

الإعلام الديني أهميته ومنهجه ودوره في إصلاح المجتمع

Religious media: its importance, methodology,
and role in reforming society

م.م. سروه مدين محمد

M.M. Sarwa Madin Muhammad
sarwa.m.mohammed@uosamarra.edu.iq

م.م. حذيفة سعد ابراهيم

M.M. Hudhaifa Saad Ibrahim
hudhayfah.s.ibrahim@uosamarra.edu.iq

الكلمات المفتاحية : الإعلام الديني ، إصلاح ، دور .

.Keywords: religious media, reform, role

ملخص :

يُعتبر الإعلام الديني جزءاً مهماً من الإعلام المتخصص، حيث يتمحور حول نقل القيم والمبادئ الدينية عبر وسائل الإعلام المختلفة، مثل التلفزيون والإذاعة والصحف ومنصات التواصل الاجتماعي، ويتميز هذا النوع من الإعلام باتباع نهج يقوم على الاعتدال والوضوح والموضوعية، مع الأخذ في الاعتبار التنوع الثقافي ومستويات الوعي لدى الجمهور المستهدف، كما يساهم الإعلام الديني بفعالية في تحسين نسيج المجتمع بنشر قيم مثل الصدق والتسامح وروح التعاون، إلى جانب مواجهة السلوكيات السلبية والانحرافات الأخلاقية، كما يُعزز من التماسك المجتمعي من خلال ترسيخ مبدأ الاحترام المتبادل وتعزيز القيم الإنسانية النبيلة، لذا يعد الإعلام الديني أداة محورية في تحقيق الاستقرار الاجتماعي ونشر ثقافة الإصلاح والخير، مما يفتح الطريق أمام التطور الحضاري للمجتمعات، ركزت هذه الدراسة على أهمية الإعلام الديني ومنهجه ودوره في إصلاح المجتمع، معتمدة على المنهج الوصفي الاستقرائي، وقد تم تنظيم الدراسة إلى مقدمة ومبحثين رئيسيين، تضمن كل منهما عدة مطالب فرعية، واختتمت بخلاصة أبرز النتائج التي تم التوصل إليها، وقد أظهرت الدراسة أن الإعلام الإسلامي الهادف يسعى إلى بناء الفرد الصالح الواعي بربه ونفسه ودوره في الحياة، مما يساهم في تشكيل مجتمع متوازن وقوي، كما أشارت إلى الدور الحيوي الذي لعبه الإعلام الديني منذ أواخر القرن التاسع عشر في الدفاع عن الهوية الإسلامية وحماية الثوابت من التأثيرات الفكرية الوافدة.

Abstract:

Religious media is considered an important part of specialized media, as it focuses on conveying religious values and principles through various media outlets, such as television, radio, newspapers, and social media platforms. This type of media is characterized by following an approach based on moderation, clarity, and objectivity. This type of media is characterized by its moderate, clear, and objective approach, taking into account the cultural diversity and awareness levels of the target audience. Religious media also contributes effectively to improving the social fabric by spreading values such as honesty, tolerance, and cooperation, while confronting negative behaviors and moral deviations. It also strengthens social cohesion by establishing the principle of mutual respect and promoting noble human values. Therefore, religious media is a pivotal tool in achieving social stability and spreading a culture of reform and goodness, thus paving the way for the civilizational development of societies. This study focused on the importance of religious media, its methodology, and its role in reforming society, relying on a descriptive-inductive approach. The study was organized into an introduction and two main sections, each containing several sub-topics, and concluded with a summary of the most prominent findings. The study showed that purposeful Islamic media seeks to build a righteous individual who is aware of his Lord, himself, and his role in life, thus contributing to the formation of a balanced and strong society. She also pointed to the vital role played by religious media since the late 19th century in defending Islamic identity and protecting its fundamental principles from imported intellectual influences

المقدمة

يشهد العالم اليوم حقبة من التطور المتسارع في مجال الإعلام والاتصال، حيث أصبحت وسائل الإعلام واحدة من أقوى الأدوات المؤثرة في تشكيل وعي الأفراد وتوجيه أنماط سلوكهم، ومع تزايد التغيرات الاجتماعية والثقافية بوتيرة متلاحقة، يبرز دور الإعلام الديني كقناة فاعلة تسهم في نشر القيم الأخلاقية والمبادئ الدينية الصحيحة، إلى جانب تعزيز الفهم والوعي الديني داخل المجتمع، ولا يقتصر دور الإعلام الديني على تقديم المعلومات الدينية فحسب، بل يمتد ليشمل غرس الأخلاقيات النبيلة والمساهمة في بناء مجتمع يرتكز على أسس القيم الإنسانية والدينية.

أولاً: أهمية الدراسة :

تبرز أهمية الإعلام الديني من خلال دوره الفاعل في توجيه المجتمع نحو التمسك بالقيم الأخلاقية والإنسانية، وتصويب المفاهيم الدينية المغلوطة، وتعزيز ثقافة التسامح والاعتدال، كما يسهم بشكل مباشر في ترسيخ الهوية الدينية والثقافية للمجتمع، ويعمل على التصدي للأفكار المتطرفة ومحاربة الانحرافات الفكرية، إلى جانب ذلك يلعب الإعلام الديني دوراً مهماً في نشر الوعي وتعزيز التربية الدينية لدى أفراد المجتمع.

ثانياً: أهداف الدراسة : تبرز أهداف الدراسة في بيان ما يلي :

- فهم مفهوم الإعلام الديني والتعرف على أبرز سماته وخصائصه.
- تسليط الضوء على أهمية الإعلام الديني ودوره في المجتمع المعاصر.
- توضيح إسهام الإعلام الديني في إصلاح المجتمع وتعزيز القيم الأخلاقية.
- التعرف على أبرز التحديات التي تقف أمام الإعلام الديني في العصر الحالي.

ثالثاً: إشكالية الدراسة :

تكمن مشكلة الإعلام الديني في العثر على الطرق المثلى لاستخدام وسائل الإعلام المتنوعة بهدف نشر الخطاب الديني بأسلوب معتدل وفعال، كما يجب أن يكون هذا الأسلوب متوافقاً مع تطورات العصر ويلامس احتياجات مختلف فئات المجتمع، مع تجنب الوقوع في فخ التشدد والتسييس، أو تحريف المفاهيم الدينية، كما تثير هذه القضية تساؤلات حول مدى كفاءة

هذا النوع من الإعلام في التصدي للتحديات الفكرية والثقافية التي تؤثر على المجتمعات الحديثة.

رابعاً: خطة الدراسة : اشتملت خطة الدراسة على مقدمة و مبحثين رئيسيين وخاتمة وهي كالآتي:

المبحث الأول: الإعلام الديني (مفهومه – أهميته – خصائصه وسماته)

- المطلب الأول: مفهوم الإعلام الديني .
- المطلب الثاني: أهمية إعلام الديني.
- المطلب الثالث: خصائص وصفات الإعلام الديني.

- المطلب الرابع : نشأة الإعلام الديني .

المبحث الثاني: دور الإعلام الديني في إصلاح المجتمع .

- المطلب الأول: دور الاعلام الديني في مواجهة الغزو الثقافي
- المطلب الثاني: دور وسائل الإعلام في محاربة الفساد والإرهاب
- المطلب الثالث : دور الإعلام في تعزيز مفهوم المواطنة لدى المجتمع.
- المطلب الرابع : أبرز التحديات التي تقف أمام الإعلام الديني في العصر الحالي.

الخاتمة

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الديني

أولاً: مفهوم الإعلام عند أهل اللغة :

الإعلام بمعنى الإخبار بالشيء وعنه ، أو بمعنى العلامة ، وقد يأتي بمعنى الراية ، و(عَلِمَ)

بالكسر : العلم والمعرفة(271: 1998، Al-Razi)

ثانياً: مفهوم الإعلام عند أهل الاصطلاح :

يتمثل الإعلام بالهدف في تقديم الأخبار الدقيقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الموثوقة التي تمكن الأفراد من تشكيل آراء مستنيرة حول الأحداث والقضايا المختلفة. ويعكس هذا الرأي بشكل موضوعي عقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم (Hamza : 1987 ، 75)

ثالثاً: مفهوم الإعلام الديني باعتبارها تركيب لفظي:

يعد مصطلح الإعلام الديني من المصطلحات الحديثة نسبياً ، ومن ثم تنوعت مفاهيمها عند الباحثين ، تبعاً لتخصصهم من ناحية ، ولرؤيتهم النظرية لما يجب أن يكون عليه الإعلام الديني من ناحية أخرى ، ومن أبرز المفاهيم التي أطلقت عليه: وهو ما يقصد نقل حقائق المستندة الإسلامية إلى القرآن الكريم وسنة النبي صلى الله عليه وسلم إلى الجمهور، إما بشكل مباشر أو من خلال وسائط إعلامية، ويقوم بها شخص مؤهل للدين يمتلك معرفة عميقة وواسعة بمحتوى الثقافة الدينية. ويهدف هذا إلى التحول تشكيل وعي سليم (Abdul : 1984 ، 147) Halim).

بناءً على ذلك، يُعتبر الإعلام وسيلة تهدف إلى نقل الأخبار الصحيحة للجماهير بهدف تحقيق التثقيف، والتعليم، والتوعية، بالإضافة إلى التأثير وتشكيل الرأي العام حول قضايا معينة.

المطلب الثاني: أهمية إعلام الديني

الإعلام الديني يشكل أداة بارزة وأساسية في العصر الحديث لنشر القيم الإسلامية السمحة وتصويب المفاهيم المغلوطة، إلى جانب دوره في تحصين المجتمع فكرياً ضد التأثيرات الثقافية السلبية، وتبرز أهميته من خلال تقديم خطاب دعوي يجمع بين التوازن والحكمة، مرتكزاً على النصح والموعظة الحسنة لمناقشة الشبهات والرد عليها بآراء وأدلة متينة، كما يسهم الإعلام الديني في تعزيز الهوية الإسلامية ونشر الأخلاق الفاضلة، مع الاهتمام بإذكاء الوعي الجمعي وصولاً إلى بناء مجتمع متماسك يعتمد في جوهره على الإيمان ويتمشى في نفس الوقت مع متطلبات العصر الحديث، وفي ظل التحديات التي تواجهها الأمة الإسلامية اليوم، تزداد الحاجة إلى التعريف بحقيقة الإسلام والتأكيد على دوره الرائد في تعزيز الحضارة الإنسانية، إلى جانب توضيح إسهاماته العظيمة في تقدم البشرية علمياً وثقافياً، إذ تنبع رسالة الإعلام الديني من جوهر الرسالة الإعلامية للإسلام الذي يهدف إلى التواصل مع البشرية جمعاء، كون الإسلام ديناً عالمياً يخاطب كل الناس بلا استثناء، لكن تحقيق هذا الدور يتطلب امتلاك أدوات ووسائل متطورة تمكن الأمة من مواجهة التحديات ومجارات تطورات العصر والتغلب على تفوق الأدوات الإعلامية الأخرى، ومن هنا تأتي أهمية تطوير الإعلام الديني واعتماد أحدث الوسائل

التكنولوجية والبرمجية لتصبح هذه الوسائل أدوات فاعلة وقادرة على تعزيز دور الإسلام الحضاري وحجز موقع مؤثر في الساحة الإعلامية العالمية (125، 2014: Ibrahim Alhamd)

المطلب الثالث: خصائص وصفات الإعلام الديني

أولاً: خصائص الإعلام الديني: للإعلام الإسلامي خصائص عديدة منها:

1- الإعلام حرية ومسؤولية:

تُعد الحرية عنصراً أساسياً في النظام الإسلامي، حيث تشكل قاعدةً لنظامه الإعلامي. فالحرية في الإسلام لا يمكن انتزاعها. وفي إطار الإعلام الإسلامي، تُعد الحرية أساساً، بينما تأتي المسؤولية في مقدمة الأولويات لضمان عدم انطلاق الحرية دون ضوابط، تشمل هذه الضوابط العقيدة والأخلاق واحترام الآخرين، لا يمكن تحقيق فلسفة الإعلام الإسلامي إلا من خلال أطر سلوكية وأخلاقية محددة، وتتطلب محاسبة النفس وإحياء الضمير والوازع الديني، كما أن المحاسبة والمساءلة التي أقرها الإسلام تسهم في إصلاح الحياة في مختلف جوانبها، ولا شيء يضر بها أكثر من الشعور بالأمان من الحساب، مما يجعلها بعيدة عن سلطة القانون، فتقع فريسة للهوى وتؤدي إلى الهلاك (26، 1991: Saad Al-Din)

يبرز الإعلام الإسلامي الطابع الإنساني للحضارة الإسلامية في مجالات التفكير والعواطف والسلوك العملي، فضلاً عن المعايير الأخلاقية والآداب والتشريع الإلهي والفقه والاجتهاد. فالحرية الفردية تُعد أصلاً ثابتاً ترفع الإنسان فوق الإكراه الداخلي الناتج عن الشهوات، والخارجي الناتج عن الضغط والسيطرة. ولا ينبغي أن تكون الحرية أداة في يد الآخرين (28، 1991: Saad Al-Din)

أما الأول فواعظ الإيمان في قلب كل مسلم يحاسبه ويسدده ويرغبه في مرضاة الله ويخوفه عذابه.

والثاني القانون والمحاسبة، ويكون كل إنسان مسؤولاً عما أوكل له، والقانون في الإسلام فرض هيبته على العامة والخاصة.

2- للإعلام حرمة وحقوق: يمتلك الإعلام في محرمات الإسلام وحرمانها، يجب أن يعترف

بها، من حرية الدين، والعرض، والنفس، والعقل، والمال. وقد اعتنى الحكيم بهذه الضروريات الخمس، فسنّ ما يحفظها، ويسهم في فيما بعد منها، كما عمل على إزالة ما قد يعيقها، ودرء المفساد عنها. كامل، أي امتياز إلى الانتهاء إلى هذه الضرورة أو تقويضها باستثناء محرماً، ويأخذ على المسلم اجتنبه. ويقبل أن يتصدره من يستهزئ بالدين، أو يسخر من علمائه

وأحكامه، أو يوجه الشبهات حوله، أو ينتهك الأعراض، أو يفسد الأخلاق خلال، أو يسخر من نشر المحتوى الشعبي المبتذل (Ragheb Al-Najjar :1999 ، 44).

3- **الالتزام بتعاليم الإسلام وأخلاقه:** الإعلام الوضعي المعاصر انفصل عن الدين فالذي يميز الإعلام الإسلامي هو ارتباطه الشامل بالإسلام عقيدة وشريعة وأخلاقاً، وهذا الذي يجعل الإعلام الإسلامي إعلام صدق وأمانة وثقة ودقة وشمولية وموضوعية وسائر أخلاق الإسلام، ولذلك لا بد أن يكون إعلاماً أخلاقياً إسلامياً، ولا يكون الإعلام كاملاً إلا بالأخلاق والشمول الموضوعي، نقصد به بيان أن الجميع سواء أمام أحكام الإسلام، غنيهم وفقيرهم، شريفهم ووضيعهم، ولا استثناء لأحد ، وشمولاً مكانياً يعني شمول الإسلام بوصفها شريعة لكل أرض الإسلام أو شموله كدعوة لكل العالم، والنشاط الإعلامي في الإسلام خلافاً للنشاط الإعلامي في النظم الوضعية له طابع تعبدي وهدف صالح ، ويحمل الرقابة على ممارسة هذا النشاط رقابة ذاتية (Ayed Al-Shaarawy :1989 ، 141).

4- **الإعلام الإسلامي موضوعي هادف وركيزته الإقناع لا الإكراه:** الإعلام الإسلامي يعتمد على الأسلوب الموضوعي القائم على التحليل والتأمل، واتخاذ الوسائل كافة التي تنمي ملكة التفكير لدى الإنسان الذي يجب أن تتوجه إليه بالإقناع، لا أن تجره جراً بواسطة الغرائز، والعواطف، والانفعالات، والإعلام الإسلامي الهادف يركز على بناء الإنسان الصالح الذي يعرف ربه ونفسه ورسالته، بحيث يصبح الإنسان لبنة صالحة في بناء المجتمع (39)، (Mounir Hijab :1982)

5- **الإعلام الإسلامي يرفض التبعية:** الإعلام الإسلامي يتميز باستقلاليته ورفضه للهيمنة، وهو ذاتي الانطلاق ويرفض أشكال التبعية، وهو بهذا يرفض كل ما يتعارض مع المصادر الأساسية للإسلام من قرآن كريم وسنة نبوية (67)، 1984 : Muhyiddin Abdul Halim

ثانياً: صفات الإعلام الديني : يمتاز الاعلام الديني بعدة صفات من ابرزها:

1. تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة.

2. الحقائق الثابتة؛ وذلك لتكوين رأيٍ عامٍ حول هذه المعلومات.

3. التعبير عن عقلية الجماهير واتجاهاتها أو ميولها العقلية.

4. الموضوعية و الوضوح عكس الغموض.

5. الصراحة؛ لأنها تُقنع القارئ أو المُستمع أو المشاهد.

6. الصدق و الدقة.

7. التوثيق، فيجب ذكر المصادر في كل حالة.

8. التنوير أو التنقيف.

9. مخاطبة العقول لا الغرائز (7، 1999: Nadwi).

المطلب الرابع : نشأة الإعلام الديني

أسهمت عوامل وتحولات إقليمية ودولية بشكل جذري في ظهور قنوات دينية جديدة بشكل غير مسبوق، ومن أبرز هذه العوامل هو تزايد حضور الإسلام على الساحة الدولية بعد انهيار الشيوعية، فضلاً عن انتشار ثقافة العداء للإسلام عقب التفجيرات الإرهابية التي وقعت في نيويورك في الحادي عشر من سبتمبر 2001. وقد كان دور وسائل الإعلام والقنوات التلفزيونية واضحاً في تعزيز هذه الثقافة المعادية بين الإسلام والغرب، مع بداية عام 2001، انطلقت ثلاث قنوات تلفزيونية جديدة في الفضاء العربي عبر الأقمار الصناعية وهي: أولاً، قناة "اقرأ" التي تتبع شركة راديو وتلفزيون العرب "ART"، تلتها قناة "طيبة والت" التي تم الإعلان عن تأسيسها في إمارة دبي في نفس العام، وكان من المقرر أن تبدأ بثها المباشر في مطلع عام 2004م، لكن ظروفًا تقنية حالت دون ذلك، أما القناة الثالثة، فهي قناة الرحمن التي تبث من جاكرتا، عاصمة إندونيسيا. بعد هذا التاريخ، شهد العالم العربي والإسلامي انطلاقاً جديداً، شهدت نهاية القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة توسع في عدد القنوات الفضائية العربية وتنوع توجهاتها واختصاصاتها، ولأول مرة أصبح البث التلفزيوني (الصورة) مترافقاً مع الإرسال الإذاعي (الصوت) (Zaeri، 2009م: 18).

نتيجة لذلك أصبح بالإمكان تلقي الإرسال الإذاعي ليس فقط عبر الموجات القصيرة أو المتوسطة، بل أيضاً من خلال خدمات الأقمار الصناعية التي تزايدت في الفضاء الخارجي، والتي تم توظيفها لدعم الاتصالات وبث القنوات من الدول العربية، في هذا السياق ظهرت ما يمكن تسميته مدن الإنتاج الإعلامي العربي، وأبرزها في القاهرة ودبي، إذ تحولت هذه المدن إلى مراكز نشطة لصناعة البرامج المتنوعة، لتلبية الطلب المتزايد على القنوات العربية السياسية وغيرها، ومع وجود منافسة شديدة، سعت هذه القنوات إلى جذب الأسواق واهتمام المشاهد العربي، مما جذب أيضاً المعلنين التجاريين فضلاً عن ذلك، ساهمت شبكة الأقمار الصناعية في توفير خدمات تواصلية متكاملة، مما أتاح للقنوات التلفزيونية العربية توسيع تغطيتها لتتجاوز الحدود الجغرافية للوطن العربي خارج الزلزال الكبير، شهدت النخب العربية تحولاً جوهرياً في تعاطيها مع التمردات الفكرية، التي باتت ترتسم عفوياً على صفحات المشهد الإعلامي، وخاصة بعد توالي الهزات الارتدادية الناتجة عنها. لم تعد مسألة إشباع الحاجات المعرفية للمتلقي تكفي لمواكبة فعل التغيير الذي أطلقته الحركات الجماهيرية، مما دفع النخب إلى مواجهة خيارات صعبة. كان عليها أن تُقرر بين البقاء داخل أطرها التقليدية، سواء كانت أحزاباً أو تيارات فكرية

أو أشكال تنظيمية أخرى، أو الانخراط بشكل فاعل في ساحة الإعلام، لا سيما الإعلام الفضائي الذي أصبح متوحدًا تمامًا مع الحراك الجماهيري، متحولًا إلى جزء لا يتجزأ من يومياته، ومرآة تعكس نبضه وطموحاته، وفي مواجهة هذا الواقع، جاء القرار سريعًا. اختارت النخب كسر القيود التقليدية التي كانت تحكم توجهاتها، والتخلي عن منهجها السابق لصالح التواصل المباشر مع الحراك الشعبي. وقد تجسد هذا الانحياز في الاندماج مع حركة الجماهير بعد أن أصبحت الصورة التلفزيونية الحية وسيلة التعبير الأبرز عن الفعل الجماهيري ومواقفه لحظيًا (Hashem، 2006: 22).

المبحث الثاني: دور الإعلام الديني في إصلاح المجتمع المطلب الأول

دور الاعلام الديني في مواجهة العولمة

للإعلام تأثير بالغ وملحوظ على أنماط السلوك وطرائق التفكير في المجتمعات، وخاصة من خلال القنوات التلفزيونية الفضائية والإنترنت، هذا التأثير يمكن أن يأخذ اتجاهات سلبية، مثل المساهمة في إذابة الهويات الثقافية المحلية لصالح ثقافات أخرى، وإعداد الأفراد لقبول العولمة كأمر لا جدال فيه، هذا للأسف هو النهج الذي تتبناه العديد من وسائل الإعلام في العالم العربي والإسلامي، بما في ذلك الصحف والمجلات، والقنوات الفضائية، والمواقع الإلكترونية بنوعيتها العربية والأجنبية، بالإضافة إلى الأفلام السينمائية، في المقابل هناك تأثير إيجابي لبعض وسائل الإعلام التي تسعى لتصحيح الكثير من المفاهيم والسلوكيات، وتعزيز التفكير السليم بهدف الحفاظ على الهوية الإسلامية وتشكيل رأي عام واعٍ بقضايا الأمة الإسلامية، ومع ذلك تبقى تلك القنوات والمواقع الإيجابية قليلة جدًا مقارنة بالأخرى التي تُعد بالمئات، بل بالألوف، أما القنوات الأجنبية فيزيد عددها عن ذلك بكثير وتؤثر بشكل كبير على المحتوى الإعلامي المتاح، مما يثير القلق هو ما تقوم به بعض الشبكات التلفزيونية العربية المتخصصة حين تلجأ لشراء حقوق بث قنوات أجنبية تعرض محتويات غير ملائمة مثل أفلام الرعب أو الأفلام الإباحية، التي تؤثر سلبيًا على سلوك وأخلاقيات الشباب، يُذكر أن غالبية هذه الأفلام يتم إنتاجها وتمويلها من قبل جهات تابعة لليهود الصهاينة، الذين يهيمنون على جزء كبير من صناعة إنتاج الأفلام الأمريكية ويمتلكون كبرى شبكات التلفاز العالمية (41، 1999: Abu Sobh).

فشراء عرض القنوات الأجنبية والتنافس فيما بينها على ذلك فيه ترويج للفكر الصهيوني، وتحقيق أهدافه، وفيه دعم مادي له، وسيطرون أيضاً على كثير من وكالات الأنباء العالمية، ومراكز المعلومات، ويمتلكون أدوات متقدمة في صناعة الإعلام وفنونه إذ يمتلك

الصهاينة أربع وكالات أنباء عالمية من خمسة، فهم يمتلكون وكالة رويترز البريطانية، والأسوشيتد برس واليونايتد برس الأمريكيتين، ووكالة هافاس الفرنسية، وهذا يعني أن الذي يتحكم في صياغة وصناعة الخبر هم اليهود الصهاينة، وإعلامنا في عالمنا العربي والإسلامي للأسف الشديد يتلقى هذه الأخبار من هذه الوكالات (Abu Sobh :1999، 43) وحتى يتسنى للإعلام في العالم الإسلامي أن يتغلب على إعلام هذه قوته لابد له (Hussein :1998، 16، Al-Ajz)

1. إنشاء وكالة أنباء عالمية إسلامية تصيغ الخبر صياغة صحيحة تتوافق مع طبيعة الحدث وملابساته وخلفياته.
2. تقديم برامج تتفق مع قيم ومبادئ ديننا، ولا تخالف أسس العقيدة الإسلامية وأخلاقيات هذا الدين، وتسهم في تكوين رأي عام عالمي سليم تجاه قضاياها، وتعمل على الحفاظ على الهوية الإسلامية.
3. أن تصدر صحفاً ومجلاتٍ، وكتباً بمختلف اللغات الأجنبية إلى جانب اللغة العربية، وأن تبث قنوات فضائية، ومواقع للإنترنت بمختلف اللغات تعرض قيم ومبادئ الإسلام وتاريخه وفكره وقضاياها.
4. التزام القائمين على الاعلام الإسلامي بميثاق "جاكرتا" للإعلام الإسلامي الذي وقَّعت عليه ما يقرب من 450 شخصية إعلامية إسلامية قبل حوالي 23 عاماً، ومن أهم بنود هذا الميثاق:
 - ترسيخ الإيمان بقيم الإسلام ومبادئه الخلقية.
 - العمل على تكامل الشخصية الإسلامية.
 - تقديم الحقيقة له خالصة في حدود الآداب الإسلامية.
 - تبين واجباته تجاه الآخرين وبحقوقه وحياته الأساسية.
 - العمل على جمع كلمة المسلمين، ودعوتهم إلى التحلي بالعقل والأخوة الإسلامية والتسامح في حل مشكلاتهم، مع الالتزام بمجاهدة الاستعمار والإلحاد في كل أشكاله والعدوان في شتى صوره والحركات الفاشية والعنصرية، ومجاهدة الصهيونية واستعمارها الاستيطاني المدعم بأشكال القمع والقهر التي يمارسها العدو الصهيوني ضد الشعب الفلسطيني والشعوب العربية.
 - التدقيق فيما يذاع وينشر ويعرض لحماية للأمة الإسلامية ولقيمتها ومقدساتها، ودرءاً للأخطار عنها.

- الامتناع عن نشر كل ما يمس الآداب العامة، أو يوحي بالانحلال الخلقي، أو يرغب في الجريمة والعنف والانتحار، أو يبعث الرعب، أو يثير الغرائز سواء بطريق مباشر أو غير مباشر، والليقظة الكاملة لمواجهة الأفكار والتيارات المعادية للإسلام.
- الامتناع عن إذاعة ونشر الإعلان التجاري في حال تعارضه مع الأخلاق العامة والقيم الإسلامية. (Hussein Al-Ajl: 1998، 16)

المطلب الثاني : دور وسائل الإعلام في محاربة الفساد والإرهاب

يكمن دور الإعلام في محاربة الفساد والتصدي له على النحو الآتي:

1. نشر الوعي الوقائي والأخلاقي بين أفراد المجتمع بالتعاون مع هيئة مكافحة الفساد.
2. تنظيم حملات توعية للرأي العام لدعم مكافحة الفساد.
3. نشر الدراسات المتخصصة بهذه الظاهرة.
4. متابعة الندوات والمؤتمرات التي تختص بموضوع الفساد ونشر التقارير عنها وإعطائها أهمية خاصة.
5. متابعة الإجراءات الحكومية الخاصة بمحاربة الفساد.
6. نشر تجارب الشعوب الأخرى التي نجحت بالحد من هذه الظاهرة وتسليط الضوء عليها .

7. المتابعة الجدية لقضايا الفساد المثارة وتتبعها للوصول إلى حل نهائي لها .
8. التوعية بأهمية تحقيق الإصلاح الإداري والحاجة للإصلاح وبيان ضرورة تكاتف الجميع للوصول للإصلاح الإداري المنشود.
9. الشفافية في كشف كل ممارسات الإدارات الفاشلة وإثارة قضايا الفساد وإيلاءها الأهمية القصوى بوضعها على سلم أولوياتها واعتبارها من الأهداف الأساسية للإعلام (Abdul Rahman Al-Mughni :2017 ، 42)
بما تحدثه وسائل الإعلام من آثار على المجتمعات والثقافات ، وأن نجعلها سلاحاً فعالاً لغرس الفضائل والقيم الصحيحة، وتوعية المجتمع بالمخاطر التي تهدد أمنه وتزعزع استقرار أبنائه من العنف ، والتطرف ، والتكفير ، والإرهاب ، ومن الأجدى والأأنفع للأمة أن يتم استعمال وسائل الإعلام فيما يعود عليها بالنفع لا بالضرر، وذلك بتوجيهها للتوجيه الصحيح نحو ترسيخ المفاهيم الصحيحة والقيم الهادفة التي يدعو إليها الإسلام ، ونقض المفاهيم المغلوطة والهدامة التي لا تتفق مع صحيح الدين الإسلامي لتحقيق الثمرة المرجوة منها (Abdul Rahman Al-Mughni :2017 ، 43)

المطلب الثالث

دور الإعلام في تعزيز مفهوم المواطنة لدى المجتمع

إن الازدواجية والتناقض بين القيم الاجتماعية السائدة وما تعرضه وسائل الإعلام والبرامج له آثار سلبية على الشخصية الوطنية ويؤدي إلى عدم التماسك الأخلاقي مما يجعل الإنسان مشتت الفكر لديه مشكلة الأمن الاجتماعي، والتناقض بين القيم الاجتماعية، والإعلام يؤدي إلى قوة النظام الاجتماعي وتطوره للأفضل، من القيم المجتمعية محاربة العنف والجريمة والانحراف بأشكاله والتسول، والتشرد، مما ينبغي تفعيل دور الأهل، ودور المدرسة ، والجامعة ، ومراكز الشباب، للتعاون ولتعزيز هذه القيم، فالأسرة هي القاعدة التي يُبنى عليها الضوابط الاجتماعية من خلال تعهد الأبوين لأولادهم وتربيتهم التربية الصالحة، فهم يستطيعون أن يعززوا الشعور بالانتماء عن طريق تشجيع الصغار ومشاركتهم في الحياة الأسرية، والمدرسة، كما يجب عليها أن تقوم بصقل الانتماء وتعزيزه لدى الطلبة، ويجب أن يكون القائمون عليها أكفاء منتمين لدينهم ووطنهم يمثلون قدوة حسنة في أفعالهم وأقوالهم، فمن أسباب التناقض في تربية أطفالنا تعود إلى البعد عن عقيدتنا وقيمنا، والغزو والاحتواء الثقافي الفكري الأجنبي، وخصوصاً في المجال التربوي، ولكن يدخل الإعلام وبتأثيره القوي على المجتمع ليعرض البرامج

والمسلسلات والأفلام وكلها تحتوي على العنف والانحراف وغيرها من السلوكيات، فيأخذ الطفل بتقليد ما رآه في برنامج تلفزيوني أو لعبة الكترونية وترسيخ حب التجربة ستؤثر عليه عندما يكبر (AbdullahNasser :2002، 15)

عندما يتصفح الشباب الإنترنت، يصادفون بسهولة محتوى يتعارض مع الدين والأخلاق والقيم الاجتماعية، دون الحاجة إلى البحث عنه، يستهدف هذا النوع من المحتوى عقولهم وأخلاقهم وانتماءهم لدينهم ووطنهم، ويشجع على الفساد وارتكاب الفواحش، إضافة عن دعوات للعنف والتطرف بأساليب مقنعة تؤثر على عقولهم وقلوبهم بطرق متعددة، تتكون المعرفة من خلال المشاركة في عملية الاتصال، سواء بشكل مباشر أو عبر وسائل الإعلام. وتُعد المعرفة أساس السلوك الإنساني، حيث يتأثر هذا السلوك بالتواصل، لذا يجب على المؤسسات الإعلامية أن تلعب دورًا إيجابيًا في تعزيز القيم الاجتماعية من خلال تقديم برامج تساهم في مكافحة الفساد والجريمة والانحراف، وتعمل على زيادة الوعي بين الشباب حول المخاطر التي تهدد أخلاقهم ودينهم، كما تحتاج وسائل الإعلام إلى إعادة تنظيم داخلي وتصميم برامجها بشكل مفصل، مع تحديد الأهداف والبرامج التي تخدم مجتمعنا بشكل إيجابي لذا يصبح من الضروري تعزيز التربية الإعلامية لدى الأفراد، مما يمكنهم من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة، واستخدام منصات الإعلام الرقمي بشكل آمن ومسؤول لتعزيز المواطنة الفاعلة، باختصار يشكل الإعلام الواعي والمسؤول الأساس لبناء مجتمع يتمتع أفرادُه بحس عالٍ من المواطنة، حيث يدركون حقوقهم وواجباتهم، ويشاركون بفاعلية في تنمية وطنهم والحفاظ على وحدته واستقراره (Faraj' :2009، 49)

ثانياً: مقارنة بين الإعلام الديني و الإعلام التقليدي او الغربي في تعزيز مفهوم المواطنة لدى المجتمع: يمكن توضيح الفرق ببساطة من خلال زاوية المعالجة:

- الإعلام الديني يستند إلى القيم الأخلاقية والروحية، إذ يدمج المواطنة بمفاهيم مثل الأمانة، العدل، والتكافل الاجتماعي، في سياق حب الوطن، يُطرح الموضوع كجزء من المسؤولية الدينية، مشجّعاً الفرد على الالتزام بالقوانين وخدمة المجتمع بدافع داخلي مستمد من القيم الأخلاقية والإيمان.
- الإعلام التقليدي أو الغربي يركز بشكل أكبر على المفاهيم القانونية وحقوق الإنسان، ممّا يجعله يسلط الضوء على حقوق المواطن وواجباته مثل حرية التعبير، المشاركة السياسية، والمساءلة. هنا تُقدّم المواطنة كمنظومة قانونية ومدنية تعتمد على المساواة بين الجميع بغض النظر عن خلفياتهم أو معتقداتهم (Faraj :2009، 52) إذ يمكن القول إن الإعلام الديني يعزز المواطنة من الداخل

عبر الإيمان والقيم الأخلاقية، بينما الإعلام التقليدي يدعمها من الخارج عبر القوانين والحقوق. وأفضل النتائج تأتي عندما يتكامل البعدان معاً ليشكلان رؤية شاملة ومتناغمة للمواطنة.

المطلب الرابع

أبرز التحديات التي تقف أمام الإعلام الديني في العصر الحالي

يواجه الوجود الإسلامي النشاط في المجال الإعلامي مجموعة من التحديات من أبرزها:

1. الالتزام بالرؤية الإسلامية: فقد ارتبط الإعلام المعاصر وخصوصاً المرئي، في أذهان الكثيرين بالإباحية التي تسعى لإرضاء الشهوات والنزوات، أو بالاستغلال السياسي لتلبية مصالح الحكام، ومع ذلك ينبغي على الإعلام الإسلامي المعاصر أن يلتزم في محتواه ووسائله بالرؤية الإسلامية للإنسان والكون والحياة، المستندة أساساً إلى القرآن الكريم والسنة النبوية الصحيحة (9، 2018: Reza)

2. تحديد الأهداف الأساسية: يُعتبر الإنسان الهدف والغاية الأساسية، وأي استثمار يتجاهل دوره وعقله يُعد بلا قيمة أو فائدة، حيث إن الأفراد هم العنصر الأساسي في بناء الأمم، لذا فإن الهدف الرئيسي للمؤسسة الإعلامية الإسلامية هو تنمية إنسان النهضة، بينما تأتي الأهداف الأخرى كأهداف تكميلية، بشرط ألا تتعارض مع هذا الهدف السامي، يتطلب ذلك من القائمين على الإعلام الإسلامي تقديم حقائق الإسلام للجماهير المسلمة وغير المسلمة، والعمل على تصحيح المفاهيم الخاطئة والمعتقدات المغلوطة حول الإسلام والمسلمين، إضافة عن استخدام جميع الوسائل التي تعزز التفكير الإبداعي لدى الأفراد (8، 2025: NAGE)

3. رسالة الإعلام الديني إلى جميع البشرية: يجب على الإعلام الديني أن يدركوا أن رسالتهم موجهة إلى جميع الناس، وهذا يتطلب من الإعلام الديني تنوع أساليب الخطاب لتناسب الجمهور العربي المسلم من جهة، والجمهور الغربي وغيرهم من جهة أخرى. كما ينبغي عليهم تنوع الموضوعات لجذب فئات متنوعة، بحيث يجد كل فرد ما يبحث عنه في الإعلام الديني الهادف (8، 2025: Al-Aqidi)

4. تطبيق المعايير الاحترافية: يتطلب التعامل مع عناصر الإعلام بشكل مهني وجاد، فليس كافياً أن تحتوي الرسالة الإعلامية المؤثرة على ساعات طويلة من البث أو المواد الإعلامية فقط؛ بل يجب أن تكون هناك خطة إعلامية مدروسة تستند إلى أسس علمية، تأخذ في الاعتبار الجمهور المستهدف وطرق التواصل معه وأسباب ذلك، صحيح أن الأنظمة السابقة فرضت قيوداً على الوجود الإسلامي في الإعلام، مما أثر سلباً على الحس المهني لدى

- العديد من الإسلاميين، إلا أن الحركات الإسلامية تمتلك الوسائل التي تمكنها من التغلب على هذه العقبات وتجاوزها (9، 2018: Hassan Abdul)
5. **مراعاة الأولويات:** يجب أن يُعتبر فقه الأولويات عنصراً أساسياً في التوجهات والقرارات واختيار البدائل، فلا ينبغي الانشغال بالقضايا الفرعية على حساب القضايا الأساسية، كما يجب تجنب التمسك بأمور تكون أضرارها أكبر من فوائدها، حتى وإن كانت صحيحة في جوهرها (10، 2018: Hassan Abdul)
6. **استراتيجية التطوير:** نرى أن الإعلام الديني يجب أن يحقق مجموعة من الأهداف، من بينها: إحداث تغيير حقيقي، وتحويل الأفكار والسلوكيات والأخلاق على المستويين العام والخاص، كما ينبغي أن يساهم في تشكيل الرأي العام، ويعمل على رفع مستوى وعي الجمهور وتعزيز تأثيره، علاوة على ذلك، يجب أن يقدم صورتهم لكافة فئات المجتمع بما يتناسب مع تنوع ثقافتهم واستخدام اللغة الملائمة لهم.
7. **إشكاليات الإعلام الديني:** يواجه الإعلام الإسلامي اليوم، من الناحيتين النظرية والعملية، مجموعة من التحديات التي تؤثر على بعض عناصره، مما قد يؤدي أحياناً إلى انحرافه عن تحقيق دوره الحقيقي المنشود، خاصة في ظل الظروف التي تعيشها المجتمعات الحالية. فالإعلام الذي يتحدث باسم الإسلام أو يسعى للالتزام بقيمه ويؤدي الوظيفة الإعلامية الإسلامية يحتاج إلى إصلاح مؤسساته، وتوجيه رسالته، وتأهيل كوادره من خلال إعداد إعلاميين قادرين على أداء دورهم بفعالية. ويتطلب ذلك إعدادهم فكرياً ولغوياً وثقافياً وتخصصياً وفنياً وأخلاقياً ، تتميز التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي بالخطورة؛ فهو ليس الوحيد في الساحة الإعلامية، بل يواجه منافسة من وسائل إعلام أخرى، إضافة عن الإعلام المعادي. كما أن الإعلام الإسلامي يحمل رسالة شاملة تعكس شمولية الإسلام الذي يمثلها، فهو ليس مجرد إعلام وعظي، بل يتناول جميع جوانب حياة المتلقي، ويعالج احتياجات الأسرة والمجتمع المسلم بكافة فئاته، سواء كانوا كباراً أو صغاراً، رجالاً أو نساءً، بغض النظر عن اختلاف طبقاتهم وثقافتهم (11، 2014: Haifa Fawares)

الخاتمة

الحمد لله الذي اتم علينا نعمه، وأرشدنا لطاعته، وأفضل علينا بإكمال دراستنا على أتم وجه، ثم الصلاة والسلام على نبي الأنام وعلى آله وصحبه ومن تبعه الى يوم الأنام ، وبعد.. وفي ختام هذا الموضوع يمكن التأكيد على أن الإعلام الديني يشكل أداة ضرورية وفعالة لنشر القيم الدينية والأخلاقية وتعزيزها داخل المجتمع، لما يمتلكه من قدرة كبيرة على التأثير في عقول

الأفراد وسلوكياتهم، وعندما يُستخدم بأسلوب معتدل ومنهجية حكيمة تعتمد على الموضوعية والاعتزان، فإنه يسهم بشكل إيجابي في رفع مستوى الوعي المجتمعي، وتصحيح المفاهيم المغلوطة، وتعزيز قيم التسامح والتعاون بين أفراد المجتمع، إضافة إلى ذلك يؤدي الإعلام الديني دوراً جوهرياً في مواجهة التحديات الفكرية والسلوكية، ويسهم في بناء مجتمع متماسك يقوم على القيم الإنسانية الراقية، ومن هنا تتأكد الحاجة المستمرة إلى تطوير أدوات الإعلام الديني وتوظيفها بما يتلاءم مع مستجدات العصر ومتطلباته، لتحقيق أهدافها النبيلة في إصلاح المجتمع وخدمة الإنسانية، فمن خلال دراستي توصلت إلى أبرز الاستنتاجات المهمة وهي كالآتي:

- 1- تُعد وسائل الاعلام من أقوى أدوات الاتصال العصرية التي تعين الجمهور المتلقي على معايشة العصر والتفاعل معه.
- 2- ينبغي للإعلام الإسلامي أن يسعى جاهداً لتطوير أساليبه على المستويين الشكلي والمضموني، مع الاستعداد الدائم لتبني وسائل العصر والتفاعل معها بفعالية وإيجابية.
- 3- الإعلام الإسلامي الهادف يركز على بناء الإنسان الصالح الذي يعرف ربه ونفسه ورسالته، بحيث يصبح الإنسان لبنة صالحة في بناء المجتمع.
- 4- لعب الإعلام الديني دوراً مهماً منذ نهاية القرن التاسع عشر، متمثلاً في الدفاع عن العقل المسلم وحماية ثوابته من الغزو الفكري.
- 5- يواجه الإعلام الإسلامي اليوم، من الناحيتين النظرية والعملية، مجموعة من التحديات التي تؤثر على بعض عناصره، مما قد يؤدي أحياناً إلى انحرافه عن تحقيق دوره الحقيقي المنشود

المصادر:

1. Al-Razi, Ahmad ibn Faris ibn Zakariya al-Qazwini (1998) Dictionary of Language Standards, Dar al-Fikr, Beirut.
2. Hamza, Abdul Latif Hamza (1987 AD), The Flags and the Preacher, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo.
3. Abdul Halim, Muhyiddin Abdul Halim, (1984 AD), Islamic Media and its Scientific Applications, Al-Khanji Library, Cairo.
4. Dr. Ali bin Ibrahim Al-Hamad (2014), Utilizing Modern Methods in Da'wah, Research Papers of the Da'wah Symposium during the Reign of King Abdul Aziz, Riyadh
5. Muhammad Munir Saad al-Din, (1991), Media: A Reading in Contemporary Media and Islamic Media, Central Library, Beirut



6. Zaghoul Ragheb Al-Najjar, (1999) The Crisis of Contemporary Education and its Islamic Solutions, Higher Institute of Islamic Thought
7. Ayed Al-Shaarawi (1989), Documenting Media Thought in the World, Dar Al-Nahda Al-Islamiyya, Beirut.
8. Ayed Al-Shaarawi (1989), Documenting Media Thought in the World, Dar Al-Nahda Al-Islamiyya, Beirut.
9. Munir Hijab (1982), Theories of Islamic Media, Egyptian General Book Organization, Alexandria.
10. Abu al-Hasan Ali al-Hasani al-Nadwi (1999), The Objectives of Islamic Media (Some Characteristics of the Required Da'wah in This Era); Center for Da'wah Affairs, Islamic University, Madinah.
11. Saleh Khalil Abu Subh (1999), Challenges Facing Arab Media, Dar al-Shuruq Publishing and Distribution, Beirut.
12. Radwan Ali Hussein Al-Ajal, (1998), Challenges of the Arab and Islamic Worlds, Awareness of the Age and Interaction with Changes, Al-Qalam Cultural Foundation, Beirut
13. Muhammad Abbas Abdul Rahman Al-Mughni, (2017), Islamic Media and its Role in Protecting Society from Terrorism, Published Research, Faculty of Law, Tanta University, Algeria.
14. Ibrahim Abdullah Nasser, (2002) Citizenship, Al-Raed Library, Amman, Jordan.
15. Faraj Al-Kamel (2009), The Impact of Communication Media: Psychological and Social Foundations, Dar Al-Fikr Al-Arabi, Cairo.
16. Muhammad Reda Zaeri (2018), Religious Media, Al-Istighrab Journal, Islamic Center for Strategic Studies, Maghreb.
17. Maryam Naji, (2025), How Do I Define My Goal in Life?, Al-Yaqeen Press, Damascus.
18. Thaira Akram Al-Akeedi (2025), Modern Media and Its Impact on Religious Societies, Iraqi National Charter House, Baghdad.
19. Jalal Hassan Abdul (2018), The Role of Media in Achieving Sustainable Development Goals, a paper published in the Conference on Legal and Ethical Controls of Media, Al-Azhar University, Cairo.
20. Haifa Fawaris (2014), The Educational Function of Islamic Media and its Contemporary Reality: An Analytical and Critical Perspective, Contemporary Islamic Thought Journal, Beirut