

ملف العدد

# بأبحاث . . . وقضايا المرأة في المجتمع والثقافة



## الإعلام الديني: المفهوم ... النشأة

أ/ حنان شعبان  
جامعة الجزائر

### توطئة :

إنّ العصر الذي نعيش فيه هو عصر الإعلام بشتى أنواعه، وذلك من خلال الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاتصال الحديثة من شبكة الانترنت والقنوات الفضائية بعددها وتعدادها، فهذه الأخيرة تسعى للدعاية لنفسها وبت أفكارها وحجمها وترويج خطابها<sup>1</sup>، لذلك نجد في وقتنا الراهن أنّ الخطاب الإعلامي لهذه القنوات يلعب دورا هاما في المجتمع لما يحمله من رسائل قد تكون إيجابية أو سلبية، ولمواجهة هذا الزحف الهائل من الوسائل والرسائل الاتصالية في مجتمعاتنا العربية لابد من السعي إلى نشر الرسالة التي تخدم تعاليم الدين الإسلامي، إذ يعتبر الإعلام الديني خير ضمان في هذا السبيل لأنه يقوم أساسا على الأخلاق وهذا هو الأساس الذي يجب أن يقوم عليه الإعلام في عالمنا الإسلامي<sup>2</sup>، وبالتالي لابد أن تتزايد الحاجة إليه لأنه يساعد على حماية الحياة الخاصة للأفراد، كما قد يُوقف التهديد الذي تمثله العولمة للذاتية الثقافية للأمم والشعوب الإسلامية، فالإعلام الديني كأسلوب عمل وكنظام يعكس التميّز الحقيقي لمجتمعاتنا الإسلامية في هذا العصر الشائك<sup>3</sup>.

وانطلاقا من هذا المنظور، فإنّ المسلمين جميعا حكومات ومؤسسات وأفراد يتحمّلون مسؤولية إبلاغ ديننا الإسلامي، وتتضاعف هذه المسؤولية الآن بعدما حملت لنا الاكتشافات الحديثة معطيات تقنية ووسائل

1 - محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ، النظرية، التطبيق، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 13.

2 - محمد فريد محمود عزت، بحوث في الإعلام الإسلامي: توجيهات إسلامية، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع والطباعة، جدة، 1983، ص 03.

3 - محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 15.

إلكترونية وإمكانات إعلامية لم تتح للأجيال التي سبقتنا، وهذه الطرق الحديثة تمكّن لرسالة الإسلام من الانتشار والوصول إلى كل أرجاء المعمورة بسهولة وسرعة دون حواجز، لذلك تلعب المنابر الإعلامية دوراً هاماً في تبليغ هذه الدعوة - علماً أن الدعوة هي المصطلح التقليدي للإعلام<sup>1</sup>، ولا يتوقف الأمر هنا؛ بل يتعيّن على وسائل الإعلام بمختلف أشكالها الحمل على عاتقها مسؤولية ترقية الخطاب الديني، ولن يتحقّق هذا الهدف إلا إذا انسجمت التقنية مع الرسالة الإعلامية<sup>2</sup>.

وتبعاً لما قيل، نودّ في مقالنا هذا تناول موضوع الإعلام الديني الذي يندرج ضمن أنواع الإعلام الموضوعاتية، لذلك سوف نتطرق إلى تعريفه ثم أهدافه وبعد ذلك مواصفات رجل الإعلام الديني (الداعية، أو القائم بالاتصال) ثم مبدأ التوازن في الإعلام الديني، وفي الأخير نختم مقالنا بدور الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية.

## 1 - تعريف الإعلام الديني:

إنّ الإعلام الديني هو الإعلام الذي يعكس الروح والمبادئ والقيم الإسلامية، وهو الآخر موجه لهدف نشر كلمة الدين وإعلائها، ومعالجة القضايا الدينية والعمل على إعداد رأي عام إسلامي يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في جميع تصرّفاته، فهو يمارس في مجتمع يتناول كافة الحقائق والمعلومات والأخبار المتعلقة بكافة نواحي الحياة الدينية والأخلاقية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية<sup>3</sup> التي لا يمكن أن تنفك عن المسلم، فهي تصبغ سيرته، وتحد مسيرته وتجعله يتوكّل على الله ويفوض إليه أمره<sup>4</sup>.

ومن جهة أخرى، يعرفه علماء الإعلام الديني بأنّه ذلك الإعلام الذي يعرف بالله الواحد ودينه الحق ويرسم صورة صادقة لرسالة نبيّنا محمد، صلى الله عليه وسلم، لا زيادة فيها ولا نقصان، وذلك من خلال وسائله المقروءة والمسموعة والمرئية، فهو ذلك الإعلام الذي يشمل الحياة البشرية كلّها بجميع مناهجها وفكرها وثقافتها واجتماعها وأخلاقها وآدابها وفنونها، ومن ثمّ فهو يبرز هذه المعاني واقعا يعيشه الناس<sup>5</sup>.

1 - محي الدين عبد الحميد، الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، ص 05، 06.

2 - عبد الرحمان عمّار، ترقية الخطاب الديني في وسائل الإعلام، مجلة الثقافة الإسلامية، العدد 03، وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، الجزائر، 2007، ص 152.

3 - محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 24.

4 - محمد الغزالي، هموم داعية، منشورات دار الكتب، الجزائر، 1987، ص 179.

5 - عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط 02، دار عمار للنشر والتوزيع، اليمن، 1994، ص 11، 13.

ولكن لكي يتحقق دور الإعلام الديني في المجتمع على أحسن وجه، لابدّ عليه من الاعتماد على مجموعة من المبادئ تتمثل فيما يلي<sup>1</sup>:

❖ تدعيم الحقائق بالإحصائيات والأرقام.

❖ التجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق.

❖ الصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية.

إذن، الإعلام الديني هو ذلك الإعلام المتخصّص الذي يسعى إلى نشر رسالة الإسلام من خلال إشباع حاجيات الجمهور الضرورية في حياته، وبالتالي تحسين واقعه.

## 2 - أهدافه:

تتعدّد أهداف الإعلام الديني بتعدّد الموضوعات الحياتية، لذلك له مجموعة من الأهداف يسعى إلى رسمها وتحقيقها من خلال المهام المنوطة به، إذ تتمثّل هذه الأهداف فيما يأتي:

- **أهداف عقائدية:** وتتحقق من خلال إبلاغ العقيدة الإسلامية وترسيخها في عقول الجماهير، وردّ الشبهات المعروضة من قبل المناوئين لصدّ الآخرين عن الوصول إليها.

- **أهداف ثقافية:** وذلك من خلال تعميم الفهم والوعي للتفقيه والمعرفة من أجل تنوير عقل ووعي المتلقي.

- **أهداف اجتماعية:** الرامية إلى تماسك المجتمع وترابطه وترسيخ معاني الأخوة والتقوى.

- **أهداف اقتصادية:** وذلك من خلال التعريف بكل ما يتعلّق خاصة بالجوانب التجارية في الدين، كتحريم الربا وأكل الحرام، وإدارة أموال الزكاة والحماية من الغش والاحتيال.

- **أهداف سياسية:** يتمّ ذلك عن طريق توجيه وإرشاد ونصح وإصلاح الأمة وتوثيق العلاقة وتنميتها بين الحاكم والمحكوم.

- **أهداف عسكرية جهادية:** تتجسّد من خلال رفع الروح المعنوية في صفوف المجاهدين (ما يحدث في فلسطين مثلاً) والحرب النفسية في الأعداء المحاربين.

1 - نفس المرجع، ص 33.

- أهداف ترفيهية: وذلك من خلال بث برامج للتسلية والترويح ولتجديد النشاط وإراحة القلب وإدخال السرور والمرح في النفس، لذلك لا بدّ أن يكون الترفيه في الإعلام الديني منضبطاً كونه لا يتنافى مع الآداب وحسن الأخلاق، وروى عن علي رضي الله عنه « أن القلوب تملّ كما تملّ الأبدان فابتغوا لها طرائف الحكمة»، وما أحسن ما قيل: « إعط الوقت حقه من اللهو ( المباح ) بقدر ما يعطي الطعام من الملح »<sup>1</sup>.  
وتبعاً لما سلف ذكره، لكي تحقّق الرسالة الإعلامية الإسلامية هذه الأهداف لا بد أن تعتمد هذه الأخيرة على عنصرين هما: عنصر المضمون وعنصر التشويق<sup>2</sup>، ومن ثمّة تؤدّي دورها الذي يتمثّل في التأثير على المتلقي.

### 3 - مواصفات رجل الإعلام الديني (الداعية، أو القائم بالاتصال):

يتوقّف نجاح رسالة الإعلام الديني بمدى توفّر الكوادر من رجال الإعلام ودعاة الإسلام عارفة بلغة الحوار والنقاش مع الجماهير<sup>3</sup>، فشخصية الداعية أو القائم بالاتصال تلعب دوراً رئيساً في تحديد نتائج عملية الإقناع، إذ لا بد أن تكون له القدرة على إبلاغ رسالته (دعوته)<sup>4</sup>.

وانطلاقاً من هذا الاعتبار، فإنّ استراتيجيات الدعوة الإسلامية لن يكتب لها النجاح حتى ولو توافرت الوسائل الفنيّة والإمكانات المادية إذا ما كان رجل الإعلام لا تتوفر فيه مجموعة من الشروط والمواصفات، لذلك يجب أن يكون رجل الإعلام الديني على مستوى المسؤولية التي يتصدّى لها، فعليه أن يعرف كيف يقرأ ويسمع ويشاهد ما يدور حوله بعين ناقدة وفكر ناقد حتى يستطيع أن يؤدي دوره بكفاءة وفاعلية، ويجب أن يكشف الطريقة الصحيحة للتعبير عن الفكرة التي لديه والتي يستطيع أن يؤثر عن طريقها على أكبر عدد ممكن من الجمهور.

وتبعاً لما قيل، فإنّ الداعية (رجل الإعلام) الحصيف يجب أن يركّز اهتمامه في نقطتين أساسيتين هما:

✓ أن يعرف ما يريد بعملية الاتصال؛

1 - عبد الله قاسم الوشلي، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر بوسائله المعاصرة، ط 02، دار عمار للنشر والتوزيع، اليمن، 1994، ص 42.

2 - تيسير الخطيب، الإعلام الإسلامي والمرحلة الراهنة، مجلة التوحيد، العدد 99، مؤسسة الفكر الإسلامي، إيران، 1999، ص 113.

3 - محي الدين عبد الحميد، مرجع سابق، ص 29.

4 - محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 252.

✓ أن يعرف كيف يوجه رسالته بما يمنحها أكبر قوة تأثير ممكنة في عقلية الجمهور الذي يخاطبه!

إذن، تتلخّص صفات رجل الإعلام الديني فيما يلي:

**الصفات الإقناعية:** وهي مجموعة الصفات أو القدرات الخاصة التي لا بدّ أن تتوفر في القائم بالاتصال الديني، والتي تجعله أكثر قدرة على الإقناع.

**الصفات البدنية:** وهي تلك الصفات التي تعكس مظهر الداعية الخارجي، إذ يلعب الهندام الذي يرتديه القائم بالاتصال دورا كبيرا في تقييم الرسالة الإعلامية، ذلك لأنّ غالبية الناس تأخذهم المظاهر وعادة ما ينجذبوا إليها، كما لا بدّ عليه أن يكون خفيف الظل لا ثقيلًا، وذلك من خلال البشاشة والمرح التي تبعث في المتلقي الراحة والسرور.

**الصفات النفسية:** وهي مجموعة الفضائل والقيم التي يجب أن يتحلّى بها الداعية أو رجل الإعلام الديني، وحتى يكون قدوة للآخرين ويتأثرون برسالته<sup>2</sup>.

وبحكم أنّ رجل الإعلام يتعامل مع فئات مختلفة من الجمهور لا بدّ عليه أن يكون أشدّ التزاما لأنه رجل قدوة وصاحب رسالة، فيجب أن يكون متشدداً مع نفسه أكثر من أي إنسان آخر<sup>3</sup>.

**الصفات الجماعية:** وهي مجموعة الصفات التي لا بدّ أن يتحلّى بها الإعلامي أثناء تبليغه لرسالته الدينية وذلك لا اعتباره عضواً في جماعة بناء على الأخوة التي تربطه بالجمهور وتجنّبه المواقف التي تفجّر الصراع والعصبية بين الأفراد وتزرع الحقد في قلوبهم.

**الصفات التنظيمية:** وذلك من خلال اعتبار رجل الإعلام الديني بأنّه عضو داخل تنظيم معين يستهدف تحقيق أهداف معيّنة تجتمع كلّها تحت كلمة واحدة، وهذا ما يساعد على وحدة الحركة وسرعتها داخل التنظيم نفسه<sup>4</sup>.

#### 4 - مبدأ التوازن في الإعلام الديني:

1 - محي الدين عبد الحميد، مرجع سابق، ص، ص 29، 30.

2 - محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص 255.

3 - تيسير الخطيب، مرجع سابق، ص 118.

4 - محمد منير حجاب، مرجع سابق، ص، ص 265، 268.

إنّ الإعلام الديني يوازن بين المتطلّبات العقلية والعاطفية والروحية لدى الإنسان، وفي نفس الوقت يراعي الاختلاف الكبير بين الأفراد في هذه القدرات، ويُستمدّ مبدأ التوازن في الإسلام من فكرة الوسطية التي أقرّتها الآية الكريمة ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ...﴾<sup>1</sup> والوسطية في الإعلام الديني تعني الموازنة بين عنصري عملية الاتصال ألا وهما المرسل والمستقبل، أو الداعية والجمهور، لذلك لا بدّ على القائم بالاتصال (الداعية) من تزويد الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات السامية وفقا للمبادئ السامية التي تأخذ بيده نحو الموضوعية في الإعلام، وبالتالي تتحقّق وظائف الإعلام في المجتمع بناء على احترام القائمين بالاتصال للجمهور، واستبعاد فكرة القطيع في التعامل مع هذا الجمهور، فهو جمهور عاقل وواع وناضج رغم اختلاف فئاته، ويجب أن يحرص الإعلاميون على رفع مستوى ثقافته ووعيه ونوقه؛ وذلك من خلال ما سعت إليه النظرية الإعلامية الإسلامية في حماية المجتمع الإسلامي من الأخطار التي يمكن أن تنشأ عن إضعاف المقدرة الدفاعية للجمهور، وهذا ما أخذت به نظريات الإعلام الحديثة من خلال هدفها المسطرّ وفقا لمبادئ العولمة الذي يتلخّص في نمطية المادة الإعلامية وذلك من خلال الكسب المادي السريع الذي قد يؤدي إلى إضعاف ذوق الجمهور<sup>2</sup>، فالإعلام في الوسط الديني قد يكون أكثر فعالية لأنّه يمارس في الوسط الذي ينبذ الفساد ويبحث عن فضاء إعلامي صالح لتنشئة الجيل الجديد بعيدا عن التحلّل الخلفي والوسائل المبتذلة التي يستخدمها الإعلام الحديث، لذلك فإنّ الإعلام الديني هو إعلام بديل عن الإعلام الرخيص الموجود حاليا. وحتى يؤدي الإعلام الديني دوره على أكمل وجه لا بدّ أن يطرح مجموعة من البدائل التي تخدم رسالته، فكما حرّم الله تعالى الربا وأحلّ التجارة، كذلك نحن عندما نريد أن نحرّم المادة الفاسدة أو المادة الرديئة يجب أن نطرح البديل لها، وهذا البديل يجب أن يشتمل على وسائل الترفيه الحديثة، كالموسيقى لكن في إطار الموازين الشرعية<sup>3</sup>.

فالإعلام الديني لكي يواجه الإعلام الذي يسعى إلى بثّ الرسالة التي لا تخدم المتلقي لا بدّ عليه أن يطور من وسائله ورسائله وذلك من خلال توفير البدائل التي تشدّ انتباه المتلقي وبالتالي يمكن أن تؤثر فيه.

1 - سورة البقرة، الآية 143

2 - نفس المرجع، ص، ص 33، 39.

3 - تيسير الخطيب، مرجع سابق، ص، ص 112، 113.

## 5 - دور الإعلام في نشر الدعوة الإسلامية:

تسعى الدعوة الإسلامية إلى مخاطبة الناس جميعاً، إذ تقوم هذه الأخيرة على مجموعة من الأسس لا تخضع لا للحواجز الطبيعيّة ولا السياسية ولا الصناعية، فهذه الأسس تسمح بفرض منطق الفرص للنشاط والحركة والتفاعل مع كل المطالب الإنسانية وبالتالي يمكن للخطط الإعلامية استثمار هذا الدور ومن ثمّة الانطلاق لمخاطبة كافة الفئات الاجتماعية؛ ذلك لكون أن الإسلام يشتمل على الواقع العقائدي والتاريخي والديني لجميع الأقسام، ويعالج احتياجات الإنسان ومطالبه (آماله وحياته وموته، غناه وفقره علمه وجهله)<sup>1</sup>.

فالانتشار الواسع لوسائل الإعلام يَمكّن ويسهّل من رواج الرسالة الدينية بحكم أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبحت لا تعترف لا بالحدود الجغرافية ولا الزمانية وهذا ما يطلق عليه UBQUITERS وما نقصد به إمكانية التواجد الكلي للجمهور في زمان واحد ومكان مختلف من استقبال نفس الرسالة الإعلامية.

فوسائل الإعلام يمكنها مخاطبة الجماهير التي تعتنق إيديولوجيات وأفكار عقائدية مختلفة، وبالتالي يمكن لهذه الأخيرة أن تشكّل المرحلة الأولى من مراحل الدعوة وذلك من خلال المساحة المشتركة بين الإسلام وغيره من العقائد والمذاهب المعاصرة التي يمكن أن تلتقي جميعها ضمن عباءة الدعوة الإسلامية؛ ومن ثمّة تحقّق لدعوة الإسلام قبولا ورواجا لدى أصحاب المذاهب والأفكار الأخرى، وفي وقت لاحق يمكن لرسالة الإعلام الديني من التأثير في أفكار الجمهور عن طريق مبدأ التعرّض الانتقائي الذي يحدث للمتلقّي من جرّاء الاهتمام الذي يوليه للرسالة الإعلامية إذا كانت تشدّ انتباهه وتجذبه محتوياتها، فالمادة الدينية تعني مختلف شرائح المجتمع لما تحمله من رسائل تكون موجهة للفرد بحد ذاته كمسألة الوضوء والسجود وفضل الاستغفار، أو تكون موجهة لجماعة من الأفراد كالعائلة ومحيطها القريب من مواضيع الزواج وبر الوالدين وصلة الرحم والعدل بين الأبناء<sup>2</sup>.

فأجهزة الإعلام تساعد في الوقوف على الحقيقة من خلال عرضها في مناقشات حرة ومفتوحة عن طريق منح الفرصة لتناقش الأفكار والآراء والرأي الصائب الذي يستطيع أن ينتصر ويتغلب على غيره في نهاية الأمر.

1 - محي الدين عبد الحميد، مرجع سابق، ص 78، 79.

2 - محمد الفهري شلبي، الإعلام الديني في الصحافة المكتوبة، وقائع الندوة العلمية المشتركة التونسية المصرية الثانية 17-16 فيفري 2009، منشورات وزارة الشؤون الدينية، تونس 2010، ص 62.

وتبعاً لما سلف ذكره، فإنّ دور الإعلام في نشر الرسالة الدينية لا يتحقّق إلاّ إذا كان الإعلام يمارس الحرية اللازمة في المجتمع، كما يجب أن تتمتع هذه الوسائل بحريتها في تقديم الأدلة والحجج التي يستطيع بمقتضاها الأفراد الرقابة وتوجيه النقد.

فممارسة مبدأ الحرية يعدّ فرصة سانحة تفسح المجال الواسع أمام دعاة الدين في مجتمعاتنا ليتحمّلوا مسؤولياتهم ويمارسوا نشاطهم في تبليغ الدعوة لمن يشاؤون من أصحاب العقائد والمذاهب والأفكار الأخرى كما يمكن لأجهزة الاتصال من مواجهة الحملات الدعائية المضادة وذلك من خلال تحديث الأجهزة والعمل على انتشارها والتأثير على الرأي العام العالمي<sup>1</sup>.

وفي الأخير ما يمكن قوله فيما يتعلق بموضوعنا، لكي تنهض المجتمعات الإسلامية وتنشر رسالتها لابد من رسم خطط واستراتيجيات تمكّنها من ذلك، ويكون عن طريق تطوير وسائل إعلامها وتحديثها من خلال الاستفادة من التقنيات التي أنتجتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة.

1 - محمد الفهري شلبي، الإعلام الديني في الصحافة المكتوبة، وقائع الندوة العلمية المشتركة التونسية المصرية الثانية 17-16 فيفري 2009، منشورات وزارة الشؤون الدينية، تونس 2010، ص 132، 167.