



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

الشباب المسلم وأزمة الهوية في الإعلام الجديد تحديات مشتركة في البيئة التفاعلية

إعداد

الدكتور إدريس مقبول

مدير مركز ابن غازي للأبحاث والدراسات الاستراتيجية - المغرب

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المسلم والإعلام الجديد

الذي تنظمه

رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣-٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ، الموافق ١٦-١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

www.themwl.org

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

conferences@themwl.org

واتس أب: (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠) :whatsApp

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، وصلى الله وسلم على النبي الكريم، وعلى آله وصحبه أجمعين، وبعد:

مشكلة الدراسة:

يؤدي الاستخدام المتزايد للإعلام الجديد في صفوف الشباب؛ إلى بروز آثار اجتماعية ونفسية تهدد استقراره وتوازنه، تدخل في مفهوم «استتباعات الاستخدام»، فالعديد من الدراسات أثبتت تأثير تعرُّض الشباب للمضامين التي يوفرها الإنترنت على اتجاهاتهم وسلوكهم^(١)، لذا فمشكلة الدراسة: بحث هذه التأثيرات على مستوى «الهوية»^(٢)، وكيف يمكن توقيها والاحتراز منها؛ انطلاقاً من زاوية الدور الجديد للدعوة ومؤسساتها التربوية والإصلاحية والعلمية التي يُفترض أن تكون مواكبةً للتطور التواصلي الذي يشهده العالم اليوم بإطارات تواصلية متقدمة شكلاً ومضموناً.

أهداف الدراسة:

دراسة الدور الدعوي في ضوء العلاقة المستجدة بين الشباب والإعلام الجديد؛ والتركيز على المحورين التاليين:

- (١) يراجع: راسم محمد جمال، الاتصال والإعلام في الوطن العربي في عصر العولمة، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٦- ونيفين مسعد، رؤية الشباب العربي للعولمة: أعمال الندوة التي نظمتها معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، المعهد، ٢٠٠٠.
- (٢) الهوية هنا بمعناها الوجودي وليس المعلوماتي الرقمي.

- التحولات التي عرفها الشباب على كافة المستويات في خضم ثورة الإعلام الجديد، ورصد حسناته وسيئاته.

- الأدوار الممكنة والواجبة للدعوة بكافة مؤسساتها الرسمية والحرية؛ من أجل مواكبة الطفرة الإعلامية والتقنية الجديدة في أفق تحصين هوية الشباب المسلم.

أهمية الدراسة:

تكمن في التحديات والرّهانات والانعكاسات المتعددة للإعلام الجديد على الشباب، فالشباب هم الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع الإنترنت، ويمثلون أكثر من ٧٠٪ من أفراد المجتمع العربي والإسلامي اليوم، ويحصلون سيكولوجياً على أعلى نسبة من خاصيات الفضول والتحدي والقابلية للتقليد والتمرد على المعتاد والمألوف، وأيضاً القابلية للتدين والالتزام والإبداع، ذلك أن الإعلام الجديد قد أوجد تطلعات لدى الشباب وانفتاحاً غير مسبوق، بسبب ما يعتبره «هنري جنكنز»: مناخ الحرية والديمقراطية الرقمية^(١).

لذا فدراسة الوظيفة المرتقبة للمؤسسات الدعوية في ظل التغيرات التي يشهدها العالم بما يتيح الإعلام الجديد والرؤية المعلوماتية له؛ مهمٌّ في رسم ملامح العلاقة بين الشباب والدعوة في الفضاء التفاعلي، وأيضاً من جانب أن هذه الرؤية المعلوماتية هي كما يقول «نبيل علي»: مدخل مهم جداً للثقافة الإسلامية^(٢).

(1) Henry Jenkins and David Thorburn, Democracy and New Media, MIT Press, 2004, p 9.

(٢) نبيل علي، الثقافة الإسلامية، رؤية معلوماتية، ضمن سلسلة محاضرات حوار الحضارات (٣)، خصائص الثقافة العربية والإسلامية في ظل حوار الثقافات، إعداد: نادية محمود مصطفى، دار السلام، ط ١، ٢٠٠٦، ص ٩١.

منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا المنهج التحليلي الجامع بين مقتضيات الوصف والتفسير للمعطيات والأفكار التي تناولناها بالبحث، كما اعتمدنا المقارنة بين الجهود الغربية والعربية الإسلامية في مجال إيجاد البيئة التفاعلية عموماً - بما فيها وسائل التواصل الاجتماعي الجديدة - لضمان عدم التلاشي الكلي لمقومات الهوية.

الدراسات السابقة:

اهتم بموضوع الإعلام الجديد في علاقته بالشباب وهويته الإسلامية في العالم عددٌ من الدراسات التي تناولت كل واحدة منها زاوية من زوايا البحث، من ذلك دراسة (دال إكلمان وجون أندرسون) بعنوان «الإعلام الجديد في العالم الإسلامي، انبثاق فضاء عمومي»^(١) وتحدثنا فيه عن مدى تأثير التكنولوجيا على صياغة تصور جديد للدين الإسلامي عن طريق إعادة التفكير فيه، وفي استيعابه ووسائل نقله وتناقله بين الأفراد، وخصوصاً في مجال تربية وتعليم الشباب، وعن تقليص المسافات بين أطراف العالم الإسلامي مذاهبه وعلمائه ومراجعته، وهناك دراسة (محمد النووي وسحر خميس) بعنوان: «إسلام دُوت كُوم، الخطابات الإسلامية المعاصرة في الفضاءات الافتراضية»^(٢)، وفيها تحدثنا عن الأمة وتحدي التعددية في الخطابات السنية

(1) Dale F. Eickelman, Jon W. Anderson, New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere, indiyana university press, 1999.

(2) Mohammed el-Nawawy and Sahar Khamis, Islam Dot Com, Contemporary Islamic Discoures, in Cyberspace, The palgrave MaCmilan, Series in international Political Communication.

والشيوعية وخطابات الحداثة (مثل الجندر) وتأثيراتها على هويات الجمهور الافتراضي (الشباب والمرأة مثلاً) على الإنترنت، كما تحدثنا عن الطريقة التي دخل بها الإسلام كثقافةٍ إلى عالم الإنترنت؟ وكيف أثر الإنترنت على كثير من معتنقي الإسلام؛ وخصوصاً الشباب؛ في تعاطيهم مع عدة قضايا؛ منها قضية الهوية، وكيف بات مفهوم الاجتهاد متطوراً مَرِناً مع دخول العصر الرقمي، وهناك دراسات عامة؛ كدراسة محمد سيد ريان عن «الإعلام الجديد»^(١)، ودراسة عباس مصطفى صادق عن «الإعلام الجديد: المفاهيم، والوسائل والتطبيقات»^(٢)، ودراسة صالح سليمان عن «الإعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة، نظرية جديدة للعلاقة بين الإعلام والمجتمع»^(٣)، وكلها دراسات عالجت الموضوع من زوايا التأثير والتأثير في المجتمع والشباب، بالإضافة إلى دراسات عالجت تأثير الإعلام الجديد على الجانب القيمي والأخلاقي للمجتمعات العربية الإسلامية والأوساط الشبابية في زمن العولمة، كدراسة المكّي هشام: «الإعلام الجديد وتحديات القيم»^(٤)، ودراسة عبد الله الزين الحيدري: «الإعلام الجديد: النظام والفوضى»^(٥)، ودراسة عبد الفتاح حجازي: «الأحداث والإنترنت: دراسة متعمقة عن أثر الإنترنت في انحراف الأحداث»^(٦)، ودراسات تتبع تأثير الإعلام الجديد على شريحة مجتمعية في

(١) القاهرة: مؤسسة الأهرام، ٢٠١٢.

(٢) عمان: الشروق، ٢٠٠٨.

(٣) الصفاء: مكتبة الفلاح، ٢٠٠٩.

(٤) الرباط: مطبعة طوب بريس، ٢٠١٤.

(٥) تونس: سحر، ٢٠١٢.

(٦) الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٢.

بلد بعينه؛ كدراسة سعد بن محارب المحارب: «الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية للمحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة»^(١)، ودراسة رضا عبد الواحد أمين: «استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت»^(٢)، وعُنيّت دراساتٌ بالموضوع من خلال رصد تطلعات الشباب المسلم والتحديات التي تواجهه عبر العالم، ومنها واقع الإعلام الجديد سلباً وإيجاباً في علاقته بالتربية، ككتاب محمد صديق سعدون وفوزية أحمد في قسمه الثالث^(٣) بعنوان: «الشباب المسلم؛ التحديات والفرص والتطلعات»^(٤)، وكتاب الباحثة ماروتا هيردين، وهو أطروحة نوقشت بكامبردج بعنوان: «صناعة المسلم البارد، ثقافة الشباب المسلم في أوروبا»^(٥)، وفيه ناقشت الباحثة الباحثة تفاعل الشباب المسلم من أصول بريطانية مع قضايا الحداثة والموسيقى والموضة والإعلام الجديد، من خلال استمارات تم تفرغها لتأكيد واقع ما تسميه بالاندماج؛ في مقابل «الحساسية» أو مقاومة الذوبان في البيئة الغربية.

(١) بيروت: جداول، ٢٠١١.

(٢) بحث ضمن المؤتمر الدولي «الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد»، جامعة البحرين، ٧_٩ من أبريل.

(٣) بعنوان Education and New Media

(4) Mohammad Siddique Seddon, Fauzia Ahmad, Muslim Youth: Challenges, Opportunities and Expectations, Chennai, India, 2012, p6.

(5) Maruta Herding, Inventing the Muslim Cool: Islamic Youth Culture in Western Europe, Majuskel Medienproduktion, GMBH, Wetlar, 2013.

الكلمات المفتاحية:

الإعلام الجديد- القيم - البعد الأخلاقي - الشباب - البيئة التفاعلية- الهوية - المستقبل.

تصميم الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى مقدمة وأربعة مباحث:

المبحث الأول: الإعلام الجديد والشباب: نظريتان.

المبحث الثاني: مشكلة سلبية أم مشكلة استخدام؟

المبحث الثالث: تصدعات الهوية الشبابية في الإعلام الجديد.

المبحث الرابع: الخاصية التفاعلية في خدمة الدعوة والابتكار.

المبحث الخامس: من أجل ميثاق أخلاقي مبني على المسؤولية.

ثم خاتمة وتوصيات.

تقديم

لقد تقرر في الدراسات الاجتماعية والنفسية؛ أن الشباب هو مرحلة اكتشاف الذات التي تُعرف بأزمة الهوية، والتي يكتنفها شعورٌ متناقضٌ بالاغتراب الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، يأخذ صورة الثورة والرفض لأغلب القوانين والأنظمة القائمة؛ على إثر ما يصادفه الشباب من إحباطٍ وفقدانٍ ثقة، ما يزيد شعوره بالتناقض الذاتي ما بين رغبة في الاستقلال وضرورة الاعتماد على الآخرين، ورغبة في الانغلاق على مفردات الهوية والحاجة لكسر كل ما يعترض انطلاق الطاقة الشبابية وتحررها حتى وإن كان من عناصر الهوية^(١).

هذه الوضعية إزاء مقومات الهوية؛ يمكن أن نرصد بعض ملامحها في تفاعل شبابنا مع الإعلام الجديد، ومن خلال واجهات التواصل الاجتماعي الذي يُظهر اضطرابات أركان الهوية، اخترنا منها اثنين: اللغة والدين، ولنبدأ بعلاقة الشباب بالإعلام الجديد: كيف نشأت؟ وكيف يُنظر إليها من خلال الموقف من الإعلام الجديد؟

الإعلام الجديد والشباب.. نظريتان:

يميز المشتغلون في حقل الاتصال؛ بين نمطين من الإعلام: تقليدي Traditional Media، ويشتمل على المذياع والتلفاز، والثاني: الإعلام الجديد New Media، ويعتمد على الأنظمة الاتصالية الجديدة التي تُعتبر تطوراً للإعلام التقليدي، وخصوصاً من خلال الحواسيب المرتبطة بشبكات أنظمة

(١) يراجع: ناهد عز الدين «الشباب العربي ورؤى المستقبل»، مركز دراسات الوحدة العربية، ط١، ٢٠٠٦، ص٣٦.

الاتصال بواسطة الحواسيب Computer Mediated Communication (CMC)^(١).

ومن وجهة نظرٍ سوسيولوجية؛ فإن أكثر من يستخدم الإعلام الجديد^(٢): فئة الشباب، وتتجاوز نسبتهم ٦٧٪^(٣)، وقد أجريت دراساتٌ تناولت ديناميكية التغيير الاجتماعي وواقع الإدمان في علاقته بالإنترنت عموماً والإعلام الجديد خصوصاً^(٤)، نظراً لما لاحظته هذه الأبحاث من تشابكٍ بين حاجات هذه الفئة (النفسية والاجتماعية والثقافية) من جهة، وما توفره أدوات الإعلام الجديد من إمكاناتٍ وتقنياتٍ تعكس الوضع الجديد الذي بات عليه العالمٌ مع دخول هذه الأدوات حياة الناس^(٥).

من هنا يبدو أن ثمة إقبالاً غير مسبوق لدى الشباب العربي والإسلامي على

(١) هذا التمييز وصفناه بالنسبية؛ إذ يصعب تحديد النوعين تحديداً قاطعاً، خصوصاً إذا علمنا أن الإعلام الجديد؛ امتداد للإعلام التقليدي، حيث صارت الجرائد والوسائل التقليدية؛ لها واجهاتٌ تفاعلية عبارة عن مواقع إلكترونية، يراجع:

David H. Mould, Global Journalism Practice and New Media Performance, St Press , New York, 2014,p60_61.

(٢) يسمى أيضاً بالإعلام الرقمي والتفاعلي والشبكي، وإعلام المعلومات، وإعلام الوسائط المتعددة، وكلها تعود لمدلول واحد.

(٣) يراجع: التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، مؤسسة الفكر العربي، ٢٠٠٨، ص ٣٣٢.

(4) Kaveri Subrahmanyam ,David Smahel, Digital Youth: The Role of Media in Development, Advancing responsible Adolescent Développement, California state university, 2011, p6_27.

(5) Samuel Craig Watkins, The Young and the Digital: What the Migration to Social-network Sites, Games, Beacon Press, 2009.

المنتوجات الرقمية التي يتيحها الإعلام الجديد^(١)، وهو أمر لا يُعد فيه شبأبنا استثناءً، فمعظم الدراسات والأبحاث العلمية تؤكد هذا التوجه المتصاعد عبر العالم كما تقول الباحثة «لندا هريرا»^(٢).

ويؤكد «جون أندرسون» أن الطلبة الشباب سباقون لإدماج تقنيات الإعلام الجديد في العالم الإسلامي في الثمانينيات، بعد أن رحل العديد منهم لتعلم علوم الحاسب في معاهد وجامعات الغرب، التي يسميها Technological Adepts phase:، فانفتحوا على هذه التقنيات واستعملوها في التعريف بثقافتهم وهويتهم وترجمة تراثهم الروحي إلى لغة رقمية، وبعد أن درسوها أدخلوها تدريجياً إلى بلدانهم^(٣).

وإزاء هذا الوضع تبرز نظريتان متناقضتان لا تخلوان من تطرف، إذ ترى الأولى أن الإعلام الجديد فرصة تاريخية «ذهبية» لم تعرف البشرية سابقاً لها في مجال الاتصال الإنساني من أجل تحقيق التفاهم وتعميق المعرفة بالآخر والمحيط وتوسيعها، في الوقت الذي تقضي فيه على معوقات الزمان والمكان، فتزيد من تقارب الناس وانصهارهم وتفاعلهم، وتتيح إنشاء علاقات اجتماعية لا تكف عن التوالد والتجدد، هذه الأطروحة تبشر بمستقبل زاهر للبشرية في

(١) يراجع: حسين أمين، الإنترنت في مصر والعالم العربي: دراسة علمية ورؤية مستقبلية، آفاق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥.

(2) Linda Herrera and Rehab Sakr, Wired Citizenship: Youth Learning and Activism in the Middle East, Taylor and Francis Press, Usa, 2014, p19_39.

(3) Dale F. Eickelman, Jon W. Anderson, «Redefining Muslim Public», in New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere, indiyana university press, 1999.p3_4.

ظل عالم القرية، وممن تزعم هذه الأطروحة: «نيكولاس نيغروبونتي» في «الحياة الرقمية»^(١) الذي تنبأ فيها بأفول الإعلام الجماهيري وبُزوغ الإعلام الشخصي، و«ريتشارد ديفيز» المنظر لدور المدونات في السياسة، في بحثه: «كتابة السياسة: دور المدونات في السياسة الأمريكية»^(٢)، وغيرهما كثير.

في مقابل الأطروحة الأولى المتفائلة؛ أطروحة نقيضة تنظر إلى الإعلام الجديد على أنه كارثة تحيق بالوجود الإنساني وتهده في أخص خصائصه، وهو البعد الإنساني المباشر في شقيه الروحي واللساني أو الاتصالي كما يخبرنا «إمانويل كالو»^(٣)، لأن هذا الإعلام الجديد يخلق علاقات زائفة ومضللة، ويختزل الكائن الإنساني إلى مجرد ذرة معزولة في غرفة مظلمة تفتقر إلى البعد الثقافي، فتعيش «العزلة» و«البرودة» وكافة الأمراض الإنسانية التي تسلخ الإنسان عن مجتمعه الحقيقي، ليحى في مجتمع وهمي بلسان هجين، بالإضافة إلى ما يثيره البعد الإيديولوجي في المسألة من انكماش الإنساني وتمدد التقني، ووقوع الإنسان تحت سلطة ومراقبة مالكي «الأدوات» و«البرامج» والمتحكمين في «الشبكة»، وقد تزعم هذه الأطروحة كثيرون أيضاً؛ منهم: «شومايل تريغانو» في كتابه «الإيديولوجية الجديدة المهيمنة: ما بعد

(1) Nicolas Negroponten, Being Digital, Vintage Books, 1996.

(2) Richard Davis, Typing Politics: The Role of Blogs in American Politics, Oxford University Press, 2009.

(3) Emmanuel Kalu, Impact of Internet Access on the Spirituality of Contemporary Youth: Contemporary Youth and the Internet, LAP Lambert Academic Publishing, 2012.

الحدائفة»^(١)، و«بول فريليو» في كتابه «ماكينة الإبصار»^(٢)، و«دومينك جانيكو» في كتابه: «قوة المعقول»^(٣).

مشكلة سلبيات أم مشكلة استخدام؟

مشكلة الإعلام الجديد لا يمكن اختزالها في سلبيات أو إيجابيات مَحضة، لأن هذه الرؤية تكاد تكون سريرية غير واقعية، ذلك أن «الاستعمال» في علاقته بـ«الوعي»؛ هو مفتاح السر في تحليل هذه الظاهرة، بمعنى أن ما يوجد من خير أو شر في هذا الإعلام الجديد؛ موجود بنفس المرجعية في عالم الواقع، مع خاصية أوسع تُسمى: الاستعصاء على السيطرة^(٤) un-controllability، وما يجري عليه في الواقع يجري عليه في الافتراضي، فالمشكلة «إنسانية قيمية» بالدرجة الأولى قبل أن تكون تقنية، وكما يقول «باتريك بروني»: يبقى السؤال وارداً نتيجة هذا التحول في مفهوم الاتصال الذي قَرَّب المسافات وأسقط الحدود والأسوارَ بين الخاص والعام، وبات يهدد الشبابَ المندفعَ بحماسة^(٥).

في الإعلام الجديد حالةٌ تفرض تحدياً حقيقياً على مؤسسات الإعلام الإسلامي التي تحمل مشروع الثقافة الإسلامية، وذلك بسبب التوجه العام

(1) Shmuel Trigano , La Nouvelle Idéologie dominante. Le Post-modernisme, Hermann, coll. "Hermann Philosophie", 2012.

(2) machine vision (ترجم للعربية من طرف حسان عباس)، عن دار المدى للطباعة والنشر والتوزيع ٢٠٠١.

(3) Dominique Janicaud, La puissance du rationnel, Gallimard, 1985.

(4) Nicholas Gane, David Bee,

(5) Patrick J. Brune, Ethique et Internet, Les presses de l'université Laval, canada, 2002, p58.

لوسائل الإعلام الجديد المعروض، فهو ينحو إلى الإغراق في الترفيه و«الاستهلاك»، ومع «الإدمان»؛ يُفقد الحياة قيمتها، لتصبح «حياةً سائلة»^(١) تفتقر إلى مرجعية قيمة تعطي الرسوخ والثبات لشبابنا، ويكفي أن نراجع البيانات التي تضمّنها تصنيف (ألكسا) حول المواقع العربية الأكثر استخداماً، فيتضح أن المواقع الترفيهية تحتل المراتب الأولى، بما توفره من خدمات الألعاب والدردشة والمدونات والموسيقى والأفلام والزواج والنكّات^(٢)، ورغم كل شيء، يقتضي الإنصاف أن نتحدث عن إيجابيات وسلبيات الإعلام الجديد؛ لتتمكن من استطلاع المطلوب في تعامل الشباب مع هذا النمط من الإعلام وأدواته:

أشهر الإيجابيات:

- ١- انفتاح مصادر المعلومات المتعددة الضخمة، لما تتيحه تكنولوجيا الاتصال من إمكانات الاستدعاء والتخزين والربط.
- ٢- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية النشر، والمقارنة بين المعطيات والتقارير والتعليق عليها ونقدها.
- ٣- تطوير التعليم بإدخال وسائل الإعلام الجديد فيه، فأصبح مفهوم

(١) هذا مصطلح مقتبس من كتاب زكموند بومان، ويعني به: وصف الحالة التي يصبح فيها شغل الإنسان الحديث: ملاحقة الجديد الذي لا ينتهي، واتباع أحدث الصيحات العالمية، واقتناء أحدث المنتجات الاستهلاكية، وإسقاط كل قيمة إنسانية وأخلاقية من الحساب، أي إسقاط كل مرجعية تعطي معنى وقيمة للوجود الإنساني، يراجع:

Zygmunt Bauman, Liquid Life, polity press, usa, 2005, p9.

(٢) التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية، ص ٣٢٨.

التعليم يعتمد على استراتيجيات التعلم الذاتي وتطوير القدرات والمهارات بشكلٍ ممتعٍ وتفاعلي بعيداً عن مركزية «المعلم» في النموذج التقليدي.

٤- سرعة الوصول إلى أكبر شريحة بشرية في كل العالم، وممارسة البيان القرآني وتبليغ رسالته للناس كافة^(١).

أشهر السلبيات:

١- غياب المصادر والتدقيق وضمف المصداقية العلمية في كثير من المضامين، مما يسهم في تعزيز وظيفة الدعاية للأفكار الهدامة والمؤسسات التي تسعى للهيمنة الفكرية والثقافية على الجمهور المستهلك.

٢- مع سهولة النشر الإلكتروني وانهايار المعايير اللغوية والفكرية والقيم الاجتماعية والنفسية؛ يواجه المرء غزارةً في الإنتاج وضحالةً في المادة الفكرية والإبداعية، واجتراراً للمفاهيم والمناهج^(٢).

٣- إغراق المتلقي في طوفانٍ من المواد والبيانات والمعلومات والأخبار، وتشتيت اهتمامه وتركيزه على القضايا ذات الأولوية، فيتحول الإنسان إلى ضائع في التفاصيل، دون بوصليةٍ للاهتداء إلى الوجهة.

٤- غلبة التوجه الاستهلاكي المادي بكافة أطيفه على العالم الافتراضي

(١) يراجع للمزيد: حجازي عبد الرحمن، الإعلام الإسلامي بين الواقع والمرتجى، دار المعرفة للطباعة والنشر والتوزيع، ٢٠٠٩.

(٢) علي محمد الدرويش، أزمة اللغة والترجمة والهوية في عصر الإنترنت والفضائيات والإعلام الموجه، شركة راتسكوب المحدودة، ملبورن، أستراليا، ط١، ٢٠٠٥، ص٢٠٥.

وعلى الإعلام الجديد، وتنامي تأثير اللامبالاة الثقافية بكل شيء، إلا الأبعاد الخاصة بالإشباع المادي المباشر من الحياة كما يقول «بريجنسكي»^(١).

٥- ذوبان الهويات والخصوصيات الثقافية، وتحلُّ الأنساق اللسانية والدينية -ومنها اللسان العربي- وقيم الدين الإسلامي في خضم سيادة حالة من التساهل والاستخفاف المراهق بالقواعد والضوابط والأطر^(٢).

٦- عولمة الأذواق الغربية والسلوكات النشاز والثقافات البدائية ومخططات الإجرام والتطرف وبرامج العصابات والمافيات العالمية^(٣).

كل هذه السلبيات لها تأثيرات مباشرة على هوية الشباب المسلم، فما هي تداعياتها على جدار اللغة والدين؟

(١) بريجنسكي، الانفلات: فوضى عالمية في مطلع القرن الواحد والعشرين، إعداد خالد محمد بهاء، سلسلة قراءات حضارية في أفكار عالمية، القاهرة، مركز الدراسات الحضارية، ١٩٩٤، ص ٧٩.

(2) Birgit Meyer, Annelies Moors, Religion, Media, and the Public Sphere, Indiana University Press, 2006.P5.

(٣) يراجع: بول هيرست، ما العولمة؟ ترجمة فالح عبد الجبار، الكويت، عالم المعرفة، العدد ٢٣٣، ٢٠٠١.

تصدعات الهوية الشبابية في الإعلام الجديد:

في كافة أشكال التواصل؛ تعتبر الهوية واحدة من أهم الأركان الأساسية التي تنبني عليها رهانات المشاركين في بناء التفاعل وتغذيته، ذلك أن التواصل لا يمكنه أن يتم إلا بتحديد «الهويات»، وتأخذ «الهوية» أهميتها وحجمها وقيمتها من حيث موقعها ووزنها وبساطتها وتركيبتها ووضوحها وخفاؤها، كما تأخذ أهميتها أيضاً من كونها مرميةً وهدفاً للتفكيك والإضعاف، وموضوعاً للاستيعاب والإدماج والإلحاق، ففي التواصل: كلما قويت «الهوية» وكانت واضحة، عبّرت عن تماسك الوجود الفاعل الذي يحملها، والعكس صحيح.

وفي مجال التواصل في الإعلام الجديد، نحن أمام أنواع وطبقات من الهوية كما يقول عالم النفس الاجتماعي «مايكل هشت»⁽¹⁾، وهي:

- هوية شخصية Personal Identity: أو ما يحيل على مفهوم الذات.
- هوية معبر عنها Enacted Identity: أي كيف يعبر عن هوية ما في اللغة والاتصال والتعبير اللساني.
- هوية علائقية Relational Identity: أو هويات يشير بعضها إلى بعض، انطلاقاً من شبكة العلاقات التي يرتبط بها الفرد.
- هوية مشتركة Communal Identity: وهي الهويات التي تُعرف من قبل الجماعات.

(1) Eura Jung and Michael Hecht,»Elaborating the Communication Theory of Identity: Identity Gaps and Communication Outcomes, in Communication Quarterly , Vol 52, No 3, Summer 2004, p 256_ 283.

ويعيننا أن نشير إلى الأوليين؛ الهوية الشخصية والمعبر عنها، فالمتابع لهما من خلال مجموع مؤشرات؛ يمكن أن يسجل تغيرات دالةً على طبيعة العلاقة التي تربط الشباب بقيم الهوية التي يحملونها (يسمى البعض: «انزياحات الهوية»^(١))، ونستطيع إجمالها في المستويين التاليين؛ على سبيل المثال لا الحصر:

- على مستوى اللغة: ليست اللغة أوعيةً للتواصل فحسب، وإنما هي الشكل الذي يحمل تمثلاتنا عن الواقع والوجود، فكل لغة هي تقطيع خاص لهذا الواقع وللتاريخ، وهي المستند الذي يعكس خريطتنا المعرفية بدقة، والمتابع لمواقع التواصل الاجتماعي؛ يرى التردى اللغوي الذي تعرفه لغتنا العربية لصالح الرطانة وطغيان العامية والتلفيق بين أكثر من لسان؛ وهذا من التلوث اللغوي الذي يعتبر قتلاً بطيئاً لجماليات اللغة العربية.

وللذين ما يزالون يعتقدون في عجز اللغة العربية عن التعبير عن حاجات العصر؛ نذكرهم بأن أول مراتب الهزيمة هي في هذا الاعتقاد، ولنتذكر جميعاً كيف نهضت اليابان بلغتها وليس بلغة غيرها، وهي اليوم على رأس قافلة الحضارة الإنسانية، والياباني - وإن تعلم لغات أجنبية - فهو معتز بلغته اليابانية التي يكتب ويفكر ويبرمج الحواسيب بها، والتي يعتبرها «تادانوبو تسونودا» (Tadanobu Tsunodo) في كتابه «المخ الياباني» (The Japanese Brain): (سر التفرد والتميز الياباني) Japanese Uniqueness^(٢)

(١) جف والشام، صنع عالم من التمايز، تكنولوجيا المعلومات في البيئة العالمية، ترجمة نور الدين شيخ عبيد، الرياض: العبيكان، ط١، ٢٠٠٣، ص ١٠١.

(٢) باتريك سميث، اليابان (رؤية جديدة). ترجمة سعد زهران. عالم المعرفة. العدد ٢٦٨. ص ١٧٦.

ومسألة الهيمنة الإنجليزية اللغوية في العالم الافتراضي؛ جعلت بعض المتحمسين المتغربين لا ينادون بتقوية اللسان العربي ورد الاعتبار له، بل يعتقدون أن على اللغات الأخرى أن تنسحب من الصراع غير المتكافئ مع اللغات القوية المهيمنة، وتترك لها المجال فسيحاً للانتشار الطبيعي، وهي رؤية لا تقل سداجةً وتبعيةً وارتداءً في أحضان العجز المستديم والإعاقة المُرَكَّبَة^(١).

- على مستوى القيم الدينية: حين تَصْغُف اللغة العربية باعتبارها مقوماً لسانياً في شبكة الهوية، يكون الطريق سالكاً لضرب المقوم الروحي، وهو الدين الإسلامي، لأنها هي مَنْ يحملها، وذلك لما بين اللسان والقرآن من تلازم، ولهذا كان الضعف في اللغة مُفْضِياً إلى ضَعْفٍ مُؤَكَّدٍ في فِهْمِ الدين وتمثله على النحو الصحيح، لقول الشاطبي رَحِمَهُ اللهُ: «الشرية عربية، وإذا كانت عربيةً فلا يفهمها حقَّ الفِهْمِ إلا مَنْ فِهَمَ اللغةَ العربيةَ حقَّ الفِهْمِ، لأنهما سِيَّانٌ في النمط»^(٢)، والمتابع للانتشار الديني في الإنترنت؛ يعلم أن الوسطية فيه قليلة إذا ما قيست بالتفريط أو الإفراط، ولا يخرج هذا الوضع في تفسيره عمّا ألمحنا إليه من الضعف الذي دَبَّ في إرادة الأمة من عدم العناية باللسان العربي كمدخلٍ للعناية بغذاء الجنان (القرآن الكريم).

(١) عن الحرب بين اللغات في العالمين الواقعي والافتراضي يراجع:

Roland, wardhaugh. Language in competition: Dominance, Diversity, and Decline, Oxford, Blackwell, 1987

Calvet, louis-jean. La Guerre des langues et les politiques linguistiques. Paris, payot, 1987.

(٢) الشاطبي، أبو إسحاق، الموافقات في أصول الشريعة، اعتنى به: عبد الله دراز، بيروت: دار المعرفة، ١١٥/٤.

وقد سجلت عدة دراسات؛ تَرَكَ الوسطية الدينية لدى فئة من الشباب على الإنترنت، إذ تحول الدين عندهم إلى رفضٍ للواقع وتكفيره وتبرير تغييره بالقوة والعنف، في توجُّهٍ عدواني وإقصائي غاضب، ومعرفة سطحية بالدين، وصارت موضعَ استغلالٍ من قِبل جماعاتٍ احتجاجٍ رافضةٍ ومكفرةٍ في الغالب^(١).

الخاصية التفاعلية في خدمة الدعوة والابتكار:

يحدد «مارتن ليستر» وجماعته الإعلام الجديد في علاقته بجملته من الخصائص الأساس وهي: الرقمنة، الافتراضية، الخاصية الشعبية، الانتشارية، والتفاعلية^(٢)، والتفاعلية أو التشاركية؛ من أهم خصائص الدينامية في الإعلام الجديد^(٣)، وتعني: الإمكانية التي من خلالها تشجع وسائل الإعلام الجديد جمهورها لتقديم مواد ومدخلات، ثم القيام بمهام ووظائف من خلال هذه المدخلات^(٤)، وبالمقارنة مع الإعلام التقليدي، فإن الإعلام الجديد يتميز بخاصية إشراك مستخدميه في نظام التغذية الراجعة؛ الذي يسمح بالتعليق وإبداء الرأي على المواد والمضامين الرقمية، ويتيح للشباب أن يمارسوا الابتكار والكتابة والتعبير عبر المدونات.

وفي تقديرنا أن مؤسسات الإعلام الإسلامي الدعوي في الإعلام الجديد؛ مطالبة بتغيير استراتيجيتها حتى تكون في مستوى ما يتطلبه التطور من حاجات

(1) Philip Seib, Dana M. Janbek, Global Terrorism and New Media: The Post-Al Qaeda Generation, Routledge, p61.

(2) Lister, M. et al, New Media: A Critical Introduction, 2003. p13.

(3) Lev Manovich, The Language of New Media, MIT Press, 2001. P70.

(٤) خالد الجابر وجماعة، الإعلام العربي في عالم مضطرب، الدوحة، ٢٠١٣، ص ١٦٩.

الشباب إلى المشاركة وحرية الرأي، وهي خاصية تضغط بقوة من أجل الانتقال من مجرد التقديم الجاهز للمعلومات؛ إلى الاستفادة التي تمنح المستخدم الرغبة في المواصلة والمشاركة وتغذية حاجاته النفسية والمعرفية في كافة مجالات الحياة، لكن من منطلق التفاعل والتقاسم لا من منطلق الإملاء والتقرير؛ لأن الإعلام الجديد يفتح ملايين الإمكانيات نحو مصادر مختلفة للمعلومة، فالمشكلة لم تعد في المعلومة ذاتها ولكن في «الابتكار»^(١)؛ فمن جهة: في طريقة عرضها وتسويقها، وهي مشكلة ذات طبيعة فنية وأسلوبية، ومن جهة ثانية: في مسألة «المصدقية» وهي ذات طبيعة علمية ومرجعية.

إن ثمة معركة على ساحة الإعلام الجديد تراهن على الشباب، فهم المستهدفون بالمضامين الإعلانية والإباحية التي يصبح فيها كل شيء قابلاً للبيع والشراء، بل ويُعرض فيها «الفجور الافتراضي» دون ثمن مادي، والنتيجة: تغريب الشباب عن ثقافته وهويته وأخلاقه؛ فيسهل اختراقه وإحاقه بدائرة التبعية العمياء، لذا فإن أساليب الدعوة ومخاطبة الشباب في مواجهة الغزو الثقافي المتدفق؛ يجب أن تعتمد سلاحاً كسلاحهم، يحيط بكل مداخله ومساربه، فالفكر يحارب بالفكر، والشبهة تُرد بالحجة، كل ذلك في قالب عصري فني جذاب، لأن الخطورة كما يقول «نبيل علي»: هي أن جميع أجناس الفنون في الإعلام الجديد؛ تندمج حالياً في الوسائط المعرفية multimedia، ولو أهملنا المعرفة «وراء الفنون» فسوف نتخلف، لأن الفن أصبح من أهم مكونات إقامة صناعة الوسائط المتعددة، وامتزاج الفن بالمعرفة في عصر

(١) ماريان فيلدمان، ثورة الإنترنت وجغرافية الابتكار، ترجمة محمد بهنسي، المجلة الدولية للعلوم الاجتماعية، اليونسكو، القاهرة: العدد ١٧، مارس ٢٠٠٢.

المعلومات يحتم علينا أن نعيد نظرنا إلى الفن، وكذا الحال مع الزخرفة الإسلامية، والتي يقوم بناؤها على فنون رياضية خالصة، والزخرفة مثال عظيم على تطبيقات الحسابات لتوليد الزخارف، ذلك أن conceptual art يُعد أحد فنون عصر المعلومات^(١).

لقد أصبح الإنترنت مجالاً فسيحاً كما تخبرنا الباحثة هيدي كامبل؛ لتدافع الأفكار وللنشاط الروحي والديني من كل صنف (معتدل ومتطرف)^(٢)، ونحن نرى تحدياً واضحاً أمام مؤسسات الإعلام الإسلامي الدعوي في معركة الإعلام الجديد، من أجل تأهيل إمكاناتها المادية ومواردها البشرية لمواجهة التفاعل مع جيل الشباب الذي يجمعه الفيسبوك وتويتر واليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي؛ أكثر مما تجمعه المحاضرات والندوات، فحتى البيوت صارت بفعل ثورة الإعلام الجديد؛ أشبه بجزر معزولة أو أشباه جماعات The pseudo Communities^(٣)، يتراجع فيها التواصل المباشر لصالح المتابعة الافتراضية لكل مستخدم شاب، قد لا يجد نفسه في العروض التي تقدمها ثقافته ومحيطه ولغته العربية، فيبحر بعيداً عنها مُعرضاً نفسه لمخاطر غير محسوبة برحلة غير مدروسة وبعار غير مؤهل لمواجهة مغريات البحر وشبائه المنصوبة بدقة وإحكام للإيقاع به فريسةً لثقافة «الغالب الوقتي»، فالمغلوب كما يقول «ابن خلدون»: «مُولع دائماً بمحاكاة الغالب والاقتراء به، لأنه يعتقد أن انتصاره

(١) نبيل علي، الثقافة الإسلامية: رؤية معلوماتية، م. س، ص ١٠٢.

(2) Heidi Campbell, When Religion Meets New Media, Taylor and Francis Library, New York, 2010, p19.

(3) Frederick Williams, Ronald E. Rice, Everett M. Rogers, Research Methods and the New Media, Free Press, USA, 1988, p174.

راجع إلى صحة مذهبهم وعوائده»^(١).

ولكي يتجاوب الشباب مع ما تقدمه في الإعلام الجديد؛ نحتاج أن نعيد صياغة الأطروحات والأفكار في قوالب سهلة، مع تقريبها من لغة التخاطب اليومي، بعيداً عن التكلف والتصنع واللغة الميَّتة، فهناك حاجة للتجسير وبناء حوار بين الأجيال Acrossgenerational Dialogue كما تقول «سونيا ليفنجستون»^(٢)، فقد أثبتت الدراسات أن المواقع التوجيهية النافذة لدى الشباب؛ هي تلك التي أثرت في طرق التفكير وأساليب البرهان باتكائها على معارف أقل علمية وتخصصية، معارف في متناول الجميع، وقد ترتب على هذا المعطى الجديد، وبفعل كثافة شبكة العلاقات الأفقية: تكاثر سريع للمستفيدين من بروز وسائل إعلام جديدة.

«هناك تحدٍّ لمواجهة فرض المنتج الثقافي الغربي على ساحات الإعلام الجديد الذي يعني الفوقية وفرض معطياته الإلغائية، لأن الثقافة الغربية تريد أن تُشعرنا أن ثقافتنا رجعية لا تنهض بأمة؛ إذ إن كل ما يقدم عن ثقافتنا ليس إلا الجوانب السلبية فيها؛ والصورة المشوهة والمشوهة التي تُفقدنا الثقة وتهيؤنا لتلقي ما يأتي من الغرب، وللاعتقاد بأنه لا مناص من أن نأخذ من هذه الثقافة ونقتبسها ونتمثلها»^(٣).

(١) ابن خلدون عبد الرحمن، المقدمة، المجلد ١، ط ٣، بيروت، مكتبة المدرسة ودار الكتاب اللبناني للطبع والنشر، ١٩٦٧، ص ٢٥٨.

(2) Sonia Livingston and Rangana Das, The end of audiences, in John Hartley, Jean Burgess, Axel Bruns, A Companion to New Media Dynamics, Blackwell Publishing, 2013, p107.

(٣) أحمد فراج، «الثقافة العربية الإسلامية: تحديات الإعلام في ظل العولمة»، ضمن سلسلة محاضرات حوار الحضارات (٣)، خصائص الثقافة العربية والإسلامية في ظل حوار الثقافات، إعداد: نادية محمود مصطفى، دار السلام، ط ١، ٢٠٠٦، ص ١٣٤.

لأجل ذلك تغلب في الإنترنت النزعة الإمعية التي استحوذت على شطر كبير من شبابنا العربي والمسلم، وهي أثر من آثار ما يسميه «طه عبد الرحمن»: «غياب معنى (المعية الرافعة)»^(١)، التي يعتبر «التعالي» شاهدها الأمثل، وهي التي تستصحب نموذجاً أصيلاً وفطرياً وتاريخياً ممتداً بفروعه للمستقبل، ولا يضر هذه الهوية آئذ أن تتوسط بالقيم المادية أو تزوج بها، نظراً لأن هذه القيم تبقى تابعة لها ومسترشدة بها^(٢).

وينقلب النموذج السالب لعقول شبابنا إلى نموذج نسبي ومحدود، وهي مرحلة أولى ترشح لمرحلة تربوية يرتقي فيها العقل لينظر إلى النموذج باعتباره موضوعاً محل نقد لقصوره ومحدوديته واختزاليته، وبذلك نتخلص من عقدة إसार الغرب أو «المرض بالغرب أو التغرب»؛ فإذا تخلص شبابنا من ذلك، وانطلقوا في الفضاء الرقمي بإبداع، زادت الحاجة لتعزيز مفهوم المسؤولية ولميثاق أخلاقي يدعم هذا التوجه البناء لدى الشباب.

من أجل ميثاق أخلاقي مبني على المسؤولية:

في مجال التواصل داخل نطاق الإعلام الجديد وما يفتحه للناس من تقنيات وبرامج مفتوحة هي جزء من التطور التكنولوجي والرقمي المتسارع، هناك هاجس لدى بعض العقول الناقدة للحاجة الملحة لميثاق أخلاقي يضبط هذا الجموح التقني والتواصلية بضوابط ليتيح إمكانية (التنعم بقيمة الحرية مع استشعار قيمة المسؤولية)، منهم: «هانس يونس» الفيلسوف الألماني في

(١) يراجع: طه عبد الرحمن: روح الحداثة، المدخل إلى تأسيس الحداثة الإسلامية، المركز الثقافي العربي، ط ١، ٢٠٠٦، ص ١٢٠.

(٢) طه عبد الرحمن: م. س. ص ١١٨.

كتابه «مبدأ المسؤولية: أخلاقيات من أجل الحضارة التكنولوجية»^(١)، و«يورغان هابرماس» في كتابه: «الأخلاق والتواصل»^(٢)، و«جاك إيلول» في كتابه: «خدعة التكنولوجيا»^(٣) وبحثه المعنون بـ«بحث من أجل أخلاقيات المجتمع التقني»^(٤).

ولقد سعت العديد من الأدبيات الغربية إلى استلهام الروح الأخلاقية الدينية - وفي بعض الأحيان المسيحية - لإحاطة هذا الوجود الافتراضي بالضمانات الأخلاقية التي تمنع من التسلط على حقوق الآخرين أو إلحاق الأذى بهم، من ذلك ما قرره «باتريك بروني» في كتابه: «الإنترنت والأخلاق»، حيث جعل مدخلاً لمعالجته لمخاطر التواصل في الإعلام الجديد: كلمةً من إنجيل متى (فصل ٧ الآية ١٢)، وإنجيل لوقا (فصل ٦ الآية ٣١)، مفادها: «افعل بالآخرين ما تحب أن يفعله الآخرون لك»^(٥).

Faites au autres ce que vous aimeriez qu'il fasse pour vous

-
- (1) Hans Jonas, Das Prinzip Verantwortung: Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation, Suhrkamp, 2003.
- (2) Jürgen Habermas, Morale et communication: conscience morale et activité communicationnelle, Flammarion, 1999.
- (3) Jacques Ellule, Le bluff technologique, Paris: Hachette. 3e édition, 2012.
- (4) Jacques Ellule, «Recherche pour une éthique dans une société technicienne» in Jacques Soljcher et Gilbert Hottois, Ethique et Technique, p7_20.
- (5) Patrick J. Brune, Ethique et Internet, Les presses de l'université Laval, Canada, 2002, p59.

وهذه القاعدة الأخلاقية لها تصديق القرآن الكريم وسنة الحبيب المصطفى ﷺ ما تجده مما يعرفه الخاص والعام، إلا أنا نرى أن الدعاة للإسلام عبر العالم، وحاملي رسالة الهداية للبشر أجمعين ولفئة الشباب خصوصاً، هم أولى من غيرهم باقتراح الميثاق الأخلاقي ذي الطابع العملي والسلوكي المتكامل والمتوازن، والذي يهتدي بهدي الإسلام في كافة أشكال «المعاملة» في «الواقعي» كما في «الافتراضي»؛ لأنه كله واقع تحت حكم الشريعة الغراء وحكمتها، لأن الشريعة شاملة لكل ما يحتاجه الناس على الإطلاق، فلا يجب أن تخلو حادثة عن حكم الشريعة وحكمتها في جميع الأعصار والأقطار، حكم وحكمة تستندان إلى جملة من «القيم»: كحفظ الحقوق والاحترام والتأدب ومراعاة مشاعر الآخرين وحفظها من الأذى مع قدر كبير من الشعور بالمسؤولية تجاه الإنسان والثقافة والمحيط.

«فالمسئولة» في القرآن الكريم تتجاوز الحدود المادية، ومسؤولية الفرد هي المعبرة لأنه يأتي ربه يوم القيامة فرداً، يقول تعالى: ﴿ وَمَا تَكُونُ فِي شَأْنٍ وَمَا تَتْلُوا مِنْهُ مِنْ قُرْآنٍ وَلَا تَعْمَلُونَ مِنْ عَمَلٍ إِلَّا كُنَّا عَلَيْكُمْ شُهُودًا إِذْ تُفِيضُونَ فِيهِ وَمَا يَعْزُبُ عَنْ رَبِّكَ مِنْ مِثْقَالِ ذَرَّةٍ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ وَلَا أَصْغَرَ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْبَرَ إِلَّا فِي كِتَابٍ مُبِينٍ ﴾ [يونس: ٦١]، فالمسؤولية التي يؤسسها الإسلام في نفوس الشباب؛ تشمل الحياة بجميع مناشطها، يقول النبي ﷺ شارحاً مجالاتها وحدودها التواصلية الأربعة الدائرة على الوجود الإنساني: التاريخ والمعرفة والاقتصاد والنفس: «لا تزول قدما عبد يوم القيامة حتى يُسأل عن أربع: عن عمره فيم أفناه، وعن علمه ما عمل فيه، وعن ماله من أين اكتسبه وفيم أنفقه، وعن جسمه فيم أبلاه»^(١).

(١) رواه الترمذي وصححه وأخرجه الألباني في الجامع الصغير رقم ٧٣٠٠.

فالمسؤولية هنا مفهوم مركزي يتجاوز السياق الديني - الذاتي أو حتى الجماعي - لربط الكائن الإنساني بالعالم الآخر، ليربطه بمن يسأله، المسؤولية تصل عالم الشهادة بعالم الغيب في العقل المؤمن، فالمسؤول وراءه سائل، وإذا كان السائل في الدنيا هو الضمير والقوانين في وظيفتها الرقابية والضبطية بما يعنيه مبدأ المساءلة كما يسميه «باتريك بروني» *Le Principe d'Imputabilité*، ففي الآخرة رب العالمين يتولى السؤال، يقول تعالى: ﴿وَقَفُّوهُمْ إِنِّهِمْ مَسْئُولُونَ﴾ [الصفات: ٢٤]، وقوف مسؤول؛ ومساءلة مع التوقيف تستدعي كل الإشارات اللازمة للفهم واليقظة القلبية والإدراك المطلوب، ويقول سبحانه وتعالى في إشارة تنبيهية واضحة: ﴿تَاللَّهِ لَنُنَسِّلَنَّ عَمَّا كُنتُمْ تَفْتَرُونَ﴾ [النحل: ٥٦]^(١).

«ماذا يعني أن أكون مسؤولاً؟» أي في المجال الرقمي؛ هذا «باتريك بروني» أحد حكماء الغرب؛ عقد فصلاً في كتابه «الأخلاق في مجتمع المعلومات»^(٢)، طرح السؤال السابق ليبين ما ينبغي أن تسعى إلى ترسيخه البرامج التربوية والتوعوية داخل كافة مؤسسات المجتمع من مدرسة وجامعة ومسجد وبيت وإعلام تقليدي وجديد بكافة أصنافه، وما ينبغي على القائمين على التواصل الدعوي وتوجيه الشباب؛ أن يغرسوه في النفوس، فالمسؤولية هي عماد الحفاظ على مقومات الهوية، مع عدم التغافل عن سن قوانين لحماية المستخدمين من التجاوزات والانتهاكات التي تحيق بهم، والرَّهَان على التعليم مُهم للغاية في تعزيز وتقوية المعايير الأخلاقية الخاصة باستخدامات الإعلام الجديد، إذ إن

(١) للمزيد عن الموضوع يراجع: محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي الرياض، ١٩٨٣.

(2) Patrick J. Brunet, L'éthique dans la société de l'information, Les presses de l'université Laval, canada, 2001, p20.

التعامل مع الحاسوب في بعض الدول العربية والإسلامية؛ يبدأ في مراحل عمرية مبكرة، تبدأ أحياناً في مرحلة الدراسة الأولية، والتلاميذ اليوم يتعلمون النقر والدق على الكومبيوتر قبل أن يتعلموا تركيب المفردات والجمل، وهو أمر يتيح فرصة قيمة بلا جدال في تعليم المعايير الأخلاقية، والتي يمكن توسيع نطاقها أثناء التدرج التعليمي في المراحل الدراسية الجامعية^(١).

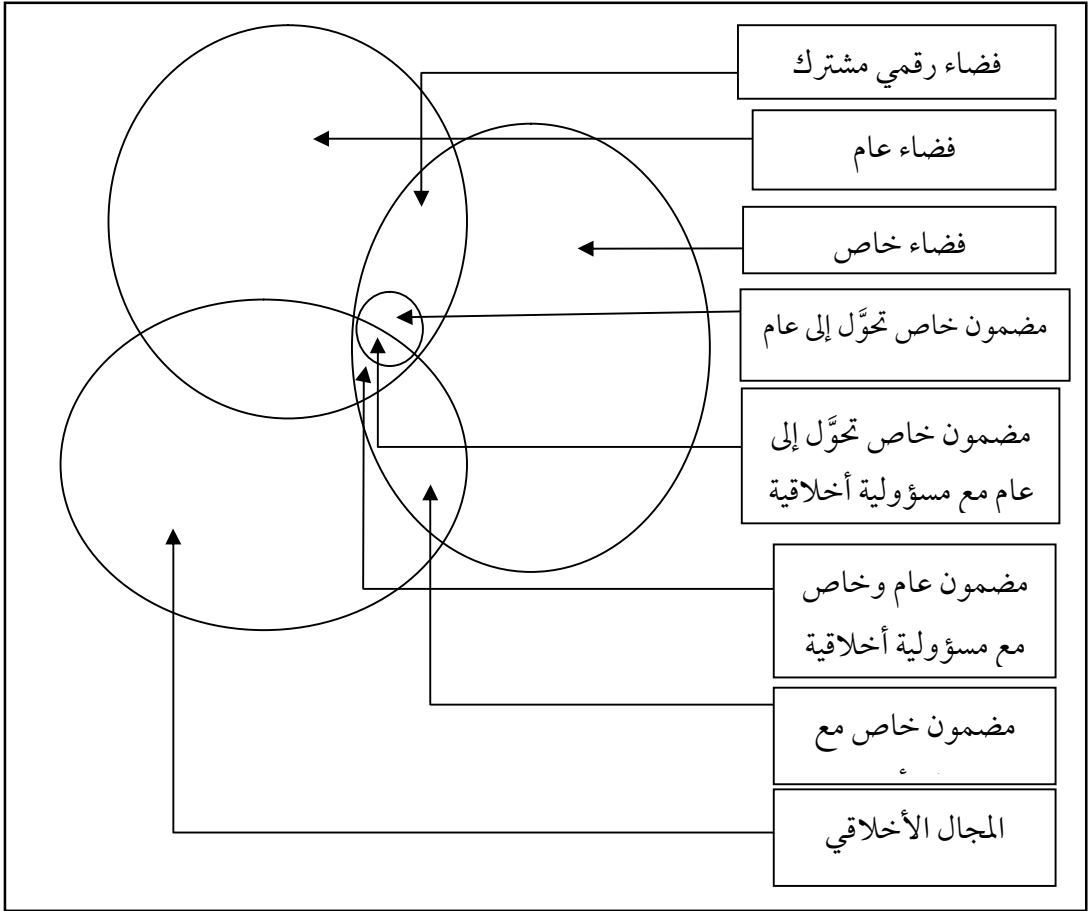
المسؤولية الأخلاقية أو التربية على أخلاق الضمير في منظورنا؛ تبدأ من الفضاء الخاص كما تبدأ من الفضاء العام على حد سواء لا فرق، عمادها قوله تعالى: ﴿ وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ﴾ [الإسراء: ٥٣]، وقوله تعالى أيضاً: ﴿ أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٢٤﴾ تُؤْتِي أُكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٢٥﴾ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ ﴾ [إبراهيم: ٢٤-٢٦].

وتتدرج في الشدة والقوة كلما تعلق الأمر بدمم آخرين يشاركونك الفضاء ذاته، فتزيد إلى مسؤوليتك عن فعلك؛ مسؤوليتك عما يمكن أن يحدثه فعلك أو مشاركتك في البيئة الافتراضية من تأثيراتٍ تتطلب توسيع دائرة التخليق، حتى تشمل كل المجالات، فيصبح «التخلق بالمسؤولية» وصفاً لازماً لا يرتفع بحال من الأحوال، وهو مقتضى حديث رسول الله ﷺ: «كلكم راع، وكلكم مسؤول عن رعيته»^(٢)، فالرعاية التي هي ترجمة فعلية للمسؤولية؛ تمتد حتى

(١) يراجع: ممدوح عبد الحميد عبد المطلب، «المهددات الأمنية لاستخدام الإنترنت»، ضمة من ندوة: «ثقافة الإنترنت وأثرها على الشباب»، ٢٠٠٦، دارة الثقافة والإعلام الشارقة، ص ٤١٨-٤١٩.

(٢) البخاري، الجامع الصحيح، حديث رقم ٨٤٩.

تشمل كلُّ أفقٍ يمتدُّ إليه فعلُ الإنسان وواجباته الفعلية والرمزية، ولا تقتصر فقط على مجالات التقاطع كما يبينه نموذج «باتريك بروني».



النموذج التواصلي الأخلاقي للإنترنت (حسب باتريك بروني في كتابه:

الأخلاق والانترنت، ص ٦٠)

ذلك أن التواصل الذي يدشنه الشباب في الإعلام الجديد كفعل إنساني؛ يجب أن يتخلص - كسائر السلوكيات الإيمانية - من النزعة العلمانية الغربية التي تفصل الأخلاقي عن العملي، والخاص عن العام، والديني عن الدنيوي، «حيث حصرت اهتمامها في الحياة الإنسانية كما يمكن أن يحيها الإنسان على الأرض، ضمن حدود الزمان والمكان، ودونما ارتباط ضروري بالعالم الثاني أو الأخرى»^(١).

المسؤولية التفاعلية التي نتحدث عنها؛ لا تفصل عن معطى «الإيمان»، يقول تعالى: ﴿قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ [الأنعام: ١٦٢]، بل ويؤطرها في الأول والأخير أخلاق الإسلام التي يتربى عليها الناشئة والشباب عبر كل القنوات والوسائل، ذلك أن طبيعة هذه الأخلاق هي التي يمكنها أن تحفظ وجودهم من المخططات الإعلامية التي تريد قتل شخصيتهم وقطعهم عن تراثهم وتاريخهم وتسميم أفكارهم^(٢).

ولابد أن نذكر في خاتمة هذه الورقة؛ أن الحضارة التي أنتجت الإعلام الجديد هي حضارة كما يقول «طه عبد الرحمن»: في جوهرها البعيد عن مقتضيات «الإيمان»، هي حضارة «ناقصة عقلاً، وظالمة قولاً، ومتأزمة معرفةً، ومتسلطة تقنية»^(٣)، فوجب تكميل نقصها وردُّ ظلمها وحلُّ أزمتهَا ودفعُ

(١) سماسيري، محمود يوسف، فلسفات الإعلام المعاصرة: قراءة في ضوء المنظور الإسلامي، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، ١٤٢٨، ص ١٣٢.

(٢) يراجع للمزيد: منى حداد يكن، أبنائنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام، مؤسسة الرسالة، ١٩٨٣.

(٣) طه عبد الرحمن، سؤال الأخلاق، مساهمة في النقد الأخلاقي للحدثة الغربية، المركز الثقافي العربي، ط ١، ٢٠٠٠، ص ١٤٥.

تسلطها، بضخ «الإيمان» في شرايينها حتى يستقيم أمرها، وتلك مهمة من مهمات «الفتوة» بمعناها القرآني.

في السياق ذاته؛ نعتقد أن استخدام الشباب المسلم للتقنية في الإعلام الجديد؛ يجب أن يكون سبباً من أسباب ترقية وعيه ومستوى فاعليته وعطاءه وتأثيره في الحياة، لأن ديننا الحنيف لا يقبل منا دور «الجامد»، بل يشجعنا على «الفاعلية» التي يجسدها التزام المؤمن بتعاليم دينه وقيمه التي تدفعه للتعلم الدائم الذي لا ينقطع، ف«الحكمة ضالة المؤمن، حيث وجدها فهو أحق بها»^(١)، مثلما يجسدها الحرص على تأثيره ودعوة الآخرين وطلب الخير لهم من كل موقع.

وفي الختام: نؤكد على أنه ليس صحيحاً ما يشاع من أن الأخذ بمبادئ الشريعة يعني رفض العصر والانتقطاع عن «الإنسانية» و«التطور»، فهذا زعم لا يقوم على أساس، وليس عله دليل، وهي دعوى يتعلق بها «كُسالى العصرانيين»، بل إن جوهر ما يسعى إليه الفعل الإنساني الراشد الذي يحمل رسالة الإسلام: أن يحشد الطاقات والإمكانات ويوحد الجهود لخدمة «الإنسان» في رحلته «المحدودة» على هذا «الكوكب» حتى لا تتعرض روحه أو متاعه أو حريته للإفساد والتضليل ﴿وَاللَّهُ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ﴾ [النور: ٤٦].

(١) ابن ماجه، السنن، تحقيق محمد فؤاد عبد الباقي، ٢/ ١٣٩٥.

توصيات الورقة:

- عقد المزيد من الملتقيات العلمية والمؤتمرات، ونشر الكتب والدراسات التي تساعد على توسيع دائرة الوعي وسط الشباب باستخدامات الإنترنت والإعلام الجديد وكافة ما يتعلق بالمواقع المناسبة، والتحذير في ذات الوقت من خطر المواقع الهدامة والتي تستهدف تدمير الأخلاق والقيم الإنسانية النبيلة.
- فرض الحماية التشريعية والقانونية للبرامج والاستخدامات التواصلية المفيدة بقصد تطويرها، وإيجاد الحماية والأمن للمستخدمين من فئة الصغار والشباب عبر كل الوسائل؛ دفاعاً عن هويتهم وخصوصيتهم.
- العمل على نشر الوعي والتثقيف التربوي الأسري والمدرسي والإعلامي وعبر كل الوسائل؛ نحو استخدام الإنترنت عامة والإعلام الجديد خاصة، وإدراك الجوانب الإيجابية والسلبية لهذه الاستخدامات.
- توجيه النداء لمراكز التوجيه ومنابر الإعلام الدعوي ليكون لها وجود مماثل وقوي في العالم الافتراضي للتجاوب مع حاجيات الشباب وأسئلتهم وقلقهم، ومعالجة الانحراف والاضطراب الذي يسببه الإعلام الجديد.
- الدفع بالمؤسسات الدعوية والتربوية إلى بلورة عدد من التجارب لتشجيع الشباب على اقتحام مجال الإعلام الجديد، بنفس إبداعي وابتكاري يعود نفعه على الفرد والأمة.
- نعيد التأكيد على أن شبابنا اليوم إما أن يكونوا الأداة الأولى في بعث نهضة حديثة لدولنا وشعوبنا، وإما أن يتحوّل إلى وسيلة لتدمير ما بنته الأجيال

السابقة، ففي عصر العلم والعولمة والإنترنت، ليس أمامنا كثير من الخيارات، ولا الكثير من الوقت لنفكر ونقرر، فنحن والزمن في سباق مميت، وعلينا - حكوماتٍ وقياداتٍ وفعالياتٍ في كل المواقع - أن نبدأ في وضع قضيتهم في مقدمة المسائل الوطنية والقومية.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين