



شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الديني الموجه لمستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة
الفايسبوك أنموذجا

**Social networks and religious discourse directed to users of new
communication media - Facebook as an example**

هالة دغمان

جامعة الجزائر 3

haladoghmane@gmail.com¹

تاريخ النشر: 2017/3/30

تاريخ القبول: 2017/2/6

تاريخ الاستلام: 2017/1/9

الملخص:

تتناول هذه الورقة البحثية موضوع شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الديني الموجه لفئة الشباب وقد حدّدنا موقع الفاييسبوك كنموذج، حيث أنّ شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر من بين الوسائط الاتصالية الجديدة التي تختلط فيها المصالح والمفاسد، وأثرها على قيم الشباب خاصة بات واضحا، ويبقى الحكم فيه للغالب منها.

والهدف من هذه الورقة هو الإشارة إلى أهم وسائل وسبل الدعوة المعاصرة لغرض تنبيه الأكاديميين والمسؤولين في المؤسسات الدينية الرسمية وغير الرسمية والطلبة من مختلف التخصصات والشباب بصفة عامة وجميع مؤسسات التنشئة للاستفادة من هذه الوسائل في الدعوة إلى الله تعالى، وفي تدعيم الخطاب الديني، وتقليص الفجوة بين الدعاة من جانب وبين الجماهير المستهدفة من ذلك الخطاب الديني، والتأثير في الرأي العام والدعوة إلى الأخلاق الكريمة والمبادئ السامية في مسيرة الدعوة إلى الله تعالى وترشيد استخدامات التكنولوجيا حتى تسهم بشكل فعّال في المنظومة القيمية.

كلمات مفتاحية: الخطاب الديني؛ المستخدم؛ شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

This research paper deals with the topic of social networks and religious discourse directed towards the youth category. We have identified Facebook as a model, as social networks are among the new communication media in which

¹أميل المرسل haladoghmane@gmail.com



interests and spoils are mixed, and its impact on youth values in particular has become clear, and the ruling remains predominant.

The aim of this paper is to indicate the most important means and means of contemporary advocacy for the purpose of alerting academics and officials in official and unofficial religious institutions and students from various disciplines and youth in general and all formation institutions to take advantage of these means in calling to God Almighty, in strengthening religious discourse, and reducing the gap between Advocates on the one hand and among the target audiences of that religious discourse, influencing public opinion and advocating decent morals and lofty principles in the march to advocate God Almighty and rationalizing the uses of technology so that it contributes effectively to the value system

Keywords: Social networks, religious discourse, users

1. مقدمة:

أمام تزايد عدد القنوات الفضائية الدينية وتنامي عدد المتابعين لها، ومع التطور التكنولوجي في وسائط الاتصال قديمة وحديثة، صار بالإمكان الحديث عن إعلام ديني له حضوره في الواقع العربي، ويفترض أن يكون هذا الإعلام وسيلة مساعدة للفرد مهما كانت عقيدته كي يحافظ على انتمائه، ويعزز انفتاحه على الآخر، ويمد له يد المساعدة بوصفه إنساناً، بغض النظر عن الانتماءات الدينية والطائفية الضيقة.

غير أنّ إصغاءً ناقداً لهذا الخطاب سرعان ما يكشف نواياه الخفية، فتتضح معالم كواليسه، فإذا القنوات الدينية في أغلبها، إن لم نقل كلها، واجهت لكواليس تتحكم فيها رؤوس أموال، وجمعيات ومنظمات لها أهداف دينية في الظاهر، ولكنها في الحقيقة سياسية ثقافية اقتصادية.

ويعتبر الإعلام الديني تعبير عام ذو نطاقات متسعة تشمل أدوات، ومواد إعلامية عديدة، بعضها مرئي ومسموع ومكتوب وأخرى تتصل بالثورة المعلوماتية والاتصالية الجديدة على الفضاء الافتراضي، والقنوات التلفازية الفضائية، ومن هنا نبدو أمام ظاهرة انفجارات إعلامية دينية تمس العقائد والشرائع والقيم والمذاهب، والتاريخ الديني، إسلامياً كان أم مسيحياً أو يهودياً، ثم الأديان الوضعية على اختلافها.

وقد أصبح الإعلام الديني نوعاً متميزاً وطاغياً في السنوات الأخيرة، بما تجلّى من خلال تعدد وسائل الإعلام الدينية التي وصلت إلى مستوى القنوات الفضائية الطاغية على الساحة العالمية، وتسربت خطابات الإعلام الديني



والسياسي عبر قنوات مبرمجة لهذا الغرض، غايتها استهداف شريحة واسعة من المجتمعات العربية ذات الثقافة البسيطة جدا، ودليل ذلك ما تنتهجه من أشكال الإقناع والتأثير في وجدان المتلقي، مهما اختلفت توجهاته الدينية.

وبالتالي احتل دورا كبيرا في عملية توجيه التفكير عند شريحة كبيرة من المجتمعات العربية، ذات الأغلبية المسلمة، بمحاولته تأسيس مضامين جديدة بمناسبة كل حدث مستجد، كما شهدناها مع حادثة شارلي إيبودو، وظاهرة البوركييني.

كما صار الإعلام الديني العربي مشغلاً حقيقياً من شواغل علمنا المعاصر، ويتطلب أكثر من وقفة، لأنه يطرح من الإشكاليات والأسئلة ما يتجاوز حيزاً بحثياً محدوداً، ذلك أنّ الانفجار الإعلامي الديني قد حقق طفرة في إنتاج البرامج المتنوعة، وصنع مواد إعلامية تستمد من المقدس موضوعاً لها، وهو إلى ذلك هدفها المعلن وغايتها الصريحة، فكل القنوات الفضائية الدينية تعمل على التواصل مع الآخر والتأثير فيه بكل الوسائل المتاحة، إما لتثبيتته على الدين/المذهب الذي تبناه، أو لتصحيح بعض مفاهيمه عنه، أو لاستقطابه.

ثم إنّ ما تحظى به هذه القنوات الدينية من متابعة ونسب مشاهدة عالية، جعلها أيضاً واجهة للتسويق والإشهار، وصارت تخصص نصيباً وافراً من توقيت البث للإشهار، لما يجنيه من عائدات طائلة، وذلك يعكس تفكيراً ضمناً من صاحب الإشهار في استغلال الصبغة الدينية للقناة، كي يكون منتوجه -على حدّ اعتقاده- محل ثقة، فيزيد من الإقبال عليه، بما أنّ باث الإشهار محاط بمالة الديني والمقدس والأخلاق والصدق.

وفي المقابل نلاحظ كذلك أنّ الإعلام الديني قد أخرج خطاباً إعلامياً دينياً جديداً إلى الوجود، مع ظهور وسائط الاتصال الجديدة، ومع ثورة الويب 2.0 ممثلة بمواقع التواصل الاجتماعي، وقد صاحب هذا التطور التكنولوجي بروز مجموعة من مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت جزءاً مهماً من الحياة المهنية والشخصية للأفراد، وقد انتقلت هذه المواقع من كونها مجرد فضاء يسهل التواصل بين الأفراد إلى فضاءات تشمل أنشطة سياسية ومصدراً للمعلومات حول مجالات مختلفة: اجتماعية، اقتصادية، وثقافية.

وعلى الرغم من أنّ المجتمع الافتراضي في بداياته كان ضيقاً ومحدوداً، غير أنّه مع مرور الوقت، أصبح يعرف تحوّلاً كبيراً وعميقاً؛ إذ انتقلت وسائط الاتصال الجديدة من مجرد أداة إعلامية نصية مكتوبة إلى أداة إعلامية سمعية وبصرية تؤثر في قرارات المتأثرين واستجاباتهم.

ويمكن القول أنّ الوسائط الاتصالية الجديدة، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت قوة مؤثرة، وأضحى لاستخدامها أثر، ليس فقط على الإدراك العام للجماعات، بل حتى على مستوى الأنماط الشخصية للفرد (السمعي، والبصري، والحسي).

وقد جعلها الشباب العربي فضاء للتعبير عن ذواتهم، في ظلّ الظروف الصعبة التي يعيشونها، غير أنّ التعامل مع هذه الوسائط الجديدة كأداة للتعبير والتنمية، يعرف مداً وجزراً بين شباب جعلوا منه وسيلة فعّالة للتواصل ولتسويق أعمالهم أو التعرّف على مجالات مختلفة، وبين آخرين أدمنوا على هذا الفضاء وتاهوا في عوالمه.

وفي هذا السياق ألقنا الأمر، وتشكل لدينا هاجس علمي دعانا إلى التساؤل: كيف استطاع الإعلام الديني أن يساهم في توجيه آراء الشباب وتشكيل منظومتهم القيمية؟ وما العوامل المساهمة في ذلك؟ إلى أي مدى أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم في الترويج للخطاب الديني في أوساط الشباب؟ كيف يمكن لشبكات التواصل الاجتماعي أن تخلق نسقاً جديداً لمفهوم الإعلام الديني؟ إلى أي مدى يستغل الداعية الديني الصفحات الدينية على موقع الفايسبوك لتسويق نتاجه ونشر فلسفته؟ إلى أي مدى تعد وسائل التواصل الاجتماعي فضاءً خصباً لنشر الخطابات الدينية والدعوية في أوساط الشباب؟

2. الإعلام الديني مفهومه ووظائفه:

الإعلام الديني يعد تعبير عام يشير إلى مختلف وسائط الاتصال القديمة Old Media والجديدة New Media، والتي تبث مواداً إعلامية: أخباراً وتحقيقات ومقالات ومقابلات ورسومات وكراريكاتير، وبرامج متلفزة أو مسموعة... إلخ، وهذه المواد الإعلامية تتميز عن الكتب، والبحوث الأكاديمية التي قد تختلف نسبياً في اللغة أو الاصطلاحات العلمية، والمفاهيم التي تتصل بالعلم الديني ومناهجه وأساليبه التحليلية، إلّا أنّها قد تتداخل مع بعض ما يطرح في الإعلام الديني المرئي والمسموع والمكتوب في الصحف والمجلات، بما فيها المجلات الأكاديمية.

كما يعرف على أنّه " تعريف النَّاس بحقائق الدين الإسلامي، من حيث العقيدة، والفرائض، والسنن والعبادات، والمعاملات، ومن خلال وسيلة إعلامية متخصصة، أو عامة بواسطة قائم بالإعلام، لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية، ويدركها ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته". (الثانية & محيي الدين عبد الحلیم)

وهو " نقل المبادئ وشرحها شرحاً واضحاً وصحيحاً وثابتاً، ومستهدفاً تنوير الناس وتثقيفهم ومدّهم بالمعلومات الصحيحة بموضوعية أيضاً، ومعبراً عن عقلية الجماهير، ومراعاة الأسلوب واللغة التي تخاطب". (يوسف) p. 11 ,

كما يعرف على أنّه " الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية، ويمارس في مجتمع مسلم، ويتناول كافة المعلومات والحقائق والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والقانونية والدينية والأخلاقية... إلخ (حجاب) p. 24 ,

وبالتالي فهو " استخدام منهج إسلامي بأسلوب فني إعلامي يقوم به مسلمون عاملون عاملون بدينهم متفهمون لطبيعة الإعلام ووسائله الحديثة وجماهيره المتباينة مستخدمون تلك الوسائل المتطورة لنشر الأفكار المختصرة والأخبار الحديثة والقيم الأخلاقية والمبادئ والمثل للمسلمين وغير المسلمين في كل زمان ومكان وفي إطار الموضوعية التامة بهدف التوجيه والتوعية والإرشاد وإحداث التأثير المطلوب والتعرف على مدى التأثير أولاً بأول". (كحيل، 1985، p. 29)

ولا شك أنّ اتساع نطاق وأدوات الإعلام الديني، يشير إلى ظاهرة الحضور المكثف والضغوط والمؤثر للسلطات والأجهزة الإعلامية التي تؤثر على الإعلام الديني، ومن ثم فرض تحيزاتنا الدينية والمذهبية والفقهية، بل والشخصية إزاء بعض الشخصيات أو ضدها من حيث التحبيذ أو الترويح، أو النقد والذم أو الحياد.. إلخ.

ومن هنا يبدو الدور المؤثر الذي بات يلعبه الإعلام الديني، لاسيما على المستوى الفضائي المتلفز، والأرضي، وبروز القنوات التلفازية الدينية الفضائية الإسلامية والمسيحية في المنطقة، وطابعها السلفي التقليدي والجهادي والمحافظة والمتشدد الغالب مع استثناءات معتدلة محدودة، والأهم هو تأثيرها على الوعي الديني، والثقافة الدينية عموماً للمسلمين والمسيحيين في المنطقة العربية. وثمة نمو بارز للدور الذي تلعبه الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الدينية وغرف الدردشة في إنتاج النزعة القدحية والسجالية والنزاعية حول الأديان بعضها بعضاً، لاسيما الإسلام والمسيحية، بل وداخل كلّ ديانة بين مذاهبها، ورموزها، وشخصياتها، وإنتاجها الفقهي والتفسيري والتأويلي.. إلخ.

وتعد وظيفة الإعلام الديني، هي إنتاج وتوزيع خطابات ومواد وموضوعات دينية محضنة إسلامية، ومسيحية ورؤى، وسلع دينية تنتمي إلى أديان وضعية عديدة

3. دواعي ظهور الإعلام الديني:

تتمتع وسائل الإعلام في عصرنا الحاضر بمكانة عظيمة في توجيه أفكار الجماهير، وتشكيل سلوكياتها في الحياة، في عالم تحول إلى (قرية كونية)، قَصَّرَتْ وسائل الاتصال الالكترونية المسافات بين أجزائه، وربطت شبكةً معقدة من الاتصالات بين دوله وشعوبه، بصورة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإنسانية كله، وأصبحت وسائل الإعلام الموجه المركزي الأول للأفراد والمجتمعات، ولا يخفى على أحد السيطرة الكبيرة للدول الغربية على الإعلام وسياساته وتوجيهاته، ومن هنا تكتسب المطالبة بإيجاد البديل الإسلامي في ميدان الإعلام - بجانبه النظري والتطبيقي - أهمية بالغة، فإنّ صياغة منهج للإعلام الإسلامي يعمل على سد الفراغ الهائل في منظومات المنهج الإسلامي ليعتبر ضرورة ملحة، حتى يمكن بلورة نموذج جديد للإصلاح الإسلامي يقوم على الشمول والتكامل والواقعية.

ويمكن أن نعدد الدواعي التي دعت إلى ظهور إعلام متخصص ديني في النقاط التالية: (رفاعي، 2011، p. 37)



- ❖ إدراك أهمية الإعلام في حياة المجتمعات، وخطورة ما يقوم به من التأثير على الأفراد والجماعات سلباً كان هذا التأثير أو إيجاباً.
 - ❖ شمولية أحكام الإسلام لجميع مناحي الحياة ووجوب العمل على صبغ جميع الأنشطة بالصبغة الإسلامية ومن أهمها المنظومة الإعلامية.
 - ❖ مواجهة الغزو الفكري والثقافي والحضاري الذي يتعرض له المسلمون طعناً وتشكيكاً في دينهم وأخلاقهم وتاريخهم.
 - ❖ توجيه الإعلام في الدول الإسلامية نحو الأصالة والذاتية النابعة من قيم الإسلام ومبادئه، وتوفير الجو الملائم والدعم المناسب لصنع البدائل الإسلامية التي تقف في مواجهة ما يقدمه الغرب.
 - ❖ تنقية الإعلام - إلى جانب التعليم - من المؤثرات الغربية العلمانية والإلحادية، وتفنيد ما تقدمه وسائل الإعلام الغربية من مفاسد وانحرافات وبيان عوارها وهفاتها بمنطق مقنع وبوسائل مكافئة.
 - ❖ حاجة البشرية اليوم للخلاص من الشرائع المحرّفة والمذاهب الفاسدة، وهي تعيش ضياعاً وقلقاً واضطراباً، بسبب الإلحاد والعلمانية، والفساد الخلقي، والظلم والاستبداد السياسي، والاستغلال الاقتصادي، والتفكك الاجتماعي
 - ❖ مخاطبة الآخرين بلغتهم ووسائلهم في سبيل الدعوة إلى الإسلام، وتوضيح صورته الناصعة، وإبراز محاسنه وثمراته للناس في كل مكان، وتبليغ رسالة الإسلام العالمية، وإيصال دعوته إلى البشرية كلها، وهذا من أعظم المبررات للدعوة إلى صياغة الإعلام صياغة إسلامية حتى يمكن أن يؤدي هذا الإعلام دوره في الحياة الإنسانية.
4. الإعلام الديني في شبكات التواصل الاجتماعي:

إنّ التحوّل والتغيّر عبر التطوّر التكنولوجي يعد جوهر حياة الإعلام والاتصال، فالإعلام جديد في كلّ طور من أطواره، فقد كان الإعلام جديداً مع ظهور الطباعة، جديداً مع تطوّر الصحافة المكتوبة، وجديداً مع ظهور الفوتوغرافيا، وجديداً مع ظهور الإذاعة، وجديداً مع ظهور التلفزيون، ويستدل على ذلك بتساؤل الخبراء والباحثين في حقل الإعلام والاتصال عن مصير الإعلام المكتوب أمام الدور الإعلامي والاتصالي الذي بدأت تؤديه الإذاعة في بداية القرن الماضي، وعن مصير الإذاعة أمام الاستقطاب الإعلامي الذي حققه التلفزيون أواخر النصف الأول من القرن ذاته، كلّ ذلك لأنّ طبيعة التحوّل التي تقود إليها التقنية في بعدها العلمي والأيدولوجي تقتضي النظر في أمر ما يسميه ماكلوهان بالتحتمية التكنولوجية. (الحيدري، 2009, p. 125)



وتقنيات الاتصال الجديدة هي التي بوّأت الإعلام والاتصال مكانة مركزية في المجتمعات الغربية المعاصرة، كما أحدثت -ولانزال- تحولات مجتمعية متسارعة في وقت وجيز في كل مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والإعلامية والتربوية وفي مجال العلاقات الدولية). رمضان(2009, p. 331 ,

ويؤكد بعض الباحثين أنّ بعض المدونات كنموذج من نماذج الوسائط الاتصالية الجديدة التي صاحبت ظهور الويب 2.0، قد أصبحت جزء من الممارسة الإعلامية عند الكثير من الصحفيين في الوسائط المهنية، فقد أدمجت بعض هذه الوسائل فئات عديدة من المدونات في فضاءها الإلكتروني، بل إنّ بعضها لم ير مانعا من منح الصحفيين مساحة للتدوين تأخذ شكل عمود يتم تحيينه باستمرار، ويتضمن أفكارا ذات منحي ذاتي، ومن هذا المنظور فإنّ التدوين والإعلام الإلكتروني قد أصبحا مترابطين، لكنّه ترابط مازال يحتاج إلى بعض الوقت لكي تتجلى ملامحه الكلية.

وفي دراسة للباحث الصادق رابح عن الخطاب الإسلامي في المدونات في شبكة الإنترنت، خلصت الدراسة إلى أنّ المدونات وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي تعد فرصة ثمينة لإنتاج الخطاب الديني المتوازن الذي يحرص على تصحيح صورة الإسلام والمسلمين وتصحيح الأفكار الخاطئة التي تثار في هذا الشأن، وضبط وتقويم سلوكيات المجتمع الإسلامي، وأكد الباحث أنّ نسبة المدونات التي تنتج الخطاب الديني تقل بكثير عن المدونات التي تهتم بالنواحي السياسية والأدبية والذاتية، ويتضح ذلك من التصنيفات التي تعدها المواقع التي تستضيف المدونات، والتي يعدها المدونون أنفسهم وصفا لمدوناتهم). صادق)

كما توصلت الدراسة إلى أنّ غالبية القائمين على إنتاج الخطاب الإسلامي في المدونات يكتبون بأسماء مستعارة، ولا يفصحون عن هوياتهم هروبا من الرقابة والمسؤولية معا، وأنّ الخطاب الإسلامي في المدونات يركز على القضايا المعاصرة التي تمم المسلمين، وتخوض في كثير من القضايا المسكوت عنها في الإعلام الرسمي، ثم القضايا السياسية، فلموضوعات المتعلقة بالعبادات والرفائق وفضائل الأعمال.

كما أنّ المدونات الإسلامية تستخدم الاستمالات العاطفية التي تستهدف التأثير في وجدان المتلقي وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، بنسبة أكبر من الاستمالات المنطقية العقلية التي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية، وتفنياد الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، وبعض المدونات يمزج بين كل من الاستمالات العاطفية والمنطقية، وأنّ لغة الخطاب الإسلامي في المدونات يغلب عليها الطابع الانفعالي في مناقشة وطرح القضايا الشائكة، مثل الرد على الإساءات المتكررة للإسلام والمسلمين والرسول الكريم عليه الصلاة والسلام من قبل زعماء الغرب السياسيين والدينيين.

كما أنّ شبكات التواصل الاجتماعي بشكل عام بما فيها المدونات تمثل مجتمعا تفاعليا، وحوارا من طرفين أو أكثر، حيث تتيح للقراء إمكانية التعليق على الرسائل والتواصل مع المدون عبر أكثر من وسيلة لمناقشة آرائه وأطروحاته.

كما نجد المنتديات التي تعد من بين وسائل الدعوة في الكثير من المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت، وهي من أكثر المواقع النسيجية جذبا لمستخدمي الإنترنت، حيث يتاح لكل مشترك في المنتدى إبداء رأيه بحرية، وكذلك محاولة الآخرين ومناقشتهم فيما يطرحونه من أفكار وموضوعات، وتتفاوت هذه المنتديات في جدّتها، وفي شرعية محتوياتها، وفي ضوابط الحوار المستخدمة فيها، فهناك منتديات إسلامية نقية تتيح الوصول إلى شريحة واسعة من المستخدمين. (الجنابي)

كما يمكن استخدام المنتديات في الدعوة إلى الله تعالى من خلال فتح أبواب الحوار مع مستخدميها، واستخدام الأقسام الإسلامية والأقسام العامة فيها للدعوة، والإلتزام بأداب وضوابط المشاركة فيها، وتوجيه الشكر إلى أصحاب المشاركات المتميّزة، والتعريف بالأجهزة الحديثة المنتقلة لتعليم القرآن الكريم وتحفيظه، كما يم

كن توظيفها في الدعوة من خلال نشر عنوان موقع سلامي جديد وما يحتويه من مواد شرعية، أو نشر بعض محتويات موقع إسلامي متميز ومناسب في وقت مناسب، كموقع عن الحج في شهر الحج أو موقع عن الصيام في شهر رمضان المبارك، أو نشر جديد المواقع الإسلامية مع روابط متكاملة للمواضيع الجديدة.

ويرى الباحث إبراهيم بن عبد الرحيم عابد ضرورة مراعاة بعض الضوابط التي تكفل تحقيق المطلوب من هذه الوسيلة في خدمة الدعوة إلى الله تعالى ومنها ما يلي: (الجنابي)

- ضرورة التحلي بالحكمة والأناة والذكاء وعدم الاندفاع أو الحماس الزائد عند المشاركة في هذه الحوارات والنقاشات المفتوحة.
- أن تكون المشاركات مختصرة ومركزة في آن واحد، وبعيدة عن الإطالة المملة التي ربما تجعل الكثيرين يعزفون عنها.
- أن يكون في المشاركة مجال للنقاش والحوار الهادئ وسماع الرأي الآخر واحترامه.
- أن تكون المشاركات والطروحات والردود متسمة بالعلمية القائمة على الإقناع بالدليل والبرهان، وأن تكون مناسبة لمستوى المدعويين الذين قد يحتاجون إلى مخاطبة المنطق وإزالة الشكوك والأوهام.

5. الإعلام الديني والشباب المستخدم لموقع الفايبيوك:

إنّ المحافظة على الوعي الديني على مستوى الأفراد وتنميته من وسائل مقاومة الآثار السيئة للعملة الثقافية، خاصة وأنّ الدين جزء من الشخصية الوطنية ومقوم من المقومات الذاتية التي تتميز بها الشعوب بعضها عن بعض،

ما يميز الجيل الجديد من الإسلاميين هو ظهور فئة منهم أكثر احتجاجاً وأكثر انفعالاً؛ ولكن أقل تكويناً من الناحية الثقافية والدينية، فهم يحتجون على المؤسسات التقليدية كمؤسسة العالم والجامعات الدينية التقليدية لارتباطها بالدولة -حسب اعتقادهم، فهم يريدون تكويناً بطرق شتى من دون المرور من المسار التكويني التقليدي الطويل والصارم، والنتيجة ظهور فئة من الإسلاميين يعتمدون في تكوينهم على عدد محدود من الكتب والمجلات والقراءات وعلى شبكات التواصل الاجتماعي، مما يؤدي إلى انتشار الجهل والتطرف وانتشار معلومات غير صحيحة وفتاوى سريعة وسهلة.

ثم إنَّ الإسلاميين لا يدركون أنَّه بفعل استخداماتهم تلك، يقومون بعلمنة المجال الديني بشكل "لا إرادي". فعلى الرغم من احتجاجهم على المؤسسات التقليدية ورفضهم للعلمانية، فإنَّهم يسهمون فيها من خلال دعوتهم للفصل بين مؤسسات الدولة والمؤسسات الدينية، مما يجعلهم يؤسسون لأنفسهم "مؤسسات ومراجع خاصة للتثقيف والتكون"، و"مشايخ ومفتين تابعين لهم". وبالتالي أصبحنا أمام خصخصة المجال الديني كما يخصص المجال التعليمي. والنتيجة هي ظهور "إسلام ملفق ومفبرك" يتم جمعه من خلال معلومات غير متحقق منها ومشكوك فيها.

ونجد أنَّ بعض الإسلاميين الذي يدمنون على هذه الوسائل الإعلامية يتحررون من كل قيد، وخصوصاً قيد المؤسسات الدينية التقليدية التي يحتجون عليها، فليس لهم شيخ أو فقيه يتبعونه، وإنما يختارون لأنفسهم شيوخهم وفقهاءهم ومراجعهم التي تناسب مع تصوراتهم.

ومن ناحية أخرى يفترض بعض الباحثين أنَّ شبكات التواصل الاجتماعي ومن بينها موقع الفيسبوك، أسهمت في تحديث فكر الإسلاميين في اتجاه مضامين أكثر اعتدالاً ووسطية وانفتاحاً على الآخر، سواء الغربي أو العربي المسلم المختلف فكرياً وسياسياً.

حيث أدرك الإسلاميون أنَّ شبكات التواصل الاجتماعي عامة، وموقع الفيسبوك خاصة، تتجاوز في نجاعتها الإعلام التقليدي وتتفوق عليه في أداء الرسالة المطلوبة، لذلك قاموا بسعي دؤوب لاستخدام التقنيات الحديثة، وبدأ الإعلام الإسلامي التقليدي يتوارى بشكل ملحوظ، وإذا ما رمنا تتبع تظاهرات صورة الإسلاميين -اليوم- في فضاءات التواصل الاجتماعي، فقلما نجد صورة لأئمة "الشيخ" كما دأب على تقديمها الإعلام الإسلامي التقليدي.

وعلى الرغم من أنَّ المضامين الإسلامية على الشبكة متنوعة ومتعددة، تتراوح بين الديني الصرف، وبين الديني والسياسي، وبين الدعوي والتحريضي وغيرها، فإنَّ التركيز غالباً ما ينصب على المواقع التي تجنح إلى الغلو، باعتبار نزعة الإثارة التي تبدو عليها، وهو ما يجعلها محل اهتمام ومتابعة من قبل المتلقين وأيضاً الدارسين.

كما أنّ شبكات التواصل الاجتماعي عامة، وموقع الفيسبوك خاصة، قد أعادت الظاهرة الدينية إلى الفضاء العمومي بشكل أكثر توجهاً من ذي قبل، فقد منحتها رواجاً وسرعة وكثافة، وجعلت عدد المتلقين عليها يتنامى بشكل كبير، باعتبارها متاحة للجميع ومنفتحة -أيضاً- من كل القيود.

ومن المفارقات القائمة -اليوم- أنّ فضاءات التواصل الاجتماعي التي أنشئت في سياق حدائي وأنتجها العقل الغربي مواصلة لما بدأتها وسائل الاتصال الجماهيرية بهدف نشر القيم الحضارية الغربية المعاصرة ونشر ثقافة الآخر المخصوصة، يستغلها -اليوم- رهط من المنتسبين لفكر بعينه بهدف التعبير عن قيم سياسية وفكرية وسلوكية -أيضاً- تتعارض جذرياً مع المضامين والمخامل التي أريد لها أن تبثها.

6. المعوقات والتحديات التي تواجه الإعلام الديني في الوسائط الاتصالية الجديدة:

رغم تنامي المواقع الإسلامية على شبكة الإنترنت وتزايدها باستمرار، سواء العربية منها أو الإنجليزية، وتعدد مذاهبها وأفكارها وأهدافها، وتنوع تخصصها، إلا أنّها تواجه تحديات ومعوقات كثيرة أثرت في تقدّمها وتطورها، ومن ثم في أداء عملها بالشكل المطلوب، ففيما يتعلق بالمعوقات يمكن تقسيمها كما يلي: (حجاب) على المستوى الفني والإداري، ارتبطت هذه المعوقات بضعف التصميم بسبب الإهمال في طريقة بناء وتأسيس المواقع، وتأتي بعدها مشكلة الدعم المادي، ويرتبط الأمر بعدم وجود جهات مسؤولة عن توفير الدعم المادي إلا ما ندر، فأغلب المواقع تأسس من دعم فردي أو زكاة أو بعض الهبات، وتبقى المساعدات مقطوعة أو غير مستمرة، ومن ثم فإنّ كثيراً من هذه المواقع تتوقف بعد فترة وجيزة من إنشائها بسبب انقطاع الدعم المادي عنها.

كما تبرز مشكلة أخرى وهي فردية العمل وتبعثر الجهود كأحد المعوقات الإدارية عند أغلب المواقع الإسلامية الافتراضية، حيث إنّ أغلبها قد أنشئ بجهد فردي أو ثنائي، فقام صاحب الفكرة بتصميم بسيط ووضع فيه مادة علمية بدون تخطيط وتدقيق، فلا يوجد جهود جماعية إلا في حالة المواقع الضخمة التي تتطلب فرق عمل ومكاتب تحرير، وهذه تحتاج إلى ميزانيات ضخمة لا يستطيع تحملها أصحاب المواقع البسيطة.

وتأتي مشكلة ضعف الخدمات المقدّمة عبر هذه المواقع إلى الجمهور كمعوق آخر يضاف إلى ما سبق، حيث تشكو كثير من المواقع الإسلامية الافتراضية عدم وجود كثير من الخدمات المهمة.

7. خاتمة:

لا يُنتظر من الخطاب الديني عمق تحليلي، ولا موضوعية حيادية في التعامل مع موضوعات القضية العربية والإسلامية، بل يُنتظر منه المدافعة على المرجعيات الإسلامية أساساً، وهذا عينه مكمّن القوة عند الإعلام الديني؛ إذ



يُشعر المتتبع المسلم، وهو في خضم "الثورة"، بخطر مؤامرات "أعداء الإسلام"، مع تقديم بديل سياسي يتمثل في العصر النموذجي الذي ينبغي له أن يُبعثَ الآن، ليخلص العرب من الظلم والهوان، في وقت تُرَدَّد فيه شعارات المطالبة ب: الديمقراطية، والعدالة الاجتماعية، والمساواة، وحقوق الأقليات... إلخ؛ وكلها مفاهيم ليست نتاج سياقات عربية، ولا إسلامية، بل هي دليل على استلهاهم النموذج الإصلاحي والثوري الغربي، الذي بدتْ نَعَم غنائمه على أحفاده. لا يمكن للخطاب الإعلامي الديني أن يعي تهافته، وهو يُصْرُّ على إقحام أسس الثورة السياسية والاجتماعية الغربية في المرجعيات الدينية والتاريخية للإسلام. ولا يمكن أن ينعم الإنسان المسلم بحرية، في صياغة موقف تجاه أوضاع الحراك العربي، إلا بعيدا عن صراخ الخطيب الإعلامي الديني، وبمناى عن خطاب الترغيب والترهيب الذي ينتهجه.

على الخطاب الإعلامي الديني أن يراجع مضامينه، وأسس، وغاياته، وعلى منشطيه أن يعوا قانون التحول التاريخي للمجتمعات الإنسانية عموما، وأن المجتمع العربي المسلم واحد منها، ولا يفصله عنها اعتباره "خير مجتمع أخرج للناس". وأن يُدركوا كذلك أنّ السواد الأعظم من المجتمعات العربية المسلمة آذاها قبلة خطاباتهم، وكل ردة فعل على الواقع، ليست سوى نتاجا لتفاعل مع مواقف تم تبنيها إعلاميا وبوساطة الدين.

وعرج الكاتب محمد بغداد في كتابه الإعلام الديني في الجزائر: الخطاب والهوية على الظاهرة الإعلامية الدينية الكترونية، والتي يتفوق فيها التيار الوهابي في الجزائر، والذي تمكن من السيطرة على الخطاب الإعلامي للمؤسسة الرسمية الجزائرية، وقد توقع الكاتب أن المستقبل سيشهد الكثير من التطور والسيطرة لهذا الخطاب محذرا من النتائج الخطيرة التي ستنتج عن ذلك.



قائمة المراجع

- القاهرة. الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية. (s.d.). محيي الدين عبد الحلیم & ا. ا. الثانية
- الجنابي. ه. (s.d.). Récupéré sur books.google.dz/bookspdf
- البحرين. النظام والفوضى: الإعلام الجديد. (2009). ا. ع. الحيدري
- دار الفجر للنشر والتوزيع: 2002. الإعلام الإسلامي المبادئ والنظرية والتطبيق، (s.d.). م. م. حجاب
- جامعة المدينة العالمية: ماليزيا دراسة في التفسير الموضوعي: صورة الإعلام الإسلامي في القرآن الكريم. (2011). ا. ع. رفاعي
- البحرين. الإتصال الجديد والديناميات الثقافية في المجتمعات المعاصرة. (2009). ي. رمضان
- ، ، Récupéré sur ، ،
/http://www.arabmediastudies.net
- عالم الكتب مكتبة القدسي. الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي. (1985). ا. ع. كحيل
- رابطة العالم الإسلامي: ، 97 العدد. من خصائص الإعلام الإسلامي، (s.d.). خ. م. يوسف