

المؤتمر الدولي العاشر للأمانة العامة لدور وهيئات الإفتاء في العالم

بعنوان:

صناعة المفتي الرشيد في عصر الذكاء الاصطناعي

بحث بعنوان:

التحول الرقمي في دار الإفتاء المصرية:

قراءة سوسيولوجية ميدانية واستشرافية لتفاعل المجتمع مع الفتوى

الذكية

إعداد

أ.م.د / إبتسام مرسي محمد المرسي

أستاذ علم الاجتماع المساعد – كلية الدراسات الإنسانية بالقاهرة

بحث من إعداد: أ.م/ إبتسام مرسى محمد المرسى - أستاذ علم
الاجتماع المساعد بقسم علم الاجتماع - كلية الدراسات الإنسانية بنات
- جامعة الأزهر - القاهرة

الملخص:

يشهد العالم تحولاً رقمياً متسارعاً أثر في جميع المجالات، بما في ذلك
المؤسسات الدينية، وتعدُّ دار الإفتاء المصرية واحدةً من أهم المؤسسات الدينية
في مصر، كما أنها من أوائل المؤسسات الدينية التي تبنت أدواتٍ رقميةً متنوعةً
لتقديم الفتوى عبر الموقع الإلكتروني والتطبيق الذكي ومنصات التواصل
الاجتماعي.

ويهدف هذا البحث إلى تحليل هذه التجربة من منظور سوسيولوجي، وذلك من
خلال دراسة ميدانية لعينة مكونة من (191) فرداً ممن سبق لهم استخدام
الخدمات الرقمية لدار الإفتاء.

وتم توظيف المنهج الوصفي التحليلي من خلال إستمارة إستبيان إلكترونية
أُعدَّت لقياس تفاعل المستخدمين مع الخدمة، والتعرُّف على مدى رضاهم
وثقتهم فيها، إضافةً إلى استشراف رؤيتهم المستقبلية لتطوير الفتوى الرقمية.

خلُص البحث إلى أن هناك رضا مرتفعاً من المستخدمين، وثقةً معتبرةً بالخدمة،
مع مطالب واضحة بمزيدٍ من التخصيص، وتحسين لغة الخطاب، وتطوير البنية

التقنية الذكية. وبهذا يُعد هذا البحث مساهمةً في فهم علاقة المجتمع بالتقنية الدينية، ويمهد لتطوير مؤسسات الإفتاء اعتمادًا على أسس علم الاجتماع والتقنيات الاستشرافية الحديثة.

الكلمات المفتاحية:

الفتوى الرقمية، التحول الرقمي، دار الإفتاء المصرية، سوسيولوجيا الدين، الذكاء الاصطناعي.

المبحث الأول: الإطار العام والمنهجى للدراسة:

المقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولاتٍ سريعةً في مختلف جوانب الحياة، يقودها تطورٌ تقني متسارع، وعلى رأسه الذكاء الاصطناعي الذي لم يعد مقتصرًا على المجالات الصناعية أو التجارية، بل امتدَّ ليؤثر بعمقٍ في المؤسسات الدينية ووظائفها التقليدية⁽¹⁾.

فالثورة الرقمية فرضت أنماطًا جديدة من التواصل والمعرفة والخدمة، ومع بروز الذكاء الاصطناعي كفاعل حيوي في مختلف القطاعات أصبح من الضروري أن

(1) Castells M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell. p44.

تتبنى المؤسسات الدينية إستراتيجياتٍ رقميةً تراعي واقعَ المستخدم وتسعى لتقديم خدمة دينية تتسم بالموثوقية والسهولة والاستجابة الذكية.

وفي هذا السياق برزت المؤسسات الإفتائية وعلى رأسها دار الإفتاء المصرية كمثال رائد على تبني التقنيات الحديثة في تقديم الفتوى وخدمة المجتمع⁽¹⁾.

حيث تقدم الدار عبر بوابتها الرقمية مهامً متنوعةً منها:

1 - الدينية .

2 - القانونية

وتنقسم المهام الدينية إلى:

1 - إجابة الأسئلة والفتاوى باللغات المختلفة .

2 - إصدار البيانات الدينية.

3 - إعداد الأبحاث العلمية المتخصصة.

4 - الردّ على الشُّبهات الواردة على الإسلام.

5 - استطلاع أوائل الشهور العربيّة.

6 - تدريب الطلبة المبعوثين على الإفتاء.

7 - إعداد المفتين عن بُعد⁽²⁾.

وتُعد الفتوى من أبرز الوسائل التي تلجأ إليها المجتمعات المسلمة لضبط السلوك وتوجيه القرارات، لذلك فإنَّ سهولة الوصول إلى الفتوى ودقة مضمونها

(2) عمرو الورداني (2022)، التحول الرقمي في المؤسسات الإفتائية: دراسة تطبيقية على دار الإفتاء المصرية،

القاهرة: دار الإفتاء المصرية، ص 12 .

² - <https://ifta-learning.net/mham?page=show> تاريخ الاضطلاع 21 / 7 / 2025 الساعة 10 صباحًا.

وموثوقية مصدرها عواملٌ أساسية في تعزيز الاستقرار الفكري والديني والاجتماعي^(١).

من هنا فإنَّ توظيف التكنولوجيا -خصوصًا التطبيقات الذكية والمنصات الرقمية- من قبل دار الإفتاء يشكّل تحولًا نوعيًا في أداء المؤسسة وأثرها المجتمعي^(٢).

ويأتي هذا البحث ليسلط الضوء على هذه الظاهرة، محاولاً استكشاف مدى تأثير التحول الرقمي على المجتمع، من خلال تحليل تفاعل الأفراد مع المنصات الذكية للإفتاء عبر طرح تساؤلات عدة تتعلق بـ:

- مدى تفاعل المجتمع مع هذه الخدمات.
 - مستوى رضاهم وثقتهم بها.
 - رؤيتهم لتطويرها مستقبلاً بما يعزز من كفاءتها وانتشارها.
- ومن هنا جاءت أهمية هذا البحث الذي يهدف إلى تقديم قراءة سوسيولوجية ميدانية واستشرافية لتجربة دار الإفتاء المصرية، من خلال دراسة ميدانية تستند إلى تحليل آراء عينة من المستخدمين لخدمات الفتوى الرقمية.

مشكلة البحث:

(٣) الطيب محمد (2021)، الذكاء الاصطناعي والوظيفة الدينية: قراءة تحليلية في خطاب الفتوى الرقمية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 15، ص 78.

(٤) عمرو الورداني (2022)، مرجع سابق، ص 20.

تتمثل مشكلة البحث في التساؤل حول مدى تأثير التحول الرقمي في المؤسسات الدينية على علاقة الجمهور بالفتوى، من حيث الوصول والثقة والفعالية، خصوصاً مع اعتماد أدوات الذكاء الاصطناعي في تقديم الخدمة.

أهداف البحث:

وتمثلت أهداف البحث في النقاط التالية:

1. تحليل تفاعل المجتمع مع أدوات الفتوى الذكية التي تقدمها دار الإفتاء المصرية.
2. قياس مدى رضا وثقة المستخدمين تجاه خدمات الفتوى الرقمية.
3. استشراف مستقبل خدمات الإفتاء الرقمية بناءً على آراء المستخدمين.

تساؤلات البحث:

انطلق البحث من خلال تساؤل رئيس هو:

إلى أي مدى أسهم التحول الرقمي في دار الإفتاء المصرية في تعزيز تفاعل المجتمع مع الفتوى الذكية، وزيادة رضا الأفراد وثقتهم بها؟

وانبثق من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية هي:

1. إلى أي مدى يتفاعل أفراد المجتمع مع منصات دار الإفتاء الرقمية؟
2. ما مدى رضاهم وثقتهم في هذه المنصات؟
3. ما التصورات المستقبلية التي يتوقعها المستخدمون لتطوير خدمات الفتوى الرقمية؟

أهمية البحث:

وتتمثل أهمية هذا الموضوع في النقاط التالية:

1. يعالج موضوعاً حديثاً في ظل التوسُّع الرقمي في المجال الديني.
2. يقدم دراسة سوسيولوجية ميدانية لقياس تفاعل المستخدم مع الفتوى الذكية.
3. يسهم في اقتراح آليات لتطوير الخدمات الإفتائية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي.

حدود البحث:

يركز البحث على تجربة دار الإفتاء المصرية بوصفها نموذجاً للتحويل الرقمي في المؤسسات الدينية، ويغطي آراء عينة من المستخدمين الذين تعاملوا مع خدماتها الرقمية (الموقع، التطبيق).

منهجية البحث:

- نوع الدراسة: دراسة وصفية تحليلية ميدانية ذات طابع استشرافي.
- منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.
- الأداة المستخدمة في الدراسة: تم استخدام إستمارة إستبيان إلكتروني وُزعت على عينة من الأفراد المستخدمين للخدمة.
- حجم عينة الدراسة: طبقت الدراسة على عينة عمدية قوامها 191 مشاركاً ممن استخدموا خدمات الفتوى الإلكترونية.

المبحث الثاني: مفاهيم الدراسة والنظريات المستخدمة:

المطلب الأول: المفاهيم:

1. التحول الرقمي (Digital Transformation).

نظرياً: التحول الرقمي هو دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب المؤسسة بهدف تحسين الكفاءة وجودة الخدمات. وفي السياق الديني يشير إلى استخدام الوسائط الرقمية لتقديم الخدمات الشرعية والإفتائية عن بُعد^(١).

إجرائياً: يقصد به في هذا البحث: اعتماد دار الإفتاء المصرية على أدوات رقمية (مثل الموقع الرسمي، والتطبيق الذكي، ومنصات التواصل) في تقديم الفتوى، ويُقاس من خلال عدد المنصات المستخدمة، وتكرار الاستخدام، وسهولة الوصول للخدمة.

2. الفتوى الذكية (Smart Fatwa)

نظرياً: هي الفتوى التي تُقدَّم باستخدام أدوات ذكية مثل التطبيقات الرقمية، والذكاء الاصطناعي، ومواقع الويب التفاعلية، مع بقاء الإشراف البشري من المؤسسة الدينية المختصة لضمان الانضباط الشرعي^(٢).

إجرائياً: تشير في هذا البحث إلى تقديم الفتوى إلكترونياً أو شبه إلكترونياً، ضمن رقابة علمية، ويمكن قياسها من خلال مستوى استخدام الأفراد لها، ومدى رضاهم عن الخدمة الرقمية من حيث الدقة والخصوصية وسرعة الرد.

(١) شادي فؤاد (2019)، التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية، دار الفكر الجامعي، ص 88.

(٢) عمرو الورداني (2022)، مرجع سابق ص 17.

3. التفاعل المجتمعي (Social Interaction)

نظريًا: يقصد به كيفية استجابة الأفراد مع التقنية المستخدمة في مجال الفتوى، من حيث الاستخدام، والقبول، والتواصل العكسي عبر المنصات الرقمية.

أو هو مجموع الأفعال وردود الأفعال بين الأفراد والمؤسسات في المجتمع، ويتأثر بالسياقات الثقافية والتقنية والاجتماعية⁽¹⁾.

إجرائيًا: يقاس في هذا البحث من خلال سلوك الأفراد في التعامل مع الفتوى الذكية: هل يستخدمونها؟ هل يقيّمونها؟ ما درجة اندماجهم الرقمي معها؟

4. الرضا والثقة "satisfaction and trust"

الرضا نظريًا: هو شعور الفرد بأن الخدمة التي تلقاها حققت حاجته أو توقّعه⁽²⁾.

إجرائيًا: يُقاس من خلال مقياس ليكرت 5 درجات، تعكس مدى رضا المبحوث عن سهولة الاستخدام، ولغة الفتوى، وسرعة الرد.

الثقة نظريًا: هي شعور الفرد بالأمان في الاعتماد على مصدر معين دون تشكك أو حاجة للتحقق المستمر⁽³⁾.

(1) Giddens A. (2009). *Sociology*. Polity Press p. 145.

(2) Oliver R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill p. 13.

(3) Fukuyama F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press p. 26.

إجرائيًا: تظهر من خلال أسئلة حول مدى اعتبار الفتوى الرقمية موثوقة مقارنة بالإفتاء التقليدي.

المطلب الثاني: النظريات المستخدمة

تم استخدام ثلاث نظريات رئيسة تساعد على تفسير سلوك المستخدم وتفاعله مع الفتوى الذكية، وهي:

1- نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications Theory:

وتركز هذه النظرية على أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق إشباعات معينة، مثل المعرفة، والطمأنينة الدينية، وحل المشكلات الشخصية^(١). وفي حالة الفتوى الرقمية: يُمكن اعتبار المستخدم فاعلاً يبحث عن إجابة دينية تحقق له الراحة النفسية، أو يزيل بها حيرة شرعية، وإذا شعر بالراحة والدقة تولد لديه الشعور بالرضا والثقة.

2- نظرية الفعل الاجتماعي Social Action Theory

يرى العالم ماكس فيبر أن سلوك الأفراد محكومٌ بدوافع ذات طابع اجتماعي وقيمي، وأن سلوك الأفراد ناتجٌ عن المعاني التي يعطونها لأفعالهم، وليس فقط عن دوافع مادية^(٢).

(١) Katz E. Blumler J. G. & Gurevitch M. (1974). *The Uses of Mass Communications*.

Sage p. 19.

(٢) Weber, M. (1978). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. University of California Press, p. 24.

وفي السياق الديني الرقمي: يمكن تفسير توجه الناس نحو الفتوى الذكية بأنه فعل اجتماعي نابع من قيم دينية، بالإضافة الى متغيرات واقعية تقنية، فالخدمة تُشبع الحاجة الشرعية، وتُمارس ضمن بيئة تقنية مستجدة.

3- نظرية رجع الصدى Feedback Theory

تؤكد هذه النظرية أنَّ التواصل لا يكتملُ إلا بوجود "استجابة" من الطرف المتلقي⁽¹⁾.

ففي الفتوى الرقمية: كل سؤال يُرسل وكل تقييم يُسجل عبر التطبيقات يعكس تغذية راجعة تستخدمها المؤسسة لتطوير خدماتها وتحسين طريقة عرض الفتوى. فالتواصل لا يكتملُ إلا برد فعل المتلقي (feedback) ما يساعد في تحسين جودة الرسالة.

تعقيب على النظريات المستخدمة في البحث:

أهمية الجمع بين هذه النظريات:

من خلال الدمج بين هذه النماذج الثلاثة، يمكننا:

- تفسير سلوك المستخدم.
- تحليل أثر التكنولوجيا على العلاقة الدينية.
- فهم آليات تطوير الفتوى في بيئة رقمية تستجيب لتفاعل المستخدمين

على النحو التالي:

النظرية	تفسّر
---------	-------

(¹) Schramm, W. (1954). *How Communication Works*. In *The Process and Effects of Communication*. University of Illinois Press, p. 41.

الاستخدامات والإشاعات	دوافع استخدام الخدمة
الفعل الاجتماعي	المعاني والدلالات الرمزية
رجع الصدى	أهمية التغذية الراجعة في التطوير

المبحث الثالث: الدراسات السابقة والتعقيب عليها:

تُعد الدراسات السابقة من الركائز الأساسية لأي بحث علمي؛ إذ تُمكن الباحث من الإلمام بخلفية موضوعه، والتعرُّف على ما أنجزه الآخرون من جهود علمية في السياق نفسه، كما تساعد في تحديد الفجوات المعرفية التي يمكن أن يسدها البحث الحالي.

وفي ضوء التحوُّل الرقمي المتسارع، وانعكاساته على المؤسسات الدينية، برزت الحاجة إلى مراجعة الأدبيات والدراسات التي تناولت العلاقة بين الدين والتكنولوجيا، خصوصًا في مجال الفتوى الرقمية.

ويسعى هذا المبحث إلى تقديم عرض تحليلي مختصر لمجموعة من الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بمحاور البحث، مع تعقيب علمي يوضح نقاط الاتفاق والاختلاف بينها وبين ما يتناوله هذا البحث، ويُبيِّن موقع الدراسة الراهنة في الإسهام العلمي في هذا المجال السوسيولوجي الحيوي.

وسيتّم عرض مجموعة من الدراسات التي ترتبط بمحاور البحث على النحو التالي:

- دراسات عن التحوّل الرقمي في المؤسسات الدينية.
- دراسات عن تفاعل الجمهور مع التكنولوجيا الدينية.
- دراسات عن رضا المستخدم وثقته في الخدمات الذكية.

المطلب الأول: عرض مختصر للدراسات السابقة:

1- دراسة الورداني (2022) (1)

عنوانها: التحوّل الرقمي في المؤسسات الدينية

- تناولت تجربة دار الإفتاء المصرية في رقمنة الفتوى، من خلال دراسة التحوّل الرقمي وتطبيقاته في المؤسسات الدينية، حتى يمكن دمج التكنولوجيا الرقمية في مختلف جوانب عمل هذه المؤسسات، مما يساهم في تطوير أدائها وتقديم خدماتها بشكل أكثر كفاءة وفاعلية.
- أجرت دار الإفتاء المصرية هذه الدراسة الداخلية لتوثيق تجربتها الرقمية مع التركيز على الجانب الإداري والتقني وتطبيقات الذكاء الاصطناعي. وبشكل عام سلطت الدراسة الضوء على أهمية التحوّل الرقمي في المؤسسات الدينية، وتأثيره على تطوير أدائها وتقديم خدماتها بشكل أكثر فعالية، مع مراعاة التحديات والفرص التي تواجهها هذه المؤسسات في هذا المجال، لكنها لم تتناول تحليل تفاعل الجمهور أو تقييم الرضا المجتمعي.

2- دراسة العسيري (2021) (2)

¹ - الورداني، عمرو (2022). (التحوّل الرقمي في المؤسسات الدينية). دار الإفتاء المصرية.

² - العسيري، فاطمة (2021)، رضا المستخدمين عن الخدمات الرقمية الدينية، مجلة العلوم الاجتماعية.

عنوانها: رضا المستخدمين عن الخدمات الرقمية الدينية:

- شملت عينة من المستخدمين من النساء في السعودية.
- أجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة نسائية بالسعودية، ووجدت أن الرضا مرتفع بين الفئات الشابة، بينما عبّرت الفئات الأكبر سنًا عن تحديات تقنية وثقافية عند استخدام التطبيقات الذكية. وأبرزت وجود رضا نسبي مع ملاحظات على محدودية التفاعل البشري.

3- دراسة كرم (2020) (1)

عنوانها: التكنولوجيا الدينية في الفضاء الرقمي العربي:

- عرضت لمفهوم الثقة في المحتوى الديني الإلكتروني. وناقش الباحث طبيعة الخطاب الديني على الإنترنت، وتأثيره على فهم الشباب للدين، وأكد وجود فجوة بين المؤسسات الدينية الرسمية والمنصات غير الرسمية، مما يهدد موثوقية الفتوى الرقمية.

4- دراسة عبد الله محمود (2019) (2)

عنوان الدراسة: الثقة الرقمية في المؤسسات الحكومية.

- بيّنت الدراسة أن سرعة الاستجابة ووضوح التصميم الرقمي يؤثران مباشرة في بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة، وقد ركز على قطاعات متعددة بينها المؤسسات الدينية.

¹ - حسن، كرم (2020)، التكنولوجيا الدينية في الفضاء الرقمي العربي، المجلة العربية لعلوم الإعلام.

² - عبد الله، محمود (2019) الثقة الرقمية في المؤسسات الحكومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية.

5- دراسة بني هاني (2018) (1)

عنوانها: دور وسائل التواصل في تشكيل المعرفة الدينية لدى الشباب:

- ركزت على الشباب في الأردن.
- أوضحت أنهم يعتمدون على الإنترنت كمصدر بديل للفتوى التقليدية.

6- دراسة Højsgaard & Warburg (2) (2012)

عنوانها: Religion and Cyberspace

- قامت الدراسة بتحليل كيف يُعاد تشكيل الدين في الفضاء الرقمي.
- تناول الكاتبان انتقال الدين إلى الفضاء الرقمي، مع تحليل العلاقة بين التكنولوجيا والخطاب الديني، وأكدّا أن المؤسسات الدينية التي تتبنى ثقافة الإنترنت تستطيع الحفاظ على ثقة جمهورها، وأشارا إلى أن المؤسسات التي تفهم ثقافة الإنترنت هي الأقدر على التأثير واستعادة ثقة الجمهور في الفتوى، خاصة في ظل هيمنة المحتوى غير الموثوق، وأكدت الدراسة أن الدين الرقمي هو امتدادٌ طبيعيٌّ للتحويلات المعرفية والاجتماعية.

المطلب الثاني: التعقيب على الدراسات السابقة

أوجه الاتفاق:

- جميع الدراسات اتفقت على أن التحول الرقمي أصبح ضرورةً في تقديم الخدمات الدينية.
- الثقة والرضا عنصران حاسمان في نجاح هذه الخدمات.

¹ - بني هاني، محمد (2018)، وسائل التواصل والمعرفة الدينية عند الشباب، المجلة الأردنية للدراسات الإسلامية.

² - Højsgaard M, T. & Warburg M, (2012), Religion and Cyberspace, Routledge

- الاستخدام الذكي للمنصات الرقمية يزيد من فعالية الخطاب الديني.
- التكنولوجيا تلبي احتياجات المستخدمين، خاصة الفئات الشابة الباحثة عن الخصوصية والسرعة.
- المؤسسات القادرة على التكيف مع الفضاء الرقمي تحافظ على تأثيرها وشرعيتها.

أوجه الاختلاف:

- غياب البعد السوسيولوجي المباشر: فمعظم الدراسات السابقة ركزت على الإعلام أو الدين، لكن لم تستخدم أدوات علم الاجتماع بعمق.
- التركيز على المؤسسات أو التقنية، لا على المستخدمين كمجتمع، بينما يضع هذا البحث المستخدم في قلب التحليل، وقيس تفاعله بطريقة ميدانية.
- غياب الرؤية الاستشرافية: فالدراسات السابقة تصف الواقع، أما هذا البحث فيقدم توصيات مستقبلية بناءً على تحليل ميداني.

لذا فيمكن القول: إن نقاط التميز في هذا البحث تقوم على ما يلي:

- يعتمد على منهج سوسيولوجي عميق لتحليل العلاقة بين التكنولوجيا والمجتمع.
- يجمع بين التحليل النظري والتطبيق الميداني من خلال إستبيان فعلي على جمهور حقيقي.

- يركز على نموذج مؤسسي محدد (دار الافتاء المصرية)، بدلاً من تناول العام.
- يضيف رؤية استشرافية مستقبلية لبناء منظومة فتوى رقمية ذكية ومتكاملة.

المبحث الرابع: الأسس الشرعية والعلمية لتوظيف الذكاء الاصطناعي في

المؤسسات الدينية

المطلب الأول: الأساس الشرعي:

يمثل اعتماد الوسائل التقنية الحديثة في الإفتاء امتداداً طبيعياً لمبدأ "التيسير" و"رفع الحرج"، وهما أصلاً راسخان في الشريعة الإسلامية. وقد جاءت نصوص صريحة من القرآن والسنة تدعم الأخذ بالوسائل الجديدة التي تخدم المقاصد الشرعية وتحقق النفع العام على النحو التالي:

1 - التيسير ورفع الحرج:

قال تعالى: {يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ} [البقرة: 185]، وقال عز وجل: {وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمُ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ} [الحج: 78]. فالواقع الاجتماعي يؤكد أن الخدمات الرقمية تمكن المستخدم من الوصول إلى الفتوى الشرعية بسهولة دون مشقة، وتتيح له الخصوصية والسرعة في وقتٍ تزداد فيه التحديات والفتاوى المغلوطة.

2 - الأخذ بالوسائل الحديثة:

قال النبي صلى الله عليه وسلم: ((أنتم أعلم بأمور دنياكم))⁽¹⁾. يفيد هذا الحديث أن ما لا يدخل في صلب التشريع (كالوسائل والأدوات) يخضع لاجتهاد الزمان، ومن ذلك استخدام التكنولوجيا في تسهيل تقديم الفتوى.

3 - المرجعية الشرعية ومبدأ الحوكمة العلمية:

قال تعالى: {فَسْأَلُوا أَهْلَ الدِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ} [النحل: 43]. ويجب أن نوضح أنه حتى مع استخدام الوسائل الرقمية تبقى المرجعية في الإفتاء للعلماء المؤهلين، والمستخدم لا يحصل على فتوى من آلة، بل من مؤسسة تُشرف على المحتوى وتراجع علمياً.

¹ - صحيح مسلم، كتاب الفضائل، باب وجوب امتثال ما قاله شرعاً دون ما ذكره صلى الله عليه وسلم من معاش الدنيا.

المطلب الثاني: الأساس العلمي والتقني:

أ- الذكاء الاصطناعي كأداة مساعدة لا يحل محل المُفتي، لكنه يُستخدم في:

- تصنيف الأسئلة المتكررة.
- ربط الأسئلة بفتاوى سابقة.
- توفير إجابات أولية ضمن قاعدة بيانات علمية.
- مساعدة الباحث في الصياغة والتنقيح.

ب- الضبط المؤسسي للخدمة:

اعتماد المنصات الرسمية مثل موقع دار الإفتاء المصرية وتطبيقها الرقمي، يُعتبر نموذجًا لاستخدام التكنولوجيا في إطار مؤسسي مضبوط، مع إشراف علمي دائم ومصدقية معتمدة؛ حيث تتنوع أساليب وطرق تقديمها الخدمات الرقمية على محاور عدة، لكننا سنركز فيها على الجوانب المتعلقة بالفتوى على النحو التالي:

تقوم الدار بالمهام الآتية:

1- إجابة الأسئلة والفتاوى باللغات المختلفة:

وذلك بالطرق الآتية:

- الإجابة الشفوية: وتتطلب حضور السائل شخصيًا إلى مقر دار الإفتاء المصرية، ويجلس السائل مع أحد أمناء الفتوى في مكتبه، ويقوم أمين الفتوى بتسجيل بيانات المستفتي وسؤاله، ثم يقوم بإجابة السائل، وتسجيل السؤال والإجابة الخاصة بالسائل في نظام مُعدّ لحفظ الفتاوى للاستفادة منها فيما بعد من خلال قاعدة بيانات مُعدّة لذلك.

- الإجابة المكتوبة: وتحصيلها له طرق ووسائل متنوعة، وهي:

أ - تقديم السؤال مباشرة: وذلك عن طريق حضور السائل وتقديم طلبه واستيفاء المعلومات حول السؤال إذا لزم الأمر، ثم يحوّل السؤال إلى أمانة الفتوى التي تقوم بتحرير الإجابة عنه، ويأخذ السائل ميعادًا ليتسلم فيه الفتوى الخاصة به بعد أن تتم الإجابة عنها.

ب - إرسال السؤال بريديًا: فيكتب السائل سؤاله ويرسله في خطاب بالبريد العادي أو المسجل أو السريع على عنوان مقرّ دار الإفتاء المصرية، ثم يُعرض السؤال على أحد أمناء الفتوى المختصين، وبعد الإجابة عن السؤال يتم إرسال الرد إلى السائل على عنوانه الذي يذكره السائل في آخر رسالته.

ج - إرسال السؤال عن طريق الفاكس: حيث يقوم السائل بإرسال سؤاله عن طريق الفاكس على الرقم المخصص لاستقبال الأسئلة بدار الإفتاء المصرية، ثم يُعرض السؤال على أحد أمناء الفتوى المختصين، وبعد الإجابة عن السؤال يتم إرسال الرد إلى السائل، وذلك بواسطة رقم هاتف الفاكس الخاص به الذي يذكره السائل في الفاكس المرسل، أو على العنوان البريدي الذي يريد أن تُرسل له الإجابة عليه.

د - إرسال السؤال عن طريق البريد الإلكتروني: حيث يقوم السائل بالدخول إلى الموقع الإلكتروني لدار الإفتاء المصرية على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، ثم يتجه إلى قسم طلب الفتوى، فيكتب

عنوان موضوع سؤاله (الصلاة - الحج ... إلخ). ثم يكتب بريده الإلكتروني، ثم يكتب سؤاله ويرسله، وبعد إرسال سؤاله يعطيه الموقع رقمًا سرّيًا خاصًا بالسؤال، وعلى السائل الاحتفاظ به حتى يدخل ويرى إجابته، ثم يقوم أحد أمناء الفتوى المختصين بالرد على الفتاوى الإلكترونية بالإجابة على السؤال وإرساله إلى البريد الإلكتروني الخاص بالسائل، وبعد مدة يسيرة من إرسال السؤال يدخل السائل مرة أخرى إلى موقع الدار على شبكة المعلومات قسم الاستعلام عن فتوى ويضع رقم سؤاله حتى يرى الإجابة، أو يدخل إلى عنوان بريده الإلكتروني الخاص به يجد الإجابة قد أرسلت إليه.

- الإجابة الهاتفية: وقد قامت دار الإفتاء المصرية بعمل خدمة هاتفية للاستفتاء عن طريق الاتصال برقم مختصر يسهل على طالب الفتوى استخدامه سواء في ذلك أن يكون المتصل من داخل البلاد أو من خارجها:

- وعند اتصال السائل بخدمة الهاتف يتم استقبال مكالمته من خلال أحد موظفي مركز الاتصالات (Call Center) فيقوم بأخذ بياناته، ثم يساعده في متابعة الإرشادات الصوتية الآلية حتى يستطيع السائل تسجيل سؤاله، ثم يعطيه النظام الآلي رقمًا سرّيًا خاصًا بسؤاله، وبعد ذلك يتم تحويل السؤال آليًا إلى أحد أمناء الفتوى المختصين بالرد على الأسئلة الهاتفية للإجابة عنه في خلال ساعة، فإذا دخل السائل إلى الخدمة الهاتفية بعد

حوالي الساعة، واتبع الإرشادات الصوتية الآلية - حيث يطلب البرنامج منه الرقم السري الخاص بسؤاله - استطاع سماع الإجابة عن سؤاله.

- تدريب الطلبة المبعوثين على الإفتاء:

تستقبل دار الإفتاء المصرية بعثاتٍ من طلاب الكليات الشرعية من عدة دول إسلامية من الراغبين في التدريب على الإفتاء، وتحصيل مهاراته حتى يتمكنوا من القيام بمُهمّة الإفتاء في بلادهم بعد عودتهم إليها. ولذا:

- اعتمدت دار الإفتاء منهجًا في صورة دورة للإفتاء مدتها ثلاث سنوات، يتلقى الطالب فيها مجموعة من المواد المؤهلة لمهمة الإفتاء، ويقوم بتدريس هذه المواد نخبةً من أساتذة جامعة الأزهر، كما يحضر الطالب مجالس الإفتاء تحت إشراف السادة أمناء الفتوى.

- ويتلقى أيضا تدريبًا عمليًا على مهارات الإفتاء تحت إشراف إدارة التدريب بالدار، ويمنح مجتاز هذه الدورة شهادة في نهاية مدة دراسته تفيد تلقيه التدريب على الإفتاء بدار الإفتاء المصرية^(١).

- إعداد المفتين عن بُعد:

¹ - نقلا عن الصفحة الرسمية لدار الإفتاء <https://ifta-learning.net/mham?page=show> تاريخ الاطلاع 2025 /7 /22

أسست دار الإفتاء أول مركز من نوعه للتعليم عن بُعد في المجال الإفتائي والشرعي؛ حيث تم إعداد المناهج المتخصصة في مجال الإفتاء الشرعي؛ ليتم بث ذلك على موقع خاص بالتعليم عن بُعد. وتوفر هذه الخدمة على طلاب العلم عناء السفر للحصول على دراسة دورة الإفتاء بالدار كما هو حاصل في وقتنا هذا، حيث يمكنهم من خلال موقع التعليم عن بُعد أن يحصلوا على المعارف والمهارات الإفتائية التي تؤهلهم للقيام بدور الإفتاء بعد ذلك في بلادهم.

المطلب الثالث: الذكاء الاصطناعي في الرؤية الاستشرافية:

بناءً على الاتجاهات العالمية في توظيف التقنية في العمل الديني، يمكن استشراف المستقبل في المجالات التالية:

- بناء قواعد بيانات ضخمة مؤرشفة للفتاوى.
- تطوير نظم اقتراح تلقائي للفتاوى بناء على الكلمات المفتاحية.
- تحليل الأسئلة الواردة لاستكشاف القضايا الطارئة.
- دعم المفتي بواجهات ذكية تسهل صياغة الفتوى بشكل مناسب لجمهور متنوع.

المطلب الرابع: التكيف الفقهي لتوظيف الذكاء الاصطناعي:

يُعد الذكاء الاصطناعي من "الوسائل"، والوسائل تأخذُ حكم المقاصد؛ فإن كانت تُستخدم في نشر العلم الصحيح وضبط الفتوى فهي وسيلة مأجورة شرعاً، ويُسنُّ الأخذ بها؛ بشرط ألا تُستخدم دون إشراف بشري، فالذكاء الاصطناعي ليس غايةً بحد ذاته، بل هو وسيلة من الوسائل التقنية الحديثة، وفي الفقه

الإسلامي: الوسائل تأخذ حكم المقاصد كما قرّره العلماء، وبناءً على هذه القاعدة:

- إذا استُخدم الذكاء الاصطناعي لخدمة مقاصد الشريعة كالتعليم، الإفتاء، تبليغ الدين، فهو مندوب.
- وإذا استُخدم لإفساد العقائد أو نشر الباطل أو الكذب على الله ورسوله فهو محرم ويؤثم المستخدم.

- مشروعية استخدام الوسائل الحديثة في الدعوة والإفتاء:

مع التطوُّر الحادث في كافة مناحي الحياة صار هناك حاجة لتجديد أساليب الدعوة ونشر صحيح الدين، خاصّة مع كثرة الأكاذيب والتدليس والادعاء من قبل من لا حق لهم في الفتوى ومدعي العلم الشرعي المنتشرين على وسائل التواصل، واستخدام الوسائل الحديثة جائز شرعاً لأنَّ الأصل في الأشياء الإباحة، فمن حيث الأصل الشرعي لا يُشترط في الوسيلة أن تكون مذكورة في الشرع ما دامت لا تخالف نصّاً ولا تُفضي إلى مفسدة.

الدليل من السُّنة:

قال النبي صلى الله عليه وسلم: ((بلغوا عني ولو آية)) (1).

فالشاهد من الحديث أنَّ النبيَّ صلى الله عليه وسلم لم يحدد وسيلةً البلاغ، مما يفيد إطلاق الوسيلة وتقييد الغاية بأن يكون البلاغ صحيحاً.

ومن أمثلة استخدام الذكاء الاصطناعي في العلوم الشرعية ما يلي:

¹ - صحيح البخاري (3461).

- الفتوى بضوابطها:

استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي لمراجعة أقوال الفقهاء وتصنيفها، وتقريب الأقوال المختلفة، لكن الفتوى الفعلية يجب أن تبقى بيد البشر المؤهلين؛ قال الله تعالى: { فَسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ } [النحل: 43]. ونستدلُّ من الآية على أن الإفتاء موكول إلى "أهل الذكر"؛ أي العلماء، وليس إلى أدوات بلا عقل ولا فقه!

- نشر العلم:

توليد الشروحات، وتلخيص الكتب، وتصنيف الأحاديث، وترقيم المصادر؛ قال النبي صلى الله عليه وسلم: ((من دلَّ على خيرٍ فله مثل أجر فاعله)) (١).

الضوابط الشرعية لتوظيف الذكاء الاصطناعي

1. إشراف العلماء: فلا يجوز الاعتماد الكلي على الذكاء الاصطناعي في الفتوى دون مراجعة بشرية.
2. التحقق من المصدر: يجب توثيق المحتوى الشرعي من مصادره: القرآن، والسنة، وكتب الفقه المعتمدة.
3. عدم مخالفة القطعيات: يُمنع برمجة الذكاء الاصطناعي ليفتي بخلاف النصوص القطعية أو الإجماع.
4. حفظ مقام النبوة: يجب ألا يُستخدم الذكاء الاصطناعي لإعادة "تمثيل" النبي صلى الله عليه وسلم أو الصحابة بصور أو أصوات.

¹ - رواه مسلم (1893).

5. حماية الخصوصية: يُشترط حفظ بيانات المستخدمين وعدم اختراق خصوصياتهم الشرعية.

المبحث الخامس:

تجربة دار الإفتاء المصرية في التحول الرقمي – تحليل سوسيولوجي

المطلب الأول: الخلفية التاريخية للتحول الرقمي في دار الإفتاء المصرية:

تعدُّ دار الإفتاء المصرية واحدةً من أقدم وأهم المؤسسات الدينية في العالم العربي والإسلامي، وقد بدأت عملية التحول الرقمي فيها تدريجيًا منذ أوائل الألفية الجديدة، وذلك استجابةً للتطور التكنولوجي، وازدياد الطلب على الفتوى عبر الإنترنت.

بحلول عام 2008 أطلقت الدار موقعها الإلكتروني الرسمي الذي وفّر خدمات الإفتاء النصي، وأرشفة الفتاوى، إلى جانب المواد المرئية والمطبوعة. وفي عام 2015 تم إطلاق التطبيق الذكي الرسمي للدار متضمّنًا خدمة الإفتاء المباشر، ومكتبة إلكترونية، ومنبهاً للمناسبات الدينية، وخدمات باللغة الإنجليزية والفرنسية للمستخدمين خارج مصر⁽¹⁾.

- في عام 2016 أطلقت الدار مجلة "Insight" الإلكترونية باللغة الإنجليزية للرد على إصدارات تنظيم داعش.
- في عام 2017 أنشأت وحدة موشن جرافيك لإنتاج فيديوهات قصيرة مرئية ورسومية، وأنتجت ما يقرب من (300 فيديو) للرد على الأفكار المتطرفة بأسلوب جذاب وبسيط.
- في عام 2018 انطلقت منصّة "هداية" التعليمية بما يقرب من 300 ساعة فيديو علمي بعدّة لغات لتعليم الإسلام الصحيح وفق المنهج الأزهري الوسطي.

¹ - الورداني، عمرو (2022) التحول الرقمي في المؤسسات الإفتائية، دار الإفتاء المصرية، ص 21.

- في عام 2019 أطلقت أول أرشيف إلكتروني للفتاوى بمحرك بحث خاص، يشمل رصدًا تقسيماً لحوالي 1500 حساب ومصدر إفتائي، مستخدماً تقنيات الذكاء الاصطناعي والرصد التلقائي⁽¹⁾.
 - 2021 (يونيو/ أغسطس): عقدت المؤتمر العالمي السادس بعنوان: "مؤسسات الفتوى في العصر الرقمي" بمشاركة فعاليات من 85 دولة، تحت شعار "مؤسسات إفتائية رقمية"، وتفعيل رقمنة المؤسسات الإفتائية.
 - 2022: شهدت الدار ميكنة كاملة لسير الفتاوى عبر نظام داخلي رقمي متكامل يشمل: استلام السؤال، وتحليله، والتحرير، والمراجعة العلمية، والاعتماد، والأرشفة الإلكترونية، وحتى إمكانية العمل دون انقطاع إنترنت.
 - 2022: أطلقت الدار محرك البحث الإلكتروني للمؤشر العالمي للفتوى الذي رصد حوالي مليوني فتوى من مؤسسات إفتائية وعالمية، مصنفاً وفق موضوعات مثل: التطرف والإسلاموفوبيا، ويُعد الأول من نوعه عالمياً.
- وفي عام 2025 بلغ عدد الفتاوى التي تصدر شهرياً من دار الإفتاء المصرية شفاهةً وكتابةً وعن طريق الهاتف والبريد الإلكتروني والبريد العادي والفاكس حوالي خمسين ألف فتوى حسب آخر الإحصائيات⁽²⁾.
- المطلب الثاني: مراحل التحول الرقمي:**

¹ - https://www.youm7.com/story/2021/9/18/%D8%A3%D9%88%D9%84%D9%89-%D8%AF%D8%A7%D8%B1/5432293?utm_source=chatgpt.com تاريخ الاطلاع 22 / 7 / 2025

² - نقلاً عن الموقع الرسمي لدار الإفتاء المصرية <https://ifta-learning.net/mham?page=show> تم الاطلاع بتاريخ 22 / 7 / 2025

4- الموقع الإلكتروني الرسمي:

يمثل الموقع الإلكتروني نقطة البداية في تقديم خدمات الفتوى عن بُعد، وقد بدأت الدار في تطويره منذ منتصف العقد الأول من الألفية الجديدة ليصبح خلال السنوات التالية منصةً معتمدةً للإفتاء الرقمي، وقد وفر:

- خدمة إرسال الأسئلة عبر نموذج إلكتروني.
- أرشفة آلاف الفتاوى في قاعدة بيانات بحثية.
- مكتبة من الفتاوى المرئية والمقاطع التعليمية القصيرة.

5- التطبيق الذكي:

أطلق التطبيق الرسمي لدار الإفتاء المصرية خلال العقد الماضي (تقريباً منتصفه)، ويُستخدم حالياً كأداة رئيسية في تقديم الفتوى عبر الهواتف الذكية، ومن أبرز خدماته:

- إرسال الأسئلة وتلقي الإجابة.
- استقبال إشعارات ومحتوى فقهي يومي.
- تصفُّح دليل مناسبات دينية، ومحتوى خاص بالأسرة والمغتربين.

وبحسب تقديرات داخلية، فإنَّ عدد تحميلات التطبيق تجاوز ١٠٠,٠٠٠ خلال أول عامين من إنطلاقه، مع توسُّع متزايد في استخدامه سنوياً^(١).

^١ - دار الإفتاء المصرية (2022)، التقرير السنوي لوحدة التحول الرقمي، ص 7.

6- الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي:

- تحظى دارُ الإفتاء المصريةُ بحضور رقمي قوي ومتنامٍ، وتُعدُّ من أبرز المؤسسات الدينية العربية على الإنترنت، وتشير بيانات عام ٢٠٢٤ إلى ما يلي:
- فيسبوك: أكثر من ١٣,٧ مليون متابع.
 - إجمالي المتابعين على مختلف المنصات (تويتر، يوتيوب، إنستغرام، تيك توك): أكثر من ١٥,٥ مليون مستخدم.
 - إجمالي التفاعلات على المحتوى الرقمي عام ٢٠٢٤ تجاوز ١٨٠ مليون تفاعل.

وتستخدمُ الدارُ أساليبَ عرضٍ متنوعةً: ما بين الفتاوى النصية والمرئية، ومقاطع فيديو مخصصة لفئة الشباب، مع توجه نحو تبسيط الخطاب دون التفريط في الضوابط الشرعية.

ويُعدُّ هذا الانتشار أحد أهم أسباب وصول الفتوى الرشيدة إلى جمهورٍ أوسع، خاصةً الفئات العمرية الصغيرة داخل مصر وخارجها.

المطلب الثالث: تحليل سوسيولوجي للتجربة:

أ- إعادة تشكيل العلاقة بين المتدين والمؤسسة:

في النموذج التقليدي كانت العلاقة محكومةً بالحضور الفيزيائي للمفتي والمستفتي، أما الآن فقد أصبح التفاعل رقميًا وفوريًا، مما خلق شكلاً جديداً من "السلطة الدينية الرقمية" التي تعتمد على الثقة الإلكترونية.

ب- اتساع الجمهور وتغيُّر خصائصه:

لم تُعدّ دار الإفتاء تخاطبُ الجمهور المحلي فقط، بل أصبح جمهورها عابراً للحدود، وتظهر الإحصائيات أنَّ ما يقرب من 35٪ من زيارات الموقع تأتي من خارج مصر^(١).

ج- التفاعل التشاركي:

من خلال خاصية التعليق والمشاركة وإعادة النشر أصبح الجمهورُ مشاركاً في نقل الفتوى، وأحياناً حتى في تفسيرها، وهو ما يتطلَّب ضوابطَ جديدةً لضمان الدقَّة وسلامة المحتوى.

المطلب الرابع: نقاط القوة والتحديات:

نقاط القوة	التحديات
الانتشار الواسع	تفاوت الفهم الرقمي
تعدد اللغات	صعوبة في الوصول لكبار السن
أرشفة المحتوى	مخاطر الفتوى المقتطعة
مواكبة الشباب	ضعف التفاعل الصوتي المباشر

المطلب الخامس: أسباب ريادة التجربة المصرية:

- دمجت بين الحفاظ على المرجعية الشرعية والابتكار التكنولوجي.
- اعتمدت على فريق عمل متعدد التخصصات (ديني، وإعلامي، وتقني).

^١ - الموقع الرسمي لدار الإفتاء المصرية - تقرير الأداء 2023: www.dar-alifta.org

- تبنت خطاباً وسطياً معتدلاً يتماشى مع تحديات العصر الرقمي.
- فتحت المجال للتطوير المستقبلي القائم على التحليل البياني والتفاعل التشاركي.

المبحث السادس:

منهجية البحث وأداة الدراسة الميدانية

المطلب الأول: نوع الدراسة:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التحليلية ذات البعد الاستشراقي؛ حيث يسعى إلى رصد وتحليل تفاعل المجتمع مع منصات الفتوى الرقمية التي تقدمها دار الإفتاء المصرية، ثم تقديم رؤية مستقبلية لتطوير تلك الخدمات بما يتماشى مع حاجات المستخدمين وتوجهاتهم.

حيث يُعدُّ الجمع بين التحليل الوصفي والتوجه الاستشراقي من أنسب الأطر المنهجية لفهم التحوُّلات الرقمية في المؤسسات الرسمية، ومنها المؤسسات الدينية⁽¹⁾.

¹ - شادي، فؤاد (2019) (التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ص 113

المطلب الثاني: المنهج المستخدم:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي الذي يجمع بين وصف الظاهرة (التحول الرقمي في الإفتاء) وتحليل علاقتها بالمتغيرات الاجتماعية مثل: الرضا، والثقة، والتفاعل، والتطلُّعات المستقبلية.

المطلب الثالث: أداة البحث:

تم إعداد إستمارة إستبيان إلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات من المبحوثين، واشتملت على:

- بيانات ديموغرافية (النوع - السن - المستوى التعليمي - موقع الإقامة).
 - أسئلة مغلقة حول التفاعل مع المنصات الرقمية، وسهولة الاستخدام، والثقة.
 - مقياس ليكرت لقياس الرضا والثقة.
 - أسئلة مفتوحة لاستكشاف التصورات المستقبلية لتطوير الفتوى الذكية.
- وقد تم عرض الأداة على عدد من المتخصصين لمراجعتها وضمان الصدق الظاهري ومناسبة الصياغة؛ حيث توصي الدراسات باستخدام أدوات مرنة تأخذ بعين الاعتبار البعد الثقافي والتقني عند إعداد إستمارات موجهة لجمهور ديني متنوع⁽¹⁾.

المطلب الرابع: مجتمع البحث والعينة:

تكوّن مجتمع الدراسة من أفراد سبق لهم استخدام خدمات دار الإفتاء المصرية عبر الإنترنت أو التطبيق أو وسائل التواصل.

¹ - العسيري، فاطمة (2021)، رضا المستخدمين عن الخدمات الرقمية الدينية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة

وقد تم اعتماد العينة القصدية (Purposive Sample)، واستهدفت المبحوثين الذين:

- استخدموا أحد المنصات الرقمية للإفتاء.
 - لديهم القدرة على تقييم التجربة بشكل موضوعي.
- بلغ حجم العينة النهائي (191) مشاركاً، وقد تم الوصول إليهم عبر نشر رابط الاستبيان في مجموعات ومنصات إلكترونية متنوعة. والعينة القصدية مناسبة في الدراسات التي تستهدف مستخدمين فعليين للخدمة وليس الجمهور العام⁽¹⁾.

المطلب الخامس: المعالجة الإحصائية:

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج جداول Google Sheets، واشتملت المعالجة على:

- النسب المئوية لتوزيع الاستجابات.
- المتوسط الحسابي لقياس الرضا والثقة (مقياس ليكرت).
- تحليل مضمون (Thematic Coding) للإجابات المفتوحة الخاصة بالرؤية الاستشرافية. واعتمد هذا الجزء على منهج الترميز الموضوعي في تحليل البيانات غير الرقمية⁽²⁾.

¹ - أحمد، عبد المقصود (2017)، *الثقة الرقمية في المؤسسات الإسلامية*، مجلة دراسات المعلومات، العدد 14، ص

² - Krippendorff K، (2013)، *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*، Sage Publications، p211.

المبحث السابع: التحليل الميداني لنتائج الإستبيان

تمهيد:

اعتمد هذا المبحث على تحليل استجابات (191) مشاركاً ممن سبق لهم استخدام خدمات دار الإفتاء المصرية الرقمية، وقد تم اختيار العينة قصدًا لضمان ارتباطها المباشر بموضوع الدراسة، وتحقيق التوازن النوعي والجغرافي والتعليمي. ويساعد هذا التحليل في الإجابة على التساؤلات التالية:

1. مدى تفاعل الأفراد مع خدمات الفتوى الرقمية.

2. مستوى رضاهم وثقتهم بالخدمة.

3. تصورهم لمستقبل الفتوى الذكية.

أولاً: خصائص العينة:

• النوع:

• إناث: 62.3٪

• ذكور: 37.7٪

• العمر:

- من 20 إلى 30 سنة: 1.8 ٪
- من 31 إلى 40 سنة: 15.2 ٪
- أقل من 20 سنة: 18.3 ٪
- من 41 إلى 50 سنة: 9.9 ٪
- أكثر من 50 سنة: 4.7 ٪

• المؤهل العلمي:

- جامعي: 74.3 ٪
- فوق جامعي: 20.4 ٪
- متوسط: 5.2 ٪
- أقل من متوسط: 0 ٪

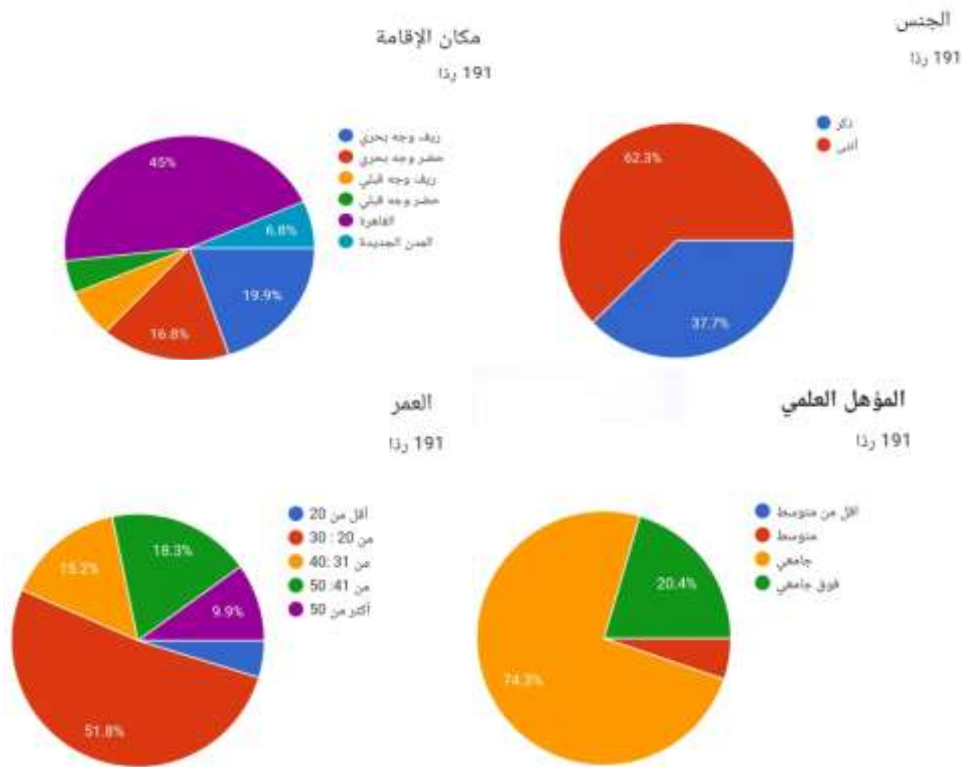
• مكان الإقامة:

- القاهرة: 45 ٪
- المدن الجديدة: 19.9 ٪
- حضر وجه بحري: 16.2 ٪
- ريف وجه بحري: 6.8 ٪
- حضر وجه قبلي: 6.3 ٪
- ريف وجه قبلي: 5.8 ٪

هذه المؤشرات تدل على:

- سيطرة الفئات الشابة والمتعلمة رقميًا.
 - تمثيل جغرافي متنوع (القاهرة/ وجه بحري/ قبلي).
 - وجود عينة مناسبة لقياس تفاعل المستخدمين مع الخدمات الرقمية.
- فوفقًا لدراسة بني هاني (2018)^(١)، فإن تنوع العينة العمري والثقافي مهم في فهم أنماط الاستجابة في القضايا الدينية الرقمية.

وفيما يلي عرض بياني لخصائص العينة:



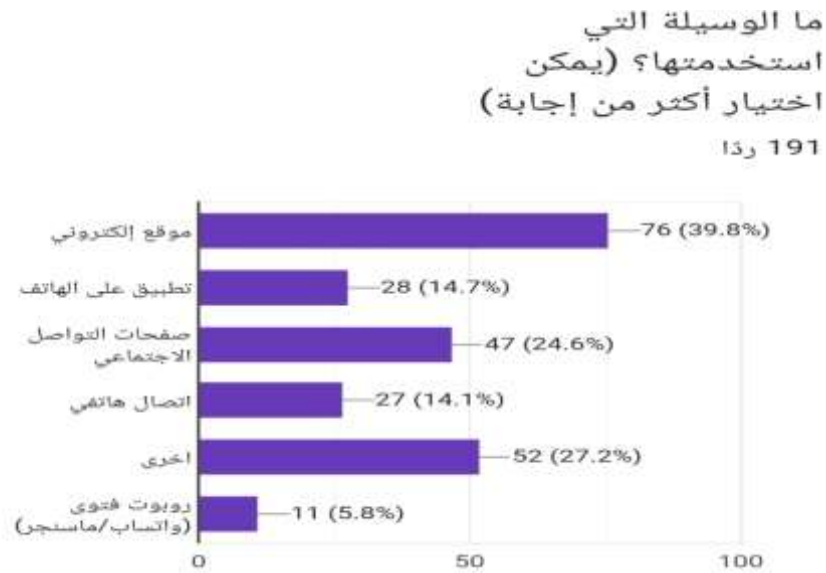
ثانيًا: المنصات الرقمية المستخدمة:

- الموقع الإلكتروني الرسمي: ٨, ٣٩٪

^١ - بني هاني (2018) مرجع سابق، ص 90.

- صفحات التواصل الاجتماعي: ٦, ٢٤٪
- التطبيق الذكي: ٧, ١٤٪
- واتساب وخطوط الفتوى الهاتفية: ١, ١٤٪
- البث المباشر / يوتيوب: ٨, ٥٪

تبيّن هذه النسب أن الموقع الرسمي هو المصدر الأكثر استخداماً؛ ما يدلُّ على موثوقية المنصة الرسمية مقارنة بغيرها، كما أشار إلى ذلك كرم (2020) ^(١) أن المنصة الرسمية تتفوّق في بناء الثقة مقارنة بالمنصات غير المؤسسية.



ثالثاً: دوافع استخدام الفتوى الرقمية:

- سهولة الوصول: ٥, ٥٦٪
- الخصوصية: ٣, ٣٩٪
- سرعة الرد: ٥, ٣٢٪
- لا يوجد مفتٍ قريب: ٢, ٢٦٪

^١ - كرم (2020) مرجع سابق، ص 33.

- الخوف من الإحراج: ٦, ١٣٪

تشير هذه النتائج إلى أن:

- سهولة الوصول وخصوصية السؤال عوامل أساسية لتفضيل الفتوى الرقمية.
- تعكس هذه النتائج دوافع عملية واجتماعية، وتُشير إلى فاعلية المنصات الرقمية في تجاوز العقبات التقليدية، وهو ما أيدته دراسة العسيري (2021) بأن الدوافع النفسية والاجتماعية تلعب دورًا محوريًا في اللجوء للمنصات الذكية (١).



رابعًا: مستوى الرضا عن الخدمة:

- التقييم من: 1 إلى 5 (مقياس ليكرت).
- درجة 5 (راضٍ جدًا): 32.5٪.

^١ - العسيري (2021) مرجع سابق، ص 101.

• درجة 4 : 28.3 %

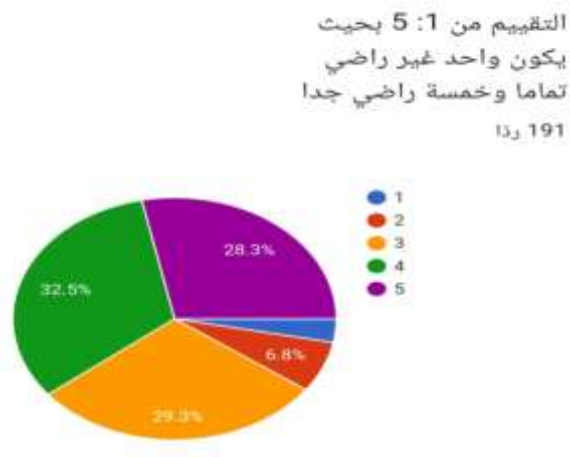
• درجة 3 : 32.5 %

• درجة 2 : 6.8 %

• درجة 1 : 0 %

متوسط الرضا العام = 3.86 من 5

وهو يُعبر عن رضا مرتفع نسبياً، خصوصاً بين فئة الشباب، وهو ما أيدته دراسة عبد الله (2019)، بأن الثقة المؤسسية الرقمية تعتمد على جودة المحتوى واستقرار النظام التقني⁽¹⁾.



خامساً: الثقة في الفتوى الرقمية:

¹ - عبد الله (2019) مرجع سابق، ص 48.

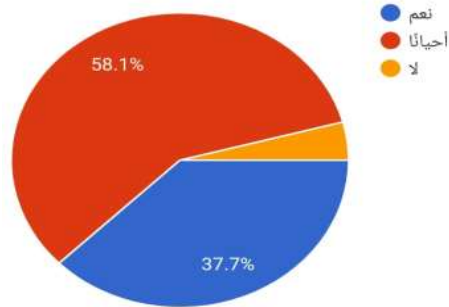
• نعم موثوقة: ٣٧,٧٪

• أحياناً: ٥٨,١٪

• لا: ٤,٢٪

هل ترى أن الفتوى
الرقمية موثوقة؟

191 ردًا



تظهر هذه النتائج أن الاعتقاد القطعي بموثوقية الفتوى الرقمية لا يزال محدوداً (٣٧,٧٪ فقط)، بينما تميل الأغلبية إلى الحذر أو التردد (٥٨,١٪) يقولون "أحياناً"، ما يدل على وجود ثقة جزئية غير مستقرة.

ويشير هذا إلى ضرورة العمل على:

• تعزيز الشفافية حول مصادر الفتوى.

• توفير بيانات واضحة عن هوية المفتي والمراجعة العلمية.

• إعادة تبسيط اللغة الدينية لزيادة الفهم والاطمئنان.

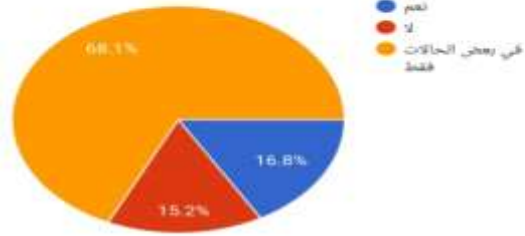
وهو ما يتطلب تطويراً في خطاب الإفتاء الرقمي بما يعزز من مصداقيته، كما أوصى الورداني (2022) ⁽¹⁾ في تحليله لتجربة دار الإفتاء.

¹ - الورداني (2022) مرجع سابق.

سادسًا: هل تُغني الفتوى الرقمية عن الذهاب إلى المفتي؟

- نعم، تغني تمامًا: 16.8٪
 - أحيانًا، حسب نوع السؤال: 68.1٪
 - لا، الذهاب إلى المفتي يبقى الأفضل: 15.2٪
- تظهر النتائج أن نسبة 68.1٪ من المشاركين ترى أن الفتوى الرقمية لا تُغني بشكل مطلق، لكنها كافية في بعض المسائل، وهو ما يشير إلى:
- وعي مجتمعي بأن الفتوى ليست منتجًا آليًا بل خطابًا إنسانيًا مركَّبًا.
 - اعتماد الجمهور على الفتوى الرقمية كأداة أولية أو تمهيدية، لكن مع احترام المرجعية التقليدية في المسائل المعقدة.
- أما نسبة 16.8٪ التي ترى أنها "تُغني تمامًا"، فتمثل فئة من المستخدمين الذين:
- يثقون تمامًا في التقنية.
 - يرغبون في الخصوصية، أو لديهم تجربة جيدة مع المنصات الرقمية.
- في المقابل، ترى نسبة 15.2٪ أن الذهاب إلى المفتي أفضل، وهو:
- مؤشر على استمرار الحاجة إلى التواصل البشري والتفاعل الحي.
 - تأكيد للبُعد العاطفي والروحي في طلب الفتوى الذي قد لا توفره المنصات الرقمية.

هل ترى أن الفتوى
الرقمية يمكن أن تغني
عن الذهاب إلى المفتي
بشكل شخصي؟
191 ردا



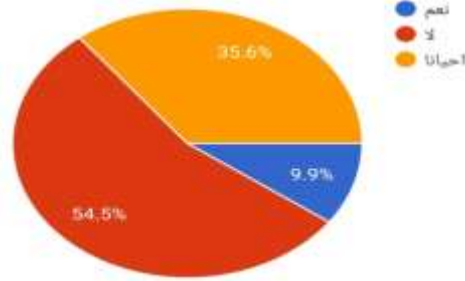
سابعاً: صعوبات استخدام الفتوى الرقمية من منظور المستخدمين، وصلتها بمستوى الثقة والرضا:

في إطار تحليل مستوى الرضا والثقة بخدمات الفتوى الرقمية، فإن تقييم سهولة الاستخدام يُعدُّ أحد المحددات الأساسية لشعور المستفيد بالطمأنينة والقبول تجاه المنصة.

وفي سؤال الإستبيان: هل واجهت صعوبة في استخدام المنصات الرقمية؟ جاءت استجابات المشاركين على النحو التالي:

- ٥٤, ٥٪ أكدوا أنهم لم يواجهوا أي صعوبة.
- ٣٥, ٦٪ أشاروا إلى وجود صعوبات أحياناً.
- ٩, ٩٪ واجهوا صعوبات دائمة.

هل واجهت صعوبة في
استخدام المنصات
الرقمية؟
191 ردًا



وتُظهر هذه النسب أنَّ أكثر من نصف المستخدمين يجدون المنصات الرقمية سهلة الاستخدام نسبيًا، مما يتفق مع نتيجة تحليل الرضا العام التي بلغت 3.86 من 5، ونسبة الثقة التي وصلت 37.7٪ دلالة على ثقة جزئية بينما الأغلبية لديهم ثقته حذرة أو مشروطة ١، ٥٨٪.

كما أن نسبة ٦، ٣٥٪ الذين ذكروا وجود صعوبات أحيانًا تفتح المجال لفهم وجود فجوات طفيفة في التجربة الرقمية، غالبًا ما ترتبط بـ:

- ضعف الاتصال.
- عدم وضوح المصطلحات الدينية.
- الحاجة إلى تصميم أكثر تبسيطًا وتفاعلية.

أما فئة ٩، ٩٪ ممن أكدوا وجود صعوبات دائمة فإنها تمثل النسبة التي قد تحتاج إلى دعم فني مباشر أو توعية تقنية، لا سيما من كبار السن أو محدودي الثقافة التقنية، وهو ما يستوجب تدخلاتٍ تطويريةً مدروسة.

وبذلك فإن سهولة الاستخدام تُعدُّ عاملاً مؤثراً على كلٍّ من:

- الرضا العام عن الخدمة.
 - الثقة في الفتوى الرقمية.
 - الاستمرارية في استخدامها مستقبلاً.
- ومن هنا، فإن توفير أدوات مساعدة مثل:
- واجهات مبسطة تستلزم تطوير تصميم المنصات لتكون شاملة وسهلة الاستخدام لجميع الفئات.
 - دليل استخدام مصور وفيديوهات تعليمية وأدلة مرئية أو تفاعلية.
 - دعم لغوي وثقافي وتقني مباشر.
- كلها عواملُ ترفع من مستوى التفاعل والثقة، وبالتالي تُعزز من استدامة المنصة كمصدر ديني رقمي موثوق.

خلاصة التحليل:

- تفاعل المستخدمين مع الفتوى الرقمية مرتفع، خاصة عبر الموقع الرسمي.
- الرضا والثقة جيدة، لكن لا تزال مشروطة عند البعض.
- هناك مطالبٌ واضحة بتطوير الخدمة تقنياً ولغوياً لتكون أكثر شمولاً وفعالية.

ثامناً: تحليل الأسئلة المفتوحة وطرح التصورات المستقبلية:

من خلال تحليل مضمون إجابات 65 مشاركاً بعد دمج الإجابات المكررة وحذف غير ذات الصلة في الأسئلة المفتوحة ظهرت التوصيات التالية:

1. تخصيص الردود حسب الفئة (الشباب / المرأة / المغتربون).
2. إتاحة الرد الصوتي والمقاطع التوضيحية.
3. تحسين واجهة التطبيق ليكون أسهل في الاستخدام.
4. إضافة خاصية "تذكير فقه اليوم" يومياً.
5. أرشفة الفتاوى حسب الموضوع بأسلوب ذكي ومحرك بحث شامل.

ونخلص مما سبق إلى أن:

- الجمهور يفضل المنصة الرسمية للتفاعل مع الفتوى.
- الثقة والرضا في مستويات جيدة، خاصة بين الفئات الشابة.
- الحاجة كبيرة لتحسين لغة الحوار الإفتائي حتى تكون مفهومة لجمهور المتلقين للفتوى.
- ضرورة توفير الدعم التقني، وزيادة التخصيص في الخدمة.

المبحث التاسع:

الرؤية الاستشرافية والتوصيات المستقبلية لتطوير الفتوى الرقمية

المطلب الأول: التمهيد النظري للرؤية الاستشرافية:

في ضوء التحول الرقمي الذي يمرُّ به المجال الديني، ومع التطور المتسارع لتكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، تزداد أهمية استشراف مستقبل الفتوى الرقمية كأداة مركزية في حفظ المرجعية الدينية وتعزيز علاقتها بالمجتمع.

وقد استندت هذه الرؤية إلى مناهج علمية استشرافية حديثة أبرزها:

- منهج إدوارد كورنيس (Cornish) في بناء السيناريوهات المستقبلية (١).

- منهج تحليل الاتجاهات (Trend Analysis).

- التفكير التفاعلي (Backcasting & Forecasting).

فكورنيس يؤكد (٢) أن المؤسسات التي تسعى لتأمين مستقبلها يجب أن تبني

نماذج مرنة تحتمل التغيير، وتبدأ من المستقبل نحو الحاضر.

المطلب الثاني: الرؤية المستقبلية المقترحة "منصة إفتاء ذكية تفاعلية":

المرحلة الأولى: تحسين البنية الحالية.

- تبسيط لغة الخطاب الفقهي.

- دعم تقني متكامل للمستخدمين وشرحه بطريقة مبسطة عبر مختلف الوسائط

الإعلامية.

- تصميم واجهة سهلة الاستخدام لذوي الاحتياجات الخاصة.

المرحلة الثانية: دمج الذكاء الاصطناعي في الاستجابة:

- خوارزميات تحليل الأسئلة المتكررة.

^١ - Cornish E. (2004), *Futuring: The Exploration of the Future*, World Future Society, pp 128 - 132.

^٢ - المرجع السابق، ص 128.

- اقتراح فتاوى مشابهة أو متوقعة قبل أن يكتب المستخدم سؤاله.
- تخصيص الإجابة حسب فئة المستخدم (السن، الثقافة، اللغة).

المرحلة الثالثة: التحوّل إلى "نظام دعم قرار ديني".

- أداة تفاعلية تستفيد من قواعد بيانات ضخمة من الفتاوى.
- تحليل ردود الفعل (Feedback) وإعادة تحسين الخدمة.
- شاشات ذكية وأكشاك فتوى في المؤسسات الرسمية الكبرى.

المطلب الثالث: سيناريوهات التطوير

السيناريو	الخصائص
تحفظي	المحافظة على الوضع الحالي دون تطوير جذري.
تطويري	تحسين الأدوات التقنية والخطاب دون دمج الذكاء الاصطناعي بعمق.
استشاري متكامل	إنشاء نظام ذكاء ديني تفاعلي يعتمد على تحليل البيانات وتوصيلها برؤية شرعية مدروسة.

ويعد السيناريو الثالث هو الأكثر توافقاً مع التغيرات التكنولوجية والاجتماعية الحالية والذي تنصح به الدراسة.

المطلب الرابع: التوصيات:

1. إنشاء وحدة استشراف شرعي وتقني داخل دار الإفتاء لمتابعة التحولات الرقمية والتفاعل معها بخطط متكاملة.
2. تصميم منصة فتوى تفاعلية ذكية تستخدم الذكاء الاصطناعي المدعوم بإشراف بشري من المفتين.
3. تطوير برامج تدريب للمفتين في الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الدينية.
4. إدماج أدوات التقييم المستمر (مؤشرات الأداء، رضا المستخدم، تحليل التفاعل).
5. فتح قنوات جديدة للمستفتين من ذوي الاحتياجات، واللغات غير العربية، والشباب، لضمان شمولية الخدمة.

المبحث العاشر:

الخاتمة – النتائج النهائية – التوصيات التنفيذية

المطلب الأول: الخاتمة العامة للبحث:

في ختام هذا البحث يتَّضح أن التحول الرقمي في المؤسسات الدينية -وعلى رأسها دار الإفتاء المصرية- يمثل أحد أهم تحولات العلاقة بين الدين والمجتمع في العصر الحديث.

وقد بيَّنت النتائج أن الفتوى الرقمية أصبحت أداةً فاعلةً ومؤثرةً في تشكيل السلوك الديني، وأن المجتمع يتفاعل معها بثقة ورضا، شريطة توفر الخصوصية، والوضوح، وسرعة الاستجابة. كما أظهرت الدراسة أن هناك تطلعًا واضحًا نحو

تطوير المنصات الرقمية لتكون أكثر ذكاءً، وأكثر قرباً من المستخدم من حيث التخصيص وسهولة الاستخدام.

المطلب الثاني: النتائج النهائية في ضوء الأهداف:

الهدف	النتيجة	النظرية المفسرة
تحليل تفاعل المجتمع مع أدوات الفتوى الذكية	أظهرت النتائج أن ٨, ٣٩٪ من المشاركين يستخدمون الموقع الإلكتروني الرسمي، و ٦, ٢٤٪ يستخدمون صفحات التواصل الاجتماعي، و ١٤٪ يستخدمون التطبيق الذكي، ما يشير إلى تفاعل رقمي مرتفع نسبياً وتنوع في الاستخدام.	نظرية الاستخدامات والإشباع: حيث يلجأ الأفراد للمنصات الرقمية لإشباع حاجات دينية، نفسية، وواقعية مثل الخصوصية والسهولة.
قياس الرضا والثقة	بلغ متوسط الرضا العام ٨٧, ٣ من ٥، بينما يرى ٧, ٣٧٪ من المشاركين أن الفتوى الرقمية "موثوقة"، و ١, ٥٨٪ يرونها "موثوقة أحياناً"، ما يعكس ثقة جزئية مشروطة بحاجة إلى تدعيم.	نظرية الفعل الاجتماعي - ماكس فيبر: المستخدمون يُقيّمون الخدمة بناءً على المعاني القيمية والدينية المرتبطة بها، ولا يُسلّمون بثقة

مطلقة إلا في حالة وجود وضوح وشرعية دينية قوية.		
نظرية رجع الصدى – Feedback Theory: لأن توصيات التطوير جاءت نتيجة تفاعل المستخدمين واستجابتهم التجريبية، ما يمثل تغذية راجعة حقيقية تُستخدم في إعادة بناء الخدمة وتحسينها.	أبرز المشاركين في الأسئلة المفتوحة حاجتهم إلى: تبسيط الخطاب، تخصيص الفتوى حسب المستخدم، دعم بصري وصوتي، وتحسين واجهة التطبيق. وتكررت اقتراحات استخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل الأسئلة تلقائياً.	استشراف التطوير

المطلب الثالث: التوصيات التنفيذية المباشرة:

1. إطلاق منصة فتوى ذكية تفاعلية تعتمد على الذكاء الاصطناعي بإشراف بشري.
2. تطوير البنية التقنية للمنصات لتكون أكثر استجابة وسلاسة في الاستخدام.
3. إعداد دليل للفتوى الرقمية بلغة مبسطة يخاطب فئات المجتمع المختلفة.
4. تخصيص المحتوى الرقمي حسب الفئة العمرية والجغرافية والمجتمعية.
5. استحداث وحدة استشراف رقمي داخل دار الإفتاء لرصد اتجاهات الجمهور وتحليلها.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

1. إبراهيم مصطفى (2020)، تأثير التكنولوجيا على الخطاب الديني في العالم العربي، المركز العربي للبحوث، القاهرة.
2. أحمد عبد المقصود (2017)، الثقة الرقمية في المؤسسات الإسلامية، مجلة دراسات المعلومات، العدد 14، ص 153-161.
3. الورداني، عمرو (2021)، الفتوى الرقمية وتحديات الذكاء الاصطناعي، دار الإفتاء المصرية، ص 12، 17، 20، 25.
4. الورداني، عمرو (2022)، التحول الرقمي في المؤسسات الإفتائية، دار الإفتاء المصرية، ص 21.
5. أمين صفاء (2021)، التحولات السوسيولوجية في البيئة الرقمية الدينية، مجلة علم الاجتماع التطبيقي، العدد 22.
6. بني هاني محمد (2018)، وسائل التواصل والمعرفة الدينية عند الشباب، المجلة الأردنية للدراسات الإسلامية، ص 85-90.
7. تامر علي (2019)، الفتوى في العصر الرقمي بين الضبط والانفلات، جامعة الأزهر، كلية الشريعة والقانون.

8. ثقيفي أحمد (2020)، الفتوى والفضاء الافتراضي: دراسة فقهية إعلامية، مجلة أصول الدين، العدد 13.
9. جابر لطفي (2019)، سلوك المستهلك الرقمي الديني، المجلة المصرية لبحوث الإعلام.
10. حسن كرم (2020)، التكنولوجيا الدينية في الفضاء الرقمي العربي، المجلة العربية لعلوم الإعلام، ص 30-35.
11. حسين محمود (2018)، الرؤية المستقبلية للخدمات العامة الرقمية في الدول الإسلامية، مركز المستقبل للدراسات.
12. دار الإفتاء المصرية (2022)، التقرير السنوي لوحدة التحول الرقمي، القاهرة: دار الإفتاء، ص 5-10.
13. رشوان عبد الله (2019) منصات الفتوى بين الرقابة والتفاعل الشعبي، بحث منشور بمؤتمر الإعلام الديني الرقمي، جامعة الأزهر.
14. سليم عماد (2023) التقنيات الذكية وأثرها على صناعة الفتوى، مكتبة دار المعارف.
15. شادي فؤاد (2019) التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ص 113.
16. عبد الله محمود (2019) الثقة الرقمية في المؤسسات الحكومية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، ص 48.

17. العسيري فاطمة (2021)، رضا المستخدمين عن الخدمات الرقمية الدينية، مجلة العلوم الاجتماعية، جامعة الملك سعود، ص 101.

18. علي خالد (2020)، الذكاء الاصطناعي وسلوك الفرد المسلم، المجلة العربية للتقنية والأخلاق.

19. محمد الطيب (2021)، الذكاء الاصطناعي والوظيفة الدينية: قراءة تحليلية في خطاب الفتوى الرقمية، مجلة العلوم الاجتماعية، ص 78.

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

20. Cornish E. (2004). Futuring: The Exploration of the Future. World Future Society pp. 128–132.
21. Fukuyama F. (1995). Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. Free Press p. 26.
22. Højsgaard M. T. & Warburg M. (2012). Religion and Cyberspace. Routledge pp. 74–77.
23. Katz E. Blumler J. G. & Gurevitch M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In The Uses of Mass Communications. Sage Publications p. 19.
24. Krippendorff K. (2013). Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Sage Publications p. 211.

25. Weber M. (1978). Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology. University of California Press p. 24.
26. Westerman G. Bonnet D. & McAfee A. (2014). Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation. Harvard Business Review Press p. 22.

ثالثاً: مواقع الإنترنت

27. الموقع الرسمي لدار الإفتاء المصرية:
<https://www.dar-alifta.org> تاريخ الاطلاع: 20 مايو 2025 م.
28. الصفحة الرسمية لتطبيق دار الإفتاء المصرية على متجر Google Play:
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.dare.lfatwa.app> تاريخ الاطلاع: 21 مايو 2025 م.
29. الصفحة الرسمية لدار الإفتاء على فيسبوك:
<https://www.facebook.com/EgyptDarAlIftha>
تاريخ الاطلاع: 21 مايو 2025 م.
30. https://www.youm7.com/story/2021/9/18/%D8%A3%D9%88%D9%84%D9%89-%D8%AF%D8%A7%D8%B1/5432293?utm_source=chatgpt.com
تاريخ الاطلاع 2025 / 7 / 22
31. - نقلا عن الموقع الرسمي لدار الافتاء المصرية - <https://ifta-learning.net/mham?page=show> تم الاطلاع بتاريخ 2025 / 7 / 22

2025

