

العنوان:	الوعي الديني لدى الشباب في العصر الرقمي
المصدر:	مجلة بحوث الإعلام الرقمي
الناشر:	جامعة السويس - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال
المؤلف الرئيسي:	علي، أسامة عبدالرحيم
المجلد/العدد:	ع2
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2023
الشهر:	يوليو
الصفحات:	71 - 78
رقم MD:	1496914
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	HumanIndex
مواضيع:	التوعية الدينية، الإعلام الرقمي، أخلاقيات الدعوة، الضوابط الأخلاقية
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/1496914

للاستشهاد بهذا البحث قم بنسخ البيانات التالية حسب أسلوب الاستشهاد المطلوب:

إسلوب APA

علي، أسامة عبدالرحيم. (2023). الوعي الديني لدى الشباب في العصر الرقمي. مجلة بحوث الإعلام الرقمي، ع2، 71 - 78. مسترجع من <http://1496914/Record/com.mandumah.search/>

إسلوب MLA

علي، أسامة عبدالرحيم. "الوعي الديني لدى الشباب في العصر الرقمي." مجلة بحوث الإعلام الرقمي ع2 (2023): 71 - 78. مسترجع من <http://1496914/Record/com.mandumah.search/>

الوعي الديني لدى الشباب في العصر الرقمي

أ.د. أسامة عبد الرحيم علي

أستاذ الصحافة - قسم الإعلام التربوي كلية التربية النوعية - جامعة المنصورة

الوعي الديني لدى الشباب في العصر الرقمي أ. د. أسامة عبد الرحيم علي

مقدمة:

أحدثت الثورة الرقمية تغييراً في مناحي الحياة المختلفة، ولم يقتصر تأثيرها على الصناعة وطرق الإنتاج، بل امتد كذلك إلى المنظور المعرفي والثقافي.

ويعد الدين أحد الظواهر الأساسية التي تأثرت أكثر من غيرها بالثورة الرقمية الحالية، والدعوة باعتبارها أحد المبادئ الأساسية للإسلام ليست استثناءً لهذه الثقافة السيبرانية العالمية؛ من أجل الحفاظ على أهميتها ومعالجة احتياجات المجتمع المسلم المعاصر.

وتشير الدراسات العديدة إلى تنامي وتزايد استخدام الدعاة للمنصات الإعلامية الرقمية في الدعوة إلى الله، حيث تتميز هذه المنصات بمجموعة من الخصائص: تعدد الوسائل والتفاعلية - الاستغراق في عملية الاتصال - المشاركة والإنشاء - الحركة والمرونة - العالمية - الانتباه والتركيز - الأرشيفية والتخزين والحفظ.

فقد منحت الثورة الرقمية آفاقاً جديدة للدعوة مع إمكانية نشر رسالة الإسلام على نطاق واسع، ولكن في الوقت نفسه فإن لرقمنة الاتصال والثقافة آثاراً أخلاقية غير مسبوقة تتعلق بالثقافة الرقمية والأخلاقيات الرقمية.

ومن الضروري التأكيد على أن أسلوب إجراء الدعوة يجب أن يكون وثيق الصلة بالعصر الحالي، وفي نفس الوقت يجب أن يتوافق مع مبادئ وأخلاقيات الدعوة في القرآن والسنة.

وعلى الرغم من أن البيئة الرقمية قد أوجدت عدة إشكاليات أخلاقية لاستخدام الدعاة لمنصات الإعلام الرقمي فإن المبادئ العامة للقيم والأخلاقيات تكاد تتشابه في كل من البيئة الدعوية التقليدية (المسجد، المنتديات العامة، وغيرها...)، وإن كانت البيئة الرقمية قد أضافت قيماً وأخلاقيات جديدة لهذه المنظومة، فالقيم المهنية والأخلاقية واحدة بغض النظر عن طبيعة الوسيلة التي يقدم الداعية من خلالها رسالته للجمهور، والاختلاف بينهما يتمثل إما في كيفية ممارسة هذه القيم والأخلاقيات، وإما في إضافة قيم أخلاقية مشتقة من طبيعة البيئة الرقمية.

ومن متابعة الباحث للخطاب الإعلامي الديني للدعاة على المنصات الرقمية المختلفة (مواقع التواصل الاجتماعي: (الفيسبوك - اليوتيوب - التيك توك.... وغيرها)، وجد الباحث أن بعضها يفتقد للضوابط الأخلاقية الشرعية التي وضحها الإسلام وأكد عليها في مواطن كثيرة ومن أبرزها قوله تعالى: {ادْعُ إِلَىٰ

سَبِيلَ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ { (١٢٥) سورة النحل.

كما لاحظ الباحث أن الإشكاليات الأخلاقية للدعوة في الواقع الحقيقي قد صدرها بعض الدعاة إلى الواقع الافتراضي؛ مما يستدعي التذكير بالأسس والضوابط الأخلاقية التي تحكم العمل الدعوي وتساعد الدعاة على الالتزام بالمنهج الإسلامي الصحيح، حتى يثمر الخطاب الدعوي وعياً حقيقياً يتوافق مع سماحة الدين الإسلامي الحنيف.

الدراسات السابقة:

١- دراسة Rosidi etal، 2022م دور مقاصد الشريعة كمبادئ أخلاقية في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، أوضحت هذه الدراسة أن مقاصد الشريعة مناسبة جداً لتكون جوهر الأخلاق في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ لأنها يمكن أن تتحكم في الضرر الناجم عن وسائل التواصل الاجتماعي

٢- دراسة فودة محمد علي (٢٠٢١م) والتي استهدفت التعرف على مستوى استخدام الدعاة لمنصات الإعلام الرقمي لا سيما مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أن ٩١٪ من أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً و٩٪ يستخدمونها أحياناً مما يشير إلى أن كل أفراد العينة (٢٠٠ مفردة) يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- دراسة محمد حسام الدين إسماعيل (٢٠٢٠م) بعنوان: (تحليل ما بعد الحداثة لدعاة الإسلام الجدد في مصر): دراسة ثقافية لمنصات الإعلام الرقمي لمصطفى حسني، استهدفت الدراسة فحص خصائص ما بعد الحداثة لخطاب مصطفى حسني كما تظهر في مواده الإعلامية وتفحص الدراسة الخطاب الإسلامي المتسامح وغير العنيف.

٤- دراسة عادل صبري هندي (٢٠١٨م) استهدفت التعرف على الآداب التي ينبغي أن يتحلى بها الدعاة عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وقد خلص الباحث إلى مجموعة من الآداب أهمها: الإخلاص وتجديد النية لله تعالى - مراقبة الله تعالى - الاعتدال والتوازن في المشي والمشاركة - الابتعاد عن تجريح الرموز الدينية والهيئات والدول والشعوب.

٥- دراسة بسيوني حمادة (٢٠١٦م) نحو نموذج عالمي لأخلاقيات الصحافة من منظور إسلامي استند النموذج على أربعة مبادئ استرشادية: احترام التعددية، التنوع الثقافي، حرية التعبير، العدالة والاعتدال.

مفاهيم الدراسة:

١- الضوابط الأخلاقية:

يعرف الباحث الضوابط الأخلاقية بأنها مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بالدعوة والتي يلتزم بها الدعاة في صناعة المحتوى في المنصات الرقمية، ونشره والتعليق عليه وفي طرحهم لأرائهم، والتي تحدد لهم ما هو صواب أو خطأ، في ضوء المبادئ الأساسية للدعوة الإسلامية التي حددها القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة.

٢- الإعلام الرقمي:

يعرفه الباحث إجرائياً: بأنه العملية التي يتم فيها إنتاج المحتوى (النصوص -الصور -الفيديوهات) وتوزيعها من خلال النظم الرقمية عبر المنصات المختلفة (مواقع التواصل الاجتماعي -تطبيقات الموبايل -المواقع المتخصصة).

مشكلة البحث:

تحدد مشكلة البحث في الإجابة على السؤال التالي:

ما الضوابط الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الدعاة في استخدام المنصات الرقمية؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات:

س١: ما مفهوم الضوابط الأخلاقية؟

س٢: ما الإطار المرجعي الذي تعتمد عليه الضوابط الأخلاقية للدعاة في استخدام المنصات الرقمية؟

س٣: ما التوصيات والآليات الفعالة لتطبيق الدعاة للضوابط الأخلاقية عند استخدام منصات الإعلام

الرقمي؟

أهداف البحث:

تحدد أهداف البحث فيما يلي:

- إلقاء الضوء على مفهوم الضوابط الأخلاقية للدعاة في العصر الرقمي.
- تحديد أهم الضوابط الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها الدعاة عند استخدام المنصات الرقمية.
- التوصل إلى توصيات بشأن الآليات الفعالة لتطبيق الضوابط الأخلاقية لاستخدام الدعاة للمنصات الرقمية.

أهمية البحث:

تبدو أهمية البحث في النقاط التالية:

- المكانة الكبيرة التي أعطاها الإسلام للأخلاق، فالدين الإسلامي يشتمل على العقيدة والعبادة والأخلاق وقد جعلها رسول الله صلى الله عليه وسلم هدفاً رئيساً لبعثته فقال: (إنما بعثت لأتمم صالح الأخلاق) رواه أحمد.

- الإضافة العلمية لأدبيات البحوث البينية حيث تجمع الورقة البحثية بين الدعوة والأخلاقيات والإعلام الرقمي.

- الدعاة هم أبرز قادة الرأي في المجتمع والمؤثرين في المدعوين الذين يقتدي بهم بقية أفراد المجتمع وحينما يلتزم الدعاة بالضوابط الأخلاقية فإنهم يصبحون قدوة للآخرين وإن الداعية قد لا يتكلم كثيراً لكن أخلاقه وسيرته الحسنة تجعل الدعوة تؤثر في الآخرين.

- الأهمية التطبيقية التي تكمن في تقديم توصيات ذات دلالة واعتبار بشأن توظيف الدعاة للمنصات الرقمية.

منهج البحث:

اعتمد الباحث على منهج المسح من خلال الاطلاع على أدبيات البحث العلمي المرتبطة بأخلاقيات الدعاة، وأدبيات أخلاقيات استخدام الإعلام الرقمي.

أدوات الدراسة:

استخدم الباحث أداة التحليل من المستوى الثاني لاستخلاص المعايير والقواعد الأخلاقية الضابطة لاستخدام

الدعاة للمنصات الرقمية، كما استعان بالمقابلة غير المقننة مع مجموعة من الدعاة الأزهريين الذين يستخدمون منصات الإعلام الرقمي المختلفة.

أبرز النتائج:

توصل الباحث إلى مجموعة من الضوابط الأخلاقية لاستخدام الدعاة للمنصات الرقمية يمكن ذكرها كما يلي:

١- التركيز على القضايا الكلية التي تجمع ولا تفرق وعدم إثارة الفتنة بترويج الآراء الشاذة في المسائل الفقهية والالتزام بما توصلت إليه المجامع الفقهية.

- ٢- احترام الآخر سواء المغاير في العقيدة أو المخالف في المذهب ويعذر بعضنا بعضاً فيما اختلفنا فيه، ويتصل بذلك الدقة والأمانة في عرض الموضوع من كل جوانبه والآراء الفقهية المعتمدة فيه، وعدم التعصب لرأي على حساب الآراء الأخرى.
- ٣- التثبت في نشر الأخبار ونقلها وعدم الاعتماد على الأخبار الزائفة.
- ٤- البعد عن تبني العنف في الدعوة بجميع أشكاله سواء العنف اللفظي أو غيره.
- ٥- الالتزام بالقواعد الشرعية عند الحديث عن الجنس والعلاقات الزوجية (التلميح وليس التصريح).
- ٦- حسن اختيار الألفاظ والبعد عن الألفاظ البذيئة والسوقية والالتزام بالقول الطيب والبعد عن الفحش والبذاء من الأقوال.
- ٧- أن يكون متواضعاً مع الجمهور وعدم التسفيه من آرائهم أو السخرية منهم.
- ٨- الرجوع إلى الحق إن ظهر له خلافه ما قدم.
- ٩- الاعتماد على المصادر الموثوقة والصحيحة والبعد عن الضعيف والموضوع في تقديم الأحاديث النبوية.
- ١٠- احترام الخصوصية وعدم إفشاء أسرار الآخرين.
- ١١- البعد عن التعرض لمقاطع الفيديو التي تروج للزينة مثل: (المقاطع الإباحية).
- ١٢- الحفاظ على الوقت.
- ١٣- عدم النقل من مجاهيل الهوية على الفيس بوك.

التوصيات:

بناء على ما توصل إليه البحث يوصي الباحث بما يلي:

- ١- إعداد وبناء كود وميثاق شرف أخلاقي لاستخدام الدعاة لمنصات الإعلام الرقمي يشترك في بنائه الدعاة ويصدر عن الأزهر الشريف؛ وذلك على غرار ميثاق الشرف الصحفية والإعلامية وهذا الميثاق يجمع الضوابط الأخلاقية التي يلتزم بها الدعاة في المنصات الرقمية.
- ٢- أن يقوم الأزهر الشريف بإعداد وتنفيذ مجموعة من الدورات التدريبية التي تؤهل الدعاة للتعامل مع وسائل الإعلام الرقمية وتستهدف تحقيق الثقافة الإعلامية والتربية الإعلامية الرقمية وكيفية التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

٣- يؤكد الباحث على ما توصلت إليه الدراسات السابقة من ضرورة تعاون المؤسسات الدينية في عمل دليل استرشادي للدعاة في استخدام المنصات الرقمية في العمل الدعوي.

المراجع العربية:

- ١- أحمد عادل درويش (٢٠١٩م) الفضاءات الافتراضية ودلالات العنف الرمزي في عصر العولمة ، المنصورة ، المكتبة العصرية ، ص ٥١-٥٤.
- أسامة عبد الرحيم علي (٢٠٢٠م) الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيق الضوابط الأخلاقية في الصحافة الرقمية، رؤية تحليلية نقدية، القاهرة، الوادي للثقافة والعلوم .
- ٢- السيد بخيت (٢٠٠٦م) أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام مجلد ٧ ، ع ١ ص ٣٢٥-٤٠١.
- ٣- عادل عبد الله صبري هندي (٢٠١٨م): وسائل الاتصال الاجتماعي وتوظيفها الدعوي الآداب والآثار ، حولية كلية الدعوة الاسلامية بالقاهرة ١٣ (عدد ٣) ٨٣-١٨٥.
- ٤- فودة محمد علي (٢٠٢١م) استخدام الدعاة لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بأساليبهم في التصدي للفكر المتطرف، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام جامعة الأزهر، ٥٧ (٤) ص ٦٤٧-٧٠٠.

المراجع الأجنبية:

- 1- Basyouni Ibrahim Hamada (2016): Towards a global journalism ethics model: an Islamic perspective, The Journal of International Communication, DOI: 10.1080/13216597.2016.1205506:
- 2- Mohamed Hossam Ismail (2020) Postmodern Analysis of New Preachers of Islam in Egypt: A Cultural Study of Mustafa Hosni's Digital Media Platforms. Media Watch 11 (1) 145-163, 2020 ISSN 0976-0911 | E-ISSN 2249-8818 DOI: 10.15655/mw/2020/v11i1/49759