولو المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج^(١).

وتنتشر المنتديات الإلكترونية على شبكة المعلومات، حيث يوجد تقريباً لكل جامعة منتدى طلابي غير رسمي يمثل المجتمع الافتراضي الطلابي، ويعبر عن رجع صدى فوري ولحظي لكثير من الممارسات الجامعية، وفرصة لتبادل

(١) د. محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٧م)،

النصائح والتعليمات الجامعية الهامة، كما يوجد منتديات لبعض العائلات كتلك التي توجد في العالم الواقعي، كما توجد منتديات لبعض المجتمعات المحلية الصغيرة لتبادل ونشر الأخبار المحلية التي قد لا تجد مكانا لها للنشر في الصحف الكبرى، وتوجد - أيضا - منتديات نوعية كثيرة قد تتخصص في جانب معين من جوانب المعرفة الإنسانية أو النشاط البشري، أو تأخذ الطابع العام وتخصص أقساما لموضوعات متعددة.

ومن بين المنتديات تلك المنتديات التي يمتلكها أصحاب الفكر التكفييري، الذين يطلقون الأحكام دونما دراسة علمية أو تدقيق فقهي، ساعدهم في ذلك غياب أشكال الرقابة على هذه النوعية من المضامين المقدمة على شبكة الويب، وذلك لتعذر أو استحالة أن تقوم جهة واحدة بمراقبة ما يبث شبكيا لما تتسم به الإنترنت من صفة اللامركزية.

المدونات (Blogs):

وهي تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أسهل صورته عبارة عن صفحة ويب تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشره يمكن القارئ من الرجوع إلى مدونة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة.

ومن وجهة نظر علم اجتماع الشبكة العنكبوتية، ينظر إلى التدوين باعتباره وسيلة النشر للعامة التي أدت إلى زيادة دور الويب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى، بالإضافة إلى كونه وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة. ويمكن اعتبار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكتروني أهم خدمتين ظهرتتا على الإنترنت على

وجه الإطلاق^(١).

وفي العالم العربي والإسلامي شهدت وتشهد ظاهرة المدونات الشخصية انتشارا ملحوظا في السنوات القليلة الماضية حتى أصبحت تعد بالآلاف. وهي في هذه المنطقة بالذات حيث تنقلص فيها حرية الإعلام والتعبير عن الرأي على درجة عالية من الأهمية كونها تشكل بديلا لوسائل الإعلام الخاضعة للرقابة، ومتفلسا لممارسة النقد أمام أولئك الذين يرغبون في التعبير عن مشاكلهم الشخصية ومشاعرهم المكبوتة. كما أنها أصبحت طريقة سهلة ومضمونة للتحايل على الرقيب، سواء كان الرقيب السياسي أو الأمني أو الاجتماعي، ووسيلة أفضل للتعارف وتكوين الصداقات وتجاوز الحدود أيا كانت^(٢).

وبالرغم من هذه الإيجابيات التي تحتوي عليها المدونات، إلا أن بعض المدونين يبالغون في إطلاق الأحكام على المسلمين، وبعضهم ممن ينتمون إلى منظمات تكفيرية يقومون بتسويق هذه الآراء وتقديمها إلى القراء.

وتختلف المدونات عن المنتديات في أن المدونات عبارة عن مواقع ينشئها فرد أو مجموعة لا تخضع لأي سلطة أو جهة أو هيئة، ولا يحتاج إلى برامج خاصة لتنظيم الإتاحة والمشاركة من قبل الهيئة أو الجهة مثل المنتديات. ولا توضع أي قيود في الإتاحة والاستخدام والتعليق على الأحداث الجارية والقضايا المطروحة وإبداء الرأي ومناقشتها مع الآخرين، وتضم المدونات المذكرات الشخصية المتاحة على الويب والرؤى الجمعية، والتعليق على

(١) www.wikipedia.org آخر زيارة في ٦-٢-٢٠٠٩م.

(٢) د. رضا عبد الواحد أمين، الخطاب الإسلامي في المدونات على شبكة الإنترنت، دراسة تحليلية، بحث منشور ضمن أعمال المؤتمر العلمي الأول لقسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، الخطاب الإسلامي بين الثوابت والمتغيرات الدولية (القاهرة: ١٣-١٥ نوفمبر ٢٠٠٦م).

الوقائع الاجتماعية، وقد يشارك فيها واحد أو أكثر يتعددون بتعدد المساهمات أو المشاركات في الموضوع الواحد، أو الموضوعات المتعددة، أو أشكال عرض هذه الموضوعات.

وخطورة المدونات في نشر الفكر التكفيرى أن بإمكان أي شخص - أيا كان فكره وطريقة تفكيره - أن ينشئ مدونته الخاصة به على شبكة المعلومات، وأن يكفر فيها كل من لا يروق له، أو يتناغم معه في الفكر، أو الطائفة، أو المذهب، يساعده على ذلك أنه ليس من المحتم عليه أن يقدم بيانات صادقة عن نفسه، حيث إن كثيرا من المدونين ينشئون مدونات لهم بأسماء مستعارة، حتى لا يتقيد بأية قيود أخلاقية، أو حتى دينية مع من يختلفون معه في الرأي أو التوجه.

غرف الحوار والدرشة (Chat rooms):

وهي البرامج والغرف التي يتواصل من خلالها آلاف الأشخاص حول موضوعات جادة وغير جادة، بعضها يكتفي بالتراسل النصي، وبعضها يكون التراسل فيها بالنص والصوت، وأخرى يتم فيها التفاعل بصوت والصورة عبر استخدام الويب كاميرا في إجراء الحوار أو الدرشة.

ومن أشهر برامج الحوار والدرشة على الإنترنت برنامج (البالتوك)، ويمكن من خلاله للمستخدم أن يقوم بفتح غرفة خاصة به، ودعوة أصدقائه لمحادثتهم فوراً عبر الصوت والصورة، أو الانضمام لإحدى الغرف المصنفة وفقاً للاهتمامات الإنسانية المختلفة، وتستخدم كثير من غرف البالتوك للأسف في السجال الديني والطائفي، حيث تشهد غرف البالتوك جلسات سباب وطعن في العقائد والمذاهب بين كثير من مستخدميها، وهي تروج بتلك الطريقة لبعض الأفكار المتشددة التي تصل أحيانا إلى تكفير الآخرين، وإلقاء التهم جزافا على من لا ينتمون إلى نفس المذهب أو الطائفة من المسلمين، كما تنتشر

الغرف الإباحية على شبكة الويب، وهو ما دعا كثيرا من الدول - خاصة الإسلامية - لإغلاق هذه الغرف أو حجب مواقعها.

مجموعات الأخبار (News Groups):

تعد مجموعات الأخبار شكلا من أشكال المناقشة عبر شبكة المعلومات، حيث يجتمع مجموعة من الناس لديهم اهتمامات مشتركة للحديث عن كل شيء بداية من البرامج إلى القصص الكوميدية والشؤون السياسية، على خلاف رسائل البريد الإلكتروني، التي تكون ظاهرة فقط للمرسل والمستلمين الذين تم تحديدهم، ويمكن قراءة رسائل مجموعات الأخبار بواسطة أي شخص يقوم بعرض المجموعة التي يتم نشر هذه الرسائل فيها، وتكون مجموعة الأخبار دولية النطاق، ويستخدمها شركاء من كافة أنحاء العالم^(١)، وقبل أن يستعرض المستخدم الرسائل في إحدى مجموعات الأخبار، يحتاج إلى أحد برامج قراءة الأخبار، ويستخدم البرنامج لتنزيل الرسائل من أحد خوادم الأخبار، ويوفر العديد من موفري خدمة الإنترنت وصولا إلى خوادم الأخبار للاستخدام بواسطة عملائها بمقابل مادي، وتحتوي هذه الخوادم عادة على آلاف المجموعات التي تغطي مجموعة عريضة من الموضوعات، وتحتوي بعض خوادم الأخبار على موضوعات متخصصة تجمع المتخصصين في فن أو علم أو أفكار معينة.

ويمكن استخدام تلك المجموعات في إجراء المناقشات حول كافة القضايا، ولا يكون عليها أي شكل من أشكال الرقابة، وبالتالي فهي مكان مناسب لانتشار الأفكار التكفيرية التي ترمي المسلمين أو بعضهم بالخروج عن الملة، أو ربما تجنح إلى تكفير مجتمع إسلامي بأكمله.

(١) <http://windowshelp.microsoft.com/Windows/ar-XM/help/9d8b9efe-da>

آخر زيارة في ١٣-٢-٢٠٠٩م.

القوائم البريدية (Mailing lists):

وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل إلى عدد معين من المنضمين إلى هذه القوائم، وتغطي موضوعات القوائم البريدية مجالات متخصصة معينة، وتقرب في فكرتها من مجموعات الأخبار والنقاش^(١)، وهي شكل من أشكال التواصل بين متصفح الموقع، وأحد أشكال توصيل رسائل اتصالية إلى أكبر عدد ممكن من الناس من خلال ضغطة زر واحدة، ونشر الأفكار التكفيرية من خلال هذا النمط من الأنماط الإعلامية الشبكية يكون من خلال احتفاظ الموقع المملوك لهيئة أو منظمة ترعى الفكر التكفيري بعناوين البريد الإلكتروني لآلاف الأشخاص، وتوصيل الأفكار التي يروجون لها إليهم بسهولة ويسر.

شبكات التعارف:

انتشرت في السنوات الأخيرة عدد من المواقع والشبكات التي تدعم التواصل مع الأصدقاء القدامى والبحث عن أصدقاء جدد، وتكوين المجموعات المختلفة التي تهتم بموضوعات متشابهة، وسنعرض لها الأمثلة التالية:

شبكة الفيس بوك (Facebook):

وهو موقع للشبكات الاجتماعية على شبكة المعلومات لتكوين الأصدقاء الجدد والتعرف على أصدقاء حول العالم أو الانضمام إلى مجموعات مختلفة على شبكة الويب، ويمكن المشتركين في الموقع من الاشتراك في شبكة أو أكثر على الموقع مثل المدارس، أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو المجموعات الاجتماعية، وهذه الشبكات تتيح للمستخدمين الاتصال

(١) د. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية (القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧م) ص ٧١.

بالأعضاء الذين هم في نفس الشبكة، ويمكن لهم أن يضيفوا أصدقاء لصفحاتهم، ويتيحوا لهم رؤية صفحاتهم الشخصية.

والموقع مجاني للمستخدمين، ويجني إيرادات طائلة من الإعلانات، ويجمع بيانات عن المستخدمين ويستخدمها في إظهار إعلانات لها صلة بزوار الموقع واهتماماتهم ونطاق أعمالهم، وتعتبر شركة مايكروسوفت هي الشريك الحصري للإعلان على موقع الفيس بوك، وقد أشارت تصنيفات إيكسا لترتيب المواقع عالميا أنه يأتي في المركز الرابع بعد كل من (ياهو) و(جوجل) و(يوتيوب).

وقد أسس الموقع **مارك زوكربيرج** (Mark Zuckerberg):

وذلك في عام ٢٠٠٤م، عندما كان طالبا في جامعة هارفارد الأمريكية، وكان مشهورا بولعه الشديد بالإنترنت، وكان هدفه أن يقوم بتصميم موقع يجمع زملاءه في الجامعة ويمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ويسهل عملية التواصل بينهم، دون أن يفكر في إنشاء موقع تجاري يجتذب الإعلانات، وسرعان ما لقي هذا الموقع رواجاً بين طلبة جامعة هارفارد، واكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجعه إلى توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع فيس بوك قاصراً على طلاب الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين، وفي سبتمبر ٢٠٠٦م قرر جوكربيرج أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه، وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد مستخدمي الموقع.

وفي أكتوبر ٢٠٠٧م اشترت شركة مايكروسوفت حصة في الفيس بوك نسبتها ١,٦٪ بقيمة ٢٤٠ مليون دولار، حيث تقدر قيمة الموقع بحو ١٥ مليون دولار^(١).

(١) <http://news.bbc.com.uk>

آخر زيارة في ٢٢-١١-٢٠٠٨م 7063142/7063000/sci_tech/Arabic/hi

ويحتل الموقع المركز الخامس عالميا طبقا لتصنيف اليكسا العالمي لتصنيف وترتيب المواقع الأكثر تصفحا^(١).

وقد شهد الموقع في العامين الأخيرين نشاطا ملحوظا من جانب نشطاء المجتمعات الافتراضية، ويعد منبرا لإبداء الآراء وتبادل التعليقات حول الأحداث الهامة، خاصة في الدول النامية، ولعل المثال الأشهر على دور وتأثير الفيس بوك على الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية ما قام به بعض الشباب في مصر من تنظيم حركة اعتصام سلمية على الموقع تحت مسمى (شباب ٦ أبريل) ودعت إلى الإضراب عن العمل في ٦ أبريل ٢٠٠٨م واستجابت كثير من الأحزاب المصرية والنقابات والحركات والجماعات المعارضة اعتراضا على بعض الأوضاع الاقتصادية والسياسية، وكان للدعوة صدى كبير، كما حدثت أحداث شغب في مدينة المحلة الكبرى التي تقع بدلتا مصر في ذلك اليوم الذي أرخ؛ لقوة وتأثير موقع الفيس بوك في الأوساط الشعبية، وخاصة بين فئة الشباب.

وقد وجه للموقع الكثير من الانتقادات، وتم حجبها في بعض الدول مثل ميانمار وإيران، وفي إسرائيل فرض الجيش الإسرائيلي قيودا على المشاركة فيه، بعد ظهور صور لغرف عمليات وقواعد جوية وغواصات إسرائيلية على صفحاته، كما نشرت تقارير إعلامية عن أن هناك إمكانية تسريب المعلومات الشخصية للمستخدمين من خلال إضافة تطبيق إلى مواقعهم الشخصية يتم من خلاله سحب البيانات الشخصية^(٢).

(١) <http://www.alexa.com/search?q=facebook>

آخر زيارة في ١٥-٢-٢٠٠٩م.

(٢) <http://news.bbc.com.uk>

آخر زيارة في ٢٢-١٢-٢٠٠٨م.

ولأن مستخدمي هذا الموقع يحصون بمئات الملايين (٥٠٠ مليون مستخدم حول العالم في مايو ٢٠١٠م) تكمن خطورته، إذ يمثل بيئة خصبة لتبادل الآراء، ونقل الأفكار التكفيرية، وبخاصة مع غياب الرقابة أو الإشراف من أحد، فهو فضاء مفتوح ومؤثر في الوقت ذاته، وقد أثبتت العديد من الدراسات التأثير الشديد للفيس بوك سياسيا ودينيا وأخلاقيا واجتماعيا.

ماي سبيس (My space):

هو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية على الويب، ويقدم شبكة تفاعلية بين الأصدقاء المسجلين في الخدمة، بالإضافة إلى خدمات أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى ومقاطع الفيديو و المجموعات البريدية و ملفات المواصفات الشخصية للأعضاء المسجلين. يقع مقر الشركة المالكة للموقع في سانتا مونيكا في كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، بينما يقع مقر الشركة الأم "نيوز كوربوريشن" في مدينة نيويورك^(١).

طبقا لموقع أليكسا إنترنت يعد موقع ماي سبيس هو سابع أكثر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم، وسادس أكثر مواقع الويب المكتوبة - بأي لغة في العالم - شعبية، كما أنه يعد ثالث أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة. ارتفعت شعبية الموقع تدريجيا بنسبة أكبر من المواقع المشابهة الأخرى، وحاز على ٨٠٪ تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، حتى صار يمثل جزءا مهما من الثقافة الشعبية المعاصرة، خاصة في البلاد الناطقة بالإنجليزية. وهناك نوع آخر من المجتمعات الافتراضية في شبكة الإنترنت، ذلك النوع

(١) متاح على شبكة المعلومات في الرابط التالي:

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%A7%D9%8A_%D8%B3%D8%A8%D9%8A%D8%B3

آخر زيارة بتاريخ ١٥-٢-٢٠٠٩م.

من المجتمعات الافتراضية التي يمكن تسميتها بالمجتمعات الافتراضية الكاملة على شبكة الويب، وهي المواقع الإلكترونية التي تحاول محاكاة العالم الواقعي

من خلال إتاحة عدد من الخيارات المتعددة أمام المستخدمين تمكنهم من ممارسة تفاصيل متعددة وكأنهم في العالم الحقيقي من بيع وشراء وارتداء ملابس والسفر عبر الطائرات وغيرها وجنى الأموال وإنشاء البيوت والشركات... إلخ بما في ذلك إنشاء مجتمعاتهم الخاصة بنشر أفكارهم وتبادل الاهتمامات المشتركة مع آخرين من خلال إمكانية إنشاء المدونات والصفحات الخاصة بالمستخدمين.

ومن الأمثلة على هذا النوع من المجتمعات الافتراضية:

مجتمع الحياة الثانية سكند لايف (Second Life):

هي حياة افتراضية ثلاثية الأبعاد، انطلقت على شبكة الإنترنت عام ٢٠٠٣م، وتم تطويرها من قبل شركة ليندن المحدودة - وهي شركة أمريكية خاصة مقرها سان فرانسيسكو - ويقول الموقع إن هذا العالم الافتراضي المعروف بالحياة الثانية أنشأه سكانه، وجذب الأنظار في أواخر ٢٠٠٦م، وبدايات ٢٠٠٧م.

وهو العالم الموازي الذي بدأت فكرته كلعبة إلكترونية من ألعاب الفيديو في الإنترنت عام ١٩٩٩م، ثم تحولت إلى مشروع حياة افتراضية تقوم على محاكاة العالم الحقيقي.

وكان الأمريكي فيليب روزدال قد أسس شركة أسماها (ليندن لاب) في ١٩٩٩م بهدف تقديم خدمة جديدة لزوار الإنترنت، وهي إمكانية الحصول على أراضي افتراضية، والقيام بتصميمها، وبناء منازل عليها، بحيث يستمتع زائر الإنترنت بمنزله الخاص الذي يبدع فيه كما يشاء، ثم تطورت لديه

الفكرة إلى تصميم موقع خاص يمكن زواره من العيش في حياة افتراضية عام ٢٠٠٣ م^(١).

حدود التفاعل على موقع الحياة الثانية (سكند لايف):

وتقوم فكرة هذا المجتمع المتكامل في شبكة الويب على أن يقوم الساكن أو المستخدم باختيار اسمه في هذه الحياة بدلا من الحياة الواقعية التي لا يمكنهم فيها اختيار أسمائهم، وكذلك اختيار الشخصية الافتراضية ذات الملامح، وقد تكون قريبة من الملامح الحقيقية في العالم الواقعي وقد لا تكون، ثم يمارس الحياة بكافة تفاصيلها كما هي في النسخة الحقيقية، فيستطيع المستخدم المشي والطيران والسباحة والتفاعل مع الآخرين بكافة صورته، بما في ذلك التعاملات المالية، كما توجد عملة خاصة بسكان عالم الحياة الثانية وهي (الليندن دولار).

طبقا لتقديرات مارس ٢٠٠٨م فإن ١٣ مليون شخص سجلوا انضمامهم لعالم الحياة الثانية الافتراضي، بعضهم يضم حسابا غير مفعّل، قضوا فيها ٢٨,٢٧٤,٥٠٥ ساعة، وتشير التقديرات في مطلع عام ٢٠٠٩م إلى أن ١٥ مليون شخص يقضون أوقاتا في الحياة الثانية^(٢)، وسارعت كثير من الدول في افتتاح سفارات لها في الحياة الثانية، وتعد السويد أول دولة تقوم بذلك، كما يوجد العديد من الشركات التي قامت بشراء جزر وتقوم من خلال موقعها التسويقي لمنتجاتها والبيع بالفعل للعملاء من قاطني الحياة الثانية، مثل شركة نيسان، وشركة أديداس، وتويوتا، وفنادق ستاروود هوتليس.

(١) تم استقاء المعلومات من موقع سكند لايف / <http://secondlife.com/>

(٢) http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1233567791586&pagename=Zone-

ومن المواقع والمؤسسات الإعلامية العربية فإن أول مؤسسة تشيد جزيرة في تلك الحياة (إسلام أون لاين).

وربما يعود قلة نسبة المؤسسات العربية والأفراد العرب في هذا المجتمع الافتراضي كونه - حتى الآن - لا يدعم اللغة العربية، ولا يحمل خيارات التعامل بها من خلال الواجهة الرئيسية للموقع الذي يضم مجتمع الحياة الثانية. **وقد قامت (إسلام أون لاين) بإنشاء جزيرة افتراضية لها في سكند لايف، قامت من خلالها القيام بالعديد من الفعاليات الهامة، منها^(١):**

- ١- أقامت متحفاً أسمته (هولوكست فلسطين)؛ لتوثيق الجرائم الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني منذ عام ١٩٤٨م وحتى "محرقة غزة" بالتجسيد الحي ثلاثي الأبعاد.
- ٢- قام موقع إسلام أون لاين برصد المظاهرات التي تمت في عالم سكند لايف ضد الممارسات الإسرائيلية في غزة، ونقلت صور المتظاهرين وهم يرفعون الأعلام الفلسطينية في جزيرة إسرائيل في الحياة الثانية، وشاركهم في المظاهرات ممثلين عن منظمات حقوقية وأجانب، وتم نقل هذه الصورة الإخبارية من خلال مراسل الموقع في الحياة الثانية.
- ٣- قام موقع إسلام أون لاين بإنشاء ما يمكن تسميته ب(الحج الافتراضي) في جزيرة إسلام أون لاين في سكند لايف، وذلك لشرح وتبسيط إجراءات الحج والعمرة ليس عن طريق التلقين، وإنما عن طريق الأداء الافتراضي للمناسك في موسم الحج للعام ١٤٢٩هـ، وتحديدًا في يوم ٢٤-١١-٢٠٠٨م، وقام به خمسة وعشرون شخصاً أغلبهم غير مسلمين كما

(١) من دراسة قدمها الباحث إلى مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي الذي عقد في جامعة الملك سعود في الفترة من ١٥-١٧ مارس ٢٠٠٩م، بعنوان، حدود التفاعل الاجتماعي في المجتمعات الافتراضية على شبكة الإنترنت.

يقول الموقع بصحبة أحد المشرفين الشرعيين في عملية استمرت لساعة ونصف^(١)، وهو ما يعد استغلالا جيدا لخدمة أهداف دعوية، وتوظيف التكنولوجيا الاتصالية والعوالم الافتراضية لخدمة القضايا الجادة.

٤- قام أحد الدعاة السعوديين، وهو الشيخ على بادحدح بإلقاء محاضرة عن غزة في سلكند لايف يوم السبت ١٤-٢-٢٠٠٩م والتقى بالعديد من قاطني الحياة الذين قاموا بتوجيه أسئلة للشيخ وقيامه بالرد عليهم^(٢)، وهي إحدى الفعاليات الإسلامية القليلة في المجتمعات الافتراضية، حيث تحتاج الجهود الإسلامية والعربية إلى تكثيف الوجود في مثل تلك المجتمعات خدمة لقضاياها ورؤيتها لمجريات الأحداث.

ومن المهم الإشارة إلى أنه لا توجد أدنى رقابة شرعية على الحوارات وجلسات النقاش التي تتم بين قاطني الحياة الثانية، وبالتالي فهي بيئة خصبة للترويج للأفكار الإقصائية التكفيرية، خاصة وأن الذين ينتمون للمؤسسات التكفيرية يولون اهتماما خاصا بشبكة الإنترنت بتطبيقاتها المختلفة.

موقع يوتيوب:

هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وعنوانه (www.youtube.com):

وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مالية، فبمجرد أن يقوم المستخدم

(١) http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1220866959431&pagename=Zone-Arabic-News/NWALayout

Arabic-News/NWALayout

آخر زيارة في ١١-٢-٢٠٠٩م.

(٢) http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1233567791586&pagename=Zone-Arabic-News/NWALayout

Arabic-News/NWALayout

آخر زيارة في ١٥-٢-٢٠٠٩م

بالتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، كما يتمكن المشاهدون من إدارة حوار جماعي حول مقطع الفيديو من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، فضلا عن تقييم ملف الفيديو من خلال إعطائه قيمة نسبية مكونة من خمس درجات لتعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظر مستخدمي الموقع.

وطبقا لتصنيف أليكسا العالمي فإن موقع يوتيوب يأتي في المركز الثالث من حيث أكثر المواقع العالمية مشاهدة، بعد كل من: ياهو، وجوجل^(١). ويلعب موقع يوتيوب دورا كبيرا في نشر الأفكار التكفيرية في المجتمع؛ لأنه يقوم بإعادة بث الحوارات والبرامج التلفزيونية التي تضم الأفكار المتشددة، والتكفيرية، ليشاهدها كل من لم يتمكن من مشاهدة تلك البرامج أو الأحاديث التي قد تكون مع بعض دعاة التكفير، ومن خلال ملاحظة الباحث الشخصية وجد أن هناك نشاطا ملحوظا من قبل تلك الجماعات ذات الأفكار التكفيرية لتوظيف التكنولوجيا الحديثة لنشر آرائهم وأفكارهم؛ لأن الإعلام الرسمي مغلق أمام هؤلاء غالبا، ولغياب الرقابة الكافية في المواقع الإلكترونية من هذا النمط، كذلك يمكن الموقع أصحاب الأفكار التكفيرية من إنتاج ملفات الفيديو ابتداء، ومن ثم إرفاقها بالموقع لبث ما يريدون من أفكار.

ومن استعراض الأشكال المستحدثة في الإعلام وشبكة الإنترنت يمكننا إجمال ما يلي:

١- أن الأفكار التكفيرية تظهر على استحياء في القنوات التلفزيونية الفضائية، وخاصة في بعض القنوات التي تصنف نفسها على أنها (دينية)، ساعد على ظهورها انتشار الأقمار الصناعية، وسهولة استئجار تردد من

(١) <http://www.alexa.com> في ١٥-يناير-٢٠٠٩م.

شركات الأقمار الصناعية التي تؤجر تلك الترددات لمن يريد، وساعد على ندرة ظهورها قيام المؤسسات الدينية في المجتمعات الإسلامية برفض تلك النوعية من القنوات التليفزيونية التي تنفصم عن مجتمعتها، وتقف على منصة الحكم عليه بالإيمان أو الكفر.

كما يوجد بعض القنوات الدينية التي تنتمي لطائفة معينة مثل بعض القنوات التي تنتمي للمذهب الشيعي تقوم ببث بعض البرامج التي تتناول فيها عقيدة أهل السنة والجماعة، وهذه البرامج تكون مادة للسجال التكفيري بين السنة والشيعة من أنصاف المثقفين في المواقع الإلكترونية على شبكة الويب، مثل موقع يوتيوب.

٢- أن انتشار تطبيقات شبكة المعلومات بأجيالها المتعاقبة نشط الذين يكفرون المجتمع عبر مفردات النظام الإعلامي الجديد، الذي يقوم أفراد المجتمع على إنتاجه، والتحكم في مضمونه ومحتواه، مثل المدونات، والمنتديات، والفيس بوك، ويوتيوب، وسكند لايف، وماي سبيس، وتويتر، ونول، وغيرها من آليات استضافة الأشخاص وإعطائهم مساحات افتراضية واسعة لنشر ما يشاءون من أفكار.

ومع غياب الرقابة على تلك المواقع، أو استحالتها؛ لتضخم أعداد مستخدميها تبرز إشكالية السيطرة على هذا المضمون المرتبط بإشكالية أخرى، وهي تقييد الحريات الشخصية، فإذا تحدث البعض عن رقابة على محتوى المواقع انبرت أقلام كثيرة لتدافع عن حرية الرأي والتعبير، وتقف ضد محاولات فلترة المضمون المخالف للشريعة الإسلامية في إطلاق الأحكام جزافا على الآخرين، وعدم التقييد بالضوابط الشرعية التي ورد ذكرها في المبحث الأول عند الخوض في عقائد الآخرين.

المبحث الثالث

أسباب وجود الأفكار التكفيرية في وسائل الإعلام

استقرت الدراسات والبحوث العديدة في مجال الإعلام والاتصال على أن لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في التأثير على المجتمع وآراء أفراد وجماعته، سواء في المجتمعات الرأسمالية أو المجتمعات النامية أو غيرهما من المجتمعات. وأدى التطور في الرؤية الليبرالية لعمل وسائل الإعلام التي تعلي من الحريات الفردية على حساب مصالح المجتمع، إلى ظهور نظرية جديدة في الإعلام، وتسمى بنظرية المسؤولية الاجتماعية، وهي نظرية ترفض الليبرالية المطلقة في المجال الإعلامي، وتلزم وسائل الإعلام المختلفة بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تسعى إلى إيجاد توازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع، أي إيجاد ما يسمى بـ (الحرية المسؤولة)، ويتحقق ذلك بخضوع وسائل الإعلام لرقابة الرأي العام في المجتمع عن طريق مواثيق الشرف الإعلامية، وظهر مفهوم جديد للخبر، مبني على نظرية المسؤولية الاجتماعية، ويرفض أن يكون الخبر تلك المعلومة التي تثير اهتمام أكبر عدد من الناس، وإنما أضاف إلى المفهوم الليبرالي القديم بعداً آخر، وهو أن يكون للخبر وظيفة اجتماعية^(١).

ويرى الباحث أن لا سبيل إلى مراقبة هذا الكم الهائل مما ينشر أو يبث أو يذاع في وسائل الإعلام المقروءة، والمسموعة، والمرئية، التقليدي منها والإلكتروني، إلا من خلال تفعيل نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجتمعاتنا المسلمة، حيث تقوم النخبة الدينية والثقافية بالدور الأكبر في هذه المجتمعات

مؤتمر ظاهرة التكفير .. الأسباب .. الآثار .. العلاج

(١) د. فاروق أبوزيد، فن الخبر الصحفي، القاهرة: عالم الكتب، ط ٤، ٢٠٠٠م، ص ١٩-٢١ بتصرف.

من خلال توضيح الحقائق، وتفنيد الأباطيل التي تحتوي عليها بعض وسائل الإعلام من أفكار تكفيرية هدامة، كما يمكن للحكومات أن تدعم هذا التوجه، من خلال إقامة بعض المراسد الإعلامية التي تقوم بتجميع أكبر قدر ممكن من هذه المضامين الإعلامية، والرد عليها في نفس الوسيلة، أو في وسائل إعلامية أخرى أكثر شهرة ووصولاً إلى قاعدة عريضة من الجماهير.

لقد غيرت ثورة الاتصالات الحديثة المشهد الإعلامي والاتصالي العالمي، حيث تعددت القنوات الفضائية، وتعممت شبكات المعلومات وتطورت وسائل الطباعة الحديثة بحيث إنه بإمكان صحيفة واحدة أن تطبع في القارات الخمس في نفس اللحظة؛ وبذلك اتسع تأثير وسائل الإعلام وتعاضم بشكل لافت، كما ان انهيار المنظومة الاشتراكية، واستفراء مجتمعات متكثلة اقتصادية ومالية بالسوق العالمي والولايات المتحدة بالقرار السياسي الدولي، كل هذا قد جعل وسائل الإعلام تتخلى تدريجياً عن وظيفتها التقليدية

كسلطة رابعة مضادة، لتتحول إلى سلطة أولى كما يقول أحد الباحثين: "هذه السلطة الإعلامية المخيفة بقوتها والمرعبة بهيمنتها لا تواجهها أية سلطة مضادة ناجعة، ولا أي نفوذ قادر على تقويمها وإصلاحها وتأديبها ومعاقبقتها عندما تخطئ"، "كل ذلك يتم باسم حرية الإعلام، في حين أنه، "بإمكان صحفي صغير مبتدئ في المهنة أن يحطم حياة رجل دين، ويمكن له أن يحدث انهيار مؤسسة ويمكن كذلك للصحفي أن يكون محرصاً على أبشع وأشد حملات الدعاية ضرراً"^(١).

ومن المعروف أن وسائل الإعلام هي أداة تعكس الواقع الثقافي والاجتماعي

(١) خيرة الشيباني، الإعلام والإرهاب البنية الفكرية - الثقافة البديلة.

<http://www.afkaronline.org/arabic/archives/mai-juin2005/chibani.html>

متاح في ١٣-٧-٢٠١٠م.

والسياسي لأي مجتمع من المجتمعات، وفي نفس الوقت هي أداة للتأثير في الرأي العام، وإثارة اهتمامه بالقضايا المختلفة.

ومن هنا يمكن التفريق بين نوعين من أسباب ظهور الأفكار التكفيرية في وسائل الإعلام:

الأول: يتعلق بالظروف السياسية والثقافية والدينية في المجتمع، وفيها تبرز وسائل الإعلام كمرآة عاكسة لتلك الأفكار التي تظهر في المجتمع بين الفينة والأخرى.

والثاني: يتعلق بمبادئ وسائل الإعلام نفسها في نشر تلك الأفكار التكفيرية دون أن يكون لها واقع جلي في المجتمع الذي تتوجه إليه الوسيلة الإعلامية.

ويمكن إجمالاً تحديد عدد من الأسباب والظروف التي أدت إلى ظهور الأفكار التكفيرية في وسائل الإعلام كالتالي:

- ١- الظروف السياسية الراهنة للدول الإسلامية، حيث تعرض عدد من الدول المسلمة للاحتلال الأجنبي في العصر الحديث، مثل العراق، وأفغانستان، كما أن قضية فلسطين لم تجد حلاً حتى الآن، كل هذه الظروف تجنح بالبعض إلى التطرف والغلو في إطلاق الأحكام على بعض المسلمين بالتخاذل، والخيانة، والكفر.
- ٢- الظروف الاقتصادية المتدنية في بعض البلدان الإسلامية، حيث توجد علاقة طردية بين ارتفاع معدلات الفقر والبطالة وارتفاع معدلات الحنق على الآخرين التي قد تصل في بعض الأحيان إلى حد التكفير، كما أن الفقر بدوره قد يؤدي إلى الكفر لأنه يسبب العوز، وقد تضعف عقيدة بعض الناس أمام الحاجة، لذلك كان النبي الكريم - ﷺ - يستعيز من الكفر والفقر معاً، حيث روي عن عبد الرحمن بن أبي بكر رضي الله

عنهما أنه قال: يا أبت: إني أسمعك تدعو كل غداة اللهم عافني في بدني، اللهم عافني في سمعي، اللهم عافني في بصري، لا إله إلا أنت. تعيدها ثلاثا حين تصبح، وثلاثا حين تمسي، فقال: إني سمعت رسول الله ﷺ يدعو بهن، فأنا حب أن أستن بسنته، قال عباس: فيه وتقول: اللهم إني أعوذ بك من الكفر والفقر، وأعوذ بك من عذاب القبر، لا إله إلا أنت، تعيدها ثلاثا حين تصبح، وثلاثا حين تمسي، فتعوبهن، فأحب أن أستن بسنته"^(١).

٣- الظروف الثقافية السائدة في بعض المجتمعات المسلمة، حيث لا يعطى ذوو الثقافة الإسلامية الصحيحة الفرص في الظهور في وسائل الإعلام، في حين تعطى الفرص للذين يقدرحون في الدين أو ينالون من رموزه للظهور بكثافة في بعض وسائل الإعلام للحديث عن أفكارهم دون إتاحة الفرصة للرد عليهم، أو تقوم بعض الأنظمة بنشر مؤلفاتهم على نفقة الدولة، وربما تمنحهم بعض الجوائز والأوسمة الرفيعة.

٤- الظروف الإعلامية التي تشهدها بلدان العالم الإسلامي، والتي لا يمكن فصلها عن الظروف السابقة، ومن أهم ملامحها:

- سهولة إنشاء قنوات فضائية، والوصول إلى جماهير غفيرة في بقعة كبيرة من العالم، حيث لم يعد إنشاء قناة تليفزيونية فضائية يكلف الكثير بعد انتشار الأقمار الصناعية التي تجوب فضاء العالم الإسلامي، وحيث نعيش في عصر السماوات المفتوحة التي أصبح من العسير على الحكومات والأنظمة الإشراف الكامل على ما يبث في فضاءاتها التليفزيونية.

(١) الحديث رواه أبو داوود في سننه، ص ٥٠٩٠، ورواه أحمد (٤٢/٥) والنسائي في عمل اليوم والليلة برقم ٢٢، والبخاري في الأدب المفرد، وحسنه ابن باز في تحفة الأَخيار، ص ٢٦.

- سهولة إنشاء قنوات تليفزيونية في موقع (يوتيوب) على شبكة المعلومات، دون الحاجة إلى استئجار تردد للبث الفضائي، فلا يحتاج صاحب القناة إلا أن يعد لنفسه حساباً على (يوتيوب)، ويقوم بإنتاج ما يود بثه في القناة، ومن المهم الإشارة إلى ضعف آلية الرقابة على الموقع، وصعوبة حصر ما يبث فيه من أفلام ومقاطع مصورة.
- سهولة التعاطي مع آليات الإعلام الجديد ووسائله، مثل إنشاء المواقع الإلكترونية، وإنشاء المدونات، والمنتديات، والصفحات الخاصة على الفيس بوك، وغيرها من الأشكال الإعلامية التي تستخدم على نطاق واسع، وتتمتع بتأثير كبير في أوساط الشباب بشكل عام.
- سهولة الظهور بشخصيات غير حقيقية في وسائل الإعلام الجديدة في شبكة المعلومات، فليس ضرورياً أن يفصح المستخدم عن هويته الحقيقية، وهو ما يجعل بعض المستخدمين يبالغون في إطلاق الأحكام التكفيرية دون أن يتم التعرف عليهم، ومحاسبتهم على تلك الأفكار، حيث توجد - مثلاً - بعض المدونات التي تسمى بأسماء مستعارة، مثل: المجاهد، المصلح، منقذ الأمة، واحة الدين، وغيرها من الأسماء التي لا تشير إلى المدونين أو مستخدمي تلك الوسائل.
- صعوبة التحكم الحكومي في كل ما يبث أو يرفق على شبكة الويب، فقد كان لبعض الحكومات تجارب في حجب أو منع بعض المواقع، وخاصة من ذوي المعارضة السياسية، إلا أن أصحاب تلك المواقع سرعان ما أنشأوا لهم مواقع أخرى، كما أن هناك بعض البرامج الإلكترونية التي تقوم بمنع الحجب.
- الفوضى الإعلامية التي تشهدها الساحة الإعلامية، خاصة في مجال الفتاوى، حيث تشهد الساحة الإعلامية حالة من التخبط فيما يتعلق

بالإفتاء، وظهرت عدد من الفتاوى الغريبة، وهو ما أدى إلى انبثاق حالة من عدم الثقة بين الجماهير وبين تلك الوسائل الإعلامية، فسححت الفرصة لأصحاب الأفكار التكفيرية أن يبثوا أفكارهم، ويظهروا بثياب الحريص على الدين، الناقم على أوضاع الفساد والعبث.

تأثير وسائل الإعلام في نشر ثقافة التكفير:

يمكننا القول بأن وسائل الاتصال الشبكية هي أكثر أنواع وسائل الإعلام نشرًا للفكر التكفيري، وتسويقًا لرموز الفكر التشددي المغالي في تفسير الآخرين، وذلك للأسباب التالية:

- ١- أن الاتصال الشبكي هو أعقد أنواع الاتصال الإنساني المعاصر من حيث الطبيعة الفنية، لكنه أسهل أنواع الاتصال من حيث الإتاحة، فبوسع أي شخص في أي مكان في العالم أن يقوم بإعداد ونشر الرسائل الاتصالية لتصل إلى كل بقعة في العالم، ونشر ما يحلو له من آراء وأفكار.
 - ٢- ضعف أو غياب الرقابة الرسمية على شبكة المعلومات؛ لأنها تضم سديما لا نهاية له من المعلومات، ويتم إرفاق ونشر ملايين الرسائل الإلكترونية في كل يوم في الشبكة، بما يكفل صعوبة شديدة في مراقبة المضمون الشبكي بعكس الإعلام الإذاعي أو التلفزيوني أو الصحفي.
 - ٣- إمكانية المراوغة في شبكة الإنترنت، حيث يتيح الاتصال الشبكي الظهور بشخصيات افتراضية أو وهمية على الشبكة بعكس غيره من أنواع الاتصال الإنساني.
- ومن الحقائق الثابتة أن وسائل الإعلام تؤثر في مجرى تطور البشر، وأن هناك علاقة سببية بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك البشري، وذلك على الرغم من صعوبة الإثبات الدقيق للعلاقة بين السبب والآخر لدى كل الأفراد في كل المواقف.

وقد قدم برلسون إجابة للتساؤلات الخاصة بتأثيرات وسائل الاتصال حيث قال: (بعض أنواع الاتصال، لبعض أنواع القضايا، تؤدي إلى اهتمام بعض البشر بمحتوى وسائل الإعلام، في ظل بعض الظروف، مما ينتج عنه بعض أنواع الأثر)، ويضيف (إن آثار الاتصال عديدة ومتنوعة الشدة، قد تكون قصيرة الأمد، أو طويلة الأمد، ظاهرة أو مستترة، قوية أو ضعيفة)^(١).

ويمكن رصد تأثيرات الأفكار التكفيرية المنشورة أو المذاعة عبر وسائل الإعلام من خلال ثلاثة مستويات:

الأول: التأثير على الإدراك والمعرفة:

حيث يأخذ كثير من الشباب - خاصة من مستخدمي الإنترنت - معلوماتهم الرئيسية عن الأشخاص والأشياء من خلال المعلومات المتوفرة على الشبكة، وتكمن خطورة الخطاب المتشدد في أنه قادر على استهواء عقول بعض الشباب ممن لا يعجبهم حال الأمة الإسلامية، وما وصلت إليه من ضعف لأسباب متراكمة، وبالتالي فإن هذه الرسائل الإعلامية تشكل مصدرا من مصادر الفهم والمعرفة لدى هؤلاء الشباب.

الثاني: التأثير على الاتجاهات والقيم:

حيث تشير الدراسات والبحوث العلمية إلى أن وسائل الإعلام تقوم بدور ملموس في تكوين الرأي العام، كما أنها تحدث آثارا على الاتجاهات والقيم لدى بعض الأفراد الذين لديهم قابلية اعتناق تلك الأفكار المتشددة، أما الذين لا يتوفر لهم الاستعداد لتقبل الأفكار التكفيرية فإنهم يشعرون ب(التنافر المعرفي) إذا ما تم تعرضهم لتلك النوعية من الرسائل الاتصالية.

(١) حسن عماد مكاوي ولىلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، ٢٠٠١ م) ص ٢٩٦.

الثالث: التأثير على السلوك:

وتكمن خطورة التأثير على القيم والاتجاهات احتمالية انتقال المتلقي من التأثير على اتجاهاته إلى التأثير على سلوكه، الذي قد يكون الانخراط في جماعات تكفيرية ترفع شعارات براءة عن الجهاد ونصرة الإسلام، وهي عن فهم جوهره، وعن منهجه الوسطي المعتدل أبعد، وقد يكون السلوك هو الانضمام لكتبة مروجي الأفكار التكفيرية في المنتديات وغرف المحادثة على شبكة المعلومات، أو حتى بين الأصدقاء والزملاء، وقد يجنح إلى ما هو أبعد من ذلك.

وبالرغم من أن عملية تأثير وسائل الإعلام عملية معقدة، إلا أن التعرض للرسائل الاتصالية التي تدعو إلى تكفير المسلمين أو بعض طوائفهم يعد واحداً من جملة من المثيرات المتعددة التي يمكن أن تحدث استجابة سلبية من المتلقين. ومن هذه المثيرات والعوامل الأخرى:

- المعرفة السابقة (التحصين المسبق)، حيث تقف الخلفيات المعرفية القائمة على المنهج الوسطي المستقيم حائلاً أمام الاقتناع بالأفكار الإقصائية والتكفيرية.
- العادات، وهي ما تكرر فعله حتى أصبح ديدناً، وألفته الأبصار لكثرة مشاهدته في حياة الناس اليومية، فإذا ترددت الأفكار التكفيرية في مجتمع حتى يألّفها الناس فإن احتمالات الاستجابة لهذه الأفكار من وسائل الإعلام تكون مرتفعة، والعكس صحيح..
- الاتجاهات، وهي حالة استعداد عقلي عصبي، تنظم عن طريق الخبرة، وتباشر تأثيراً موهماً أو ديناميكياً في استجابات الفرد نحو جميع الموضوعات أو المواقف المرتبطة بها، وتؤثر الاتجاهات الفردية والمجتمعية في درجة ومستوى قابلية الرسالة الإعلامية كما هو مستقر لدى علماء

الإعلام والاتصال، ويمكن تغيير تلك الاتجاهات لكنها تأخذ وقتاً طويلاً نسبياً.

- الظروف الاجتماعية والثقافية التي تحدث فيها عملية الاتصال؛ لأن العملية الاتصالية هي عملية ديناميكية ترتبط بمتغيرات عدة لإحداث التأثيرات المستهدفة لدى الجماهير.

المدخل الإقناعية التي يعتمد عليها الخطاب التكفيري:

غاية أي رسالة إعلامية هي إقناع الجمهور المتلقي بها، والتأثير في عقل ووجدان المتلقين، وسيستعرض الباحث أهم الاستمالات الإقناعية المستخدمة في الرسائل الإعلامية، ومدى اعتماد الخطاب التكفيري عليها، وذلك من خلال ملاحظة عدد من الوسائل والتطبيقات الإعلامية المختلفة:

أولاً: الاستمالات العاطفية:

ويقصد بها الاستمالات التي تحاول التأثير في وجدان المتلقي وعواطفه في سياق محاولة التأثير عليه، وإقناعه بمضمون الرسالة، من خلال إثارة الحاجات النفسية والاجتماعية للجمهور.

ومن هذه الاستمالات:

١- استخدام الشعارات والرموز، وتعتمد على خاصية التبسيط المخل لعملية التفكير، واختزال مراحلها المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي في شكل مبسط، وتستخدم فيها الكلمات البراقة التي تحظى باحترام المتلقي دون أن تحدد المعنى الدقيق لها في الموقف الاتصالي، مثل (العودة للأصل) أو (لا للتهاون في الدين) وما شابه ذلك من العبارات البراقة التي يجذب بها المتلقي لتكون غطاء لكثير من الأفكار المغلوطة، والفهم السقيم لكثير من الحقائق الدينية.

٢- استخدام الأساليب اللغوية مثل التشبيه والاستعارة والكناية، أو

- الاستفهام الإنكاري، أو أي صيغة بلاغية تجسد وجهة نظر القائم بالاتصال، وتؤثر على المتلقين، مثل كونوا كالصحابة، حافظوا على عرى الدين، وغيرها من الصيغ البلاغية التي توظف في سياق إقناع الجمهور بالأفكار التي يتم الترويج لها.
- ٣- دلالات الألفاظ، وهي من أساليب تحريف المعنى اعتمادا على الألفاظ المستخدمة، مثل (ادعى شيخ الأزهر كذا....) أو (زعم الشيخ....) ليوصل رسالة مفادها أن ما يقوله العالم مجرد زعم وادعاء ولا صلة له بالواقع.
- ٤- صيغ التفضيل لاستخدامها لترجيح فكرة معينة أو مفهوم ما دون التبدليل على هذا الترجيح، كأن يقول أحدهم (طريقتنا الأقرب إلى فهم الدين الصحيح)
- ٥- الاستشهاد بمصدر، وتستغل في ذلك للتشبيه بمن هو أكثر شهرة، أو أعلى سلطة ممن يقولون بنفس المنطق، ويسوقون نفس الأفكار المتشددة المغالية.
- ٦- عرض الرأي على أنه حقيقة، على الرغم من عدم الاتفاق والإجماع عليها، وإيراد عبارات مثل (لا شك)، و (في الحقيقة)
- ٧- معاني التوكيد وألفاظه المتعددة، والإكثار من العبارات التي تستخدم لتشديد المعنى، مثل: بشدة، بقوة، مجددا.. إلخ
- ٨- استخدام غريزة القطيع، ويقصد بها استغلال الضغط الذي يجعلنا نتوافق مع الجماعة المرجعية التي ننتمي لها، ويطلق عليها العدوى النفسية. وكل الاستمالات العاطفية يستخدمها الخطاب التكفيري في وسائل الإعلام بكثرة، بل إن اعتماده الأساسي في محاولة التأثير على المتلقين ينصب على تلك التنوع من الاستمالات.

**ثانياً: الاستمالات المنطقية أو العقلية: وتعتمد على مخاطبة عقل المتلقي،
وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتنفيذ الآراء المضادة بعد مناقشتها
وإظهار جوانبها المختلفة، ومنها:**

- ١- الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.
 - ٢- تقديم الأرقام والإحصاءات.
 - ٣- بناء النتائج على المقدمات.
 - ٤- تنفيذ وجهة النظر الأخرى، ومناقشة وجهتي نظر الموضوع الواحد.
- ويستخدم الخطاب التكفيري كلاماً من الاستمالة الأولى والثانية، لكنه يوظفها في إطاره الخاص، وهو ما يعني بتر المعلومة، أو تقديم جزء منها بما يخدم الفكرة، وبما يخرج الأسلوب العام من الأسلوب المنطقي إلى غير المنطقي في محاولة إحداث التأثير.

ثالثاً: استمالة التخويف:

ويشير مصطلح استمالة التخويف إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال، وتستخدم هذه الاستمالة بكثافة في الخطاب التكفيري، حيث يحرص المكفرون على تهديد الجمهور المتعرض لرسائلهم بأن عدم اتباعهم ضلال شديد، وبعد عن الدين الصحيح.

وتؤدي استمالة التخويف إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

- ١- شدة الإثارة العاطفية تشكل حافزاً لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.
- ٢- توقعات الفرد بإمكان تجنب الأخطار، وبالتالي يقلل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة^(١).

(١) المصدر السابق نفسه، ص ١٩١.

وتعتمد الرسائل التي تحمل مضمونا تكفيريا على الإقصاء الفكري للآخر، ومحاولة إقناع المتلقين بمضمون رسائلهم باستخدام استمالة التخويف من التهاون في أمور الدين والعقيدة، كما تستخدم سائر الاستمالات العاطفية، ويقل فيها استخدام الاستمالات المنطقية.

نحو خطة استراتيجية للحد من الترويج للتكفير في وسائل الإعلام: مع تنامي قوة وتأثير الإعلام الجديد الذي ينشر ويبث عبر شبكة الويب، توجد صعوبات كثيرة في السيطرة على البيئة الإعلامية، بيد أن هذا الأمر لا يجب أن يكون حجر عثرة أمام المسؤولين عن الثقافة والإعلام في هذه الأمة أن يتخذوا عددا من التدابير للحد من تنامي هذه الظاهرة التي يمكن أن تضر بعقول الشباب ونمط تفكيرهم، وتتحدد ملامح هذه الخطة في النقاط التالية: أولا: ضرورة التصدي للآراء التكفيرية التي تبث أو تنشر عبر وسائل الإعلام من خلال توضيح المفاهيم، والمواجهة الفكرية التي تعتمد على الحوار والإقناع المعتمد على الأسس المنطقية والعلمية.

ثانيا: إعطاء الفرصة للعلماء المستيرين من أهل الثقة عند الجماهير لتوضيح النقاط التي يثيرها التكفيريون، حتى لا تلتبس الأمور لدى العامة والشباب، لا أن يتم السكوت عن تلك النقاط فتظهر البيئة الخصبة للأفكار الإقصائية.

ثالثا: التأكيد على خطورة التلاسن الطائفي، وضرورة إيقاف الممارك الكلامية بين طوائف المسلمين في وسائل الإعلام؛ لأن خطرها عظيم على الأمة بأكملها، خاصة وأنها تتوجه إلى جماهير قد لا تكون متخصصة في الموضوعات العقديّة التي قد يتم طرحها على ساحة النقاش، ويتأتى ذلك من خلال الحوار بين رموز طوائف المسلمين، السنة والشيعة على عدم تناول هذه الأفكار في أي من وسائل الإعلام.

رابعاً: إنشاء هيئة رصد إعلامية يتفق المسلمون على إنشائها، تكون تابعة لإحدى المنظمات الإسلامية ذات النشاط العالمي مثل رابطة العالم الإسلامي، وتتشعب إلى أقسام خاصة بالإعلام الفضائي أو الصحفي أو الشبكي؛ لتسجل خروقات المكفرين، وتحيلها إلى المتخصصين للرد السريع على هذه الأفكار قبل أن تنتشر، ويستفحل خطرهما على المجتمع المسلم.

خامساً: لا بد أن تأخذ وسائل الإعلام بعنصر المبادأة، وتقوم بتقديم الإسلام الوسطي بمنهجه العالمي الراقى الذي يقوم على احترام الآخرين، معتمدة على أسلوب الحكمة والموعظة الحسنة في تقديم صورة الإسلام المشرقة إلى الجميع.

سادساً: أن تقوم البلدان الإسلامية بوضع إطار تشريعي وقانوني، يمكن من منع المكفرين من استغلال وسائل الإعلام لنشر أفكارهم الهدامة، وملاحقتهم قضائياً بجانب ملاحقتهم فكرياً.
والله من وراء القصد، وهو حسبنا ونعم الوكيل..

وما توفيقي إلا بالله، عليه توكلت، وإليه أنيب.