

الميدية الدينية

بحث في المنظور الإسلامي للإعلام الفضائي

محمد رضا زائري^[*]

قدمت القنوات الدينية الإسلامية على امتداد تجربتها - بدءاً بأواخر ثمانينيات القرن العشرين المنصرم- نموذجاً غنياً لدراسة ظاهرة الإعلام التلفزيوني الديني في العالم العربي. لعل الجانب الأهم في دراسة هذا النموذج هو كثرة القنوات الفضائية الإسلامية، وتنوع أساليب عملها، بما يعكس تعدد الاتجاهات والتيارات الدينية والمذهبية التي تعبر عنها.

في هذا البحث نقرأ للباحث الإيراني محمد رضا زائري رؤية نظرية وتطبيقية للإعلام الديني من منظور إسلامي، حيث يتطرق إلى مفهوم الإعلام في ضوء النص القرآني وما ورد بشأنه في التراث العربي الإسلامي. في الجانب التطبيقي ناقش الباحث ظاهرة القنوات الفضائية وطريقة أدائها والثغرات التي تواجهها.

«المحرر»

◀ لا يفارق الإعلام الإسلامي، مفهوم الإعلام كإطار نظري عام، إلا في الوظيفة واللغة المتخصصة التي تؤدي مادته الإخبارية. مع ذلك فإن المصطلح نفسه لا يكتسب معناه الخاص إلا من خلال تعبيرات اللغة الدينية الإسلامية. ذلك بأن كلمة الإعلام في القرآن الكريم، وفي لسان العرب وعند فقهاء اللغة، تناظرها مجموعة من المفردات المرادفة، وكل منها يعبر عن صنف معين من الأصناف التي تعود كلها إلى ما ندعوه في لغتنا المعاصرة بـ «الإعلام».. ونستطيع أن نجد في النص القرآني

*- أستاذ جامعي وباحث في علم الاجتماع الديني - إيران.

الكثير من هذه المفردات: كالخبر، والنبأ، الإيصال، والبلاغ والتبليغ، والرسالة الإرسال والرسول والدعوة.. الخ..

ويمكن فيما يأتي أن نعرض المعاني والدلالات الدينية للمفردات سابقة الذكر.

أولاً: الخبر

«الخبر» مفردة محورية تلخص مفهوم الإعلام في اللغة وتكثفه خاصة وفي البناء الثقافي الإسلامي عامة. في اللغة -وحسب المحدث واللغوي ابن وهب في «البرهان»- «أن الخبر استجلاء للواطن^[1]، فلولا ما أتانا من الخبر في شرح مراد الله - عز وجل - في الصلاة والصيام ومعنى الكفر لما عرفنا باطن ذلك، ولا مراد الله عز وجل في الصلاة والصيام، ولا كان ظاهر اللغة يدل عليه، بل كل من دعا مصلياً، وكل من أمسك عن شيء صائماً، وكل من ستر شيئاً كافراً^[2]».

ثانياً: الإيصال

بين الخبر والاتصال عروة وثقى في المعنى والدلالة. ففي القرآن الكريم قوله تعالى: {وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ}^[3]. ومن هذه الزاوية، يعني الاتصال في الفهم والممارسة الدينية الإسلامية، تحويل كل خبر الى مادة للترشيد والدعوة إلى دين الله. وإذا، فالعمل الإعلامي الإسلامي هو حقيقة أساسية من حقائق التواصل في العملية الاجتماعية، وهو يمثل شتى الطرق التي يؤثر فيها المرسل أو يتأثر بها المرسل إليه «بالبر والتودد وعدم الجفاء»، وقد تكون هذه الطرق مباشرة وشخصية أو غير مباشرة ولا شخصية؛ فالإعلام هو حامل العملية الاجتماعية، والتحرير الإعلامي هو الذي يحقق الوصول إلى الجماهير من خلال قناة الاتصال^[4].

ثالثاً: النبأ

«النبأ» مفردة قرآنية جديرة بالملاحظة، وهي المفردة التي تحمل اسم السورة الأولى من الجزء الثلاثين من القرآن الكريم. ومن خلالها نلاحظ أن استخدام لفظ (النبأ) في النص القرآني، يقع على وجه الدقة في مجال الإخبار الإلهي لأنبيائه ورسله عن أمره بواسطة الوحي. وحين يقال: نبأه

[1]- أبو الحسن بن اسحق بن سليمان بن وهب «البرهان في وجوه البيان»- تقديم حفني محمد شرف- مكتبة الشباب العربي - القاهرة - 1969 - ص 112.

[2]- سورة القصص - الآية 51.

[3]- سورة القصص - آية 51.

[4]- محمد حمد خضر- مطالعات في الإعلام - دار خضر للطباعة والنشر والتوزيع - بيروت - 196 - ص 56.

بالشيء: أي أخبره به وذكر له قصته. والنبأ هو «الخبر ذو الشأن والقصة ذات البال. والجمع انباء»^[1]. وإلى ذلك ثمة الكثير من الآيات حول «النبأ» والتي تؤدي غاية المعنى بين المرسل والمرسل إليه، نذكر منها ما جاء في سورة التحريم: {قَالَتْ مَنْ أَنْبَأَكَ هَذَا قَالَ نَبَأَنِي الْعَلِيمُ الْخَبِيرُ}^[2].

رابعاً: الدعوة

مفردة الدعوة تدخل في عمق الإعلام الديني، سواء ما ورد حولها في النص القرآني، أو في الثقافة الدينية الإسلامية. يقال في اللغة على سبيل المثال: دعوتُ فلاناً؛ أي: صَحْتُ به واستدعيته. وتداعى القوم: دعا بعضهم بعضاً حتى يجتمعوا، وهو التداعي، والدُّعاة: قوم يدعون إلى بيعة هدى أو ضلالة، وأحدهم داعٍ، ورجل داعية: إذا كان يدعو الناس إلى بدعة أو دين، أُدخلت الهاء للمبالغة^[3]. أما المدلول الاصطلاحي للدعوة: فيؤدي المراد نفسه مما سبق لنا وذكرناه من مفردات. "فالدعوة تعني تبليغ رسالة الإسلام، عقيدة وشريعة وأخلاقاً، وهي الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والنصيحة، والحض على الطاعة، والالتزام بدين الإسلام في جميع شؤون الحياة من أجل التمكين لدين الله في الأرض، والفوز بالجنة والنجاة من النار"^[4].

في السياق عينه، قدّم العلماء والباحثون تعريفات متعددة للدعوة؛ منها أن: (الدعوة عملية إحياء لنظام ما؛ لتنتقل الأمة بها من محيط إلى محيط)، وعلى هذا يُعرّف المحقق رؤوف شلبي - الدعوة الإسلامية بما يأتي:

هي الحركة الإسلامية في جانبها: النظري والتطبيقي.

من حيث هي: حركة بناء للدولة الإسلامية.

من حيث هي: دفاع عن استمرار وجود الدولة الإسلامية^[5]

وتحدّث الآيات في القرآن الكريم عن الدعوة من حيث هي هداية وإرشاد، وتبليغ وإنذار، وجهاد بالقرآن الكريم، كما هي في قوله تعالى: {وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ}^[6].

[1]- ابن وهب - المصدر نفسه - ص 115.

[2]- التحريم- آية 3.

[3]- ابن منظور - لسان العرب - الدار المصرية للتأليف والترجمة- القاهرة 1985 - ص 95.

[4]- محمد علي النجار - معجم ألفاظ القرآن الكريم - الجزء السادس- الدار المصرية- القاهرة 1989- ص 95.

[5]- رؤوف شلبي - الدعوة الإسلامية في عهدها المكي - مطبوعات مجمع البحث الإسلامية - المدينة المنورة - 1974 - ص 32-36.

[6]- يونس - آية 25.

وقوله تعالى: {يَا قَوْمَنَا أَجِيبُوا دَاعِيَ اللَّهِ وَآمِنُوا بِهِ يَغْفِرَ لَكُمْ مِنْ ذُنُوبِكُمْ وَيُجِرْكُمْ مِنْ عَذَابٍ أَلِيمٍ} [1].

كما جاء قوله تعالى: {يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ} [2]، وقوله تعالى: {وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا} [3]، وقوله تعالى: {يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ * قُمْ فَأَنْذِرْ} [4].

مما سبق يتضح أن الدعوة هي عملية دعاء وتبليغ وإنذار، وبذل للجهد، وهداية إلى الطريق المستقيم، ومغفرة الذنوب، والفوز بالجنة، والنجاة من النار. وعلى ذلك، فإن الدعوة بحسب ما يذهب إليه الكثيرون من المحققين هي: (إنذار الناس وتبليغهم دين الله تعالى، وبذل الجهد في نصحتهم بالتي هي أحسن؛ للترقي بهم إلى أعلى المراتب). ثم إن من أخص الصفات وأفضلها في الإنذار والتبليغ وهداية الناس إلى دين الله عز وجل - خصيصة التدرج، وتعني الترقى بالناس شيئاً فشيئاً، والبَدْء بالأهم ثم المهم؛ للوصول بهم إلى أعلى الدرجات). وانطلاقاً من هذا التعريف، ينطلق الإعلام الديني الإسلامي من مبدأ شمولية الشريعة الإسلامية لجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان، وتتضح هذه الشمولية في الخطاب القرآني في كثير من المواطن، التي تؤكد عالمية الإسلام منها:

أ - كونه ديناً للناس أجمعين، كما في الآية: {وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا * وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ} [5].

ب - عمومية الأحكام الإسلامية: أي تشمل على كل سلوك الإنسان وشؤونه.

ج - عمومية الجزاء: فالكل سيحاسب على الخير والشر، في الصغيرة والكبيرة.

د - عمومية التبليغ: فكل مسلم ومسلمة مسؤول عن تبليغ دينه بالقدر الذي يستطيع، وهذا عمل إعلامي بحت [6].

خامساً: البلاغ والتبليغ

إن المفردة الأكثر تطابقاً مع روح الإعلام الإسلامي هي تلك التي اصطلح عليها بـ «التبليغ».

[1]- الأحقاف - آية 31.

[2]- المائدة - آية 67.

[3]- الفرقان - آية 52.

[4]- المدثر - آية 2.

[5]- سبأ: آية 28.

[6]- رؤوف شلبي - مصدر سبق ذكره-

وهذه المفردة تؤدي مهمة مزدوجة لإعطاء الإعلام الإسلامي بعده العقائدي والاصطلاحي. فالتبليغ معناه الإيصال والبلاغ، وهي مهمة الأنبياء ومن بعدهم الأوصياء ومن بعدهم العلماء.

والتبليغ - بحسب ما يعرفه الباحثون - يجب أن يكون هادفاً وقائماً على مضمون فكري أصيل، فهو دين الله ورسالاته وتعاليمه، ولا يكون التبليغ بنشر الفكر الخاص، أو الرأي الخاص، بل يتحتم على المبلِّغ أن ينقل الفكر الأصيل^[1]. ونظرية التبليغ أكدتها الآيات القرآنية، واعتبرتها مهمة ناجزة تفرض على أهل الهدى ومن يتبع سبيل الهداية، ومن جملة السياسات الكبرى لعملية التبليغ أن يكون المبلغون على بصيرة من أمرهم وعلى بصيرة من دينهم وعلى بصيرة من فهم الطريق والوقائع. ومما تقدم فإن النظرية الإعلامية في القرآن تقوم على تبليغ رسالات الله (الفكر الإسلامي وتعاليم دين الله) على يد أناس رساليين يدعون إلى الله (إلى رسالاته) وهم على بصيرة من أمر دينهم وزمانهم وحياتهم وأوضاعهم، وهم ممن يخشون الله في الوسائل والأدوات واللغة والأسباب، ولا يخشون غير الله من الذين يصدون عن سبيل الله فلا تأخذهم في الله لومة لائم أو حسد حاسد أو شنان معتد أو أثم^[2]. وما ذاك - حسب الرأي المتفق عليه بين العلماء المسلمين - إلا لأن الداعي والمبلِّغ الذي يحاول أن ينقل هذه الرسالة إلى جمهوره يرى في ذلك فضلاً كبيراً: من الناس. والتبليغ لرسالات الله في مقابل الحديث عن الهوى والرأي الشخصي والنزعة الفردية وإظهار الخصوصيات للمبلغ بل للرسالات وما فيها من حكمة ومنطق وعقل وفهم ووعي ودراية ومواءمة واتساق وانسجام وغير ذلك تستلزم الابتعاد ما أمكن عن إدخال ما هو خاص في هذه العملية، والسعي لعدم الزيادة أو النقصان. وكلما كان الشخص أعظم في هذه المهمة كانت مسؤوليته أخطر في عملية التبليغ، سواء لجهة أصل العملية أو لجهة الحرص على نوعية التعاليم المقدمة والتي يجب أن تكون مساوية مائة بالمائة للوحي ولما نزل من عند الله تعالى، ذلك كله لتحذير الأشخاص الذين سيسمعون قول الله تعالى بأنه لا أحد يحق له أن يتدخل في التعاليم زيادة أو نقصاناً وإن أي تقوّل فيها سيؤدي إلى هذا العذاب المشدد الأليم. «فهنالك إذن، هدف إلهي لهذه العملية التبليغية يتبغي الداعي من خلاله هداية أكبر عدد ممكن من الناس وهذا عائد إلى ان وظيفة التبليغ الإلهي لا نهاية لها سوى إيصال البشر إلى الكمال الإنساني حيث السعادة الأبدية، سواء على الصعيد الفردي أو الجماعي، وهو الهدف الأسمى الذي من أجله بعث الأنبياء، وأنزلت الكتب السماوية، ووضعت الشرائع، وسُنّت القوانين الإلهية. وبما أن الوصول إلى هذا الهدف البعيد دفعة واحدة غير

[1] بلال نعيم، بحث حول الإعلام في القرآن- دار الهادي- بيروت- 2002، ص 19.

[2] المصدر نفسه، ص 22.

ممكناً، كان لابد من التدرج في بلوغه، لذلك كان هناك أهداف جزئية ومرحلية تصب كلها في خاتمة الهدف النهائي، مثل الهداية إلى الله تعالى، والدعوة إلى التوحيد، وإظهار الأحكام الشرعية لتعبيد طرق الطاعة، وسد طرق المعصية، وبيان الصفات الإلهية للتخلق بمكارم الأخلاق، والتنزه عن الرذائل ومساوي الخصال... إلخ. ولذلك قد يتمكن المبلّغ من إيصال بعض الناس إلى بعض هذه الأهداف من دون بعضها الآخر، وليس في ذلك ضير، فكلما اقترب الإنسان من الكمال النهائي كان ما حققه المبلّغ من نجاح أكبر، فلا بد في سلوك أية طريق من الشروع في السير في مراحلها الأولى»^[1].

وهناك عنصر مهم جداً في هذه العملية حسب نظرية التبليغ القرآني والذي يتجلى في شخصية من يدعو ويبلّغ وهم: «الرساليون: أهل التبليغ، حملة الرسالة، النبي وأهل بيته وأصحابه وجميع العلماء والفقهاء والمجتهدون والمفكرون وأهل العلم الذين يجب أن يتمتعوا بمجموعة من الصفات الخاصة والمميزة. أي أن يكونوا:

- على بصيرة من دينهم (عالمون بما يبلغون).
- على تقوى من الله (يلتزمون بما يعلمون، ويلتزمون بمندرجات الرسالة في الوسائل والأساليب).
- على بصيرة من عملهم (في معرفة الزمان والمكان والخصوصيات).
- لا يخشون أحداً إلا الله، حتى لا يأخذهم الرعب إلى ترك المهمة أو إلى تغيير سياساتها وتوجيهها بما يناسب أهل الباطل»^[2].

وهذا الواجب الإلهي يشمل جميع المؤمنين بالله تعالى وليس رجال الدين فقط. ونجد ذلك من خلال التوكيد على دراسة المبادئ والأسس الإيمانية والعقائدية في الإعلام الإسلامي: ولنأخذ النقطة الأولى في دراسة الإعلام الإسلامي هي ما ورد من توجيهات في القرآن الكريم وأوامره يقول تعالى:

«وانذر عشيرتك الأقرين»^[3] ويقول تعالى: «والذين جاهدوا فينا لنهدينهم سبلنا...»^[4] ويقول

[1]- المصدر نفسه، ص24.

[2]- المصدر نفسه - ص 25.

[3]- سورة الشعراء - 214.

[4] سورة العنكبوت - 69.

أيضاً: «نحن أعلم بما يقولون، وما أنت عليهم بجبار، فذكر بالقرآن من يخاف وعيد»^[1]. وقوله في سورة «النحل»: «ادع الى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن، إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين»^[2].

وإذن، فالأمر الألهي هنا هو الدعوة إلى الله... والدعوة إلى الله لها أسس انذارية أو تربوية... وتتحدد هذه الأسس عندما تتحدد البيئة التي ندعو بها إلى الله... فالإنذار للعشيرة الأقربين الذين يعرفون الدعوة ويفهمون الدين ولكنهم يعرضون عنها كبر وغطرسة... والدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة عندما يتطلب الأمر دعوة تربوية للذين يفهمون منطق الحياة...^[3]:

ولكن السؤال التي يثار في هذا المقام هو التالي: هل تصل هذه الدعوة إلى غير المسلمين وتتجاوز حدود الأمة المسلمة لتشمل الناس جميعاً، أو تختص بالأمة المسلمة فقط؟ في الجواب عن هذا السؤال يجمع العلماء والباحثون المسلمون على: أن «من الواجب المتيقن أن تظل الدعوة مشغولة بأمر المسلمين وخاصة الأمة، تذكّرهم بحق دينهم، وتنبههم عند غفلاتهم، وتقل عثراتهم، وتسدّ خطاهم، وتطمئنهم إلى صحة حقائق دينهم وعظمتها، وتدرأ عنها الشبهات والأباطيل، ثم تقيم الدين في مجتمعاتهم، شعائر وشرائع، في الاقتصاد والاجتماع والسياسة وغيرها، حياة ومنهجاً، تصديقاً وتحقيقاً». يضيف: «وخطاب القدوة هو أول خطاب يجب أن يُوجّه إلى الناس من أصحاب الدعوات وحَمَلَة الرّسالات ومن اتبعهم بإحسان وخلفهم بإيمان، وإلا فسيفى الناس في حاجة شديدة لهذا الخطاب، مهما وجه إليهم من خطاب آخر، وإن جُمِل أو كُمِل. ولقد كان النبيون- صلوات الله وسلامه عليهم - قبل أن يقدموا خطاب ربهم للناس، يقدمون لهم أنفسهم- خيرين صالحين راشدين- فيجد الناس فيهم الصدق والأمانة، والبر، والحرص على نفعهم، فيرضون بهم، ويرجون منهم، ويتخذونهم أسوة حسنة»^[4].

سادساً: الرسالة

عند هذه المفردة، نصل إلى نقطة مهمة ورئيسة وهي تتمثل في كون الإسلام رسالة للناس أجمعين، ورسالة الإسلام رسالة عالمية. غير محدودة بزمان ولا مكان، ولا بأمة ولا بشعب ولا بدولة أو جماعة. وبالتالي فهي ليست رسالة لشعب خاص يزعم أنه وحده شعب الله المختار وأن الناس

[1] سورة ق - 45.

[2] سورة النحل - 125.

[3] زهير الأعرجي- الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية، دار التعارف - بيروت -1982 ص 38.

[4] عبدالله الزبير عبدالرحمن، من مرتكزات الخطاب الدعوي، دار العبيكان - الرياض - 2001 ص 68.

جميعاً يجب أن يخضعوا له. كما أنها ليست رسالة لإقليم معين يجب أن تدين له كل الأقاليم في الارض وتجبى له ثمراتها وأرزاقها. أو كذلك لطبقة معينة مهمتها أن تسخر الطبقات الأخرى لخدمة مصالحها أو اتباع أهوائها أو السير في ركبها^[1].

وفي آيات القرآن الكريم ما يؤكد على عالمية رسالة الإسلام نشير في ما يأتي إلى بعضها:

- (1) «وما هو إلا ذكر للعالمين»^[2].
- (2) «نذيراً للبشر»^[3].
- (3) «إن هو إلا ذكر للعالمين»^[4].
- (4) «إني رسول الله اليكم جميعاً»^[5].
- (5) «ليكون للعالمين نذيراً»^[6].

وكون الإسلام رسالة عالمية فمعنى ذلك أن أحكامه صالحة لكل زمان ومكان، ومهيأة للبقاء والاستمرار والعموم.^[7] ولعل من بديهيات الإسلام وصفاته الأصلية - حسب الفقهاء- أنه جاء لعموم البشر ولم يأت لطائفة معينة منهم أو لجنس خاص من أجناسهم، قال تعالى: «وما أرسلناك إلا كافة للناس بشيراً ونذيراً» وقال تعالى: «قل يا أيها الناس إني رسول الله إليكم جميعاً» وعموم الإسلام هذا غير مقصور على مدة معينة من الزمن أو جيل خاص من البشر وإنما هو عموم في الزمان كما هو عموم في المكان، ولهذا فهو باق لا يزول ولا يتغير ولا ينسخ، لأن الناسخ يجب أن يكون في قوة المنسوخ سواء أكان النسخ كلياً أم جزئياً، وحيث إن الإسلام ختم الشرائع السابقة كلها وإن محمداً (ص) هو خاتم الأنبياء والمرسلين، فمعنى ذلك أن الشرائع الإلهية انقطعت وأن الوحي الإلهي لم يعد ينزل على أحد، قال تعالى: «ما كان محمد أباً أحد من رجالكم ولكن رسول الله وخاتم النبيين» وعلى هذا لا يتصور أن ينسخ الإسلام أو يغيره شيء^[8].

[1]- ز. الأعرجي- الشخصية الإسلامية - مؤسسة إعلامية- مصدر سابق- ص 51.

[2]- سورة القلم، الآية 52.

[3]- سورة المدثر، الآية 36.

[4]- سورة التكوير، الآية 37.

[5]- سورة العراف، آية 158.

[6]- سورة الفرقان، الآية 1.

[7] المصدر نفسه، ص 136.

[8] المصدر نفسه، ص 57.

2 - القنوات الدينية الإسلامية: ظروف النشأة وشروط الولادة

اعتمد الخطاب الديني في عصور الإسلام الأولى على وسيلة الاتصال الشخصي الجماعي وخاصة في المساجد كأمكنة دينية جامعة. إذ كان يلتقي فيها طلاب العلم الفقهاء والعلماء خلال حلقات درس اتخذت فيما بعد نهجاً منتظماً كان له عظيم الأثر في نشر علوم الدين. كانت المساجد أشبه بجامعات إسلامية يتزود الناس فيها بعلوم الدين ويتفقهون بالمسائل المرتبطة بحياتهم اليومية إلى جانب انتشار حلقات تحفيظ القرآن الكريم. وإلى جانب الإعلام بوسيلة الاتصال الشخصي والجماعي (أو الجماعي) كانت هناك وسيلة تدوين المخطوطات ونقلها، وكانت هذه الوسيلة بديلاً من الوسائل الطباعية الحديثة المعروفة الآن. وكثير من أمهات الكتب الدينية الموجودة اليوم، نُقلت وطُبعت في العصر الحديث عن أصول مخطوطات قديمة كتبت في عصورها بأيدي كاتبها من العلماء^[1].

وإذا كان من استعراض تاريخي مكثف لتطورات الخطاب الديني الإسلامي، فيمكن العودة إلى بدايات ازدهاره بظهور المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي. وقد تمثل ذلك عبر انتشار الكتب المطبوعة واقتناء الناس لها وتزايد أعداد طلاب العلم، وتعدد المعاهد الدراسية الدينية في مختلف المجتمعات الإسلامية.

ويمكن القول في هذا المضمار إن الخطاب الديني احتل مكانة متواضعة جداً في البداية مع ظهور الإذاعة والتلفزيون في القرن العشرين. جرى ذلك على شكل برامج دينية كانت تتمثل غالباً في أحاديث وقراءات دينية إلى جانب تلاوة بعض آيات القرآن الكريم، ثم تنوعت محتويات الخطاب الديني الإعلامي وأساليبه لتأخذ صيغاً مختلفة مثل الندوة الإذاعية، الدراما الدينية، المسلسل الديني، آذان الصلاة، إلى خطبتي الجمعة وغيرها. ثم اتجه الرأي نحو انشاء إذاعات دينية متخصصة تكون بمنزلة ركيزة أساسية للإعلام الديني، فأنشئت إذاعات القرآن الكريم في مصر والمملكة العربية السعودية وإذاعة نداء الإسلام في مكة المكرمة، وحذت الجزائر هذا الحذو بإنشائها في التسعينيات من القرن العشرين إذاعة القرآن الكريم، ونعتقد أن معظم الدول الإسلامية أنشأت إذاعات دينية خاصة بالقرآن الكريم. كذلك يمكن الحديث هنا عن تنامي الفضائيات الدينية في المجتمع الإسلامي مع ظهور قنوات «المجد» و«الرسالة»، و«سمارتس» و«المنار» و«الفجر»، وهدى باللغة الإنجليزية وقبلها بظهور قناة اقرأ التي مهدت لظهور هذه القنوات الفضائية الدينية

[1]- بو علي نصير - الخطاب الديني ورسائل الإعلام - دراسة نقدية قدمت في مؤتمر «الخطاب الديني المعاصر والمتغيرات الدولية» - جامعة الجزائر - 15 كانون أول (ديسمبر) 2007.

وأعطت صبغةً وتصوراً جديدين للخطاب الديني في وسائل الإعلام الحديثة^[1].

ويركّز باحثون في الشأن الإعلامي الديني على مجموعة مجالات تؤلف على الجملة مادة نشاط الإعلام الديني الفضائي اليوم. يشير هؤلاء بدايةً إلى المساجد: الصفحات الدينية في الجرائد اليومية والمجلات الأسبوعية الدينية المتخصصة؛ والبرامج الدينية في الراديو؛ والتلفزيون؛ إلى المواد والمحتويات الإعلامية التي تعكس صوراً من الثقافة الإسلامية مثل المسلسلات وبعض البرامج الثقافية الرمضانية ناهيك عن الأفلام الدرامية الدينية مثل: «الرسالة»، «القادسية»، «عمر المختار»، «أهل الكهف»؛ «مريم العذراء» إلخ؛ وكذلك الأفلام الوثائقية (التسجيلية) عن الآثار الإسلامية ومناسك الحج إلخ..^[2].

في أي حال، فإن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة حتى الثمانينيات من القرن العشرين هو صورة من صور الإعلام المتخصص أي ما سمي بـ «الإعلام الديني»^[3]. بمعنى أن الإعلام الديني هو الجزء المتخصص في قضايا الوعظ والإرشاد والتبليغ وتعليم الناس الأمور الخاصة بدينهم. وهو الإعلام والخطاب الديني المرتبط بالفروع وليس بالأصول، لأن الأصول هي من مهمة الإعلام الإسلامي ككل. والإعلام الإسلامي - كما يقول باحثون - هو إعلام شامل وكامل بشمول العقيدة الإسلامية وكمالها، ولا يرتبط فحسب بالقضايا الدينية، وإنما يتعداها إلى جميع نواحي الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية إلخ. والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في صدق أخباره، إسلامي في الترويح والتسلية، إسلامي في إعلاناته وإسلامي في تعليمه، وإسلامي أيضاً في شرح الأخبار وتفسيرها^[4].

مرحلة البث الفضائي

مع بداية العام 2001 شهد الفضاء العربي ميلاد ثلاث قنوات تلفزيونية تبث عبر الأقمار الصناعية وهي بالتتابع قناة "إقرأ" التابعة لشركة راديو وتلفزيون العرب "ART"، ثم قناة "طيبة والت" التي أعلن عن تأسيسها في إمارة دبي من العام نفسه، وهذه القناة التي كان من المقرر أن تبدأ بثها المباشر مطلع عام 1424هـ - 2004م، إلا أن ظروفًا تقنية حالت دون ذلك، أما القناة الثالثة فهي قناة الرحمن التي تبث من جاكارتا عاصمة أندونيسيا. بعد هذا التاريخ شهد العالم العربي والإسلامي انطلاق

[1]- بوعلي نصير- المصدر نفسه.

[2]- محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986، ص 56.

[3]- المرجع السابق نفسه، ص 36.

[4]- المرجع السابق نفسه، ص 37.

العشرات من القنوات الفضائية الدينية التي تبث باللغة العربية^[1].

لقد شهدت نهاية القرن العشرين الماضي وبداية الألفية الثالثة ما يمكن أن ندعوه انفجاراً في عدد القنوات الفضائية العربية وتنوع توجهاتها واختصاصاتها، ولأول مرة يترافق البث التلفزيوني (الصورة) مع الإرسال الإذاعي (الصوت). وبنتيجة ذلك صار في الإمكان تلقي الإرسال الإذاعي ليس عبر الموجة القصيرة أو المتوسطة، بل عبر الخدمة التي تقدمها الأقمار الصناعية، والتي تكاثرت هي الأخرى في الفضاء الخارجي، ووظفت لخدمة الاتصالات وبث القنوات المنطلقة من الأقطار العربية^[2]. في المقابل أزهرت ما يمكن تسميتها مدن الإنتاج التلفزيوني العربي وأهمها في مدينة القاهرة ومدينة دبي، للتحوّل إلى قاعة نشطة لصناعة البرامج المختلفة ولتلبية الحاجة المتزايدة للقنوات العربية السياسية وغيرها، وفي ظل أوضاع تنافسية شديدة، إلى الظفر بالأسواق وبالتالي باهتمام المشاهد العربي ومن ثم المعلنين التجاريين. بالإضافة إلى ذلك أسهمت شبكة الأقمار الصناعية في توفير خدماتها التكاملية التواصلية في الفضاء، الإمكانية للقنوات التلفزيونية العربية لتوسيع تغطيتها لتتجاوز الحدود الجغرافية للوطن العربي نحو المحيط الإقليمي المجاور ثم تنتقل إلى قارات العالم الأخرى وبوجه خاص إلى أوروبا وأميركا الشمالية. وتكاثر القنوات التلفزيونية الخاصة، انتهت عملياً سيطرة الدولة على البث التلفزيوني، وأضحى التلفزيون الفضائي، بوصفه وسيلة إعلامية أشبه بالصحف الخاصة في مطلع القرن الماضي، وتحولت القنوات الفضائية إلى منابر إعلامية متنوعة الأهداف والمواقف، وشديدة التعبير عن الخارجية السياسية للقوى والتوجهات الفكرية والاجتماعية السائدة في الوطن العربي. وفي إطار هذا الكم الكثير والمتنوع من المنابر الإعلامية المنطلقة عبر الفضاء، وفي سياق نظام تواصلية سمعي بصري شديد الفاعلية والتأثير في المتلقي، ونظام متنوع في مادته وتوجهاته السياسية والاجتماعية والفكرية، كانت النخب العربية توجد بكثافة وفاعلية على الشاشة، كمحيط خصب لتبادل الآراء والأفكار، ولممارسة دورها في التأثير المباشر، وجاء فعل الحراك الشعبي المعبر عن انتفاضة الشارع العربي تحدياً للمشهد الإعلامي العربي بأسره، ولم تعد الأجنحة التقليدية لأداء الآلة الإعلامية بكل وسائلها وممكناتها خارج الزلزال الكبير. هنا حدث التحول الجذري في توالي الهزات الارتدادية في مواقف النخب العربية إزاء التمردات الفكرية وانعكاساتها العفوية في صفحات المشهد الإعلامي، ولم تعد قضية إشباع الحاجات المعرفية للمتلقي كافية لتلبية الاستجابة لفعل التغيير عبر الحراك، وكان على

[1]- راجع القائمة باسماء الفضائيات الدينية التي أوردناها كملحق في نهاية هذا الفصل.

[2]- المصدر نفسه.

النخب العربية أن تختار بين البقاء في صوامعها التقليدية (التيارات التقليدية والأحزاب وغيرها من أشكال التنظيم) أو توجد على ساحة الإعلام والإعلام الفضائي بوجه خاص، ذلك الإعلام الذي توحد مع الحراك وأضحى جزءاً من واقعه اليومي ومعبراً عن نبضه وفعله وطموحه، وكان الانحياز السريع هو أن تكسر النخب شرنقتها، وتشق عصا الطاعة على تقاليد وألياتها السابقة وتختار التفاعل مع حركة الجماهير عبر دفع الصورة التلفزيونية الحية والمباشرة^[1].

«الميديا» وثقافة الخوف من الإسلام

أسهمت عوامل وتحولات إقليمية ودولية بصورة جذرية في إحداث طفرة غير مسبوقه في ولادة القنوات الدينية. لعل من أبرز هذه العوامل ما شهده العالم من حضور للإسلام على الساحة الدولية بعد سقوط الشيوعية. وكذلك بداية انتشار ثقافة العداة للإسلام بعد التفجيرات الإرهابية في نيويورك في الحادي عشر من أيلول (سبتمبر) 2001. وقد كان واضحاً دور الميديا والقنوات التلفزيونية في إذكاء ثقافة العداة بين الإسلام والغرب.

وهكذا لم تكن أطروحة الخوف من الإسلام، «الإسلاموفوبيا» على سبيل المثال مجرد مصطلح عارض بعد الحادي عشر من أيلول 2001. وإنما كانت أقرب إلى عنوان كبير يعكس حقائق واقعية في رؤية أميركا والغرب عموماً للعدو الجديد الذي هو الإسلام، بعد انهيار الشيوعية في العالم.

في هذا الإطار يوضح البروفسور أميرعلي^[2] في دراسة له بعنوان «الإسلاموفوبيا في أميركا» أن هناك فئتين في الغرب تروجان لمقولة الخوف من الإسلام هما شركات «الميديا» المعادية للمسلمين - وطريقة عمل وسلوك الوسط الإيديولوجي الإسلامي الذي يعيش في الغرب وبخاصة منه الوسط المتضامن مع تنظيم القاعدة.

-الفئة الأولى هم الذين نبشوا معلومات (خاطئة أو مضللة) عن الإسلاموفوبيا من مواد عمرها ألف عام خلفها وراءهم الصليبيون في أوروبا وقدمت بلغات حديثة، و/أو ابتكروا أفكاراً ومناهج جديدة لتوليد الإسلاموفوبيا، والترويج لها، ونشرها في العالم بأسره، ولا سيما في الغرب. يمكن تقسيم مروجي الإسلاموفوبيا إلى ثلاث فئات فرعية هي: (أ) الأصوليون العلمانيون، (ب) الأصوليون الصهاينة، (ج) الأصوليون المسيحيون الذين يعرفون بحركة الولادة الثانية والحركة الإنجيلية، هذا

[1]- صباح ياسين - المصدر نفسه.

[2]- باحث أميركي من أصل هندي له دراسة بعنوان: «الإسلام في أميركا: درب وعرة بالانتظار، دراسة حول النشاطات المعادية للإسلام»، في المؤتمر الأول حول الإسلام في أميركا، الذي أقيم في جامعة انديانابوليس، من 4 لغاية 6 تموز 1997، برعاية الجمعية الإسلامية لأميركا الشمالية، وجمعية علماء الاجتماعات المسلمين، وجامعة إنديانابوليس.

فضلاً عن (د) الأصوليين الهندوس و(هـ) السلافيين، وكل مجموعة لها أجدتها الخاصة ضد الإسلام. أما الفئة الثانية: فتتبع إلى منظمات إيديولوجية إسلامية يمكن تصنيفها بمجموعتين: (أ) الحركات الإسلامية المزيفة و(ب) مسلمو الهامش. ويحظى بعضهم في هاتين المجموعتين بدعم مباشر أو غير مباشر من القوى المعادية للإسلام في أنحاء العالم، ولا سيما الغرب. وأهل هذه الفئة ليسوا مسؤولين عن توليد «الإسلاموفوبيا» ولا يروجون لها، وإنما يسهمون فيها بشكل حامل عبر معتقداتهم التجديفية أو ممارساتهم وسلوكياتهم التي لا تمت إلى الإسلام بصلة. هذا فضلاً عن أن بعضهم في هاتين المجموعتين لا يعي النشاطات التي يمارسها أعداء الإسلام، أو يخجل من الجهر بمعتقداته، أو يتصف باللامبالاة والرضا الذاتي، أو لديه استراتيجيات لمحاربة الإسلاموفوبيا^[1].

واستناداً إلى أبحاث ميدانية أجرتها لجنة رانيميد المتخصصة بقضايا الأقليات المسلمة في بريطانيا تظهر وقائع «الإسلاموفوبيا» ضمن صور ومظاهر متعددة يمكن إجمالها على النحو الآتي:^[2]

«ينظر إلى الثقافات الإسلامية على أنها كتلة واحدة لا تتغير.

المزاعم التي تقول إن الثقافات الإسلامية مختلفة كلياً عن الثقافات الأخرى.

ينظر إلى الإسلام على أنه تهديد جسيم.

د - انتقادات المسلمين للثقافات والمجتمعات الغربية مرفوضة تلقائياً.

هـ - الانتقادات الإسلامية للثقافات والمجتمعات الغربية مرفوضة مسبقاً.

و - رهاب الإسلام مقترن بالعدائية العنصرية تجاه المهاجرين.

ز - الافتراض بأن الإسلاموفوبيا أمر طبيعي ولا يثير الجدل^[3].

وتبيّن الأبحاث والاستطلاعات الميدانية لنشاط الإعلام الغربي في سياق ترويجه لـ «الإسلاموفوبيا» عمق التدخل حتى في أبسط الممارسات الدينية والتقاليد القومية التي يمارسها المسلمون عامة ومسلمو أميركا خاصة. ففي البرامج التلفزيونية وشبكات التواصل الاجتماعي مناظرات ومدخلات تعكس اعتقاد الغرب بأن المسلمين يجمعون نساءهم، وجميع الرجال متعدّدو

[1]- أمير علي - المصدر نفسه.

[2]- الإسلاموفوبيا: مظاهرها وأخطارها - مقتطف من دراسة استشارية أعدتها لجنة رانيميد حول المسلمين البريطانيين عام 1997. راجع

موقع اللجنة: www.runnimedtrust.org

[3]- راجع المصدر نفسه.

الزوجات، والعنف من أساليب حياتهم، والإسلام يفرض الحكم الديكتاتوري ويجيزه، ويخالف الديمقراطية، والشريعة الإسلامية بترت أذرع وأيدي جزء من المواطنين بسبب جرائم تافهة ارتكبوها، وشنقت وقتلت الكثير منهم لأي مخالفة، والمسلمون يمتطون دوماً الجمال ويعيشون في خيم. هذا ويظنون بأن المجتمع الإسلامي لا يحكمه أي قانون. وفي الولايات المتحدة، يتمتع الكثيرون من غير المسلمين عن دخول مركز إسلامي أو مسجد خوفاً على حياتهم. في حين لم يسبق أن تعرض أي شخص غير مسلم لأي فعل عنيف في أي تجمع إسلامي. في المقابل، وقعت مئات أعمال العنف ضد المسلمين، وأماكن تجمعهم، ودور عبادتهم.^[1]

عن دور وسائل الإعلام يقول البروفيسور غوردن كونواي رئيس لجنة رانيميد حول المسلمين البريطانيين والإسلاموفوبيا^[2]. «من المجحف والظلم تصوير مجتمع ينتمي الى الدين الاسلامي الذي يعود تاريخه إلى أربعة عشر قرناً في قالب شيطاني. فالإسلام هو الدين الذي يعتبر الأسرع انتشاراً في الولايات المتحدة، ولا يمكن أن يكون دين شياطين. فإدانة المسلمين في الولايات المتحدة هي إدانة للبيض، والسود، والأميركيين ذوي الاصول اللاتينية الذين يعتنقون الاسلام. ونحو ثلثي المعتنقين الحديثين للإسلام هم من النساء، وغالبيتهم من البشرة البيضاء، فهل جميعهم مجانين وأغبياء؟ هناك استخدام مفرط لحقوق حرية الصحافة الواردة في قانون التعديل الأول لمهاجمة ما بين خمسة وتسعة ملايين مواطن أميركي (وهم بصدد الازدياد). وذلك إن دل على شيء فعلى أن الاسلام والمسلمين لا يحظون بتمثيل عادل وكاف في وسائل الإعلام. فالإسلام ليس ديناً غربياً كلياً عن الولايات المتحدة لأنه وصل إلى هذه القارة مع وصول الشعب الإفريقي الذي كان حراً إنما استعبده بالقوة تجار الرقيق الأوروبيون والأميركيون»^[3]. فلو تم على سبيل المثال تشغيل جهاز التلفاز على برنامج حوارى مثل جيرالدو، وريكي لايك، وجيني جونز، جيرى سبرينجر، وساليس جيسى رافايل وغيرهم، سيجد المشاهد حالات كثيرة عن سوء معاملة النساء، أو السفاح، أو أمور غريبة إنما لا أحد يصنفها كأعمال قام بها مجتمع مسيحي، أو يهودي، أو علماني، أو ملحد، بل ينظر إليها على أنها جرائم قام بها أفراد. لكن حين يرتكب مسلم جرماً ما، يصنّف على أنه عمل قام به مسلم، والأسوأ أنه يروج لذلك على أنه عمل مشتق من التعاليم الإسلامية. «إن من الظلم - كما ورد في دراسة لجنة رانيميد- أن تقوم وسائل الإعلام بالتشهير بالإسلام والمسلمين

[1]- أمير علي - مصدر سابق.

[2]- غوردن كونواي، راجع تعليقاته على الدراسة التي أعدتها لجنة رانيميد حول «الإسلاموفوبيا مظاهرها وأخطارها» راجع موقع اللجنة التي يرأس مجلس إدارتها www.runnimedtrust.org.

[3]- المصدر نفسه.

مع العلم أن مسؤوليتها وضع إرشادات عامة لتنظيم النفس. وفي هذا الوقت، لا نقترح إصدار أي تشريع لوقف الإسلاموفوبيا في وسائل الإعلام، إنما على هذه الأخيرة تعيين صحافيين مسلمين بين طاقمها ومنحهم فرص مشاركة كاملة. فضلاً عن ذلك، على الصحافيين غير المسلمين التعلم عن الإسلام والمسلمين وتلقي بعض التدريب في مسألة التوعية^[1].

ثم يلاحظ أن ما يجري بثه يومياً على شاشات التلفزة وشبكات التواصل، يفضي إلى أن الفرد في العالم الإسلامي يخضع للجماعة ولقيادة دينية ذات هيبة، في حين أن حرية الفرد في الغرب المحرر من الإكراه السياسي، والديني، والثقافي، مسألة مقدسة في نظام اجتماعي يحد من الاستغلال العشوائي للسلطة الشخصية^[2]. لكن رداً على مثل هذه الانتقادات، يضع المسلمون المعاصرون الحرية على مستوى المجتمع، مجادلين بأن الغرب أصبح في غربة عن نفسه، إذ يضع المصلحة الذاتية فوق كل اعتبار. وهذه الانتقادات «للآخر» هي على ارتباط وثيق بالصراع السياسي وسياسة تبرير الذات العقائدية، حيث الهدف الأعلى المنشود أكثر أهمية من آثار العمل الذي يقوم به المرء. وهكذا غالباً ما تلازم الخطاب الغربي حول الحرية والديمقراطية على سبيل المثال بالدعم للقادة القمعيين، تماماً كما استخدمت الدعوات للقيم الروحية والمجتمعية الإسلامية للدفاع عن أعمال تعتبر نقيضة لها^[3].

وعلى الرغم من تعدد الصور عن الغرب في الشرق الأوسط المسلم وتقلبها، تنتقل الأفكار المكونة عن الخصم إلى مقدمة الوعي عند اشتداد حدة الخلافات السياسية. ففي لحظة الاحتدام، كما هو حاصل في مناخ ما قبل وما بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر، سوف تصحو ذكريات الحروب الدينية والاستعمار وتذكر كأساس لعدم الثقة في الدوافع الغربية. وعندما تشيع الصور التي تصف شدة معاناة العرب والمسلمين على يد غير المسلمين، يسود مناخ من الدفاعية والغضب الأخلاقي. فها هي ذي أميركا تصبح قوة عظمى يجب على السياسيين التودد إليها ولكن لا يستطيعون التأثير فيها، أو مقاومتها، أو حتى فهمها عندما تصيغ سياسات تشجع انعدام المساواة على المستوى السياسي والاقتصادي: فالنفت يتدفق بحرية من بلاد الملوك الإقليميين الأثرياء، والمستوطنون الإسرائيليون يبنون مستوطنات جديدة على الأراضي الفلسطينية، ومؤيدو التغيير

[1]- أمير علي- مصدر سابق.

[2]- للمزيد من التعرف على رأي المستشرق والمفكر الأميركي المعروف برنار لويس في هذا الصدد انظر كتابه- Bernard Louis, the Atlantic Monthly, Islam and Liberal Democracy, New York 1993 No2 P.89

[3]- انظر: أمير علي- مصدر سابق.

يخشون على سلامة عائلاتهم وأحبائهم. وفي النهاية، يولد الامتعاض السياسي شعوراً معمماً بخيبة الأمل تجاه الغرب، معزراً المخاوف من أن التأثيرات الخارجية ستدفع بالمسلمين الى التضحية بدينهم، وليس بحقوقهم فحسب. وفي هكذا مناخ نشأت المجموعات الجهادية التي يصفها الغرب بـ «الأصولية» وأثارت درجات متفاوتة من التعاطف الشعبي مع ما أكدته بأن التغيير في الشرق الأوسط لا يمكن أن يتحقق إلا بمواجهة غرب متغطرس سياسياً ومشبوه أخلاقياً. في هذا الإطار، تتردد عبارة «معادة الغرب» أو «معادة أميركا» المنهجية على لسان هذه الحركات في العواصم الأجنبية بدويّ أكبر من إدانات الخطط السياسية والعسكرية التي تستحضر صور المسلمين عن «الصلبيين» في العصر الحديث^[1].

3 - القنوات الدينية الإسلامية: بين الغايات الكبرى والتوظيف الإيديولوجي

مرّ معنا كيف أن التراث الديني الاسلامي يمتلئ بمساحة واسعة من المراكز المرجعية للإعلام الديني المعاصر. فإذا كان الهدف الأعلى للقنوات الفضائية هو تحقيق التواصل مع جمهورها وبالتالي مع سائر المشاهدين أنيّ اختلفت معتقداتهم فإننا سنجد في الثقافة الإسلامية ما يسوّغ هذا الهدف ويمنحه المشروعية الدينية^[2].

غير أن الناظر في الواقع الفعلي للتواصل كما يظهر على عدد كبير من الشاشات الدينية، سوف يلحظ الأمور الآتية^[3].

أولاً: يشهد التواصل الديني في المجتمع الإسلامي انخفاضاً في مستوى الإقناع والتأثير والتوجيه لدى الجمهور. وذلك على الرغم من تدفق المادة الدينية الدعوية عبر الفاعلين الدينيين في المؤسسات الدينية الرسمية، وهيئات المجتمع المدني، ووسائل الإعلام والاتصال المختلفة... ولعل مرد ذلك إلى ضعف الوازع الديني والالتزام السلوكي، بسبب شيوع التيارات والفلسفات والأفكار الهدامة والنزعات المادية، الباعثة على الترف والإسراف، وانتشار الميوعة والانحلال الأخلاقي وضعف شبكة التواصل المجتمعية...

ثانياً: تأثر التواصل الديني بدعوات تجديد الخطاب الديني، الناجمة عن التغيرات المتسارعة داخل الأمة وخارجها، وقد نجم عن هذا تأثر الخطاب الديني -في إطار إيصاله والتواصل والتفاعل

[1]- نانان فانك وعبد العزيز سعيد - الاسلام والغرب - روايات عن الصراع وتحول الصراع - الصحيفة الدولية لدراسات السلام - الجزء التاسع - العدد الأول - ربيع وصيف 2004.

[2]- جميلة زيان- الإعلام ودوره في التواصل الديني. راجع موقع: www.islamlatina.com

[3]- المصدر نفسه.

معه - بالمرجعيات الدينية والفكرية المختلفة للفاعلين الدينيين، نتيجة اختلافهم في تأويل النصوص الشرعية وفهمها، كما نجم عن ذلك أيضاً إلغاء أو تشكيك في بعض الثوابت الإسلامية اتباعاً للرؤية الغربية للدين، حتى يصبح ديناً بلا جوهر، ودعوة بلا دولة، وعقيدة بلا شريعة، وشعائر بلا مقاصد، بدعوى التجديد، الأمر الذي حال دون انفعال النفوس بهذا الخطاب الديني المشوه وغير الشامل، وأثار موجة رد فعل رافضة ومعادية للإنسان الغربي وحضارته، أنتجت خطاباً دينياً متطرفاً، يركز على العداء المطلق للآخر وللسياسات الدائرة في فلكه، والدعوة إلى مقاطعته واستئصاله، مما شكل سداً منيعاً أمام التواصل الديني المجتمعي والعالمي.

ثالثاً: على الرغم من انتشار العداء للإسلام والمسلمين، وشيوع فكرة الإرهاب الإسلامي في المنظومة الفكرية والسياسية الغربية، ورواج فكر صراع وصدام الحضارات؛ فإن كثيراً من المثقفين والفاعلين الدينيين والإعلاميين من عقلاء المسلمين وغير المسلمين اتخذوا من الحوار الدعوي والتعايش السلمي في بلاد المهجر، والانفتاح الواعي على ما عند الآخر من قيم ومعانٍ وفضائل، بمقتضى الإرث الإنساني والحضاري المشترك؛ وسائل ناجحة للتواصل الديني والتعرف والاعتراف بالآخر ودينه وثقافته، وعدم نبذه وأخذة بذنب المعتدي، الأمر الذي يلزمننا اليوم بالاهتمام أكثر بالدعوة إلى حوار جاد بين الثقافات والأديان وحوار الدعوة على الصعيد العالمي.

رابعاً: لم يعد الاتصال المواجهي Face to face، وهو يشمل الندوات والمؤتمرات والخطب والدروس الدينية والاتصالات الشخصية، الوسيلة الوحيدة للتواصل الديني، بل أصبحت أدوات التكنولوجيا والتقنيات الإعلامية الحديثة وسائط ووسائل مهمة وضرورية لإيصال الدعوة إلى كافة الناس، من أجل تصحيح الواقع وإصلاحه وهداية الضال. ومن هنا أنشأ الناس من خلال فضاء الإنترنت الشاسع منتديات ومدونات ومواقع اجتماعية جذابة، يتبادلون فيها التعليقات ويشاركون بالرأي والحوار في مناقشة القضايا الفكرية والدينية، ويعلنون عن دورات الدروس الدينية، واتخذ مشايخ العلماء والفقهاء مواقع لهم على الشبكة العنكبوتية يتواصلون مع الناس، ويصدرون لهم الفتاوى الشرعية حول المستجدات الدينية.^[1]

لقد بات واضحاً من خلال ما تقدمه الأبحاث الميدانية أن الواقع الإجمالي لتواصل الدعوة عبر الإعلام يفتقر في الغالب إلى علاقة التفاعل بين القائم بالاتصال، من فاعل ديني وإعلامي، وبين المتلقي. هذا إضافة إلى أن الرسالة الدعوية والحقائق الدينية، وإن كانت تصل عبر وسائل

[1] المصدر نفسه.

الاتصال الجماهيري إلى أكبر عدد ممكن من الناس بمنتهى السرعة والجاذبية الفنية والإخراج التقني العالي، إلا أن التفاعل الواعي معها والافتتاح بحججها الذي يثمر الالتزام بمبادئها، يتطلب المواجهة المباشرة مع المتلقي التي يتحقق معها التواصل الفاعل المنسجم مع الفطرة البشرية السامية.

مثل هذه العناصر الإشكالية في العملية التواصلية تدفع الكثير من الباحثين في علم اجتماع التواصل إلى وجوب إعادة الاعتبار للأفهام المختلفة حيال الواقع الإعلامي الإسلامي واستراتيجيات عمله. وسوف نتوقف في هذا المضممار، عند ثلاثة مواقف من مشكلة تأصيل الإعلام، وهو ما يبينها الباحثون على النحو الآتي^[1]:

أولاً: الموقف التقليدي: ويقوم على أن تحقيق التقدم الحضاري المجتمعات المسلمة يكون بالعودة إلى الماضي والعزلة عن المجتمعات المعاصرة، وفي مجال تأصيل الإعلام يفهم عملية تأصيل الإعلام على أنها الاكتفاء بإسهامات و العلماء المسلمين واجتهاداتهم، مع الرفض المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية المعاصرة في مجال الإعلام من دون تمييز بين مجالاته المختلفة. وتتصف عملية تأصيل الإعلام الإسلامي طبقاً للموقف التقليدي بالآتي:

من ناحية المضمون:

الاستناد إلى أسس فكرية تقارب نظرية السلطة مع مفارقة هذه النظرية التصور الإسلامي للإعلام بتأكيده على الشورى على الرغم من التقائه بها في التأكيد على أهمية وضع ضوابط أخلاقيه للعملية الإعلامية.

الخلط بين الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي بدلاً من التمييز بينهما مع تأكيد الوحدة والارتباط بينهما، مما يؤدي حضر إلى حصر الإعلام في وظائف الدعاية والتوجيه مع تجاهل باقي وظائفه كالترفيه وتنمية العلاقات الاجتماعية...

عدم الأخذ بالتخطيط الإعلامي وعدم وجود استراتيجية إعلامية.

من ناحية الشكل:

تقديم المادة الإعلامية في قوالب ثابتة لا تتعدى الحديث التلفزيوني أو الحوار الإذاعي.

[1]- صبري خليل - فلسفة الإعلام الإسلام - راجع موقعه الخاص : <https://drsabrikhalil.wordpress.com>

حصر مضمون رسالة الإعلام الإسلامي في الثقافة النظرية مع إهمال الثقافة التطبيقية المتمثلة في تفاعل رسالة الإعلام الإسلامي مع القضايا المعاصرة للأمة المعالجة التقليدية للقضايا. ضعف عناصر إثارة اهتمام المتلقي وتشويقه لمواد الإعلام الإسلامي.

ثانياً: الموقف التغريبي: يقوم على أن تحقيق التقدم الحضاري للمجتمعات المسلمة لا يمكن أن يتم إلا باجتثاث الجذور وتبني قيم المجتمعات الغربية. فهو يقوم على القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية في مجال الإعلام من دون تمييز بين مجالاته المختلفة.

وهو موقف يقوم على التغريب، الذي يمكن تعريفه بأنه قدر من الشعور المستقر بالانتماء إلى الحضارة الغربية، التي هي نظام شامل متكامل للحياة، علماني في موقفه من الدين، فردي في موقفه من المجتمع، ليبرالي في موقفه من الدولة، رأسمالي في موقفه من الاقتصاد. كان محصلة عوامل نفسية وثقافية وتاريخية وحضارية سادت أوروبا على مدى نحو سبعة قرون على حساب الولاء الإسلامي^[1].

ويمثل التغريب برأي عدد من الباحثين- شكلاً من أشكال الاستعمار الذي لا يقوم على السيطرة العسكرية أساساً، بل يقوم على السيطرة الثقافية بواسطة الإعلام، والفكر، والثقافة، والفن حيث يقدم من خلالها أسلوب الحياة الغربية بصورة عامة (أو الأميركية بصورة خاصة) - على أنه أسلوب الحياة الأمثل لكل المجتمعات^[2].

ثالثاً: الموقف التجديدي: ويقوم على أن تحقيق التقدم الحضاري للمجتمعات المسلمة يتم باستيعاب ما لا يتناقض مع أصول الإسلام «التي تمثل الهيكل الحضاري لهذه المجتمعات المسلمة»، سواء كانت من إبداع المسلمين، أو إسهامات المجتمعات المعاصرة الأخرى.

هذا الموقف يتجاوز موقف الرفض المطلق أو القبول المطلق لإسهامات المجتمعات الغربية في مجالات الإعلام إلى موقف نقدي يقوم على التمييز بين مجالاته المختلفة.

فهو يميز بين مجالات الإعلام الثلاثة:

أولاً: فلسفه الإعلام (أي المفاهيم الكلية المجردة التي تستند إليها العملية الاتصالية والاعلامية)

ثانياً: علم الإعلام (أي القوانين الموضوعية التي تضبط حركة العملية الاتصالية والاعلامية).

[1] المصدر نفسه.

[2] - علي محمد شمو - التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت - الشركة السعودية للأبحاث والنشر - جدة 1997.

ثالثاً: فن الإعلام (أي أنماط وأشكال العملية الاتصالية والإعلامية).

والتأصيل ينصب أساساً على المجالات التي تنطوي تحت إطار فلسفه الإعلام لا المجالات التي تنطوي تحت إطار علم الإعلام.

وبالتالي فإن هذا الموقف يفهم عملية تأصيل الإعلام على أنها نشاط معرفي عقلي محدود بالوحي يبحث في مسلمات نظرية كلية سابقة على البحث في العملية الاتصالية والإعلامية.

وهو يقوم على أخذ إسهامات المجتمعات الغربية في مجال فلسفه الإعلام التي لا تتناقض مع النصوص اليقينية الورود والقطعية الدلالة ورد ورفض ما يناقضها^[1].

استنتاجات عامة

البرامج الدينية في الاستبيانات الميدانية

درج عدد من مراكز الأبحاث والجامعات على إجراء استبيانات ميدانية للتحقق من البرامج الموثقة على القنوات الدينية الحكومية والخاصة وذلك من أجل الوقوف على مضامينها ومدى تأثيرها في جمهور المشاهدين. ويمكن أن نعرض هنا مجموعة من الملاحظات والاستنتاجات في هذا الصدد^[2].

أولاً: أشارت بعض النتائج الى وجود اهتمام عام بالبرامج الدينية في القنوات الفضائية العربية الحكومية، فلا توجد قناة فضائية عربية حكومية لا تهتم بعرض البرامج الدينية، إلا أنه من الملاحظ انخفاض نسبة المساحة الزمنية المخصصة لهذه البرامج فعلي سبيل المثال بلغ إجمالي إرسال قطاع القنوات الفضائية المصرية خلال عام 2002/2001 ما يعادل (22990) ساعة ونصف الساعة موزعة على القنوات العاملة (الفضائية الأولى، الثانية، والنيل الدولية). وتوزيع هذا الكم من ساعات الإرسال وفقاً لألوان البرامج والمواد المذاعة تبين أن نسبة البرامج الدينية لا تتجاوز (4,99%) من إجمالي ساعات الإرسال بالبرامج الدينية التي تقدمها هذه الفضائيات من قبل الجمهور في العالم الإسلامي خاصة الدول العربية^[3].

ثانياً: أن نسبة كبيرة جداً لا يستثنى منها إلا القليل - من الأفكار والقضايا المثارة في المضمون

[1]- صبري خليل - مصدر سبق ذكره.

[2]- انظر: تقرير اتحاد الإذاعات العربية في هذا الشأن - مجلة الإذاعات العربية- العدد

[3]- محمد أحمد هاشم إمام - البرامج الدينية في الفضائيات العربية - دراسة تحليلية - رسالة ماجستير - جامعة الأزهر - القاهرة 2006.

الديني الذي تقدمه الفضائيات الحكومية غالباً ما ترتبط باتجاه النظام السياسي الحاكم نحو هذه القضايا والموضوعات مما يحد من قدرة هذه البرامج على معالجة قضايا وموضوعات ملحة أو مجرد التجاوب معها.. بل يصل الأمر إلى أن تفرض الأنظمة السياسية على هذه البرامج الدينية اتجاهاً واحداً ينبغي ألا تتجاوزه.. انطلاقاً من الدور الذي يحدده هذا النظام السياسي للدين وعلاقته بالأنظمة المختلفة في المجتمع، الأمر الذي يجعل هذه البرامج تركز على قضايا وموضوعات قديمة وتغرق المشاهد في قصص وبطولات تاريخية ولا تحفل كثيراً بقضايا المجتمع الإسلامي المعاصر ويندر أن تتعرض هذه البرامج لقضايا حيوية معاصرة كالعولمة وصراع الحضارات والغزو الفكري والثقافي وبذلك تخرج مثل هذه البرامج عن دائرة البرامج الدينية الناجحة التي تتحدث بلغة العصر وتعالج مشكلاته، حيث لا يتجاوز دور هذه البرامج الدور التقليدي للبرامج الدينية في وسائل الإعلام المختلفة والذي يتركز حول الوعظ والتوجيه والإرشاد، كما أن المضمون الديني الذي تقدمه غالباً ما يتسم بالتكرار ولا يتطرق للموضوعات والقضايا السياسية والاقتصادية والثقافية الحيوية وعلى الرغم مما تتمتع به بعض القنوات الفضائية الحكومية مثل «الفضائية المصرية» بقدر من الحرية في مناقشة القضايا المطروحة على الساحة الدينية في الفضائيات المصرية فإنه لا يرتفع لدرجة تسمح بمناقشة مختلف القضايا، فهناك من القضايا ما لا يمكن الاقتراب منه كالقضايا المتعلقة بالنظام السياسي في مصر.

ثالثاً: انخفاض اهتمام الفضائيات العربية الخاصة بالبرامج الدينية سواء من حيث عدد هذه البرامج أو من حيث المساحة الزمنية المخصصة لهذه البرامج، إلا أنه يحسب لهذه القنوات خاصة التي تقوم بعرض وتقديم البرامج الدينية أنها عملت على توسيع دائرة الحوار في برامجها الدينية حول بعض القضايا والموضوعات التي اصطلح على تسميتها بالقضايا الحساسة مثل التعاقب السياسي على السلطة وأنظمة الحكم في العالم الإسلامي والديمقراطية وغيرها من القضايا التي لم يكن بالإمكان مناقشتها في السابق في البرامج الدينية ومثال ذلك برنامج «الشريعة والحياة» الذي تبثه قناة «الجزيرة»، وبرنامج «هذا بلاغ للناس» الذي تبثه قناة «دريم الثانية»^[1].

ولاحظ الباحث من خلال نتائج دراسته أن المستوى اللغوي السائد في البرامج الدينية التي تقدمها الفضائيات العربية الحكومية هو «فصحى العصر» حيث ساد في (78 حلقة) من إجمالي حلقات البرامج الدينية عينة الدراسة بواقع (55,71%) ويرجع ذلك إلى طبيعة ونوعية الضيوف

[1]- المصدر نفسه.

المشاركين في هذه البرامج وإلي طبيعة البرامج الدينية ونفسها والتي يفترض أنها تعتمد على المستوي الجاد من كل شيء.. من الضيوف المشاركين ومن اللغة السائدة ومعروف أن فصحي العصر هي اللغة المشتركة في العالم العربي المعبرة عن هويته وثقافته. في حين جاء مستوى «فصحي التراث» في المرتبة الثانية حيث ساد في 26 حلقة بنسبة (86,23%) من إجمالي الحلقات.

وإلى ذلك فقد كشفت نتائج التحليل النهائية للدراسات المهمة بالميديا الدينية عن ضعف اهتمام الخطاب الإعلامي في الفضائيات العربية الحكومية بباقي القضايا في المجالات المختلفة فالقضايا السياسية لم تتجاوز (59 قضية) بنسبة (36,9%) كذلك القضايا الاقتصادية (55 قضية) بواقع (72,8%). أما القضايا الثقافية فلم تتعد نسبة الاهتمام بها (87,8%) كما بلغ مجموع القضايا العلمية (47 قضية) بواقع (45,7%). وتشير الدراسة إلى أن القضايا السياسية تكاد تنعدم في مضمون برامج بعض القنوات على الرغم من أن الأحداث السياسية المتلاحقة ويدل ذلك على أنه مازالت بعض الأنظمة العربية تضع حدوداً وخطوطاً للفلك الذي ينبغي أن يدور فيه الدين فلا يتعداها ولا يتجاوزها مهما كانت الأحداث والظروف التي يمر بها العالم الإسلامي ولا تتفق وضعية الدين والقيود المفروضة عليه من بعض الأنظمة العربية مع ما تتميز به رسالة الإسلام من شمول وأنها رسالة تخاطب الإنسان في مختلف مجالات الحياة. ووفقاً لهذه الخاصية فإن المجال مفتوح أمام وسائل الإعلام الإسلامي والديني المتخصصة لتناول مختلف الموضوعات والقضايا التي تعالج مختلف مجالات الحياة كما تعرض هذه الوسائل لما يستجد من أحداث وقضايا في المجتمع لتبين أسلوب معالجها من المنظور الإسلامي.