

# İSLAM VE YORUM V

## III. CİLT

Yayına Hazırlayan  
Prof. Dr. Fikret KARAMAN





**İnönü Üniversitesi Yayınları: 108**

# **İSLAM VE YORUM V**

## **III. CİLT**

**Yayına Hazırlayan**  
Prof. Dr. Fikret KARAMAN

**Editörler**  
Doç. Dr. Harun BEKİROĞLU  
Dr. Öğr. Üyesi Emine GÜZEL  
Dr. Öğr. Üyesi Yunus Emre TEMİZ  
Arş. Gör. Mehmet Ali YAVUZ

**ISBN**  
978-605-7853-72-1 (3.c)  
978-605-7853-55-4 (Tk)

**Sertifika No**  
49391

**İsteme Adresi**  
İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi  
44280 Kampüs / MALATYA  
Telefon: (0422) 377 49 97  
e-posta: ilahiyat@inonu.edu.tr

**Adres**  
Merkez Kampüs, 44280 Battalgazi MALATYA  
0422 377 32 24 e-posta: yayinevi@inonu.edu.tr

**Baskı**  
İnönü Üniversitesi Matbaası MALATYA  
Eylül 2021

© Bu kitabın yayım hakkı İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesine aittir. 5846, 2936 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Yasası gereği herhangi bir bölümü, resmi veya yazısı, yazarların, yayımcısının yazılı izni alınmadan tekrarlanamaz, basılamaz, kopyası çıkarılamaz, fotokopisi alınamaz, hiçbir biçimde, hiçbir yolla çoğaltılamaz ve dağıtılamaz. Yazıların ve görsellerin yasal sorumluluğu yazarlara aittir.

تمظهر الدين الرقمي للجيل Z

## Z KUŞAĞINDA DİJİTAL DİNİN TEZAHÜRLERİ

Doç. Dr. Bellil ABDELKARIM / عبد الكريم بليل

جامعة الشاذلي بن جديد، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الطارف/الجزائر  
Şazilî bin Cedit Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi-Cezair

bellil-abdelkarim@univ-eltarf.dz

ORCID: 0000-0002-9864-1812

### Geniş Özet<sup>1</sup>

İçinde bulunduğumuz on yılda, tüm bilgi, bilişsel, kültürel ve dini sistemler dijitalleşmiştir. Dijital içerikler ve medya araçları, psikolojik, pratik ve teorik olarak yaşamın tüm yönlerini ele geçirmiş; Bundan da en çok Z kuşağı, ardından da Alfa kuşağı etkilenmiştir.

Bu nesiller dijital yerli olarak bilinir. Z Kuşağı, iş hayatına yeni atılan ve kültürel, bilişsel, dini ve ahlaki olarak toplumsal kesimlerde daha fazla etkileşime girmeye hazırlanan gençleri temsil etmektedir. Bu değişime en çok maruz kalan ve aynı zamanda da en hızlı şekilde ayak uyduranlar da onlar olacaktır.

Dijitalleşme dinin yapısını, Z ve Alfa kuşaklarının eğilimlerine ve onun elektronik meşgalelerine yanıt verecek şekilde yeniden üretmekte ve bu şekilde de dini geleneksel yollardan öğrenen Y kuşağını da dijital kültürleşmeye ve içerikler üretmeye uygun olacak şekilde kendine çekmektedir.

İnternet üzerinden yapılan araştırmalar, Z kuşağının yüzde 60'nın dini kavramları kendi eğilimlerine uygun olacak şekilde herhangi bir uzmana

<sup>1</sup> Tercüme edip derleyen: Öğr. Gör. İshak DURMUŞ

danışmadan yeniden oluşturduğunu göstermektedir. Bu bağlamda medya da gençlerin ilgisini çekecek, onların isteklerine uygun dini ve kültürel iletişim modelleri hazırlamıştır.

Böylelikle dijital dindarlık internet üzerinden hocaların derslerini takip etme ya da sadece yazlarını okuma ve dini sorulara arama motorlarındaki hazır cevaplarla yetinme derecesine ulaşmış. Gerçek hayattaki hocalarla bir arada olmanın getirdiği ruhani feyzden uzak kalmıştır.

### **Problemler:**

- Dijital din Z ve Alfa kuşakları için bir tehlike arz etmekte midir?
- Dini bilgilere sanal ortamlardan ulaşmak, geleneksel yöntemler ile aynı maneviyatı ve ilmi birikimi vermekte midir?

### **Sonuçlar:**

- Dini bir merkezi yapının bulunmayışı nedeniyle dini bağlılığın zayıflaması.
- Z kuşağında dini temsil eden kişilerin kalitesinin internetteki izlenme ve beğeni sayısına bağlı olması.
- Sosyal paylaşım sitelerindeki yanlış bilgiler sebebiyle dinsizliğin ve ateistliğin artması.
- Dijital dünyadaki dindarlık nedeniyle yaşanan toplumun dini kimliğinden uzaklaşma.
- Dijital dinin toplumun örf, adet ve inançlarını yok etmesi.

### **Öneriler:**

- Z kuşağını topluma ve ailesine tekrar kazandırmak.
- Eğitimcilerin becerilerini Z kuşağının düşüncelerini daha iyi anlayacak şekilde geliştirmek.
- Z kuşağına uygun ve özgün dini içerikler üretmek.
- Bu bağlamda teknolojiden olabildiğince istifade etmek.
- Ebeveynleri ve çocukları bu konuda bilinçlendiren zorunlu kurslar açmak.

## مقدمة.

يعد العقد الحالي رقميا في كل النظم المعلوماتية، والمعرفية، والثقافية، والدينية. فالمحتوى الرقمي والوسائل والوسائط الرقمية تغزو كل مناحي الحياة المعيشية والنفسية والعملية والعلمية، وأكثر الأجيال تفاعلا مع العالم الرقمي هي: جيل Z، ويتبعه جيل ALPHA. تعرف هذه الأجيال بالمواطن الرقمي (native digital). ويمثل الجيل Z عنصر الشباب، وهم من سيقبلون على الانخراط في مجتمع العمل والتفاعل أكثر مع الشرائح المجتمعية ثقافيا ومعرفيا، وظيفيا دينيا، وأخلاقيا.

يتسم الجيل الرقمي Z بمواكبته لتسارع عالم الوسائط الرقمية، وتعرضه لآثار العولمة الرقمية: مع القابلية للتأقلم السريع مع أنماط التعايش ضمن محيط اجتماعي افتراضي رقمي، وقابلية أسرع للمواكبة والتعلم والاكْتساب لكل معطيات الرقمنة التواصلية.

والتي تعيد -بعض جوانبها - إنتاج بنية الثقافة الدينية بشكل يستجيب لميولات الجيل Z و ALPHA، ولانشغالاته الإلكترونية، ويجذب إليه الجيل Y، لتنقلها من مسارات التدين التقليدية؛ بالنحو إلى المراجع الدينية التقليدية؛ من مشايخ ودعاة وكتب وبحوث؛ إلى الدين الرقمي الخاضع لتكوين تدين يساير العولمة الثقافية المدعومة بالعولمة الرقمية، عبر تقديم دين السوق (إسلام السوق)، أي تسليع المحتوى الديني بحسب الطلب، وإخضاع الدين - تعليم الدين - لنظرية السوق والتسويق الدعائي وشركات الدعاية والإشهار والتوجيه لشريحة مجتمعية معينة. وتكوين دعاة يخاطبون فئات عمرية أو جنسية معينة، وتطوير خطاباتهم من حيث الأسلوب واللغة، المواضيع، الإخراج الدعائي، الهيئة، التصوير والبرمجة، بالاعتماد على شركات مختصة في برامج خطابات الجماهير، مثلها مثل برامج التوك شو، والبرامج الحوارية، وبرامج مشاهير اليوتيوبير.

وزاد تراكم مظاهر الدين الرقمي؛ الكمية الهائلة لتدفق المعلومات عبر المنصات، بأشكال وأنماط جد فعالة وجذابة من صور وأفلام وبرامج، مما يكسب المتصفح (المواطن الرقمي) ثقة زائدة بنفسه لإمكانية الوصول إلى جواب أي استفسار دون الرجوع لأهل الاختصاص. فخلق جو من التعالم والتحاقق بين شباب الجيل Z، دون أي تأصيل علمي ديني، ولا رصيد من علوم الشريعة، غير أنه خريج مواقع تواصل اجتماعي لا أكثر، يمتلك القدرة على التعلم الذاتي.

حيث تفيد دراسات الويب والمعلوماتية أن أزيد من 60% من الشباب غارقون في الفضاء الرقمي الافتراضي. وذا مؤشر قوي لتغيير المرجعية العلمية والمعرفية للمفاهيم التقليدية لاكتساب المعلومة الدينية.

وهنا ينساق المواطن الرقمي من الجيل Z لبناء مفاهيمه الدينية وتمظهرها الواقعي وفق ميولاته الافتراضية، دون إخضاعها للمراجعة من أهل الاختصاص، فهو يفتي نفسه رقميا، دون تفاعل مع المفتي أصلا.

إذ؛ أصبح العالم الرقمي بخدماته؛ يحاصرنا كليا في جميع مناحي الحياة المعيشية والفكرية، مع تأثيره على الوعي الذاتي والمحيط، مما يوجه سلوك الفرد والجماعة. في الوقت الذي لا زالت المؤسسة الدينية الرسمية تعتمد الخطاب الشفهي المباشر بنسبة عالية.

لكن الإعلام الجديد بعث نماذج تواصلية لنشر الخطابات الثقافية والدينية والإصلاحية والتوعية وفق التقنيات الرقمية، بما يناسب الجيل الرقمي، وأعاد إنتاج بنية الثقافة الدينية بإخراج يستجيب لذوق الجيل الرقمي ويناسب عناصر الجذب له.

فالمعلومة الدينية أو غيرها؛ أصبحت في عالم الرقمنة سيلا متدفقا؛ سهل المنال، بل يسهل أن تتقصدك المعلومة نفسها، عبر إعادة برمجة عقلك رقميا بواسطة منصات التواصل؛ بخلق عناصر الجذب الرقمية، والملاحقة الخوارزمية لفهم ميولاتك وتوجهاتك ونفسياتك ومستواك الفكري. وبذلك تشكل لدينا نمط مستحدثة من العلاقات الانتمائية الافتراضية لجماعة افتراضية، أو لأديان افتراضية لا وجود لها على الواقع.

هذا التدين الرقمي؛ يتمثل في مستويات من الوعي، انطلاقا من المتابعة للعلماء والدعاة مباشرة، للمتابع عبر المواقع، للقراءة فقط، لنصل لمستوى الاستغناء عن أهل الاختصاص، والاكتفاء بطرح السؤال على محرك البحث لتخرج الإجابة الجاهزة، دون الانتباه لأصل الفتوى أو الجواب، ولا فهم أن الجواب يحتاج من السائل فهما مسبقا لسؤاله وللغة العلم الباحث فيه، وأن الجواب يجب أن يكون من أهل الاختصاص للمستفتي المعني؛ من المفتي الذي سيسنفسر المستفتي عما يعينه على تصوير الحكم قبل إنزاله على مسألته.

تبين مؤشرات عدد مستخدمي الويب والزمن المستغرق فيها؛ أن الاستهلاك الرقمي في تصاعد متسارع على جميع الأصعدة والمجالات دون استثناء، وأن فيه تغيرا هائلا للمفاهيم التقليدية الأبستمولوجيا عن اكتساب المعلومة الدينية، وأهلية مصادرها.

مما يفرز تخوفا من تنامي الارتباط بين الجيل الرقمي (Z. Alpha) والمصادر الرقمية للمعلومة الدينية، حد الإدمان على التدين الرقمي، الذي يضعف القيمة الجمالية الروحية. ليتشكل الوعي وفق صورة نمطية رقمية افتراضية يصعب تركيبها واقعيًا، لانتفاء المؤثرات المرئية والسمعية، وفقدان العمق الروحي الأخلاقي الميداني الواقعي المكتسب من مخالطة الناس ومعاشرتهم والصبر عليهم. نظرا لمعايشة تدين مثالي افتراضي خالي من المباشرة والاحتكاك الواقعي، يسهل فيه تكوين العلاقات وإنهاؤها، ثم استبدالها على نطاق عالٍ، ويسهل التفاعل الأدائي غير الواقعي ولا الحقيقي.

مع التنويه أن الشبكات المعلوماتية شكلت اختراقاً ثقافياً وسياسياً للدعاة على المستوى العالمي، وتمكنت المعلومات من بلوغ شرائح وأمم؛ صعب التواصل معها حضورياً، وأتاحت للدين الانتشار والدفاع بقوة عن الأطاريح الروحية ضد الإلحاد والعلمنة الصلبة، متجاوزاً العراقيل القديمة، بنقل المعلومة المقروءة والمسموعة والمرئية.

تبرز لدينا؛ إشكالية تأثير التفاعل الذاتي للجيل الرقمي (Z. Alpha) مع معطيات العولمة الرقمية الدينية، ومدى تأثيرها على مكتسباتهم الدينية.

- فهل يشكل الدين الرقمي خطراً على الجيل الرقمي (Z. Alpha)، أم يزيد من ثقافته الدينية العالمية؟

- هل تحصيل المعلومة الدينية من العالم الافتراضي يماثل تحصيلها من مراجعها الأصلية علمياً وروحياً؟

نسعى في هذه الورقات لطرح دراسة عن عينات عبر الويب، لفهم تأثير الدين الرقمي على الثقافة الدينية للجيل الرقمي (Z. Alpha)، واستشراف الهوية الدينية المتمظهرة لدى للجيل الرقمي (Z. Alpha). وبيان أن وسائل التواصل الاجتماعي أفادت من جهة الدين، وأتاحت انتشاره، وعرّفت بقضاياها وثقافته معتنقيه، وسهلت التواصل فيما بينهم.

### النتائج الأولية:

- يتسبب الدين الرقمي الغير مراقب في إضعاف الولاء الديني والمجتمعي والوطني.
- انتشار فلسفة مركزية الإنسان ومذاهب الواحدية الكمونية.
- اضطراب في الولاء الديني للجيل الرقمي (Z. Alpha)، نظراً لتعرضهم لمعلومات عن 4000 دين، وعشرات الآلاف من الفرق الدينية والفكرية والفلسفية.
- تغير نموذج القدوة لدى الجيل الرقمي (Z. Alpha).
- انتشار الفكر اللاديني والإلحادي، نتيجة الضخ المستمر لأفكار خاطئة عبر وسائط اجتماعية بصورة أكثر تنميماً.
- الانعزال عن هوية المجتمع الأصلي، والاعتراب أو الاستلاب الديني.
- انتشار الدعوة الإسلامية عبر نشر الدين رقمياً على مساحات جغرافية واسعة، والتمكن من الرد على الكثير من الشبه والإشاعات المتداولة بين أتباع الأديان الأخرى عن الإسلام والمسلمين.

## 1. مفهوم الدين الرقمي:

بالنسبة لمؤرخي الأديان، لا بد أن هنالك تعجب واحد على الأقل. بما أن لحظة ظهور المطبعة واكمها تحوّل هائل في الخريطة الدينية؛ فكيف هو الدين الآن في هذا العصر الرقمي؟ إذا كانت مطبعة جوتنبرج أمدتنا بآلية الإصلاح الديني؛ فما الذي تمكننا منه الثورة الرقمية؟<sup>2</sup> "يميز علماء اجتماع الدين بين الدين في الرقمي (religion online)؛ وبين الدين الرقمي (online religion). تحيل العبارة الأولى على مجمل المعلومات الحاضرة في الرقمي عن الدين، بينما تحيل الثانية على التجارب والممارسات الدينية التي تتم بطريقة رقمية."<sup>3</sup>

فالعالم الرقمي مثل لكل النماذج المعرفية والعلوم وسيلة للنشر والإبلاغ والدعاية، فكان العالم الرقمي أحد سبل النشر التي استفادت منها الأديان انطلاقاً من الورق إلى الراديو، ثم التلفزة، ثم الأنترنت إلى العالم الرقمي بكل وسائله، ووسائطه الاتصالية والتواصلية.

أما الدين الرقمي فهو ظاهرة تركبت بعد انتشار الأنترنت واستحواذ عالم الويب والتكنولوجيا الرقمي على جوانب الحياة والمعرفة والثقافة، ثم نشوء جيل كامل في ظل مجتمع المعلومات الرقمي عرف بالمواطن الرقمي، بعد توسع الدائرة الجغرافية للعمولة الرقمية، وهنا تحيزت جملة من المتغيرات وتركبت مؤشرات اجتماعية عن عينة مجتمعية لها صفات وخصائص تمايزها كجماعة في إطار التوسع، من حيث أفكارها وثقافتها ومظاهرها الدينية والأخلاقية والسلوكية.

"ظهرت الأبحاث حول الدين والإنترنت في منتصف التسعينيات عندما بدأ العلماء في توثيق الطرق المختلفة التي يتفاعل بها المستخدمون والجماعات الدينية مع الإنترنت، والآثار المحتملة التي قد تترتب عن هذا الاستخدام على المعتقدات والممارسات الدينية.

وكانت العديد من الكتب المبكرة حول هذا الموضوع عبارة عن حسابات صحفية أو رصدية؛ تركز على:

- كيفية استيراد الأديان المختلفة أو التفاوض بشأنها عبر الإنترنت.
- التحديات الأخلاقية والمعنوية التي تطرحها التقنيات الرقمية.
- الطرق التي يمكن للإنترنت من خلالها إعادة ربط الناس بالروحانية في مجتمع ما بعد الحداثة.

2 كاثرين لوفتون، «الدين والثقافة الرقمية: الديجيتال كمكان للاختباء»، QiraZatProject، ترجمة عمرو خيرى، (2015). *The Immanent Frame*.

3 عبد الصمد الديالي، «الإسلام الرقمي، مصدرته أخلاقي»، مؤسسة للدراسات والأبحاث، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، (2019).

- استكشاف التكيف عبر الإنترنت للأشكال التقليدية للتدين، وظهور الدين الإلكتروني الجديد.

بمرور الوقت، توسعت دراسات الدين عبر الإنترنت للتحقيق في صراعات السلطة في المنظمات الدينية بسبب استخدام الويب، وإعادة تفسير الطقوس القديمة عبر الإنترنت.

في السنوات الخمس عشرة الماضية، ظهرت موجات مختلفة من البحث، مما أدى إلى تحول المجال من مجرد تحديد الظواهر الجديدة والاتجاهات داخل الممارسة الدينية عبر الإنترنت؛ لتقديم تفكير نقدي حول الحياة الاجتماعية والروحانية على الإنترنت.<sup>4</sup>

يعرف الدين الرقمي بمصطلحات أخرى: الدين السيبراني، الدين الافتراضي، الدين الشبكي، الدين الإلكتروني؛ هي مصطلحات مترادفة لظاهرة واحدة، وهي التدين الرقمي. وهو مصطلح معاصر يعبر عن ممارسة نشر الدين وطرح المعلومات الدينية وممارسة الطقوس الدينية من خلال البرامج والتطبيقات الرقمية عبر الأنترنت.

”فالدين السيبراني؛ مصطلح يستخدم للتعبير عن كيفية إعادة ربط الدين من خلال تفاعله مع ثقافة الإنترنت.

كما استخدم للإشارة إلى احتمال ظهور فئة جديدة من التدين؛ مبتكر وديناميكي روحياً، ومتكامل بدرجة عالية مع التكنولوجيا، ويعتمد عليها، نتيجة الممارسات الدينية عبر الإنترنت.

حيث تسهل منصات الإنترنت التجريب مع الجديد والراسخ من الطقوس الدينية، والاحتفالات بالأعياد المقدسة.

لذا من المحتمل أن تعيد التقنية تشكيل حساسيات المستخدمين الدينية عبر الإنترنت.<sup>5</sup>

الدين السيبراني (Cyber Religion) هو التسويق للمعتقدات الدينية عبر الشبكات الرقمية، التي تمثل وسيط في تقديم المعلومات الدينية، في الوقت الذي أصبحت فيه الحاجات الإنسانية الروحية أكثر وضوحاً. وهو ما يطلق ثورة تنافسية بين المؤسسات والمنظمات الدينية للوصول لأرواح المهاجرين إلى الأنترنت.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Heidi A. Campbell, "Religion and the Internet: A Microcosm for Studying Internet Trends and Implication, *New Media & Society* 15/5 (21 November 2012), 680-681.

<sup>5</sup> Heidi A. Campbell, "Religious Communication and Technology", *Annals of the International Communication Association*, (10 November 2017), 1.

<sup>6</sup> مريم نريمان نومان، «التدين الرقمي وبناء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية دراسة تحليلية لرموز الالتزام الديني الافتراضي في فيسبوك»، *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية* 2/20 (2019)، 370.

أي أن الدين السيبراني ليس مجرد عرض تعريفي، بل دعوة ونشر للأفكار والمعتقدات لغرض جذب المزيد من الأتباع، لكن تكون فيه عناصر الممارسة الفعلية السيبرانية، لأن المتابع الجديد أو التابع لا يمكنه الانتقال للحيز المكاني، فيقدم له اختيار التفاعل والتعبد والمشاركة الافتراضية.

فالدين الرقمي عملية اتصالية تتبلور في ممارسة نشر الدين والدعوة من خلال الشاشات الإلكترونية، ما بين مُرسل ومُستقبل ورسالة (مضمون) لإحداث تأثير مُتوقع، وعادة ما تكون عبر مقاطع سمع بصرية، أو مقالات مكتوبة، أو منشورات قصيرة، أو اقتباسات مجتزئة. الخ.<sup>7</sup> وقد نحى هذا التوجه بالدعاة من علماء وأشباه علماء، وعاظ تربويين مفكرين، شباب يوتوبر، ومؤسسات دينية وشركات تجارية: وحتى كأفراد عاديين إلى تكريس استخدام التقنية في نشر الدعوة والثقافة الدينية: لكسب أكبر مساحة جماهيرية، وتحقيق نسبة مشاهدات عالية لأسباب وأهداف ربما تكون سياسية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، أو دعوية، أو دينية، أو شخصية. فكل فرد أصبح مُنتجاً للمعلومة الدينية ومُصدراً.<sup>8</sup> وبذلك تشكل لدينا دعاة جدد بأسلوب دعوي جديد، وخطاب دعوي مغاير للميراث الدعوي، بل وبمفاهيم مغايرة للمفاهيم الأصلية المتداولة، وهو ما عرف (بإسلام السوق).

### إسلام السوق:

تعرف نظرية السوق الدينية بأنها تفسير السلوك الديني بين الأفراد والجماعات والثقافات من منظور اقتصادي، بالبحث في الممارسات والخطابات الدينية، ومستوى نشاط وتأثير المؤسسات الدينية الرسمية، وعلاقة الدولة بضبط عمل السوق الدينية. لأن المجتمعات الحديثة المعاصرة تتميز بإمكانية اختيار الدين محل الاعتقاد. الأمر الذي جعل الدين سلعة معروضة في سوقٍ للأفكار والإيديولوجيات والمعتقدات.. لكن مفهوم السوق الديني اقتصر تطبيقه على المسيحية في الولايات المتحدة وأوروبا الشرقية وأمريكا الجنوبية، على الرغم من طموح منظريه الأساسيين لتطبيقه عالمياً.<sup>9</sup>

وهو ما تحقق عبر نقل نماذج تدريبي عبر برامج التنمية البشرية والدورات التدريبية لجملة من الدعاة والمصلحين في أديان مختلفة، وتسهيل بروزهم الإعلامي عبر القنوات التلفزيونية بإخراج تصويري معاصر ومتفوق عما سبق من حيث التقنيات والجودة والتأثير واللبس، واستخدام فرق لإعداد الحلقات وكتابة نصوصها بما يناسب الفئة المستهدفة،

7 رانية نصر، «التدين الرقمي ومشخة التقنية!»، مدونات، الجزيرة نت (2019) ..

8 رانية نصر، «التدين الرقمي ومشخة التقنية!»، مدونات، الجزيرة نت (2019) ..

9 علي غانم، «السوق الديني والصراع على استملاك خيرات الخلاص رؤى نظرية»، مؤسسة للدراسات والأبحاث، مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث (2020) ..

وكل هذا تحت رعاية شركات دعاية مختصة في التسويق القائمة على نظريات علم النفس الاجتماعي لغرض التسويق، وبذلك يتحول الدعاية لمجرد ممثل يؤدي دوره في القراءة والتفاعل الصوتي والسميائي لحركات الوجه واليدين تحت إرشادات المخرج وفريق التصوير والتأليف.

وهو ما تبين في بعض الدعاة من ضعف مستواهم التعليمي في العلم الشرعية خلال المناظرات أو الجلسات الحوارية، وكشف عن ثقافة شعبية مخلطة بأفكار عوملة في قالب التنمية البشرية لتسويق نظريات حديثة في قالب متأسلم تحت شعارات الإنسانية والأخلاق العالمية، وحقوق الإنسان، دون أي تأصيل شرعي، مع كثرة اعتمادهم على القصص والتجارب والحكم بأسلوب برامج التنمية البشرية والبرمجة العصبية اللغوية، مقابل إهمال للأحاديث النبوية وكلام الصحابة إلا ماما، مع عرضهم لمفاهيم شاذة وأفكار ترويجية مناقضة للنصوص الصريحة المتواترة تحت تيار التجديد في الخطاب الديني، بإخضاع النص الديني الإسلامي للمفاهيم الغربية المعاصرة لأنها تمثل واقعية ميدانية، فيؤتى بأي نظرية رائجة لتكسى بجملة من الترفيعات والتبريرات الخطابية المشبعة بمفردات إسلامية ثم تلوى النصوص لتوجه نحو قابلية تلك النظرية.

اليوم، أصبحت رقمنة الدين ضرورة، حيث يشعر المنتمون لأي دين؛ أن غياب دينهم في الإنترنت يفقده الحضور والمصادقية. وتصدق هذه المقولة بالخصوص على الأقليات الدينية، والحركات الدينية المتطرفة، والمتحولين الدينيين. لتعاظم الشعور بالأ وجود ولا هوية للدين خارج الإنترنت.<sup>10</sup>

”لكن لا تخلو رقمنة الدين من التأثير على الدين نفسه، لأن استعمالات النص الديني توظف أكثر فأكثر من قبل أصحابه وأعدائه على حد السواء من أجل أهداف غير دينية، وبالتالي ينعكس ذلك على الممارسات الدينية نفسها وعلى صورة الدين بوجه عام.

بتعبير آخر، غيرت رقمنة الدين علاقة الإنسان بالدين، إذ أصبح الأنترنت ضرباً جديداً من العلاقة بالدين؛ بمعنى أنه تحول إلى نمط خاص لمعرفة الدين، وإلى نمط خاص في ممارسة الدين.<sup>11</sup>

فيما يلاحظ مختصو علم الاجتماع الديني ظهور نمط جديد من التدين في الوسط الإسلامي هو: (إسلام السوق الليبرالي)، مواكبة لأنماط جديدة متباينة في الحركة الإسلامية، بمنزلة التيار الأشهر والأكثر انتشاراً والأوفر حظاً.. ورغم تباين خطابات الدعاة الجدد لتيار الإسلام الليبرالي؛ إلا أنه يتصدر الخطابات الجديدة، ومساحات جماهيرية تخصه، تحاول

10 الديبالي، «الإسلام الرقمي، مصدرته أخلاقي» (2019)..

11 الديبالي، «الإسلام الرقمي، مصدرته أخلاقي» (2019)..

ابتلاع الخطابات المنافسة له والسابقة والممهدة له. من خلال تقديم (إسلام منزوع الدسم) كحالة مميزة من أنماط التدين المعاصر الناتج عن مرحلة (ما بعد الإسلام السياسي) و (ما بعد الإسلاموية).<sup>12</sup>

هذا الخطاب الليبرالي يحظى بدعم إعلامي وسياسي كبير، لذا يمتلك أدوات عصرية في تنميق خطابه وجذب صانعي المحتوى، وتوفير التمويل، لكنه يعيش افتراضيا على عدد حسابات المستخدمين المشتركين، التي تزيد من شعبيته الافتراضي ومن مداخيله، مما شكل سوقا تمويلية لدعاة لا علاقة لهم بعلوم الشريعة والدعوة الإسلامية، لكنهم يمتلكون آلات الخطابة والتأثير في المتلقي، مما روج لبرامجهم، لدرجة جذب منافسين للخوض في الدين من تخصصات عدة؛ كعلم النفس والاجتماع والتاريخ والفلسفة والحقوق، بحكم أن المحتوى الرائج الأكثر جذبا للمتابعين هو مناقشة القضايا الدينية الإسلامية بأطرح ليبرالية، فكان التنافس على حصة السوق من المشاهدة والمتابعة أكثر من التنافس على النقاش العلمي التخصصي أو الدعوي. فلن يخالجك عجب أن تجد الكثير ممن يتصدر ذو مؤهل طيب أو صيدلي أو مهندس أو غيره ولم يسبق له دراسة العلوم الشرعية، ولن تصدم أن بعضهم اشترى شهادات الماجستير من جامعات متهمه ببيعها، ويمس الريب بعد كل انقلاب لهم على نظيراتهم وقت الأزمات، وتولهم لمعالجين نفسانيين روحانيين على نموذج (لا تحزن).

فمرحلة (ما بعد الإسلاموية) بحسب (أصف بيات) ليست معادية للإسلام؛ ولا هي علمانية، بل دمج للتدين والحقوق، الإيمان والحريات، الإسلام والحرية، لتحويل المبادئ الأساسية للإسلام إلى:

- تحصيل الحقوق بدلاً من القيام بالواجبات.
- التعددية؛ في الخطاب بدلا من الوحدة.
- التاريخية؛ بدلاً من الكتاب المقدس الثابت.
- المستقبل؛ بدلاً من الماضي.
- دعم حركات شبابية رخوة؛ بمطالب عن الذات والكرامة والحقوق والديمقراطية، بدلا من الحركات الجماهيرية ذات الإطار الأيديولوجي الثابت والتعبئة ولأهداف طويلة الأجل.<sup>13</sup>

وقد بلغ من الجرأة هذه الخطابات للدعوة للمثلية والجنسانية والتحول الجنسي والحرية الجنسية تحت شعار الإسلام؛ أي تحليل الكيئات، وتحريم وصف الأديان الأخرى بالكفر، والدعوة للمشاركة في الطقوس الدينية المختلفة، والتأسيس للدين الإنساني تحت

12 إبراهيم هلال، «الإسلاميون الجدد.. إسلام السوق، النشأة والتجليات»، إخباري، شبكة الجزيرة الإعلامية (2017)..

13 هلال، «الإسلاميون الجدد.. إسلام السوق، النشأة والتجليات» (2017) ..

شعار الإسلام، وسعت لاستيراد كل النظريات الاجتماعية والنفسية والسلوكية والأخلاقية والاقتصادية وربطها بالإسلام.

### ملاحم إسلام السوق الرقمي:

ثلاث تغيرات تحدث على أرض الواقع، هي:

#### 1.1.1. نزع القداسة عن الإطار التنظيمي:

تفكك الأطر التنظيمية الكلية للحركات الإسلامية، مع الانفتاح على الهياكل والأطر المرجعية الأخرى خارج الهياكل التنظيمية الإسلامية. 14 وتشكيل تجمعات رقمية افتراضية بأطروهاياكل جديدة.

#### 2.1.1. الوسيط الثقافي:

الجيل الرقمي هو وسيط ثقافي يستورد القيم الغربية؛ ويزاوجها مع نمط الثقافة الإسلامية، لينتج نظاماً معرفياً متمسكاً مع قناعاته ونفسياته ومنهج تفكيره، فمهتم بالبحث في المفاهيم الثقافية في إطار اندماجه في سوق عالمي ثقافي يحدد نوعاً جديداً للالتزام، غير التزام المشروع الحضاري الكلي في نسخته الإسلامية الكبرى كما هي عند الجيل السابق.<sup>15</sup>

فالجيل الرقمي يؤمن ابتداءً بفكرة عالمية أو غربية ثم يبحث لها عن مسوغ في دينه، لذا تجده يفتي لنفسه بنفسه، فما أعجب به وتقبله لا بد أنه مشروع ديني، ومن هنا اتخذ معيار القبول: هواه، فهو المرجعية. لذا تجد حملات دعاة السوق وأتباعهم شرسة على ما يسمونه بالتراث، ومتعاطف على العلماء والفقهاء وطلبة العلوم الشرعية تحت شعار التجديد ونبذ سلفية المرجعية ومحاربة احتكار الحقيقة لأهل التخصص، ليكون لديهم إسلام مائع زبقي يمكن صبه في أي قالب.

#### 3.1.1. تغير محتوى مفاهيم الخطابات النضالية والدعوية:

يمثل النشيد الإسلامي أحد الأساليب في نشر الرسائل الدعوية والنضالية والوعظية. لكن موسيقيون إسلاميون انطلقوا في مرحلة تجديد التراث الإنشادي نحو غنائي ديني بمحتوى ترفيهي أكثر، وكلمات ومفاهيم وإيقاع مقارب لما في موسيقى التوعية عن البيئة والحرية والمساواة.. الخ.<sup>16</sup>

14 باتريك هايبي، إسلام السوق، تج. عومرية سلطاني (القاهرة: مدارات للأبحاث والنشر، 2015)، 47-48.

15 هايبي، إسلام السوق، 53-55.

16 هايبي، إسلام السوق، 61-63.

وبلغوا مرحلة تصنيفهم كمغني ديني لا منشد، وتجاوزوا مرحلة سرقة الألحان الغنائية بتغيير الكلمات، إلى ابتكار ألحان غنائية منافسة بكلمات ترفهية أكثر منها وعظية دعوية أو جهادية حماسية، أو تعليمية تربوية، في سياق تطوري مستنسخ عن الوعظ الكنسي لدى السود في أمريكا حينما انتقل من الأناشيد الدينية بإيقاع خاص إلى أغاني منافسة يصاحبها رقص وابتهاج المهرجانات الغنائية.

والمثال الصارخ في هذا المغني سامي يوسف، أبو خاطر، حمزة نمر.. إلخ وهو ما خلق منافسة حادة أدت لتقديم بعض أهل الغناء لأغاني عن رمضان والحج والقرآن والنبى بألحان غنائية. لأن شركاتهم - التي توجه مشاريعهم الغنائية - رأت شريحة سوقية ذات أسهم مالية كبيرة؛ فسعت لاكتسابها في المواسم الدينية. فالمنطلق مالي، والمحرك هو السوق، ومثلها الأناشيد بعد أن تضخم سوقها وعوائدها المالية، وأصبحت لها شركات متخصصة، فقد غيرت المحتوى الدعوي والفكري الرسالي لمحتوى ترفيهي لتوسع من سوقها الاستهلاكية وتصل لشرائح أكبر من المستمعين.

#### 4.1.1. استهلاكية الحشمة الإسلامية:

يتعرض نمط اللباس الإسلامي للتغير أيضا، سيدخل نمط الحجاب واللباس في صراع مع رفض موضحة الأزياء. في تكريس الموضحة الإسلامية ترافقا مع ظهور برجوازية إسلامية تؤسس لفضاء إعلامي، يؤدي إلى إحداث تغييرات في التفضيلات الشخصية. في هذا السياق بين العمولة وإعادة الأسلمة، يؤدي الحجاب إلى ظهور روح توفيقية بين مسألة التأكيد على الهوية، وديناميات الرغبة في الانفتاح الثقافي.<sup>17</sup>

وهو ما يشاهد من انتشار ما يعرف بغطاء الرأس على أنه حجاب، وهو مفهوم قاده عمرو خالد بمنطق الخطوة الأولى في الاستقامة؛ ثم نسي باقي الخطوات، مما أدى لإقصاء المفهوم الأصلي الشرعي، فظهر عجاب تغطية الرأس مع ملامس فاضحة مجسدة مجسمة، مع مكياج كامل، بل أحيانا؛ مع أخلاق وسلوكيات مجاهرة بالفجور العلني، وانتشر بشكل واسع جدا في العالم الإسلامي، لأنه ناسب الجمع بين النقيضين، التحجب من الرأس والتبرج لما بعده، وهو يكفي الأنثى مؤنة مصاريف ووقت تصفيف الشعر.

ثم حدث تطور للحجاب في تصاميمه وألوانه بما يناسب الحجاب الشرعي فقهيا بشكل جذب إليه شريحة كبيرة من الجيل الرقمي الذي يجذب بشدة للتنوع الثقافي والتغيير، لكن هنا تصارع فئة بين التغيير والمحافظ على الأصل الشرعي، والبحث عما لا يخالف الشريعة، وبذلك ظهرت أزياء معاصرة مطورة للشباب والبنات، وساق التنافسية الشركات التركية

والسورية بالمحافظة على شروط الحجاب الشرعي في تفاصيله مع إدخال تعديلات على تصاميمه، ومثلها الشباب ظهرت موضة اللباس الباكستاني والمغربي والتونسي مع تعديلات معاصرة تصاميم جذابة له.

### 5.1.1. زمن الدعوة العصرية:

ظهر دعاة إسلاميون جدد يجمعون زخمًا اجتماعيًا حول إسلام مرح وتنافسي، يؤكد حالة الرفاهية التي دخلت نمط الحياة الإسلامية. تدين جديد متنصل من السياسة، ارتبط بشخصين هما: عبد الله جمنستياري في جنوب آسيا، وعمرو خالد في العالم العربي. بخطاب ناعم، مستخدمين أساليب المبشرين الإنجليين الأميركيين، وتقنيات الحوار المتلفز (التوك شو)، في مقاربة تسويقية للدعوة، بالتركيز على العاطفة والتأمل والسعي لتحقيق السعادة الفردية، في تحويل الإسلام إلى دين تعاقدية. يفك الارتباط بين قضايا الهوية والسياسة والمجتمع، ويؤسس لنمط جديد من الفرد. إلغاء للوعي الجمعي لحساب تحول ذاتي للفرد.<sup>18</sup>

وقد جهز عمرو خالد لإطلاق خط إنتاج سريع لدعاة على نمطه بالتعاون مع شباب من الإخوان، ثم بالتعاون مع شركات دعاية وتسويق، لكن سرعان ما انهارت إمبراطورية عمرو خالد مع إعلانات الدجاج، وتهجمه على الإخوان المسلمين الذين ربوه وكتبوا وألفوا له كل محاضراته، ومثله تلامذته معزم مسعود ومصطفى الحسيني الذين سوقوا لإسلام ليبرالي متصلح مع كل الديانات يصنع فردا اقتصاديا غايته تحسين وضعه الاستهلاكي، فرد مسلم بعقلية غربية علمانية المنكر عنده هو الاجتماعي لا الديني، وفق برامج التنمية البشرية، فقد كان مصيرهم الموت المبكر لكل مشاريعهم في العالم الإسلامي، وإن كان لديهم طائفة لازالت تتحلق عليهم؛ غير أن بهرجتهم اختفت. اشتركوا كلمهم في عدم التخصص، والتمكن من الأفكار الخطابية الجماهيرية.

### الإسلام الرقمي:

”التواجد الرقمي للإسلام أو ما يطلق عليه (Digital Islam) يتنوع بين محاولة تصحيح النظرة الخاطئة للإسلام عبر الإنترنت، على اعتبار أنها فرصة مهمة للتعريف به بشكل صحيح؛ وبين محاولة رسم صورة عن الذات المسلمة ضمن السياق الافتراضي المتنقل من الواقعي.

وبالتالي؛ تقديم الهوية المسلمة من خلال إنشاء الهوية الافتراضية، وتحديد معالمها بناء على البيانات المطلوبة.

وبالتالي؛ أصبحت وجهات النظر حتى لمفهوم الدين المتنقل من الواقع إلى الافتراض مختلفة، والنظرة إلى رموز الالتزام متعددة. فساهمت في رسم تصورات جديدة عن الطريقة التي يجب أن تتمثل بها الذات المسلمة لذاتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>19</sup>

فقد أصبح محرك البحث على الويب عالماً إسلامياً ومفتياً عالمياً جديداً، ينتج - بالجملة - علماء جدد. فلم يعد العلم الديني يؤخذ فقط من الجامعات ومن المدارس والمساجد والمشايخ، بل تراجع دورهم باكتساح التقنية الرقمية لمجال الفتوى والتعليم، وأصبح محرك البحث غوغل مصدر المعلومة السريعة.

فالعلاقة بين المسلم من الجيل الرقمي والويب؛ علاقة مباشرة بثقة جد عالية، تجعله يطرح ستة أسئلة لم يسبق أن طرح في تاريخ البشرية على أي كائن عاقل. فقد فجر العلاقة التقليدية بين المتعلم والمعلم، وبين المؤسسة الدينية والمنخرطين. وأنهى الرقابة والمتابعة وضمان الجودة والأهلية، ليخلق دين الفوضى عبر تسلق من لا تكوين لديه لكراسي الفتوى، بنفس منطلق أحلاس المقاهي في التسامر حول مسألة دينية بلا مكنة ولا آلة علم.

فعولمة فهم علوم الإسلام؛ بتقديم العلوم الشرعية بشكل مبسط سهلة المنال، وأن هذا الدين مباح الخوض فيه لأي كان؛ كما يصرح الكثير من الحدائين والعلمانيين والتنويريين الجدد ومتسلقو مشروع تجديد الخطاب الديني، بالسعي لإقصاء علوم القرآن وعلوم السنة والفقه وأصوله، والحط من جهود كل العلماء لقرون سالفة؛ تحت ذريعة التراث البشري، وأن لكل زمان أهله وعقولهم ونوازلهم وتقديراتهم وإنزالهم، فلا حاجة لكل هذا التراث المستنبت من القرآن، والاكتفاء بالقرآن كمصدر باستنباطات معاصرة، مع بعض الأحاديث التي تخصص المعاملات أكثر فيما لم يخالف دعاوهم التحديثية لعقلنة علوم الشريعة، وهو ما يحول الكثير من عامة المسلمين لأهل الاختصاص كفقهاء جدد؛ كل يفهم دينه بقدر مستواه التعليمي والعقلي وله حق الفتوى. وهو طرح يمكن فكرهم المبسط للدين وفق نظرية التسويق الدعائية من الانتشار بسرعة، والتغلغل في صفوف الأكثرية، الذين يمتازون بفقدان الحصانة العلمية والفكرية، ويفوتهم معنى الدين التعبدي والدين العلمي، والدين المجمل والدين المفصل، أي الفرق بين التدين الإسلامي والعلوم الإسلامية.

حيث تدفعهم الثقافة الرقمية نحن استهلاك منتوجات السوق الدينية الرقمية دون احتياطات علمية، ولا تكوين في الغالب الأعم، لأنها سريعة الاستهلاك وتناسب الرغبات والأمزجة، والأذواق والمستويات الثقافية والتعليمية.

19 مريم نيمان نومان، «التدين الرقمي وبناء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية دراسة تحليلية لرموز الالتزام الديني الافتراضي في فيسبوك»، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية 2/20 (2019)، 365.

فالمرغوب فيه من قبل المواطن الرقمي - باعتباره الشخص الذي تتحدد هويته بفعل قدراته التلقائية والبراعة في التعامل مع التقنيات الرقمية – هو تحصيل المعلومة بسرعة واختصار، دون عناء بحث وقرأة وتحليل ومقارنة واستنباط، أي بثقافة الأطعمة والألبسة الجاهزة، وفق المقاييس، والرغبات والأذواق.

وهو غير مرغوب فيه من المهاجرين الرقميين بنسب أكبر، لامتلاكهم خلفية بحثية وتفاعلية ميدانية، واستيعابهم الأصيل لفارق التخصص والتحصيل العلمي والتكوين المعرفي، وتقديرهم للعلوم وأهلها.

وهذه الفجوة بين الأجيال تصنع تغيرات جذرية في طريقة الحياة الدينية والفكرية والثقافية، فالجيل الرقمي يفرغ أحلامه ويصنعها في عالم افتراضي (الحيوات الافتراضية) يسمح له بإنجازها، فتزداد علاقته التواصلية به، وثقته الأبيستمولوجيا فيه، وترتفع استهلاكه للمنتجات الرقمية المعرفية والثقافية والدينية.

”في تقرير صادر في عام 2011، بتكليف من الهيئة البريطانية للأطفال (كيدسكايب) تقييم أنشطة الأنترنت لأكثر من ألف طفل بين الحادية عشرة والثامنة عشرة. ذكر التقرير أن أكثر من نصف الأطفال الذين سئلوا يتصرفون على الأنترنت بشكل مختلف عما يفعلون في حياتهم العادية.

في حين زعم كثيرون أن ذلك يجعلهم يشعرون بكونهم أكثر قوة وثقة، وقال أحدهم: من السهل أن تكون ما تود أن تكونه، لأنه لا يعرفك أحد، وإذا لم يعجبك الموقف، يمكنك الانسحاب بسهولة.<sup>20</sup>

فاستقبال المحتوى لدى المواطن الرقمي من الجيل (Z. Alpha) حال توغله في الإدمان أو الاقتراب منه؛ يكون خاضعا لسيطرة عامل الجذب، الذي تم تطويره من مختصين في البرمجيات العقلية الرقمية داخل مخابر الشركات العملاقة كغوغل وفايسبوك مثلا، لإعادة تكوين الخريطة العقلية، والانتقال من مرحلة تتبع الرغبات والميولات والمستوى الفكري، لمرحلة الجذب التواصلي، ثم مرحلة التوجيه التواصلي الرقمي.

ليتكون سلوك لدى المستخدمين حال تعاملهم مع شخصيات جماهيرية أو مواضيع هي الأكثر تفاعلا وبحثا بما يمثل اتجاه البحث داخل محركات البحث ومنصات التواصل بما اصطلح عليه (Trend)، فمعنى كلمة (تريند) هو اتجاه الناس في البحث على محركات البحث. وهذا الجذب أصبح يتصدر شاشة أي محرك بحث أو منصة تواصل، كعامل توجيه نحو محتوى جماهيري معين.

20 ياسين حكان، «كيف تؤثر تقنيات التكنولوجيا الحديثة على عقولنا؟»، مدونات، الجزيرة نت (2019).

ومهما تدنت قيمة المحتوى، أو مهما كانت بعيدة عن اهتماماتهم، تكفهم فكرة أن المجتمع المحيط بهم يتفاعل مع الموضوع، حتى يولد لديهم شعور بأنهم جزء من ذلك المحتوى ولا بد لهم من المشاركة فيه، ويتجلى ذلك واضحا عبر (التريند) أو (الوسم) الأكثر تفاعلا على وسائل التواصل الاجتماعي.<sup>21</sup>

وقد بلغت درجة الهوس بصناعة الوسم الأكثر تداولاً، نظراً لما يشكله من تفاعل قد يهدد كيانات دولة كاملة، وقد يسبب اضطرابات اقتصادية أو ثقافية ودينية، ويوجه الرأي العام والإعلامي، أن تبتكر برمجيات خبيثة لتزوير كم التفاعل أو شراء التفاعل لتصدر الوسم المراتب الأولى، وهو ما شكل سوق ووظائف جديد لمستخدمين افتراضيين، وظيفتهم التفاعل مقابل الحصول على المال. كما حصل مع دولة اشترت مليون شريحة هاتف لتتجاوز وسم على تويتر تصدر المنصات العربية.

لأن الوسم المرتفع من حيث التفاعل والتعليقات والمشاهدات سيتصدر تلقائياً بسبب الخوارزميات كل المنصات ومحركات البحث، وسيشكل عامل جذب لكل مستخدم رقمي، وهو عامل تأثير جد فعال على عقلية ونفسية المواطن الرقمي من الجيل (Y. Z. Alpha).

وفي الإسلام الرقمي نجد نموذجاً من الدعاة الجدد (عمرو خالد) استفاد كثير من المواطن الرقمي في زيادة مساحة سوقه الجماهيرية على تويتر لتصل إلى 25 مليون مشترك ثم تنخفض إلى 11 مليوناً و46 ألف متابع عام 2010، وعلى فايسبوك لتصل لـ 30 مليوناً و158 ألف متابع عام 2020، مما يمثل قاعدة بيانات إخبارية تجارية كبيرة، وتعد تمثيلاً حياً لظاهرة إسلام السوق، ليتحول من الدعوة الإسلامية إلى الدعوة الإنسانية، وتسويق النموذج المسيحي الأمريكي، بنفس التقنيات والمحتوى والأسلوب، بل والشركات الدعائية والإنتاجية، لصناعة المسلم الإنساني الليبرالي العالمي، عبر دروس التنمية البشرية والتسويق والأخلاق الحضارية الغربية، لكن بلبوس ومفردات إسلامية بها حمولة مفاهيم علمانية غربية صرفة. ثم انساق لنفس المنطق التجاري الدعائي، للترويج لمنتجات الدجاج والزيت.. إلخ

هذه البيئة الجديدة أطلق عليها "حرائق الغابات الرقمية". لا يوجد فيها تسلسل خطي واضح، حيث يمكن الوصول للحقائق بشكل عشوائي وكل شيء قابل للعكس، وحيث تبلغ الفجوة بين المحفز والاستجابة حدها الأدنى، بالإضافة للمشتتات الحسية؟

وهذا يمكن أن نلمسه في نمط الدعوة الرقمية كالأدعية المصورة المتداولة التي لا تترك أثراً أعمق بالنفس، رغم سهولة وسرعة انتشارها. ونمط أسلوب عمرو خالد؛ وقد صنّف نفسه كداعية سوشيال ميديا. وتصدر قائمة أعلى الدعاة دخلاً بتحقيقه صافي دخل 2.5

21 نائل عبد اللطيف، «سلوكنا على منصات التواصل انعكاس لواقع علاقاتنا الاجتماعية»، مدونات، الجزيرة نت (2019).

مليون دولار في 2007. ثم تهاوت شعبيته بين جماهير الجيل (Y.Z)، لأن وسائل التواصل الاجتماعي تمكن من الذاكرة والتخزين والاسترجاع بسرعة فائقة، وأي زلة تنتشر بسرعة أكبر، وهو ما حطم صورة الداعية الروحاني، وكشف صورة الداعية الليبرالي بمنطق سوق الدين، فهو يتعامل مع الدعوة كمنتج ديني معروض للبيع، وفق النموذج الرأسمالي الليبرالي، الخاضع للسوق من حيث العرض والطلب والمنافسة، وابتكار المحتوى الأكثر جذباً وتنافسية وإبهارا، بغض النظر عن قيمته الدينية ولا مصداقيته الشرعية. فالنجاح الدعوي لديه يقاس بارتفاع عدد المتابعين، وأي معارضة فهي صرخات مناوئة لحسدة لا أكثر. وهو ما يتلفظ بها صحافيو جرائد الحدث بعنوان تهكمية على العلماء والفقهاء والمشايخ: أن الدعاة الجدد أسقطوا العمائم البيضاء، وكسروا قيد احتكار علوم الدين عبر مسلسلات دعوية بإخراج سينمائي تمثيلي، وبرامج توك شو حوارية، وومضات دعائية دعوية، قصص وروايات وطرائف الأحداث، مع تجنب الخوض في المسائل الفقهية والعقدية والتأصيلات الشرعية، وتجنب مسائل الحدود أو القضايا التي تحدث إزعاجا للعلمانيين والليبراليين. فكل أحاديثهم عن المعاملات العامة بين الناس من صداقة وصدق وتعاون ونظافة وصبر وأمل والتخطيط للمستقبل المعيشي، والمشاريع الناجحة.

وهو ما حطم الصورة الذهنية المركبة لدى متابعي عمرو خالد من المراهقين وخاصة الفتيات، عبر التلفزيون والمسجلات الصوتية، التي تقدم عرضا غير مباشر.

يمكن أن نلمس تفسيراً لذلك في أعمال والترينامين عن تأثير الكاميرا على نزع الهالة عن العمل الفني، فامتلاك القدرة على إعادة إنتاج الفن وتكراره واستنساخه ينزع منه فرادته وأصالته التي تميز نسخته الطبيعية، فثمة فرق بين الرسم الأول والنسخ المصورة المكررة منه. ونجد أن هذا يتشابه إلى حد كبير مع حضور الكاميرا في الشعائر الدينية، رغم أنه يساعد في انتشار الشعائر إلا أنه يفقدها الهالة القدسية كذلك. لأن حضور الكاميرا في مجتمع الاستعراض يجعل الفرد يتوقع دائما أن هناك متفرجين، ربما لا ينتظر تصفيقهم، ولكنه لا يريد مخالفة توقعاتهم في الوقت نفسه، ويخشى تعليقاتهم السلبية عليه، ويخشى غرابته إذا انفلتت أمامهم، فتصبح مع الوقت مجرد تمثيل، لا حقيقة. فقد تحول المتابعون إلى عدد أرقام محدد ومعروف، أتاحتها التقنية الرقمية بدقة شديدة. فأوجدت وسائل التواصل الاجتماعي أنماطاً جديدة من الأتباع أو المريدين الافتراضيين، وأعدت تعريف المهتم وطريقة الإلهام وفضاءه الافتراضي المنقطع السردية. فالمهمل لا يعرف المتابعين له على وجه الدقة، ويقدم لهم خطابه على شكل مقولات مقتطعة، أو فيديوهات قصيرة المدة، لتترك تأثيرا يمتد

إلى قرارات حياتية للبعض منهم، وترديد أقواله، وبناء تصورات متخيلة عنه. وهي مؤشر على تغير المفاهيم التقليدية للدعاة والأتباع.<sup>22</sup>

## 2. الجيل الرقمي Z.

### 2.1. مفهوم الجيل Z

مصطلح الجيل زي؛ يشمل 2 مليار شاب ولدوا بعد 1995 حتى 2010، بينما تشير هيئة الإحصاء الكندية (Statistics Canada) إلى مواليد بعد 1993، ويقرر مركز بيول للأبحاث (Pew Research Centre) أنهم مواليد 1997 وما بعده.<sup>23</sup>

يتميز المواطن الرقمي من الجيل Z بنشأته في ظل عالم رقمي لم يمر بما قبل الطفرة الرقمية، التي عاشها الجيل Y، الذي يصنف كمهاجر رقمي. لذا يعد الجيل زي Z الأكثر رقمنة لحد الآن؛ حيث نشأ ضمن نمور رقمي سريع، لدرجة فقدانه حالة الانهيار من الأجهزة والبرامج التي يتم تطويرها أو اختراعها كل يوم، بعد تشكل مخياله الرقمي، لتعدد المنتجات والأفكار الرقمية، والتفاعل مع كم هائل من المنتجات الرقمية، واندماج حياتهم المادية في الرقمنة، فهو يتعامل بالنقود الإلكترونية والتسوق الإلكتروني والهوية الإلكترونية.

### أصدر (مركز علم حركة الأجيال) و (شركة ووردبرس إنجين) دراسة عن

#### خصائص الجيل Z:

- 1- عامل المشاعر: يصنف المعلومات المفيدة؛ التي بها مشاعر.
- 2- صادق بشكل صريح: 79% يثقون في الشركة التي لا تعدل صور علامتها، في حين يثق 84% بالشركة أكثر؛ إذا استخدمت عملاءها الحقيقيين في إعلاناتها.
- 3- النفوذ الاجتماعي: يعتقد الجيل Z أن تحديد نجاح علاقاتهم الإنسانية سيعتمد على مدى اعتقاد الناس بأن الشخص يصلح للمواعدة، ويعتقد 47% أن سمعتهم على الإنترنت ستحدد خياراتهم في المواعدة.
- 4 - اقتصاديات الإنترنت: 46% من الجيل Z يعتقدون أن الأشخاص الذين يديرون ويستخدمون الإنترنت هم أكثر أهمية من القادة السياسيين.

22 زينب البقري، «التدين الرقمي: لماذا ثار رواد الفيسبوك على «عمرو خالد؟»، موقع فكري إخباري، إضاءات، (2017).

23 صابرنا بار، «إلى أي جيل تنتمي؟ الألفية أم الجيل X أو Z؟»، موقع إخباري، *independentarabia*، (2019).

5 – شهادات في التواصل: يفضل 62% من الجيل Z النفاذ إلى شبكة الإنترنت - بشكل غير محدود - على الحصول على شهادة جامعية.

6 – جيل يعتمد على نفسه: 63% سيبعثون مشاريعهم التجارية الخاصة.<sup>24</sup>

### وفي دراسة أخرى:

1. مواليد هذا الجيل يبحثون عن الواقع بمصادقية وشفافية، ولا يستجيبون للعالم المثالي الكامل.
2. هذا الجيل يحب الاستقلالية والخصوصية، والتوجيه الذاتي.
3. يعتبر الجيل الأعلى استخداماً للتقنية واستهلاكاً لمنتجاتها كأجهزة أو برامج.
4. يفضل هذا الجيل الجوال ضعفي؛ جيل الألفية الذي يفضل الحاسوب.
5. يفضل هذا الجيل الإنترنت على مشاهدة التلفاز.
6. تقدر مدة انتباه هذا الجيل بـ 8 ثواني فقط مقارنة بـ 12 ثانية لدى جيل الألفية.
7. يفضل هذا الجيل الرقمي برامج المحادثة التواصلية؛ على برامج البريد الإلكتروني.
8. يفضلون مشاهدة الإعلانات التي تحتوي على نجوم برامج التواصل الاجتماعي أكثر من النجوم التقليديين.<sup>25</sup>

### 2.2. إحصائيات عن الاستهلاك الرقمي على النت:

- في يناير 2021، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 4,803,660,196 مستخدم.
  - عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من 4.5 مليار.
  - الوقت الذي يقضيه المستخدمون على مواقع التواصل ارتفع بنحو 60% في المتوسط على مدى السنوات الخمس الأخيرة.
  - أكثر من 1.83 مليار موقع إلكتروني حول العالم في عام 2021.<sup>26</sup>
  - 750 موقع، و1500 تطبيق تواصل اجتماعي فعال.
  - ما بين 50 و60 موقعاً وتطبيقاً للتواصل الاجتماعي، الأكثر تأثيراً وانتشاراً.<sup>27</sup>
- يتوزع عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المقدر نحو أكثر من 5.5 مليار مستخدم 2021؛ على النحو التالي في الجدول:

24 غيتي، «من هو الجيل زد؟ كيف ينظر للتقنية وكيف نتعامل معه؟»، موقع إخباري، شبكة الجزيرة الإعلامية (2019).

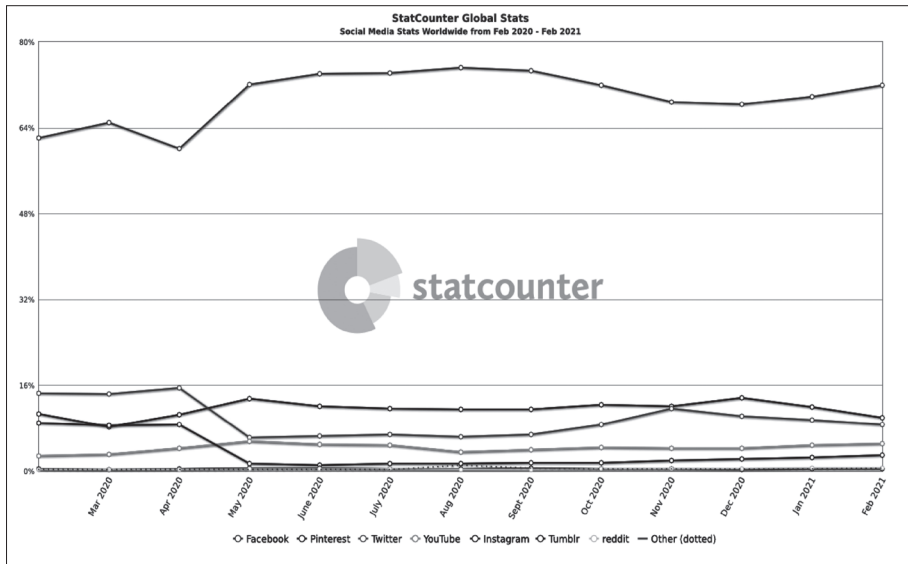
25 مالك الذيابي، «الجيل الرقمي.. من هم؟ وكيف يفكرون؟»، موقع إخباري، صحيفة مال الاقتصادية (2018).

26 VpnMentor، «توجهات الإنترنت في 2021. إحصائيات ونتائج في الولايات المتحدة والعالم»، موقع إحصائيات وبرامج رقمية (2021). (vpnMentor).

27 إسلام النجار، «مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيراً في 2020»، موقع رواد الأعمال، (2020).

(جدول رقم 1: إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم - مارس 2021)	
72.04%	الفيسبوك Facebook
9.66%	بينتي ريست Pinterest
8.79%	تويتر Twitter
5.27%	يوتيوب YouTube
2.92%	إنستغرام Instagram
0.5%	ريدت reddit

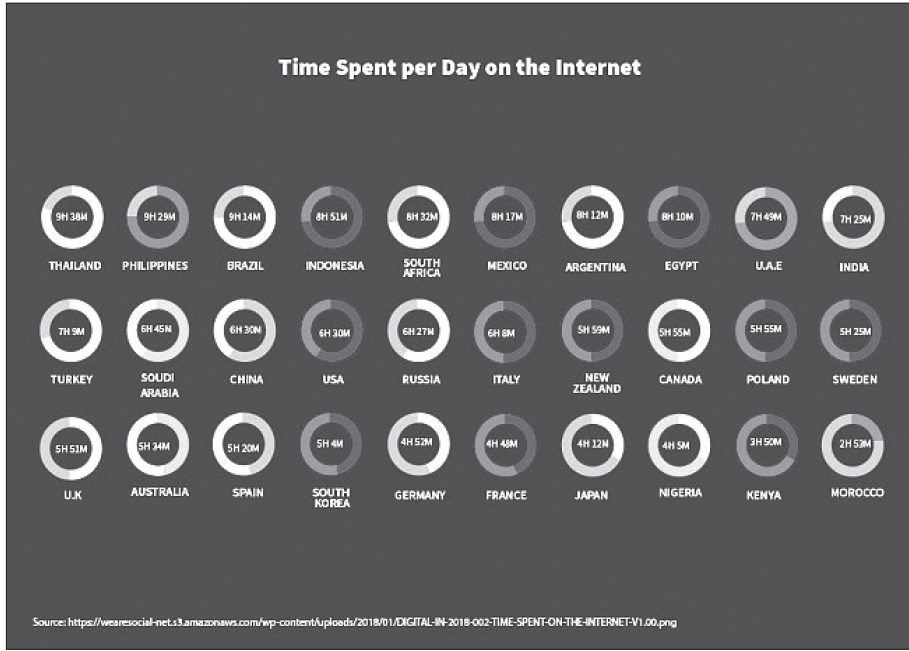
(رسم بياني رقم 1: إحصائيات مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم - مارس 2020- أبريل 2021)



يقضي المستخدم في تايلاند وقتاً أكبر عبر الإنترنت يومياً بمتوسط 9 ساعات و38 دقيقة، في حين أن المستخدم الأمريكي يمكث أكثر من 6 ساعات و30 دقيقة. وفي كينيا والمغرب أقل من 4 ساعات و3 ساعات.

.. ويتناقص استخدام منصات التواصل الاجتماعي مع التقدم في السن. لكن يزيد استخدام LinkedIn و WhatsApp في نطاق أعمار 30-49 سنة بنحو 5%. وتحصد مواقع الويب للبالغين (الإباحية) نسبة (13%) من مستخدمي الويب، والألعاب (10%)، لكن تشهد زيادة كبيرة ومتسارعة بعد الحجر الصحي بسبب جائحة كوفيد 19.<sup>28</sup>

28 ويليامز جراي، «23 إحصائية مذهلة عن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي 2021»، موقع برمجيات، Wiz-Case. (2021).



(الشكل رقم 1: مدة استخدام الأنترنت يوميا).

### 3. مستوى ارتباط المواطن الرقمي من الجيل Z العربي بالعالم الرقمي.

تمثل المنطقة العربية البيئة الأكثر تفاعلا مع العالم الرقمي لكن بمستويات متفاوتة تخضع لمعايير اقتصادية وسياسية، تتحكم في نسبة تدفق التكنولوجيا الرقمية واستعمالها العمومية واعتمادها، والولوج لها، وتتصدر الدول الخليجية قائمة الدول العربية الأكثر تمكينا من التكنولوجيا الرقمية والاستخدام الرسمي والعمومي له، وتطوير البنية التحتية، وكفاءة الهياكل والمؤسسات وموظفيها في الاستخدام الإداري، والتعليمي والصناعي والأمني. وتبين الإحصاءات الحديثة أن:

- o 40% من سكان شمال أفريقيا لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- o 52% من سكان شبه الجزيرة العربية لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي.
- o التطبيق الأكثر استخداماً في شمال إفريقيا للمراسلات هو: فايسبوك، ماسنجر.
- o التطبيق الأكثر استخداماً في دول الخليج للمراسلات هو: واتساب.

o القاعدة الجماهيرية الأكبر لعدد المستخدمين من ناحية العمر هي ما بين سن 25 إلى 34 عاماً.

o الغالبية للفئة العمرية السابقة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الذكور.<sup>29</sup>

(الجدول 3: إحصائيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في بعض الدول العربية).						
4	68% من السعوديين	3	54% من الجزائريين	47% من المغاربة	1	50% من المصريين
الفيس بوك	39 مليون 64% الذكور.	17 مليون 64% الذكور.	22 مليون 62% الذكور.	18 مليون 78% الذكور.	سناب شات	3.03 مليون 73% الإناث.
إنستغرام	11 مليون 42% الإناث.	4.4 مليون 44% الإناث.	4.4 مليون 41% الإناث.	13 مليون 37% الإناث.	لينكد إن	3.05 مليون 71% الذكور.
	2.3 مليون 65% الذكور	1.8 مليون 70% الذكور	2.95 مليون 66% الإناث.	2.35 مليون 59% الإناث.		

#### 4. المظاهر الجديدة للدين الرقمي.

##### 1.4. آثار الدين الرقمي مجتمعياً.

”ظهور الارتباطية الفائقة؛ حيث يتمكن الناس – الآن – أن يكونوا متصلين باستمرار عبر الأنترنت، وانتشار وسائل الإعلام الاجتماعية، وزيادة المعلومات الشخصية عبر الإنترنت هي من العوامل الرئيسة التي ستتفاعل بحيث تؤثر في الهويات.“<sup>30</sup>

حطمت العولمة الرقمية الحدود الثقافية لدول العالم، ببديل عالمي، هو امتزاج ثقافات المجتمع العالمي عبر التواصل السريع. لتفرز عولمة ثقافية تتيح التفاعل والتواصل ومشاركة أساليب الحياة والقصص اليومية والواقع المعيشي والاجتماعي والسياسي والإعلامي، بحيث يمكن تحويل أي حدث في منطقة نائية لخبر تفاعلي عالمي، يؤثر على الرأي العام، ومؤسسات الدولة، ويفرض تغييرات على النخبة والمجتمع نفسه. لكن العولمة تلاحق الهوية القطرية وتُجهز عليها، وعلى الخصوصية والتمايز والتباين.

”إذ العولمة فعلٌ يقلص امتداد الكون في هوية واحدة متجانسة ثقافياً واقتصادياً واجتماعياً، فهي ثقافة الشركات العابرة للجنسيات والقوميات والثقافات. وقد عملت شبكة الإنترنت على إزالة الحدود الثقافية عبر مختلف دول العالم.“<sup>31</sup>

29 Stat Counter. “Social Media Stats world. Feb 2020 - Feb 2021”. Global Stats. Stat Counter 1999-2020 (February 2021).

30 سوزان غرينفيلد، تغير العقل كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا، ترح. إيهاب عبد الرحيم علي (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب)، 131.

31 عبد القادر عبد الله عرابي، العولمة والهوية الثقافية (دمشق: دار الفكر، 2014)، 10.

تعد العولمة الثقافية أخطر ما أفرزت صور الاحتلال الغربي، فهي غزو ثقافي يهدد الهوية القومية والدينية والاجتماعية، ويفكك نسيج العقائد والتقاليد والأعراف.

” تتجاوز الحدود التي أقامتها الشعوب لتحمي كيان وجودها، وماله من خصائص تاريخية وقومية وسياسية ودينية، ولتحمي ثرواتها الطبيعية والبشرية، وتراثها الفكري الثقافي، حتى تضمن لنفسها البقاء والاستمرار والقدرة على التنمية، ومن ثمة الحصول على دور مؤثر في المجتمع الدولي. فالعولمة الثقافية تقوم على تسييد الثقافة الرأسمالية لتصبح الثقافة العليا.“<sup>32</sup>

من أمثلة انهيار المنظومة الدينية تحت وطأة العولمة الرقمية الثقافية على مواقع دعوية إسلامية، انتشار ثقافة البحث عن الزوجة عبر منصات وتطبيقات الزواج، في اصطدام مع الهوية الدينية والأعراف الإسلامية، في حين أصبحت العواطف بضاعة معروضة للبيع، عبر إعلانات جذابة.<sup>33</sup>

وهو ما ينتشر بين دعاة ما بعد الإسلاموية بالتهوين من ثقافة الخلية والتعارف لغرض الزواج، والتحجج بمبررات يحسبها متابعوهم أنها دينية. لكن الخطر المحقق في أن العالم الافتراضي يفتح كما هائلا من العلاقات دون تبعات نفسية أو سلوكية أو اجتماعية. فتفقدك حتى هوية الاختيار، بعد اكتشاف العدد الهائل لمستخدمي مواقع المواعدة والزواج، بعد تطوير برمجيات تفهم الشخصية عبر البصمة الإلكترونية وجدولة الدماغ ونمط التفاعلات، لدرجة أن ثلث المتزوجين في أمريكا كان عبر الأنترنت، وتفوقت الإنترنت على دور العبادة والمدارس والمكاتب في روابط المواعدة، لنسبة 70% من الجيل Z كانت مقابلتهم عبر الإنترنت. مما يفتح تنافسية أكبر للشركات الرقمية على 700 مليون عزب في العالم عام 2020.<sup>34</sup>

## 2.4. آثار الدين الرقمي دينيا.

أدى انفرط عقد الفتوى للدخول في فوضى الفتاوى على الويب، وانتشار صفحات ومواقع وقنوات لباحثين لا يملكون تأصيلا في العلوم الشرعية ولا علوم الآلة ولا العلوم الخادمة، ينافحون عن رؤاهم الدينية التجديدية بزعمهم، ويحقرون من علماء المؤسسات الرسمية وغيرهم من أهل الاختصاص، فانطلق من درس علم النفس أو علم الاجتماع أو الحقوق أو الإعلام أو الهندسة لانتقاد الخطاب الديني، ثم التاريخ الإسلامي ثم علوم الحديث ثم الفقه، وقدم نفسه كمنظر إسلامي حداثي تنويري.

32 عبد المالك بلالي، «العولمة الثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للشباب»، المعيار 15/15 (2016)، 117.

33 يمينة حمدي، «أسواق رقمية رائجة تباع الحب كالمعلبات الجاهزة تطبيقات إلكترونية تمد أواصر الصلة بين الباحثين عن شريك الحياة»، إخباري، صحيفة العرب، (2020).

34 أحمد محمد الغندور، «الحب على النت»، قناة يوتيوب، الدحيح، (2019).

بل بلغ الحد ببعضهم للمناداة ببروتستنتية إسلامية، بأن يفهم كل مسلم القرآن بالقدر الذي يناسبه، ولا حاجة لأهل الاختصاص من مؤسسات دينية ولا علماء، فمحرك البحث يمكنه إجابتك عن أي سؤال.

”عالم الشبكة المفتوحة اليوم أتاح القدرة لجميع الأفراد للوصول إلى المعلومة والتحقق منها، فلم يعد ثمة ضرورة لوجود رجل الدين وعالم الدين، كما في السابق، باعتبار أنّ لديهم معلومات غير متوافرة للعامة، كل ذلك تغير.“

وهو ما يستدعي بالضرورة تطوير أشكال جديدة للممارسة الدينية، بحيث لا يكون للمؤسسة الدينية في صورتها التقليدية حضوراً ودوراً مؤثراً، إنّما يتمركز التدين حول الفرد، مؤكداً انتفاء الحاجة اليوم لوجود وزارة أوقاف ومؤسسات مخصصة لتنظيم المجال الديني وإدارته.<sup>35</sup>

هذا الطرح الساذج، فاته أن الموقع أو الصفحة أو المحتوى له محرر وخطيب ومفكر ومؤسسة، فإن سقطوا فكيف ينزل الجواب؟

وإن كان مجرد الوصول للجواب ينفي الحاجة لأهل الاختصاص، فالكتب كانت قبل ذلك، لكن الإشكال من يضبط الجواب، ومن يرجح بين الأقوال، ومن يثبت أهلية محرر الجواب، وإلا فالمواقع تعج بمنتجات دينية علمية ومعرفية وثقافية وتجارية وترفيهية مصادرها مجاهيل؛ عدالة وثقة.

وإسقاط المرجعية الدينية للعلماء سبق أن مارسها التيار اليساري والعلماني، تحت ذريعة حرية منهج القراءة، فأفرز في المقابل انتشار فتاوي شباب يخوض في مسائل دقيقة، وينشر أفكاراً تكفيرية، ويسارع للتبديع والحرب الكلامية مع الفرق والطوائف الإسلامية تحت ذريعة الدعوة والردود.

« أدركت الدراسات الدينية الرقمية حقيقة أن الإنترنت يوفر إمكانيات لإنشاء أماكن تفاعل غير مدمجة من الحدود المحلية والجغرافية.

فالتقنيات الرقمية تمكنت من تشكيل مجتمعات، بما في ذلك المجتمعات الدينية. من أعضاء يعرفون أنفسهم كجزء من المجتمع عندما يجدون الأماكن التي يمكنهم فيها التواصل بشكل هادف مع الأشخاص ذوي التفكير المماثل.

هناك أنواع مختلفة من المجتمعات الدينية عبر الإنترنت – بينما يتم إنشاء مواقع ويب معينة بواسطة مجتمعات مادية موجودة.

35 خالد بشير، «خطاب التجديد الديني: فرقاء الأذهان والأزمان»، تجديد الخطاب الديني: هل فقد رجل الدين دوره في العصر الرقمي؟ (2018).

والبعض الآخر موجودة حصرياً على الإنترنت، وقد لا يلتقي الأعضاء أبداً بكل منهم وجهاً لوجه. فالإنترنت يعدل مفاهيم الصداقة والعلاقة، وكيف تصبح المجتمعات مرتبطة ارتباطاً جوهرياً بالممارسات المترابطة عبر الويب.<sup>36</sup>

وقد أدى التكوين الذاتي الديني عبر الأنترنت لانتشار التعالم والتحاقق بين الجيل الرقمي، والتجرؤ على الفتوى والمسارة لإقصاء المخالف في أسلوب التنمر الإلكتروني التنمر الديني والعقدي، والسخرية من التوجهات العقدية والدينية، وربط المظاهر الدينية بما يحط من قيمة المتدين، وهو ما يدفع الجيل Z غير المتكون دينياً لحالات التضايق والقلق ثم الاكتئاب ثم الاغتراب الديني الذي يصحبه فراغ روحي؛ قد يشده نحو الانتحار أو الإلحاد. إن لم يتجه الشاب من جيل Z للانتحار بمبدأ الترك، يلجأ إلى الاستئصال بالكفر بالجميع؛ مقابل فكرة عالمية مهيمنة تنهي العقيدة، نحو الذوبان في مجتمع عالمي، وتبني الفلسفات العبثية والبوهيمي والمادية. فرغم وجود الإلحاد من القدم، إلا أن إلحاد الجيل الرقمي Z مرتبط بالمعلوماتية، ولم يعد يربطه بالأطوارح الفلسفية التجريدية، بل بالعلم التجريبي والتقني والكوني والطبيعي والرقمي، ولم يعد ينشر عبر كتب الفلسفة والأدب ومقالات المجالات بل عبر الإنترنت، بنطاق أضخم مما سبق، ولنا مثال في مواقع الإلحاد باللغة العربية المتصاعدة الانتشار:

36 Heidi A. Campbell - Evolvi Giulia·Wiley Periodicals·"Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies"·Hum Behav & Emerg Tech 2 (2020)·9.

اليوتيوب:	مواقع ويب:	الفيسبوك
1,410,000 – المنطقة الحرة – مشاهدة – 1290	– الحوار المتمدن – 70 ألف زائر يوميا .. عدد الكُتاب للمقالات 18 ألف كاتب.	– الحوار المتمدن (معظمهم لادينيين)
– تليفزيون الإلحاد – 350 ألف مشاهدة .. 1240	– إلحاد – 10 آلاف زائر يوميا.. 14 ألف عضو	likes 500,000 – ملحد وأفتخر
– أنقى جوبلز – 400 ألف مشاهدة.. 1460 مشترك	– شبكة اللادينيين العرب – 4 آلاف زائر يوميا.. 7000 عضو	likes 1143 – سخرية الفكر الديني
– شاكوش – 720 ألف مشاهدة – 1000 مشترك		likes 2,953 – الملحدون السودانيون
– أنا أفكر – 150 ألف مشاهدة .. 1000 مشترك		likes 711 – الملحدون التونسيون – 2,606 likes
– التنوير – 88 ألف مشاهدة .. 1000 مشترك		– نظرية التطور – likes 10,188
– المصري الملحد – 160 ألف مشاهدة.. 845 مشترك		– القردة العليا – likes 2,100
– بهاء – 56 ألف مشاهدة – 315 مشترك		– مدونة مجرد إنسان – 10,635 likes
– على – 23 ألف مشاهدة – 245 مشترك		– السعوديون – likes 882
– مردوخ – 10 آلاف مشاهدة.. 350 مشترك		– فيسبوك العلمانية (معظمهم ملحدون) likes 58,609
– نزار النهري 1,200,000 مشاهدة.. 200 مشترك		
– مترجمات العلم والفلسفة – 3800 مشاهدة – 1,485,000 مشترك		

(الجدول 03: إحصائيات عن الملحدين العرب).<sup>37</sup>

من أسباب انتشار الإلحاد وانهيار الهوية الدينية بنسبة متزايدة في الجيل Z، منهجية التكوين الذاتي والثقة الزائدة في الذات المعرفية، فيختلط على الشاب:

- مفهوم الوصول للمعلومة.
- بمفهوم إدراك المعلومة.
- بمفهوم القدرة العلمية على التحليل والمقارنة.

37 مجدوب، "إحصائيات عن الملحدين العرب"، مدونة، موقع مجدوب، (2011).

وهذا ما يحتاج لتعليم وتدرج وتكوين عبر مراحل متصاعدة من معلم ومرابي وأستاذ. فالشباب المدمن على التصفح يحسب نفسه عالي المستوى التعليمي بقدر استحوازه على كم كبير من المعلومات بمنهج ثقافي، وقد يجادل في أي شيء، ويخوض في النظر في كلام الملحدون دون قاعدة علمية تعليمية. فيجتمع فيه قابلية التأثر والمؤثر الخارجي.

أما القابلية فهي قديمة، كضعف مستوى الإيمان أي ضعف الحساسية العقيدية بقلة تعظيم شعائر الله أو التفاعل مع المنبهات الإيمانية، مع قلة الوعي الثقافي والتعليمي، والجهل بالعلوم الشرعية التي تنمي ملكة النقد، فلا يفرق بين الإيمان المجمل والتفصيلي، كما لا ينتبه أن لك علم أهل صنعته يرجع إليهم.

ومع تزايد قوة المؤثر الخارجي مؤخرًا عبر وسائط التواصل الاجتماعي؛ تحول الإلحاد لظاهرة، فأصبح الشاب المبتدئ منفتحًا على كل الأفكار الشاذة، دون أن يكون مستعدًا للفهم والنقد، ودون وعي بتجنب الخوض فيما لا يعرف، والتربث بطلب العلم أو الرجوع لأهل العلم لاستبيان المشكل، بل يتجرأ على المواجهة أو المطالعة، ليجد نفسه أمام طرح فلسفي عميق الشبه، كثير الاضطراب.

لأن الموجة المعاصرة للإلحاد تختلف عن إلحاد الستينيات؛ في أنها تهدم ولا تبني، حيث تجنح إلى التشكيك في المسلّمات وهدم العقيدة والمنظومة الأخلاقية دون بناء منظومة بديلة، وتترك الشاب أسيرًا للعدمية المطلقة، بينما كانت الشيوعية في السابق تقدم فكريًا بديلًا. فكان من السهل في الماضي إعادة الملحد إلى الدين بعد نقض الفكر الماركسي، أما الآن فيصعب إقناع الملحد بعدما فقد الثقة في مصادر المعرفة الدينية نفسها، وصار متشككًا في قدرة العقل على بلوغ اليقين الديني. بعد شيوع فلسفة ما بعد الحداثة التي تنادي بسقوط العقل. والعولمة الثقافية الرقمية تدفع الجيل الرقمي Z نحو فكر عديم يفقده الثقة في قدرات العقل على بلوغ اليقين الديني، مما يركب لديه فلسفة سفسطائية، تدفعه نحو اللادينية أو العندية أو العدمية، ليجد نفسه بلا هوية دينية مطلقًا، بعد تخلصه من جميع الروابط التربوية والمجتمعية والسياسية. وقد يتبنى الفلسفة الوضعية، معتقدًا أن العلوم التجريبية هي مصدر الحقيقة الوحيد، لدرجة تبني النظريات العلمية الاحتمالية كعقيدة. وهو ما تبين لبعض الراصدين للظاهرة بعد حوارات متسلسلة مع مجموعة من الشباب الملحد؛ انتقل إلى إلحاد صدامي هجومي يبالغ في السخرية واحتقار الدين والمتدين، بل ويسعى لفرض نفسه ثوريًا بالصدام المسلح كما في مؤلفات من يسمون الفرسان الأربعة، .. وعلى رأسهم دوكنز الذي يعتبر أن الصدام بات حتميًا. فخطر الإلحاد لا يقتصر على الجانب

الفكري والعقدي لدى الفرد نفسه، بل يتعداه إلى المجتمع كله، لأن الإلحاد يفكك معنى الإنسان ويحوّله إلى شيء مادي بلا قيمة ولا غاية، وقد يبرر الإبادة الشمولية.<sup>38</sup>

«ولعل من أبرز مظاهر تأزم الهوية الثقافية للشباب في هذه المواقع؛ ما يلي:

- وضع منصات وصفحات لحركات فكرية وعقائدية مناوئة للإسلام تستقطب الشباب.
- نشر الأفكار المتطرفة، والخرافات.
- نشر الصور والفيديوهات غير الأخلاقية.
- تبني بعض الحملات التي تستهدف العلماء وتسيء للدين.
- تراجع اللغة العربية، بسبب ظهور لغة خاصة بين الشباب برموز مختلفة، وكتابتها بحروف أجنبية...
- التسطّيح الفكري والثقافي من خلال الترويج لقيم ومظاهر جديدة مستوردة، تخدم النظام العالمي.»<sup>39</sup>

## 5. خاتمة.

تجلى من خلال الدراسات الإحصائية لأثار الدين الرقمي على الجيل Z عبرهاته الورقة ما يلي:

- إضعاف الولاء الديني لفقدان المرجعية الدينية التربوية المباشرة.
- غلبة فلسفة مركزية الإنسان، المتجهة نحو التبعية الفكرية والاستهلاكية الليبرالية.
- انهيار منظومة الأسرة لدى نسبة متزايدة من شباب الجيل Z، وانتقالهم لفكر المسلم المنتج في الحياة الاقتصادية المادية فقط.
- اضطراب الولاء الديني، نظراً لتعرضهم لمعلومات عن 4000 دين، وعشرات الآلاف من الفرق الدينية والفكرية والفلسفية.
- تغير النموذج القدوة لدى الجيل الرقمي Z، فالمشاهير والأعلام عندهم الأقوى عبر منصات التواصل الاجتماعي من حيث جمع المشتركين وحصد الإعجاب، دون التركيز على المحتوى.

38 أحمد دعدوش، «موجة الإلحاد... من يدق ناقوس الخطر؟»، موقع إخباري، شبكة الجزيرة الإعلامية، (2018).

39 سلمى حميدان، «تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري»، المعيار 49، (2020)، 529.

- انتشار الفكر اللاديني والإلحادي نتيجة الضخ المستمر لأفكار خاطئة عبر وسائط اجتماعية بصورة أكثر تنميكا من حيث الإخراج والتصوير والعرض، ونظرا لأن الجيل Z يقل فيه تتبع المحتوى والتحقيق في المسائل المعروضة، ولديه فرط تأثر بالصورة الرقمية.

- الانعزال عن هوية الدينية للمجتمع الأصلي، لأن الجيل Z يعيش في مجتمع بكوكب رقمي، يتواصل ويتابع ويتفاعل مع أفراد مجتمع عالمي، لا يتبع داخل النت لحدود وطنية ولا مراسيم اجتماعية.

- تكشف نتائج الدراسة أن الدين الرقمي سيذيب الأعراف ويميع العقائد، مما يبعث نذير خطر على المجتمعات الضعيفة أصلا من حيث التعليم، والتربية والتوعية الاجتماعية والدينية.

ولعالجة آثار التدين الرقمي السلبية نقدم توصيات:

- إعادة الجيل Z لأحضان الأسرة والمجتمع والوطن.  
- التعلم التدريجي على يد الأسرة والمجتمع قبل الخوض في استقبال الأفكار المخالفة، لتكوين مناعة وحصانة معرفية تؤهل للنقاش، والتحليل والفرز والردود. وفق نموذج وعرض يواكب عقليته ونفسية الرقمية.

- تنمية قدرات المعلم والأستاذ والمربي والشيخ والداعية لتكييف أفكاره ومعارف مع نماذج عرض رقمية تساهم في جذب شباب الجيل الرقمي Z.

- الإبداع في إخراج المحتوى الديني، والاستفادة من الشخصيات ذات القبول في الإلقاء. كما نافس دعاة ومربون وأساتذة بولوح المنصات الرقمية وحققوا نجاحات باهرة بتطوير مناهج وتلقيهم للمعارف بما يناسب الجيل المعاصر.

- الاستفادة من الرقمنة وفق خطط وطنية للرصد والتطوير التقني والرقمي، كما صنعت الصين وغيرها، ببناء منظومة معلوماتية ومنصات رقمية وطنية.

- عقد دورات تأهيلية إجبارية لأولياء الأمور لتوعيتهم بنظم مراقبة أطفالهم وترشيد الاستهلاك الرقمي.

- تفعيل جمعيات توعية أسرية لمزيد نشر ثقافة ترشيد استعمال الإنترنت.

- تدريب الأطفال والشباب على تقنيات التكون العلمي والمعرفي الصحيح.

- تفعيل دورات التوعية الدينية للأطفال والأسر عبر المساجد والمراكز والمدارس.

وفي الختام نأمل بلوغ ومضة معرفية عبر هذه الورقة المختصرة.

## 6. قائمة المراجع:

- الديبالي، عبد الصمد. "الإسلام الرقمي، مصدرتيه أخلاقي". مؤسسة للدراسات والأبحاث. مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث. 2019. <https://www.mominoun.com>
- الذيابي، مالك. «الجيل الرقمي.. من هم؟ وكيف يفكرون؟». موقع إخباري. صحيفة مال الاقتصادية. 2018. <https://www.maaal.com/archives/20180808>
- الغندور، أحمد محمد. "الحب على النت". قناة يوتيوب. الدحيح. 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=ltUQ3zTv2k8>
- بار، صابرينا. "إلى أي جيل تنتمي؟ الألفية أم الجيل X أو Z؟". موقع إخباري. independentarabia. 2019 <https://www.independentarabia.com>
- بشير، خالد. "خطاب التجديد الديني: فرقاء الأذهان والأزمان". تجديد الخطاب الديني: هل فقد رجل الدين دوره في العصر الرقمي؟. 2018. <https://hafryat.com>
- بلالي، عبد المالك. "العولمة الثقافية وأثرها على الهوية الثقافية للشباب". المعيار 15/15 (2016)، 115-135.
- جراي، ويليامز. "23 إحصائية مذهلة عن الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي 2021". موقع برمجات. 2021. <https://ar.wizcase.com/blog>
- حكان، ياسين. "كيف تؤثر تقنيات التكنولوجيا الحديثة على عقولنا؟". مدونات الجزيرة نت. 2019. <https://www.aljazeera.net/blogs/2019>
- حمدي، يمينة. "أسواق رقمية رائجة تباع الحب كالمعلبات الجاهزة تطبيقات إلكترونية تمد أواصر الصلة بين الباحثين عن شريك الحياة". إخباري. صحيفة العرب. 2020
- حميدان، سلى. "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية الثقافية للشباب الجزائري". المعيار 49 (2020).
- دعدوش، أحمد. "موجة الإلحاد.. من يدق ناقوس الخطر؟". موقع إخباري. شبكة الجزيرة الإعلامية. 2018. <https://www.aljazeera.net/news/reportsandinterv> /13/10/iews/2018
- عبد اللطيف، نائل. "سلوكنا على منصات التواصل انعكاس لواقع علاقاتنا الاجتماعية". مدونات الجزيرة نت. 2019. <https://www.aljazeera.net>
- عراي، عبد القادر عبد الله. العولمة والهوية الثقافية. دمشق: دار الفكر، 2014.
- غانم، علي. "السوق الديني والصراع على استملاك خيرات الخلاص: رؤى نظرية". مؤسسة للدراسات والأبحاث. مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث. 2020. <https://www.mominoun.com>

غرينفليد، سوزان. تغير العقل كيف تترك التقنيات الرقمية بصماتها على أدمغتنا. ترح. إيهاب عبد الرحيم علي. الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

غيتي. "من هو الجيل زد؟ كيف ينظر للتقنية وكيف نتعامل معه؟". موقع إخباري. شبكة الجزيرة الإعلامية. 2019. <https://www.aljazeera.net/news/8/2/scienceandtechnology/2019>

لوفتون، كاثرين. "الدين والثقافة الرقمية: الديجيتال كمكان للاختباء". Qira2atProject. ترح. عمرو خيرى. 2015. <https://qira2at.com/2015>. *The Immanent Frame*.

مجدوب. "إحصائيات عن الملحنين العرب". مدونة. موقع مجدوب. 2011. <https://magdoub.wordpress.com>

نصر، رانية. "التدين الرقمي ومشخة التقنية!" مدونات. الجزيرة نت. 2019. <https://www.aljazeera.net/blogs/2019>

نومار، مريم نريمان. "التدين الرقمي وبناء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية دراسة تحليلية لرموز الالتزام الديني الافتراضي في فيسبوك". مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية 2/20 (2019)، 363-382.

هايني، باتريك. *إسلام السوق*. ترح. عومرية سلطاني. القاهرة: مدارات للأبحاث والنشر، 2015.

هلال، إبراهيم. "الإسلاميون الجدد.. إسلام السوق، النشأة والتجليات". إخباري. شبكة الجزيرة الإعلامية. 2017. <https://www.aljazeera.net/8/3/midan/intellect/sociology/2017> Accessed 28 March 2021.

Campbell, Heidi A. "Religion and the Internet: A Microcosm for Studying Internet Trends and Implications". *New Media & Society* 15(2) 5/ November 2012, 680-694. <http://nms.sagepub.com/content/15680/5/>

Campbell, Heidi A. "Religious Communication and Technology". *Annals of the International Communication Association*, 1-9. <http://dx.doi.org/10.108023808985.2017.1374200/>

Campbell, Heidi A. - Giulia, Evolvi. *Wiley Periodicals*. "Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies". *Hum Behav & Emerg Tech* 2 (2020), 5-17. <https://doi.org/doi.org/10.1002/hbe2.149>

Stat Counter. "Social Media Stats Algeria. Feb 2020 - Feb 2021". Global Stats. *Stat Counter 19992020*-. February 2021. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/Algeria>.

Stat Counter. "Social Media Stats Egypt. Feb 2020 - Feb 2021". Global Stats. *Stat Counter 19992020*-. February 2021. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/egypt>.

Stat Counter. "Social Media Stats Morocco. Feb 2020 - Feb 2021". Global Stats. *Stat Counter 19992020-*. February 2021. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/morocco%20>.

Stat Counter. "Social Media Stats Saudi Arabia Feb 2020 - Feb 2021". Global Stats. *Stat Counter 19992020-*. February 2021. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/saudi-arabia>

### Footnotes

1 Stat Counter, "Social Media Stats Egypt. Feb 2020 - Feb 2021", Global Stats, *Stat Counter 19992020-* (February 2021).

2 Stat Counter, "Social Media Stats Morocco. Feb 2020 - Feb 2021", Global Stats, *Stat Counter 19992021* (فبراير 2020).

3 Stat Counter, "Social Media Stats Algeria. Feb 2020 - Feb 2021", Global Stats, *Stat Counter 19992020-* (February 2021).

4 Stat Counter, "Social Media Stats Saudi Arabia Feb 2020 - Feb 2021", Global Stats, *Stat Counter 19992020-* (February 2021).

5 (2011) (مجدوب، «إحصائيات عن الملحدين العرب»، مدونة، موقع مجدوب، 2011).