

الخطاب الديني في وسائل الإعلام: بين الفعالية والأصالة

د. نورالدين لبحيري

جامعة 20 أوت 1955-سكيكدة

تمهيد

لازم الخطاب الديني حياة المجتمعات والأفراد على هذه البسيطة، واتخذ لذلك صورا وأشكالا متعددة، كانت في عمومها متلائمة مع جمهوره، وقد كان حضوره في المجتمعات العربية والإسلامية قويا وساهم في تشكيل قيم هذه المجتمعات؛ سواء القيم الثقافية أو الاجتماعية أو السياسية، وفي إصلاح أحوال الناس وعاداتهم، وفي التحولات الكبرى التي عرفتتها هذه المجتمعات، فقد كان الدافع الذي استنهض الشعوب الإسلامية لمحاربة الاستعمار، وللحد من غزوه الفكري والعقدي، واعتمد في ذلك على وسائل كثيرة وأشكال متعددة، من أبرزها الخطاب الذي كان ينشر في الصحافة المكتوبة.

وعليه يمكن القول أن حضور الخطاب الديني في وسائل الإعلام ليس بالأمر الجديد، فقد ارتبط بظهور الصحافة وانتشارها في العالم الإسلامي، حيث شكل الخطاب الديني المنشور عبر الصحافة المكتوبة مرحلة مهمة في صراع الشعوب الإسلامية مع المستعمر وفي استنهاض هذه الشعوب وتعليمها وتوعيتها، ويمكن ملاحظة ذلك بوضوح في ما فعله علماء الجزائر وكتابها في مرحلة الاستعمار من الاهتمام بهذه الوسيلة الإعلامية وهي الصحافة المكتوبة، في نشر العلم وتوعية المجتمع وصد محاولات مسخ شخصية الفرد الجزائري وقيم المجتمع، ومن أهمية هذه الوسيلة نلاحظ تشبث علماء جمعية العلماء المسلمين بها في إيصال الخطاب الديني، فالإمام ابن باديس لم يتخل عن الصحافة المكتوبة طوال مسيرته الإصلاحية، وكان يؤسس جرائد جديدة بعد كل توقيف لجريدته السابقة¹.

ولقد تطور هذا الاهتمام مع ظهور التلفزيون ثم مع وسائل الإعلام الجديد، مما لفت انتباه جهات عدة كثافة تواجد الخطاب الديني في هذه الوسائط الجديدة، وهو أمر ملاحظ على جميع أنواع الخطاب المتخصص والعام، العقدي وغيره، حيث سمح استخدام هذه الوسائط الجديدة في التعريف باتجاهات عقدية لم يكن لها حيز فكري ومكاني في العصر الحديث، كما سمح بدخول الغث والسمين من الأفكار والمعتقدات إلى ساحة النقاش وساحة التأثر والاعتقاد فيها.

ولقد أثار هذا الأمر نقاشات العديد من المتابعين حول محتوى الخطاب الديني الإسلامي المعروض عبر الوسائط الجديدة، سواء حول القائمين عليه، أو عن مدى التزامه بثوابت الإسلام وأصوله، أو عن مدى قدرته على تمثيل الإسلام والتعبير عنه.

¹ - نورالدين لبحيري، توظيف الإمام ابن باديس للصحافة المكتوبة ومنهجيته في العمل الإعلامي، مجلة الحقيقة، تصدر عن جامعة أدرار، العدد 38، سبتمبر 2016، ص 209.

لذلك تحاول هذه الدراسة بحث أصالة الخطاب الديني المعروض عبر الوسائط الجديدة، من حيث التزامه بقواعد الإسلام وأصوله في المحتوى، والأهداف، وشكل العرض، والتنبيه إلى أن أصالته تحتاج إلى قواعد لزيادة قدرته التأثيرية، أي إلى جعله فعالاً. وتبرز أهمية هذه الدراسة في التخوف من تأثير غياب الأصالة في الخطاب الديني الإسلامي على اتجاهات المسلمين نحو طرق تعاملهم مع مختلف القضايا التي تواجههم، وكذلك على اتجاهات غير المسلمين ومواقفهم من الإسلام والمسلمين وقضاياهم العادلة، والتي من المحتمل جداً أن تتأثر كلما ابتعد الخطاب الديني عن قواعد أصالته.

كما تبرز أهمية الموضوع أيضاً من خطورة الوسائط الإعلامية الجديدة، التي باتت توفر فضاءات من الصعوبة بمكان ضبطها والتحكم فيها، وهو ما فسح المجال لظهور خطابات متعلقة بمذاهب وآراء كانت منحسرة في مجموعات وأفراد محددين، لكنها بدأت الآن تقدم نفسها كواجهة رسمية وشرعية للإسلام، وهو ما يقوي تخوف النقاد من التأثيرات السلبية لهذا النوع من الخطاب الديني.

وتظهر كذلك أهمية الدراسة بالنظر إلى كون الإنسان المعاصر هو إنسان تواصلية إعلامية، يستقي معارفه ومعلوماته من وسائل الإعلام، كما يدير نشاطاته اعتماداً عليها، وبالتالي يصعب على الخطاب الديني الوصول إلى الفرد المسلم بدون استخدام الوسائط الإعلامية الجديدة.

كما تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات النظرية التحليلية التأصيلية؛ حيث تحاول تحليل واقع هذه الظاهرة، وتقديم رؤية تأصيلية لها، تتمثل في إبراز خصائص الخطاب الديني الأصيل المنشور عبر وسائط الإعلام الجديد، وسماته، ووظائفه، وعوامل فعاليته. وتسعى لتحقيق الأهداف الآتية:

- معرفة خصائص الخطاب الديني الأصيل، ووظائفه ومجالاته.

- معرفة لوازم تحقق الفعالية في الخطاب الديني المنشور أو المبتوث عبر وسائط الإعلام.

ولقد سرت في هذه الدراسة على الخطة الآتية:

تقديم مدخل مفاهيمي يتعلق بتحديد مفهوم المصطلحات المفتاحية للدراسة وهي: الخطاب الديني، الفعالية، الأصالة، ثم تطرقت لتصانيف الخطاب الديني ومجالاته، ولواقع الخطاب الديني في وسائل الإعلام ومشكلاته وتحدياته، وحاولت في العنصر الرابع توضيح خصائص الخطاب الديني الأصيل وسماته، وأبعته بالحديث عن وظائف الخطاب الديني الأصيل، وعن مجالاته، وبحثت في الأخير القواعد التي يجب مراعاتها لتحقيق فعالية مرجوة لهذا الخطاب.

أولاً: مدخل مفاهيمي

سنبدأ بتعريف المفاهيم الواردة في العنوان، وهي: الخطاب الديني، وسائل الإعلام، الأصالة، الفعالية.

1- تعريف الخطاب الديني:

تعريف الخطاب لغة: الخطاب والمخاطبة مُراجعة الكلام، وقد خَاطبه بالكلام مُخاطبَةً وخطاباً وهما يتخاطبان¹.

وخطب: الكلام بين اثنين، يقال: خَطَبَهُ يُخَاطِبُهُ خِطَابًا².

اصطلاحاً: قدمت عدة تعريفات للخطاب نذكر منها:

تعريف الآمدي: اللفظ المتواضع عليه، والمقصود به إفهام من هو متهيء لفهمه³.

تعريف الآلوسي: الخطاب الكلام الذي ينبه المخاطب على المقصود من غير التباس⁴.

تعريف سعيد اسماعيل علي: الخطاب رسالة ذات هدف ودلالة وهو كلام منطوق أو مكتوب، يمثل وجهة نظر محددة، من

الجهة التي توجه الخطاب، ويفترض فيه التأثير في السامع أو القارئ، مع الأخذ بعين الاعتبار الظروف والملابسات التي صيغ فيها

الخطاب بدلالة الزمان والمكان⁵.

أما الخطاب الديني في الاصطلاح: فقد تعددت تعاريفه، بناءً على طبيعة المعيار الذي اعتمده كل باحث في تحديد

مفهومه، حيث تطلق بعض التعاريف الخطاب الديني على: الأقوال والنصوص المكتوبة الصادرة عن المؤسسات الدينية، أو ما يصدر

عن المتحدثين باسم الدين، أو هو الخطاب الذي يوجه باسم الدين إلى عموم معتنقي الدين، فيما تتجه بعض التعاريف إلى ربط

الخطاب الديني بالمضمون المتصل بالأصول الإسلامية أو المستند إليها، أي أنه كل خطاب يستند إلى الأصول الإسلامية أو يستمد

منها مضامينه.

وفي معرض تفريقه بين الإعلام الإسلامي والإعلام الديني يعرف محمد سيد محمد الإعلام الديني (الخطاب الديني في وسائل

الإعلام) بأنه جزء من الإعلام الإسلامي، أي أنه الإعلام المتخصص في المسائل المتعلقة بالجانب الديني، ولذلك أدخل في الإعلام

الديني ما يلي:

-الصفحات الدينية في الصحف والصفحات الثابتة فيها.

-البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون.

-المسلسلات والبرامج الدينية التي تعكس الثقافة الإسلامية.

-المواد التي تعالج المناسبات الدينية مثل شهر رمضان.

¹ - جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور، لسان العرب، ط1، المطبعة الكبرى ببولاق، مصر، 1300 هـ، فصل الخاء، حرف الباء، مادة (خطب)، مج 1، ص 348.

² - أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة العربية، ط1، دار الجيل، بيروت، 1991، مج 2، ص 198، مادة (خطب).

³ - سيف الدين الآمدي، الإحكام في أصول الأحكام، ط1، مكتبة عاطف، القاهرة، 1978، مج 1، ص 136.

⁴ - أبو الفضل شهاب الدين محمود الآلوسي، روح المعاني في تفسير القرآن الكريم والسبع المثاني، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ج 23، ص 177.

⁵ - سعيد إسماعيل علي، الخطاب التربوي الإسلامي، سلسلة كتب الأمة، تصدر عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، رقم 100.

-برامج عرض تجويد القرآن الكريم.

-الأفلام التسجيلية عن الآثار الإسلامية والأحكام الإسلامية مثل تقديم مناسك الحج¹.

ونشير إلى صعوبة التفريق عمليا بين الخطاب الديني والخطاب الإسلامي أو الدعوي،

2- وسائل الإعلام:

يقصد بوسائل الإعلام Mass media جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلى الجماهير المتلقية ما يجري من حولها، عن طريق السمع والبصر².

3- تعريف الأصالة:

لغة: الأصل أسفل كل شيء وجمعه أصول... يقال أَصْلٌ مُؤَصِّلٌ... و استأصله: قلعه من أصله.

... ورجل أصيل له أصل، ورأي أصيل له أصل، ورجل أصيل ثابت الرأي عاقل³.

اصطلاحا: فالأصيل هو الثابت المتجذر، والخطاب الديني الأصيل: هو الخطاب المرتكز مضمونه على أصول الدين وقواعده

الثابتة.

4- تعريف الفعالية:

لغة: فَعَلَ الفَعْلُ هو كناية عن كل عمل متعدد أو غير متعدد، فَعَلَ يَفْعَلُ فَعْلًا وفَعْلًا، والاسم الفَعْلُ والجمع الفَعَال... قال

الليث: والفَعَال اسم للفعل الحسن⁴.

اصطلاحا: وعليه فالفعالية هي الأداء الحسن، فنقول الخطاب الديني الفعال؛ أي الذي يكون أدائه حسن، وتكون له

المواصفات المطلوبة لتحقيق أهدافه والتأثير على الجمهور واستمالتهم وإقناعهم.

ثانيا: تصانيف الخطاب الديني

قدمت تصانيف عديدة للخطاب الديني:

وفق معيار وسيلة الخطاب:

خطاب ديني في وسائل الإعلام الجماهيري: وهو الخطاب الذي ينشر ويبيث عبر وسائل الإعلام الجماهيري، من صحف

ومجلات وإذاعات ومحطات تلفزيونية.

¹ - محمد سيد محمد، الإعلام الإسلامي، سلسلة كتاب الأمة، تصدر عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، عدد 58، 1405 هـ، ص 78-79.

² - ابراهيم مذكور وآخرون، معجم العلوم الاجتماعية، ط1، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، 1985، ص 64.

³ - ابن منظور، مرجع سابق، فصل الهمزة، حرف اللام، مادة (أصل)، مج 14، ص 16.

⁴ - ابن منظور، المرجع السابق، فصل الفاء، حرف اللام، مادة (فعل)، مج 14، ص 43-44.

خطاب ديني في وسائل الاتصال المواجهي: وقد كان يوظف بشكل كبير في العصور الأولى للإسلام، حيث كان الخطاب الديني بارزا في دروس المساجد التي كانت تشكل وسيلة هذا النوع من الخطاب.

وفق معيار العموم:

- خطاب عام: وهو الخطاب المتضمن مجالات متعددة في المحتوى، أو هو الموجه لعامة المسلمين، وغير المسلمين، وليس لفئة خاصة.

- خطاب خاص: وهو الخطاب المتضمن مجالا خاصا من مجالات الإسلام، أو هو الموجه إلى فئة خاصة منهم، مثل الخطاب الديني الأكاديمي، أو الخطاب الديني النسوي، أو الخطاب الديني الخاص بعرض تفسير القرآن أو شرح الأحاديث.

وفق معيار الموضوع:

- خطاب فقهي: يكون موضوعه مرتبطا بمسائل الفقه، وبالتشريع الإسلامي وتبصير الفرد المسلم بأحكام الإسلام، ومن البرامج التي تقدم ضمن هذا النوع من الخطاب، برامج الفتاوى، والإجابة على أسئلة القراء.

- خطاب دعوي: ويكون موضوعه دعوة لإصلاح الفكر أو السلوك، سواء للمسلمين أو لغيرهم، ويندرج ضمنه برامج التوعية، والنصح، والمواظب والخطب المنقولة... الخ.

- خطاب عقدي: وهو الخطاب الذي يركز على عرض العقيدة وشرهما، وتصويب العقائد المنحرفة ودحضها.

وفق معيار الهدف:

- خطاب تعليمي تثقيفي: وهو الخطاب الذي يكون هدفه تعليم المواطنين بأحكام الدين وتشريعاته وعقيدته.

- خطاب تربوي وإرشادي وتوجيهي: وهو الخطاب الذي يكون هدفه وعظ المشاهدين وإرشادهم وحثهم على الامتثال لأحكام الإسلام، ودعوتهم لتزكية نفوسهم وتطهيرها.

- خطاب دعائي: وهو الخطاب الديني الإسلامي الموجه لغير المسلمين والداعي لهم إلى التعرف على الإسلام والإيمان به، إضافة إلى الخطاب المنتصر للقضايا الإسلامية وللمسلمين المستضعفين في الأرض.

وفق معيار الاتجاه

- خطاب معتدل ووسطي: وهو الخطاب الذي يستند إلى القواعد الصحيحة للإسلام.

- خطاب متشدد ومتطرف: وهو الخطاب الذي يغالي في فهم الدين وفهم أحكامه وتصوراتها.

ثالثا: حاجة الخطاب الديني إلى وسائل الإعلام

شكل استخدام الخطاب الديني وسائل الإعلام محطة بارزة في حركة الإصلاح والتجديد، فقد بلغ خطاب أكثر المصلحين في عصر النهضة عبر الصحافة المكتوبة، وعبر الصحف والمجلات التي أنشأوها، مثل الإمام محمد عبده والأفغاني اللذين أودعا أفكارهما في مجلة العروة الوثقى (1884م)، والشيخ رشيد رضا عبر مجلة المنار (1998م)، والإمام ابن باديس عبر مجلة الشهاب، ويمكن ملاحظة أن استخدام الإمام ابن باديس للصحافة المكتوبة في نشاطه الديني والإصلاحي قد استغرق مدة نشاطه الإصلاحي كله، فهو لم يتخل عن هذه الوسيلة مطلقاً، يكفي أن نقول أن جل ما كتبه الإمام (إن لم نقل كله) هو مما نشره عبر الصحافة المكتوبة¹. ولقد عرف هذا الاستخدام تزايداً معتبراً، خاصة مع ظهور الفضائيات والبث التلفزيوني والإذاعي الرقمي والنشر عبر الإنترنت، حيث يبرز التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية تنامي القنوات الدينية²، خاصة وأن هناك حاجة وضرورة قوية لاستخدام وسائل الإعلام الجديد في عرض المحتوى الديني، ويمكن إبراز هذه الحاجة في:

- قوة هذه الوسائل في التعبير والتأثير.
- اتجاه معظم المذاهب والعقائد إلى نشر عقائدهم وأفكارهم عبر هذه الوسائط، مما يفتح المجال لتسرب هذه العقائد إلى المسلمين وتشويش عقيدتهم، في ظل قلة الخطاب الديني الإسلامي الأصيل الموجه إليهم، والأخطر من ذلك أن الإحصاءات الحديثة تشير إلى أن ما ييثر وما يعرض من القنوات الدينية المسيحية على المشاهد العربي فقط هو أكثر مما ييثر عن المضمون الديني الإسلامي، فقد أشارت دراسات إلى وجود 32 قناة مسيحية موجهة للجمهور العربي في مقابل 23 قناة دينية إسلامية³.

رابعاً: واقع الخطاب الديني في وسائل الإعلام: المشكلات والتحديات

يصعب توصيف الخطاب الديني المنشور والمبثوث عبر وسائط الإعلام الجديد نظراً لتنوع مضامينه وأشكاله، وتعدد القائمين عليه، ونظراً كذلك لتجدده المستمر والمتواصل، لكنه يمكن تصنيفه على العموم من غير تخصيص (يوجد خطاب يسير عكس الاتجاه العام) بأنه في مرحلة الابتعاد عن الأصالة والارتكاز على الفعالية، حيث بات يركز على توظيف عناصر الجذب والتأثير على حساب الاهتمام بأصالة المحتوى والأهداف، وقد يعود ذلك لأمرين:

- محاولة مجازاة واقع الخطاب الغربي والعلماني في وسائط الإعلام الجديد، والتخوف من سيطرة هذا الخطاب على عقلية ونفوس المسلمين، ورغم وجود هذه المحاولات لمجازاة الخطاب المبثوث في الوسائل الإعلامية الغربية إلا أنها تبقى محاولات قاصرة.

¹ - نورالدين لبحيري، مرجع سابق، ص ص 207-209.

² - اتحاد إذاعات الدول العربية، البث الفضائي العربي: التقرير السنوي لسنة 2015، إصدارات اتحاد إذاعات الدول العربية، كتاب pdf ص 14، على الموقع www.asbu.net تاريخ الاطلاع: 10 ماي 2017.

³ - ينظر: - عادل القاضي، الفضائيات الدينية المسيحية في العالم العربي، صحيفة التقرير، صحيفة الكترونية، على الموقع [www. Altaqreer.cim](http://www.Altaqreer.cim) تاريخ الزيارة 10 ماي 2017.

و- اتحاد إذاعات الدول العربية، المرجع السابق، ص 13.

- سيطرة المال والربح التجاري على بعض المؤسسات الإعلامية التي تبث الخطاب الديني، حيث تنتهج سياسة النفعية، وإهمال بعد الأصاله.

إن الحديث عن واقع الخطاب الديني في وسائل الإعلام الجديد، يظهر ذلك القصور الواضح، في محتواه وشكله، فبذل الاستفادة من أصالة الخطاب الديني الذي طبع مرحلة النهضة، ومرحلة الحفاظ على الهوية الإسلامية من المستدمرين، راح الخطاب الديني الحديث يحاول مجازاة الواقع الإعلامي الغربي، متخلياً عن سلاحه الأساسي والمتمثل في أصالة محتواه ونبيل أهدافه، ولذلك اتجه نقاد الإعلام في العالم العربي مثل الباحث نصير بوعلي إلى وصفه بأنه خطاب يوقف الدين في عصور بعينها، مع سداجة عرضه أحيانا وفساد موضوعه أحيانا أخرى¹.

وتبرز أهم مشاكل الخطاب الديني الإسلامي المبتوث والمنشور عبر وسائل الإعلام في:

- ابتعاد جزء معتبر من الخطاب الديني عن وظيفته النبيلة وهي الدعوة إلى الله تعالى وتعريف الناس بحقيقة الإسلام وتبسيط مبادئه وشرحها ونصرة المظلومين، إلى نصرة المذاهب والفرق والآراء والأهواء والأشخاص.
- ركود جزء من الخطاب الديني وابتعاده عن الواقع، وعدم ملامسته لقضايا الحاضر، التي تحتاج إلى توضيح رؤى الإسلام فيها، وتقديم جزء منه بلغة غير مفهومة لدى الجيل الحاضر، مع تصوير حياة المسلمين في العصور الأولى كأنها شيء من الخيال.
- تعرضه لمسائل بعيدة عن تخصصه، وسمح التسرع في اتخاذ مواقف من قضايا تحتاج إلى دراسة وتمحيص علمي فيها من تشويه صورة جزء من هذا الخطاب وخاصة في المسائل العلمية البحتة.
- قلة حضور الخطاب الديني المسير والمخطط من الجهات الإسلامية المشهود لها، وبخاصة المؤسسات العلمية العريقة مثل الأزهر والزيتونة وجامعة الأمير عبد القادر... الخ، حيث تكفي بالحضور عبر وسيلة الإذاعة، وهو حضور لا يسمح لأغلبية المواطنين الذين لا يفضلون التعرض لهذه الوسيلة لتتبع محتوى هذا الخطاب، ولقد ولّد هذا السبب مشاكل أخرى لدى المواطنين منها: صعوبة تمييز الخطاب الديني الأصيل من الخطاب الديني المشوه.
- خطاب يتسم بغياب المهنية: أي أنه يفتقر إلى الوسائل الفنية والأدوات الإعلامية الكفيلة بجعله إعلاماً تنافسياً.
- اعتماد الإعلام الديني التاريخي على الفنيين والمخرجين السينمائيين الذين قد تغيب فيهم الكفاءة الشرعية لتجسيد الفكرة الإسلامية، بما يقرّبها فعلياً من حقيقتها في الواقع التاريخي، حيث نرى حضور الواقع المعاصر وثقافته وتصوراتها في تمثيل الرسالة وقصص الأنبياء على سبيل المثال، مما قد يجعل الأفكار التي يهدف إليها البرنامج أهدافاً ميتة، أو بتعبير مالك بن نبي أفكاراً ميتة².

¹ - نصير بوعلي، الخطاب الديني ووسائل الإعلام دراسة نقدية، مداخلة في مؤتمر الخطاب الديني المعاصر والمتغيرات الدولية، مجلة المعيار، تصدر عن كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، ديسمبر 2007.

² - مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دار الفكر دمشق، 2002، ص 146.

- حضور جزء من الخطاب الديني في سياق لا يخدم محتواه، وبخاصة الخطاب المناسبي، حيث نلاحظ برامج تعقب البرامج الدينية أو تأتي قبلها تتعارض في أهدافها ومحتوياتها مع ما يدعو إليه البرنامج الديني.
- ولذلك فالخطاب الديني أمام تحديات كثيرة يمكن إجمالها في:
 - تحدي قلة الكفاءات القادرة على نشر وبت الخطاب الديني الأصيل: فالمتتبع لهذا الخطاب يلحظ ولوج فئات عديدة لا تحوز الثقافة العلمية المتخصصة للاطلاع بمهمة التعريف بالإسلام، وتمثيله، وقد يرتبط ذلك بغياب التكوين القيمي في معاهد وأقسام الصحافة والإعلام¹.
 - تحدي تضاد الخطابات الدينية التي تعرض الإسلام وتقدم تصوراته، لارتكاز الكثير منها على الأفكار التي تمجد عالم الأشخاص، بدل الأفكار الأصيلة.
 - تحدي قلة النزعة التخطيطية والعمل المتكامل.
 - تحدي التصدي للخطاب المغذي للعنف والتطرف، والنافع في نيران التفرقة والتشردم والتصارع، والتصدي كذلك للخطاب المضلل الذي يصور نفسه المتحدث باسم الدين، ويعطي القداسة لرجاله وأشخاصه واجتهاداته وتاريخه.
 - تحدي الحفاظ على التنوع الاجتهادي الإسلامي، الذي مثل لازمة تاريخية للحياة الثقافية الإسلامية، وشكل فضاءً رحباً للنشاط الفقهي الإسلامي، وقوة دافعة للاجتهاد في النوازل الصعبة، وترك ذخيرة تشريعية كبيرة واجتهادات أصيلة، ومناهج تعاملية مع النصوص واضحة ومرشدة ومعينة للباحثين المعاصرين.
 - تحدي الانتفاع الواعي بالتراث الإسلامي العلمي والثقافي، وعرضه بصورة تعزز روح الانتماء للحضارة الإسلامية.
 - تحدي المنافسة غير المتكافئة بين الخطاب الديني عبر هذه الوسائط والخطاب الغربي المتشبع بالثقافات والمعتقدات الغربية، وهو تحد يصعب من مهمة الخطاب الديني لأن عدم تخطيه قد يدفع بالفرد المسلم لأن ينساق وراء الخطابات التي لا تتقيد بأخلاقيات المهنة وشرفها.

خامساً: خصائص الخطاب الديني الأصيل وسماته

إن المتتبع لمسار الخطاب الديني في وسائل الإعلام يلحظ أن بداياته الأولى في الصحافة المكتوبة كانت أكثر اتساماً بالأصالة منه في وسائط الإعلام الجديد، رغم تعدد أنواع هذا الخطاب في الوقت الحاضر ورغم كثرة القائمين عليه، ويمكن إرجاع السبب في ذلك إلى كفاءة القائمين على الخطاب الديني في الصحافة المكتوبة وخاصة في نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، فقد كانوا علماء ومجتهدين وفقهاء وأدباء وساسة، كما أن أجيالاً توظيف وسيلة الصحافة المكتوبة لنشر الخطاب الديني تتوافق

¹ - للاستزادة في الموضوع ينظر:

- عزي عبد الرحمان، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطة للنشر، تونس، 2016.

وأساليب العلماء في نشر هذا الخطاب القائم في جزء معتبر منه على التأليف، وقد سمح لهم الولوج إلى عالم الصحافة من اكتساب الفنيات التحريرية اللازمة لفعالية هذا الخطاب، على عكس الخطاب الديني الحديث وبخاصة المبتوث في الفضائيات، والذي يفتقر إلى الكفاءة الشرعية التي كانت تصبغ الخطاب الديني في مرحلة النهضة والتجديد، وسنحاول رصد أهم خصائص الخطاب الديني الأصيل اعتماداً على ما كان في تلك المرحلة من منهجية إعلامية اطلع بها علماء فضلاء استجمعوا شروط الكفاءة الشرعية لرجل الخطاب الديني الأصيل.

ومن خصائص الخطاب الديني الأصيل:

1 - أنه خطاب اجتهادي: حيث كان يُعرض كاجتهادات داخل الحقل الإسلامي، وليس كأراء مقدسة، وتستلزم هذه الخصيصة التنبيه على عدم قدسية الخطاب الديني، وعدم تأليهه، لأن النص المقدس هو الوحي فقط والمتمثل في القرآن الكريم والسنة الصحيحة، وما الخطاب الديني إلا تعريف بما أو دعوة إليهما، أو نصرتهما، ويقتضي هذا الأمر ضرورة أن لا يتوقف الخطاب الديني عند النقل، أي نقل المعرفة أو نقل صورة الماضي، وإنما عليه أن يتجدد محتوياً وشكلاً في إطار ثوابت الإسلام وأصوله، أي توظيف مناهج الأولين وطرق تعاملهم مع الواقع عند تبليغ الدين، بدل استخدام وسائلهم وأساليبهم وتصويرها على أنها ثابتة من ثوابت الخطاب الديني، وإذا حاولنا أن نتبع الخطاب الديني المعرفي عند القدامى على سبيل المثال نجد أنه كان يركز على التأمل والتجريد، وعلى المناظرة والحوار، بينما هذا الأسلوب لم يعد قادراً على مجاراة واقع الاقتناع المعرفي لدى الإنسان المعاصر، الذي ينسحب على المحسوسات وعلى التحريف والحقائق العلمية، إذ لا يمكن للخطاب الديني المعاصر تصوير حقائق الدين بلغة المتكلمين، وبلاغة أدباء القرن الرابع الهجري وأدواتهما.

2 - متنوع: تنوع مجالات المعرفة الإسلامية وتنوع الجمهور الموجه إليه، وتنوع الواقع الحاضر الذي يسعى الخطاب الديني إلى معالجة انحرافات، وتعديل أو تغيير سلوكيات أفراد، كما أنه متنوع تنوع البيئات التي يعرض فيها الخطاب الديني؛ فالخطاب المعروض في المجتمعات الإسلامية يختلف عن الخطاب المعروض في المجتمعات غير الإسلامية أو المجتمعات المتعددة المذاهب والطوائف، ويقتضي تنوع قدرته على ملامسة حاجات جمهوره ورغباتهم في المسائل ذات البعد الديني، أو المتصلة بأحكامه وقضاياها.

3 - واقعي: لا نقصد بالواقعية الخضوع للواقع، وإنما معالجة قضايا الواقع الإسلامي وتقديم رؤى الإسلام في النوازل المستجدة، وغرس الدوافع التي تدفع الفرد المسلم للتفاعل مع قضايا أمته بنية التعبد، وتحقيقاً لمرضاة الله تعالى، وحثه على الانخراط والمساهمة في قضايا عصره وأمته، وتقديم البديل الإسلامي في شتى الميادين، ذلك أن معرفة الواقع الذي يتحرك فيه الخطاب الديني هو المطلوب أساساً، لأنه إليه يرتد إسقاط النصوص الدينية في هذا الخطاب الديني، كما أنه خطاب مستقر من النصوص لكن انطلاقاً من الملاحظة والتجربة والمعاشية للواقع.

4 - متوازن: يصنف الخطاب الديني الأصيل كخطاب متوازن سواء في مواده أو اتجاهه نحو القضايا الاجتماعية والسياسية والثقافية... الخ، ويعطي هذا التوازن في الاتجاه وسطية اعتدالية له، كما يشير التوازن في المحتوى إلى عدم اهتمامه بجانب واحد لواقع الإسلام والمسلمين، على حساب الجوانب الأخرى، إلا في الخطاب الديني المتخصص، ويكون التوازن أيضا في طريقة مخاطبة الجمهور بعد التركيز على الوسائل السمعية مثلا وإهمال الوسائل البصرية.

5 - يعتمد التخطيط ويتعد عن الارتجالية: حتى يحقق الخطاب الديني أهدافه عليه أن يعتمد استراتيجية واضحة ومضبوطة، وقد أشرنا إلى الخطط التي كان يعتمدها الإمام ابن باديس في مساره الإصلاحية من خلال توظيف الصحافة المكتوبة، بينما تطبع الخطابات الدينية في وسائل الإعلام الجديد الارتجالية وقلة التخطيط الاستراتيجي البعيد، إذ من الصعوبة بمكان إيجاد برامج دينية - غير الخطب والدروس والحصص المباشرة (مثل الفتاوى) - ذات بعد فني هي من إنتاج المؤسسات الدينية الإسلامية.

6 - يتكامل مع غيره: فهو جزء من الخطاب الديني المعروض عبر الوسائل الأخرى، وهو جزء يؤدي وظيفة نبيلة مكاملة للمؤسسات المجتمع المسلم الأخرى، وهو جزء مسؤول عن الحفاظ على البناء القيمي الثقافي للفرد المسلم، وهو جزء مسؤول عن محاربة الآفات الاجتماعية في المجتمع، وهو جزء مسؤول عن تطور الإرادة الإبداعية لأبناء المجتمع، بما يغرس فيهم من دافعية البناء ورفع تحدي تفوق الحضارة الغربية، وتحلف الإنسان المسلم المعاصر.

سماته:

يتسم الخطاب الديني الأصيل بمجموعة من السمات اللازمة له ومن أهمها:

1 - الصدق: وهي سمة لازمة له، وغير منفكة عنه، وعليه فكل خطاب لا يتسم بالصدق لا يصنف كخطاب ديني إسلامي أصيل، يقول تعالى: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾ (التوبة 119). ويقول أيضا: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ﴾ (الإسراء 36)، ويقول أيضا: ﴿إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ﴾ (سورة النحل 105).

2 - الانضباط: فهو خطاب منضبط اتجاه المؤسسات الرسمية وبخاصة قوانين الدول التي يعمل فيها، ومنضبط اتجاه جمهوره، ومنضبط اتجاه زملاء المهنة وموثيق الشرف الإعلامية، ومنضبط اتجاه مبادئ الاتفاقيات الدولية ذات الصلة بالنشاط الإعلامي، فيما لا يتعارض مع مبادئ الشريعة الإعلامية.

3 - الالتزام الشرعي: فهو خطاب ملتزم بأحكام الإسلام، وملتزم بمقاصد الإسلام، وملتزم بمصالح المسلمين في الحاضر وفي المستقبل.

4 - المقصدية الدينية: فهو خطاب هدفه الأسمى هو تحقيق مرضاة الله تعالى.

- 5 - **الاحتياط والتثبت:** فهو خطاب قائم على الاحتياط من الوقوع في المحظورات من الإشاعة والتحريض، والتجريح والسب والتحقير والإهانة والفحش، يقول تعالى: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ﴾ (البقرة 104). وهو خطاب يتحقق من معلوماته ومحتواه قبل عرضه ودعوة الجمهور إليه، يقول تعالى: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ (الحجرات 6).
- 6 - **اليقظة:** يقظ نحو واجباته وأهدافه، ويقظ نحو مخططات أعداده وسلوكاتهم السلبية والضارة بالإسلام والمسلمين.
- 7 - **يتسم بالصراحة:** في عرض قضاياها على الجمهور وفي النصح لهم ولأئمة المسلمين.

سادسا: وظائف الخطاب الديني الأصيل في وسائل الإعلام

يسعى الخطاب الديني المعروف عبر الوسائط الإعلام إلى تحقيق الوظائف الآتية:

- 1 - **وظيفة التعليم:** أي تعليم المسلمين أمور دينهم، وهي وظيفة نبيلة، وواجب ديني أو فرض كفائي، حيث يسمح تأديته عبر وسائل الإعلام من توسيع نطاقه، وتمكين الجمهور من حفظه وإعادةه في الأوقات التي تناسبهم، والخطاب الديني إلى جانب كونه خطابا تعليميا فهو خطاب يؤدي خدمة عمومية للمواطنين في الدول التي دينها الرسمي هو الإسلام مثل الجزائر، فهو بذلك يؤدي خدمة عمومية يحتاجها المواطنون ليكون سلوكهم منسجم ومقتضيات المواطنة، وهو من جهة أخرى تحقيق لواجب التعليم الذي فرضه الإسلام على العلماء وطلبة العلم، وعمل من أعمال البر والتقوى والتعاون على الخير وطريق لمرضاة الله ونيل أجره وثوابه.
- 2 - **وظيفة التوعية والارشاد:** وهي وظيفة مكمل للوظيفة السابقة، فالتوعية والارشاد بالطرق السليمة للتعامل مع السلوكات والقضايا التي ترتبط بالأحكام الشرعية من أوامر وزواجر وعبادات وطاعات... الخ، هو من الوظائف النبيلة للخطاب الديني، والذي يمكن عرضه بطرق فعالة ومؤثرة في وسائط الإعلام، وتساهم هذه الوظيفة في تحقيق التوازن للمسلم بين متطلبات الانغماس في الواقع المعيش والذي يندفع شيئا فشيئا نحو الماديات، ومتطلبات الجانب الروحي، والذي بالتوعية والارشاد يمكن تنميته.
- 3 - **الوظيفة الاجتماعية:** من خلال تعليم الفرد القيم الاجتماعية المنصوص عليها في الإسلام، من طاعة الوالدين وصلة الرحم والتعاون والتكافل واحترام الآخرين، والدعوة إلى الخير والإصلاح، قال الله تعالى: (لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّنْ جُحُوثِهِمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا) سورة النساء آية 114.

وعن أبي هريرة رضي الله عنه قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : "من نَفَسَ عن مؤمن كربة من كرب الدنيا نفس الله عنه كربة من كرب يوم القيامة، ومن يَسَّرَ على معسر يسر الله عليه في الدنيا والآخرة ، ومن ستر مُسْلِمًا ستره الله في الدنيا والآخرة ، والله في عون العبد ما كان العبد في عون أخيه..." الحديث¹ .

4 - وظيفة بناء الاتجاهات وتعديلها أو تغييرها: تؤدي وسائل الإعلام دورا بارزا في تكوين اتجاهات الجمهور نحو مختلف القضايا، فهي منبر واسع لعرض مختلف القضايا ومناقشتها، مما يسمح بتكوين الآراء وتعديلها أو تغييرها، وعليه فكلما كان الخطاب اصيلا كلما سمح ببناء اتجاهات سليمة أو تعديل الاتجاهات التي بها تشويهات، وتغيير الاتجاهات الخاطئة والضالة والمنحرفة.

سابعا: مجالات الخطاب الديني الأصيل في وسائل الإعلام

يجب تفعيل الخطاب الديني وربطه بمجالات واسعة تسمح له بعرض حقائق الإسلام ومبادئه وقضاياه بشكل فيه تكامل وتنوع بما يتفق وشمول الإسلام وسعته، إضافة إلى مساهمة الخطاب الديني في حل المشكلات المتعددة للمجتمعات الإسلامية والعالمية، بما يجوزه من أفكار نيرة تسترشد بهدى الإسلام وتوجيهاته، كما أن التصدي للأفكار الهدامة والمضلة ونقدها يحتاج إلى معالجة شاملة، تسمح بتعديل اتجاه المجتمعات الغربية نحو نظرتها للدين ودوره في الحياة، ويشير محمد سيد محمد إلى أن مجالات الإعلام الديني (الخطاب الديني في وسائل الإعلام) كثيرة منها:

-الصفحات الدينية في الصحف والصفحات الثابتة فيها.

-البرامج الدينية في الراديو والتلفزيون.

-المسلسلات والبرامج الدينية التي تعكس الثقافة الإسلامية.

-المواد التي تعالج المناسبات الدينية مثل شهر رمضان.

-برامج عرض تجويد القرآن الكريم.

-الأفلام التسجيلية عن الآثار الإسلامية والأحكام الإسلامية مثل تقديم مناسك الحج².

وهي مجالات ترتبط بشكل الخطاب الديني، لكن يمكن الحديث عن مجالاته بناء على معيار مضمون الخطاب، فنقول أن مجالاته متعددة بتعدد خصائص الجمهور وحاجاته ومتطلباته، وانطلاقا من عالمية الرسالة الإسلامية، مما يدفع لضرورة إيصال الإسلام إلى العالم أجمع، ويمكن حصر هذه المجالات وفق معيار مضمون الخطاب:

- خطاب يعالج مسائل العبادات.

¹- رواه مسلم ، كتاب الذكر والدعاء ، باب فضل الاجتماع على تلاوة القرآن وعلى الذكر 2074/4 حديث رقم 2699.

²- محمد سيد محمد، الإعلام الإسلامي، سلسلة كتاب الأمة، تصدر عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، قطر، عدد 58، 1405 هـ، ص 78-79.

- خطاب يعالج مسائل العادات.
- خطاب يعالج الأبعاد الروحية والنفسية للجمهور.

سابعاً: فعالية الخطاب الديني وتأثيره

ترتبط فعالية الخطاب الديني الأصيل بـ :

- مدى توفر الحس المهني لدى لقائمين عليه.
- مدى استغلاله لكل الوسائل التقنية والفنية المتوفرة في عصرنا لعرضه.
- مدى قدرته على تحمل المحن والصعاب لبلوغ أهدافه.
- ويمكن رصد بعد المبادئ التي تزيد من فعالية الخطاب الديني:
- مراعاة التوازن بين مواد البرامج الدينية في وسائط الإعلام الجديد.
- مراعاة التوقيت المناسب لعرض الخطاب؛ وتعد المناسبات الدينية محطة للفت انتباه المشاهد لهذه المناسبات وما تحويه من عظات وأعمال دينية.
- الاهتمام بكل ما يجعل الخطاب الديني مشوق.
- مراعاة تنوع خصائص الجمهور.

خاتمة ومقترحات

حاول الخطاب الديني المعاصر المعروف عبر الوسائط الجديدة التموّج في خارطة هذه الوسائط، حيث تمكن من احتلال مكانة مرموقة على مستوى سلم تفضيلات الجمهور العربي الإسلامي، إلا أنه مازال يعاني في نواح عديدة، ترتبط أساساً بابتعاد جزء معتبر منه عن أصالته، التي تميزه عن غيره من الخطابات، وهي استمداده ضوابطه من الشريعة الإسلامية، وارتكازه على محتواها.

لذلك تقترح هذه الدراسة:

- لحفت انتباه الوسائط الإعلامية إلى ضرورة تكوين العاملين بأقسام الإعلام الديني تكويناً مستمراً.
- لحفت انتباه المؤسسات الأكاديمية الإسلامية إلى ضرورة توعية الباحثين المتخصصين في علوم الشريعة إلى أهمية استخدام الوسائط الجديدة في عرض الإسلام.
- تأسيس مؤسسات قوية تكون تابعة للمنظمات الدولية الإسلامية وتكليفه بمهمة إنتاج البرامج الدينية، وبخاصة التمثيلية منها.

