

الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

بين الخطابات القاعدية والبحث عن استراتيجيات جديدة

Religious discourse on social media

Between grassroots discourses and the search for new strategies

د. نور الهدى عبادة

جامعة الجزائر3

abada.nourelhouda@univ-alger3.dz

تاريخ القبول 2025/12/01

تاريخ الاستلام 2025 /10/31

الملخص

يتناول هذا المقال العلمي موضوعا في غاية الأهمية، يربط بين الخطاب الإعلامي الديني وكل ما يرتبط به من ثوابت وجودية وهوية ثقافية للأفراد، والبعد التكنولوجي المتمثل خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي بصفتها تُشكّل فضاءات افتراضية مفتوحة يُمكن من خلالها تمرير ملايين الرسائل لأكبر عدد من المستخدمين وفي ظرف قياسي نظرا لما تتميز به من مميزات: كالسرعة والفورية والمشاركة وغياب الرقابة.. وهو ما يفرض على الخطاب الإعلامي الديني ضرورة مواكبة التطور التكنولوجي والاستفادة من خدماته حتى يضمن خطابا جذابا وفي ذات الوقت رصينا ومعتدلا ويحمل رسائل ذات قيم ايجابية تدعم مكارم الأخلاق وتهذب سلوك أكبر عدد من الأفراد خاصة من فئة الشباب التي تتميز بكونها الأكثر احتكاكا بكل تطور تكنولوجي مقارنة بالفئات العمرية الأخرى .

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإعلامي ، الخطاب الإعلامي الديني، مواقع التواصل الاجتماعي

Abstract:

This article explores the relationship between religious discourse and the associated discourses that reflect existential constants and cultural identity. The second part focuses on the technological aspect, specifically social media platforms, which offer open virtual spaces allowing the rapid transmission of millions of messages. These platforms are characterized by speed, immediacy, interactivity, and lack of censorship. This situation necessitates that religious discourse adapts to technological advancements, ensuring a balanced message that promotes positive values, moral excellence, and better behavior, especially among youth. Studies show that youth are most engaged with technological progress, and the impact of social media on them is notably positive.

Keys Words: Religious discourse, social media, renewing religious discourse, strategy

مقدمة:

ارتبطت حياة الإنسان منذ وجوده وعبر مختلف العصور والحضارات بالبعد الديني، فقد مارس عدّة طقوس اختلفت باختلاف الحضارة التي ينتمي إليها وما وجد عليه أسلافه، وبالموازاة مع هذه الطقوس ظهر أيضا رجال دين يسعون عبر خطاباتهم إلى تثبيت الناس على الديانة التي يعتنقونها واقناع غيرهم بضرورة الانتماء إلى هذا الدين أو ذاك، فتعددت بذلك طرق وأساليب الإقناع حسب الفئة التي يستهدفونها: نساء تجار متعلمين وجهلة... وقد تركزت خطاباتهم في بداياتها الأولى في الساحات العامة والأسواق ودور الدين كالمعابد والكنائس والمساجد وصولا إلى مرحلة متقدمة من الحضارة البشرية وهي مرحلة الثورة الصناعية وما لحقها من تطورات أدت إلى تبني الإنسان للتقنية ومن ثم اندماجها في حياته اليومية على غرار ظهور وتطور مختلف وسائل الإعلام التقليدية...، وبالموازاة مع هذا التطور التكنولوجي أصبحت إمكانية مخاطبة عدد كبير من الناس في ذات اللحظة ممكنة جدا من خلال ما بات يعرف بالاتصال الجماهيري، كما أصبحت إمكانية التفاعل مع الرسالة وسرعة مشاركتها رهيبة بالنظر إلى تطور الجيل الثاني للانترنت Web0.2، الأمر الذي جعل الخطاب الإعلامي الديني بصفة عامة والخطاب الديني الاسلامي بالتحديد وفق الزاوية التي يعالجها هذا المقال في مفترق طرق بين ضرورة مواكبة ما تتيحه هذه الوسائط الاتصالية والإعلامية الجديدة من مميزات وخدمات من جهة ووجوب الحذر منها من جهة أخرى بالنظر إلى تداعياتها السلبية عليه خاصة ما تعلق بصعوبة التحكم بالمحتوى الإعلامي بعد عرضه إذ يمكن تزييفه أو فبركته أو توجيهه لأغراض أخرى لا تخدم المصلحة العامة.

إنّ تجديد الخطاب الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي أصبح ضرورة ملحة تفرضها متطلبات العصر الحالي، غير أن هذا الأخير لا يمكن حصره فقط في البعد التكنولوجي بل يتطلب أيضا تطورات على مستوى المحتوى المقدم ومدى تكييفه مع الواقع من حيث منطقيته وحاجات الأفراد ومن حيث أيضا اللغة المستخدمة وأهمية القضية وقبل ذلك كله لا بد أن يطال التجديد صاحب الخطاب في حد ذاته ومدى قدرته على تجديد أفكاره باستمرار واتسامه برحابة الصدر وسعة اطلاعه وتحكمه في الجانب التكنولوجي كضرورة حتمية تفرضها المرحلة الجديدة.

الإشكالية:

يُعتبر تجديد الخطاب الإعلامي الديني ضرورة ملحة، غير أن هذا الأخير لا بد أن يخضع لجملة من الضوابط منها ما يتعلق بصفة الخطاب والتي من أهمها الوضوح: بحيث يتمكن عامة الناس من فهمه، إضافة إلى توافر السند الشرعي له، ومنها ما يتعلق بقواعد هذا العلم أي أن يكون مبنيا على قواعد فقهية أجمع عليها العلماء، من أجل عدم الانسياق وراء الخطابات التي تتسم في ظاهرها بالصفة الدينية بينما تهدف في باطنها إلى تمرير الكثير من الرسائل المتشددة التي تتجاهل ثوابت الدين وتتجاوز حدوده عن قصد أو بجهل، ومنها ما يتعلق بطبيعة التطورات الاتصالية والإعلامية التي يسعى الخطاب الإعلامي الديني إلى مواكبتها. وبما أن الفضاءات الافتراضية ممثلة في مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تستقطب اهتمام الملايين من البشر عبر مختلف مناطق العالم بالنظر إلى

مميزاتها كالجماهيرية والتفاعلية وامكانية المشاركة في صناعة المضامين المختلفة على غرار المضامين الدينية. فإن الخطاب الديني بناء على كل ما سبق مُطالب هو الآخر بالاستفادة من مميزاتها والتي تُعتبر في ذات الوقت سلاحا ذو حدين، فيمكن أيضا أن تضر به من خلال الحرية الكبيرة الممنوحة للأفراد فيها، فيمكن مثلا لأي مستخدم فبركة شخصية رجل دين مُعين ومن ثم تمرير خطاب باسمه وصوته وحتى وجهه مما يسهم في نشر أفكار وأحاديث غير صحيحة تضر بالدين أكثر مما تنفعه وذلك قد يكون خدمة لمصالح جهات معينة في غالب الأحيان.

من هذا المنطلق نطرح التساؤل المركزي التالي:

ماهي الاستراتيجيات التي يُمكن توظيفها عبر مواقع التواصل الاجتماعي قصد بناء خطاب إعلامي ديني معتدل وهادف ؟

كما يسعى هذا المقال إلى الإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما طبيعة الخطاب الإعلامي الديني؟
- ما طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي استراتيجيات تجديد الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي الانعكاسات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الخطاب الإعلامي الديني؟

أهمية الدراسة

يكتسي هذا المقال العلمي أهمية كبيرة من حيث أنه يسعى إلى تقصي طبيعة العلاقة بين ركيزتين أساسيتين مرتبطتان بوجود الإنسان وتطوره وهما : الخطاب الإعلامي الديني والذي يُشكّل الشق الأصيل والمتأصل فيه والفضاءات الافتراضية بصفتها الشق الذي يواكب المعاصرة وهو ضرورة حتمية لا مفرّ منها في حياتنا اليوم. كما تنبع أهميته أيضا من أهمية الوسيلة في حدّ ذاتها والتي أصبحت تشكل فضاء واسعا ومفتوحا يستقي منه أغلب مستخدميها مختلف المعلومات.

سنتعرف في هذا المقال العلمي على مختلف الاستراتيجيات التي يُمكن توظيفها عبر مواقع التواصل الاجتماعي قصد بناء خطاب إعلامي ديني هادف، رصين ومعتدل وفي ذات الوقت مواكب للتطور التكنولوجي .

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على طبيعة الخطاب الإعلامي الديني.
- التعرف على طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي من خلال:
- التعرف على استراتيجيات تجديد الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- التعرف على الانعكاسات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي على الخطاب الإعلامي الديني.

مفاهيم الدراسة:

تعريف الخطاب

الخطاب: كلمة مُشتقة في أصلها من الفعل الثلاثي خاطب ومضارعه يُخاطب ومنها مخاطبة ويُقال خاطب فلان أي كلمه، وعليه يُشير تعريف الخطاب في اللغة إلى الكلام بين اثنين.¹
يُعرّف الخطاب أيضا على أنه: " كل نطق أو كتابة تحمل وجهة نظر مُحددة من المتكلم أو الكاتب، وتفترض فيه التأثير على السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار مُجمل الممارسات أو الظروف التي تم فيها.²
الدين:

كلمة الدين في اللغة، تشير إلى الجزاء تقول العرب سابقا دنته بفعله أي جزيته. وقد اشتق يوم الدين من يوم الجزاء ومنها قوله تعالى (إنا لمدينون) أي محاسبون مجزيون.³
- أما الخطاب الديني: فقد رأى الباحثون المتخصصون في المجال أنه يشمل معنيين:⁴
- المعنى الأول: يحصر هذا المعنى الخطاب الديني في كل كلام أو فعل أو سلوك أو ممارسة يكون مصدره دين معين ينتمي إليه فاعله.

- المعنى الثاني: يحصر هذا المعنى الخطاب الديني في كل قول أو فعل أو موقف أو دعوة تصدر عن رجال الدين وتكون خلفيتهم في ذلك الدين الذي يعتنقونه.

أما الخطاب الديني الاسلامي فهو خطاب يستند إلى مصادر التشريع الاسلامي، وهي القرآن الكريم والسنة النبوية ومصادر التشريع الاسلامية الأخرى، سواء كان هذا الخطاب صادرا من جهة اسلامية أو مؤسسة دعوية رسمية أو غير رسمية أو أفراد جمعهم الاستناد إلى الدين الاسلامي وأصوله كمصدر لأطروحاتهم.⁵ ويمجد الدين الاسلامي كل من يفقه في أمور دينه ودينه بالعلم (قل هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون)⁶ والعلماء هم الذين يحق لهم أن يتكلموا باسم الإسلام ويبينوا للناس أحكامه وهم الذين يجب الرجوع إليهم في مسائل الاجتهاد التي لا تكون معلومة من الدين بالضرورة كما قال تعالى (فاسألوا أهل الذكر إن كنتم لا تعلمون).⁷

فكل خطاب إسلامي يصدر من غير أهل الاجتهاد لا يجوز أن يُسمى إسلامياً، كما لا يجوز أن تُحمّل الإسلام أخطاء التابعين في ممارستهم للدين أو فهمهم له .
التجديد:

التجديد في اللغة: من الجدة وهي ضد البلى ويعني: تصيير الشيء جديداً
قال ابن منظور: الجدة مصدر الجديد وأجد الثوب واستجدته وتجدد الشيء: صار جديداً.
وأجده، وجدده واستجدته : صيره جديداً.⁸

تجديد الخطاب الإعلامي الديني

هو فهم النصوص الشرعية في نور المقاصد الكلية للشريعة، بما يُلائم واقع الناس، ويحقق آمالهم في الحياة ويؤهلهم للفوز في الآخرة، وهو يعني أيضاً: تجديد الطرق والأساليب والوسائل والصيغ والمناهج، دون أن يمس ذلك الثوابت والقطعيات.⁹

إن المقصود من تجديد الخطاب الإعلامي الديني: ليس تجديد النظر في الدين حذفاً أو اضافة أو تعبيراً.. أو تجديد الدين نفسه، بل تجديد الفهم الديني، ذلك الفهم الذي أنتجه العقل الإنساني في

علاقته تاريخيا مع الدين: فهما وتأويلا وتفسيرا، ذلك أن التجديد المنشود على هذا الأساس يكون في المتغيرات وليس في الثوابت.¹⁰

أخلاقيات وأسس الخطاب الإعلامي الديني

لا بد وأن يُبنى الخطاب الإعلامي الديني السليم على جُملة من الأسس حتى يحقق أهدافه، فلا ينبغي أن يخرج الخطاب عن أخلاقيات التخاطب وآداب الكلام كما يجب أن لا يكون اعتباطيا وغير مدروس أو غير متناسق مع الهدف منه أو موضوعه أو اهتمامات متلقيه. وفيما يلي نعرض بعض من أخلاقيات وأسس الخطاب الإعلامي الديني الناجح:

- أن يكون الهدف من الخطاب الإعلامي سليما وصحيحا، يصب في مصلحة المجتمع والأمة وليس مصلحة هيئات أو شخصيات مُعينة بهدف خدمة مصالحها الخاصة أو فرض توجهاتها.
- أن يكون الخطاب الإعلامي الديني مبنيا على الحُجج والبراهين العلمية والمنطقية والتي لا تتعارض مع العقل البشري، بمعنى أن لا يكون خطابا فلسفيا غيبيا.
- أن يكون الخطاب الإعلامي الديني موضوعيا واضح الهدف والمقصد ولا يحمل رسائل سياسية كالدعوة لانتخاب شخصيات معينة أو استغلال المنبر لتزكيتها.
- أن تكون لغة الخطاب الإعلامي جاذبة غير منفرة محفزة لفعل الخير والدعوة إليه.
- أن لا يكون محتوى الخطاب تهجما أو تكفيرا خاصة بالنسبة للمحتوى الموجه لغير المسلمين.
- أن لا يتحدث صاحب الخطاب بلغة توحى بالفوقية والتنزه عن الخطأ والتميز عن الآخرين.
- أن يكون صاحب الخطاب مُلما ومطلعا على أحكام وتعاليم الدين حتى لا يكون الكلام سطحيا ومتناقضا.

- أن يكون الخطاب دقيقا ومختصرا وليس طويلا ومملا.
- أن يساهم الخطاب الإعلامي الديني في تهدئة الأزمات التي تتعرض لها المجتمعات، سواء الأزمات الطائفية أو العرقية أو غيرها¹¹، ذلك أن الخطاب الديني يُذكر بتعاليم الدين السامية الداعية إلى الوحدة والمساواة ونبذ كل أشكال التفرقة والتمييز العنصري يقول رسول الله صلى الله عليه وسلم في هذا الصدد (لا فضل لعربي على أعجمي ولا لأبيض على أسود إلا بالتقوى) .

مميزات الخطاب الديني الدعوي في المنهج النبوي

وإذا أردنا استخلاص الأسس الدعوية التي بنى عليها رسول الله صلى الله عليه وسلم خطابه الديني يُمكن حصرها على سبيل المثال في:¹²

- 1- المبدئية: ونقصد بها هنا التزام النبي صلى الله عليه وسلم في كلامه وسلوكه ومواقفه وعلاقاته بمقررات الدعوة وثوابتها، وجعلها فيصلا بينه وبين الناس في الأخذ والعطاء.
- 2- الحكمة والتدرج: فحين كانت الدعوة في مراحلها الأولى (مرحلة الضعف) اعتمد سياسة الصبر وعدم المواجهة ووسائل المعارضة السليمة ونبذ العنف، وكلما قويت الدعوة زاد استخدامه للقوة العادلة في نصرته الحق.

- 3- الواقعية: لقد كان خطاب النبي صلى الله عليه وسلم واقعياً في كل خطواته، لا يُهمل الواقع الانساني ولا يتعالى عليه، وهو ما ساعده على تحريك الأحداث بإيجابية نحو تحقيق مقاصد الدعوة وأهدافها.
- 4- تنوع الوسائل والأساليب: تنوعت وسائله صلى الله عليه وسلم حسب الحاجة فاستخدم المفاوضات وعقد الهدنة والمعاهدات واستخدم وسيلة المقاطعة ...
- 5- العدل والأمانة: لا محاباة عنده في أخذ الحق وإقامة العدل ولو على الأقرباء والمسؤولين قال صلى الله عليه وسلم (لو أن فاطمة بنت محمد سرقت لقطع محمد يدها).
- 6- البينة: تميز الخطاب الديني النبوي بكونه بلاغاً مبيناً على الأدلة والبراهين والحجج فلم يكن متناقضاً، إضافة إلى تميزه بالتنظيم الدقيق والفاعلية والاستمرارية.

مواقع التواصل الاجتماعي

اهتم العلماء على اختلاف تخصصاتهم العلمية-علماء النفس والاجتماع والإعلام والاتصال- بالفضاءات الافتراضية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي ، من حيث أنها تتيح الاتصال بين شخصين فأكثر وتفسح المجال للتفاعل الاجتماعي غير المحدود، وثمَّكن من تشكُّل علاقات افتراضية تقترب أو تباعد عن العلاقات الحقيقية حسب طبيعة وجغرافية الأشخاص الذين نتحاور معهم. كما ثمَّكن الأشخاص من التعارف وتبادل الرسائل فيما بينهم وحتى من الكلام وجها لجه عن طريق فتح الكاميرا، كما تحولت العديد من العلاقات التي كان الفضاء الافتراضي بمثابة نقطة انطلاق لها إلى علاقات حقيقية وانتهت في كثير من الأحيان بصلة القرابة ، لذلك يقول (Timothy Leary) "إننا سنُسجل في المستقبل القريب علاقات عبر الأنترنت، مع أناس قد لا نراهم أماناً أبداً فالعديد من الاتصالات والمقابلات ستتم من الآن فصاعداً عبر الشبكة".¹³

من هنا يُمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا الواقعية، بل أنها تُعبر عنها في كثير من الأحيان وهو ذات الدور الذي حازته وسائل الإعلام سابقاً والتي طالما عبرت عن واقع المجتمع وخاطبت الأفراد عبرها كما بعثت بمحتويات ورسائل تراوحت أدوارها بين البناء والهدم على حد تعبير العديد من المتخصصين في تحليل المحتوى. والأمر ذاته بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تؤدي نفس دور وسائل الإعلام التقليدية مع إعطاء قيمة مضافة لمستخدميها الذين يتميزون بالنشاط والوعي والقدرة على المشاركة في صناعة المضامين والمحتويات الإعلامية المختلفة بما فيها المحتويات ذات الطابع الديني وأيضا القدرة على مشاركتها على نطاق واسع والتعليق عليها وانتقادها .

2- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

يعتبر "سيرج بروكس Serge Broulx " أن مواقع التواصل الاجتماعي مفهوم يشير إلى مجموعة من الأفراد يتواجدون عبر منطديات المحادثة أو مجموعات افتراضية ينتج عنها مع مرور الوقت شعور بالانتماء إلى جماعة واحدة تجمعهم ذات الأذواق والقيم والأهداف والاهتمامات المشتركة.¹⁴

تشتمل مواقع التواصل الاجتماعي على قواعد ونظم تحدد الأدوار وتعطي خصائص ثقافية لكل تجمع بشري عبرها.¹⁵

اعتبر "بسيوني ابراهيم حمادة" أن مواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية لا يُمكن أن تتشكل إلا بوجود التجمعات الاجتماعية التي تظهر بدورها عند استخدام شبكة الانترنت، ويجتمع ضمنها ذوي الأهداف والقضايا والاهتمامات المشتركة يتناقشون فيما بينهم بشكل دائم ويشعرون بالانتماء للفضاء الذي يتواجدون فيه.¹⁶

أما "هارولد راينغولد" فيركز في تعريفه لمواقع التواصل الاجتماعي والفضاءات الافتراضية بصفة عامة على مقومين أساسيين هما: الاجتماعي والتكنولوجي، ذلك أنه لا يمكن الحديث عن وجود أي مجتمع دون وجود الدافع الاجتماعي وهو الرغبة التي على أساسها يقرر الأفراد الدخول في تجمعات اجتماعية في بيئة تكنولوجية أي في ظروف تكنو- اجتماعية بعدد كاف من المشاركين والأعضاء ويستمررون في تفاعلهم الاجتماعي رقميا لوقت كاف من الزمن.¹⁷

مميزات مواقع التواصل الاجتماعي

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بجملة من المميزات يمكن لأي باحث استخلاصها وهي:

- سرعة التغيرات التي تطرأ عليها من حيث تزايد أو تناقص عدد المنخرطين فيها أو بسبب سرعة التطورات التكنولوجية (التحديث المستمر للتطبيقات).

- عدم تجانس المنخرطين فيها، من حيث اختلاف أعمارهم وبيئاتهم وأجناسهم ومستواهم التعليمي إضافة إلى عنصر المجهولية أي أن الأعضاء غالبا ما يكونون غير معروفين بذواتهم.

- تعدد الفضاءات التي يتواصل عبرها المنخرطون في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نجد: الفيسبوك، التويتر، انستغرام، سناب شات...

- أنها متاحة لكل من يرغب في الانضمام إليها حيث لا يكلف الأمر سوى كبسة زر، ويُطلق على مواقع التواصل الاجتماعي اسم المدينة التي لا تنام، بالنظر إلى امكانية عدم الانقطاع عن التواصل أو ممارسة بعض الأعمال لأوقات متأخرة عكس الفضاءات الحقيقية التي غالبا ما يكون أفرادها مقيدون بفضاء زمني ومكاني مُحدد.¹⁸

- لا يتقيد مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي بمكان مادي يجتمعون فيه، ذلك أنها تتخطى الحدود الجغرافية والزمانية.

- سرعة التفاعل: يتميز رد الفعل في الفضاءات الافتراضية غالبا بالفعورية.¹⁹

- يُعاب على مواقع التواصل الاجتماعي أنها ألغت العديد من الميكانيزمات غير اللغوية، التي نفهمها من خلال تعابير الوجه في الاتصال المباشر كالابتسامة، علامات الرضا، علامات غير الرضا...، ولئن اشتمل الثاني على بعض الايموتيكونات Emoticons أو السمايلز Smilies إلا أنها غير كافية ولا يمكن أن تعوض مكانة الاتصال الشخصي.

- توفر مواقع التواصل الاجتماعي فرصة أكبر لكل أعضائها للتفكير والنقاش بحرية وفي كل المواضيع.

- يتطلب الانخراط في مواقع التواصل الاجتماعي الموافقة على بعض المواد والقوانين التي تحدد كى فية الاستخدام وآداب التعامل مع المدرشين الآخرين ولكل مجموعة قواعدها وقوانينها الخاصة بها.

- تتميز الفضاءات الافتراضية أيضا بسرعة تداول المعلومات وامكانية مشاركتها على نطاق واسع. إضافة إلى بعض المميزات التي أشار إليها " زكي وليد رشاد" وهي: توفرها على الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية، تكوين العلاقات والأصدقاء، إمكانية إرسال الرسائل وإنشاء الصفحات، إمكانية إنشاء ملفات شخصية، خاصة الصور والفيديو، خاصة المجموعات، خاصة الأحداث الهامة وخاصة المدونات.²⁰

وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي انطلقا من مميزاتا تمكن مستخدميها من صناعة مختلف المحتويات الإعلامية بما فيها ذات الطابع الديني، فإن الخطاب الإعلامي الديني مطالب بالخروج من الأسلوب الكلاسيكي المعتمد سابقا ضمن وسائل الإعلام التقليدية إلى تبني أسلوب جديد يتناسب ومميزات البيئة الجديدة ومستخدميها، وفيما يلي سنتعرف على أهم محدّدات تجديد الخطاب الإعلامي الديني عبر هذه البيئة الجديدة.

استراتيجيات تجديد الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إن مشروع التجديد عند كل أمة لا بد من أن تكون له آليات لتحقيقه، تتسم بالإحكام والرصانة، وأن تكون للتجديد استراتيجيات معينة، تكون في صدارتها أن يكون التجديد منتجا لإضافة علمية تتناسق مع طبيعة الواقع المعاش، بحيث يترتب عليها أثر علمي، كما أن ضرورة تجديد الخطاب الإعلامي الديني لا تعني أن يكون منفصلا عن قواعده وأهدافه، والدين في جوهره جاء لتحقيق توازن الإنسان، ولا ينبغي أن ينفصل الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن هدفه الأسمى، ومن أهم استراتيجيات التجديد نذكر:²¹

- أهمية التخصص العلمي: تقع على عاتق علماء الدين أهل الاختصاص مسؤولية تجديد نوع الخطاب الموجه للناس تماشيا مع التطور التكنولوجي وتعقد الحياة البشرية وظهور مسائل جديدة لم تكن موجودة من قبل. وهو ما أكده القرآن الكريم في الآية الكريمة (فاسألوا أهل الذكر إن كنتم لا تعلمون)²². والمقصود أن لكل علم رواده مهما اختلفت وتطورت الوسيلة فلا يفتي في كل اختصاص إلا أهله المخولين لذلك، وعليه وجب على هؤلاء المتخصصين اعطاء أهمية كبيرة لمواقع التواصل الاجتماعي والانخراط فيها ونشر المحتوى عبرها.

- التحلي بالموضوعية قدر المستطاع: ذلك أن مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي يتميزون بالوعي والقدرة على النقد وتقييم محتوى الخطاب الإعلامي الديني من عدّة زوايا كما أطلقت عليهم تسمية الجمهور العنيد.

- التمسك والاحتكام للأصول والثوابت: ويقصد بالثوابت هنا الأمور القاعدية التي فصل فيها الدين الاسلامي وغير القابلة للنقاش مثل العقيدة وأركان الإسلام وقدسيتها النص القرآني وأركان الإسلام الخمسة... وبذلك يجب على صاحب الخطاب الإعلامي الاعتماد عليها لتقوية الحجة والاستدلال بها والعمل على ابرازها قصد اقناع أكبر عدد ممكن من المستخدمين.

- الاعتراف بقصور العقل البشري ومحدودية مداركه: ذلك أن الكمال لله سبحانه وتعالى وللعقل البشري حدود في المكتسبات المعرفية والطاقة الإبداعية ومن المحال أن يصل للكمال الرباني أو أن يحل محل الوحي السماوي.
- أن يكون الهدف الأساسي من الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو الإصلاح وليس الشهرة أو المال فالإصلاح كان رسالة الأنبياء والرسل، وهو أعظم رسائل خلق الله.
- التحكم في اللغات وقواعدها ومخاطبة المستخدمين من مختلف مناطق العالم بلغة بسيطة سهلة ومفهومة خاصة ما تعلق بتفسير النصوص بصفتها لغة القرآن الكريم.
- عدم الاعتماد على نص واحد في الحكم وإغفال بقية النصوص التي وردت فيه، فهذا يعطي فهما محدودا وغير دقيق، وبما أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بسرعة مشاركة المحتوى فقد يؤدي هذا إلى انتشار الفهم الخاطئ على نطاق واسع بسرعة كبيرة.
- ترسيخ القيم الأخلاقية والسلوكية والاقتصادية لدى المستخدمين ومواجهة ما تنشره العولمة من رسائل استهلاكية تافهة .
- التركيز على ترسيخ الانتماء الوطني وقديسية الأرض وحب الوطن خاصة لدى فئة الشباب لاسيما في ظل المتغيرات الإقليمية والدولية الراهنة.
- الدعوة إلى احترام ثقافة الآخر والإيمان بسنة التنوع وثقافة التعدد ومنع التعصب والكراهة.
- تعظيم حرمة المال العام وحقوق الآخر خاصة من خلال الرسائل الدينية التوعوية ذلك أن الدين يشمل أيضا التعاملات الدنيوية وحقوق الناس ورد المظالم باستخدام الرسائل المصورة والفيديوهات القصيرة التوعوية والهادفة.
- التجديد في وسائل الخطاب الإعلامي الديني من خلال توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المونتاج والصوت والصورة وقصص الأنبياء وسيرتهم بأسلوب مشوق يحاكي العقل والخيال ...
- من المستحسن للغاية أن يكون صاحب الخطاب من فئة الشباب يفهم احتياجاتهم ويشاركهم آمالهم وتطلعاتهم.²³
- الاعتماد على الرسائل القصيرة والدقيقة ذلك أن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بالسرعة و الاختصار.
- ويلزم لتحقيق كل ذلك إعداد صاحب الخطاب الإعلامي إعدادا يُحقق أهداف الخطاب الديني فيجب أن يتحلى هو الآخر بالصفات التالية:²⁴
 - * أن يكون من المتخصصين في أمور الدين والخطاب .
 - * أن يكون المُجدد موضوعيا، بحيث لا تكون فكرة التجديد لديه نابعة عن ردة فعل أو ظروف نفسية تحتم عليه ذلك.²⁵
 - * العناية بتكوين صاحب الخطاب روحيا، فمن تأثر أثر، ومن اتّصل أوصل.
 - * العناية بتكوين صاحب الخطاب أخلاقيا وسلوكيا، فإن السلوك القويم والخلق العظيم دليل على الفكر المستقيم (لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة).

* تكوين صاحب الخطاب الإعلامي الديني فكريا ومعرفيا، وتدريبه المستمر على مواكبة التطورات التكنولوجية

الانعكاسات الإيجابية والسلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي على الخطاب الإعلامي الديني. الانعكاسات الإيجابية

إن تجديد استراتيجية الخطاب الإعلامي الديني ضرورة ملحة، ذلك أن تطور الحياة المتسارع وتنامي المشكلات وتنوعها وتكاثر الوقائع وتكاثر المستجدات واتساع الكون وتجاوز البشر الكرة الأرضية إلى كواكب أخرى افتراضية واقبال الملايين من الأشخاص عليها، كل ذلك جعل تجديد استراتيجية الخطاب الإعلامي الديني من حيث الوسائل المستخدمة حتمية لا مفرّ منها والتي يجب أن تواكب العصر بتطوراتها من أجل ضمان وصول الرسالة إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين.

- إن الفضاءات الافتراضية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي تفسح المجال لعرض تنوع المذاهب الفقهية، واختلاف أبناء المذهب مع بعضهم أحيانا أو مع رأي صاحب المذهب، وهو ما يفسح المجال لصاحب كل مذهب ديني عرض افكاره بحرية وبالحجج التي يراها مناسبة مما يغلق الباب في وجه أنصار الفتن والتأويلات المتضاربة التي تستغل الاختلاف لتحوّله إلى خلاف من خلال التلاعب في تأويل النصوص، الأمر الذي يفسح المجال لفهمها فهما صحيحا من خلال ضمان الوصول إلى المعلومة الصحيحة من مصدرها الأصلي.

- ثُمّكن مواقع التواصل الاجتماعي بالنظر إلى خصائصها من إيصال الخطاب الديني إلى أكبر عدد ممكن من الأشخاص وعبر مختلف مناطق العالم وفي ظرف وجيز جدا مما يوفر الجهد والوقت.

- يُعبّر الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن مواكبة التطورات التكنولوجية مما يعطي انطبعا للأفراد أن الدين الإسلامي دين علم وتجديد.

- الحرية الفكرية والتعبير عن الرأي التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي تحرر الأفراد من الجمود وتحفزهم على التأمل والتفكير والمقارنة والنقد لمختلف الخطابات التي يتلقاها، الأمر الذي يوحى بضرورة انتهاجه منهج التجديد، انطلاقا من كونه ليس مجرد متأثر بما حوله، إنما هو مؤثر أيضا في القضايا وموجه لها.²⁶

- التفاعل الذي تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي يُمكن من فهم الخطاب الديني بالشكل الصحيح من خلال الإجابة الفورية على استفسارات الأفراد، كما يُمكن إيصاله إلى مختلف مناطق العالم ويستهدف بذلك كل الأجناس.

- إمكانية الدمج بين الكلمة المكتوبة والمسموعة والمنطوقة والفيديوهات المصورة وكلّها أساليب تُسهّل عملية الاقناع وتجذب أكبر عدد من المستخدمين خاصة من فئة الشباب.

- يدحض الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي الصورة النمطية السلبية المترسّخة في أذهان الكثيرين من غير المسلمين والتي تربط بين الإسلام والإرهاب وهي صورة مغلوبة رسختها معظم وسائل الإعلام الغربية عن طريق التلفزيون و السينما والتي صعب منافستها سابقا بالنظر إلى احتكارها لمختلف وسائل الإعلام.

وفي دراسة للباحث "الصادق رابح" عن الخطاب الاسلامي على شبكة الأنترنت، خلصت الدراسة إلى أن المدونات وغيرها من شبكات التواصل الاجتماعي تُعدّ فرصة ثمينة لإنتاج الخطاب الإعلامي الديني المتوازن الذي يحرص على تصحيح صورة الاسلام والمسلمين وتصحيح الأفكار الخاطئة التي تثار في هذا الشأن وضبط وتقويم سلوكيات المجتمع الاسلامي، كما أشار إلى أن نسبة المدونات التي تنتج الخطاب الديني تقل بكثير عن المدونات التي تهتم بالنواحي السياسية والأدبية والذاتية، ويتضح ذلك من خلال التصنيفات التي تُعدها المواقع التي تستضيف المدونات والتي يعدها المدونون أنفسهم وصفا لمدوناتهم.²⁷

كما خلصت ذات الدراسة إلى أن أغلبية القائمين على إنتاج الخطاب الديني الاسلامي عبر المدونات يركزون على القضايا المعاصرة التي تهم المسلمين، وتخوض في كثير من القضايا المسكوت عنها في الإعلام الرسمي. كما تمثل المدونات مجتمعا تفاعليا، حيث تتيح للقراء إمكانية التعليق على الرسائل والتواصل مع المدون لمناقشة آراءه وأطروحاته.²⁸

الانعكاسات السلبية

- إن الحرية الكبيرة الممنوحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد تؤدي إلى نشر الكثير من الأحاديث والأقاويل المغلوطة الصادرة عن رجال دين غير معروفين، كما أن هذه الفضاءات تتميز بسرعة انتشار الإشاعات مما يهدد صورة الدين أكثر من تحسينها.

- تسمح مواقع التواصل الاجتماعي ب بروز الحركات الأصولية وتحولها إلى سلفية رجعية متحجرة تُعطلّ العقل وتحارب مبدأ الاختلاف والتنوع بالنظر إلى تميزها بغياب الرقابة مقارنة بوسائل الاعلام التقليدية التي تشرف عليها الدولة أو هيئات تتعرض للمساءلة القانونية في حال عدم احترامها لأخلاقيات المهنة.

- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إمكانية الظهور بشخصية مزيفة مما يجعل الكثير من الأفراد الموجهين يتقمصون شخصيات رجال الدين المعروفين، وبذلك ينزلون الأحاديث والأحكام التي لا تُعبر عن فهم متخصصين في المجال المذكور، كما أنها لا تستند إلى سند شرعي في كثير من الأحيان مما يؤثر سلبا على الدين الاسلامي، خاصة وأن هذه المواقع تتميز بسرعة انتشار الإشاعات التي يصعب التعرف عن مصدرها.

- الفيديوهات المفبركة والتي تعتمد تمرير رسائل مغلوطة في كثير من الأحيان بهدف الاساءة إلى الدين وربطه بالعنف الأمر الذي يُصعّب في كثير من الأحيان اثبات زيفها وبالتالي تترك أثارا في عقول الكثيرين خاصة أولئك الذين لا يعرفون الدين الإسلامي جيدا، وبذلك يصعب التحكم عبر هذه المواقع في مضامين الرسائل الدينية في كثير من الأحيان.

خاتمة:

إن التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال تحتم علينا الاندماج بلا تردد فيها من أجل بناء خطاب إعلامي ديني قادر على الوصول إلى مختلف شعوب العالم بصورة سريعة وسهلة، من أجل تقديم صورة الإسلام الحقيقية وتعريف الناس بمبادئه السمحة والمسالمة والداعية للسلام.

إنّ تجديد الخطاب الإعلامي الديني عبر مواقع التواصل الاجتماعي يقع في مفترق طريقين، فيها من الإيجابيات كما فيها من السلبيات، كما أن هذه السلبيات لا تتعلق بالخطاب في حد ذاته بقدر ما تتعلق بمميزات الفضاء الافتراضي الذي يعبر عن مجال واسع مفتوح على الجميع وللجميع. ما يُمكن قوله في الأخير هو أن التجديد سنة الكون، كما أننا اليوم في أمس الحاجة إلى وضع استراتيجيات جديدة للخطاب الإعلامي الديني تؤكد على ضرورة التعامل الإيجابي مع الآخر وتفهمه بعيدا عن الانغلاق الذاتي الذي يؤدي حتما إلى الجمود والتحجر الفكري.

- التوصيات

على الخطاب الإعلامي الديني وضع استراتيجيات جديدة من أجل ضمان عدم الانغلاق على الذات وفتح المجال للحوار مع كل الاطراف المختلفة دون الخروج عن الثوابت الدينية القاعدية التي هي أساس الدين الاسلامي، ويتحقق ذلك من خلال عدم عزل الاسلام عن التطورات الحديثة واعتباره تراثا قديما غير مواكب للعصر ومتطلباته.

وانطلاقا من كل ما سبق نقدم التوصيات التالية :

- * ضرورة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في شقها الايجابي من خلال بناء ونشر خطاب ديني قائم على الموعظة الحسنة والجدال بالأحسن وهو ما حثّ عليه الدين الاسلامي في قوله تعالى (أدعوا الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن).
- * الدبلوماسية في التعامل مع الناس والابتعاد عن التعصب للرأي واقصاء النقد، اضافة إلى مراعاة مشاعر وحقوق من يُعامل معهم.
- * الموضوعية في بناء الخطاب الإعلامي الديني والابتعاد عن الخيال والغيبيات والاستناد الى حقائق علمية وواقعية، فنشر خطابات منطقية تأكيد على أن الدين الاسلامي هو دين حُجّة ومنطق وعقل وليس خرافات وخيال.
- * الدقة والاختصار وتجنب الاطالة والتنميق الزائد في الكلام ما يجعل الكثيرين يعزفون عنه.
- * تنظيم المعلومات والأفكار بشكل متسلسل والابتعاد عن الفوضى حتى نضمن شد انتباه المتلقي.
- * ضرورة مراعاة اللغة السليمة والدقيقة حتى لا يكون المجال مفتوحا لتأويلات متعددة.
- * عدم التهم أو استخدام أسلوب التحدي أو ادعاء الصواب المُطلق بلغة الخطاب .
- * مواجهة المحتويات الهابطة بمحتويات ليّنة واعظة غير متهمجة موجهة خاصة لفئة الشباب.
- * ضرورة التحلي بالحكمة والذكاء وعدم الاندفاع أو الحماس الزائد عند المشاركة في الحوارات والنقاشات المفتوحة.
- * استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع بين الصوت والصورة مع تركيز الخطاب الإعلامي في نقاط مختصرة ودقيقة.

- 1- ابن فارس، (1982)، مقاييس اللغة، الطبعة الثالثة، مصر، مكتبة الخانجي، ص198.
- 2 - اباة احمد التجاني عمر عوض، (2020)، دور الخطاب الديني الإلكتروني في رفع الوعي الفكري لدى الشباب، كتاب جماعي بعنوان: الخطاب الديني في وسائل الإعلام: المضامين والهوية، الجزائر، دار ألفا للطباعة والنشر، ص71.
- 3- ابن منظور، (2016)، لسان العرب، القاهرة، الطبعة الأولى، دار المعارف الأميرية، ص169.
- 4 - عياض بن نامي السلمي، (2010)، تجديد الخطاب الديني: مفهومه وضوابطه، القاهرة، كلية دار العلوم - مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ص06.
- 5 - اباة احمد التجاني عمر عوض، مرجع سابق، ص71.
- 6 - القرآن الكريم، سورة الزمر، الآية (09)
- 7 - القرآن الكريم، سورة النحل، الآية (43)
- 8 - ابن منظور، مرجع سابق، ص، 111.
- 9 - ابراهيم صلاح السيد الهدهد، (2016)، "تجديد الخطاب الديني ضرورة كل عصر"، مجلة منار الإسلام، العدد 495، ص20.
- 10 - ابراهيم بسيوني حمادة، (2011)، حرية الإعلام الإلكتروني وسيادة الدولة، مع اشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، القاهرة، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية، ص05.
- 11 - رؤوف أحمد محمد الشمري، (2010)، الخطاب الديني بين سلبية الجمود وضرورة التجديد، جامعة الكوفة، كلية الفقه، قسم العقيدة والفقه الإسلامي، ص24.
- 12 - علاء الدين أحمد خليفة، (2020)، دور الخطاب الديني الإلكتروني في رفع الوعي الفكري لدى الشباب، كتاب جماعي بعنوان: الخطاب الديني في وسائل الإعلام: المضامين والهوية، الجزائر، دار ألفا للطباعة والنشر، ص ص 57-60.
- 13 - Philippe, Breton,(2000), **Le Culte de l'internet: Une menace pour le lien social**, Paris, la découverte, P 96.
- 14 - Serge, Proulx,(2004) «**Les communautés virtuelles construisent-elles du lien sociale ?**» communication, Colloque internationa l«L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation », Université Jean-Moulin, Lyon, 19-20 novembre,P07.
- 15 - عزام أبوالحام، (2011)، الإعلام والمجتمع، الطبعة الثانية، الأردن، دار أسامة، ص90.
- 16 - ابراهيم بسيوني حمادة، مرجع سابق، ص34.
- 17 - علي محمد رحومة، (دون سنة نشر)، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو-اجتماعي، ليبيا، معهد النفط الليبي، ص04.
- 18 - محمد لعقاب، (2011)، المواطن الرقمي، الطبعة الأولى، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر، ص24.
- 19 - حلمي خضر ساري، (2008)، "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)"، مجلة جامعة دمشق- المجلد24، العدد الأول والثاني، ص303.
- 20 - صونية عبيدش، (2016)، الشباب الجزائري والفيسبوك...بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، الجزائر، مركز البحوث والدراسات حول الجزائر والعالم، ص24.
- 21 - ابراهيم صلاح السيد الهدهد ، مرجع سابق، ص، 21.

²² - القرآن الكريم، سورة النحل، الآية (41)

²³ - إبراهيم صلاح السيد الهدهد ، مرجع سابق، ص، 21.

²⁴ - المرجع نفسه، ص، 21.

²⁵ - رؤوف أحمد محمد الشمري، مرجع سابق، ص25.

²⁶ - صلاح الجابري،(2005)، "مشاريع نهوض أم مشاريع انتكاس"، مجلة فضاءات، العدد 17، ص ص 33-34.

²⁷ - هالة دغمان،(2020)، شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الديني الموجه لمستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة: الفيسبوك نموذجا، الجزائر، دار ألفا للطباعة والنشر، ص 20.

²⁸ - المرجع نفسه، ص 21.

قائمة المصادر والمراجع

المصادر

القرآن الكريم

• سورة الزمر، الآية (09)

• سورة النحل، الآية (43)

القواميس

• ابن فارس، (1982)، مقاييس اللغة، الطبعة الثالثة، مصر، مكتبة الخانجي.

• ابن منظور، (2016)، لسان العرب، القاهرة، الطبعة الأولى، دار المعارف الأميرية.

المراجع:

المؤلفات

• التجاني اباة احمد عمر عوض، (2020)، دور الخطاب الديني الإلكتروني في رفع الوعي الفكري لدى الشباب، كتاب جماعي بعنوان: الخطاب الديني في وسائل الإعلام: المضامين والهوية، الجزائر، دار ألفا للطباعة والنشر.

• بسيوني ابراهيم حمادة، (2011)، حرية الإعلام الإلكتروني الدولي وسيادة الدولة، مع اشارة خاصة إلى الوضع في الدول النامية، القاهرة، مركز الدراسات وبحوث الدول النامية.

• الشمري رؤوف أحمد محمد،(2010)، الخطاب الديني بين سلبية الجمود وضرورة التجديد، جامعة الكوفة، كلية الفقه، قسم العقيدة والفقه الإسلامي.

• عبديش صونية، (2016)، الشباب الجزائري والفيسبوك...بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، الجزائر، مركز البحوث والدراسات حول الجزائر و العالم.

• عزام أبوالحمام، (2011)، الإعلام والمجتمع، الطبعة الثانية، الأردن، دار أسامة.

• خليفة علاء الدين أحمد ، (2020)، دور الخطاب الديني الإلكتروني في رفع الوعي الفكري لدى الشباب، كتاب جماعي بعنوان: الخطاب الديني في وسائل الإعلام: المضامين والهوية، الجزائر، دار ألفا للطباعة والنشر.

• رحومة علي محمد، (دون سنة نشر)، تنمية المجتمعات الافتراضية عوامل نجاح جديدة للتطوير الشبكي التكنو- اجتماعي، ليبيا، معهد النفط الليبي.

• السلمي عياض بن نامي السلمي،(2010)، تجديد الخطاب الديني: مفهومه وضوابطه، مصر، كلية دار العلوم - مركز البحوث والدراسات الإسلامية .

• لعقاب محمد ،(2011)، المواطن الرقمي، الطبعة الأولى، الجزائر، دار هومة للطباعة والنشر.

- دغمان هالة، (2020)، شبكات التواصل الاجتماعي والخطاب الديني الموجه لمستخدمي الوسائط الاتصالية الجديدة: الفيسبوك نموذجا، الجزائر، دار ألفا للطباعة والنشر.

المقالات

- الهدهد ابراهيم صلاح السيد، (2016)، "تجديد الخطاب الديني ضرورة كل عصر"، مجلة منار الإسلام، العدد 495.
- ساري حلمي خضر، (2008)، "تأثير الاتصال عبر الانترنت في العلاقات الاجتماعية، (دراسة ميدانية في المجتمع القطري)"، مجلة جامعة دمشق- المجلد 24، العدد الأول والثاني.
- الجابري صلاح، (2005)، "مشاريع نهوض أم مشاريع انتكاس"، مجلة فضاءات، العدد 17.

المراجع الأجنبية

- *Philippe, Breton, (2000), Le Culte de l'internet: Une menace pour le lien social, Paris, la découverte.*
- *Serge, Proulx, (2004) «Les communautés virtuelles construisent-elles du lien sociale ?» communication, Colloque internationale «L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation », Université Jean-Moulin, Lyon, 19-20 novembre.*