

MEDİAD

Medya ve Din Araştırmaları Dergisi | Journal of Media and Religion Studies

ÇEVİRİ MAKALE | TRANSLATION ARTICLE

Haziran 2019, 2(1), 137-149

Geliş: 07.05.2019 | Kabul: 29.05.2019 | Yayın: 28.06.2019

إعادة التفكير بعلاقة الدين مع الإعلام¹

Medya İle Din İlişisini Yeniden Düşünmek

Mete ÇAMDERELİ*

Çeviren: Omar MALKAWİ**



Öz

Bu çalışma, Prof. Dr. Mete Çamdereli'nin 2018 yılında yayımlanan *Din Ekranda Nasıl Durur* isimli kitabı içerisindeki "Medya İle Din İlişisini Yeniden Düşünmek" başlıklı bölümün çevirisidir. Çalışmanın genel amacı dinsel medyadaki görünümünden/tezahürlerinden hareketle dini olanın -dini tefekkürün-medyadaki konumunu anlamaya çalışmak ve olası sorunlar çerçevesinde onun yeniden nasıl islah ve inşa edilebileceğini düşündürmektir. Bunun için çalışma medyada dinsel mevcut görünümünü gözlemlemeye ve medyatik dinsel söylemi betimlemeye çalışmaktadır. Bu çerçevede çalışma gözleme dayalı betimsel bir yaklaşımı yöntem olarak benimsemiştir. Çalışma boyunca, dinsel mecra görünümü, dinsel medyatikleşme görünümü, dinsel dijitalleşme görünümü ve dinsel medyadaki güncel görünümü ele alınmaktadır. Çalışmanın sonucunda kolaylıkla şu ifade edilebilir ki, yolu medyadan ve dijitalleşmeden geçmeyen neredeyse hiçbir alan yoktur. Dinsel de bu alanlardan biridir. İnsanlar medyasız yapamamakta ve dijital köleliğin kulluğa evrildiği bir dönemden geçilmektedir. Buna göre gönüllü bir dijital kulluk içinde olduğu ifade edilebilir. Doğal olarak dinsel alan da medyatik mümin de bu tavsiftten üzerine düşeni almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din, Medya, Medya ve Din, Dijital Medya, Dijital Din

* Prof. Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, e-mail: mcamdereli@ticaret.edu.tr | orcid.org/0000-0002-9573-5223

** Doktora Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, e-mail: omar_sm08@yahoo.com, | orcid.org/0000-0003-2370-4732

• توظنة :

الدين هو تجلّي الحُكم الإلهي ما بين السماء والأرض قانونٌ تأسس لحياةٍ في نور الوحي يشملُ كافة مجالات المعيشة وما الإعلام سوى بيئة وأداة , ونحن هنا لا نتحدث عن ميدانين يتطابقان مع حُكم المعقول بل نحنُ نتحدث عن ميدانين ومفهومين غير قابلين للقياس, دعونا أولاً نُسلم بأن الحُكم القويم للدين ليس نفس الحُكم النفعي من الأداة كما دعونا نتناولُ موضوعنا ليس " كتجلي/ ظهور" الدين في وسائل الإعلام بل كـ"تجلي/ ظهور" الميادين الدينية والميادين ذات الطابع الديني في وسائل الإعلام, دعونا نحاول فهم الموضوع الديني – التأمل الديني – انطلاقاً من تجلياته الموجودة في وسائل الإعلام, كما دعونا نُفكر في الكيفية التي من الممكن لنا بها إصلاحه من خلال إعادة التفكير في إطار المشاكل المحتملة, ومن أجل القيام بذلك دعونا نصف الخطاب الديني ونلاحظ " التجلي/ الظهور" الديني الموجود في الإعلام.

لنحدد المنهج الوصفي القائم على الملاحظة كمنهج لنا, ولكن قيل ذلك من أين إلى أين وصلنا, كيف تطورت عملية "الحضور/ الظهور" الإعلامي للدين وكيف تحققت الأولويات, ونحن نبدأ بتناول الموضوع لتذكّر بإختصار و لنفهم الإعلام كمجرى معروف ورائج .

إذا لم نحسب الصُحف فإنّ أولُ محتوى ديني للبرامج والنشر كان قد بدأ في عام 1950 م من خلال راديو أنقرة , يُقرأ القرآن , وتُعدّ البرامج التي تتحدث عن الأخلاق والدين , وبالدخول إلى سنوات الستينات أصبحت الأمور مُرتبطة أيضاً ببيت الموالد النبوية وبرامج السُحور , كما أن بيت المولد الذي عُقد من أجل شُهداء قبرص على الهواء مُباشرة يعتبر ميلاداً للتلفاز, ومن جهة أخرى وفي الوقت الذي تستمر فيه الصُحف بنشر المواضيع الدينية والأخلاقية في أيام الجُمع وشهر رمضان من خلال صفحاتها فإنّ الراديو والتلفزيون يواصلان بثهما من خلال بعض المداخلات المحدودة في كل لحظة , لقد دخل أول برنامج إفطار للبت عام 1975 م , وقد وصلت كل من تلاوات القرآن الكريم , أصوات الأذان , الموشحات الدينية , الدردشات إلى حال يمكن أن نبت فيه بشكل دائم , وكانت سنوات الثمانينات هي السنوات التي تنوعت فيها البرامج والمنشورات الدينية وزادت مدة عرضها , يُضاف إليها أيضاً البت المباشر للإفطار والسُحور وليالي القدر والموالد , والبرامج المبتوتة بشكل منتظم أيام الجمعة "عالم الإيمان" , ومن خلال عصر التلفاز مُتعدد القنوات فقد ظهرت بعضُ القنوات التي نبت المنشورات الدينية , وقد تم تحويله إلى شكل من أشكال البرامج الدينية من خلال هيئة الإذاعة والتلفزيون التركية TRT . وتبقى في الأذهان سنوات التسعينات كسنوات بدأت فيها الراديوهات مع التلفزيونات الخاصة بالإزدياد ببيت ديني موضوعي , وبينما بدأت مصطلحات مثل " الإعلام الإسلامي , البت الديني" بالظهور فإنّ التوصيف المعروف بالبت الأخلاقي والمعنوي قد تطوّر إلى ظاهرة البت الديني .

ومن جانب آخر لا بد من عدم نسيان أفلام الستينات والسينما الوطنية في سنوات السبعينات بالإضافة إلى الأفلام الدينية في سنوات التسعينات , مدارس الدين والسينما الوطنية المنتشرة في النصف الثاني من القرن العشرين أخذت مكاناً بين الخطوات الأساسية التي مهدت للحضور الديني , أما بالنسبة لسنوات 2000 فهي سنوات الإمتداد من الإلكترونية إلى الرقمنة , وفي النهاية وكما تحضن التقنيات الرقمية جميع الجوانب فقد إحتضنت أيضاً منصات البت الدينية , وسوف يتم إعادة تشكيل البت الديني وفقاً لوسائل الإعلام الرقمية الجديدة والتي سوف تميل إلى التفرد مع مرور الوقت وتستمر بالتحول من خلال البيئات والبرامج التفاعلية, وكما يقال إذا ما كان التعبير الإصطلاحي في موضعه السليم فإنه حتماً سيتغير ويصبح أكثر شعبية وانتشاراً .

• **تجلي المظهر/ الخُضور الديني :**

القرن العشرين هو قرن الأتصال وعندما يُقال الإعلام فإنَّ المجرى واضح : بحيث من الممكن أن يتم تحديده من خلال الصحف , المجلات , الكتب , الراديو والتلفاز , واليوم نحنُ أمام تقنية اتصال شملت كافة تلك الوسائل جميعها, نحن نمزج من تطور يُشكل كل مجرى وفقا له كما يقوم بنهميش حدود المجرى التقليدي, المجرى الرقمي و التقليدي ما زال حتى الآن كمفرد في إطار التوطين و في قوة تحويل الهيئة التقليدية, كما أنَّ المجرى التقليدي سيكون دوماً موجوداً ولكن يبدو أنه سيديم وجوده من خلال الهيئة الرقمية, تُعاش اليوم فترة الرقمنة من خلال تحول كافة المجرىات من الصحف حتى الكتب, إذا تم بحث المجرى الرقمي بحد ذاته فإنه يُرى من خلال التراكيب الرقمية وكل المجرىات المذكورة كإعلام حتى اليوم , كما أن المجرىات التقليدية تلتفت الإنتباه من خلال خصائصها المتغيرة في البيئة الرقمية إذ باتت تتقاطع ما كل ما هو رقمي, إن علاقة الإعلام مع الأمور ذات الصبغة الدينية قد وصلت إلى شكل طبيعي وحالة فردية ولا بد من نتيج مجراها من زاوية الإعلام الرقمي وكافة الأطراف المتعلقة بالرقمنة .

لا يوجد أحد حالياً يجهل ما تمثله وسائل الإعلام الرقمية ومُصطلحاتها : سلسلة طويلة من التطبيقات أو القنوات الافتراضية من مثل الهواتف الذكية , أجهزة الحواسيب , ساعات الإنترنت الذكية , مواقع الويب , مواقع التواصل الاجتماعي , الشبكات الاجتماعية , المدونات , المدونات الصغيرة , المنتديات , مواقع مشاركة الفيديو , مواقع الدردشة , التجارة الإلكترونية , البريد الإلكتروني , النشرة الإلكترونية , لا يبدو أنَّ الموضوع الديني في كافة هذه المجرىات الهائلة سيكون في متناول اليدين , فهي لغاية الآن لم تصبح تاريخية , ليس من السهل أبداً القيام بتحديد الأنماط والمشاكل ضمن وسائل الإعلام الرقمية , عوضاً عن البحث عن حل شامل للمشاكل فإنه ينبغي عدم استبعاد ضرورة البحث عن حلول مُنفصلة لكل مجرى أو تطبيق على حدى , نحن هنا وكما أشرنا في البداية سوف نُحاول فقط وصف الخطاب الديني في وسائل الإعلام وتحليل الخطاب بواسطة طرق الملاحظة وإن كان هناك مشاكل نحاول إقتراح حلول ممكنة , سواءً الرقمية أم التقليدية فإنَّ وسائل الإعلام بالمعنى الشامل تغفُّ أمام الدين كفرصة عظيمة وعائق في ذات الوقت , منذ البداية كان إمتحان تلاقى وتقاطع الدين مع الإعلام شديداً حيث كانت دوماً جزئية التمثيل والتحديد ذات إشكالية , ولفهم هذه المشكلة الممتدة إلى الرقمنة دعونا أولاً نحاول فهم خصائص الرقمنة الدينية وخصائص الإعلام الدينية , بعدها نواصل مسيرنا في نطاق الأمثلة التي تُمثل أيضاً إشكاليات في وسائل الإعلام وتطبيقاتها من مثل مواضيع الخصوصية والشهرة والرؤية والمراقبة والملاحظة .

• **التجني / الظهور الإعلامي الديني :**

يحتاجُ الإعلام إلى الدين بقدر حاجته إلى المواضيع الأخرى بلا شك : يفتحُ أبوابه للدين بدون تمييز عن حقائقه ومنفعته الشخصية , وفي المقابل يُظهر الدين نفسه كمطلب اجتماعي في الإعلام : ظهوره الاجتماعي هذا يبدو كأنعكاس له من ناحية أخرى , ومع تزايد توقعات المجتمع للدين من الوسائل الإعلامية اضطر الإعلام لفتح ميدان يختص بالدين , بينما كان الدين بالنسبة للإعلام إحدى المواضيع بات الإعلام بالنسبة للدين أداة لا يُمكن الإستغناء عنها , وعلى الأغلب سرق رغبات الأداة , بات الدين مجبوراً على التنسكل وفقاً للإعلام , والدين المتشكك في كل زمان وفقاً للإعلام قد اتخذ هيئة مُغايرة وعلى نحو طبيعي أصبح إعلامياً , بينما كان يُحاول إيصال رسالته من خلال وسائل الإعلام بات رسالة من رسائل وسائل الإعلام , سلسلة مُمتدة من بت الموالد الدينية إلى إحتفالات الأعياد , عُممت في سياقات الوعظ الإعلامي وليس الدين وبالتالي فقد تقدمت رسالة الإعلام على رسالة الدين

وتجاوزتها , رسالة الدين الحقيقية تم إفسادها من خلال الرسائل الإعلامية , كما باتت رسالة الإعلام الدينية إعلامية في ستار الدين .

عندما تكون الحاجة إلى الأخبار والمعلومات تسلية في البيئة الإعلامية تصبح المعلومات الدينية أو مُحْتَوَى الأخبار أيضا تسلية , وجهات النظر المطروحة من قبل علماء الدين بدت نزاعات مُسَلِّية جدا في الأخبار , وبطبيعة الحال فقد كانت آراء الخبراء ممتعة , الخبراء باتوا إعلاميين وتحولوا الى خبراء دين إعلاميين , وبدأت تعاليمهم تُوصف بأنها مواضع إعلامية من خلال التعاليم الدينية (الحقائق) , ومن قرأها أو شاهدها قد أصبح إعلاميا في دوامة المواضع الإعلامية , الذي جعلها إعلامية والمُتَحَوَّل إلى الإعلامي أيضا بات حبيسا في الخطاب الديني الإعلامي . المؤمنون الذين باتوا إعلاميين أيضا في العملية الإعلامية الدينية , استرشدوا لأنفسهم بقواعد الدين الإعلامي أكثر من قواعد الدين ذاته , عندما أصبح المرشد وسائل الإعلام من نَمَى وتطور هو فقط الإعلام , التصور والممارسات الدينية تغيرت , أو أنها تتشكل من خلال سيادة الإحتكار الإعلامي , أصبح يُؤخذ التعليم من الإحتكار الإعلامي كما باتت الحقائق الدينية مشروعة مع تأكيد وسائل الإعلام , لقد إجتمعت كُنه الدين وعمقه مع السطحية والجفاف الموجود في الإعلام , كما جعل المؤمنون الذين اتخذوا بواسطة وسائل الإعلام السطحية من الأمور الدينية سطحية أيضا , نعم أصبح الدين سطحيًا , لكن تم تعزيز ولاء المؤمنين لوسائل الإعلام وهذا الولاء الإعلامي الذي بات قويا من خلال إضفاء الطابع الإعلامي على الأمور الدينية قد إستفاد منه الإعلام وليس المؤمن , إنَّ ما جلبه الإعلام ذو الطابع الديني من إمكانيات وتأمّلات قد ساهمت في التمهيد لسلسلة من الطغوس الإعلامية من أفضل إلى الأفضل وذلك من الأذان إلى التسابيح ومن الوعظ إلى الخطب , لقد أصبحت تلبية جميع أنواع الحاجات المعرفية الدينية تُلبى من خلال الإعلام سواءً كانت هذه الحاجات حقيقية أم غير حقيقية ويات المؤمنين المستهدفون والدين أيضا يحملون الطابع الإعلامي , تم تلبية الحاجات الصحيحة وغيرها من المعلومات الدينية من خلال وسائل الإعلام , لقد ساهمت وسيلة الإعلام بتحديد أسلوب التفكير , لقد لعبت دورا أيضا في تحديد أسلوب التعامل والتفكير في الأمور ذات الطبيعة الدينية , لقد شكّلت وسائل الإعلام معتقدات المؤمنين وأفعالهم وفي النهاية فإنَّ عدم المقدرة على التمييز بين الصواب والخطأ في الإعلام جعل الصراع مع وسائل الإعلام له ما يبرره وجعله أمرا ضروريا , كان من المحتم أن يتم بناء لغة دينية مُتداولة وسليمة على مستوى الإعلام وبدأت الجهود تظهر في المنشورات والبرامج على الرغم من ضعفها إلا أنَّها دخلت حيز التكنولوجيا وتم تعزيز وسائل الإعلام عن طريق الرقمنة , في حين جددت وسائل الإعلام نفسها من خلال عملية الرقمنة أخذت الأمور ذات الطبيعة الدينية نصيبها أيضا .

• الظهور / التجلي الرقمي الديني :

عندما أصبحت وسائل الإعلام ذات طابع رقمي أظهرت المجالات والممارسات الدينية أيضًا ميلاً إلى الرقمنة ويات المؤمنين الذين استوعبوا الطابع الإعلامي للأمور الدينية في مواجهة الرقمنة هذه المرة , حتى أنه تم بالفعل الحُصول على المعلومات وغيرها من خلال وسائل الإعلام الرقمية , وياتت تتشكل ممارسات الحياة الدينية بشكل طبيعي من خلال قواعد الرقمنة , كما تكثف الواعظون تماما مثل المؤمنين مع عملية الرقمنة وسرعان ما أصبحوا واعظين رقميين , إذ كانوا بمثابة ظواهر عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو بمثابة مؤثرين دينيين من خلال الملايين من المتابعين لهم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تلك , لقد أتاحت رقمنة الدين الفرصة أمام المؤمنين للمتابعة و المشاركة من خلالها إذ باتوا مُستخدمين رقميين , إنَّ أخلاقيات المشاركة من خلال الوسائط الرقمية ومراقبتها هي أخلاقيات كانت مستهجنة بشكل واضح جدا بحيث أنه في حين أن الدين الرقمي أصبح رقمياً ودمر الخصوصية فإنَّ أنماط الخصوصية المألوفة سقطت من أعين المؤمنين الرقميين , إنَّ كون كل شيء

واضح وتحت التسجيل جعل وسائل الإعلام مكتوفة وعندما تم تحويل المؤمنين إلى مؤمنين في نطاق الرقمنة تشكلت جميع أنشطتهم الدينية في نطاق تلك الفرص التي أتاحتها الرقمنة لهم وهذا ما يشير إلى وجود إتفاق ضمني بين الأداة وبين المستخدم لها، إذ سيتم مشاركة كل شيء ديني الآن في البيئة الرقمية ولن يتم إخفاء أي شيء .

نتيجة للإتفاقية الضمنية التي أبرمها المؤمن الرقمي في نطاق الرقمنة تم تدمير الخصوصية أولاً كما تمت عملية كشف العمل والعبادات بشكل إرادي ، ما هو ديني أو طقسي يتشكل بحساسة الوسائط الرقمية وليس الحساسيات الحالية المعروفة ، ليس فقط المعرفة الدينية ولكن أيضاً الممارسة والتطبيقات الدينية وبيعارة مباشرة باتت محتاجة إلى همة رقمية ، لقد تحولت أجزاء كثيرة من العبادة إلى هيئة رقمية من التسييح إلى الأضاحي وغيرها الكثير من الأمثلة ، لقد تحققت العبادة الرقمية بسهولة في الهيكل الذاتي للوسائل تلك ، والمؤمنون الذين باتوا ذو طابع رقمي جعلوا من العبادات التي صبغوها هم بصيغة رقمية قابلة للرقمنة في كل زمان وفي كل المستويات ، صور السيلفي التي يتم التقاطها أثناء الإستماع لخطبة الجمعة أو عملية رجم إبليس في الحج أو عند الإقتراب إلى الكعبة المشرفة يتم نشر كل ذلك عبر الشاشات وبشكل مغاير ، أصبح لا يمكن السيطرة عليها لذلك أصبحت شرعية و مفصلة حتى في طقوس الصلاة ، إنه شرط لا غنى عنه للعبادة لأنه بالنسبة للعبادة الرقمية تعد المشاركة والتسجيل شرطاً مسبقاً للأوامر وما هو ممنوع في الأمور ذات الطابع الديني الرقمي

لقد بات المؤمن ذو الطابع الرقمي يتعامل مع الأوامر والمحظورات الدينية الرقمية في نطاق الرقمنة ، لقد شعر أنه مضطر لإظهار إيمانه عبر مشاركة الصور في الشبكات الإجتماعية الرقمية ؛ إنه يحتاج إلى تسجيل رقمي وشهود ، من يوم لآخر تم استبدال الأهمية الدينية المعروفة بأهمية رقمية في الوقت الذي كان فيه الأشخاص والمؤسسات تبحث عن بيانات رقمية ذات لغة وخطاب صحيح كانت هناك مبادرات أثرت استخدام العالم الرقمي وتطبيقه لكنها أتاحت حتماً الرق والعبودية الرقمية ، تم إنشاء صفحات للتعبير عن نفسها رقمياً والشبكات الاجتماعية وتم تصميم الألعاب ، لقد تم تصميم مجموعة من تطبيقات الهاتف المحمول من أوقات العبادة إلى المعلومات الدينية ، كما أنها شهدت بعض المشكلات على سبيل المثال هل كان من الممكن تقديم مولانا جلال الدين الرومي كرمز للصوفية في خضم هذا الإنفتاح القسري للرقمنة خصوصاً لدى الأجيال الجديدة ذات الطابع الرقمي ! بصرف النظر عن مسألة ما إذا كان ينبغي القيام به ، لقد كان معروفًا أيضًا أن دوامة العالم الرقمي كانت قوية بما يكفي لجعل لغة الدين الأصيل غير مرئية والمسارات غير الأصلية كانت أكثر إثارة وتمنع الإختيار الفردي للمؤمن الرقمي ، يجدر بنا إلقاء نظرة سريعة على البيانات الدينية الشعبية في وسائل الإعلام وفي الوسائط الرقمية من أجل فهم جاذبية العالم الرقمي وفهم مكانة الدين في العالم الرقمي ، عندما تلقى نظرة عليها يكون لدينا الفرصة لتطوير منظور نقدي حول الدين الرقمي وكذلك الدين الرقمي الذي تدعمه الرقمنة ، إن محاولة فهم وسائل الإعلام الدينية ووسائل الإعلام الرقمية الدينية ستكون مفيدة للغاية من حيث فهم الوضع الحالي للمؤمنين الإعلاميين .

الظهور المعاصر لأموار ذات الطابع الديني في الإعلام :

في حين أن ظهور الدين في وسائل الإعلام قد تغير من الماضي إلى الحاضر فقد تغيرت معه معتقدات المؤمنين أيضًا ، كنا قد حاولنا وصف هذا التحول أعلاه ، و هنا سنحاول بيان وتوضيح الظهور الديني في الإعلام من خلال عرض بعض الأمثلة أو بالأحرى سنحاول عرض الظهور الشعبي الحالي والمعاصر لأموار ذات الطابع الديني .

1- مسابقة قراءة القرآن الكريم

مُسَابِقَة أَجْمَل تِلَاوَة لِّلْقُرْآنِ الْكَرِيمِ وَكَمَا تَمَّ تَنْظِيمُهَا فِي عِدَّةٍ دُولٍ فَقَدْ تَمَّ تَنْظِيمُهَا أَيْضًا فِي بِلْدَانِنَا وَعَلَى عِدَّةٍ مُسْتَوِيَّاتٍ ، فَعَلَى سَبِيلِ الْمَثَالِ بَاتَتْ مُسَابِقَةُ حِفْظِ وَتِلَاوَةِ الْقُرْآنِ الْكَرِيمِ الَّتِي تُنظِمُهَا رِئَاسَةُ الشُّؤُونِ الدِّينِيَّةِ مِنْذَ الْعَامِ 2009 إِلَى هَذِهِ اللَّحْظَةِ أَمْرًا تَقْلِيدِيًّا مَعْرُوفًا ، هَذَا وَمَا يُشَابِهُهَا مِنْ مُسَابِقَاتٍ وَمَعَ مُرُورِ اشْتِهَارِ رَمَضَانَ الْمُبَارَكِ تَطَهَّرَ عِبْرَ شَائِعَاتِ التَّلْفِزَةِ التَّرْكِيَّةِ وَبِهَيْئَاتٍ مُتَنَوِّعَةٍ ، كَانَتْ تِلْكَ الْهَيْئَاتُ الَّتِي ظَهَرَتْ بِهَا عِبْرَ شَائِعَاتِ التَّلْفِزَةِ مُخْتَلِفَةً عَنِ تِلْكَ الَّتِي عُقِدَتْ مِنْ قَبْلِهَا ، تَصْمِيمُ الْمُسَابِقَةِ لِتَحْوِيلِ الْعَادَاتِ كَانَتْ هَذِهِ الْمَرَّةَ عَنْ طَرِيقِ تَنْظِيمِ مُسَابِقَةِ أَجْمَلِ تِلَاوَةِ قُرْآنٍ ، النِّسَاءِ الْمَشَاهِدَاتِ الْأَكْثَرَ ارْتِدَاءً لِلْحِجَابِ فِي الْإِسْتُودِيُوَهَاتِ ، وَالْإِنْتِقَادِ الْغَاسِيِّ مِنْ حِينٍ لِأَخْرِ لِلْمَحْكَمِينَ ، وَالْمَقْدَمِينَ الَّذِينَ يَحَاوِلُونَ إِبْقَاءَ الْإِتَارَةِ مَسْتَمِرَّةً ، وَالْمُسَابِقِينَ الْخَجُولِينَ الَّذِينَ يَبْدُلُونَ جُهْدًا كَبِيرَةً لِلْحَصُولِ عَلَى الْجَائِزَةِ ، كَانَتْ تِلْكَ الْبِرَامِجُ تَتَكُونُ مِنْ عَوَامِلٍ تَكُونُ مِنْ إِعْتِبَارِ الْحِفْظَةِ وَالْقِرَاءَةِ لِلْقُرْآنِ الْكَرِيمِ كَقِرَاءِ وَحْفَاطِ إِعْلَامِيِّينَ ، وَهَيْئَةِ التَّحْكِيمِ أَيْضًا وَكَأَنَّهَا هَيْئَةُ تَحْكِيمِ إِعْلَامِيَّةٍ ، كَانَ الدِّيكُورُ الْمُبَالِغُ فِيهِ لِلْمَكَانِ وَأَنْمَاطُ تَحْدِيدِ الْمَوَاقِعِ وَإِرْتِدَاءُ الْمَلَابِسِ لِلأَشْخَاصِ يُجْبِلُ لِيَكُونَ عَلَى نَحْوِ مُنَاسِبٍ فِي مُسَابِقَةِ قِرَاءَةِ تَأْمِيلِيَّةٍ أَدْبِيَّةٍ ، وَمِنْ وَقْتٍ لِأَخْرِ فِي مُسَابِقَةِ دِينِيَّةٍ تَرْفِيهِيَّةٍ بَتَّ تَسْمَعُ بَعْضَ الْعِبَارَاتِ التَّحْفِيزِيَّةِ مِنْ قِبَلِ الْمَقْدَمِينَ لِلْبِرَامِجِ مِنْ مِثْلِ "الآن الكلمة للقرآن الكريم" كعجارة تشير لبداية البرنامج ، أو عبارة من المحكمين للمتسابقين من مثل " ألم تجد آية أجمل " ربما لم يكن هناك تصفيقٌ مُخَالَفٌ لِلتَّقْلِيدِ ، وَأَيْضًا وَجُودُ الْمَتَابِعَاتِ الْمَحْبَبَاتِ .

يَمْكَنُ الْقَوْلُ أَنَّ الْمُسَابِقَةَ سَاهَمَتْ فِي تَقْدِيمِ أَمْسِيَّاتٍ رَمَضَانِيَّةٍ مُبْهَجَةٍ وَلَكِنْ مِثْلَ هَذِهِ الْأُمُورِ وَمَعَ مُرُورِ الْوَقْتِ يُمْكَنُ أَنْ يَكُونَ لَهَا تَأْتِيرٌ فِي تَخْفِيفِ قَدْرِ الْقِيَمِ الدِّينِيَّةِ ، فَحَتَّى لَوْ تَمَّتْ قِرَاءَةُ الْقُرْآنِ مِنْ أَجْلِ الْإِسْتِعْرَاضِ فَإِنَّ هَذَا لَا يَجُوزُ أَبَدًا مِنْ نَاحِيَةِ فَضِيلَةِ الْقُرْآنِ وَمَعْنَاهُ ، وَنَحْنُ نَعْرِفُ جَيِّدًا أَنَّ الْقُرْآنَ لَا يَتَمَّ قِرَاءَتُهُ مِنْ أَجْلِ الْإِسْتِعْرَاضِ وَهَذَا مَا هُوَ مَعْرُوفٌ فِي التَّقَالِيدِ وَهَكَذَا يَنْبَغِي لَهُ أَنْ يَكُونَ عَلَيْهِ الْأَمْرُ ، إِذَا أَصْبَحَ الدِّينُ ذُو طَابِعٍ مُسْلِيٍّ فَإِنَّ التَّسْلِيَّةَ أَيْضًا سَتَصْبِحُ ذَاتَ طَابِعٍ دِينِيٍّ وَبَسْهُولَةٍ ، وَفِي التَّحَالِيلِ النِّهَايَةِ بَاتَ الدِّينُ ذُو الطَابِعِ الْمَسْلِيِّ مُتَحَوِّلًا إِلَى ظَاهِرَةٍ تَغَافِيَّةٍ بَحْتَهُ أَوْ أَنَّهُ بَاتَ دِينٌ فِلْكَلُورِيٍّ مَعْرُوضٌ لِلنِّتْرِ .

2- الجماعات الدينية

الصُّورُ الَّتِي تَتَعَكَّسُ فِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ حَوْلَ الْجَمَاعَاتِ الدِّينِيَّةِ وَإِنْ لَمْ تَكُنْ جَدِيدَةً بِالتَّوَابِتِ لِلغَايَةِ إِلَّا أَنَّهَا وَلَاشَكَّ تَعَكَّسُ ذَلِكَ الشَّرْهَ لَوْسَائِلِ الْإِعْلَامِ ، مِنْ الْمَوْكَدِ أَنَّ الْخِلَافَ دَاخِلَ تِلْكَ الْمَجْمُوعَاتِ يَظْهَرُ حَتَّى فِي عَمَلِيَّةِ التَّغْطِيَّةِ وَالنِّتْرِ حَوْلَ الْكُتْبَةِ الْمَشْرُفَةِ ، وَإِنَّ التَّغْطِيَّةَ الْإِعْلَامِيَّةَ الْمَرْعَجَةَ لِلغَايَةِ مَصْحُوبَةٌ بِالْكَثِيرِ مِنَ الصُّورِ السَّلْبِيَّةِ ضِدَّ الدِّينِ وَالْمُؤْمِنِينَ. الْمَسْتَوَى الْعِلْمِيُّ لِمِثْلِ هَذِهِ الْأَحْدَاثِ سَيَكُونُ حَتْمًا سَلْبِيًّا وَسَيَتَمَّ بِنَاؤُهُ عَنْ طَرِيقِ الصُّوَابِ وَالخَطَأِ ، هُنَاكَ آثَارٌ سَلْبِيَّةٌ كَثِيرَةٌ وَلَا حَصْرَ لَهَا تُقَدَّمُ بِإِسْمِ الدِّينِ ، سَلْسَلَةٌ مِنَ التَّرْفِ إِلَى الْعِبُودِيَّةِ وَمِنَ الْمَهْرَجَانَاتِ إِلَى الْإِحْتِفَالَاتِ ، فِي حِينِ أَنَّ صُورَةَ التَّرْفِ وَالسَّلْطَنَةَ الْمُنْعَكِسَةَ فِي مَقَاطِعِ الْفِيْدِيُو الْخَاصَّةِ بِالْجَمَاعَاتِ الدِّينِيَّةِ لَا تُزْعَجُ الْمُنْتَسِبِينَ لِتِلْكَ الْجَمَاعَاتِ فَإِنَّهَا يُمْكَنُ أَنْ تُزْعَجَ الْمُتَدِينِينَ الْعَادِيِينَ وَتَصْبِحَ أَحْدَاثًا يَمْكَنُ أَنْ تُضَيِّفَهَا الْعَيُونُ غَيْرَ الْمَأْلُوفَةِ إِلَى السَّلْبِيَّةِ ، أَصْبَحَ مَا كَانَتْ تَقْدِمُهُ الْجَمَاعَاتُ الدِّينِيَّةُ مِنَ الْعِلْمِ وَالْعُرْفَانِ وَالتَّقْوَى مَعَ الزَّمَنِ يُعْرَضُ مِنْ خِلَالِ الْإِعْلَامِ بِشَكْلِ مُتَنَاقِضٍ مِنْ خِلَالِ إِحْتِفَالَاتٍ وَأَفْرَاحٍ فِيهَا إِسْرَافٍ ، بِالإِضَافَةِ إِلَى ذَلِكَ يَمْكَنُ أَنْ تَكُونَ حَرَكَاتُ الطَّاعَةِ وَالْعِبُودِيَّةِ لِلسَّادَةِ فِي تِلْكَ الْجَمَاعَاتِ الدِّينِيَّةِ ظَاهِرَةً بِشَكْلِ مَفْرَطٍ ، بِحَيْثُ فِي الْوَقْتِ الَّذِي يَكُونُ فِيهَا هَذَا الْأَمْرُ مَحْطُ سُخْرِيَّةٍ لَدَى الرَّأْيِ الْعَامِ يَكُونُ قَدْ أَضْفَى شَرْعِيَّةً عَلَى الدِّينِ ذُو الطَابِعِ الْإِعْلَامِيِّ ، وَالْأَهْمُ مِنْ ذَلِكَ أَنَّهُ يَتَمَّ جَعْلُ الْأُمُورِ السَّلْبِيَّةِ فِي عَيُونِ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَتَمَّ تَخْدِيْمُهُمْ مِنْ خِلَالِ الْوَعْظِ الْإِعْلَامِيِّ وَيَتَحَدَّثُونَ عَلَيْهَا ، وَمَعَ الزَّمَنِ تَتَحَوَّلُ إِلَى أُمُورٍ دِينِيَّةٍ مَشْرُوعَةٍ وَبَرِيئَةٍ ، تَتَجَلَّى الْمَظَاهِرُ السَّلْبِيَّةُ لِلدِّينِ الَّتِي تَتَعَكَّسُ فِي وَسَائِلِ الْإِعْلَامِ فِي تَصُورِ الْمُؤْمِنِ الْعَادِيِّ عَلَى أَنَّهَا رَغْبَاتُ ذَاتِ طَابِعٍ دِينِيٍّ ، عِنْدَمَا تَتَحَوَّلُ الْإِحْتِفَالَاتُ الْكَرِيمَةُ وَالْمُبْهَجَةُ وَالطَّقُوسُ وَعِبَادَةُ الْمَجْمُوعَاتِ

الدينية إلى عرض إعلامي ، تصل لحد ينبغي توزيع الصور ومقاطع الفيديو الخاصة بالسادة (شيوخ الجماعات والطرق الإسلامية) في جميع وسائل الإعلام والقنوات ، هنا لا بد لهم أن يتسرحوا أنفسهم وواقعهم وأصواتهم وحقائقهم ، ينبغي لهم أن يوضحوا أنهم باتوا في واقع غير كافي لبيان حقائقهم وإبصال صوتهم للملا .

3- المناقشات الخبيرة

من الفائدة القول بأن الكثير من مناقشات الخبراء والمتخصصين هي مثل التحفيز الذي تتركه مسابقات المصارعة الدموية التي كانت تعقد في روما القديمة ، من المفيد القول أنها لا تعمل كثيراً من حيث المعلومات ، بل إنها تفتح الباب أمام المعلومات التي تقتصر على معرفة الأطراف الموجودة ، وفق أي جهة يتم تشجيعها يقف الجميع معه وحتى وإن لم يتم تشجيع طرف معين يتم الإستمتاع بالوجود على المدرجات ، لوحظ أن جرعة الإثارة في المصارعة تزداد وكثافة التذبذب الجدلي تزيد من المتعة وفي النهاية يكون لها طعم رائح .

يتم ترك المخاوف الدينية جانباً من دون تفكر وتأمل ويتابع الأطراف ملذات جديدة ، يوفر الحوار التأملي إمكانيات هائلة لتلاقي الخبراء الدينيين مع الآلية التكنولوجية المتطورة لوسائل الإعلام ، سواء في الإعلام الإجتماعي أو في الإعلام التقليدي يمكن تصفية الأنواع والموضوعات المختلفة في بيانات جدلية ويمكن تطوير ما يُسمى المعلومات الدينية مع إستهلاك المتعة ، بحيث باتت القضية ليست من يكتب ويشارك منشورات في البيئة الإعلامية بشكل أكثر بل باتت من يمتلك مقدرة أكثر في التغلب على المنافسين في ميدان الدين ذو الصبغة الإعلامية ، مستوى المعرفة الموضوعية والأصيلة التي يتم ضغطها في مناقشة الرموز الموجودة باتت تنقوض بشكل خطير ، في الواقع إن الإثارة والوهم من المفاوضات يُلغي تماماً المعلومات الدينية ، إنه يُثير مستوى من المعلومات الدينية التي يُمكن إستخدامها في المناقشات اليومية ، النقاشات الإعلامية لن تُفيد أي شخص ، على الرغم من أنه يتم تسليمها في بعض الأحيان من قبل المناقشين ، فإنه ليس من السهل أن نفهم أن الخبراء لا يُمكنهم الإبتعاد عن رؤية وسائل الإعلام .

من الممكن توضيح الرغبة في التقدير والإعجاب والشهرة عبر وسائل الإعلام كما يُمكن ملاحظة أن الخبراء في محاولة نقل المعلومات قد باتوا في نطاق محاولة نقل معلومات بإسم الدين وأيضاً كما أنهم باتوا أسرى في ذلك النطاق الإعلامي ، لا ينبغي إغفال أن أولئك الذين ينطلقون بإسم الدين يحملون أتباعهم بخطر التهدة من الدين ، وأنهم يُصبحون متعلقين بتلك الوسائط أكثر من اللازم ، ولا يمكنكم إدراك أنها تتحول إلى مشهد مغاير تماماً ، نعلم إن من يقوم بالإنتشاء والنشر في تلك المواقع ليس لديه رجل دين أو خبير ديني ، لكن يبدو أن وسائل الإعلام بها منظمة من الخبراء يتحدثون عن الدين ، إن مؤسسة الخبرة الإعلامية باتت مؤسسية حتى من دون أن يُدرك الخبراء هذه الميزة ، لديها الكثير من التعليمات والإرشادات ذات الخبرة في كل المواضيع والمجالات الواسعة .

ومن أجل إستدامة هذا النظام المؤسسي فهناك تفسيرات كثيرة للعديد من المشاكل الدينية تتبع بعضها البعض من قضية تدخين النساء إلى قضية عدم إلزامية الحجاب وغيرها .

4- تحوّل الأركان :

من بين الإمكانيات التي قدمها الإعلام الرقمي من دون شك فإن مواقع الإعلام الإجتماعي أيضاً تمثل جانباً مهماً ودرجة كبيرة بالنسبة للأمور ذات الطابع الديني ، كل ما هو موجود في الإطار الديني فإنه ولا شك موجود في الإعلام الإجتماعي ، تحولت وتغيرت العديد من الطقوس من رد السلام

والنحية والدعاء وصولاً إلى أفراح الخطوبة والزواج وما يشابهها من طقوس إجتماعية وذات طابع ديني ، أصبحت بعض الممارسات الإحتفالية التي ينبغي أن يعرفها الجيران والأقارب فقط معروضة لعدد غير محدود من الجيران في العالم الافتراضي الغير قريين من القلب واللغة ، أو أصبحت معروضة إلى مُجولين افتراضيين غير معروفين ، أصبحت العديد من الوقائع التي أتاحت لها إمكانية إعادة التفكير في النطاق الديني من الشفافية إلى الإفشاء ومن الشهرة إلى الاستعراض وذلك من خلال المشاركات والمدونات عبر الشبكات الإجتماعية والتي باتت معروضة للعالم الافتراضي بأسره .

الجيل المؤمن في الإعلام الإجتماعي وعندما يتخذ خطوة للزواج على سبيل المثال فإنه لا يكتفي فقط بمعارفه من الجيران والمعارف لا بل إنه يحتاج الى عرض زواجه على المعارف في العالم الافتراضي ، إنهم كمؤمنين بزمانهم يعيدون بناء الإدراك والفهم الديني من خلال إملاءات وسائل الإعلام الإجتماعي وما يكونونه من محتوى ، وهكذا يبدو أن طقوس وسائل الإعلام الإجتماعي قد حولت أركان الأمور ذات الطابع الديني من الخصوصية إلى الإفصاح والإفشاء ، لأن مؤمني وسائل التواصل الإجتماعي قاموا بتكليف الأمور ذات الطابع الديني مع طقوس وسائل الإعلام ، مثل مشاركات الدعاء في الأوقات والأيام المتنوعة ، بينما فرضت وسائل التواصل الإجتماعي طقوسها الخاصة استسلم المؤمنون الذين كانت لهم الحرية في إنتاج محتوى شبه كامل لوسائل الإعلام مع وهم أنهم أنتجوا محتوى ولأسف ، لم يتمكنوا من تطوير تفسيرات حقيقية للأصالة في الاستخدام الصحيح

من بيت الله الى يوم الوقفة ، ومن عرفة يزداد عدد الذين يلتقطون الصور وصور السيلفي يوماً بعد يوم ، وهذا لا شك يشير الى مرحلة الإستسلام الطوعي ، تعد صور السيلفي والمشاركات مثالاً أساسياً لفهم كيفية تحول الطقوس المألوفة وكيف يتم التعبير عنها في طقوس الصلاة ، لدى المؤمن شهادة افتراضية فوق شهادة الإرادة الإلهية وهذا يعني أن الطقوس الموجودة والأركان يمكن تحويلها بسهولة

عند إضافة المشاركة الإجتماعية إلى ركن العبادة على سبيل المثال سيكون من غير المجدي مناقشة تطابقه مع الأدب على سبيل المثال التقاط صورة سيلفي في مكان مقدس مثل الكعبة والقبّة ، لقد بات تصور الحياة الدينية شرطاً لا غنى عنه الآن وذلك في عدة زوايا ، مثلا من وقت الإفطار الى أول لقمة ومن الاستماع إلى الوعظ والإرشاد وقيل وقت خطبة الجمعة ، والدعوات التي يتم مشاركتها من خلال وسائل الإعلام الإجتماعي ، بات المؤمن ذو الطبيعة الرقمية ومن أجل عدم الخروج عن نطاق الجماعة وإتبات أنه متدين يُنتج دعاءاً بشكل عال ، وبات يغي بالعبادات في العالم الافتراضي ، إن التأمل الرقمي للدين الذي يضع اللغة في كثير من الأحيان في مستوى صعب أو لا يهتم بمستوى اللغة ويتشكل بتحالف فوضوي لوسائل الإعلام الإجتماعية ، من المستحيل أيضاً أن يكون مؤمن وسائل التواصل الإجتماعي قادراً على البقاء بمفرده دون تفكير ديني مناسب لطبيعة الدين .

5- الرفاهية الدينية الموعودة :

ظهرت الوسائط الرقمية في أنواع وأشكال مُختلفة من الغذاء إلى السياحة ووصولاً إلى الهندسة المعمارية ، العدد كبير جدا ، ولكن لنحاول نحن قراءة وفهم اثنين منهما لفهم الرفاهية الموعودة ، يمكن تقييم المباني الشاهقة المنسوبة بكتابة لفظ الجلالة من الناحية الهندسية على أنها رائعة ، كما أن تجربة أنماط مُختلفة من نموذج القبّة للمسجد يحول صورة المسجد المألوفة إلى مغامرة ، أيضا التجارب المعمارية في أنماط مُختلفة تُحول الحياة والمبنى إلى معايير غير مألوفة ، تغلب التجارب

المعمارية بالطبع في إطار القبول المعماري ولكن لا بد من التفكير قليلا في مشروع بناء له رمز من خلال أحرف لفظ الجلالة ، أما بنية الإتصال الموفرة للرضا من خلال خاصية التصوير فإنها مثل قطع ظلال رمزية من خلال الحروف العربية أو حتى الحروف اللاتينية ، يرتبط إسم المشروع بالرمز ويعد وجه الإعلان رمزاً أيضاً ، يحمل وجه الإعلان كرمز إعلان مباشر للمنتج المذكور ، و يبدو إرتباط إسم المشروع بالدلالات المفاهيمية للأيقونة مثيراً للإهتمام من حيث إنشاء قيمة العلامة التجارية .

الرغبة في أن يتم ذكر المنتج المعماري مع الوجه الإعلاني ، والرغبة في التطابق مع وجه الإعلان المثير للإهتمام بنفس الدرجة من حيث مفهوم التدين المنسوب للبناء من ناحية ما فإن النمط المعماري وصورة التدين من جهة وأسلوب الإتصال والمحتوى من ناحية أخرى تواجه صورة التدين في الطراز المعماري الحديث مع الصورة الحديثة للحياة العصرية .

تأتي صورة التدين في الأسلوب المعماري الحديث مُقابل الصورة الحديثة للحياة العصرية ويُمكن ملاحظة هذا الموقف المتناقض من حيث الإتصال التجاري للمنتج المعماري ، لكن الإستهزاء بالمنتج الموجود على المنصة الرقمية مثل البناء الذي ظهر في إحدى الوسائل الاعلامية بعنوان " البناء السكني الذي يقول الله " وحقيقة أن الرسالة الإعلانية تستوعب الصور الفاخرة تثير التفكير بما فيه الكفاية ، على الرغم من أن صورة التدين مقبولة ومعقولة في المستوى الفني كموضوع من مواضيع الهندسة المعمارية ، لكنها غير مواتية على مستوى المنفعة التجارية لا يمكن رؤيته بشكل معقول ، وفي النهاية فمن الضروري التنبؤ بأنه لا يمكن إستخدام التدين في الإتصال ولا في الهندسة المعمارية ولا في التجارة كوسيلة لتحقيق شيء ما .

من ناحية أخرى يجذب مشروع آخر الإنتباه من خلال إعلانات الإقامة الفاخرة والخيالية التي تركز على تجربة دينية ، يبدأ اليوم في تلك الأماكن بأذان ويتألف من مباني حديثة وخمس حمامات سباحة للرجال والسيدات ولياقة بدنية وصلالات رياضية مجهزة بالساونات والشقق المطلة على البحر ، تحرب أعمال الإتصال التجاري التي تبرز فيها سواء المؤهلات الحديثة أو الإسلامية عن قلق واضح في جانب حفظ الأجيال القادمة ، الرسالة واضحة جدا : لكي تحافظ الأجيال القادمة على مثل قيمها لا بد من إحيائها على مثل هذا المفهوم ومثل هذه الرفاهية ، وعلى العكس من ذلك يُقال ضمناً أن القيم الأخلاقية الضمنية تفقر إلى سلامة المستقبل وسوف تنجده نحو مجتمع مدمر .

إن الوعد بحياة دينية معزولة ومُحاطة بجدار ناري لا يُمكن للأجانب والمسافرين الدخول إليه كنموذج للتجربة الدينية اليوم وفي المستقبل سوف تتخذ الأجيال التي تتخذ على الرفاهية شكل التنبؤ الديني من خلاله ، بحيث إن ربط اسم مشروع بإسم زهرة التوليب يحيل الإسم إلى شرف إسم الله والنبي ، لا يبدو أن تدين التصميمات المعمارية أو تسويق التدين المعماري بات غير معروف غير ذلك .

لا يُمكن إعتبار التدين الذي تتوسط فيه وسائل الإعلام والإتصال التجاري في بعض الأحيان مظهرًا من مظاهر الحياة الإجتماعية فقط في وسائل الإعلام ، أنماط الحياة التي تقدمها وسائل الإعلام في الإعلان تُشكل أيضاً المجتمع بشكل مباشر، لقد أصبحت أنماط الحياة المشروعة التي حدثت مع أو بدون التدين وسيلة لممارسات الإتصال التجاري.

تُتقترح وسائل الإعلام حياة دينية تُخبوية جديدة للمجتمع من خلال النظر إليه من مرآة خاصة ، إن ما تقوم به وسائل الإعلام هو محاولة تسهيل اللقاء الصعب ما بين التجارة وكل ما هو مُتدين ، فقط ومن خلال إستخدام كل ما هو ذو صبغة دينية – نظهر إهتمام بعدم القول كلمة استغلال - فإنه يرتبط مباشرة بعدد من القطاعات في تنظيم رسائل الخدمات والبضائع وذلك من اللباس إلى الغذاء ومن

السياحة إلى الصحة , لا تزال رسائل أسلوب الحياة التجارية الجديدة الخاصة بالتواصل التجاري والتي تزداد شهيتها سوءاً خاصة بمساعدة مرافق المستخدمين الضخمة في الوسائط الرقمية مثيرة للجدل من حيث إجبار المؤمنين الحاليين على تحويل أنماط حياتهم الحالية , إذا كان من الصعب تجاهل الرسالة الإعلانية التي تمر في نطاق الشريط السفلي من أحد الهواتف التي تقرأ القرآن من أحد تطبيقات الهاتف المحمول بغرض العبادة التي يقوم بها المؤمن الرقمي فمن الصعب الآن التمسك بحياته الحالية .

قطعا لا يوجد تدين ولا روحانية للإعلام أو الإعلان , وأيضا الإعلان والإعلام يقومان بوظيفتهما , لكن عندما يبدأ كل منهما بأخذ وظيفتهما من المشروعية إلى إستغلال الدين ومن أجل المنفعة التجارية البحتة يمكن القول وقتها بسهولة بأن هذا غير مشروع أبدا .

6- مستقبل التدين الرقمي :

من الصعب التنبؤ بمسار التقنيات الرقمية الحالية اليوم , من حيث إلى أين وصلت وإلى أين ستصل مُستقبلا , بينما لا تزال محتادين على وسائل التواصل الاجتماعي فقد أدركنا مرة أخرى أننا نتجه نحو عالم لا يُمكن التنبؤ به من خلال إدخال الذكاء الإصطناعي وتكنولوجيا الواقع الافتراضي , من غير المتصور أنَّ التقنيات الرقمية التي تتقدم بوتيرة مذهلة لن تؤثر على المجال الديني.

إذا أردنا أن نتذكر وحدة المجال الدني من الميكانيكا إلى الإلكترونيات , لقد تركنا تلك الأيام التي كنا نعرف من خلالها أوقات الصلوات من خلال حركة الشمس , دخلت الساعات المنازل وكذلك المساجد وأصبحت أصوات عقارب الساعة تتداخل مع روحانية العبادة , تم معرفة الأوقات لاحقاً من اللوحات الإلكترونية الحديثة , حمل المؤمنون مسابحتهم عبر الأجهزة الإلكترونية في أماكن الحياة الاجتماعية وتم إضافة سجادات صلاة بها إشارة لمكان القبلة , وأصبح غير معروف من أين يُقرأ القرآن ومن أين يخرج صوت الأذان , تحسّر المؤمنون على رؤية وجه الواعظ و أصبح هناك أقراص رقمية في المكان الذي يُوضع فيه المصحف , وبات هناك مُقابلات بالهواتف الذكية المحمولة بالأيدي , وتم إختراع توابيت مكيفة تُرثّل الدعوات .

7- العاصفة الرقمية الدينية :

تم قبول كل هذه التطورات التكنولوجية في المجال الديني , كما باتت تقنيات الإعلام والاتصال من الداعمين الشرعيين للعبادة ومع الزمن باتت من داعم إلى مُوجه ومن يلعب دوراً حاسم , ولم يجد المؤمنون حرجاً في أداء عباداتهم عبر أجهزة تكبير وتوجيه جاهزة أثناء جلوسهم أمام أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم , لقد كانوا قادرين على عرض قُبور أقاربهم في مسقط رأسهم عبر الشاشات وكانوا قادرين على قراءة الفاتحة وسورة يس لهم , تم تحويل الإحتياج للزيارة الحقيقية للقبور إلى زيارة افتراضية , يُمكنك قراءة جميع أنواع المعلومات والصور الخاصة بالمتوفى والإستماع إليها ومشاهدتها عن طريق إدخال الشاشة على حجر القبر , نحيش الآن في زمان لا نتعجب لأي تطور ولا لأي شيء , إنَّ البيئة الدينية الرقمية التي نشهد فيها إرسال دعوات وسورة الفاتحة دون الوصول للمقبرة وتوكيل أحد الأشخاص لذبح الأضاحي ومشاهدة ذلك عبر الشاشات لا شك أنَّ تلك البيئة الافتراضية سوف تتطور وتتوسع أكثر , الذكاء الإصطناعي أو الروبوتات التي تحتل الآن جدول الأعمال ظهرت بالفعل في المجال الديني وأدركت ألمانيا واليابان ما كان متوقعا وبدأت "الروبوتات الكهنة" في إنتاج خدمات في المجال الديني بمعلومات هائلة تقدم في الكنائس .

الرهبان البوذيين الذين تم تطويرهم وتصميمهم لتلبية إحتياجات أولئك الذين يأتون إلى الكنيسة في الوقت الذي يتم فيه القيام بأعمال الجنازة , يجب أن يكون هناك استعداد وتفكير في الروبوتات التي ما زالت في مستوى البداية حالياً خصوصاً مع رباح الذكاء الاصطناعي , هل يُمكن أن نتحدث عن سلسلة من الممثلين الصناعيين مثل أئمة الروبوت مؤذن الروبوت وخطباء الروبوت اليوم ؟ أو سيتمكن المؤمن من الانضمام إلى المسجد من منزله دون المرور عبر المساجد باستخدام تقنيات الواقع الافتراضي , وسيظهر الموضوع الذي سيتم مناقشته أكثر أو أقل كما لو كان بإمكانه الطواف حول الكعبة المشرفة , في هذه العملية ستصمم الوسائط الرقمية التي تخذيها التقنيات الرقمية المؤمن الرقمي في المستقبل من خلال تحديث المجال الديني له .

وَأولاً سيتم إضفاء الشرعية على أشكال العبادة الرقمية التي ما زالت تبدو في حاجة إلى الفهم – كما لم يصمم الراديو والتلفزيون والسينما للتطورات التكنولوجية - مع مرور الوقت وذلك بشرط ألا تُقوض مزايا الأسس الموضوعية .

• النتيجة

لقد حاولنا أن نفهم كيف تطورت وسائل الإعلام من الماضي إلى الحاضر في سياق التدين ومظهرها الحالي وموقعها , وفي النهاية يمكن القول بسهولة أنه لا يُوجد مجال تقريباً لا يمر عبر الوسائط المتعددة والرقمنة الدينية هي واحدة من بين تلك المجالات , إن إلغاء الصوت الذي كان يستخدم في الجنازات الرسمية وبعض المواقف غير المسؤولة في دفن بعض أقارب السياسيين إلى دفن النساء اللاوتى تعرض للقتل على يد بعض الرجال وإلى الأطفال الذي انتحروا من ألعاب الحاسوب . لا يمكننا الاستغناء عن وسائل الإعلام ونحن نمر بفترة تطورت فيها العبودية الرقمية إلى درجة كبيرة , نحن في عبودية رقمية تطوعية وبشكل طبيعي بأخذ الحقل الديني والمؤمن الإعلامي جزءاً من هذا التوصيف , تدين وسائل الإعلام يتطور إلى الإيمان الرقمي , إن الضرورة والحكم والأركان الدينية تجد مُقابلاً كلما دخلت في حيز الرقمنة , التكنولوجيا الرقمية باتت جزءاً من الدين , يظهر اليوم من يُحاول إظهار نفسه على أنه مؤمن رقمي وذلك في عدة إمكانات رقمية من التجارة إلى التصميم ومن السرية إلى العلن , ومن التشهير إلى الشهرة , والمؤمن الرقمي سواء شاء أم أبى فإنه يبقى في نطاق الإمكانيات الإعلامية , يتم إلغاء التخللات والرقابة لحراس البوابات أو مديري المحتوى أمام الخطاب الشامل لوسائل الإعلام وأمام الخطاب السائد , يتم قطع الخطاب الديني من قِبل الخطاب المهيمن وتغطية الحقيقة الدينية بستارة رقمية , في الأصل المصطلحات المجازية مثل الستار أو التغطية أو العمى ضد الحقيقة إنما تهدف إلى توفير قوة خطاب الطاقة الرقمية , وإلا فإن الشائعات الرقمية لا يُمكن أن تحجب الحقيقة , لكنها تستطيع تحديداً طبيعة الرقمنة الدينية التي يحتكم إليها المؤمن وإعادة بناء تدينه الإعلامي في أي وقت , أيضاً إن كان هناك ضرورة للتأكيد فإن الإيمان والدين يعود لصاحبه وهو الحامي لصاحبه في ذات الوقت , سواء أصبح المؤمن إعلامياً أو رقمياً فهذا جوهر الدين , فكل مؤمن رقمي يُحاول الوصول إلى هذا الجوهر يبقى في حيز التساؤل ورسم طريقه مرة أخرى , إن كل شيء واضح من الإله إلى الكتاب ومن الكتاب إلى الرسول ومن الرسول إلى المستخلفين في الأرض , لا يمكن للدين أن يُصبح رقمياً بهذا السياق , كل ما كان مُنتمياً للدين وأي ما كان دينياً وأي ما كان في سياق الرقمنة فهو رقمي ويتأثر بالرقمنة ويتطور وفقاً للرقمنة ويتشكل وفقاً لمتطلبات الرقمنة لكن الحكم الأساسي والأركان لا تتغير لكن الحقيقة في جوهرها لا يُمكن أن تتغير , بحيث أن حقيقة الحق لا تتغير , إن المُتغير فقط الأدوات , ما يتشكل هو فقط ما هو ذو صبغة دينية وليس ذات الدين كل ما هو موجود في ميدان الصبغة الدينية هو في الحقيقة نطاق للتدين , الدين لا يتغير ولا يُغير نفسه تتغير هيئة التدين , البيئة والوسائل تتغير وتتحوّل وما نحاول قوله هو التعبير عن هذا التغيير , ولا يوجد هناك حاجة للخوف والذعر للدين يؤمنون بأن حقيقة الدين هي بضمانة الرحمن .

والذي لا بد أن يتم معرفته أن الإعلام سواء كان تقليدي أو عادي ما هو إلا بيئة وأداة ، وأنه أداة ذات صفات قوية وحاسمة في التخبير والتحويل ، إن الفخر والإخلاص اللذين يتم إظهارهما في جميع الأوقات والأماكن هما الحاجة الأساسية للمؤمن الذي تعرض لضغط إعلامي خطير بحيث يواجه المغامرة الرقمية الحالية .

إنَّ الإخلاص هو اليد الوحيدة للمؤمنين في وجه التورات الدينية الرقمية ، إنَّ مُصطلحات مثل وكيل الدين ، تدوين مواقع التواصل الإجتماعي ، علماء مواقع التواصل الإجتماعي ، وعاطف مواقع التواصل الإجتماعي ، تتطلب حقيقة التأمل بها والتعبير عن المخاوف بشأنها ، إنَّ المؤمن الذي لا ينفصل عن الدين والذي يُحاول التفكير دوماً بما يعيشه من خلال الوسائل الدينية المتاحة سيجد ولا شك الطريق الصحيح ، إذا لم يكن الدين الحقيقي هو الذي نحيشه اليوم لم يكن الذي بالأمس ولا الذي قبله ، إنَّ امتحان الرقمنة اليوم بالنسبة للمؤمن ليس أشدَّ وطأةً من إمتحان المؤمن بالأمس ، الدين الحقيقي هو ما يتوق له المؤمن على مدار العصور والقرون لكن فقط ما يُحاول عيشه وفق الزمن الذي هو فيه ، اليوم تغيرت الأدوات وأصبحت رقمية وإيمان المؤمن لم يتغير تستمر متابرة المؤمن للوصول إلى الدين الحقيقي كما هو الحال في كل فترة ، في هذا العصر هناك مستويات إعلامية رقمية هائلة تفتح أحياناً وتغلق أحياناً ، يجب أن يكون هذا معروفاً جيداً حتى السعي والكفاح يتشكل من خلال مستوى فوضوي ، كانت العلاقة بين الدين والإعلام مشكلة بالفعل من البداية ، ولكن في هذه العلاقة فإن وسائل الإعلام مثل كل وسيلة مذنبية وليس فقط الإعلام هو المذنب والوحيد في ذلك ، لا يمكن جعل ما لا يمكن حدوده أن يحدث ، بلا شك إن وسائل الإعلام جعلت للتدين موضعاً ما واستغلته أيضاً ، بات كل شيء معروضاً واضحاً ينتهك الخصوصية والحقيقة ، إن حقيقة وسائل الإعلام هي ذات حقيقتها ولا يمكن لها التفكير في نطاق آخر لسعيها نحو التسلية وليس للتفكير في ما يخدم وما هو نطاق للتدين ، إنها لا تركز فقط على الدين لكنها تستخدمه وفقاً لاحتياجاتها ، إنها تفرض واجباتها بشكل طبيعي على الدين لكنها لا تفكر أبداً فيه .

مُحتوى وسائل الإعلام الذي يُحاول إعطاء الأولوية للتأمل الديني ليس مُكتملاً ولا يصلُ إلى الجماهير بالمستوى المطلوب ، هذه حقيقة وطبيعة الإعلام أنها بالنسبة للتدين كما الأمور الأخرى سطحية وناقصة ، وعلى الرغم من كل هذه المعضلات فإنه إذا تم العمل بإهتمام لإنتاج أعمال جيدة / محتوى جيد في كل منصة إعلامية كما قلنا أعلاه ، فإن ذلك يحتاج إلى الصدق والإخلاص حتى وإن كان قليلاً ، إنَّ الخوف من الوصول إلى الدين الحقيقي أو الوصول إليه حتى مع وجود عدد قليل من المتابعين أو المستخدمين في الوسائل الإعلامية المتنوعة أمر ممكن عن طريق تخزين بعض المحتوى الذي أدى إلى تغيير طغوس تلك الوسائط ، الإعلام ليس عميقاً لكنّه في النتيجة مرآة تعكس ما يتم عمله وهي ليست المذنب الوحيد قطعاً ، يمكن أن يتم الحصول على إنعكاس جيد بسهولة من خلال الإستخدام الصحيح والمحتويات الصحيحة ، لقد بات واضحاً جداً أنه قد تم التأخر في إيجاد لغة إعلامية رصينة وإنشاء خطاب ديني تأملي إعلامي ولذلك يجب إعادة التفكير باسم الدين ولا بأس في الدخول في فترة معينة للقيام بذلك ، نعم يجب تجربة فترة معينة للخروج من الأحمال القديمة في علاقات الدين مع وسائل الإعلام وذلك على جميع المستويات ، ويجب أن يتم محوها من العناصر السلبية وعلى جميع المستويات أيضاً ، حقا إذا كان لا بد من إنتفاضة يجب الابتعاد عن كل التطبيقات الشعبية السلبية التي عملت حتى يومنا هذا ، والإبتعاد عن الرغبة في الظهور والشهرة لأن الأساس ليس شهرة وظهور ممثلين الدين أو مكونات التدين بل الأساس هو حقيقة الدين ووضوحه وكيف يتم رؤيته ، بات واضحاً بأن أولئك الذين يسعون وراء الحقيقة والشهرة الخاصة بهم أو المصالح الشخصية يهددون الأجيال القادمة أيضاً من الدين ومن التدين ، إن الابتعاد عن مثل هذه المواقف سيُنحِج لوسائل الإعلام الوصول إلى لغة وأسلوب إعلام راسخين على الرغم من اللغة والأسلوب المستخدم ، وسيجبرُ الوسائط على

تحول حقيقي بدلاً من فرض لآغتها الخاصة , سيتعين على وسائل الإعلام أن تفتح أبوابها للغة والخطاب الديني , وعلى العكس من ذلك ستظل القيم المتناقضة لدين الإعلام سائدة ضد قيم الدين الحقيقي والخاسر مُجددا وبدون شك هنا هم المؤمنون , يجب إعتبار مجموعة من الممارسات السلبية الحالية من الخصوصية إلى الشهرة والإعلان إلى التجارة كفترة من الخبرة في التعرف على الإعلام كما يجب بسرعة الابتعاد عن التطبيقات التي تُقدم الضرر للدين وللتدين , ينبغي بذل الجهود وخاصة المؤسساتية لإيجاد لغة وسائل الإعلام الأصلية والخطاب المفضل للدين الحقيقي كما يجب أن يتم التفكير بشكل جدي بهذا الأمر

ومع إدراك أن الهدف الوحيد هو تحقيق لغة أصلية وخطاب ديني إعلامي قويم يجب تطوير فقه الإنترنت وأيضاً تطوير فقه خاص بوسائل التواصل الاجتماعي كما يجب التفكير بشكل جيد في جانب الرقمنة أيضاً , وبتنظيم ومتابعة الشركات ينبغي إنشاء لجنة للإنترنت والرقمنة وتنظيم حلقات عملية في هذا الجانب (أولئك الذين لم يقولوا شيئاً كثيراً بخصوص كيف ينبغي أن يكون الارتباط مع وسائل التواصل الاجتماعي والتعامل معها حتى اليوم) يجب أن تكون وزارة الشؤون الدينية هي العنوان الوحيد لذلك , فالموضوع مهم جدا لا يترك لحقيقة التشكلات الدينية .

من يمتلك عقلا راجحا فإنه مُلزم بالتفكير, نحتاج في مجتمعنا إلى مفكرين من تلك الفئة التي تمتاز بالذكاء والعزيمة بحيث تفكر مباشرة وتجد حلولاً بشكل مباشر , نحن نحتاج إلى مفكرين أصحاب وجدان وعزيمة وذكاء عملي.

Son Notlar

¹ هذه الدراسة هي ترجمة للقسم الموجود في كتاب البرفسور ميتيه تشامدرلي والمعنون ب " إعادة التفكير بعلاقة الدين مع الإعلام " مع العلم بأن الكتاب يحمل اسم " كيف يظهر الدين في الشاشة " وكان قد نشر عام 2018.

² Bu çalışma, Prof. Dr. Mete Çamdereli'nin 2018 yılında yayımlanan *Din Ekranda Nasıl Durur* isimli kitabı içerisindeki "Medya ile Din İlişisini Yeniden Düşünmek" başlıklı bölümün çevirisidir.