

إحصائيات وتحليلات

التحول الرقمي للطرق والمؤسسات الصوفية:
من الخطاب الوعظي إلى البنية المنصاتيّة

أ. عبد الله زيدان

لم يعد حضور الطرق والمؤسسات الصوفية محصورًا في الزوايا والمواسم والمجالس الحضورية، بل دخل طورًا جديدًا يمكن وصفه بمرحلة "التمدد المنصاتي"؛ أي انتقال الفاعل الصوفي من المجال الوعظي التقليدي إلى المجال الرقمي المتعدد الأدوات: موقع ويب، قناة مرئية، بث مباشر، تطبيقات هاتفية، صفحات اجتماعية، وإذاعات أو قنوات متخصصة. ولم يعد السؤال: هل دخلت الصوفية إلى العالم الرقمي؟ بل: أيُّ نموذج صوفي نجح في إعادة بناء نفسه رقميًا، وأيُّ نموذج اكتفى بحضور رمزي أو تعريفي؟



منهج الرصد والعينة

اعتمد هذا الرصد على عينة ممثلة من المؤسسات والكيانات الصوفية أو ذات الجذور الصوفية الواضحة في العالم العربي وآسيا وإفريقيا والفضاء الغربي، وشملت: "مؤسسة طابة"، و"منتدى أبوظبي للسلام"، و"منهاج القرآن/منهاج تي في"، و"الطريقة النقشبندية الحقانية عبر SufiLive و Naqshbandi.org"، و "Muhammadan Way NurMuhammad.com"، و "Ashraf-e-Simna Academy / Sufi Channel" في الهند، و Tijjaniyya TV في غانا. وقد جرى تحليل أربعة مستويات:

أولاً: البنية الرقمية الرسمية للموقع.

ثانياً: التوسع عبر التطبيقات.

ثالثاً: القوة الجماهيرية على المنصات الاجتماعية.

رابعاً: طبيعة التفاعل، وهل هو معرفي نخبوي، أم دعوي جماهيري، أم مجتمعي محلي .

أولاً: النموذج المعرفي النخبوي

(1) مؤسسة طابة: حضور مؤسسي قوي وتفاعل جماهيري متوسط

تكشف البنية الرقمية لمؤسسة طابة عن نموذج مؤسسي منضبط، لا يعتمد على شخصية دعوية واحدة بقدر ما يعتمد على "الهيكل المعرفي": موقع رسمي، مبادرات، محتوى بحثي، فعاليات، وروابط إلى المنصات الاجتماعية. وهذا يعني أن المؤسسة تتحرك بمنطق "المنظومة الرقمية" لا بمنطق "الواعظ الرقمي". وتُظهر بيانات الرصد أن قناة المؤسسة على يوتيوب تسجل نحو "10.3 آلاف مشترك"، بينما تملك حضورًا نشطًا على فيسبوك، وإن كان أثرها الجماهيري أقل بكثير من الشبكات الدعوية الجنوب آسيوية. ومن ثم، فإن طابة تمثل نموذجًا عربيًا نخبويًا يهتم بالشرعية المعرفية والرصانة المؤسسية أكثر من اهتمامه بصناعة جمهور ضخم سريع التداول.

(2) منتدى أبوظبي للسلم: ثقل معرفي أكبر من الكتلة الاجتماعية

يقرب منتدى أبوظبي للسلم من نموذج طابة، لكنه أكثر اتصالًا بالمؤتمرات الدولية والإصدارات الفكرية. وتكشف بيانات الرصد عن مفارقة لافتة: فالحضور المؤسسي للمنتدى كبير، لكن تجميع الجمهور رقميًا ما يزال دون وزن المؤسسة الرمزي. إذ تسجل القناة الرسمية على يوتيوب نحو "1.8 ألف مشترك"، والحساب الرسمي على إنستغرام نحو "1.9 ألف متابع"، بينما تظهر صفحة قديمة مرتبطة بالاسم السابق للمنتدى بنحو "33.4 ألف إعجاب"، في حين تسجل الصفحة الأحدث قرابة "1.4-1.5 ألف إعجاب" فقط. وهذا يوحي بأن المنتدى قوي في المجال المؤتمري والإصداري، لكنه أقل نجاحًا في تحويل هذا الثقل إلى كتلة تفاعل اجتماعي موحدة على المنصات.

ثانيًا: النموذج الدعوي الجماهيري متعدد الوسائط

(3) منهج القرآن: من الويب إلى التطبيق إلى الجمهور المليونى

تمثل شبكة "منهاج القرآن / Minhaj TV" واحدًا من أوضح النماذج على التحول الرقمي المؤسسي الكامل. فموقع Minhaj.tv لا يقدّم فقط فيديوهات، بل يبني فضاءً متكاملًا يشمل البث الحي، وفهارس للخطب، وتصنيفات موضوعية، وروابط مباشرة للتطبيقات، وتكاملًا مع الشبكات الاجتماعية الرسمية. وتكشف البيانات أن الصفحة الرسمية على فيسبوك تقارب "مليون متابع"، بينما تسجل القناة الرسمية على يوتيوب نحو "138 ألف مشترك". وعلى مستوى التطبيقات، يظهر التطبيق الرسمي لـ Minhaj TV، إلى جانب تطبيقات أخرى ضمن المنظومة مثل "Irfan-ul-Quran" بأكثر من "100 ألف تنزيل"، و"Minhaj Books" بأكثر من "100 ألف تنزيل"، و"Minhaj365" بأكثر من "10 آلاف تنزيل". وهذه الأرقام تدل على أن هذه الشبكة لم تعد تستخدم الإنترنت مجرد وسيلة نشر، بل حولته إلى "بنية دعوية تعليمية مستمرة".

(4) النقشبندية الحقانية: الزاوية المباشرة في صورة بث حي

تُظهر منصة "SufiLive" مع موقع "Naqshbandi.org" نموذجًا مختلفًا؛ إذ لا يقتصر الحضور الرقمي هنا على الأرشفة، بل يتجه إلى "استمرار الوظيفة الروحية للمجلس الصوفي عبر البث". فالموقع يضم البث الحي، والدروس، والذكر، والحضرة، والخطب، واللقاءات، وسلاسل زمنية حديثة تمتد إلى جولات 2025 و2026. وعلى مستوى التفاعل، تسجل قناة SufiLive على يوتيوب نحو "133 ألف مشترك"، وصفحتها على فيسبوك نحو "69.2 ألف إعجاب"، وحسابها على إنستغرام نحو "64.8 ألف متابع". وهذا يعني أن النقشبندية الرقمية تقدم نموذجًا وسطًا بين التعليم الروحي المؤرشف والحضور المجتمعي الحي، مع جمهور متوسط الحجم لكنه مستمر وعابر للحدود.

5) Muhammadan Way: أقوى نموذج جماهيري في العينة

إذا كان ثمة نموذج يتصدر العينة من حيث القوة الجماهيرية الخالصة، فهو "Muhammadan Way NurMuhammad.com". فالمنصة تجمع بين الموقع، والتطبيق، ويوتيوب، وساوندكلاود، والبودكاست، وروابط البث الدائم، بما في ذلك صفحات "Sufi TV 7/24" و"سوفي راديو 7/24". ويظهر التطبيق الرسمي على Google Play بأكثر من "100 ألف تنزيل"، في حين تسجل القناة الرسمية "2.06 مليون مشترك" على يوتيوب، وهو أعلى رقم في العينة كلها. وتكشف هذه البنية أن قوة النموذج لا تقوم فقط على المؤسسة، بل على "الشخصية المركزية" التي تتحول إلى محور شبكي يجذب جمهورًا عالميًا واسعًا. ولهذا يمكن القول إن هذا النموذج نجح في تحويل التصوف الرقمي من محتوى وعظي إلى "اقتصاد انتباه عالمي" قائم بذاته.

ثالثًا: النموذج المحلي الاجتماعي

6) Ashraf-e-Simna Academy / Sufi Channel: حضور محلي مستقر

في الهند، تقدم "Ashraf-e-Simna Academy" عبر "Sufi Channel" نموذجًا محليًا أكثر من كونه نموذجًا عابرًا للقارات. فالموقع يربط بين المؤسسة التعليمية والهوية الطرقية الأشرفية، بينما تشغل القناة الرقمية بوصفها امتدادًا للمجالس والمؤتمرات المحلية. وتُظهر بيانات الرصد أن قناة Sufi Channel على يوتيوب تسجل نحو "12.5 ألف مشترك"، وصفحتها على فيسبوك نحو "5.1 آلاف إعجاب". ورغم أن هذه الأرقام أقل من الشبكات الكبرى، فإنها تكشف عن قاعدة متفاعلة تكفي لإدامة حضور رقمي حي مرتبط بالمجتمع المحلي والوظائف التعليمية والإرشادية المباشرة.

7) Tijjaniyya TV: تفوق فيسبوك على يوتيوب في البيئة الإفريقية

أما في غرب إفريقيا، فإن "Tijjaniyya TV" تكشف عن نمط مختلف؛ إذ يبدو أن فيسبوك هو الوسيط الأقوى، لا يوتيوب. فالقناة على يوتيوب تسجل نحو "2.96 ألف مشترك"، بينما تسجل الصفحة على فيسبوك نحو "66.4 ألف إعجاب"، مع أكثر من "7.3 آلاف" حساب "يتحدث عنها" في لحظة الرصد. وهذه فجوة لافتة؛ لأنها تدل على أن المنصة الأكثر فاعلية في البيئات الصوفية الإفريقية ليست دائمًا المنصة المرئية الأكبر عالميًا، بل المنصة الأكثر تجذرًا في الممارسة المجتمعية اليومية. ومن ثَمَّ، فإن قياس النجاح الرقمي الصوفي لا ينبغي أن يُختزل في يوتيوب وحده، بل يجب أن يُربط بالسياق المحلي وتقاليد الاستهلاك الإعلامي فيه.

قراءة إحصائية جامعة

إذا جُمعت المؤشرات الرئيسة للعينه، فإن القنوات اليوتيوبية الرسمية المرصودة هنا تتجاوز "2.35 مليون مشترك"، ويأتي النصيب الأكبر من ذلك لصالح "Muhammadan Way"، ثم "Minhaj TV" و "SufiLive". أما على فيسبوك، فتتجاوز الصفحات الرسمية المرصودة في هذه العينه "1.17 مليون إعجاب" على الأقل من الصفحات التي أمكن رصدها بأرقام ظاهرة بوضوح، وذلك دون احتساب بعض الصفحات التي تعذر تثبيت أرقامها بدقة كافية في لحظة الرصد. وعلى مستوى التطبيقات، تسجل المنظومات الرسمية الظاهرة في العينه ما لا يقل عن "420 ألف تنزيل" على Google Play؛ إذ تتجاوز تطبيقات منهاج القرآن وحدها "210 آلاف تنزيل"، بينما يتجاوز تطبيق "Muhammadan Way" ألف، مع وجود تطبيقات صوفية أخرى أصغر أو محلية لا تظهر بقيم تنزيل كبيرة. وهذه الأرقام تكفي للقول إن التحول الرقمي الصوفي لم يعد رمزياً أو هامشياً، بل صار "بنية اتصالية فعليه" لها جمهور واستمرارية وأدوات متعددة.

دلالات التحول الرقمي الصوفي

تكشف العينه عن ثلاث نتائج تحليلية أساسية.

"أولاً": أن المؤسسات العربية الكبرى مثل طابة ومنتدى أبوظبي للسلم تميل إلى "الحضور المعرفي النخبوي" أكثر من الميل إلى الجماهيرية الرقمية الواسعة.

"ثانياً": أن الشبكات الجنوب آسيوية والمرتبطة بالشخصيات الدعوية الصوفية طورت نموذجاً أكثر فاعلية في "تحويل الجمهور إلى مجتمع رقمي دائم التفاعل" عبر التطبيقات والبث الحي والوسائط المتعددة.

"ثالثاً": أن بعض البيئات الإفريقية والهندية تكشف عن استمرار قوة "المنصات الاجتماعية المحلية"، خاصة فيسبوك، بوصفها الحاضن الأقرب للجمهور، حتى إذا بقي يوتيوب أقل أثراً. وهذا يعني أن "التصوف الرقمي" ليس قالباً واحداً، بل عوالم متعددة تتكيف مع الجغرافيا، واللغة، ونمط التدين، وبنية المؤسسة نفسها.

