

التدين الشبكي الرقمي (الإسلامي): دراسة نقدية *Islamic digital networked religiosity: critical study*

د/ عبد الكريم بليل*

مخبر الدراسات العقدية ومقارنة الأديان، جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف (الجزائر)
bellil-abdelkarim@univ-eltarf.dz

تاريخ الاستلام: 2021/01/22 تاريخ القبول: 2022/02/18 تاريخ النشر: 2022/03/15



ملخص: يخضع (التدين الشبكي الرقمي) لتكوين يسائر العولمة الثقافية المعززة بالعولمة الرقمية، عبر تقديم دين السوق، أي تسليع وتسويق المحتوى الديني بحسب الطلب، وإخضاع تعاليم الدين لنظرية السوق: العرض والطلب، والتسويق الدعائي وشركات الدعاية والإشهار والتوجيه. وتكوين دعاة يخاطبون فئات عمرية أو جنسية محددة بدقة، مع تطوير خطاباتهم من حيث الأسلوب واللغة، المواضيع، الإخراج الدعائي، الهيئة، التصوير والبرمجة، من طرف شركات مختصة في برامج خطابات الجماهير. وتبرز لدينا؛ إشكالية التفاعل الذاتي للمواطن الرقمي مع معطيات العولمة الرقمية الدينية؛ فهل يمثل الدين الشبكي الرقمي خطرا على عقيدة المواطن الرقمي، أم يزيد من ثقافته العالمية؟

نسعى في هذه الورقات لطرح دراسة حالة عبر الويب، لفهم تأثير الدين الرقمي على الثقافة الدينية للجيل الرقمي، واستشراف الهوية الدينية لديه. وفق منهج وصفي تحليلي نقدي. ومن نتائج هذا البحث أن التدين الشبكي الرقمي غير المراقب يتسبب في إضعاف الولاء الديني والمجتمعي والوطني، وكذا انتشار فلسفة مركزية الإنسان ومذاهب الواحدة الكمونية، وشيوع الفكر الإلحادي.

الكلمات المفتاحية: الدين؛ الدعوة والإعلام؛ الدين الرقمي؛ المواطن الرقمي؛ إسلام السوق.

Abstract: (Digital religiosity) undergoes training in line with the cultural globalization promoted by digital globalization, through the introduction of market religion, that is, the commodification and marketing of religious content on demand, and the subjection of religious teachings to market theory: supply and demand, marketing companies, advertising, advertising and extension. And the formation of preachers who address specific age groups or genders, with their discourses developed in terms of style, language, themes, promotional guidance, format, photography and programming, by companies specializing in public discourse programs.

The problem of the digital citizen's self-interaction with the data of religious digital globalization is: Does the religion of the digital network pose a threat to the orthodoxy of the digital citizen, or does it increase their global culture?

In these papers, we seek to present a case study across the web, to understand the impact of digital religion on the religious culture of the digital generation, and to anticipate its religious identity. According to the descriptive analytical method.

* المؤلف المراسل.

First results: Unsupervised digital networks erode religious, societal, and national loyalty.
The spread of humanistic philosophy and monotheistic doctrines.
The spread of atheistic thought.

Keywords: religion; Advocacy and media; Digital Religion; Digital Citizen; the Islam of Market.

1. مقدمة

يخضع (التدين الشبكي الرقمي) لتكوين يسائر العولمة الثقافية الرقمية، عبر تقديم دين السوق، أي تسليع وتسويق المحتوى الديني بحسب التنافسية السوقية، عبر إخضاع تعاليم الدين لنظرية: العرض والطلب، والتسويق الدعائي وشركات الدعاية والإشهار والتوجيه.

تعرف الأجيال المستهدفة بالتدين الرقمي بالمواطن الرقمي (native digital). يمثل الجيل (GEN. Z) عنصر الشباب فيه، ويليه جيل (GEN. ALPHA). وهي أجيال ولدت في عصر رقمي لكل النظم المعلوماتية، والمعرفية، والثقافية، والدينية. وهي أكثر الأجيال تفاعلا مع العالم الرقمي الافتراضي والعملي، أكثر حتى من الجيل (Gen. Y) الذي طور العالم الرقمي والافتراضي وتطبيقات الويب وأتممة الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence).

يتعرض المواطن الرقمي المسلم لعولمة رقمية بمستويات كبيرة جدا مقارنة مع سابقه؛ لقابليته لأنماط التعايش الاجتماعي الافتراضي. مما يعيد إنتاج بنية الثقافة الدينية لديه؛ بشكل يستجيب لميوله، ولانشغالاته الإلكترونية. تنتقله من مسارات التدين التقليدية- المراجع العلمية التقليدية؛ من مشايخ ودعاة وكتب وبحوث- إلى التدين الشبكي الرقمي المسائر للعولمة الثقافية الرقمية.

عبر تقديم دين السوق؛ أي تسليع المحتوى الديني بحسب العرض والطلب في السوق الإعلامية الرقمية. وإخضاع الدين - تعاليم الدين- لنظرية السوق والتسويق الدعائي وشركات الدعاية والإشهار والتوجيه. وتكوين دعاة يخاطبون فئات عمرية أو جنسية محددة، وتطوير خطاباتهم: أسلوبا ولغة. وانتقاء مواضيع معاصرة شبائية، مع إخراج دعائي يحاكي البرامج الترفيهية، ومغاير للإخراج التقليدي من حيث الديكور والإيقاع. مع إطلالة عصرية للمقدم في الهيئة؛ تغاير إطلالة الدعاة والمشايخ بالزي الديني المعتاد، والتصوير الاحترافي مثل البرامج الجماهيرية، والبرمجة بالاعتماد على شركات مختصة في خطابات الجماهير، مثلها مثل برامج (Talk show)، ومسابقات الغناء والمواهب، ولقاءات الممثلين والمطربين، وبرامج مشاهير اليوتيوبير.

ومما زاد من تراكم مظاهر الدين الشبكي 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 أي إجابة؛ دون الرجوع لأهل الاختصاص. فخلق جو من التعامل والتحقق، دون أي تأصيل علمي، ولا رصيد من علوم الشريعة، غير أنه خريج مواقع تواصل اجتماعي لا أكثر، يمتلك القدرة على التعلم الذاتي.

فينحو المواطن الرقمي لتشكيل مفاهيمه الدينية الافتراضية، دون مراجعة المختصين؛ لأن الإعلام

التواصل التفاعلي بعث نماذج معاصرة لتدوير وإنتاج المحتوى الثقافي والديني والإصلاحي والتوعوي الرقمي، بما يناسب ميول وقدرات الجيل الرقمي المعرفية والنفسية والسلوكية، وأعاد إنتاج بنية الثقافة الدينية؛ وفق إخراج يستجيب لذوقه، ويواكب عناصر الجذب لديه.

هذا التدين الشبكي الرقمي يتماثل في مستويات من الوعي، انطلاقاً من المتابعة للعلماء والدعاة مباشرة، المتابعة عبر المواقع والقراءة فقط؛ لنصل إلى مستوى الاستغناء عن أهل الاختصاص، والاكتفاء بطرح السؤال على محرك البحث لتخرج الإجابة جاهزة.

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 الإسلامي الانتشار والدفاع بقوة عن الأطر الرديئة ضد الإلحاد والعلمنة الصلبة، متجاوزة عراقيل نقل المعلومة المقررة والمسموعة والمرئية.

وهنا تبرز لدينا إشكالية تأثير التفاعل الذاتي للمواطن الرقمي مع معطيات العولمة الرقمية الدينية، ومدى تأثيرها على مكتسباتهم الدينية.

- فهل يشكل التدين الشبكي الرقمي الإسلامي خطراً على المواطن الرقمي، أم يزيد من ثقافته الدينية العالمية؟

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

نسعى في هذه الورقات لطرح دراسة تحليلية، لفهم تأثير التدين الرقمي على الثقافة الدينية للمواطن الرقمي، واستشراف الهوية الدينية الرقمية.

من الدراسات المعاصرة:

Digital Religion; Understanding Religious Practice in Digital Media. Heidi A. Campbell, Ruth Tsuria. September 30, 2021. Routledge.

Digital Religion, Social Media and Culture. Pauline Hope Cheong, Peter Fischer-Nielsen, Stefan Gelfgren, Charles Ess. New York, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt am Main, Oxford, Wien, 2012. XII, 326 pp., num. fig.

Religion Online; How Digital Technology Is Changing the Way We Worship and Pray. August E. Grant, Amanda F. C. Sturgill, Chiung Hwang Chen, and Daniel A. Stout, Editors March 2019.

Religion on the Internet: research prospects and promises. Cowan E. Douglas, Jeffrey K. Hadden, Amsterdam 2000.

Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture. Stewart M. Hoover, Lynn Schofield Clark. New York: Columbia University Press 2002.

2. الدين الشبكي الرقمي

حدثت تغيرات هائلة في الأديان العالمية، خاصة في أوروبا بعد انتشار العلوم، وانتقال المعارف الإسلامية، مما قوض نفوذ الكنيسة الكاثوليكية، وزاد انكفاءها بعد اختراع الطباعة، التي ساهمت في تعميم المعارف أكثر.

هذا التغير مس أديانا كثيرة؛ كان أتباعها ضمن حلقة مغلقة من المراجع الدينية التي تحتكر المعارف كلها، مما وضعها أمام امتحان صعب بعد تطور العلوم والاختراعات والثورة الصناعية، التي أصلت للفلسفة الحداثيّة كبديل عن التراث كله، حتى الديني لديهم.

ثم سيقّت الأطاريح الحداثيّة التي أفرزتها البيئّة الاجتماعيّة والدينيّة الغربيّة، لتنزّل على الشريعة الإسلاميّة، تحت مزاعم التحديث الناقد للتراث، والهادف للنهوض بالمسلمين برؤية حداثيّة للإسلام.

ونتج عن اختراع المطبعة تحوّل هائل في الخريطة الدينيّة؛ فكيف هو الدين الآن في هذا العصر الرقمي؟ فإذا كانت مطبعة جوتنبرج أمدتنا بأليّة الإصلاح الديني؛ فما الذي تمكّننا منه الثورة الرقميّة؟ (لوفتون، 2015).

"أدركت الدراسات الدينية الرقميّة حقيقة أن الإنترنت يوفر إمكانيات لإنشاء أماكن تفاعل غير مدمجة من الحدود المحليّة والجغرافيّة.

فالتقنيّات الرقميّة تمكّنت من تشكيل مجتمعات، بما في ذلك المجتمعات الدينيّة. من أعضاء يعرّفون أنفسهم كجزء من المجتمع عندما يجدون الأماكن التي يمكنهم فيها التواصل بشكل هادف مع الأشخاص ذوي التفكير المماثل.

هناك أنواع مختلفة من المجتمعات الدينيّة عبر الإنترنت - بينما يتم إنشاء مواقع ويب معيّنة بواسطة مجتمعات مادية موجودة.

والبعض الآخر موجودة حصريًا على الإنترنت، وقد لا يلتقي الأعضاء وجها لوجه. فالإنترنت يعدل مفاهيم الصداقة والعلاقة وكيف تصبح المجتمعات مرتبطة ارتباطًا جوهريًا بالممارسات المترابطة عبر الويب." (Campbell & Evolvi, 2020, P. 9)

يشعر المتممون لأي دين أن غياب دينهم في الإنترنت؛ يفقده الحضور والمصداقية. وتصدق هذه المقولة بالخصوص على الأقليات الدينيّة، والحركات الدينيّة المتطرفة، والمتحولين الدينيين. لتعظيم الشعور بالأ وجود ولا هوية للدين خارج الإنترنت. (الديالمي، 2019)

"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 الدينيّة نفسها وعلى صورة الدين بوجه عام.

بتعبير آخر، غيرت رقمنة الدين علاقة الإنسان بالدين، إذ أصبح الإنترنت ضرباً جديداً من العلاقة بالدين؛ بمعنى أنه تحول إلى نمط خاص لمعرفة الدين، وإلى نمط خاص في ممارسة الدين. " (الديالمي، 2019)

1.2. مفهوم الدين الشبكي الرقمي :

تعد موجة الدين الشبكي الرقمي، متجاوزة لفلسفة الحداثة نفسها، وما بعد الحداثة وما بعد الإنسانية (Posthumanism)، وتسير نحو فلسفة ما بعد الإنسان (Transhumanism)، أي الإنسان المؤلّل.

"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. " (الديالمي، 2019)، وأكد باحثون على الصلة بين الأديان الموجودة على الإنترنت وخارجها، خاصة مع ظهور الكنائس الإلكترونية التي تسمح للمؤمنين بالعبادة وأداء الممارسات الدينية عبر الإنترنت. (Dawson & Cowan, 2013, pp. 93–106)

وأظهرت مقابلات مع قادة دينيين لمجموعة متنوعة من الأديان؛ عن قبول واسع للإنترنت وتقنيات تكنولوجيا المعلومات. على عكس افتراضات نظرية العلمنة؛ التي تتنبأ بتراجع التدين في ظل ظروف التحديث. فالمجتمعات الدينية المختلفة احتضنت الإنترنت كجزء من رسالتها الدينية المعاصرة واستراتيجيتها للنمو، كدلالة على تحديث الوسيلة. (Kluver & Cheong, 2007, pp. 1139–1141)

وتكشف ممارسة الدين الشبكي الرقمي عن تحولات وتغييرات اجتماعية داخل الثقافة الغربية. ويُعرّف بخمس سمات:

(1) المجتمع الشبكي.

(2) الهويات الطبقية.

(3) السلطة المتغيرة.

(4) الممارسة المتقاربة.

(5) الواقع متعدد المواقع. (Campbell, 2012, p. 65)

فالرقمنة الشبكية (الويب) وسيلة للنشر والإبلاغ والدعاية، أفادت الأديان. أما الدين الشبكي الرقمي؛ فهو ظاهرة تركبت من الهندسة الاجتماعية للمواطن الرقمي داخل المجتمع المعلوماتي الافتراضي، بعد توسع جغرافية العولمة الرقمية. حيث تحيزت متغيرات وتركبت مؤشرات عن عينة مجتمعية لها خصائص تمايزها كجماعة دينية.

"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.
 - 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. " (Campbell, 2013, p. 680)
- يعرف الدين الرقمي بمصطلحات أخرى: الدين السيبراني، الدين الافتراضي، الدين الشبكي، الدين الإلكتروني.

يعرف الدين السيبراني (Cyber Religion): "هو التسويق للمعتقدات الدينية عبر الشبكات الرقمية، التي تمثل وسيطا في تقديم المعلومات الدينية. وهو ما يطلق ثورة تنافسية بين المؤسسات والمنظمات الدينية للوصول لأرواح المهاجرين في الأترنت." (نومار، 2019)

فالدين السيبراني ليس مجرد عرض تعريفي، بل دعوة ونشر للأفكار والمعتقدات؛ لغرض جذب المزيد من الأتباع، مع الممارسة الفعلية السيبرانية، لأن المتابع أو التابع لا يمكنه الانتقال للحيز المكاني، فيقدم له اختيار التفاعل والتعبد والمشاركة التعبديّة الجماعية أو الفردية الافتراضية.

"الدين 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. " (Campbell, 2017, p. 228)

ويعتبر الدين الرقمي عملية اتصالية، تبلور في ممارسة الدعوة الدينية إلكترونياً، لإحداث تأثير مُتوقع، عبر مقاطع سمعية بصرية، أو مقالات مكتوبة، أو منشورات قصيرة، أو اقتباسات متجزئة. (نصر، 2019)

وإننا نفضل في بحثنا مصطلح (التدين الشبكي الرقمي)؛ وهو مصطلح معاصر يعبر عن ممارسة نشر المعلومات الدينية رقمياً، والدعوة والعبادات والمعاملات الدينية عبر التطبيقات الرقمية والبرامج والمواقع على شبكة الويب.

2.2. نموذج دين شبكي رقمي :

تعد الصين أكبر نموذج عصري يسعى لتطبيق الدين الشبكي الرقمي على شعبه فعليا، حيث يقطن الصين أكبر نسبة ملحدين في العالم: 67% (مليار نسمة)؛ يعتبر 90% أنفسهم ملحدين أو غير متدينين. (Gallup International, 2015). ويشترط الحزب الشيوعي الصيني الحاكم الإلحاد لعضويته، لذا تسعى الدولة لتكريس الإلحاد ونزع فكرة الإله من عقول مواطنيها. (CAMPBELL, 2016)، عبر برامج ومناهج تعليمية وتدريبية واجتماعية وثقافية وتربوية وسينمائية وإعلامية. وآخر نموذج هو: خلق إله شبكي رقمي للدولة الملحدة. يراقب الأفعال كلها، ويحاسب عليها، فيقيم الحسنات والسيئات، ويكافئ أو يعاقب على الأفعال. وهذه فكرة جذرية لتغيير مفهوم الدولة الحديثة.

يستخدم (نظام الائتمان المالي) المعلومات المالية للتنبؤ بقدرة الأفراد على تسديد المستحقات المالية عليهم مستقبلاً. لكن الصين تعمل على بناء (نظام ائتمان اجتماعي). (China social credit, 2015). في 14 يونيو 2014، نشر مجلس الدولة الصيني (مخطط لبناء نظام ائتمان اجتماعي): (social credit system). احتوى على فكرة: (درجة ثقة وطنية) تصنف (نوع المواطن)، عبر منظومة شبكية تراقب وتقيم أنشطة المواطنين اليومية باستمرار: المشتريات؛ التحركات، الحالة الصحية، النفسية، الاجتماعية، المالية، الأماكن، الأصدقاء، التفاعل مع المنشورات، التعامل مع الناس، نوع المحتوى الرقمي ومدة استهلاكه، دفع الفواتير والضرائب، الالتزام بالقوانين: المرور، الأماكن العامة، نظافة المحيط، احترام أفراد المجتمع، احترام المحيط الطبيعي.. الخ.

هذه العملية تتم في العالم عبر أغلب الشركات العملاقة الأمريكية (GAFA)، لكن حكومة الصين صممت نظاماً (Social Credit System) تطبقه عبر خوارزميات (Artificial Intelligence) لتصنيف كل بيانات السلوكيات: إيجابي أو سلبي، وتقييمها بسلم نقاط رسمي. يحدد (درجة المواطن). ثم يعلن للمستخدمين - أفراداً ومؤسسات - الدرجة الرقمية لكل مواطن صيني، وهي درجة (الثقة الرقمية)، و(الإخلاص الوطني الاجتماعي الاقتصادي). (Nast, 2017)

أي صناعة نموذج لإله الدولة الملحدة (الدولة المتألهة). ويتحول المواطن فيها لعضو في لعبة شبكية رقمية رسمية؛ تحت سلطة الأخ الأكبر (Big brother). هدف هذا المواطن الرقمي؛ رفع درجته فيها، لأنه مراقب هو والحسابات التي يتواصل معها، ويحاسب على كل نشاط رقمي أو واقعي. (أحمد غندور، 2018).

يراقب المواطن الرقمي الصيني، بتتبع كل نشاطه الرقمي الشبكي على كل المنصات والمواقع والتطبيقات والبرامج الرقمية الصينية، ثم تخزينها وتحليلها، ليتم تقييمه، وفق سلم تنقيط رقمي، عبر خوارزميات الذكاء الاصطناعي، مصمم وفق معايير تحددها الدولة للدرجة التقديرية الاجتماعية للمواطن،

بالتعاون مع ثماني شركات صينية عملاقة لتكنولوجيا.

يعد برنامج المراقبة الرقمية الصيني الأعدد عالميًا، عبر نظام لا مركزي، من مئات الشركات الإلكترونية الخاصة والرسمية والأمنية الصينية. وآلاف مزودات خدمة الإنترنت، التي تقدم تقارير عن كل ساعة. عبر ربط الهواتف بأنظمة تحليل الصور والكلمات، وفق خوارزميات تميزها وتحجبها من التداول إن لزم الأمر. كتطبيق (WeChat) الذي يستخدمه 850 مليون صيني؛ توظف الذكاء الاصطناعي لمسح (Scan) الصور ذات المحتوى المشبوه وحذفها. (الرفاعي، 2021)، ويتم جمع الحمض النووي والتعرف على الوجه بالمقاييس الحيوية للمراقبة الجماعية لجميع السكان الذين تتراوح أعمارهم بين 12 و65 عامًا. (Jacobs, 2021)، والخضوع لعمليات مسح رقمية، وإدخال معظم البيانات في نظام كمبيوتر يسمى منصة العمليات المشتركة المتكاملة. (Wakefield, 2021)، بالتعاون بين مؤسسات حكومية، وشركات خاصة لتكنولوجيا المعلومات، ومواقع ومنصات وتطبيقات، ومصارف، وشركات نقل وغيرها، كلها تشارك في جمع البيانات الشخصية ونقلها للدولة. التي تسيطر بصرامة متطرفة على كل مفاصل المجتمع.

وهكذا يتم خلق ارتباط ورقابة ذاتية لدى المواطن الصيني؛ ليقينه بمراقبة ومحاسبة (الإله الشبكي الرقمي) له فعليًا؛ فهو يرى إحاطته به من كل جانب وفي كل مجال؛ افتراضيا وميدانيا. مما يشجعه على إرضاء (الإله الشبكي الرقمي) بتحسين أدائه الرقمي المطلوب منه على الواقع الميداني والافتراضي؛ ليرفع من تقييمه الرقمي فيتفاخر به، ويكافأ رقميا على إحسانه بحسنات رقمية، وعلى إساءته بسيئات رقمية.

يتم تقييم المواطن الصيني بين (350 و950 نقطة)؛ ببرنامج (Sesame Credit)، وفق عوامل خمسة:

- 1) تاريخ الائتمان.
 - 2) دفع الفواتير في موعدها.
 - 3) القدرة على الوفاء بالالتزامات التعاقدية.
 - 4) الخصائص الشخصية، المعلومات الشخصية.
 - 5) السلوك والتفضيل.
- ونائج التقييم: الحصول على (درجة الثقة الرقمية) ويترتب عنها مكافآت أو عقوبات. (Nast, 2017)، وعلى سبيل المثال؛ التقييمات المنخفضة لفرد ما؛ يترتب عنها:
- تخفيض سرعة الإنترنت.
 - تقييد الوصول إلى المطاعم والنوادي.
 - إلغاء الحق في السفر بحرية إلى الخارج.
 - رقابة تقييدية على الاستهلاك أيام العطلات.
 - تأجيل الاستجابة لطلبات التأجير أو الحصول على تأمين أو قرض أو الضمان الاجتماعي.
 - عدم التعيين في العمل.
 - الحرمان من بعض الوظائف.

- تقييد تسجيل الأفراد أو أطفالهم في المدارس الخاصة. (Nast, 2017)

وانطلقت الصين في تجربة النظام سنة 2017، وبدأت الإلزام به عام 2020، وفرض تنزيل تطبيقات المراقبة، ومعاينة كل مواطن صيني تضبطه الشرطة بدون تطبيق الرقابة على هاتفه.

3.2. إسلام السوق (the Islam of Market):

يلاحظ مختصون في 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 انتشارًا والأوفر حظًا.. ورغم تباين خطابات الدعاة الجدد لتيار (الإسلام الليبرالي)؛ إلا أنه يتصدر الخطابات الجديدة، ومساحات جماهيرية تخصصه، تحاول 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 الإسلامية). (هلال، 2017)

(إسلام السوق) الشبكي الرقمي، هو نمط من التدين وفق الثقافة الأمريكية الاستهلاكية الرأسمالية الليبرالية، يخالف التدين التقليدي، وينأى بالمسلم عن القضايا الإسلامية الكبرى، ليشغله بنمط (الإنسان الاستهلاكي) الخاضع لهدف تحسين وضعه الاقتصادي (حوسلة الإنسان).

يجتمع بعض الجماعات المسلمة على منصات التواصل الاجتماعي، يناقشون القضايا المشتركة. كنموذج لأمة افتراضية تعيد تشكيل (مجتمع الشبكة العالمية)، والبحث في مسائل هي من (التدين الشبكي الرقمي)؛ لأن المواطن العادي لا يصل بسهولة لقنوات الإعلام التقليدية، فتعمل شبكات التواصل الاجتماعي كمنافذ إعلامية بديلة للتعبير عن مخاوفهم وآرائهم، حيث تختفي سلطة الحكومة والمسجد الرسمي، ويظهر الدعاة الجدد، أو دعاة المنصات الرقمية. (Al-Rawi, 2016, pp. 19-20)، على نموذج التسويق الديني.

وتمثل نظرية السوق الدينية أحدث نظريات علم الاجتماع الديني. وتعرف 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 دينها ومعتقداتها؛ 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 عالميًا. (غانم، 2020)، حيث تسعى شركات دعائية ومراكز بحث لتسويقه في العالم، ولدى الشعوب المسلمة، عبر تصنيع نماذج دعاة ونشطاء ومدربين، وخصص وبرامج إعلامية فضائية ورقمية.

تتاجر السوق الدينية في الأفكار والمعتقدات، كما تتاجر في المنتجات الثقافية والتعبدية للديانة، من لباس ووسائل يحتاج لها أتباع أي دين، كالحجاب والسيح وأفرشة الصلاة ومنبهات الأذان، والبخور والعطور، والأناشيد والدروس والمحاضرات والأدعية الصوتية وترتيل القرآن، والبرامج والتطبيقات الرقمية الدينية عند المسلمين. فكل ما يصلح للبيع يتاجر فيه، وحتى ما لا يصلح يتم تسليعه لبيع، كعرض دورات تدريبية باشتراك مالي، في التفسير أو أحكام التجويد أو الأسرة المسلمة. فإن كان مجاناً، يطلب الاشتراك والإعجاب والمشاركة والتعليق، مما يرفع تصنيف الموقع عبر خوارزميات الويب، وهذا عائد مالي. مع جذب بعض المواقع أو الحسابات لشركات الدعاية والإشهار وروابط (Clickbait).

وهو ما تحقق بنقل نماذج تدريب أمريكية عبر برامج التنمية البشرية والدورات لجملة من (الدعاة والمصلحين) في أديان مختلفة، وتسهيل بروزهم الإعلامي على القنوات التلفزيونية بإخراج تصويري معاصر ومتفوق؛ عما سبق، من حيث التقنيات وجودة الصورة والصوت، والتأثير والتصميم والإضاءة واللبس والإخراج. واستخدام فرق لإعداد الحلقات وكتابة النصوص بما يناسب الشريحة المستهدفة، ومتابعة ردود فعلها، وأهم انشغالاتها، وتقنيات الجذب الذهني والنفسي لديها.

كل هذا تحت رعاية شركات دعاية مختصة في التسويق وتوجيه الجماهير والمستهلكين، قائمة على نظريات علم النفس الاجتماعي ونظريات الدعاية والإشهار لغرض التسويق؛ فيتحول الدعاية لمجرد ممثل يؤدي دوره في الإلقاء والتفاعل الصوتي والسميائي لحركات الوجه واليد، تحت إرشادات المخرج وفريق التصوير والتأليف في حالة من التصنع والتمثيل، التي تعد من أقوى تقنيات الجذب للمشاهدين المدمنين على الأفلام والمسلسلات الدرامية. فتمكن بعض الدعاة من طرح نموذج دعوي قصصي عبر مسلسلات دراما، كان فيها تجاوزات عقدية وفقهية خطيرة. (معز مسعود، Moez Masoud Official Channel، 2015)، وسعي لتمهيد الطريق للتطبيع مع الاحتلال الصهيوني. (البحيري، 2014)، والظعن في الفلسطينيين والأسرى والقضية الفلسطينية. (معز مسعود، 2021)، ومنافسة الممثلين في مهرجانات السينما، تفاخرا بنموذج (الإسلام الليبرالي). (البحيري، 2019).

وقد نحى هذا التوجه - لدى المسلمين - بالدعاة والوعاظ التربويين، وشباب يوتوبر، ومؤسسات دينية وشركات تجارية؛ وحتى أفراد عاديين؛ إلى تكريس استخدام التقنيّة في نشر الدعوة والثقافة الدينية؛ لكسب أكبر مساحة جماهيرية، وتحقيق نسبة مشاهدات عالية، لأسباب وأهداف سياسية، أو اجتماعية، أو اقتصادية، أو دعوية، أو شخصية. فالكل أصبح منتجاً للمعلومة. (نصر، 2019)

وبذلك تشكل لدينا دعاة جدد بأسلوب دعوي جديد، وخطاب دعوي مغاير للميراث الدعوي، بمفاهيم مغايرة للأصلية المتداولة، وهو ما عرف (بإسلام السوق).

أولئك الدعاة نزعوا المفاهيم الأصيلة الكبرى للإسلام؛ لئلا يتم تصنيفهم والحجر عليهم، واختاروا التدوين الآمن، فركزوا على المواضيع الاقتصادية وتكوين الثروة، وتحسين الدخل والتسيير الحسن لإدارة الأسرة والمداخيل، وابتكار المشاريع الناجحة. دون تقديم نموذج فكري لنظرية اقتصادية أو إدارية، بل

عرض نموذج أمريكي، ثم تعليق الصلاح بزيادة الثروة، وقصص التنمية البشرية في الأداء الإداري، وفق النموذج الأمريكي؛ بتصنيع الإنسان المجتهد لغرض تحقيق الثروة. فالغاية أصبحت استهلاكية محضة. لكن يجعلون منها سمة للمسلم الناجح ماديا، وسبيلا لأعمال الصدقات، وعلامة على تفوق نموذج المسلم الاقتصادي، فالثروة عندهم هي وسيلة الارتقاء دينيا. (البحيري، 2020)

هذا الخطاب محمل بمفاهيم النيوليبرالية الجديدة الاستهلاكية، كالطموح للثروة والفاعلية والإبداع الإنتاجي، والمركزة على تحقيق الرفاهية والافتقار المالي؛ كعلامة على (التفوق الفكري والاجتماعية). لكن الدعاة الجدد جعلوها علامة على (التفوق الديني) للثروة الفاضلة. أي: خطاب إسلامي بثقافة أمريكية، يتعد عن الخطاب السياسي الشرعي والديني التعليمي والاجتماعي التوعوي، وإغفال تام للنموذج الحضاري الإسلامي. فلم يعد خطابا لإصلاح النفس؛ بل لتكييف النفس مع سوق المجتمع الاستهلاكية، فيصبح المسلم المثالي هو الراغب في ترف الدنيا. (البحيري، 2020)

يُسوق (إسلام السوق) على أنه النموذج المعتدل للإسلام. الاعتدال بين أصول الإسلام والأصول الغربية الحديثة للثقافة الليبرالية الأمريكية.

أصدرت مؤسسة RAND (SOLUTIONS OBJECTIVE ANALYSIS EFFECTIVE) تقريرا عن مشروع: بناء شبكات إسلامية معتدلة، ويناقش انتشار التفسيرات (الرايكية والعقائدية للإسلام) عبر شبكات إسلامية واسعة؛ فرغم أن المعتدلين (بحسب تصنيف المركز) يمثلون أغلبية في جميع أنحاء العالم الإسلامي، إلا أنهم لم يطوروا شبكات مماثلة لتضخيم رسالتهم، وتوفير الحماية من العنف والإرهاب.

ويستخلص المؤلفون دروسًا من تجربة بناء شبكات الديمقراطية من طرف الولايات المتحدة والحلفاء في الحرب الباردة، ويحددون قابليتها للتطبيق على الوضع الحالي في العالم الإسلامي، وقيمون فعالية الولايات المتحدة لذلك الآن. (Rabasa et al., 2007)

ويحدد التقرير ملامح المسلمين المعتدلين وفق نظرة الأمن القومي الأمريكي، وهم الذين ينبغي دعمهم والتعاون معهم لإنشاء شبكات إسلامية معتدلة، وذكر الصوفية (غير الجهادية، وغير المناهضة للغرب، وغير المسيسة)، وما يعرف بـ (الدعاة الجدد) أمثال: معز مسعود؛ وهو شخصية تعرض تدين مائع، ويمثل لسان النظام السياسي العلماني في مصر، حيث يحرص على تشويه التدين التقليدي الذي يمثل غالبية الفرق والطوائف، وتشويه المتدين المسلم بنفس منهجية وسياق السينما المصرية الرسمية، ويسوق نفسه كبديل عن نموذج جديد ليبرالي عالمي الطرح. (البحيري، 2020)

وحدد التقرير شركاءه في محاربة (الإسلام الرايكي) المتطرف في بلاد المسلمين، وهم: المعتدلون، الليبراليون والعلمانيون، ممن يؤمنون بالقيم العالمية للمجتمعات الليبرالية الحديثة، وحاول ضبط معايير تصنيف المعتدلين الحقيقيين من المتظاهرين.

ونظرا لعدم وجود (حركة إسلامية ليبرالية)، فقط أفراد منعزلون؛ مما يستوجب بناء شبكات معتدلة وليبرالية في عملية استرداد الإسلام من الرايكيين، عبر التمويل والتحفيز والرعاية، والاستفادة من خبرة

الولايات المتحدة في رعاية الشبكات الديمقراطية أثناء الحرب الباردة، والمنظمات المناهضة للشيوعية. لإنشاء شبكات من المسلمين المعتدلين. (بينارد وآخرون، 2015، ص ص. 35-36)

والمسلمون المعتدلون - بحسب المركز - هم ممن يؤمنون بالأبعاد الأساسية للثقافة الديمقراطية؛ التي تشمل:

أولاً: الديمقراطية؛ وفق التقاليد الليبرالية الغربية، وكل حقوق الإنسان المعترف بها دولياً، سواء اعتقد المعتدلون أن الديمقراطية فلسفة سياسية غربية أو منهج إسلامي قرآني.

ثانياً: قبول مصادر تشريعية غير طائفية؛ برفض تطبيق الشريعة الإسلامية؛ لأنها لا تتسق مع الديمقراطية.

ثالثاً: احترام حقوق المرأة والأقليات الدينية؛ والمساواة بين المرأة والرجل في كل شيء، وتغيير تفسير الأحكام التفسيرية التمييزية في القرآن والسنة بناء على تغير الظروف. كالقوامة والميراث وغيرها.

رابعاً: معارضة الإرهاب والعنف غير المشروع.

ويمكن للولايات المتحدة العثور على ثلاث شركاء لمحاربة التطرف الإسلامي: العلمانيون، الليبراليون، والصوفية. (بينارد وآخرون، 2015، ص ص. 108-110)، ويحدد التصوف العامي الانعزالي عن قضايا المجتمع والسياسة، والتصوف التابع للأنظمة العلمانية، أما التصوف المتسيس أو المقاوم أو الجهادي أو الدعوي أو التعليمي؛ فلا يصنف ضمن المعتدلين، لأن "المقصود بالمسلمين الليبراليين في التقارير والتصورات الغربية؛ هم من يقبلون بالتخلص من المكونات الصلبة على مستوى المفاهيم الحداثية، وعلى مستوى التبعية وقابلية الهيمنة، ولكن عن قناعة؛ وليس بغرض البراجماتية والتدرج والمناورة." (سالم، 2014، ص 251)

هذا الخطاب الليبرالي يحظى بدعم إعلامي وسياسي كبير، لذا يمتلك أدوات عصرية في تنميق خطابه وجذب صانعي المحتوى، وتوفير التمويل، لكنه يعيش افتراضياً على عدد حسابات المستخدمين المشتركين التي تزيد من شعبيته الافتراضية ومن مداخله؛ مما شكل سوقاً تمويلية لدعاة لا علاقة لهم بعلوم الشريعة والدعوة الإسلامية، لكنهم يمتلكون آلات الخطابة والتأثير؛ مما روج لبرامجهم، لدرجة جذب منافسين للخوض في الدين من تخصصات عدة؛ كعلم النفس والاجتماع والتاريخ والفلسفة والحقوق والهندسة والميكانيك والتنمية البشرية، بحكم أن المحتوى الرائج الأكثر جذباً للمتابعين هو مناقشة القضايا الدينية الإسلامية بأطاريح ليبرالية.

فكان التنافس على حصة السوق من المشاهدات والمتابعات أكثر من التنافس على النقاش العلمي التخصصي أو الدعوي؛ لأن غرضهم جذب المتابعين لهم، عبر تقنية الصدمة المعرفية؛ التشكيك في المعلوم اليقيني، لا دعوتهم. وأسلوبهم في ذلك صناعة غرائب الفتاوى والمناقشات في المضائق والدقائق، وادعاء الانفراد في تفسير آيات، وإنكار المتواتر، وعرض شبهات قديمة على أنها من استنباطهم، وإطلاق عناوين حلقات بصياغة (صحافة الحدث) لاستفزاز المتابع وجذبه.

داعي (إسلام السوق) ينحو لتكريس النزعة الفردانية الليبرالية، ونشر العولمة الثقافية الأمريكية كنموذج معرفي (Paradigms) لقراءة الدين الإسلامي، وتخليق طرح عصري في الأخلاق الإسلامية والحقوق والواجبات والعقوبات والمعاملات والعبادات. وانطلق الغلاة منهم في المجاهرة بوجوب اعتراف المسلمين بأن الإسلام لا يحرم المثلية (اللواط) والجنسانية والزنا والتحول الجنسي وإسقاط الحدود وحرية الكفر، وحذف التصنيف العقائدي: مؤمن وكافر.

فمرحلة (ما بعد الإسلامية) 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 بدلاً من الوحدة.
- التاريخية؛ بدلاً من الكتاب المقدس الثابت.
- المستقبل؛ بدلاً من الماضي.
- دعم حركات شبابية رخوة؛ بمطالب عن الذات والكرامة والحقوق والديمقراطية، بدلاً من الحركات الجماهيرية ذات الإطار الأيديولوجي الثابت.
- التعبئة لأهداف طويلة الأجل. (هلال، 2017)

تحول (إسلام السوق) بسرعة من حضان القنوات الإعلامية الفضائية، إلى القنوات الإعلامية الرقمية؛ لأن المنصات الرقمية للتواصل الاجتماعية أكبر وأسرع انتشاراً مع الجيل الرقمي، وأرباحها أضخم، وخط حرية التحرير أكبر، والشرائح المستهدفة تصنف ضمن أجيال (ما بعد التلفزة)، و(ما بعد الحوسبة)، فهي الأقل مشاهدة للتلفزيون من الأجيال (Gen. Y; X)، وأقل من الجيل (Gen. Y) في الحاسوب والبريد الإلكتروني، وتصنف ضمن (جيل الجوال) الهاتف. لذا اكتسح الدعاة الجدد منصات التواصل الاجتماعي، حيث أصبحت رقمنة الدين (المنشورات الدينية) ضرورة لدى نموذج (الإسلام الليبرالي) في عصر رقمي.

4.2. ملامح إسلام السوق الرقمي :

يربط دعاة المدنية المادية (من المسلمين) الشعائر والشرائع بالحضارة المادية والحياة المدنية، فغاية الشعائر عندهم؛ تهذيب الأخلاق الاجتماعية، وغاية التشريع؛ سياسة مصالح العامة بعدل. وقد شاطرهم بعض المفكرين والدعاة؛ تقريباً منهم لمفاهيم الإسلام للنخب الثقافية التخريبية، ومحاكاة منهم بفاعلية الإسلام الحضارية. دون الانتباه للوازم هذا الطرح المادي المدني، بأنه استغناء عن الشعائر والتشريع حال تحقيق الغاية بغيرهما، وتهوين للتقوى ولتعظيم شعائر الله تعالى، وهو ما جاهر به غلاة المادية المدنية؛ بمقارنة مجتمعاتهم ودولة المسلمة بالدول العلمانية الحديثة ومجتمعاتها الملحدة أو اللادينية. فقد حُفقت العدالة والأخلاق الاجتماعية، وبذلك حُصلت مقاصد الإسلام دون أن تسلم أو تسلك وسائله.

وبهذا الطرح تتراجع المأمورات والمناهي الإلهية، لأنها اختزلت في الأخلاق الاجتماعية والمكاسب المادية، وهو دليل - بحسب المادية المدنية - على أن منهج العلماء والفقهاء القدامى؛ من أسباب التخلف

الحضاري المادي والفكري، بإغراق الناس في تفاصيل علوم الوحي.

فالكافر المهذب في سلوكه الاجتماعي، أفضل من العابد المشين في سلوكه الاجتماعي؛ لأن الكافر حقق المقصد، والعابد حقق الوسيلة، والمقصد مقدم. (بحسبهم)، وهذا تحريف لمقاصد الشريعة والحكم من الشعائر، وتجاوز للمعلوم من الدين بالضرورة، سببه الانتقال لدين اجتماعي مبني على القواعد الاجتماعية العامة؛ برؤية عالمية وعولمة ثقافية، فيكون الحلال ما أقرته المنظومة العالمية بأنه حق إنساني أو يسمح به القانون، والحرام ما ترده المنظومة الاجتماعية العالمية بأنه ضد حقوق الإنسان ويعاقب عليه القانون، والمجتمع العالمي، أي القوى العظمى؛ هي الإله المشرع الملزم والمراقب والمعاقب والمكافئ.

وبهذا يكون تفسير الدعاة الجدد (للإسلام الليبرالي) ينحون إلى التفسير المادي المدني لمقاصد الشريعة، فالصيام حمية صحية، والزكاة تكافل اجتماعي، والجهاد دفاع عن الوطن، وهكذا. (السكران، 2014، ص ص 198-200).

تأسس ظاهرة (إسلام السوق) وفق الثقافة الاستهلاكية الأمريكية لجملة خصائص؛ هي:

1.4.2. نزع القداسة عن الإطار التنظيمي :

تفكك الأطر التنظيمية الكلية (للحركات الإسلامية)، مع الانفتاح على الهياكل والأطر المرجعية الأخرى خارج الهياكل التنظيمية الإسلامية (هايني، 2015، ص ص 47-48)، وتشكل تجمعات رقمية افتراضية بأطر وهياكل جديدة يمثلها هؤلاء الدعاة الجدد، الذين يقدمون أنفسهم كأحرار تنظيميا بلا انتماء جماعي، ومتحررين فكريا، فهم غير تابعين لأي فرقة أو طائفة أو حزب أو حركة إسلامية، وليس لهم انتماء يحصر رؤاهم في عصرنة (الفكر الإسلامي)، وليس لهم أي عضوية بالمؤسسات الدينية الرسمية؛ فلا إلى هؤلاء ولا هؤلاء، فلا هم مع نظام الدولة الرسمي، ولا مع المعارضة السياسية الإسلامية، ولا مع الفرق الدعوية الإسلامية الأخرى.

لأجل ذلك يسوق أولئك الدعاة حيادية أطاريحهم الفكرية لشباب الجيل الرقمي، ويجذبونهم نحو تلافى الانتماءات القديمة، وتشكيل تكتلات عصرية بفكر عالمي؛ أي بناء شبكة عالمية (إسلامية).

2.4.2. الوسيط الثقافي :

الجيل الرقمي هو وسيط ثقافي يستورد القيم الثقافية والاجتماعية وحتى الدينية الغربية، ويزاوجها مع نمط الثقافة الإسلامية؛ لينتج نظامًا معرفيًا متسقًا مع قناعاته ونفسياته ومنهج تفكيره، ولا يهتم بالمشروع الحضاري الكلي للجيل السابق. (هايني، 2015، ص ص 53-55)

ذلك أن الجيل الرقمي يؤمن بفكرة عالمية الثقافة والنموذج المعرفي، ثم يبحث لها مسوغات في دينه، فتجد حملات دعاء (إسلام السوق) وأتباعهم شرسة على ما يسمونه (التراث)، ومتعاظمة على العلماء والفقهاء وطلبة العلوم الشرعية تحت شعار التجديد، ونبذ سلفية المرجعية ومحاربة احتكار الحقيقة لأهل التخصص.

ونجدهم ينقلون الصورة السلبية لبعض المتدينين من علماء أو أتباع أو عوام؛ عبر تعميم الأحكام على جميع الطوائف والفرق والأطراف، وربطهم دائما بالتشدد والعنف والانعزال عن العالم العصري، سعيًا منهم لخلق صورة نمطية ذهنية منفرة في عقول أتباعهم ومتابعيهم.

3.4.2. تغيير محتوى مفاهيم الخطابات النضالية والدعوية:

يمثل (النشيد الإسلامي) أحد الأساليب في نشر الرسائل الدعوية والنضالية والوعظية لدى الجيل التقليدي لدعاة كثير من الفرق والطوائف والحركات الإسلامية، لكن موسيقيون إسلاميون انطلقوا في مرحلة تجديد التراث الإنشادي لديهم؛ نحو غناء ديني، بمحتوى ترفيهي أكثر، وكلمات ومفاهيم وإيقاع مقارب أو مطابق لما في موسيقى التوعية عن البيئة والحرية والمساواة والعدالة والمحبة الإنسانية.. إلخ. (هايني، 2015، ص ص. 61-63)

حيث بلغوا مرحلة تصنيفهم كمغنين، وتجاوزوا مرحلة سرقة الألحان الغنائية الرائجة؛ إلى ابتكار ألحان غنائية منافسة بكلمات ترفيهية أو عاطفية أكثر منها وعظية دعوية أو حماسية، أو تعليمية تربوية، مع تنظيم المهرجانات الغنائية. في سياق تطوري مستنسخ عن الوعظ الكنسي لدى نصارى السود في أمريكا. وهو ما خلق منافسة حادة - كرد فعل - بتقديم مطربين لأغاني دينية؛ لأن شركاتهم رأَت شريحة سوقية ذات أسهم مالية كبيرة؛ فسعت لاكتسابها في المواسم الدينية (رمضان، الأعياد، الموالد).

وأصبح للأناشيد بعد أن تضخم سوقها وعوائدها المالية، شركات متخصصة، غيرت المحتوى الدعوي والفكري الرسالي إلى محتوى ترفيهي؛ لتوسع من سوقها الاستهلاكية، ولتصل لشرائح أكبر من المستمعين، وتنافس المطربين في سوقهم.

5.4.2. استهلاكية الحشمة الإسلامية:

يتعرض نمط اللباس الإسلامي للتغير، وسيدخل نمط الحجاب واللباس في صراع مع رفض موضحة الأزياء، في تكريس (الموضحة الإسلامية)، ترافقا مع ظهور (برجوازية إسلامية) تؤسس لفضاء إعلامي رقمي إسلامي، يؤدي إلى إحداث تغيرات في الأذواق الشخصية.

في هذا السياق بين العولمة وإعادة (الأسلمة)؛ يؤدي الحجاب إلى ظهور روح توفيقية بين مسألة التأكيد على الهوية، وديناميكيات الرغبة في الانفتاح الثقافي. (هايني، 2015، ص ص. 69-72)

وهو ما يشاهد من انتشار ما يعرف (بغطاء الرأس) على أنه: حجاب شرعي، وصاحبه محجبة مستورة، وهو مفهوم قاده (عمرو خالد)؛ بمنطق الخطوة الأولى في الاستقامة؛ ثم أهمل باقي الخطوات، مما أدى لإقصاء المفهوم الأصلي الشرعي، فظهر (غطاء الرأس) بديلا لمفهوم الحجاب الشرعي؛ مع ملابس فاضحة مجسدة مجسمة، ومكياج فاضح، وانتشر بشكل واسع جدا في العالم الإسلامي؛ لأنه ناسب الجمع بين النقيضين، التحجب من الرأس والتبرج لما دونه، وهو يكفي المرأة مؤونة مصاريف ووقت تصفيف الشعر.

ثم حدث تطور للحجاب في تصاميمه وألوانه بما يناسب الحجاب الشرعي فقهيًا، بشكل جذب إليه

شريحة كبيرة من الجيل الرقمي؛ الذي يجذب بشدة للتنوع الثقافي والتغيير.

لكن هنا تصارع بين التغيير والمحافظة على الأصل الشرعي، والبحث عما لا يخالف الشريعة، وبذلك ظهرت أزياء معاصرة مطورة للشباب والبنات. وسادت التنافسية؛ الشركات التركية والسورية والمصرية للمحافظة على شروط الحجاب الشرعي في تفاصيله مع إدخال تعديلات على تصاميمه. ومثلها ملابس الشباب؛ ظهرت موضة اللباس الباكستاني والمغربي والتونسي والجزائري مع تعديلات معاصرة وتصاميم جذابة للجيل الرقمي.

ثم اقتحمت شركات الموضة القطاع، للحصول على حصة سوقية لدى الشريحة المتدنية، وتسويق تصاميم الزي التقليدي أو ما يمثل المتدينين بتطبيقات معاصرة؛ فظهر السروال القصير فوق الكعبين كموضة لباس معاصرة للجيل الرقمي، وظهر السروال الواسع جدا، والعمامة والطاقيّة بعلامات تجارية مع جودة في القماش والتصميم للتفاصيل والألوان، وظهرت أقمصه وكوفيات وشماع وملابس تقليدية باكستانية وإندونيسية وماليزية ومغربية بعلامات تجارية عالمية، مع دعاية مكثفة في سوق التجارة الإلكترونية، وعلى المواقع والمنصات الرقمية.

6.4.2. زمن الدعوة العصرية:

ظهر ما اشتهر بـ (دعاة إسلاميون جدد)، يجمعون زخماً اجتماعياً حول مفهوم يسوقونه على أنه (إسلام مرح تنافسي)، يؤكد حالة الرفاهية التي دخلت نمط الحياة الإسلامية، كتدين جديد متنصل من السياسة والنشاط الدعوي التعليمي، ارتبط بشخصين هما: عبد الله جمنستيار في جنوب آسيا، وعمرو خالد في العالم العربي؛ بخطاب ناعم، مستخدمين أساليب المبشرين الإنجيليين الأميركيين، وتقنيات البرامج الحوارية المتلفز (Talk show)، في مقاربة تسويقية للدعوة.

والتركيز على العاطفة والتأمل والسعي لتحقيق السعادة الفردية، في سبيل تحويل الإسلام إلى دين تعاقدية؛ يفك الارتباط بين قضايا الهوية والسياسة والمجتمع، ويؤسس لنمط جديد من الفرد، وإلغاء للوعي الجمعي لحساب تحول ذاتي للفرد. (هايني، 2015، ص ص. 75-78)

فالخطاب الديني الإعلامي الفضائي أو الرقمي؛ خاضع لمنطق القنوات الفضائية أو الرقمية، وهو زيادة مساحة السوق الإعلانية؛ عبر زيادة المتابعين، مما يضطره لسحب القضايا الخلافية أكثر فأكثر؛ لضم أتباع أكثر، بصناعة محتوى يلبي تطلعاتهم وتوقعاتهم ومفاهيمهم الدينية العامة، والابتعاد عن التعمق والتأصيل وبيان الحلال والحرام، والواجب والسنة مما يقل دراية العامة به خاصة الشباب، بل النظر لاهتماماتهم الثقافية والمعيشية، ثم كسوتها برداء الشرعية وتوجيه دلالات العموم في غير سياقها، أو الانتقائية في الاستدلال وأوجه الدلالة.

تجهز (عمرو خالد) لإطلاق خط إنتاج سريع لدعاة على شاكلته مثل معز مسعود والحسيني وغيرهم، بالتعاون مع شباب من الإخوان المسلمين، ثم بالتعاون مع شركات دعاية وتسويق، لكن سرعان ما انهارت

مملكة (عمرو خالد) مع إعلانات الدجاج، وتناقضاته وأراجيفه وتلاعبه، حين ولج للسياسة أيام إسقاط الرئيس حسني مبارك؛ زاعما قيادته للجماهير، ثم تأسيسه لحزب سياسي؛ دون أي خلفية سياسية لا علمية ولا عملية، كما أصبح داعية دون أي خلفية علمية شرعية، لينسحب فجأة بعد صعود الرئيس عبد الفتاح السيسي، وينطلق في حملة تهجم وبراءة من الإخوان المسلمين الذين صنعوه وربوه، وكتبوا وألفوا كل محاضراته ودروسه؛ مما أحدث صدمة لأتباعه، ومثل حالة للدراسة عن نموذج (إسلام السوق)، فكان أنموذج براغماتي رقمي، خاضع لاستراتيجية مسيطرة الموجة وتجميع المتابعين والأتباع، حتى لو اضطرت للمشاركة في فواصل إعلانية للدجاج أو الزيت أو غيرها.

ومثله تلامذته: معز مسعود ومصطفى الحسيني؛ اللذان سوقا (لإسلام ليبرالي) متصالح مع كل الديانات، يصنع فردا اقتصاديا، غايته تحسين وضعه الاستهلاكي؛ مسلم بعقلية غربية علمانية، المنكر لديه هو المنكر الاجتماعي لا الديني؛ أي صناعة نموذج الإنسان المسلم الاستهلاكي الخاضع للسوق وللعلامة الثقافية.

5.2. الإسلام الرقمي (Digital Islam):

"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.

وهكذا أصبحت وجهات النظر 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." (نومار، 2019، ص 365)

لقد أصبح محرك البحث مفتيا عالميا، ولم تعد علوم الشريعة تؤخذ فقط من الجامعات والمدارس والمساجد والمشايخ؛ فقد تراجع دورهم لدى الجيل الرقمي، باكتساح التقنية الرقمية لمجال الفتوى والتعليم؛ لأن العلاقة بين المسلم من الجيل الرقمي والويب؛ علاقة مباشرة بثقة جد عالية، أقصت العلاقة التقليدية بين المتعلم والمعلم، وبين المؤسسة الدينية والمنخرطين، وأنهت الرقابة والمتابعة وضمان الجودة والأهلية، ليخلق (دين الفوضى)، عبر تسلق من لا تكوين لديه لكراسي الفتوى، بمنطق أحلاس المقاهي بلا مكنة ولا آلة.

إن عولمة فهم علوم الشريعة، على أنها سهلة المنال، والخوض فيها لأي كان - كما يصرح الكثير من الحدائين والعلمانيين والتنويريين الجدد، ومتسلقو مشروع تجديد الخطاب الديني - هو سعي لإقصاء علوم القرآن وعلوم السنة والفقه وأصوله، والحط من جهود كل العلماء؛ تحت ذريعة نقد التراث البشري، وانتهاء صلاحية التراث الزمانية، والاكتفاء بالقرآن كمصدر لاستنباطات معاصرة؛ لعقلنة علوم الشريعة.

هذا الطرح يمكن لفكرهم المبسط لعلوم الشريعة - وفق نظرية التسويق الدعائية - من الانتشار بسرعة، والتغلغل في صفوف الجيل الرقمي، الذي يمتاز بفقدان الحصانة العلمية والفكرية، حيث تدفعهم الثقافة الرقمية نحن استهلاك متوجات السوق الدينية الرقمية دون احتياطات علمية، ولا تكوين في الغالب؛ لأنها سريعة الاستهلاك، وتناسب الرغبات والأمزجة والأذواق والمستويات الثقافية والتعليمية.

فالمرغوب فيه من قبل المواطن الرقمي - باعتباره الشخص الذي تتحدد هويته بفعل قدراته في التعامل مع التقنيات الرقمية - هو تحصيل المعلومة بسرعة واختصار، دون عناء بحث وقراءة وتحليل ومقارنة واستنباط، بثقافة الأظعمة والألبسة الجاهزة وفق الرغبات والأذواق.

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

"في تقرير صادر عام 2011، بتكليف من الهيئة البريطانية للأطفال (كيدسكايب) تقييم أنشطة الأترنت لأكثر من ألف طفل بين الحادية عشرة والثامنة عشرة، ذكر التقرير أن أكثر من نصف الأطفال الذين سئلوا يتصرفون على الأترنت 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." (حكان، 2019)

يكون استقبال المحتوى من المواطن الرقمي من الجيلين (Z. Alpha) حال توغله في الإدمان أو الاقتراب منه؛ خاضعا لسيطرة عامل الجذب، لإعادة تكوين الخريطة العقلية، والانتقال من مرحلة تتبع الرغبات والميولات والمستوى الفكري، لمرحلة الجذب التواصلية، ثم مرحلة التوجيه التواصلية الرقمي.

ومهما تدنت قيمة المحتوى، وبعدت عن اهتماماتهم؛ تكفيهم فكرة أن المجتمع الافتراضي 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. (عبد اللطيف، 2019)؛ لأن الوسم المرتفع من حيث التفاعل والتعليقات والمشاهدات سيتصدر تلقائيا بسبب الخوارزميات؛ كل المنصات ومحركات البحث، وسيشكل عامل جذب لكل مستخدم رقمي، وهو عامل تأثير جد فعال على عقلية ونفسية المواطن الرقمي من الأجيال (Y. Z. Alpha).

نجد في (الإسلام الرقمي) نموذجا من الدعاة الجدد؛ كعمرو خالد استفاد كثير من المواطن الرقمي في زيادة مساحة سوقه الجماهيرية على تويتر لتصل إلى 25 مليون مشترك، ثم انخفضت إلى 11 مليون و46 ألف متابع عام 2010، ثم ل 11.1 مليون عام 2022 (<https://twitter.com/amrkhaled>). وعلى فيسبوك تصل 31 مليون متابع عام 2022 (<https://www.facebook.com/AmrKhaled>). و1.42 مليون على اليوتيوب (<https://www.youtube.com/user/AmrKhaled>).

مما يمثل قاعدة بيانات إخبارية تسويقية تجارية كبيرة، تعد تمثيلاً حياً لظاهرة (إسلام السوق)، ليتحول من الدعوة الإسلامية إلى الدعوة الدعائية، وتسويق النموذج الدعوي الأمريكي، بنفس التقنيات والمحتوى والأسلوب، بل والشركات الدعائية والإنتاجية، لصناعة المسلم الإنساني الليبرالي العالمي، عبر دروس التنمية البشرية والتسويق والأخلاق الحضارية، لكن بلبوس ومفردات إسلامية تتبعها قصص وبعض الأحاديث أو الآيات، مع حمولة مفاهيم علمانية غريبة.

فقدّم عمرو خالد محاضرات دشن فيها (للمصايف الإسلامية) و(الحب الإسلامي) و(الغناء الإسلامي). ثم انساق لنفس المنطق التجاري الدعائي، للترويج لمنتجات الدجاج والزيت.. إلخ.

وخلق عامل جديد في الجذب الرقمي، وهو تخصيص الدعاء منه فقط لمتابعيه على المباشر، ومحركاته لأسلوب المراهقين على منصات التواصل الاجتماعي بيئه المباشر لنشاطاته وتنقلاته اليومية؛ مما أوقعه في مصيدة (فخ الجمهور) وفتنة الأتباع، والسعي لتوسيع أكبر لقاعدة متابعيه ومموليه من الشركات، فكان كلما خرج بكلام شاذ نشاز، لا يلتفت قط لردود العلماء أو الدعاة، لكن يسارع للتبرير والاعتذار إن لزم؛ حال تلقيه انتقادات من متابعيه، رغم أن قاعدته التي تتابعه غالبيتها من الفتيات المراهقات.

في قضية مقاطعة الدنمارك بعد الرسوم المسيئة للرسول عليه الصلاة والسلام، بعد الضجة التي قامت عليه، علل مخالفته للعلماء بالسفر لمؤتمر كوبنهاجن أن سبعين ألف شاب من متابعيه طلبوا منه الذهاب؛ وهنا قدم نموذج دعاة الجماهير، فهو خاضع لإعجاب وموافقة متابعيه من الشباب، خاضع لسُلطان المخاطبين؛ حيث يعجزه ضعف تكوينه المعرفي عن الدفاع التأصيلي للشعائر والشرائع أمام الإعلام والتيارات المادية والمدنية والعلمانية والحدائية، فيسعى ليقارب ويتقرب، تحت شعار التأليف والتقريب التي تسوق الكثير من المفاهيم للتميع بل والتحريف أحياناً؛ لأن أهواء المخاطبين فتنة، والرغبة في الاستحواذ على رضاهم تلوين للنية. (السكران، 2014، ص ص. 278-282)

كل هذا تسبب في انهيار مملكة عمرو خالد الإعلامية والافتراضية؛ فقاطعت القنوات الإعلامية، ونسبة التفاعل معه على منصات التواصل انهارت؛ لتتدنى إلى: 500 حتى 35 إعجاب في تويتر، وعلى فيسبوك التفاعل من 10 إلى 2000، ومثله على يوتيوب حيث تصل المشاهدات لبضع عشرات.

صنف عمرو خالد نفسه كداعية (Social Media). وتصدّر قائمة (أعلى الدعاة) دخلاً بتحقيقه صافي دخل: (2.5 مليون دولار) في 2007. ثم تهاوت شعبيته بين جماهير الجيلين (Y.Z)؛ لأن وسائل التواصل الاجتماعي تمكن من التخزين والاسترجاع بسرعة فائقة، وأي زلة تنتشر بسرعة أكبر، وهو ما حطم صورة الداعية الإسلامية، وكشف صورة الداعية الليبرالي بمنطق (سوق الدين).

فهو يتعامل مع الدعوة كمنتج ديني معروض للبيع، وفق النموذج الرأسمالي الليبرالي، الخاضع للعرض والطلب والمنافسة، وابتكار المحتوى الأكثر جذباً وتنافسية وإبهاراً، بغض النظر عن قيمته الدينية ولا مصداقيته الشرعية؛ فالنجاح الدعوي لديه يقاس بارتفاع عدد المتابعين.

هذه البيئة الافتراضية تعرف بـ: (حرائق الغابات الرقمية)، بلا تسلسل خطي واضح، فيمكن الوصول للحقائق بشكل عشوائي، وكل شيء قابل للعكس. وتبلغ الفجوة بين المحفز والاستجابة حدها الأدنى، بالإضافة للمشتتات الحسية؛ فقد أوجدت منصات التواصل الاجتماعي أنماطاً جديدة من الأتباع الرقميين الافتراضيين، وأعدت تعريف الملهم وطريقة الإلهام، وفضاء الافتراضي المنقطع السردية، من خلال تقديم خطاب على شكل مقولات مقتطعة، أو فيديوهات قصيرة مؤثرة. وهذا مؤشر على تغير المفاهيم التقليدية للدعاة والأتباع. (البكري، 2017)

3. تأثيرات التدوين الرقمي

1.3. العولمة الثقافية الرقمية:

تعد العولمة الثقافية أخطر ما أفرز الغزو الثقافي الغربي؛ فهي تهدد الهوية القومية والدينية والاجتماعية، وتفكك نسيج العقائد والتقاليد والأعراف.

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؛ فأصبحت العواطف بضاعة معروضة للبيع. (حمدي، 2020) ويتنشر بين دعاة (ما بعد الإسلاموية) التهوين من ثقافة الخلية والتعارف والاختلاط لغرض الزواج.

تدفع العولمة الثقافية الرقمية الجيل الرقمي نحو فكر عدمي يفقده الثقة في بلوغ اليقين الديني؛ مما يركب لديه فلسفة سفسطائية، تدفعه نحو اللادرية أو العندية أو العدمية، فيصبح بلا هوية دينية، بعد تخلصه من جميع الروابط التربوية والمجتمعية؛ لينتقل إلى إلحاد صدامي هجومي، يبالغ في السخرية واحتقار الدين والمتدين، ويسعى لفرض نفسه ثوريا بالصدام المسلح. (دعدوش، 2018)؛ لأن الموجة المعاصرة للإلحاد تهدم ولا تبني، بالتشكيك في مسلمات العقيدة والمنظومة الأخلاقية دون بناء منظومة بديلة، وهذا من أسباب تزايد الإلحاد وانهيار الهوية الدينية في الجيل الرقمي.

2.3. الفتوى الرقمية:

أدى انفراط عقد الفتوى للدخول في فوضى الفتاوى على الويب، وانتشار صفحات ومواقع وقنوات لباحثين لا يملكون تأصيلاً في العلوم الشرعية ولا علوم الآلة ولا العلوم الخادمة، ينافحون عن رؤاهم الدينية التجديدية بزعمهم، ويحرقون 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 حدائثي تنويري، وبلغ الحد للمناداة (ببروتستية إسلامية)؛ بأن يفهم كل مسلم القرآن بالقدر الذي يناسبه. وقد حاول سابقا التيار اليساري العلماني العربي إسقاط المرجعية الدينية للعلماء، تحت ذريعة حرية منهج القراءة؛ فأفرز في المقابل انتشار فتاوى شباب يخوض في مسائل دقيقة، وينشر أفكارا تكفيرية، ويسارع للتبديع والحرب

الكلامية مع الفرق والطوائف الإسلامية تحت ذريعة الدعوة والردود. والخطر الآن أكبر مع جيل رقمي، لن يرهق نفسه في البحث عن مظان المسائل داخل أمهات المصنفات؛ لأن "عالم الشبكة المفتوحة اليوم أتاح القدرة لجميع الأفراد للوصول إلى المعلومة والتحقق منها، فلم يغد ثمة ضرورة لوجود رجل الدين وعالم الدين، كما في السابق، باعتبار أن 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، إنما يتمركز التدين حول الفرد، مؤكداً انتفاء الحاجة اليوم لوجود وزارة أوقاف ومؤسسات مخصصة لتنظيم المجال الديني وإدارته". (بشير، 2018)

أدى التكوين الذاتي الديني عبر الإنترنت لانتشار التعالم والتحاق بين الجيل الرقمي، والتجروء على الفتوى، والمسارة لإقصاء المخالف بتمر ديني، والسخرية من التوجهات العقدية والدينية، وربط المظاهر الدينية بما يحط من قيمة المتدين، وهو ما يدفع الجيل الرقمي غير المتكون دينياً لحالات التضايق والقلق ثم الاكتئاب، ثم الاغتراب الديني الذي يصحبه فراغ روحي، قد يشده نحو الانتحار أو الإلحاد.

4. خاتمة

تجلى من خلال الدراسة النقدية لآثار الدين الرقمي على الجيل الرقمي عبر هاته الورقة فيما يأتي:

1. إضعاف التدين الرقمي للولاء الديني؛ لفقدان المرجعية الدينية التربوية المباشرة.
2. تسويق مشاهير الدعاة الجدد لتدين بفلسفة الإنسانية والحدثة.
3. إضعاف رعاة (التدين الرقمي) لوعي الأتباع بضرورة المرجعية العلمية المتخصصة.
4. نشر التدين الرقمي لثقافة الدين كبديل للعلوم الشرعية، ومحاقق لأهل الاختصاص.
5. غلبة فلسفة مركزية الإنسان، المتجهة نحو التبعية الفكرية والاستهلاكية الليبرالية.
6. تغير النموذج القدوة لدى الجيل الرقمي، فالمشاهير والأعلام عنده هم الأقوى عبر منصات التواصل الاجتماعي من حيث جمع المشتركين وحصد الإعجاب، دون التركيز على المحتوى.
7. الانعزال عن الهوية الدينية للمجتمع الأصلي؛ لأن الجيل الرقمي يعيش في مجتمعه الافتراضي.
8. التدين الرقمي سيذيب الأعراف ويميع العقائد، وهذا نذير خطر على المجتمعات الضعيفة من حيث التعليم، والتربية والتوعية الاجتماعية والدينية.

ولأجل معالجة الآثار السلبية للتدين الرقمي نقدم هذه التوصيات:

1. تنمية قدرات المعلم والأستاذ والمربي والشيخ والداعية لتكليف أفكاره ومعارفه وعلومه مع نماذج عرض رقمية تساهم في جذب شباب الجيل الرقمي.
2. الإبداع في إخراج المحتوى الديني، والاستفادة من الشخصيات ذات القبول في الإلقاء، كما نانس دعاة ومربون وأساتذة بولوج المنصات الرقمية وحققوا نجاحات باهرة بتطوير مناهجهم، وتلقينهم للمعارف بما يناسب الجيل المعاصر.

5. قائمة المراجع:

- أحمد غندور. (2018). إله الدولة الملحدة https://www.youtube.com/watch?v=7fP3r2e_8CM
- البحيري، أ. (2019، سبتمبر). الدعاة الجدد.. والإسلام منزوع الدسم. <https://www.youtube.com/watch?v=EbiSLdbdEjU>
- البحيري، أ. (2014، أغسطس 11). شقالباطات الشيطان. <https://www.youtube.com/watch?v=6FduOzrZLGY>
- البقري، ز. (2017). التدين الرقمي: لماذا ثار رواد الفيسبوك على عمرو خالد؟ [موقع عربي فكري]. <https://www.ida2at.com/why-did-facebook-users-revolt-against-amr-khaled/>
- بينارد، ش.، راباسا، أ.، شوارتز، ل.، وسكيل، ب. (2015). بناء شبكات الاعتدال الإسلامي (إ. عوض، ترجمة؛ 1 ط). تنوير للنشر والإعلام.
- الديالمي، ع. ا. (2019، سبتمبر). الإسلام الرقمي، مصدر تيه أخلاقي. مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث <https://www.mominoun.com/articles>
- بشير، خ. (2018). خطاب التجديد الديني: فراق الأذهان والأزمان. تجديد الخطاب الديني: هل فقد رجل الدين دوره في العصر الرقمي؟ <https://hafryat.com/ar/blog/>
- حكان، ي. (2019). كيف تؤثر تقنيات التكنولوجيا الحديثة على عقولنا؟ [مدونات]. الجزيرة نت <https://www.aljazeera.net/blogs/2019/4/14/>
- حمدي، ي. (2020). أسواق رقمية رائجة تبيع الحب كالمعلبات الجاهزة تطبيقات إلكترونية تمد أواصر الصلة بين الباحثين عن شريك الحياة [إخباري]. صحيفة العرب.
- دعدوش، أ. (2018). موجة الإلحاد.. من يدق ناقوس الخطر؟ [موقع إخباري]. شبكة الجزيرة الإعلامية <https://www.aljazeera.net/news/reportsandinterviews/2018/10/13/>
- الداعية الإسلامي معز مسعود يتصدر غوغل بعد صور زواجه من الفنانة حلا شيحة. (2021، فبراير 9). سي إن إن بالعربية. <https://arabic.cnn.com/entertainment/article/2021/02/09/moez-masoud-marriage-hala-shiha-google-trend>
- عبد اللطيف، ن. (2019). سلوكنا على منصات التواصل انعكاس لواقع علاقاتنا الاجتماعية [مدونات]. الجزيرة نت <https://www.aljazeera.net/blogs/2019/6/1/>
- غانم، ع. (2020). السوق الديني والصراع على استملاك خيرات الخلاص: "رؤى نظرية" مؤسسة للدراسات والأبحاث. مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث <https://www.mominoun.com/articles/>
- الرفاعي، م. (2021). رحلة اضطهاد الإيغور في الصين <https://www.alaraby.co.uk/>; <https://www.alaraby.co.uk/opinion/>
- السكران، إ. (2014). مآلات الخطاب المدني (1 ط). مركز تفكير للبحوث والدراسات.
- سالم، أ. (2014). صورة الإسلاميين على الشاشة (1 ط). مركز نماء للبحوث والدراسات.
- لوفتون، ك. (2015). الدين والثقافة الرقمية: الديجيتال كمكان للاختباء (ع. خيرى، ترجمة) [Qira2atProject]. The Immanent Frame. <https://qira2at.com/2015/08/11/>
- نصر، ر. (2019). التدين الرقمي ومشخة التقنية! [مدونات]. الجزيرة نت <https://www.aljazeera.net/blogs/2019/7/16/>

- نومار، م. ن. (2019). التدين الرقمي وبناء المرأة الجزائرية لهويتها الافتراضية دراسة تحليلية لرموز الالتزام الديني الافتراضي في فيسبوك. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 20(2)، 363-382.
- هايني، ب. (2015). إسلام السوق (ع. سلطاني، ترجمة). مدارات للأبحاث والنشر.
- هلال، إ. (2017). الإسلاميون الجدد.. إسلام السوق، النشأة والتجليات [إخباري]. شبكة الجزيرة الإعلامية. <https://www.aljazeera.net/midan/intellect/sociology/2017/3/8/>
- معز مسعود يتحدث عن فيلم أميرة الذي يشارك في إنتاجه. YouTube—(د.ت). استرجع في 11 يناير، 2022 من <https://www.youtube.com/watch?v=-IG2aDohfFA>
- معز مسعود. (2015، نوفمبر 17). شبه الدين وخطوات الشيطان. #ParisAttacks. https://www.youtube.com/watch?v=ucD7KZ_cJmk ، Moez Masoud Official Channel

- Al-Rawi, A. (2016). Facebook as a virtual mosque: The online protest against Innocence of Muslims. *Culture and Religion*, 17(1), 19–34. <https://doi.org/10.1080/14755610.2016.1159591>
- CAMPBELL, C. (2016, April 25). Xi Jinping Puts New Emphasis on 'Marxist Atheism'. *Time*. <https://time.com/4306179/china-religion-freedom-xi-jinping-muslim-christian-xinjiang-buddhist-tibet/>
- Campbell, H. A. (2013). Religion and the Internet: A microcosm for studying Internet trends and implications. *New Media & Society*, 15(5), 680–694. <https://doi.org/10.1177/1461444812462848>
- Campbell, A. (2017). Religious communication and technology. *Annals of the International Communication Association*, 41(3–4), 228–234. <https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1374200>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5–17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Campbell, H. A. (2012). Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1), 64–93. <https://doi.org/10.1093/jaarel/lfr074>
- Dawson, L. L., & Cowan, D. E. (2013). *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. Routledge.
- Kluver, R., & Cheong, P. H. (2007). Technological Modernization, the Internet, and Religion in Singapore. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1122–1142. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00366.x>
- Nast, C. (n.d.). Big data meets Big Brother as China moves to rate its citizens. *Wired UK*. Retrieved 14 January 2022, from <https://www.wired.co.uk/article/chinese-government-social-credit-score-privacy-invasion>
- China 'social credit': Beijing sets up huge system. (2015, October 26). *BBC News*. <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-34592186>
- Rabasa, A., Benard, C., Schwartz, L., & Sickle, P. (2007). Building Moderate Muslim Networks. RAND Corporation. <https://doi.org/10.7249/MG574>
- Gallup International. (2015, June 8). Losing Our Religion? Two Thirds of People Still Claim to Be Religious [CENTER FOR PUBLIC AND POLITICAL STUDIES]. Gallup International Association. <https://www.gallup-international.bg/en/33531/losing-our-religion-two-thirds-of-people-still-claim-to-be-religious/>

- Wakefield, J. (2021, May 25). AI emotion-detection software tested on Uyghurs. BBC News. <https://www.bbc.com/news/technology-57101248>
- Jacobs, J. (2021, December 16). U.S. Steps Up Action Against China Over Surveillance of Uyghur Muslims—Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-12-16/u-s-targets-chinese-surveillance-of-uyghur-minorities>