

شبكات التواصل الاجتماعي وخدمة علوم القرآن: القراءات في تويتر أنموذجا^١

أ. عفاف العجمي، د. آدم بمبا، د. مت طيب بن فا، د. عائشة وليلاك

*(Social Media Networks and the Promotion of the Qur'anic Sciences:
Qur'an Recitation on Twitter as a Model)*

Afaf K. Alajmi,¹ Adama Bamba,² Mat Taib b. Pa,³ & Wilailak Wisetrat⁴

ABSTRACT

This paper is an attempt to document, statistically, the activity of the Twitter users in promoting the Qur'anic recitation. To do so, the Content Analysis method was adopted to extract the Twitter accounts related to the Quranic recitation. Then, MS-Excel 2016 was used to undertake some basic data statistics operations. Also, this paper adopted the "Klout" model developed to analyse the influence of Twitter and the other types of the Social Media. The results show that the Twitter users in Quranic recitation field have a high level of activities in four major domains: a) Qur'an recitation, b) the Confusing verses, c) teaching and training in reciting Qur'an, and d) listening to the expert reciters. The number of the tweets by the research sample reached (970.889), their followers (3.126.272) and "Likes" (116.8600). Therefore, this paper is expected to incite reserchers in the field of the Qur'anic studies to further similar researches on other Social Media networks.

Keywords: *Acoounts, Quran reciations, Social Media Networks, Twitter.*

^١) This article was submitted on: 21/05/2019 and accepted for publication on: 10/05/2019.

¹ Afaf, K. A. Candidate, Islamic Education, APIUM, University of Malaya, email: afaf8313@gmail.com

² Dr. Adama B. Senior Lecturer, Islamic Education Dep. APIUM.

³ Dr. Mat T., Senior Lecturer, Dep. of Arabic Language & Middle Eastern Languages, University of Malaya.

⁴ Dr. Wilailak, W., Lecturer, Arabic Language Dep. Faculty of Humanities and Social Sciences, PSU, Pattani, Thailand, email: wilailak.w@psu.ac.th

ملخص

هذه الدراسة محاولة لرصد نشاط مستخدمي شبكة تويتر إحصائيًا في خدمة القراءات القرآنية، وقد انتهجت هذه الدراسة تحليل المحتوى في هذا الرصد، وذلك بإدخال كلمات بحث محدّدة في شبكة تويتر (Twitter.com)؛ لاستخلاص الحسابات المخصّصة بالقراءات القرآنية، ثم وظفت بعض العمليات الإحصائية داخل برنامج (MS Excel 2016)، لتصفية العينة (١١٨ بعد التصفية) وتحليلها. هذا، وقد تبنت هذه الدراسة نموذج تطبيقات (Klout)؛ لتحليل تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود نسبٍ عالية في الاهتمام بمجال القراءات القرآنية على تويتر، وتمثّل ذلك في أربعة مجالات: أ- علم القراءات، ب- متشابهات لفظية، ج- تدريب وتعليم، د- تلاوات قرآنية. وبلغ إجمالي تغريدات أفراد العينة (٩٧٠,٨٨٩)، والمتابعين لهم (٣,١٢٦,٢٧٢)، والمعجبين (١١٦,٨٦٠)، وتوزّع العينة في أكثر من عشرين دولة حول العالم. هذا، ويؤمل أن تتوالى دراسات في هذا المجال حول شبكات تواصل إجتماعية أخرى، وفي مجالات قرآنية أخرى.

كلمات دالة: تغريدات، تويتر، حسابات، قراءات قرآنية، مستخدمو تويتر.

١ - مقدمة

يمكن تعريف شبكات التواصل الاجتماعي (Social Media Networks, SMN) بأنها هي "الخدمات الشبكية التي توفر للمستخدم بناء معرف شخصي نفسه وربطه بسلسلة من المعارف الشخصية لغيره ممن يقاسمونه الاهتمامات والميول والهوايات والآراء. ويتم تبادل التواصل بين الأفراد في شبكات التواصل الاجتماعي عبر صور شتى: نصوص مكتوبة، وصور، وفيديوهات يتبادلها الشخص المشارك مع من يختاره من الأعضاء الآخرين".^١

ظهرت النسخ الأولى من شبكات التواصل الاجتماعي أواخر التسعينات وبالتحديد على يد راندي كونرادز Randy Conrads الذي أنشأ برنامجًا إلكترونيًا للربط بين زملائه في

¹ B. Mathews, "Online Social Networking", in Courtney, N. ed. *Library 2.0 and beyond: Innovative Technologies and Tomorrow's User*, Libraries Unlimited, Westport, CT, 2007.

الدراسة.^١ وبعدها توالى الشبكات الاجتماعية بالظهور وبأهداف مختلفة، وهي كثيرة تستقطب ملايين المستخدمين، منها:

(Friendster, 2002)، و(MySpace, 2003)، و(Facebook, 2004)، و(Twitter, 2006)، التي يبلغ مسجّلوها (١١٥) مليون نسمة، و(Instagram, 2010). ومجموعة أخرى كبيرة من تطبيقات الهواتف الذكيّة (Smartphone) المصمّمة خصيصًا للتواصل الاجتماعي، ولعلّ أشهرها: وأساب (Whatsapp)، وفايبر (Viber)، ولاين (Line).^٢ وغيرها من الشبكات التّواصلية الأخرى. أمّا شبكة تويتر خاصّة، فإنّها تحتل الصدارة بين شبكات التّواصل الاجتماعي، وذلك في تنامي شعبيّتها المطّرد، واتّساعها منذ السّنوات الأولى من إنشائها؛ حيث إنّ شعبيّتها تفوق جميع أنواع شبكات التّواصل الاجتماعي الأخرى، ما عدا فيسبوك، وقد بلغ تعداد مستخدميها (٣٢٠ مليون) مستخدمًا نشطًا منذ سبتمبر (٢٠١٥م).^٣ أمّا الآن، فإنّ عدد مستخدمي تويتر، لا يكون بالعدد الإجمالي، وإنّما بعدد المستخدمين النشطين في كلّ شهر (Active Users)، وطبقًا لموقع الإحصاءات الدّوليّة، فإنّ المستخدمين النشطين لموقع تويتر في السّنوات الخمس الماضية على النّحو الآتي (بالمليون):^٤

جدول ١: تطور أعداد المستخدمين النشطين لتويتر (٢٠١٥-٢٠١٩م).

عام	مستخدم
٢٠١٩م	٢٦٩,٧
٢٠١٨م	٢٦٢,٧
٢٠١٧م	٢٥٥,٣
٢٠١٦م	٢٤٦,٩

¹ Erdely, R. " The girl who played with fire ", Rolling Stone, 2011, Goldstein, A., The Ecology of Aggression. Second Edition, Plenum Press, New York, 1994 . pp , 94-91.

² Namu, A., Twitter, Facebook and YouTube's Role in Arab Spring (Middle East Uprisings), [Online], 2011, Available: <http://socialcapital.wordpress.com/uprising>.

³ Hattem, David, & Lomicka, Lara. (2016). What the Tweets say: A Critical Analysis of Twitter Research in Language Learning from 2009-2016, E-Learning and Digital Media, Vol. 13 (1-2), 5-23.

⁴ www.statista.com/statistics/303681

٢٣٧,٤	٢٠١٥م
-------	-------

أما عن العوامل التي أدت إلى كثرة مستخدمي تويتر دون غيرها، فمنها:

(أ) اختصار محتواها على (١٤٠) حُرُفًا فحسب، وهذا مما يجعل المِعْرَدَ على الاختصار والتركيز على الفكرة.^١

(ب) وجود خاصية المتابعين (Followers)، وهذا بالتحديد ما يميّز تويتر عن سائر المواقع الاجتماعية.

(ج) استخدامها في جميع المجالات الرّسميّة والشّخصيّة، ولجميع الطّبقات، فتستخدمها الحكومات، والمشاهير، والشركات التجاريّة وغيرها.

(د) أخيراً، خاصيّة الانفتاحيّة (Openly Available, API)، وهي إتاحة محتوى تويتر على الشبكة لجميع المستخدمين، وليس لمن هم على ارتباط بالمستخدم كما الحال في فيسبوك.

في هذا البّسّاق، تكاد الدراسات تجمع على أنّ شبكات التّواصل الاجتماعي -بأصنافها المتعددة- هي وسيلةٌ حديثةٌ ناجحةٌ في التعليم؛ لأنّها تحظى بإقبالٍ مكثّفٍ من لدن فئة الشباب في مختلف أنحاء العالم، وقد أكدت دراسات علميّة كثيرة هذه الخاصيّة في شبكات التواصل الاجتماعي، منها: دراسة إيفتاريا (٢٠١٥م) في التأكيد على فعالية وسائل التّواصل في التدريس. ودراسة جونكو وآخرين (٢٠١١م) التي أكّدت فعالية تويتر في التدريس، وإيجابيتها في تحصيل الدّارسين.

بالمثل، فإنّ شبكات التّواصل الاجتماعي قد نالت إقبالاً كبيراً في المجالات السّياسيّة والدينيّة والاجتماعيّة، وقد برّهنت خطرهما في إحداث تغييرات جذريّة كبرى في المجتمعات الحديثة، وفي تكوين القناعات، واستقطاب المناصرين للقضايا المختلفة.

بناءً على ذلك، فإنّ المسلمين قد وظفوا شبكات التواصل الاجتماعية في المجال الدّعوي؛ بوصف ذلك امتداداً لتوظيفهم الوسائل التكنولوجيّة الحديثة الأخرى في الدعوة، كالإذاعة والتلفزيون، والأشرطة السّمعية. ويتعبّر الباحث آدم (٢٠١٤م)، فإنّ شبكات التّواصل الاجتماعي تقوم بدورٍ محوري في نشر الإسلام، "وهي وسيلةٌ أوليّةٌ لدى كثيرٍ من المسلمين في تثقيف أنفسهم في الدّين.

¹ Bowman, J. (2016). Twitter's 10,000-character posts aren't what you think. <http://www.cbc.ca/news/trending/twitter-10k-1.3393838>

أما في مجال الدِّراسات القرآنيَّة، فإنَّ واقع الحال يُوَكِّد نشاط المستخدمين في توظيف شبكات التواصل الاجتماعي لخدمة القرآن وعلومه، وقد أكَّدت دراسة ليندة ضيف (٢٠١٧م) هذا الأمر حول استخدام فيسبوك لخدمة علوم القرآن.^١ كما نجد مجموعات كثيرة على واتساب (WhatsApp)، معنيَّة بتحفيظ القرآن، منها مثلا: مجموعة "أهل القرآن" لتحفيظ القرآن الكريم مقسَّمة على مجموعات فرعية. ومنها: موقع "دليل خدمات الواتس آب المفيدة"، وتحت صفحة خدمات القرآن الكريم مجالات كثيرة من الاهتمام بالقرآن الكريم، مثل: تلاوات، تفسير، تدبُّر، تجويد مع أرقام هواتف خاصَّة بكل مجال.^٢ وهناك أيضًا مجموعات نسائيَّة لتحفيظ القرآن.^٣

على الرُّغم من هذا النِّشاط المكثَّف لمستخدمي شبكات التَّواصل الاجتماعي في خدمة القرآن الكريم وعلومه: حفظًا وتفسيرًا وتدبُّرًا، فإنَّ الدِّراسات في رصد هذا النِّشاط لا زالت دون مستوى هذا لِنشاط وقوَّته، وما عدا دراسة ليندة ضيف السَّالفة الذكر، فإننا لم نكد نجد إشارةً إلى دراسة علميَّة حول توظيف شبكات التَّواصل الاجتماعي في خدمة القرآن وعلومه. ومن هنا تنشأ إشكاليَّة هذه الدِّراسة.

١-١ أسئلة الدراسة

بناءً على الإشكالية المطروحة آنفًا حول ندرة الدِّراسات في رصد نشاط مستخدمي شبكات التَّواصل الاجتماعي في خدمة القرآن وعلومه، فإن السؤال المحوري الذي نحاول الإجابة عنها مضمونٌ على النحو الآتي: ما مدى إسهام مستخدمي توتير في خدمة علم القراءات القرآنيَّة؟

وتتفرَّع عن هذا السؤال عدَّة أسئلة:

(أ) ما التَّمثيل الكمي لعلم القراءات في شبكة توتير؟

(ب) ما مستوى الاهتمام بعلم القراءات لدى مستخدمي شبكة توتير؟

(ج) ما ميادين علم القراءات الأكثر بروزًا على شبكة توتير؟

^١ ليندة ضيف. (٢٠١٧). شبكات التواصل الاجتماعي وخدمة علوم القرآن الكريم قراءة تحليلية لعينة من صفحات الفيسبوك. مجلة

دراسات وأبحاث، مجلد ١٠، ع(٤)، ٢٥٥-٢٧١. <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/68429>.

^٢ www.wqfna.com/m/w/

^٣ [Facebook.com/495841660529749/posts/673089536138293/](https://www.facebook.com/495841660529749/posts/673089536138293/)

١-٢ منهجية الدراسة

من أجل الإجابة عن الأسئلة المطروحة أعلاه، فإنَّ الدراسة قد اعتمدت منهج "تحليل المحتوى" (Content Analysis)؛ حيث اقتصر المحتوى على تغريدات تويتر (حتى يوم ١٨ يونيو ٢٠١٩م)، وتحليلها إحصائياً، وتمَّ ذلك عبر الخطوات الآتية:

أ- تحديد كلمات البحث المبدوءة برمز هاشتاغ (#)، وهي "قراءات، علم القراءات، تلاوات، Quran recitation"

ب- تسجيل بيانات كلِّ حسابٍ بأخذ العناصر الآتية: المعرّف (Twitter handle) وهو المسبوق برمز (@)، عدد التّدوينات، عدد المتابعين (Followers)، عدد المتابعات (Followed)، تاريخ الانضمام، عدد الإعجاب (Likes)، وأخيراً النص التعريفي بالموقع إن وجد.

ج- فرز البيانات الخاتمة (بلغت نتائج كلمات البحث أكثر من ٥٠٠)، وترتيبها على حسب معرّف الحساب (@)؛ لأنّه فريدٌ لا يتكرّر، مثلاً: @aleqraamakka، معرّف لا يمكن فتح حسابٍ جديد بهذا المعرّف.

د- وضع شرط أساسيٍّ في تصفية البيانات، وهو ألا يقل عدد التّغريدات عند المستخدم عن (١٠٠)، و/أو لا يقل عدد المتابعين عن (١٠٠)، وهنا تمَّ إلغاء بياناتٍ كثيرة، مثل هذه النماذج أدناه.

جدول ٢: عينات من البيانات المطروحة بعد التصفية

T-handle	Tweets	Followed	Followers	Likes	DateJoined	Location
s_sdarquran2	2	211	11	0	01-09-17	NA
Qrecitation	2	3	21	1	01-11-16	NA
DarQuran_Gabes	6	76	13	2	01-08-17	Algeria, Gabes
TheAmazingQuran	44	108	78	21	01-03-17	USA, Houston

هـ - تبني نموذج التقييم والتصنيف الذي طوّره الموقع الإلكتروني Klout لتحليل محتوى تويتر، وغيرها من شبكات التّواصل الاجتماعي؛ لمعرفة تأثير المستخدمين، وغيرها من خصائص تويتر،

ويشمل هذا النموذج عدّة مؤشّرات، منها: عدد المتابعين، عدد التّغريدات، حداثة الوضعيّة (Status updates)، وإعادة التّغريدات (Retweet)، وعدد الإشارات إلى المستخدم (mention ratio)¹. عليه، يتبيّن هنا أنّ مجتمع هذه الدراسة هو مستخدمو تويتر، وتمّ اختيارهم باستخدام كلمات مفتاحيّة، ومن ثمّ تصفية العينة بوضع شرط "أكثر من مائة" (>100)؛ للحصول على عينة مكثّونة من (١١٨) مستخدمًا، وفي الجدول (رقم ٤) في الملحق سردّ لأفراد العينة. وقد حرصنا أن تتم عملية جمع البيانات في يوم واحد (١٨ يونيو ٢٠١٩م) تفادياً لتجدّد البيانات وتحديث التّغريدات لدى بعض أفراد العينة.

٢ - تحليل النتائج واستنتاجاتها

لقد تمّ إجراء بعض العمليّات الإحصائيّة البسيطة على عيّنة هذه الدراسة بغية الحصول على أجوبة عن الأسئلة المطروحة. كذلك، تمّ تحليل الفقرة النصية المصاحبة لكلّ سجلّ بوصف ذلك تحليلاً للمحتوى؛ للحصول على بعض المعلومات التي لا يمكن توفيرها عبر العمليّات الإحصائيّة.

أولاً: التّغريدات (Tweets)

أ- المجموع الكلي: بلغ المجموع الكلي للسجلات المستخلصة (١١٨)، ومجموع التّغريدات التي نشرها أصحاب تلك السجلات (٩٧٠,٨٨٩) أي حوالي مليون تغريدة خاصّة بالقراءات القرآنيّة.

ب- المتوسّط: بلغ متوسّط التّغريدات (٨,٢٢٧) تغريدة، أي أنّ كلّ مستخدمٍ للحسابات في مجال القراءات القرآنيّة على تويتر، في هذه الدّراسة، قد بلغت تغريداته هذا العدد؛ لكنّ تجدر الإشارة إلى وجود درجة تباينٍ واسعة بين عدد التّغريدات لدى أفراد العيّنة، فبينما هو مرتفعٌ جدًّا عند بعضهم، نجده منخفضاً إلى عدّة مئاتٍ فحسب في بعض الحسابات.

ج- الأعلى والأقل: الحساب ذو العدد الأعلى من التّغريدات، هو الحساب رقم (A30) في الجدول (رقم ٤) في الملحق. وبلغت تغريداته (٢٨٠,٠٠٠)، أي أنّه وحده يمثّل نسبة (٢٨,٨٣%) من إجماليّ التّغريدات. ولعلّ السبب في ارتفاع التّغريدات عند هذا المستخدم؛ كونه من أوائل الحسابات على تويتر

¹ Cha, M. & Haddadi H. (2010). Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy, in: Proceedings Internation AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM).

(في عينة هذه الدراسة)، حيث أنشئ في شهر سبتمبر (٢٠٠٩م)، ولم يسبقه إلا مستخدمان اثنان، وهما: (رقم: A01، A29). أمّا أقلّ حسابٍ ذي تغريدات في هذا العينة، فهو الحساب (رقم A77) وعدد تغريداته (88) فحسب، وقد يُعزى هذا التّديني إلى كون هذا الحساب جديداً نسبياً حيث أنشئ في شهر مايو (٢٠١٨م).

ثانياً: متابعون (Followers)

يعدّ رصد المتابعين مؤشراً مركزياً في تحليل بيانات تويتير من أجل معرفة مدى التّأثير (Measuring User's Influence).¹ أمّا في العينة المختارة في هذه الدراسة، فإنّ إجماليّ عدد المتابعين قد بلغ (٣,١٢٦,٢٧٢,٨٠) أي أنّ متوسط المتابعات للحساب الواحد قد بلغ (٢٦,٤٩٣,٨٤) متابعاً. أمّا الحساب الذي قد حاز المرتبة الأولى في عدد المتابعات، فهو حساب القارئ الشّيخ أحمد عيسى المعصراوي (رقم: A102)، أنشئ يوليو (٢٠١٣م)، وبلغت تغريداته (١٧,٣٠٠)، وعدد المتابعين (٥٧٠,٠٠٠). بتعبير آخر، فإنّ عدد المتابعين لهذا الحساب وحده، يساوي بالضبط تعداد المتابعين لمجموع (١٠٤) حساباً في عينة هذه الدراسة.

من هنا يتبيّن أنّ موضوع القراءات القرآنيّة يحظى بمؤشّر تأثيريّ عالٍ لدى مستخدمي تويتير، وتوكّده الأرقام والإحصاءات التي تمّت الإشارة إلى بعضها.

ثالثاً: تاريخ الانضمام (Joined:)

إنّ أول مستخدمٍ في هذه العينة هو (رقم A78) وانضمّ إلى تويتير في سبتمبر (٢٠٠٨م)، وهو معهد الشّاطبي للقراءات، وعدد تدويناته (١٠,٠٠٠)، وهو عددٌ لا بأس به. غير أنّ حساباتٍ أخرى متأخّرة لديها عددٌ أكبر من التّغريدات مما عند معهد الشاطبي. أمّا آخر حساب في هذه العينة، فهو (رقم A28)، وأنشئ في مايو (٢٠١٩م)، وعدد تغريداته (200).

وأما من حسب توزيع أفراد العينة على تواريخ الانضمام، فهو بحسب الجدول الآتي:

¹ Cha, M. & Haddadi H. Measuring User Influence in Twitter, *Op. Cit.*

جدول ٣: توزيع مستخدمي توتير بحسب تواريخ انضمامهم بالسنين

2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Total
2	44	1	20	30	18	11	5	11	10	6	118

يظهر هنا أن معظم المستخدمين قد انضموا إلى توتير عام (٢٠١٢م)، حيث بلغ عددهم (٣٠)، وقد وجدت علاقة ارتباط بين متغير الأسبقية إلى الانضمام وبين كثرة التغريدات، وأن معظم المستخدمين الذين انضموا إلى توتير عام (٢٠١١؛ ٢٠١٢؛ ٢٠١٣م) لديهم ارتفاع نسبي في عدد التغريدات.

رابعاً: الموقع (Location)

تمدنا المعرفة بأماكن تواجد المستخدمين بمعلومات جيدة حول ديموغرافية المهتمين بعلم القراءات على توتير، وفي الخريطة أدناه بيان لتوزيع المستخدمين حول العالم. غير أنهم يتركزون في الشرق الأوسط، بمنطقة الخليج تحديداً.

خريطة ١: توزيع مستخدمي توتير في مجال القراءات القرآنية حول العالم



يتبين هنا أن عينة مستخدمي توتير في مجال القراءات تتوزع على امتداد خارطة العالم، وتوضح الخريطة انتماء أفراد العينة إلى (٢٠) دول حول العالم.

تجدر الإشارة إلى أن مجموع (٥٦) من الحسابات، لم تحدد أماكنها، وهذا يفوت علينا معرفة المزيد عن ديموغرافية المستخدمين، فمن المؤكد أن كثيراً من أفراد العينة ينتمون إلى دول أخرى غير المذكورة هنا.

خامسا: المجالات (Subjects & Fields)

لقد تبين في تحليل العينة أن اهتمامات المستخدمين المعزدين تتلخص في (٤) مجالات رئيسية، هي: القراءات، وعلم المتشابهات اللفظية، والحفظ والتدريب، والتلاوات. وهي على النحو الآتي:

المجال الأول: القراءات القرآنية

هي الحسابات التي تُعنى بتقديم معلومات حول علم القراءات ومباحثها، وأصحاب هذه المواقع إما أفراد أو معاهد أو دور متخصصة في علم القراءات، ويؤكدون في الفقرة التعريفية بالحساب هذه المهمة التي أنشئ من أجلها الحساب، أي أن تخصصهم في علم القراءات، على سبيل المثال:

أ- الحساب (رقم A97)، وهو "رحيق القراءات" يقول: "تغريدات في علم القراءات وما يتعلق به، يشرف على هذا الحساب خريجات من قسم القراءات".

ب- الحساب (رقم A112) يصرح بقوله: "تقديم الاستشارات في علم القراءات".

ج- يعرف صاحب الحساب (رقم A93)، وهو باسم "موقع فخر الدين عبد الرزاق" بنفسه أنه: "مدرس تجويد بمعهد القراءات مجاز بالقراءات العشر الصغرى".

د- نقرأ في الحساب (رقم A100) وهو لصفوت سالم، وصفه نفسه بـ: "أستاذ القراءات العشر الصغرى والكبرى بمعهد الإمام الشاطبي بجدة، مجاز بالقراءات العشر الصغرى والكبرى".

فهذه الحسابات تختص بعلم القراءات ومباحثها، تعليماً وتدريباً ونشراً، وخاصة القراءات العشر الصغرى والكبرى، وأصحابها -بطبيعة الحال- من المختصين في هذا المجال.

المجال الثاني: متشابهات لفظية

يُعدُّ هذا المجال من اهتمامات أفراد العينة منبثقاً عن علم القراءات، وتُعرف المتشابهات اللفظية في القرآن الكريم بأثماً: "هي المفردات القرآنية التي وقع في تركيبها اللفظي تشابهاً من تقديم أو تأخير أو إبدال حرف مكان حرف، أو غير ذلك مما يوجب تغايراً بين الآيتين أو الآيات".^١

^١ القطان، مناع. (د.ت)، مباحث في علوم القرآن، القاهرة: مكتبة وهبة، ٢٠١٥. وحسانة وسكينة بنت محمد ناصر الدين الألباني. (٢٠٠٤م). الدليل إلى تعليم كتاب الله الجليل، بيروت: دار ابن حزم، ٣/٣١٠.

هذا، وقد وُجد من أفراد العينة أربعة حسابات مهتمة مباشرةً بهذا الموضوع، وهي (رقم-A115 118). أوضح صاحب الحساب (رقم-A118) هذا الأمر بقوله: "التركيز على متشابهات القرآن لإتقان الحفظ"، وذكر الأمر نفسه صاحب الحساب (رقم-A116) بقوله: "الإيقاظ للحفظ، مشروع كتاب الخرائط الذهنية لضبط المتشابهات القرآنية"، فهذه الحسابات القليلة عيّنت بضبط المتشابهات اللُّفْظِيَّة في القرآن الكريم، سواءً على مستوى المفردات، أو الآيات.

المجال الثالث: تعليم وتدريب

الحسابات التي صُنِّفَتْ تحت مجال التدريب هي التي يُعنى أصحابها بتدريب المستخدمين على حفظ القرآن الكريم أو قراءته، ومعظم الحسابات المندرجة تحت هذا المجال، هي لمؤسَّسات، وتحمل عادة اسم "دار القرآن" والمشرَّفون عليها متخصصون في القراءات العشر وغيرها. هنا، نجد أنَّ بعض الحسابات توفِّر دروساً في الحفظ والقراءات عبر الشَّبكة (online classes, online Tutoring). وتجدر الإشارة إلى أنَّ هذا الصِّنف من الحسابات تحظى بأعلى نسبةٍ من التَّغريدات، وبأعلى عدد من المتابعين، ولعلَّ ذلك راجعاً إلى مضمونها التَّعليمي، وإلى كون معظمها تابعةً لمؤسَّسات مرموقة في تحفيظ القرآن، مثل: دار القرآن للمليزيا (رقم-A07)، ودار القرآن الكويتية "حق تلاوته" (رقم-A04)، ومعهد الإمام الشاطبي لتحفيظ القرآن والقراءات (رقم-A78).

المجال الرابع: تلاوات قرآنية

هي الحسابات التي تنشر مقاطع صوتية للقرآن، وهي إمَّا قراءات متعدِّدة أو مخصَّصة لقارئٍ معيَّن، أو لقراء مدينة أو بلد معيَّن. من النماذج في هذا المجال:

أ- شبكة مزامير آل داود: أكبر منتدى وموقع قرآني على الإنترنت، تنشر العديد من التلاوات، وهو من أوائل حسابات توتير القرآنية، أنشئ شهر أغسطس (٢٠٠٩م)، وبلغت تغريداته (١٨,١٠٠)، ومتابعيه (١٣٠,٠٠٠).

ب - معهد الإمام الشاطبي للقرآن وعلومه: أنشئ هذا المعهد (١٤١٠هـ)، بالمملكة العربية السعودية، وينصُّ في موقعه ضمن استراتيجياته، أنَّه من أجل "توظيف التقنية وتطبيقاتها في تعليم القرآن الكريم"، وذكر في حساب المعهد على توتير أنَّه: "مؤسسة خيرية أكاديمية تعنى

بتأهيل القائمين على تعليم القرآن وتطوير أساليبه ومناهجه من خلال تقنيات حديثة وشراكات استراتيجية^١. أما حساب المعهد على تويتر، فقد أنشئ في شهر ديسمبر (٢٠١١م)، وبلغت تغريداتها حتى الآن (٤,٦٧٦)، وعدد المتابعين (٢٣,٥٠٠)، وللمعهد فروغٌ عدَّة، وحسابات لأعضائها، وفي عيَّة هذه الدِّراسة وجدنا سِتَّة حسابات مرتبطة بالمعهد (رقم: A78; A83; 94; 98; 100; 114).

ج - تلاوات الحرم الملكي والمدني: خصَّص هذا الحساب لنشر تلاوات أئمة الحرمين: مكة والمدينة، وأنشئ منذ يناير (٢٠١٧م)، وبلغت تغريداته (٢,٩٤٣)، ومتابعيه (١,٣٩٢).

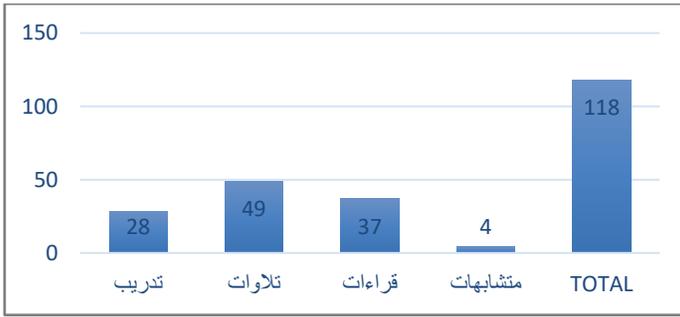
د - تلاوات خاشعة: في العيَّة المختارة لهذه الدراسة ثلاثة حسابات بعنوان "تلاوات خاشعة" (رقم: A30, A44, A69). غير أنَّ الحساب الأول A30، الذي أنشئ في شهر سبتمبر (٢٠٠٩م)، قد احتلَّ الصدارة، والمركز الأوَّل بين جميع الحسابات في هذه الدراسة؛ حيث بلغت تغريداته (٢٨٠,٠٠٠)، بمعنى آخر: إنَّ مجموع تغريدات هذا الحساب وحده، يساوي بالضبط مجموع التَّغريدات لدى مائةٍ من الحسابات في هذه الدراسة.

هـ - حسابات مخصَّصة لقراء معيَّنين: هناك حساباتٌ كثيرةٌ تندرج تحت مجال "قراءات"، وهي مخصَّصة لقارئٍ معيَّن، أو مجموعةٍ من القراء الأعلام، وعادةً ليس الشَّيخ القارئ نفسه منشئ الحساب، وإنَّما أحد المعجبين به، ومن نماذج تلك الحسابات في العيَّة: "تلاوات ماجد الزامل" (رقم: A36)، و"موقع القارئة فرحة العزة" (رقم: A42)، و"تلاوات الشيخ ماهر المعقلي" (رقم: A43)، و"تلاوات علي جابر" (رقم: A67)، و"تلاوات الشيخ راشد الحليبة"، وغيرها من الحسابات.

هذا المجال -على الإطلاق- أكثر المجالات على تويتر في عدد الحسابات، وفي كثرة التَّغريدات، وفي عدد المتابعين. ويوضِّح المخطط الآتي ذلك.

مخطط ١: توزيع الحسابات على مجالات خدمة القراءات القرآنية

¹ <https://shatiby.edu.sa/> retried on: 18/6/2019.



هنا يتبيّن أنّ مجال "تلاوات" تستحوذ بالنسبة المئوية الكبرى؛ إذ تبلغ (٤١,٥%) من مجموع العينة (١١٨)، يليها مجال "قراءات" ونسبتها المئوية (٣١,٣%).

خاتمة

لقد تبين في ثنايا هذه الدراسة أنّ لشبكة تويتر إسهامًا ملحوظًا في خدمة علم القراءات القرآنية، وذلك في عدد المستخدمين والحسابات الخاصة بمجال القراءات، وفي ديمغرافية المستخدمين وتوزيعهم حول العالم، وكمية منشوراتهم، وأنشطتهم في التحفيظ والإفراء عبر تويتر.

هذا، وقد تمتّ الإجابة عن أسئلة هذه الدراسة الفرعية عبر الحوار الآتية:

١- في مجال التمثيل الكمي (السؤال الأول)، وجد أنّ الحسابات الخاصة بعلم القراءات تفوق خمسمائة، وقد وضعت معايير لتصفية تلك الحسابات واختيار الأكثر نشاطًا وشعبيةً منها؛ فتم الحصول على (١١٨) حسابًا، وهذا العدد -بالتأكيد- لا يمثّل إلا نسبة قليلةً للحسابات المعنية بعلم القراءات وحدها.

٢- في مجال قياس اهتمام المستخدمين (السؤال الثاني)، وجد أنّ المتابعين لأصحاب الحسابات الخاصة بالقراءات، قد وصل تعدادهم إلى أعداد عالية، حيث بلغ أكثر من ثلاثة ملايين متابع، ووصل إجمالي الإعجاب (Likes)، حتى (١١٦,٨٦٥).

٣- في مجال المقارنة بين ميادين القراءات القرآنية (السؤال الثالث)، وجد أنّ مجال التلاوات القرآنية يحوز اهتمام مستخدمي تويتر، سواء في الاستماع إلى التلاوات لأشهر القراء، أو الاستماع إلى قارئ معين، أو الاستماع من أجل التعليم.

أخيرًا، فإنّ ذلك كلّهُ يؤكّد عناية مستخدمي تويتر بخدمة القرآن الكريم وعلمه، وإذا كان هذا في مجال تويتر وحدها، فإنّ البحث في شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل فيسبوك، وواتساب،

وإنستغرام... قد يعطينا الصورة التقرّيبية لعناية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي بخدمة القرآن الكريم وعلومه، في مجال القراءات القرآنية، وفي مجال غيره من المجالات، ولعلّ الدراسة الحالية تفتح الباب لهذا التطلّع في مجال الدراسات القرآنية الحديثة.

المصادر والمراجع:

REFERENCES:

- Adam, F., Anuar, M. and Ali, A.H. (2014) The use of blog as a medium of Islamic da'wah in Malaysia. *International Journal of Sustainable Human Development*, 2(2), 74-80.
- B. Mathews, "Online Social Networking", in Courtney, N. ed. *Library 2.0 and beyond: Innovative Technologies and Tomorrow's User*, Libraries Unlimited, Westport, CT, 2007.
- Bowman, J. (2016). Twitter's 10,000-character posts aren't what you think. <http://www.cbc.ca/news/trending/twitter-10k-1.3393838>
- Cha, M. & Haddadi H. (2010). Measuring User Influence in Twitter: The Million Follower Fallacy, in: Proceedings International AAAI Conference on Weblogs and Social Media (ICWSM).
- Eleftheria K. et al. (2015). Social Media Networks as a Learning Tool. *EBEEC*, 19, 287-295.
- Erdely, R. " The girl who played with fire ", Rolling Stone, 2011, Goldstein, A., The Ecology of Aggression, Second Edition, Plenum Press, New York, 1994 . 94-91.
- Hassanah, M. N. Al-albāni & Sakinah M. N. Al-albāni. (2004). Al-Dalil ilā Ta'alim Kitāb Allāh al-Jalīl, Beirut: Dār ibn Hazm, 3/31.
- Hattem, David, & Lomicka, Lara. (2016). What the Tweets say: A Critical Analysis of Twitter Research in Language Learning from 2009-2016, *E-Learning and Digital Media*, Vol. 13 (1-2), 5-23.
- Junco, R., Heiberger, G., Loken, E. (2011). The effect of Twitter on college student engagement and grades. *J. Comput. Assit. Learn.* 27(2), 119-132.
- Lindah, Daif. (2017). Shabakāt Tawāsul al-Ijtimā'ī wa Khidmat Ulum al-Qur'ān: Qirā'at li Ayyinah min Saf'hāt Facebook, *Majallah Dirāsāt wa Abhāth*, Vol. 10(4), 255-271.
- Namo, A., Twitter, Facebook and YouTube's Role in Arab Spring (Middle East Uprisings), [Online], 2011, Available: <http://socialcapital.wordpress.com/uprising>.
- Nur Hanis J. & Siti Nur Syafiqah. (2017). Social Media Utilization for Islamic Da'wah. *RESEARCH HUB* Volume 3 Issue 10 (2017), 15-23.
- Qattān, Man'a. (n.d). *Mabāhith fi Ulūm al-Qur'ān*. Cairo : Maktabah Wahbah.

Waleed M. al-Rahmi & Akram M. Zeki. (2017) A model of using social media for collaborative learning to enhance learners' performance on learning", Journal of King Saud University Comput and Information Sciences, 29, 526-535.

ملحق الدراسة

جدول ٤ : عينة مستخدمي تويتر في مجال القراءات القرآنية

S	email	Tweets	Follo- wing	Follo- wers	Likes	Joined	Location	Subject
A01	MinhajulQuran	20,000	28	98,900	66	08-09	Pakistan	تدريب
A02	HamzahGhia	8,219	636	1,024	2,669	11-09	NA	تدريب
A03	alquranclasses	55,500	1,280	2,550	55	04-10	Canada	تدريب
A04	haqqa_relawateh	29,400	3	71,700	94	01-11	Kuwait	تدريب
A05	QuranReadingUSA	6,212	1,193	2,336	301	02-11	USA, Virginia	تدريب
A06	dar_riqqa	858	56	401	19	12-11	Kuwait, Riqqa	تدريب
A07	apis_hafis	27,000	1,377	2,946	11,500	01-12	Malaysia	تدريب
A08	aleqraamakka	695	13	2,648	20	02-12	Saudi, Makkah	تدريب
A09	UmarfarukSadik	1,098	164	21,800	1,229	05-12	UK, Bolton	تدريب
A10	MSelim10	1,029	136	189	7	05-12	Saudi, Riyadh	تدريب
A11	ayaan_Group	4,377	1	144,000	26	09-12	NA	تدريب
A12	Dar_Quran_Jahra	1,099	60	290	1	11-12	Kuwait, Jahraa	تدريب
A13	IDMengaji	8,499	93	2,331	25	11-12	Indonesia	تدريب
A14	mshewy81	299	239	1,334	70	01-13	NA	تدريب
A15	s_reda50	8,572	483	859	104	07-13	Egypt	تدريب
A16	abomazen1524	171	132	24	21	10-13	NA	تدريب
A17	SAMAsiya1989	17,000	42	31	40	03-14	NA	تدريب
A18	MyJAKIM	10,400	405	9,058	1,289	04-14	Malaysia	تدريب
A19	MarkzDarAlQuran	378	3	259	2	11-14	Algeria	تدريب
A20	_mhdalf	2,104	301	319	3,565	12-14	Malaysia	تدريب
A21	quranonline63	4,489	3,082	10,300	2,155	05-16	Pakistan	تدريب
A22	dar_alquran_	159	14	108	4	09-16	Saudi, Hail	تدريب
A23	maqarie2	628	4	5,944	81	12-16	Saudi, Madinah	تدريب
A24	LQjIn2jvZHQ4EE	305	8	0	0	01-17	NA	تدريب
A25	bzee3_alyasen	377	220	259	3	05-17	Kuwait, Jahraa	تدريب
A26	ador1963	1,022	103	2,344	346	03-18	Saudi, Riyadh	تدريب
A27	DarulQuranJAKIM	203	58	212	13	09-18	Malaysia	تدريب
A28	Qaltajweed	200	1	1,437	0	11-18	NA	تدريب
A29	Mazameer	18,100	27	130,000	3,813	08-09	Saudi, Buraydah	تلاوات

S	email	Tweets	Follo- wing	Follo- wers	Likes	Joined	Location	Subject
A30	HeartfeltRec	280,000	18	64	29,100	09-09	NA	تلاوات
A31	salshuraym	4,771	8	162,000	3	04-11	Saudi	تلاوات
A32	AlQuranAlkareem	145	14	9,374	2	05-11	NA	تلاوات
A33	a_telawat	32,700	18	105,000	1,036	09-11	NA	تلاوات
A34	Abdullah_juhany	3,333	10	133,000	324	10-11	NA	تلاوات
A35	Khalid_aljulyel	3,383	90,000	480	6	10-11	Saudi, Riyadh	تلاوات
A36	majedalzamil	4,968	22	22,600	297	10-11	Saudi, Riyadh	تلاوات
A37	_Alwa7i_	2,430	7	119,000	77	12-11	Saudi, Riyadh	تلاوات
A38	MahmodAlshimi	47,400	56	62,600	5,835	12-11	Kuwait	تلاوات
A39	mohamed_fouad75	540	400	4,592	466	12-11	Egypt	تلاوات
A40	riyadh_telawat	14,300	42	48,400	156	01-12	Saudi, Riyadh	تلاوات
A41	alZeer425	3,463	6	4,324	1,312	04-12	Saudi, Riyadh	تلاوات
A42	Farhatul_iza	14,500	396	4,495	6,070	05-12	Malaysia	تلاوات
A43	almuaiqly969	2,942	12	261,000	175	06-12	Saudi	تلاوات
A44	qum1	11,500	1,259	1,485	17	08-12	NA	تلاوات
A45	Quran555	70,200	26	51,500	396	09-12	NA	تلاوات
A46	4quran_link	91	53,300	61,700	72	10-12	NA	تلاوات
A47	taiba_1435	12,100	11	66,900	201	12-12	NA	تلاوات
A48	YusuflElBadr	382	6	4,850	0	01-13	UK	تلاوات
A49	moonlight995	212	4	4,408	208	01-13	UAE, Abu Dhabi	تلاوات
A50	alrelawat	2,459	23	12,400	300	01-13	Saudi, Riyadh	تلاوات
A51	tunisienoice	8,248	97	26,500	1,687	05-13	Tunis	تلاوات
A52	BandarBalillah	907	11	137,000	73	07-13	NA	تلاوات
A53	max20027442306	2,757	97	678	1,876	09-13	NA	تلاوات
A54	Tilawat_Mktrah	364	4	11	10	11-13	NA	تلاوات
A55	na7at_Quranieh	15,000	320	20,800	789	11-13	NA	تلاوات
A56	DarulQuranChi	339	43	80	7	12-13	US, Chicago	تلاوات
A57	Telawat_sa	3,814	22	2,871	27	12-13	Saudi	تلاوات
A58	Telawat_alamri	2,571	1	2,431	179	02-14	Saudi, Riyadh	تلاوات
A59	telawat_ahmed	1,345	2	2,250	382	02-14	Saudi, Riyadh	تلاوات
A60	moktatafat_	1,871	135,000	32	0	03-14	NA	تلاوات
A61	naife_al3amry	246	1	2,199	76	05-14	UAE, Abu Dhabi	تلاوات
A62	QuranTelawah	319	2	17	2	11-14	NA	تلاوات
A63	T_Alharm	2,261	1	196,000	35	04-15	NA	تلاوات
A64	VoixduCoran	1,383	1,211	80	3	05-15	Switzerland	تلاوات
A65	ZebHasrat	418	117	21	0	08-15	Pakistan	تلاوات

S	email	Tweets	Follo- wing	Follo- wers	Likes	Joined	Location	Subject
A66	Saadquran1	242	12	9	199	10-15	NA	تلوات
A67	TilawatIjaber	370	3,065	6	0	01-16	NA	تلوات
A68	TilawatMohamed	881	5	2,524	546	02-16	Saudi, Madinah	تلوات
A69	Tilawah_Khashia	130	1	6,989	278	02-16	NA	تلوات
A70	raad_alkurdi	137	1,274	872	0	08-16	NA	تلوات
A71	tilawat_makkah	2,943	6	1,398	2,030	01-17	Saudi	تلوات
A72	yaldosry1	170	5	3,345	1	04-17	Saudi, Riyadh	تلوات
A73	Talhlybah	1,979	5	660	1,575	04-17	Saudi, Riyadh	تلوات
A74	Telawat_Ahmed1	925	1	3,494	0	08-17	Saudi, Riyadh	تلوات
A75	Quran_Recite04	192	2	13	0	10-17	India	تلوات
A76	Tilawat_SHK	366	3	730	271	01-18	Saudi, Madinah	تلوات
A77	osamazehri20	81	1,706	5,113	1,003	05-18	Oman	تلوات
A78	alshatiby	10,000	2	11,100	240	09-08	Saudi, Jeddah	قراءات
A79	mooath	2,891	67	3,089	108	10-08	Saudi, Jeddah	قراءات
A80	AbuZare	5,847	1,762	41,500	4,419	05-11	NA	قراءات
A81	mh_saif	754	28	2,525	357	07-11	Saudi, Madinah	قراءات
A82	ss4650	3,839	4,995	1,821	2,057	10-11	Italy, Veneto	قراءات
A83	ernamalshatiby	4,676	2	23,500	1	12-11	Saudi, Jeddah	قراءات
A84	mattyar	6,376	427	2,530	34	12-11	Saudi, Riyadh	قراءات
A85	ait_amran	950	446	2,287	780	12-11	Morrocco	قراءات
A86	_alhareesi	1,580	348	1,261	72	12-11	Saudi, Makkah	قراءات
A87	albasemsd	498	189	2,041	220	02-12	NA	قراءات
A88	ALEQRAAmakkah	695	13	2,648	20	02-12	Saudi, Makkah	قراءات
A89	Ibn_oud	882	270	634	285	02-12	NA	قراءات
A90	hsaiMaa0_0	11,500	106	1,411	2,220	03-12	NA	قراءات
A91	mmkalaje	959	149	228	349	03-12	Qatar	قراءات
A92	aimansalem87	953	375	1,356	237	04-12	NA	قراءات
A93	fakhredeen	8,982	85	5,818	1,880	05-12	Egypt, Quena	قراءات
A94	rawabi299	3,508	18	2,755	161	06-12	NA	قراءات
A95	algumaili_11	15,900	273	45,400	4,546	07-12	Saudi, Buraidah	قراءات
A96	salemjk	3,272	64	5,507	35	07-12	Saudi, Madinah	قراءات
A97	ra7ee8alqraat	563	23	2,297	134	08-12	Saudi, Makkah	قراءات
A98	hasnh	19,800	1,845	3,805	652	08-12	Saudi, Jeddah	قراءات
A99	amro_eldeeb	984	24	5,288	964	09-12	NA	قراءات
A100	safwat_60	263	31	2,980	12	11-12	NA	قراءات
A101	alfadel400	2,084	2	20,100	309	06-13	NA	قراءات

S	email	Tweets	Follo- wing	Follo- wers	Likes	Joined	Location	Subject
A102	dmasrw	17,300	24	570,000	892	07-13	NA	قرآیات
A103	Lchlash_bq	904	169	88	4	07-13	NA	قرآیات
A104	waratil400	5,325	4	39,000	751	09-13	NA	قرآیات
A105	Q8Tajweed	1,485	4,472	2	2	04-14	NA	قرآیات
A106	khaled8866	5,417	678	1,904	638	06-15	Saudi, Hail	قرآیات
A107	umtaymiah	144	89	80	318	03-16	Kurdistan	قرآیات
A108	qiraataif	941	682	2,934	208	04-16	Saudi, Taif	قرآیات
A109	read_f0	8,026	269	4,947	4,469	08-16	Saudi	قرآیات
A110	sh_m014	788	57	2,616	882	10-16	Kuwait	قرآیات
A111	alahdal_boatame	653	316	1,200	600	08-17	Somaliland, Herjesa	قرآیات
A112	1111_quran	482	48	2,034	49	08-17	NA	قرآیات
A113	nawaf71181	1,681	92	1,866	0	10-17	NA	قرآیات
A114	magals_alshatbe	766	51	605	183	10-18	NA	قرآیات
A115	Fsh933	8,936	362	9,923	778	04-11	Saudi, Riyadh	متشابهات
A116	hoffazquraan	11,600	10	104,000	1,779	09-12	Saudi, Saudi	متشابهات
A117	fawaedquran	3,510	2	119,000	177	02-13	Bahrain	متشابهات
A118	motashbehat	4,704	915	4,295	423	04-14	NA	متشابهات