



## القضايا الدينية في الإعلام الرقمي: واقعها وتحدياتها

### *Religious issues in digital media: their reality and challenges*

ليلى سليمان\*

مغرب الجنوب الجزائري للتاريخ والحضارة الإسلامية  
جامعة غرداية (الجزائر)  
[pr.slimani.l@gmail.com](mailto:pr.slimani.l@gmail.com)

تاريخ النشر: 2024/07/15

تاريخ القبول: 2024/06/23

تاريخ الاستلام: 2024/01/13

\*\*\*\*\*

#### ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز أهمية معالجة الموضوعات الدينية عبر فضاءات الإعلام الجديد، والتي يجب أن تركز على ضرورة توفر المعلومات والحقائق الكافية المرتبطة بالقضايا الدينية المطروحة، من خلال استقرار ماضيها وحاضرها واستشراف مستقبلها؛ وهو ما يدعو إلى ضرورة الاهتمام بالإعلام الديني عبر وسائل الإعلام الجديد؛ الذي يعمل على تحصين الأفراد خاصة الشباب منهم، من الانسياق نحو الثقافات والسلوكيات والظواهر الدخيلة على مجتمعاتنا. وهو ما يتطلب إعداد رؤية منهجية وخطة محكمة، يتكامل فيها دور المؤسسات الدينية والإعلامية على حد سواء، من أجل تحقيق الأهداف التربوية بالمجتمع، التي من شأنها الحفاظ على مورثنا الديني والثقافي؛ وهذا ما يقتضي الاعتماد على بحوث ودراسات اجتماعية وسيكولوجية وإعلامية، قصد إعداد محتوى إعلامي ديني، يسهم في تشكيل الوعي الاجتماعي بما يخدم مصالح المجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** معلومة دينية؛ إعلام رقمي؛ إعلام جديد؛ وعي مجتمعي؛ إعلام ديني.

#### Abstract :

This research paper aims to highlight the importance of addressing religious issues through the new media spaces, which must be based on the necessity of providing adequate information and facts related to the religious issues raised, through extrapolating its past and present and foreseeing its future. This calls for the need to pay attention to the religious media through the new media; Who works to fortify individuals, especially young people, from being touched towards cultures, behaviors and exotic phenomena on our societies. This requires preparing a systematic vision and a court plan, in which the role of religious and media institutions alike integrates, in order to achieve educational goals in society, which

\* المؤلف المراسل.

would preserve our religious and cultural heir. This requires relying on research and social, psychological and media studies, in order to prepare religious media content, which contributes to the formation of social awareness in a way that serves the interests of society.

**Keywords:** religious information; digital media; societal awareness; religious media.

### 1. مقدمة

إن المتتبع لنشأة وتطور الإعلام الجديد يجده نمطا إعلاميا حديث النشأة، أفرزه التطور التقني والتكنولوجي، والذي فرض بيئة اتصالية وإعلامية جديدة، تغيرت معالمها وقواعدها وثوابتها. وبذلك يُعد وسيلة إعلامية جوهرية في الوقت الراهن، تضمن سبل التواصل والتفاعل مع الجماهير، من خلال برامج وأنشطة يُعتمد في إعدادها ونشرها على شبكة الأنترنت.

وبهذا فإن هذا التحول الرقمي أنتج تفاعلات اجتماعية جديدة شكلت علاقات افتراضية ضمن بيئة رقمية قائمة على التفاعل اللاتزامني وهو ما ساعد على ظهور ثقافة رقمية جديدة غيرت نمط الحياة الاجتماعية.

وذلك لأن منصات التواصل الاجتماعي تعد وعاء حاملا لمختلف الثقافات. وفي الوقت نفسه أداة تواصلية تسعى إلى رسم ثقافة رقمية عامة وشاملة وسطحية محددة للسلوك وموجهة للتفكير؛ هذه الثقافة أعادت رسم ملامح الهوية الثقافية للأفراد بما فيها الهوية الدينية وذلك لأن هذه الأنساق الثقافية الجديدة تتسم باللامحدودية، فقد عملت على توجيه الأفراد وبناء مدركاتهم وتحديد هوياتهم الرقمية وفق تفاعلاتهم الاجتماعية التي يُتيحها استخدامهم لشبكة الأنترنت.

ومنه أضحى منصات التواصل الجديدة فاعلا رئيسا في تحديد معالم الإعلام الجديد الذي يعد نشاطا اتصاليا يهدف إلى التأثير في الجماهير، وقد امتد صدى هذا التأثير ليشمل أساليب وآليات الخطاب الديني.

وفي هذا الإطار تهدف الورقة البحثية إلى الكشف عن دور الإعلام الجديد في معالجة مستجدات الموضوعات الدينية؛ من خلال الإجابة على السؤال الرئيس الآتي:

ما هي مقومات الإعلام الديني عبر منصات الإعلام الجديد؟ وماهي التحديات التي تواجهه؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الاستقراء النظري لمكانة الإعلام الجديد ودوره في خدمة المجتمع، وذلك بتحديد معالمه ومرتكزاته، وتحليل أهدافه التي ترتبط بالموضوعات الدينية.

ومن هذا المنطلق تكتسي الدراسة أهميتها في معرفة كيفية وطرق معالجة وطرح رسائل ومضامين دينية؛ من شأنها التأثير في توجهات الجمهور المتلقي وقيمه ومعتقداته. وذلك لمكانة الدين وقدسيته لدى كافة أفراد المجتمع.

وذلك من خلال الأهداف التي تسعى الدراسة بلوغها والممثلة فيما يلي:

- إبراز أهمية الإعلام الديني الجديد كرافد لنشر الثقافة الإسلامية.
- تحديد خصائص ومرتكزات ومقومات الرسالة الإعلامية الدينية.
- تأكيد الدراسة على أهمية المعالجة الإعلامية للقضايا الدينية بالاستناد إلى معالم النهج التربوي المبتوث في نصوص الكتاب والسنة.
- طرح أهم التحديات التي يُواجهها الإعلام الديني الجديد.

ولإمام بما سبق طرحه ؛ سنتطرق إلى المحاور التالية:

- الإعلام الجديد معالمه وخصائصه.
  - الرسالة الإعلامية الدينية مرتكزاتها وخصائصها.
  - الموضوعات الدينية في الإعلام الجديد : أهميتها وتحدياتها.
2. الإعلام الجديد معالمه وخصائصه

إن التطور المطّرد للتقنيات أدى إلى ظهور ما يعرف بالإعلام الجديد والذي أفرز مضامين إعلامية وثقافية جديدة. وولد أشكالاً مستحدثة في العلاقات وأنماط التواصل الاجتماعي.

حيث خلق لنا فضاء سيرانيا أضحى مساحة للتواصل البشري والحضاري عبر استخدام تقنية الأنترنت، والتي تعتمد بشكل جوهري على نشر وتبادل الأخبار والمعارف.

فالإعلام الجديد مصطلح يشير إلى الطرق الجديدة للاتصال في البيئة الرقمية، بما يوفر للجماعات من الناس إمكانية الالتقاء والتجمع عبر الأنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع أصواتهم وأصوات مجتمعاتهم إلى العالم بأسره<sup>1</sup>.

حيث يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، وتلعب فيه التقنية دوراً مهماً في إضفاء التفاعلية على هذا النوع من الإعلام، حيث أصبح بإمكان المستفيد التفاعل مع الطرح الإعلامي وقراءته والتعليق عليه<sup>2</sup>.

1- سوسن سكي، سبتي فايزة (2016)، تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي- المدونات التعليمية أنموذجاً، ص 163.

2- علي حجازي براهميم (2017)، الإعلام البديل، ص 316.

كما عُرف قانونيا على أنه كل بث إلكتروني يصل إلى الجمهور، أو فئات معينة منه، وبإشارات أو صور أو أصوات أو رسومات أو كتابات لا تتسم بطابع المراسلات الخاصة، بواسطة أي وسيلة من وسائل البث الإلكترونية، ويصدر عن أشخاص طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة.<sup>1</sup>

بالنظر إلى ما سلف نجد أن جل التعاريف تُشير إلى أن الإعلام الجديد هو الإعلام الذي يعتمد على الوسائط التكنولوجية المختلفة لعرض رسائله، وهو ما يتيح للمتلقي خاصية التفاعل الآني. وهي الخاصية التي يتميز بها عن الإعلام التقليدي.

وقد ذهب العديد من الباحثين إلى المقارنة بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي باعتباره بديلا عنه، غير أن الرأي المرجح هو الذي يرى أن الإعلام الجديد هو امتداد للإعلام التقليدي والذي أضفى عليه صفة التفاعلية، حيث سعت مختلف القنوات الإعلامية التقليدية إلى إنشاء مواقع إلكترونية وصفحات خاصة بها على شبكة الأنترنت؛ استجابة للتغيرات الحاصلة في البيئة التقنية والتكنولوجية.

وفي هذا السياق يشير كلا من Grusin and Bolter أن الوسائط الموجودة حاليا هي وسائط قديمة تمت معالجتها، وهو نفس الطرح الذي أكد عليه ما كلوهان في إشارته إلى أن أول محتوى لوسيلة إعلام جديد هو محتوى قديم<sup>2</sup>. وبالرغم من ذلك نجد أن الإعلام الجديد يتسم بعدة خصائص مميزة له عن الإعلام التقليدي.

ومن بين هذه الخصائص نذكر ما يلي<sup>3</sup>:

1. الإتاحة وسهولة وانخفاض تكلفة الاستخدام: هو وسيلة متاحة للجميع بلا استثناء أو احتكار، للمؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية.
2. الشمولية والمرونة: الشمول في المحتوى ومناقشة مختلف الموضوعات، ومرونة الوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع.
3. الانسيابية وتجاوز حدود الزمان والمكان: لأنه يتخطى كل الحدود والحواجز المكانية والحواجز اللغوية والثقافية والقانونية والسيادية.
4. الرقمية التفاعلية: فهو يوفر فرصا للتواصل والتفاعل والمدخلات المستمرة بين المستخدمين.
5. الاتصال الشخصي والجماهيري: هو وسيلة شخصية وجماهيرية يمكن استخدامها على المستوى الشخصي وفي مخاطبة الجماهير.
6. الاتصال الأفقي لأنه يتميز عن وسائل الإعلام التقليدي بأفقية الاتصال بين المستخدمين بدلا من هرمية الاتصال وأحادية مصدر الرسالة.

1- شيرين كدواني، شيريهان توفيق (2023)، الإعلام الرقمي... تشريعات وأخلاقيات النشر، ط01، ص 32.

2- شعاع الجاسر (2020)، رقمنة الإعلام-دراسة تحليلية لمفهوم الإعلام الرقمي والمدخل النظرية لدراسته، ص 322.

3- حمدي بشير محمد علي، الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ص 09.

7. التعدد والتنوع في الوسائط: فيمكن من خلال الانترنت الجمع بين أكثر من وسيلة في نقل الفيديوها والصور والنصوص.... الخ. ومن ثم الدمج بين الوسائل القديمة والحديثة .

8. الانتشار والعالمية: هي وسيلة واسعة الانتشار على كافة المستويات المحلية والاقليمية.

كما يحدد الباحث الأمريكي دينيس ماكوين (McQuail) خمسَ خصائص الإعلام الجديد ممثلة فيما يلي<sup>1</sup>:

1. وسائل الإعلام الجديد هي وسائل اتصال شخصي interpersonal communication media وهذه تشمل البريد الإلكتروني e-mail الذي يستخدم في الأغراض العامة والخاصة، والشخصية والجماعية، والهاتف النقال (الجوال) وهو يكتسب خصائص تفاعلية غنيّة متزايدة باستمرار. وفقاً لهذه الخاصية الشخصية، يمكن القول بأن المحتوى الذي يتم ترأسله هو في الغالب غير مستقر وغير ثابت أي يغلب عليه الغرض الآني المؤقت.

بالإضافة إلى ذلك، فإن خاصية الاتصال الشخصي تؤدي إلى تعزيز علاقات اجتماعية قائمة فعلاً، أو تشكيل علاقات اجتماعية جديدة. ومن الملاحظ أن تشكيل العلاقة وتعزيزها عبر الإعلام الجديد تكون أحياناً أهم من محتوى الرسائل التي يتم تداولها أو التعبير عنها.

2. وسيلة بحث عن المعلومات information search media وهي من أهم خصائص الإنترنت والإعلام الجديد، حيث إن الإنترنت بمواقعها المختلفة وشبكاتنا الاجتماعية تعد مخزناً كبيراً للمعلومات، ومصدراً للمعرفة لم يسبق له مثيل في التاريخ البشري من حيث ضخامة حجمه من ناحية، وسهولة وسرعة الوصول إليه؛ من ناحية أخرى. وتقوم هذه العملية على وجود محركات بحث search engines تساعد على العثور على المعلومات المطلوبة في جميع مواقع الإنترنت أو أجزاء منها مثل مواقع الشبكات الاجتماعية. ويزيد من قيمة هذه المحركات بالنسبة للمستخدم توفرها على الهواتف النقالة بحيث تصبح المعلومة بين يديه في أي مكان وأي زمان يرغبه.

3. وسيلة مشاركة جماعية collective participatory medium هذه الخاصية كانت موجودة في الإنترنت منذ بدايتها، ولكنها كانت تستخدم على نطاق محدود، ثم تطورت بشكل كبير في السنوات الأخيرة مع تطور تقنيات الشبكة العنكبوتية التي يطلق عليها أحياناً اسم (الجيل الثاني من الإنترنت web 2.0) ومن ثم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي social networks والإعلام الاجتماعي social media .

4. وسيلة لعب تفاعلي interactive play medium هذه الخاصية في ازدياد وتقوم على المشاركة في ألعاب الفيديو وألعاب الكمبيوتر المختلفة وأجهزة الواقع الافتراضي virtual reality. وما يميز هذه

1- ، ناجح مخلوف، مقارنة إبستمولوجية لمفهوم الإعلام الجديد ودينامياته ، . <https://jilrc.com/archives/5065.2016>

الخاصية هو التفاعل interactivity بين المشاركين، وأنها تركز على الاستمتاع عن طريق عملية المشاركة والأداء، أكثر من إشباع المحتوى content gratification.

5. خاصية الاستبدال أو الإحلال للوسائل الأخرى substitution، فمن الملاحظ أن الجمهور كثيراً ما يستبدل قراءة الصحف الورقية بتصفح مواقع الأخبار على الإنترنت. وكذلك تقدم الإنترنت بديلاً عن الاذاعة والتلفزيون في تقديم البرامج المسموعة والإذاعات الخاصة بالإنترنت وتنزيل الملفات الصوتية. وتقدم طرق مختلفة لعرض الأفلام ومقاطع الفيديو بإشكال عديدة من أشهرها موقع (يوتيوب YouTube) للمشاركة بمقاطع الفيديو.

إن خصائص الإعلام الجديد أتاح لمستخدميه اتصال أكثر فعالية، وأصبح بذلك مصدراً رئيسياً في الحصول على الأخبار والمعارف، حيث أصبحنا نتحدث عن النقل الفوري والمباشر للأحداث والوقائع والتي لم تعد بحاجة إلى تغطية من طرف وسائل الإعلام التقليدية ولا إلى قاعات التحرير لعرضها، وإنما أنتجت نمطاً إعلامياً جديداً سمي بصحافة المواطن.

وهو ما أنتج تفاعلات اجتماعية جديدة، شكلت علاقات افتراضية ضمن بيئة رقمية قائمة على التفاعل اللانزامي، وهو ما ساعد على ظهور ثقافة جديدة، مغيرة بذلك أسلوب الحياة الاجتماعية.

حيث ساهم الإعلام الجديد من خلال وظائفه الإخبارية في إتاحة عدد هائل من المواقع الإلكترونية، التي يسهل الولوج إليها من أجل الحصول على الأخبار والمعلومات حول الأحداث والمستجدات في أوقت وفي أي مكان. كما ساهم في تطوير تقنيات التسويق والترويج بالاعتماد على الإشهار الإلكتروني.

ورغم المزايا التي حققها غير أنه ينطوي على بعض السلبيات الممثلة في صعوبة التحكم في عملية النشر الإلكتروني رغم استحداث العديد من القوانين المنظمة للعمل الإعلامي الجديد والتي يصعب تطبيقها، ومنه انتشار العديد من القضايا التي تتعلق بالحرية العامة وخصوصية النشر والحقوق الفكرية وغيرها.

كما أثر النشر الإلكتروني السريع للأحداث تأثيراً على الأفراد والجماعات، خاصة بعض المواقع التي لا تتحرى المصداقية في طرح أخبارها، وهذا نظراً لانعدام الأطر الإعلامية المنظمة للعمل الرقمي، كما يرجعه البعض إلى عدم وجود ما يسمى بحارس البوابة، والذي يعمل على تحقيق الرقابة على ما ينشر في هذه المواقع الإخبارية.

### 3. الرسالة الإعلامية الدينية: مرتكزاتها وخصائصها

إن الحديث عن مفهوم الرسالة الإعلامية الدينية يقودنا للحديث عن نوع من أنواع الإعلام غاية في الأهمية وهو الإعلام الديني الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية.

فهو الإعلام الذي يوجه لنشر كلمة الدين وإعلائها، ومعالجة القضايا الدينية والعمل على إعداد رأي عام إسلامي يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في جميع تصرفاته ، فهو يمارس في مجتمع يتناول كافة الحقائق والمعلومات والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة الدينية والأخلاقية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية التي لا يمكن أن ينفك عنها المسلم، فهي تصبغ سيرته، وتحدد مسيرته، وتجعله متوكلا على ربه سبحانه، مهتديا بهديه ملتزما بدينه وشرعه في سائر<sup>1</sup>.

كما يعتبر الإعلام الديني خطابا متكاملًا، يجمع بين المحتوى والقالب لإيصال متعلقات القضايا الدينية، ويستهدف ضمنها المتلقي كفاعل أساسي من فاعلي هذا الخطاب، يعمل القائم بالاتصال على التأثير فيه وإقناعه من خلال تبني مختلف القضايا والشؤون الدينية ومناقشتها ومحاولة إقناعه بها وبمحتوياتها.<sup>2</sup>

حيث يُمثل الخطاب أهم أسس التواصل البشري، فهو يعمل على توفير رصيد مشترك بين المرسل والمستقبل لهذا الخطاب، يتحدد جوهره وفقا لطبيعة القضية المثارة، وقد اكتسب الخطاب حيزا هاما في الدراسات اللغوية واللسانيات والآداب لما له من أهمية في توجيه الرأي العام والتأثير في معتقدات الأفراد. وقد كان للخطابات السياسية والخطابات الدينية على وجه الخصوص دورا بالغ الأهمية في شحذ الهمم وتغيير مصير الأمم .

وفي تعريفه للخطاب الديني يقول الشيخ يوسف القرضاوي " بأنه البيان الذي يوجه باسم الإسلام إلى الناس مسلمين وغير مسلمين إلى دعوتهم للإسلام أو تعليمه لهم وتربيتهم عليه، عقيدة أو شريعة، عبادة أو معاملة، فكرا أو سلوكا أو شرح موقف الإسلام من قضايا الحياة للإنسان والعالم فردية أو اجتماعية، روحية أو مادية، نظرية أو علمية"<sup>3</sup>.

كما يُستخدم مفهوم الخطاب الديني ليشير إلى الأقوال والنصوص المكتوبة الصادرة عن المؤسسات الدينية، وعن رجال الدين، أو عن موقف ايديولوجي ذي صبغة دينية أو عقائدية، يعبر عن وجهة نظر محددة تجاه قضايا دينية أو دنيوية أو الدفاع عن عقيدة معينة، ويعمل على نشر هذه العقيدة.<sup>4</sup>

يتسم الخطاب الديني بجملة من الخصائص والسمات منها ما يلي<sup>5</sup> :

1- حنان شعبان. (2010). الإعلام الديني المفهوم والنشأة، ص22.

2- معياش ادير، و وردية راشدي . (2020). خصوصية الإعلام الديني في الخطاب التلفزيوني للفضائيات العربية - قراءة نقدية للمضمون والاستراتيجيات، ص11.

3- نسيغايو لطيفة، ومقاتي صحراوي . (2022). واقع الإعلام الديني الإسلامي الفضائي ومستقبله. مجلة الحقوق والعلوم السياسية، 09(01). ص678.

4- الشريف حبيبة، الخطاب الديني واشكالية المفهوم ، مجلة الآداب واللغات ، العدد01، جوان 2015، ص79.

5- أسعد عبد الوهاب عبد الكريم ، الخطاب الإسلامي والديمقراطية بين نظرية الاستيعاب والاستبعاد، مجلة تكريت للعلوم السياسية ، المجلد 02، العدد02، 2015، ص 137-138.



**خطاب ديني** : يمثله الدين الإسلامي وخطابه ، وينطق بلسانه كمنتج خطابي، فهو قائم على منهج إلهي في جوهره، وهو خطاب يمثل الدعوة الإسلامية ويستمد منابعه وأصوله ومصادره من القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة.

**خطاب عقائدي** : يرتكز على العقيدة والايان ، وهذه الخاصية لها صلة بالتي سبقتها ، فهو إذن يتسم بالاستمرارية التي تتميز بها العقيدة الإسلامية ، وتترتب عليه مهام ومسؤوليات تنبع من عظمة هذه العقيدة وروحها.

**خطاب منفتح**: أي انفتاح الخطاب وتجاوزه حدود الطوائف والقوميات وهو خطاب موجه لكل أبناء الإنسانية ويخاطبهم ويشمل نواحي الحياة كافة سواء ما يخص منها الإنسان بكل صفاته ومزاياه العقلية والوجدانية والجسدية.

**خطاب برسالة**: ورسالته السماوية تقوم على نقل و تبليغ وتحقيق رسالة الإسلام ، داخل بلاد المسلمين وخارجها، لكي تتبع شرعيته في الحياة كلها.

**خطاب مبدئي ملزم**: يدين بالولاء إلى منبعه ومصدره ومرجعه وهو الإسلام وثابت على منهجه وملتزم بتعاليم هذا الدين القيم، وبالتالي فهو مبدئي لا يتلون على وفق الأهواء والمصالح والضغوط والمتغيرات، وبذلك يكون في الوقت ذاته خطابا موضوعيا فيما يبلغ في إطار العملية الاتصالية الإعلامية.

**خطاب عام**: فهو من جهة واجب عام تقع عملية تنفيذ وتحقيق وتطبيق هذا الخطاب على عاتق المسلمين جميعا ، وأنه متاح للجميع في قيادة المجتمع وترشيد الرأي العام ونشر الوعي الإسلامي والتأكيد على رسالة الإسلام ودعوته.

**خطاب أخلاقي قيمي**: يقوم على المبادئ الأخلاقية والمعايير القيمية ويسعى للمخاطبة بها ونشرها .

**خطاب قيادي**: يقود الأمة راعيا ورعية، من خلال مضامينه ونصوصه الخطابية نحو العقيدة الإسلامية الصحيحة ، وإلى مفاهيم وتطبيقات الشريعة الإسلامية السليمة.

**خطاب إعلامي مرحلي**: يعتمد على المرحلة لكل زمان ومكان بلغة خطابية، ولكن المصلحة العليا للدين والمسلمين تفرض التعامل مع الحياة في إطار واقعها وضرورتها على وفق الرؤية والحدود الشرعية لكل حال.

وبذلك يُعد الخطاب الديني من القضايا التي بدأ الاشتغال عليها، لما له من دور في تشكيل الوعي الفردي والجماعي، كما يعتبر الدين من أهم العناصر التي ساهمت في قيام الحركات الاجتماعية لارتباطه المباشر بمشاكل الواقع وتحدياته. وكونه شكل من أشكال الصراع الاجتماعي والإيديولوجي والحضاري، فصار موضوعا للباحث والسياسي، والإعلامي، وقد مثل الخطاب الإسلامي بؤرة ذلك الاهتمام في الخطاب الديني، لامتلاكه أهمية في التحولات العالمية، إلى جانب المد الديني الذي طال العالم الإسلامي والغربي على



السواء، فظهرت دراسات وآراء متباينة، راح بعضها يفسر، وبعضها يبرر، بينما طرح البعض فكرة تجديد الخطاب الديني الإسلامي.<sup>1</sup>

والمقصد من وراء تجديد الخطاب الديني هو ترشيده بما يتلاءم مع مقتضيات العصر واستحضار البعد الإنساني للإسلام، والتزام مفاهيم الاعتدال والموضوعية والعمق، والنأي عن سواي الغلو والجفاء، والتركيز على بيان محاسن الإسلام، وإبراز سبقه في الدعوة إلى احترام حقوق الإنسان وتحقيق العدالة الاجتماعية واحترام الحريات المشروعة. مع تطوير وسائل الدعوة والاستفادة من التقنية ووسائل الاتصالات ووسائل الإعلام الحديثة للتعريف بحقائق الإسلام، ووضع الخطط والاستراتيجيات والبرامج الشاملة لتطوير المؤسسات الدعوية بما يمكنها من مواجهة تحديات الحاضر واستشراف المستقبل.<sup>2</sup>

خاصة في ظل انتشار التواصل الرقمي الذي غير معالم التفاعل الاجتماعي وساهم في ظهور أنماط جديدة وفروع جديدة منها انتشار الخطابات الدينية الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يستلزم قراءة جادة في انعكاسات ذلك على الهوية الدينية للأفراد في عالمهم الواقعي بعيدا عن العالم الافتراضي.

استنادا على ما سبق نجد أن الغايات التي تسعى إلى تحقيقها الرسالة الإعلامية الدينية هي توعية الأفراد بما يتعلق بتعاليم الشريعة السمحاء، كما تعمل على تحقيق الفهم للمسائل والقضايا الدينية التي يصعب استيعابها وفهمها دونما شرح وتذليل وتفصيل.

وقد كان للرسالة الإعلامية الدينية عدة حوامل ونواقل تطورت أشكالها ووسائلها عبر تطور المجتمعات، فكان للخطاب الديني حيزا إعلاميا عبر وسائل الإعلام التقليدية من خلال بث برامج وحصص متخصصة في طرح كل ما يتصل بالشعائر الدينية والعبادات والقضايا التي تهم الأفراد والجماعات. وعليه فإن للرسالة الإعلامية الدينية معالم ومرتكزات نوجزها فيما يلي<sup>3</sup>:

1. مجالها: إن الحياة الدينية بكل جوانبها ومعطياتها وتضاريسها هي ساحة الإعلام الديني ومجاله.
2. موضوعها: يتميز الموضوع الديني بقدر كبير من الحساسية بسبب ارتباطه بالمقدس.
3. خطاب الرسالة الإعلامية الدينية: يمتلك الخطاب الديني قوة ذاتية معطاة مصدرها النصوص والرموز الدينية.

1- الشريف حبيبة، مرجع سبق ذكره، ص 64.

2- علي عدلاوي، الخطاب الديني المعاصر وأشكاله العقل والنقل، مجلة الخطاب والتواصل، العدد الثاني، ديسمبر 2016، ص 383.

3- زينب ياقوت، (2021). القائم بالاتصال ومكانته في الإعلام الديني الجزائري- العلامة أحمد حماني نموذجاً، ص 74-75.

4. جمهورها: إنه جمهور محدد ومعروف ومؤيد ومهيباً لاستقبال الخطاب الديني بدون مقاومة، وبدون موقف نقدي وبأقل قدر من تأثير العوامل الوسيطة، بل إن جميع العوامل الوسيطة في ذهن المتلقي ووجدانه تعمل في الغالب لصالح هذا الخطاب.
5. القائم بالاتصال الديني: يقف القائم بالاتصال الديني على أرضية ثابتة، ويشكل رجال الدين ورموزه غالبية القائمين بالاتصال في المجال الديني.
6. مرجعيتها: يمتلك الإعلام الديني مرجعية ثابتة ومحددة ومعروفة ومتكاملة ومعترف سلفاً بصديقتها وربما عصمتها النصوص الثابتة غير الخاضعة للنقد والمسائلة.
7. أشكالها ووسائلها: فرض تطور الحياة الدينية وغناها وجود منظومة إعلامية دينية فرعية متكاملة (صحافة- إذاعة- تلفزيون- وكالة أنباء) كما فرض استخدام أشكال الاتصال المختلفة (الشعبي والشخصي والجمعي والجماهيري).
8. الحدث الديني في الرسالة الإعلامية: يتميز الحدث الديني بجديته وهدوئه وجاذبيته الخاصة الأمر الذي يجعل الجمهور يندفع طوعاً للتعرض وربما المشارك
- كما تتميز الرسالة الإعلامية الدينية عن باقي أنواع الرسائل الإعلامية الأخرى بعدة خصائص منها ما يلي<sup>1</sup>:
1. الصدق والتجرد للحقيقة: فمن أبرز خصائص الرسالة الإعلامية في الإسلام الانطلاق من الصدق والدفاع عن الحقيقة وإثباتها في العقول والنفوس. لأن المنهج الإسلامي نفسه مؤسس على هذه القاعدة.
  2. الواقعية: تعني الانطلاق من الفطرة الصحيحة والاهتداء بشرع الله تعالى وأحكامه الثابتة في القرآن والسنة لذا ينبغي أن تكون رسالة الإعلام الديني أن تسهم في تقريب الواقع واخضاعه لمعايير الإسلام وثوابته ومقاصده العامة.
  3. الإحاطة والشمولية: لأن الإسلام جاء للناس كافة، وعمل على كفل الحقوق والحريات على نحو لم تعهده البشرية، لذا كان على الإعلاميين أن يبدعوا في الأساليب والمناهج وطرق الأداء التي تثبت الخاصية الأصيلة للأداء الإعلامي الديني.
  4. المرونة والتسامح: وهي صفة تعكس مضمون الشريعة الإسلامية والتي ينطلق الإعلام الديني من مبادئها وقواعدها ويتشوف إلى مقاصدها. وبالتالي استغلال كل ما هو مفيد مما يبث ويداع لتعزيز القيم الإسلامية الرامية للتسامح.

1- ابراهيم نويري (2014)، الإعلام الإسلامي ومدى الحاجة إلى منهج لمواجهة التحديات، ص 81-82.

5. حسن إدارة الحوار والقدرة على الاقتناع: فمن طبيعة المنهج القرآني المحاججة وإقامة الأدلة على كل فكرة أو منهج أو رأي.

#### 4. الموضوعات الدينية في الإعلام الجديد أهميتها وتحدياتها.

إن الانتشار الواسع لما يعرف بالميديا الجديدة أدى إلى بروز مضامين إعلامية وثقافية جديدة، ساهمت في خلق بيئة رقمية تُتيح للأفراد إمكانية التواصل وتبادل المعلومات في أي وقت ومن أي مكان في العالم.

" حيث تعود جذور التواصل الإنساني الرقمي عبر الأنترنت إلى النصف الثاني من سبعينيات القرن الماضي، حينما جنحت بعض الأدوات والتكنولوجيات المختلفة على الشبكة في أن تتجاوز الشكل المحدود لتبادل البيانات داخل شبكات المعلومات الذي يتم بين طرفين أو عدة أطراف تعمل وفق إطار مؤسسي داخل منشأة أو هيئة أو أكثر ومغلق على أصحابه ومستخدميه ويحدد لكل منهم صلاحيات بعينها، ثم راحت هذه الأدوات تنشئ قنوات لتبادل معلومات وأفكار المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي وآراء بين أطراف لا يحكمها إطار مؤسسي وليس بينها من علاقة سوى الاستخدام المشترك للشبكة ومواردها المفتوحة للجميع"<sup>1</sup>.

بحيث يسمح المجتمع الشبكي المتعدد الثقافات بإمكانية وجود تعدد ديني من خلال ملاحظة أشكال الإعلان عن الهوية ونماذج بناء الهوية الرقمية وأشكال تمثل الذات عند الفاعلين في النص الديني الرقمي. والحال أن الهوية الدينية عند الشباب تتميز بالدينامية والتغير المستمر المرتبط أساسا بالمتغيرات الثقافية الرقمية والتدفق المعلوماتي اللامحدود. إذ أكد تحليل مضمون خطاب الشباب حول الهوية الدينية والثقافة الرقمية على كون الشبكات الرقمية تشجع الشباب على تبني أو تغيير مجموعة من عناصر هويتهم الدينية، فتسهيل المنشورات والنقاش في القضايا الدينية والمجتمعية يعزز رؤيتهم وتصوراتهم واعتقاداتهم الدينية.<sup>2</sup>

كما يذهب البعض إلى القول بأن الخطاب الديني على مواقع التواصل هو خطاب ديني صرف ولكنه خطاب يأتي محملا بقيم وعلاقات ومؤثرات اجتماعية، ونفسية كثيرة ومتشابكة، فالخطاب الديني الشخصي أو الفردي على مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر مساحة للتعبير عن الذات الفردية القلقة مقابل أو في مواجهة خطاب التدين الرسمي أو خطاب المؤسسة الدينية الرسمية أو الخطاب الديني المنقول عبر لوسائل الإعلام التقليدية، والخطابان الدينيان الأخيران على وجه الخصوص يتسمان بسمتين

1- شرارة حياة، التواصل الثقافي العربي الرقمي: دراسة لحالة إنتاج واستهلاك الثقافة العربية الرقمية الفيديوية عبر اليوتوب، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 04، العدد 01، 2017، ص 67-68.

2- هدى كريمي، الثقافة الرقمية ورهان الهوية الدينية عند الشباب المغربي، إنسانيات، المجلة الجزائرية في الانترنتولوجيا والعلوم الاجتماعية، 2022، 95، ص 33. <https://journals.openedition.org/insaniyat/26403?lang=en>

تجعلهما مختلفين عن خطاب التدين الفردي في نواحٍ عدة؛ فخطاب التدين الرسمي يتسم من جانب بكونه أقرب لتوجهات الطبقات والقوى المسيطرة والمهيمنة في المجتمع، إن لم يكن منحازا لها. كما يتسم من جانب آخر بعدم الاشتباك مع القضايا الجوهرية للواقع، واستبدال ذلك بمعالجات دينية هامشية سطحية للقضايا من منظور ديني<sup>1</sup>.

استنادا على ما سبق يجب التأكيد على الأدوار التي يؤديها الإعلام الديني عبر الإعلام الجديد في المجتمع ومنها ما يأتي<sup>2</sup>:

■ نشر القيم والمبادئ الإسلامية، وإبراز الصورة الصحيحة للإسلام، ومن ثمة دعوة الغير إلى الدين الإسلامي.

■ كشف الحقائق ورد الادعاءات والأفكار المغلوطة والتي لا تتناسب مع الفكر الإسلامي والقيم الدينية التي نشأت عليها المجتمعات العربية الإسلامية.

■ إبراز قضايا العرب والمسلمين وتبنيها وإيصالها للعالم بصورة حسنة صحيحة تضمن تأييد الرأي العام.

■ ملء الفراغ الإعلامي النافع ببث برامج هادفة في مختلف جوانب الحياة التربوية والاجتماعية والثقافية.

وفي دراسة تم اجراؤها حول معالم تجديد الخطاب الديني المعاصر تم تحديد مظاهر قصور الخطاب الديني من خلال ما يلي<sup>3</sup>:

1. على مستوى القائم بالخطاب الديني:

■ قصور التكوين الإعلامي الديني المنشود.

■ المعالجة التجزيئية لقضايا الواقع الإسلامي.

■ الوقوع في فخ الفتن والنعرات والتفرقة والاختلاف المذموم.

■ غياب ثقافة التخطيط الإعلامي الديني الاستراتيجي.

2. على مستوى الموضوعات:

■ غياب الرؤية الشمولية لموضوعات الخطاب الديني على وسائل الإعلام الفضائية.

■ اضطراب الأخذ بالمرجعية الشرعية.

1- حسام إلهامي ، التدين على مواقع التواصل الاجتماعي ، تحليل خطاب لعينة من المنشورات الدينية الإسلامية على موقع فيسبوك ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلام ، العدد 20، ديسمبر 2020، ص363.

2- رحموني لبني (2020). الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة خطاب الكراهية والتنمية الغربي. مجلة المعيار، المجلد 24، العدد 52.

3- محمد البشير بن طبة، رمضان بن بخمة ، معالم تجديد الخطاب الديني المعاصر عبر الفضائيات العربية الإسلامية – دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون، مجلة المعيار ، المجلد 25، العدد 54، 2021، ص:508-512.

- غياب البعد المقاصدي في الخطاب عبر وسائل الإعلام المعاصر
- غلبة الخطاب التينيسي والمتعالي
- غياب فقه الواقع.

### 3. على مستوى أساليب ووسائل الخطاب الديني :

- اختلال التوازن في استعمال الأساليب الإقناعية .

■ اشكالية الوسيلة في الخطاب الديني بين دعاة التوقيف ودعاة التوفيق.

إن هذه المظاهر الدالة على قصور الخطاب الديني عبر الفضائيات هي نفس المظاهر التي يعرفها الخطاب الديني الرقمي ، ولكن بالرغم مما قلناه سالفا غير أن منصات الميديا الجديدة (الإعلام الجديد) أتاحت الفرص لرجال الدين لتبليغ الرسالة المحمدية لجماهير عريضة وفي عدة مناطق من العالم ، من خلال استغلال الصفحات الخاصة الدينية سواء الخاصة بالدعاة أو المؤسسات الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي للتواصل المباشر مع الأفراد وتنويرهم بالمستجدات حول القضايا الدينية ، وتقديم المشورة والآراء الفقهية في الأمور التي ترتبط بتعاملاتهم وممارساتهم الدينية . وبذلك لم يعد العمل الدعوي مقتصرًا فقط على المساجد ودور العبادة .

ومن بين النتائج الايجابية للخطاب الديني عبر منصات الإعلام الجديد المتوصل إليها في دراسة "

آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات الإعلام الرقمي تبرز ما يلي<sup>1</sup> :

- فالتوجه اليوم الذي نرى بأنه يجب العمل به ؛ هو حمل الخطاب الديني المكيف وفق المتطلبات الحياتية التي تفرضها العديد من المتغيرات والتي تعتبر التكنولوجيا اليوم أهمها إلى المتلقي والفرد كمستخدم ومخاطبته بعيدا عن كونه مذنبا وجاهلا في علوم الدين والشريعة، بل إنسانا يحتاج لنشاركه بعض العلوم التي قد تغيب عنه في مجريات الحياة، كذلك نؤكد على أهمية الاعتماد على التكنولوجيا اليوم كونه الوسيط الذي يربط الفرد اليوم بمختلف زوايا حياته وعدم تركه لتحتويه التكنولوجيا ومحتواها الذي يغرس قيما ومعتقدا مضادة في مقابل تغييب الخطاب الديني في محتواها واقتصاره على المنابر والمساجد أو اعتماد قوالب قد تجد نفورا في نفوس الشباب والمجتمع.

- يعتمد الدعاة الجدد في تقديم الخطاب الديني على الصورة الشبابية والعصرية سواء بالنسبة للهيئة التي يظهر بها الداعية أو القالب الذي يقدم به المحتوى الديني سواء الديكور أو الوعاء الالكتروني الذي يمثل اليوم وسيلة العصر والأكثر استخداما بين مختلف فئات المجتمع ومختلف مستوياتهم كما.تشهد ظاهرة الدعاة الجدد عبر وسائل الإعلام الجديد انتشارا كبيرا وتفاعلا من قبل المستخدمين لوسائل الإعلام الاجتماعي، فالخطاب الديني المقدم عبر الوسائط الالكترونية والتي يعد البودكاست

1- بوزيد فائزة ، آليات الخطاب الديني المتجدد عبر تطبيقات الإعلام الرقمي دراسة في محتوى بودكسترات الدعاة الجدد: الداعية حسني مصطفى على الفايس بوك نموذج، مجلة الخطاب والتواصل ، العدد السابع ، جوان 2020، ص 226.

أحدها وأكثر تداولاً بين مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يمثل القوة الحقيقية اليوم للخطاب الديني وتأثيره.

وبالنظر إلى ما سلف نجد أن الإعلام الجديد في تعاطيه مع المعلومة الدينية يجب أن يعتمد على نظرية الحتمية القيمة<sup>1</sup> والتي تُمثل المنطلقات التي تقوم عليها المجتمعات العربية، وذلك قصد تحديد سياق الرسالة الإعلامية الدينية ورسم أهدافها في إطار منظومة وفلسفة عقائدية تعالج الواقع المعيش وتنبع من رؤية إسلامية صحيحة.

حيث تبرز أهمية الإعلام الديني الجديد من خلال الأدوار التي يؤديها في المجتمع ومنها ما يأتي<sup>2</sup>:

■ نشر القيم والمبادئ الإسلامية، وإبراز الصورة الصحيحة للإسلام، ومن ثمة دعوة الغير إلى الدين الإسلامي.

■ كشف الحقائق ورد الادعاءات والأفكار المغلوطة والتي لا تتناسب مع الفكر الإسلامي والقيم الدينية التي نشأت عليها المجتمعات العربية الإسلامية.

■ إبراز قضايا العرب والمسلمين وتبنيها وإيصالها للعالم بصورة حسنة صحيحة تضمن تأييد الرأي العام.

■ ملء الفراغ الإعلامي النافع ببث برامج هادفة في مختلف جوانب الحياة التربوية والاجتماعية والثقافية.

ومن خلال تلك الأدوار يُسهم الإعلام الديني في تبيان تعاليم الإسلام ونشرها على أوسع نطاق؛ بما للإعلام الجديد من خصائص وسمات تجعله سريع الانتشار وواسع التأثير، متاحاً سهل المنال لفئات المجتمع المتنوعة؛ فيستغل ذلك في إعطاء الصورة الصحيحة للإسلام بسماحة تعاليمه ورحمة تشريعاته ولطفه ويسره ومرونته، مما يستتبع الفهم السليم المعتدل للدين الإسلامي.

ومن هنا؛ تتلخص الإفادة من الإعلام الجديد في الرسالة الدينية الإسلامية فيما يأتي<sup>3</sup>:

- التواصل الحي والتفاعل بين أطراف العملية الدعوية لتحقيق الغايات المرجوة.

- التكامل بين الصوت والصورة بما يساعد على الاستيعاب والفهم السريع الجيد.

1 - إن نظرية الحتمية القيمة كما سماها الدكتور نصير بوعلي والذي أبرز أهميتها من خلال دراسة نقدية مقارنة بينها وبين نظرية الحتمية التكنولوجية لمرشال ماكلوهان والتي تنم عن أهمية النظرية التي تركز على القيم الدينية والتراث الإسلامي، وبذلك فهي تصلح للدراسة في المجتمعات العربية، لأن عدم مطابقة السياق الاجتماعي الذي أنتجت فيه النظريات الغربية للسياق الاجتماعي للمجتمعات العربية أحدث خلافاً واشكالاً منهجياً في كيفية اختبار فروض هذه النظريات ومدى صحة نتائجها: في ظل هذا الاختلاف في البنيات الاجتماعية. للمزيد من المعلومات أنظر: ليلي سليمان، فريجات نسبية، نظرية الحتمية القيمة في البحوث الإعلامية (قراءة في المفهوم والأسس)، مجلة مساهمات للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد 01، 2019.

2- رحموني لبنى (2020). الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة خطاب الكراهية والتنميط الغربي، ص 227.

3- فتحي حسين عامر (2023)، الميتافيرس ثورة الإعلام الرقمي، ص 54-55.

- التحاور الفعال حول القضايا بوجهات نظر متنوعة مختلفة، مقصد الوصول إلى نتائج صحيحة وفعالة.
  - الاتصال بالأقليات المسلمة في مختلف أماكن وجودهم، لفقهم واقعهم والتكليف السليم لقضاياهم المستجدة ونوازلهم المتتابعة.
  - الاستفادة من تجارب الآخرين وجديد التطور العلمي بما يخدم أهداف الدعوة الإسلامية.
  - سرعة التواصل مع فئة الشباب التي تعد قطب الرحي وبؤرة التركيز في الخطاب الإسلامي المعاصر، بغية الوصول إلى أهدافه في مختلف جوانبها.
- ومع كل هذه المميزات التي تعمل على تحقيق الغايات والأهداف المتوخاة من المضامين والرسائل المتعلقة بالقضايا الدينية، من خلال خصائص الإعلام الجديد الذي يسهل سبل تحقيقها؛ بيد أننا نجد الإعلام الديني يواجه العديد من العقبات من أهمها<sup>1</sup>:
1. انصراف الإعلام الديني أحيانا إلى الأمور الجزئية والشكلية والبعد عن جوهر رسالة الإسلام، ومجانبة المواضيع الهامة والحساسة، وعدم القدرة على إظهار جوهر الدين ومقاصده، والتركيز على القشور.
  2. ضعف الإعلام الديني في التعامل مع الحضارات المختلفة ونقص الإفادة من التطورات الحديثة والتجارب المتنوعة من مختلف الثقافات بما لا يهدم جوهر الدين وأساسه.
  3. تنوع الخطابات الدينية واختلافها وتباين توجهات المرجعيّات الدينيّة، وعدم الوصول إلى خطاب ديني موحد متكامل، مما يشوش على المتلقي ويوقعه في حيرة أمام هذا التباين في أمر يفترض به الوحدة والتكامل.
  4. تجاهل الإعلام الديني لبعض القضايا اليومية الحيوية التي تهتم الوطن والمواطن، وتعلمه أحكام دينه، وترشده في مختلف معاملاته الدوريّة.
  5. الانتشار المذهل للعوامة بحيث أصبح العالم قرية واحدة مما يجعل الإعلام الديني عاجزا عن مجاراة ومنافسة الإعلام المضلل سيما بقدراتهم البشرية والمالية، مما يجعله قاصرا عن مواجهة الشبهات والإشكالات.
  6. اصطدام الإعلام الديني بالضوابط والقيود وكثرة الممنوعات والمحظورات والمحرمات مما يعيقه عن مجاراة غيره من وسائل الإعلام التي لا تواجه هذه الأمور، وهي في عملها لا تلتفت إلى قيد ولا ضابط.
- وفي السياق ذاته حدد د. بوعلي نصير قصور الإعلام الديني بشكل عام في ثلاثة محاور أساسية وهي<sup>1</sup>:

1- نجلاء اسماعيل أحمد. (2018). الإعلام الديني والتعددية الثقافية. ص 211-212.



- أ- قصور كمي: وهو يتمثل في قلة مساحة الإعلام الديني على خارطة الإعلام العام .  
 ب- قصور نوعي: يتمثل في أساليب المعالجة الإعلامية للمحتوى الديني ككل.  
 ت- قصور تأثري: وهو القصور الناتج عن وجود الفقرات الدينية بين فقرات أخرى تفوقها في المساحة والقدرة على الجذب والتأثير.

وحاصل القول في ذلك؛ أنّ الساحة الإعلامية الدينية عبر وسائط الإعلام الجديد تفتقر إلى مرجعية قوية ومتكاملة، تكون ملجأً عند اختلاف وجهات النظر في القضايا القطعية التي تشكل ثوابت الدين، وتتيح المجال في الظنيات والمتغيرات التي تقبل تعدد الآراء واختلاف وجهات النظر، ولا يضر فسخ المجال فيها للاجتهاد وإعمال الرأي، بما يكفل انسجام مختلف الاجتهادات والتصورات وتكاملها في تحقيق النسق العام الكلي المتسق في منطقته وفلسفته الكبرى في التعاطي مع مختلف القضايا الحيوية للإنسان؛ يتكامل ذلك كله في تحقيق المقصد الأسمى والغاية الجوهرية للرسالة الدينية.

### 5. خاتمة

تعد وسائط الإعلام الجديد بشتى أنواعها مصدراً أساسياً يستقي منه الأفراد المعلومات والحقائق التي ترتبط بحياتهم وبيئتهم. فهي تسعى إلى إيجاد التوافق وتحقيق الفهم المشترك بينهم. ومن هنا تتجلى أهمية المنطلقات النظرية التي تختص بتحليل مدى فهم وإدراك الفرد للمحتوى الإعلامي والاتصالي لهذه الوسائل وما له من تأثير في مواقفه وآرائه ومعتقداته؛ ولكن هذا التأثير يختلف من فرد لآخر حسب تنشئته الاجتماعية وتركيبته شخصيته ومستواه الإدراكي والثقافي. ومنه يمكن القول أن دور وسائل الإعلام الجديد لم يعد يقتصر على مساعدة الأفراد في فهم القضايا المحيطة بهم، وإنما تعدى الدور إلى أبعد من ذلك وهو العمل على نمذجة المواقف وتحريك وتوجيه وتكوين الصور الذهنية والرأي العام لدى الأفراد وإعادة تشكيل الوعي الاجتماعي لخدمة أهداف وايدولوجيات معينة.

حيث سعى القائمين بالاتصال في الخطاب الديني إلى استغلال وسائط الإعلام الرقمي لمخاطبة الفئات العريضة من الشباب وغيرها من الفئات المرتبطة بالشبكة العنكبوتية قصد تبليغ الرسائل المتعلقة بالقضايا الإسلامية، وتنوير الأفراد بما يهمهم وتعريف بتعاليم الشريعة، لكن الفضاء السبراني لا يخلو من السلبيات والتحديات التي قد تعيق تحقيق الأهداف خاصة في ظل انتشار الصفحات الدينية التي تعمل على تشويه الحقائق وتضليل الناس وتحريف الدين والترويج لصورة مسيئة للإسلام.

1- بوعلي نصير(2006). الخطاب الديني ووسائل الإعلام – دراسة نقدية، ص183.

وهو ما سيتوجب ضرورة الاهتمام بالخطاب الديني الرقمي من طرف المؤسسات الدينية من أجل تصحيح المفاهيم الخاطئة وتوعية الأفراد وتربيتهم تربية دينية روحية صحيحة . وتقديم خطاب ديني ممنهج ومحكم لا يثير الحيرة ولا يعزز الاختلافات ولا يحرك النزاعات الطائفية والعقائدية .

وهنا تكمن خطورة وسائل الإعلام الجديد التي وفر استخدامها تجاوز القيود الزمانية والمكانية منتجا بذلك علاقات افتراضية وبيئة اجتماعية افتراضية تحكمها قوانين ونواميس جديدة تتحكم في توجيهها هذه الوسائل، ولا يمكن أن لا نلاحظ كيف عرف الوعي الاجتماعي في وقتنا الحالي تغييرا وحركية كان دافعها مدركات ومفاهيم جديدة ساهمت في رواجها وسائل الاتصال الحديثة وهو ما أثر على بعض العادات والتقاليد والقيم والثقافات للأفراد.

وعليه فمن أهم الاشكالات والتحديات التي يُواجهها تطبيق الإعلام الديني الجديد تتمثل فيما يلي:

- ✓ الرسالة الإعلامية الدينية في حد ذاتها والتي تتطلب اعدادا دقيقة وممنهجا وتحديدا واضحا لما تتضمنه وهذا لارتباطها بالقيم المجتمعية والدينية والثقافية.
- ✓ المصدر : وهو ما يتطلب ضرورة تحقيق التكامل بين المؤسسات الإعلامية والمؤسسات الدينية والعمل على إزالة خطابات الكراهية والعنف والصراع مع الآخر.
- ✓ المجالات التي يرتبط بها الإعلام الديني تعرف تعددا واسعا وهو ما يُصعب من عمل القائمين على هذا الإعلام المتخصص ، الذي يتطلب من ممارسيه أن يكونوا على دراية بتعاليم الشريعة السمحاء للتمكن من إعداد رسائل فعالة تؤدي الغاية المنشودة.
- وبهذا يساعد توفير متطلبات الإعلام الديني الرقمي على تحديد الأولويات والمتطلبات والمواقف والمشكلات والوقوف على الامكانيات المادية والبشرية من أجل وضع البرامج التربوية الدينية والثقافية اللازمة لتحقيق الأهداف والغايات التي يسعى إليها الإعلام في المجتمع .
- ومن هنا نؤكد على أهمية التخطيط لأنشطة الإعلام الديني الرقمي بالتنسيق مع المؤسسات الدينية خاصة في ظل تنوع الجماهير من جهة والتعقد والتغير المستمر والمتسارع في أذواقها من جهة أخرى.
- وهو ما يُحتم على المسيرين والقائمين على الإعلام الديني الجديد تطبيق مناهج وأساليب إقناعية ودينية جديدة تواكب هذه التغيرات من أجل ضمان وصول الرسائل وتحقيق الأثر المطلوب وذلك بالاعتماد على خصائص الرسالة الاعلامية الدينية .

ومن هذا المنطلق تخرج ورقتنا البحثية بجملة من النتائج نوجزها في النقاط الآتية:

- ✓ ضرورة الاهتمام بالإعلام الديني عبر الإعلام الجديد كإعلام متخصص يسهم في التوعية والتثقيف وزيادة المعرفة وذلك بإعداد مضمون تربوي هادف، توظف وتستثمر فيه كافة الوسائل الإعلامية والاتصالية الممكنة قصد تحقيق الأهداف التربوية للعملية الإعلامية.

✓ إن إعداد برامج ومحتوى الإعلام الديني الرقمي يجب أن تكون بالتنسيق مع المؤسسات الدينية وهذا لضمان التكامل والانسجام وتوفير أرضية عمل مشتركة تسعى لبلوغ تنمية مجتمعية شاملة.

✓ التأكيد على أهمية تدريب الإعلاميين في تخصص الإعلام الديني الجديد حتى تكون الرسالة الإعلامية الدينية متكاملة في الطرح لإحداث الأثر المرغوب على المتلقي.

✓ الفهم المتعمق لمفهوم الوعي الاجتماعي الديني الذي أصبح أكثر تعقيدا في البيئة الاجتماعية والاتصالية الراهنة، وذلك لتبيين المظاهر والعوامل المؤثرة فيه من أجل توجيه دور ووظائف الإعلام الديني الجديد بما يساهم في تشكيل وعي مجتمعي يعمل على تطوير وتنمية المجتمع وخدمة مصالحه المشتركة.

✓ تحديد الغايات والتنسيق بين الأدوار وضمان تكاملها بين مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية من أسرة ومدرسة ومسجد ووسائل الإعلام وغيرها لضمان بلوغ الأهداف المنشودة المرتبطة بالتربية الدينية السوية والسليمة.

#### 6. قائمة المراجع:

##### • المؤلفات:

1. عامر حسين (2023)، الميثاقيرس ثورة الإعلام الرقمي، عمان، الأردن، دار العربي.
2. كدواني شيرين، توفيق شيريمان (2023)، الإعلام الرقمي...تشريعات وأخلاقيات النشر، القاهرة، مصر، ط01، العربي للنشر والتوزيع.
3. حجازي براهيم علي (2017)، الإعلام البديل، عمان، الأردن، دار المعزز للنشر والتوزيع.
4. اسماعيل أحمد نجلاء. (2018). الإعلام الديني والتعددية الثقافية، عمان، دار المعزز.

##### • المقالات

1. نويري ابراهيم (2014)، الإعلام الاسلامي ومدى الحاجة إلى منهج لمواجهة التحديات، دراسات إسلامية، المجلد 09، العدد 01.
2. بوعلي نصير(2006)، الخطاب الديني ووسائل الإعلام - دراسة نقدية، مجلة كلية العلوم الإسلامية - السراط، السنة 07، العدد13.
3. شعبان حنان. (2010). الإعلام الديني المفهوم والنشأة. مجلة الثقافة الإسلامية، 07(02).
4. رحموني لبني (2020). الإعلام الديني الإسلامي في مواجهة خطاب الكراهية والتنميط الغربي. مجلة المعيار، المجلد 24، العدد52.
5. ياقوت زينب. (2021). القائم بالاتصال ومكانته في الإعلام الديني الجزائري- العلامة أحمد حماني انموذجا. مجلة الراصد العلمي، المجلد 07، العدد01.

6. سكي سوسن ، سبتي فايزة(2016)، تطبيقات الإعلام الجديد في مجال التعليم العالي- المدونات التعليمية أنموذجا، مركز جيل للبحث العلمي، العدد24، أكتوبر 2016.
7. الجاسر شعاع (2020)، رقمنة الإعلام-دراسة تحليلية لمفهوم الإعلام الرقمي والمداخل النظرية لدراسته، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد03، العدد01.
8. معياش ادير، راشدي وردية . (2020). خصوصية الإعلام الديني في الخطاب التلفزيوني للفضائيات العربية - قراءة نقدية للمضمون والاستراتيجيات. مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية ، 01(02).

#### • المداخلات

1. حمدي بشير محمد علي، الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، ورقة عمل للمشاركة في المنتدى الإعلامي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال تحت عنوان منتدى الإعلام والاقتصاد .. تكامل الأدوار في خدمة التنمية"، 12/11 أفريل 2016، الرياض، المملكة العربية السعودية.
2. ناجح مخلوف، مقارنة إستيمولوجية لمفهوم الإعلام الجديد ودينامياته ، مداخله ضمن فعاليات المؤتمر الدولي الحادي عشر مركز جيل للبحث العلمي حول التعلم بعصر التكنولوجيا الرقمية والذي نظمه الاتحاد العالمي للمؤسسات العلمية بالتعاون مع جامعة تيبازة ، طرابلس لبنان ، 22 و23 و24 أبريل 2016.

### Bibliography List

#### • Books:

1. Amer Hussein (2023), Metaphirs Digital Media Revolution, Amman, Jordan, Dar Al -Arabi Publishing and Distribution.
2. Kadwani Sherine, Tawfiq Sherihan (2023), digital media ... legislation and ethics, Cairo, Egypt, 01, Al -Arabi Publishing and Distribution.
3. Hegazy Brahim Ali (2017), alternative media, Amman, Jordan, Al -Mu'taz Dar for Publishing and Distribution.
4. Ismail Ahmed Najla. (2018). Religious media and cultural pluralism, Amman, Jordan, Al -Mu'taz Dar for Publishing and Distribution.

#### • Printed articles

1. Noiri Ibrahim (2014), Islamic media and the extent of the need for an approach to face challenges, Islamic studies, Volume 09, Issue 01.
2. Bouali Naseer (2006), Religious Discourse and the Media - Critical Study, Journal of the College of Islamic Sciences - Al -Sarab, Sunnah 07, No. 13.
3. Shaban Hanan. (2010). Religious media concept and upbringing. Islamic Culture Magazine, 07 (02).

4. Rahmouni Lubna (2020). Islamic religious media in the face of the discourse of western hatred and stereotype. Standard Magazine, Volume 24, No. 52.

5. Yaqout Zainab. (2021). The communication and his position in the Algerian religious media- the scholar Ahmed Hamani as a model. Scientific Monitoring Magazine, Volume 07, Issue 01.

6. Ski Sawsan, Sabti Fayza (2016), new media applications in the field of higher education- educational blogs as a model, generation for scientific research, number 24, October 2016.

7. Al-Jasser Shuaa (2020), digital media-analytical study of the concept of digital media and theoretical entrances to its study, the Algerian magazine for media and public opinion research, Volume 03, No. 01.

8. Maaish Adir, Rashidi Pink. (2020). The peculiarity of the religious media in the television discourse of Arab satellite channels - a critical reading of the content and strategies. Milestones Magazine for Media and Communications Studies, 01 (02).

• **Seminar article:**

1. Hamdi Bashir Muhammad Ali, digital media and economics of its industry, a working paper to participate in the seventh media forum of the Saudi Society for Media and Communication under the title of the Media and Economy Forum .. Integration of roles in the service of development ', 11/12 April 2016, Riyadh, Saudi Arabia.

2. Najeh Makhoulouf, a epistemological approach to the concept of the new media and its dynamics, an intervention within the activities of the eleventh international conference, a generation center for scientific research on learning in the era of digital technology, which was organized by the World Federation of Scientific Institutions in cooperation with the University of Tipaza, Tripoli Lebanon, 22, 23 and 24 April 2016.