تجربة مشروع
"الاستشارات الحديثية على مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر، الفيسبوك، تليجرام"

إعداد

أ.د.عمر بن عبدالله بن محمد المقبل

أستاذ الدراسات العليا بجامعة القصيم

ومؤسس مشروع حساب الاستشارات الحديثية

بحث مقدّم إلى مؤتمر المصادر الإلكترونية للعلوم الشرعية

التي تنظمه كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك

في الفترة من 12-1438/8/14هـ الموافق 8-2017/5/10م

ملخص البحث

أدت الثورة التقنية الهائلة إلى يُسر نشر المعلومة ويُسر الوصول لها، ومنها المعلومة في العلوم الشرعية، والحديثية بشكل أخص بصرف النظر عن مدى صحتها أو دقتها. فكان لا بد من مشروع عملي، قائم على أسس علمية يتولى نشر المعلومة الصحيحة، وتفنيد المعلومة الخطأ، فكان مشروع الاستشارات الحديثية على بعض مواقع التواصل الاجتماعي، الذي مضى عليه ثلاث سنوات تقريباً، ونتج عنه مئات المجالس الأسبوعية، وآلاف الإجابات العلمية على أسئلة المتابعين.

وهذا البحث يرصد هذا المشروع من الفكرة حتى النشأة، مع بيانٍ للتحديات التي واجهها، والآفاق المستقبلية التي يؤملها.

Abstract

The huge technological revolution has provided, easily, to reach and deliver information, including Islamic information, and specifically Hadith, regardless to what extent the information is correct or accurate. Therefore, it should create a practical solution, based on a scientific approach. The idea of the solution is a project that provides right information and corrects or rejects false information in Sunnah. The project is an account on some social network named "consultancies in Hadith" which has been created for nearly three years. The outcome of the account is hundreds of weekly interactive seminars and thousands of scientific answers to followers' questions.

This research reports the project from the raw idea to it runs, additionally the challenges and benefits that the project looks forward to achieving in future.

بسم الله الرحمن الرحيم

المقدمة

"تجربة مشروع الاستشارات الحديثية على مواقع التواصل الاجتماعي"

الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله، أما بعد:

فإن الانفتاح التقني الهائل والمتسارع جعل التقنية بين يدي أكثر الناس عبر هذه الأجهزة الكفية التي تنتقل معهم حيثما ظعنوا، فجعل الوصول إلى المعلومة ـــ أياً كانت مفيدة أم غير مفيدة ـــ سهلةً جداً، ونقْلَها إلى الآخرين صار بذات السهولة.

ومن صور هذا التطور التقني الهائل كثرة انتشار مواقع التواصل الاجتماعي أو ما يعرف بـــ"السوشال ميديا- Social Media "[1]، التي جعلت المتواصلين كأنهم في مجلس واحد، يتبادلون المعلومات، ويتناقلون الأخبار.

ومن جملة ما تحمله هذه المواقع: تداول الأحاديث النبوية على صاحبها أفضل الصلاة والسلام، وما يتصل بها من معانٍ وأحكام، يغلب على ذلك عدمُ التثبت، والعجلةُ في النشر؛ لأسباب كثيرة، **منها:** الرغبة في الثواب ـــ زعموا ـــ**!** **ومنها:** ما يدسّه بعض المغرضين والحاقدين على الإسلام من موضوعات لا تخلو من سخرية وتندر؛ لتكون مدخلاً للطعن في السنة وأهلها[2].

لهذا عزمتُ على القيام بمشروع علمي يحمل سمة الثبات والقوة العلمية، يواجه مثل هذه المشكلة بأسلوب علمي عملي، فتمتُ دعوة عددٍ من أساتذة الجامعات للتصدي لأسئلة المتابعين على هذه المواقع، فجاءت فكرة هذا المشروع: "الاستشارات الحديثية على مواقع التواصل الاجتماعي"، وسيأتي قريباً تفصيل الحديث عن هذا المشروع من الفكرة حتى النشأة[3].

---

[1] عرّف أندرياس كابلان ومايكل هانلين وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها **"مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية والتكنولوجية من الويب 2، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئها المستخدمون".**

نقلاً عن موسوعة ويكيبيديا:

https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84_%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84_%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A .

[2] ينظر في هذه الأسباب: "انتشار الأحاديث الضعيفة في وسائل الاتصال المعاصرة" (ص:20 - 28).

[3] في المبحث الأول.

وبدأنا بحمد الله، وهاهي في عامها الثالث، وقد حققت هذه الفكرة جملةً من النتائج الإيجابية، خالطها بعضُ العقباتِ والقصورِ في بعض الجوانب، كما أفصح عنه هذا البحث الموسوم بـــ: **"تجربة مشروع الاستشارات الحديثية على مواقع التواصل الاجتماعي "**، الذي أسعد بتقديمه إلى مؤتمر: **"المصادر الإلكترونية للعلوم الشرعية"** في كلية الشريعة والدراسات الإسلامية بجامعة اليرموك ، ضمن المحور الثالث: **"المواقع الإلكترونية الخاصة بالعلوم الشرعية"** ، والذي ينتظم خطةً في تمهيد وأربعة مباحث، على النحو التالي:

التمهيد: ويشتمل على مطلبين:

المطلب الأول: التعريف بمواقع التواصل الثلاث (تويتر والفيسبوك والتليجرام).

المطلب الثاني: أرقام وإحصائيات المشروع.

المبحث الأول: المشروع من الفكرة حتى النشأة، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: فكرة المشروع.

المطلب الثاني: التطورات العملية في المشروع.

المبحث الثاني: آلية التنفيذ والتواصل مع المتابعين.

المبحث الثالث: التحديات التي واجهت المشروع، وكيف تم تجاوزها.

المبحث الرابع: آفاق مستقبلية.

الخاتمة.

أسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه، وأن يبارك في جهود القائمين على هذا المؤتمر، والحمد لله رب العالمين.

وكتبه/ أ.د.عمر بن عبدالله بن محمد المقبل

أستاذ الدراسات العليا بجامعة القصيم

ومؤسس مشروع حساب الاستشارات الحديثية

التمهيد ويشتمل على مطلبين

المطلب الأول: التعريف بمواقع التواصل الثلاث (تويتر والفيسبوك والتليجرام).

تم الاقتصار في التعريف على هذه المواقع الثلاث لكونها هي التي يقوم عليها نشر مخرجات المشروع، وهي على النحو التالي:

- **تويتر:**

-موقع تواصل اجتماعي شهير، حدّد المؤسس مهمته وغرضه من إنشائه بقوله: " مهمتنها هي: منح الجميع الإمكانية لإنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها فوريًا دون حدود".

-بلغ عدد المستخدمين النشطين 313 مليون مستخدم نشط سنويا.

-حدد معدل الزيارات الشهرية مليار زيارة.

-يتضمن 40 لغة مدعومة.

-تقع 79% من الحسابات خارج الولايات المتحدة[٤].

- **الفيسبوك:**

-أحد أشهر وسائل تواصل اجتماعي، تديره شركة "فيسبوك" وهي شركة مساهمة.

-يمكن للمستخدمين الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم.

-يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضًا تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

-يضم الموقع حاليًا أكثر من مليار مستخدم نشط على مستوى العالم[٥].

- **تيلجرام، أو تلغرام:** (Telegram) هو عبارة عن تطبيق للتراسل الفوري، حر ومجانيّ ومفتوح المصدر جزئيًا، ومتعدد المنصات ويركز على الناحية الأمنية.

---

[٤] جميع الأرقام هي نسب تقريبية بداية من 30 يونيو 2016 ، كما أفاد موقع الشركة على الشبكة، ومنه استقيت هذه المعلومات:

https://about.twitter.com/ar/company

[٥] استفدت من موقع ويكيبيديا في هذه المعلومات، بالإضافة إلى صفحة الفسيبوك الرسمية:

https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-/users-worldwide

- تأسس في سنة 2013م من قِبل الأخوين نيكولاي، وبافل دروف مؤسس موقع فكونتاكتي (أكبر شبكة اجتماعية روسية).
- تيليجرام هي منظمة مستقلة ويقع مقرها في برلين.
- مستخدموا تيليجرام يمكنهم تبادل الرسائل بإمكانية تعمية عالية بما في ذلك الصور والفيديوهات والوثائق (كافة الملفات مدعومة).
- المتابعون النشطون للتطبيق حتى كتابة هذه الأسطر= 100 مليون مستخدم[٦].

[٦] موقع الخدمة على الشبكة:
http://gizmodo.com/why-you-should-stop-using-telegram-right-now-1782557415.
والمعلومات المذكورة في توصيف الخدمة مستفادة من موقع ويكيبيديا:
https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D9%8A%D9%84%D9%8A%D8%AC%D8%B1%D8%A7%D9%85

المطلب الثاني أرقام وإحصائيات المشروع

الأرقام والإحصائيات إذا صدرت بشكل دقيق من أقوى الوسائل المعينة على تقييم وتقويم أي مشروع، وكنا وما زلنا حريصين على معرفة هذه الوسيلة وضبطها؛ إيماناً منا بأهميتها وأثرها.

فيما يلي بيان لأهم الإحصائيات المتعلقة بهذا المشروع، والذي ما زال في بداياته:

١. بلغ عدد المتابعين لحساب الاستشارات في المواقع الثلاث، حتى كتابة هذه الأسطر:

- توتير = 33000 متابعاً تقريبا.
- الفيسبوك = 1760 معجبا.
- التليجرام= 4400 مشتركا.

فصار المجموع= 39160 متابعا.

٢. تمّت الإجابة على 7000 سؤالٍ تقريبا من أسئلة المتابعين للحساب على موقع التواصل "توتير".

٣. معدل الأسئلة في المجلس الواحد 27 سؤالاً تقريبا.

٤. عدد المستشارين في المشروع 30 ثلاثون مستشاراً، منهم 10% لا يشاركون في التصدي للإجابات، بل هم مستشارون معنا في المشروع.

٥. عدد المجالس الأسبوعية ثلاثةُ مجالس، تعقد أيام: الأحد، والثلاثاء، والخميس، بعد ساعة من أذان العشاء بتوقيت مكة.

٦. مجموع الأسابيع الفعلية في الفصل الدراسي الواحد ثلاثة عشر أسبوعا، بواقع تسعة وثلاثين مجلساً في الفصل، وبما مجموعه سبعةٌ وثمانون مجلساً في العام الدراسي الواحد.

٧. عناوين الحساب على المواقع الثلاث:

- تويتر: @consuhadeth
- فيسبوك: https://www.facebook.com/hadeth.co/?fref=nf
- تليجرام:

https://inten.to/telegram/channel-consuhadeth-lstshrt-lhdythy

المبحث الأول المشروع من الفكرة حتى النشأة، وفيه مطلبان:

المطلب الأول: فكرة المشروع:

مع انتشار الأجهزة الذكية بأيدي الناس، وكثرة مواقع التواصل الاجتماعي التي بلغت مئات المواقع، وصارت المشاركة فيها سهلةً ومتيسرة لعموم الناس، فجاءت فكرة التواصل مع الجمهور ـــ خاصة المهتمين بالسنة من غير المختصين بها ـــ من خلال بعض هذه المواقع الشهيرة، لنشر السنة وعلومها بأسلوب ميسر، وإجابات مختصرة، فانطلق الحساب في 1435/3/13هـ الموافق 2014/1/14م، وفق رؤية تهدف إلى: **تقريب السنة وعلومها لرواد مواقع التواصل**[٧].

وهو بصدد تحقيق هذه الرؤية، وضع جملة من الأهداف تعين على ذلك، هي:

١. أن يكون هذا الحساب مصدراً موثوقا للمعلومة الحديثية في مواقع التواصل.

٢. تيسير الوصول إلى المعلومة الحديثية، في مختلف مسارات هذا العلم الثلاث: علم الرجال، ومصطلح الحديث، وفقه الحديث.

٣. الدفاعُ عن السنة النبوية، ونفي الدخيل عنها مما يكثر انتشاره في مواقع التواصل خصوصاً، وعلى الشبكة العالمية عموما.

٤. الانطلاق بعمل جماعي من خلال استثمار الكفاءات العلمية في الجامعات وغيرها.

٥. أن يكون هذا المشروع المصغر نواةً لمشروع كبير إن شاء الله، كما سيأتي ذكره في مبحث الآفاق المستقبلية.

٦. فتح قنوات تواصل بين المجتمع وبين أساتذة الجامعات ومَنْ في حكمهم ليستفيد المجتمع منهم خارج أسوار الجامعة، بل وخارج الحدود الجغرافية.

وقد لمسنا تحقيق هذه الأهداف كلها، وبقي الهدف الخامس، نسأل الله تعالى الإعانة على تحقيقه. وفي المبحث الآتي مزيد بيان وتوضيح لكيفية تحقق هذه الأهداف.

---

[٧] الرؤية والأهداف، لا يمنع من وضعها مراجعتها بين فينة وأخرى حسب المتغيرات التي تطرأ على المشروع.

المطلب الثاني التطورات العملية في المشروع.

أول ما بدأ المشروع تم التنسيق من قبل صاحب الفكرة مع عدد من أساتذة الجامعات، العاملين في عدد من الجامعات السعودية، جلهم سعوديون، واثنان من مصر.

ورغبة في الوصول إلى مستوى قوي في تقديم الاستشارات، اقتصرنا في الاختيار على من هو حاصل على درجة الدكتوراه على الأقل، ويحمل رتبة أستاذ مساعد فأعلى، ممن يعرفون بإتقانهم لتخصصهم أو لبعض مساراته على الأقل، فضم فريق الاسشتارات من جميع الرتب الجامعية من أستاذ مساعد فمشارك فأستاذ دكتور.

فبدأنا باثني عشر مستشاراً، ثم توسعنا شيئاً فشيئاً حتى استقر العدد حتى كتابة هذه الأسطر على ثلاثين مستشاراً، منهم: أحد عشر أستاذا، وثلاثة عشر أستاذا مشاركاً، ستة أساتذة مساعدين، يمثلون الجامعات التالية:

١. جامعة الملك سعود – الرياض.
٢. جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية – الرياض.
٣. جامعة القصيم.
٤. جامعة أم القرى – مكة.
٥. جامعة الملك خالد – أبها.
٦. جامعة المجمعة.
٧. جامعة الباحة.
٨. كلية الحديث بالمسجد النبوي الشريف.
٩. جامعة الكويت.

وكان المشروع في بداياته مقتصرا على الموقع العالمي الشهير "تويتر"، ثم تم فتح الحساب على الموقع العالمي الشهير: الفيسبوك، ثم أخيرا على موقع التواصل: التليجرام؛ لما في الموقعين الأخيرين مزايا لا توجد في "تويتر"، وهي القدرة على استيعاب جميع أسئلة المجلس الواحد في منشور واحد، بخلاف "تويتر" الذي لا يستوعب سوى 140 حرفاً كما هو معروف.

وفي يوم الأثنين 1438/4/4هـ تم عقد ورشة العمل الأولى بمدينة الرياض لتطوير حساب الاستشارات الحديثية، بحضور عدد من المستشارين في المشروع القاطنين في الرياض، وقد خرجت بتوصيات مهمة، سأذكر أهم ما فيها في المبحث الرابع إن شاء الله.

المبحث الثاني آلية التنفيذ والتواصل مع المتابعين

أشرتُ ـــ فيما سبق ـــ أنه تمّ فتحُ حساب لمشروع الاستشارات في المواقع الثلاثة (تويتر، الفيسبوك، التليجرام) واعتبرنا حسابنا في "تويتر" هو الأصل، وسار العمل تنفيذياً وتواصلاً مع المتابعين على النحو التالي:

١. تم اختيار منسق خاص، ليرتب المواعيد مع المستشارين، ويضع الجدول الشهري للمجالس، ويقوم بالإعلان عن المجالس لاستقبال الأسئلة، ووقت بداية الإجابات.

٢. تم تخصيص ثلاث مجالس أسبوعية أيام: الأحد، الثلاثاء، الخميس.

٣. تقتصر الإجابة على أيام الدراسة في المملكة العربية السعودية.

٤. يتم الإعلان عن المجالس على موقع "توتير" قبل الإجابة بيوم كامل.

٥. يعلن عن اسم المستشار ورتبته العلمية قبل بدء الدرس بساعة تقريبا.

٦. يتم جمع الإجابات من تويتر ونشرها مرتبةً في موقعي الفيسبوك والتليجرام[٨].

٧. بعد الفراغ من الإجابة في المجلس المخصص يُحْال المتابعون ـــ الذين يريدون الاستزادة ـــ على حساب المستشار ـــ إن كان له حساب بتويتر ـــ لتستكمل الاستشارات مع نفس المستشار.

٨. إذا بقيت إجابات لم يتم الجواب عنها، بسبب انتهاء الوقت، فيتم وضع علامة آلية (إعجاب أو تفضيل) ليجيب عنها المستشار التالي.

٩. يتم جمع إجابات كل مستشار في ملف خاص، لتكون رصيدا له ينشره حيث شاء.

ورغبةً منا في تقوية التواصل مع المتابعين الكرام، قمنا بعد ثلاث سنوات بعمل استبانة لمعرفة مدى رضى الجمهور، وانطباعه عن الحساب وما قدّمه من خدمة، وأوجه القصور والكمال في العمل، فقد قمنا بعمل استبانة مكونة من تسعة عشر سؤالاً، وشارك فيها 442 أربعمائة واثنين وأربعين شخصاً، فخرجنا بالنتائج التالية:

س/1 جنس المتابع:

- ذكر = 60.9 %
- أنثى = 39.1 %

س/2 العمر:

- أقل من 20 سنة = 3.2 %
- من 20 – 30 سنة= 39.9 %
- من 30 – 40 سنة = 32.4 %

[٨] تمت إضافة صفحة الفيسبوك لاحقاً لا تزامناً مع حساب "تويتر"، وكذا صفحة تليجرام فتحت بعد مضي سنيتن من "تويتر".

- من 40 – 50 سنة= 17.5 %
- من 50 – 60 سنة = 6.6 %
- فوق 60 سنة = 0.5 %

س/3 مستوى التعليم:

- ثانوي فأقل = 17.5 %
- جامعي(تخصص حديث)= 10.9 %
- جامعي(تخصص شرعي غير الحديث) = 20.6 %
- جامعي(تخصص آخر) = 23.4 %
- دراسات عليا(ماستر–دكتوراه) = 27.4 %

س/4 العمل الوظيفي الحالي:

- موظف(حكومي–قطاع خاص) = 53.4 %
- طالب = 36.6 %
- متقاعد = 10 %

س/خامس /مكان الإقامة الحالي:

- داخل السعودية = 76.4 %
- الخليج العربي= 7.7 %
- الشام (سوريا،فلسطين،الأردن،لبنان)= 3.6 %
- صر = 3.2 %
- لمغرب العربي(ليبيا،تونس،الجزائر،المغرب)= 6.8 %
- العراق = 0 %
- تركيا = 0.5 %
- من دولة إسلامية غير ما ذكر = 0 %
- أمريكا(الشمالية،الجنوبية)= 0.5 %
- أوروبا = 0.7 %
- استراليا = 0 %
- أفريقيا = 0.7 %

س/6 منذ متى تتابع الحساب :

- من 3 سنوات = 8.4 %
- من سنتين = 19.5 %
- قبل أقل من سنة = 42.5 %
- ج
- ديد = 28.4 %

س/7 ما تقييمك للحساب من حيث إفادة السائلين؟(مع مراعاة طبيعة تويتر)

- ممتاز = 56.9 %
- جيدجدا= 30.6 %
- جيد = 12.5 %

س/8 هل ترى أن ثلاثة مجالس أسبوعية كافية؟

- نعم = 59.5 %
- لا،وأرى زيادتها = 29.5 %
- يكفي مجلسان = 10.9 %

س/9 اللغة العلمية التي يتحدث بها المشايخ؟

- واضحة ومفهومة = 81.6 %
- متوسطة = 17 %
- صعبة وغير مفهومة = 0.2 %

س/10 هل وضع صور الكتب والمشجرات له أثر على سهولة فهمك للجواب؟

- نعم = 76.5 %
- لا = 6.4 %
- ن
- وعا ما = 17.1 %

س/11 هل تؤيد تحديد زمن معين للاستشارات؟ساعة للاجابة،أم يبقى الوقت مفتوحا حتى يأتي وقت المستشار الآخر ؟

- أرى بقاء الوضع الحالي كما هو (ساعة محددة في اليوم) 42 %
- أرى توسيع وقت الإجابة وعدم حصره بساعة حتى يأتي وقت المستشار الآخر 58 %

س/12 هل تفضل أن يكون الوقت كله للأسئلة أم يجعل جزء منه لشرح بعض المسائل الحديثية ؟

- كله للاجابة على الأسئلة 26.3 %

- أن يخصص جزء منه للحديث عن بعض القضايا الحديثية 73.7 %

س/13 هل تؤيد استخدام تقنية البث المباشر للحديث مع الشيخ عبر:

- برنامج البيرسكوب = 32.3 %
- خط هاتفي مباشر= 10.3 %
- البقاء على تويتر = 57.3 %

س/14 ما الموضوعات الحديثية التي تود التركيز عليها وتوضيحها؟

- علوم الحديث = 14.7 %
- فقه الحديث= 16.6 %
- الجرح والتعديل وعلم الرجال= 12.4 %
- مناهج المحدثين = 5.7 %
- طبعات الكتب = 2.3 %
- دفع الشبهات عن السنة= 18.4 %
- الأحاديث المنتشرة في وسائل التواصل = 24.4 %
- مناهج البحث في دراسات السنة= 5.5 %

س/15 هل أنت تتابع الحساب وتسأل(يكفي أن تكون سألت ولو مرة)؟أم تتابعه لتقرأ فقط؟

- أتابع،وسبق أن سألت= 31.5 %
- أتابع فقط = 68.5 %

س/16 هل سبق سألت ولم يتم الجواب عن سؤالك؟

- نعم = 18.2 %
- لا = 81.8 %

س/17 هل ترغب في الجواب أن يكون:

- مختصرا = 13.8 %
- متوسطا = 52.3 %
- مفصلا = 33.9 %

س/18 هل أسهم الحساب في زيادة معلوماتك في السنة وعلومها؟

- نعم كثيرا 54.9 %
- نوعا ما 51.1 %
- لا 3 %

س/19هل سبق ودللت غيرك على الحساب؟

- نعم = 31.7 %
- لا، لكني سأفعل ذلك مستقبلا= 61.5 %
- لا، ولا أفكر في ذلك = 6.8 %

وهذه النتائج تشير إلى جملةٍ من النتائج:

أولاً: أثر أمثال هذه المبادرات اليسيرة في تكلفتها، عظيمة الأثر في نفعها.

ثانياً: أن الساحة بحاجة لأمثال هذه المشاريع التي تصل إلى الناس بتوظيف هذه التقنية، وتذليل العقبات أمامهم؛ ليحصلوا على المعلومة الموثقة والميسّرة.

ثالثاً: يمكن الانطلاق من هذه المشاريع إلى مشاريع أكبر، وأعظم أثرا.

رابعاً: عرفنا أهم الموضوعات التي يحتاج الناس إلى طرقها ومعالجتها.

خامساً: أفادتنا الملاحظات التي وردت في فقرة (أضف ما لديك) من بعض الثغرات التي لا يخلو منها عمل كهذا.

المبحث الثالث التحديات التي واجهت المشروع، وكيف تم تجاوزها.

واجه المشروع ـــ كغيره من المشاريع ـــ بعض الصعوبات سواء كانت في بنائه العلمي أو التنفيذي، وتم تجاوز أكثرها بحمد الله، والتي يمكن تلخيصها في الآتي:

أولاً: إقناع بعض الأشخاص الذين يقع عليهم الاختيار، وشرح فكرة المشروع وجدواها وأثرها في هذه المواقع.

وتم تجاوز هذه العقبة بتوضيح الأهداف، وتوزيع مهمة الإجابة على عدد كبير، بحيث لا يمر الدور إلا مرة كل ثلاثة أشهر، وأن الإجابة تتوقف أثناء الإجازة، مع ذكر عدد من المستشارين الذين انضموا إلينا؛ ليكون حافزا ومشجعا.

ثانياً: عقبة صغر مساحة الإجابة على الأسئلة، حيث إن سياسة موقع تويتر لا تسمح بأكثر من 140 حرفاً، وهذا يوجب الاختصار في الإجابة، أو كتابة أكثر من تغريدة، وهذا يشتت الجواب.

وتم تجاوز هذه العقبة بأمرين:

الأول: وضع مصورات للكتب أو مصورات من الكتب لعرض بعض الإجابات التي يصعب عرضها في تغريدة واحدة، أو الدلالة على رابط يقود إلى جواب مفصل في موقع للمجيب نفسه، أو لمجيب آخر.

الثاني: عن طريق نشر الإجابات في منشور واحد في المواقع الأخرى: الفيسبوك والتليجرام، حيث إنها تتسع لمئات الأحرف.

ثالثا: اعتذار بعض المستشارين عن الالتزام بوقته المحدد له في الجدول؛ لأي سبب كان، كالسفر أو المرض، وغيرها من الأعذار.

وتم تجاوز هذه العقبة بتحديد مستشار بديل، ليحل محل الأصيل.

رابعاً: نواجه تكرارا غير عادي في أسئلة المتابعين الجدد، الذين يسألون عن أسئلة سبق الجواب عنها مراراً، ولا يكلفون أنفسهم مراجعة الأرشيف.

ويتم تجاوزها بتنبيههم إلى أنه سبق الجواب عنها، وربما ربط بالجواب الذي تمّ التغريد به سواء برابط أو بصورة التغريدة.

خامساً: مما نواجهه أيضاً غياب أدب طالب العلم عند بعض المتابعين، من خلال طريقة استدراكه، أو اعتراضه على إجابات المجيبين، أو تطفله ابتداء بالإجابة على الأسئلة مع أنها لم توجه إليه.

ويتم تجاوز هذه بتنبيه المخطئ، فإن تكرر نبه، فإن تكرر حُضر من المتابعة، وهذا نادر جداً.

سادساً: دعم المشروع مادياً من جهتين:

-المنسق للمجالس، فهو يحتاج لمكافأة على عمله، فهو يقوم بمهمة شاقة بعض الشيء، وتم تجاوزها بتحمل أحد المؤسسات الوقفية مكافأة هذا المنسق؛ لقلة التكلفة السنوية نسبيا.

-تمويل المشروع بما يوافق رؤيته المستقبلية، التي سأذكرها في المبحث التالي، تتمثل في رؤيته المستقبلية، وهذا لكونه يتطلب مبالغ كثيرة، وفريقاً للعمل، فالنية معقودة على تقديم دراسة عن المشروع؛ وطلب دعم أحد المؤسسات المانحة، أو الأفراد من ذوي اليسار.

المبحث الرابع آفاق مستقبلية.

من أسس النجاح ـــ بعد توفيق الله تعالى ـــ أن توضع لكل مشروع رؤية وأهداف، وهذا ما كان بفضل الله، وقد سبق في المطلب الأول من المبحث الأول، بيان هذه الرؤية والأهداف.

وسبقت الإشارة[٩] إلى أننا عقدنا ورشة عمل لتطوير عمل المشروع، وفي النية عقد ورشة أخرى قبل رمضان من هذا العام بمشيئة الله.

وسأذكر ههنا بعض الرؤى المستقبلية التي خرجنا بها من تلك الورشة، أو مما يتداوله الأعضاء في المجموعة الواتسية من مقترحات للتطوير[١٠]، ومن ذلك:

١) تحويل هذا المشروع من مجرد حسابات على مواقع التواصل، ليكون موقعا على الشبكة العالمية، وتكون هذه المواقع نوافذ تقنية لتسويق منتجات الموقع الأم، ويرتكز هذا الموقع على أربعة أسس:

الأول: أن يكون مكترا لجميع الاستشارات الحديثية التي عرضت في الحسابات، وفهرستها حسب المجيب، وحسب موضوع الاستشارة، مع وضع أيقونة للأسئلة المتكررة التي ترد في الحساب على مواقع التواصل.

الثاني: عمل قاعدة بيانات للرسائل الجامعية المتخصصة في السنة وعلومها في جميع أنحاء العالم، ونجاح هذا مرهون بتعاون الباحثين معنا.

الثالث: تكوين رابطة للمتخصصين في الدراسات الحديثية من جميع الدول، يذكر فيها جميع البيانات التي تسهّل التواصل مع الباحث.

الرابع: جمْعُ الفتاوى الحديثية من عهد الصحابة حتى عصرنا الحاضر، دون أن يدخل فيها الحكم على الرواة، بل نقصد مثلاً: السؤال عن معنى حديث؟ وفقهه؟ أهو منسوخ أم محكم؟ معنى كلمة غريبة مشكلة؟ توجيه تعارض في الظاهر بين حديثين؟ سؤال عن منهج مؤلف؟ عن كتاب بعينه ومدى قوته؟ وهكذا.

٢) الاستفادة من التقنيات الجديدة التي ظهرت على الساحة كالبريسكوب، وخدمة البث المباشر في الفيس أو اليوتيوب؛ لتكون بعض المجالس مباشرة.

٣) تخصيص خط مباشر لتلقي الاستشارات الحديثية، تتنقل الإجابة فيه بين المستشارين.

٤) العناية بالمواسم الشرعية، كرمضان، وذي الحجة، والأشهر الحرم، والإجازة الصيفية وغيرها؛ لوجيه المتابعين لتكون الأسئلة حولها.

---

[٩] في نهاية المطلب الثاني: التطورات العملية في المشروع.

[١٠] وضعتُ في آخر البحث ملاحق لنماذج تم استخدامها في الورشة، من أجل العصف الذهني.

٥) تخصيص بعض المجالس لتناول موضوع معيّن يهم عموم المسلمين، كأذكار النوم، والصباح والمساء، والسفر، وتمييز الصحيح من الضعيف.

٦) تخصيص بعض المجالس لبيان منزلة كتب السنة الأصول، كالصحيحين والسنن والأربع ومسند أحمد والموطأ والدارمي.

٧) تخصيص بعض المجالس لبيان مناهج وقيمة الكتب المصنفة في علوم الحديث، كالكفاية ومقدمة ابن الصلاح والنخبة وشروحها.

٨) الرد على الشبهات التي يتداولها الناس في هذه المواقع بأسلوب يدحض الشبهة دون الإيغال في التفاصيل؛ حتى لا يكون أثر الشبهة أقوى من جوابها.

نسأل الله تعالى أن يوفقنا لتحقيق هذا وأكثر، وأن يجعلنا ممن ووفق لخدمة السنة النبوية، والدفاع عنها.

الخاتمة

أسجل في نهاية هذا البحث أهم ما يمكن تدوينه في هذه الخاتمة:

أولاً: هذا المشروع المتواضع في بداياته أثبت أن الأمة بحاجة لمواكبة هذا الانفتاح التقني الهائل والمتسارع، وأن على المختصين ـــ كلٌ في مجاله ـــ أن يبادر، فمن سبق حاز المكان الأول، ولا مجال للمتأخرين، ونتائج الاستبانة التي عرضتها أكبر دليل على هذا.

ثانياً: النتاتج التي خرجتْ بها الاستبانة وورشة العمل توجب على القائمين على هذه المشاريع أن يكون لهم حسٌّ تواصلي مع الجمهور ـــ فهم مادة هذا المشروع الأولى ـــ، لمعرفة ما نجح فيه وما أخفق.

ثالثاً: من أكثر ما يحول عقبتان متقابلتان:

عقبة التهويل وعقبة التهوين: فمن الناس من يضع أمامه سبعين عقبة قبل البدء، ويرسم لمشروعه صورة مثالية لا تغطيها ملايين الريالات وعشراتُ الأفراد، **ويقابلها عقبة التهوين:** فمن الناس من ينطلق دون تخطيط، بدعوى التوكل وحسن النية، مع الاستعجال في قطف النتائج، ثم إذا فشل مشروعه عاد باللوم على غيره!

والوسط هو الصواب، وهو ما رأيناه عيانا في هذه المشروع الذي نما وكبر دون أموال طائلة، ولا كوادر كبيرة، فبدأنا بما تيسر مع حسن التخطيط، ووضع الرؤية والاستشارة، فظهرت للعاملين فيه أفكار لم تكن لتظهر لولا البدء، وسرنا بتوفيق الله على قاعدة الرجلين الصالحين من أصحاب موسى: {ادْخُلُوا عَلَيْهِمُ الْبَابَ فَإِذَا دَخَلْتُمُوهُ فَإِنَّكُمْ غَالِبُونَ وَعَلَى اللَّهِ فَتَوَكَّلُوا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِي} [المائدة: 23].

ولا ندّعي عدم وجود ثغرات أو نقص، بل هذا موجود، لكن من ظنّ أنه سيعمل ولا يقع منه قصور فلا يتعب نفسه.

رابعاً: هذه المشاريع تحتاج إلى دعم مادي ومعنوي وبشري، والبشري فيها غالباً متوفر، فيبقى الدعم المالي والمعنوي، وأعني بالمعنوي: دعم المؤسسات العلمية المتخصصة، وعلى رأسها الجامعات، فهذا خير ما يُخدم به المجتمع، وتترجم به جهود أعضاء هيئة التدريس في الجامعات.

والله الموفق لا إله إلا هو، والحمد لله رب العالمين،،،

ملاحق خاصة بالورشة التي عقدت يوم الأثنين 1438/4/4هـ الموافق 2017/1/2م

نموذج (1) | أداة التداعي العقلي

الاسم :

.١	
.٢	
.٣	
.٤	
.٥	
.٦	
.٧	
.٨	
.٩	
.١٠	
.١١	
.١٢	
.١٣	
.١٤	
.١٥	
.١٦	
.١٧	
.١٨	
.١٩	
.٢٠	
.٢١	
.٢٢	

نموذج (2) | (أفكار تبدو مستحيلة لتطوير الحساب)

م	ملخص الفكرة	صاحب الفكرة
.١		
.٢		
.٣		
.٤		
.٥		
.٦		
.٧		
.٨		
.٩		
.١٠		
.١١		
.١٢		
.١٣		
.١٤		
.١٥		
.١٦		
.١٧		
.١٨		
.١٩		
.٢٠		

المراجع

١) "انتشار الأحاديث الضعيفة في وسائل الاتصال المعاصرة: المظاهر، الأسباب، العلاج" د.عمر المقبل، الأولى، 1433هـ، دار الصميعي، الرياض.

٢) موقع ويكيبيديا على الشبكة العالمية: https://ar.wikipedia.org

٣) **موقع تويتر: https://about.twitter.com/**

٤) **معلومات خاصة بالفيسبوك:**
https://www.statista.com/statistics/264810/numbr-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/

٥) **معلومات خاصة بالتليجرام:**
https://www.google.com.sa/amp/gizmodo.com/why-you-should-stop-using-telegram-right-now-1782557415/amp

فهرس الموضوعات

الموضوع	الصفحة
ملخص البحث	1
المقدمة.....	2
التمهيد: المطلب الأول: التعريف بمواقع التواصل الثلاث (تويتر، الفيسبوك، التليجرام).....	4
المطلب الثاني: أرقام وإحصائيات المشروع	6
المبحث الأول: فكرة المشروع والتطورات العملية: المطلب الأول: فكرة المشروع	7
المطلب الثاني: التطورات العملية	8
المبحث الثاني: آلية التنفيذ والتواصل مع المتابعين.....	10
المبحث الثالث: التحديات التي واجهها المشروع، وكيف تم تجاوزها	15
المبحث الرابع: آفاق مستقبلية.....	17
الخاتمة	18
ملاحق لورشة العمل الأولى الخاصة بتطوير المشروع	20
المراجع	23