

دور الاعلام في التوجه الفكري (مناهج الدعاة القرآنيين في وسائل الاعلام أنموذجاً) دراسة تحليلية

الكاتب والمسؤول الاول / الدكتور فاطمة دست رنج

f-dastranj@araku.ac.ir

الاستاذة المشاركة في قسم علوم القرآن والحديث جامعة آراك / جمهورية إيران الإسلامية

حوراء عباس مرير

haoraamrer@gmail.com

الملخص

الإعلام، بمختلف وسائله، يشكل واحدة من أهم الوسائل التي تسهم في تبادل الأفكار والرؤى داخل المجتمع. إنه يعكس الثقافة والتطور الاجتماعي، ويشكل جسراً للتواصل بين الناس. يتنوع الإعلام بين الخطب والمحاضرات ووسائل التواصل الاجتماعي، حيث يعتبر كل منها قناة حيوية لنقل الأفكار والقيم. وتلعب الوسائل الإعلامية دوراً مهماً في نقل الرسائل الدينية وتعزيز القيم الأخلاقية في المجتمع. ورسالة الإعلام الديني تسعى لنشر الوعي وتوجيه الناس نحو الخير والتقوى. يتمثل هدفها في بناء مجتمع أخلاقي ومسؤول يعتمد على القيم الدينية. إن استخدام الإعلام في نشر الرسائل الدينية يعزز التواصل الفعال ويصقل الوعي الديني لدى الجماهير. على سبيل المثال، يعتبر الشيخ أحمد الوائلي والشيخ باقر المقدسي والسيد منير الخباز نماذج حية للدعاة الذين استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي بشكل مبتكر. يقومون ببناء حضور قوي على منصات التواصل الاجتماعي، حيث يشاركون الناس بمحتوى هادف وملهم يعزز القيم الدينية. تستفيد رسالة الإعلام الديني من مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها. تتيح للدعاة التواصل المباشر مع الجماهير من خلال الخطب والمحاضرات، حيث يمكنهم نقل الرسائل الدينية بشكل مباشر وجذاب. من ناحية أخرى، يعتبر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة للتفاعل مع الشباب والفئات العمرية المختلفة. يتمثل في نشر مقاطع فيديو قصيرة، والمشاركة في مناقشات حية، وتوفير نصائح يومية عبر منصات التواصل الاجتماعي. وتحمل وسائل الإعلام الديني مسؤولية توجيه الناس نحو التفكير البناء والتصرف الأخلاقي. يمكنها تشكيل الرأي العام وتوجيه الانتباه إلى القضايا الهامة. وقد اعتمد الباحث على الأسلوب التحليلي الوصفي في دراسته للوصول إلى الأهداف المرجوة منها.

الكلمات المفتاحية: الاعلام، التوجه، الفكري، مناهج، الدعاة

The role of the media in intellectual orientation (the approaches of Qur'anic preachers in the media as an example) - an analytical study

Professor/Fatemeh Dastranj

f-dastranj@araku.ac.ir

Associated Professor of Arak university/Islamic Republic of Iran

Haoraa Abas Mrer

Abstract

The media, in its various forms, constitutes one of the most important means that contribute to the exchange of ideas and visions within society. It reflects culture and social development, and forms a bridge of communication between people. The media varies between speeches, lectures, and social media, each of which is considered a vital channel for transmitting ideas and values. The media plays an important role in conveying religious messages and promoting moral values in society. The message of religious media seeks to spread awareness and guide

people towards goodness and piety. Its goal is to build an ethical and responsible society based on religious values. Using the media to spread religious messages enhances effective communication and sharpens religious awareness among the masses. For example, Sheikh Ahmed Al-Waeli, Sheikh Baqir Al-Maqdisi, and Mr. Munir Al-Khabaz are living examples of preachers who used social media innovatively. They are building a strong presence on social media platforms, where they engage people with meaningful and inspiring content that promotes religious values. The religious media message makes use of a variety of media to achieve its goals. It allows preachers to communicate directly with audiences through sermons and lectures, where they can convey religious messages in a direct and attractive way. On the other hand, using social media is an effective tool to interact with young people and different age groups. It consists of posting short videos, participating in live discussions, and providing daily tips on social media platforms. Religious media bear the responsibility of guiding people toward constructive thinking and moral behavior. It can shape public opinion and direct attention to important issues. The researcher relied on the descriptive analytical method in his study to reach the desired goals.

Keywords: media, orientation, intellectual, curricula, preachers

المقدمة:

تعتبر الأنشطة الإعلامية من الوسائل الفعالة في نقل وتبادل الأفكار والآراء في المجتمع. تتنوع هذه الأنشطة بين الخطب، والندوات، والطبع، والنشر، والرسائل الصوتية والمرئية، حيث تمثل قنوات تواصل حيوية لنقل الرؤى والقيم. يستند العمل الإعلامي على عناصر أساسية تشمل الإعلامي، المستمع، الرسالة، والوسيلة الإعلامية، ويتطلب تكامل الصورة الإعلامية لتحقيق الأهداف المنشودة.

تحمل رسالة الإعلام قيمة أخلاقية وتربوية، وتسعى لتكون مكملة لرسائل الأنبياء والأوصياء والعلماء. يُحث على بناء رسائل إعلامية ذات مضمون عالي، تخدم المجتمع بعيداً عن الخداع والتلاعب والتضليل. يعتبر الإعلام الإسلامي وسيلة للإفصاح والتوضيح، يسعى إلى تصحيح فهم الناس لمبادئ الإسلام والدعوة إلى قيمه السمحة. في هذا السياق، يتجاوز الإعلام الإسلامي مجرد نقل الأخبار، حيث يهدف إلى التأثير الدعوي بروح إسلامية. وفي السنوات الأخيرة، برع العديد من الدعاة في نشر رؤى تعزز القضايا الإيجابية وتعمل على القضاء على الظواهر الضارة.

تنوع وسائل الإعلام الديني تنوعاً واسعاً، حيث يعتمد الدعاة على استراتيجيات متعددة للتواصل مع جمهور واسع. يستخدم بعضهم الخطب والمحاضرات، بينما يعتمد آخرون على وسائل الإعلام الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي لتوسيع نطاق تأثيرهم.

الدعوة الشخصية المباشرة تعد وسيلة فعالة لبناء علاقات وثيقة مع الأفراد، في حين توفر وسائل الإعلام غير المباشرة وصولاً واسعاً. يتبنى الدعاة استراتيجيات فريدة لتحقيق أهدافهم، مستفيدين من التطور التكنولوجي ووسائل الاتصال الحديثة. في هذا السياق، يبرز دور بعض الدعاة الإسلاميين مثل الشيخ أحمد الوائلي والشيخ باقر المقدسي والسيد منير الخباز، الذين يستخدمون بفعالية وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز دعوتهم الدينية والتواصل مع الجمهور بأساليب جاذبة ومبتكرة.

وقد جاءت فكرة هذه الدراسة وأهميتها لتبيان مفهوم الاعلام وأسسها وكيفية توجيه الأراء وتوضيح مفهوم الاعلام الإسلامي الذي يعرض معالم الفكر الإسلامي النير، وتقوم بدفع الشبهات والأباطيل بعيداً عن الدين الحنيف ورموزه

*: مفهوم الاعلام

الإعلام باللغة هو مصدر للفعل الرباعي "أعلم"، ويمكن قوله أيضاً "أعلم يعلم إعلاماً"، وفي سياق آخر يُستخدم مصطلح "أعلمته بالأمر" للدلالة على إخباره به، وقد أطلعت عليه.

يُشير في لغة العرب إلى الاستعلام عن معلومات من فلان بقوله "استعلم لي خير فلان"، ويتم التبليغ والإيلاج عند نقل المعلومات للآخرين، حيث يُقال "بلغت القوم بلاغاً" للدلالة على الوصول بالمعلومات المطلوبة.¹

والتشدد على نقل المعلومات بقول "فليبلغ الشاهد الغائب"، أي ليُعلم الشاهد الأمور التي لم يكن متواجداً لرؤيتها.

كما يشير أيضاً إلى نقل الأخبار والإبلاغ عنها. يمكن استخدامه أيضاً للدلالة على الإخبار عن شيء، أو نقل المعلومات وإيصالها.

تتداخل هذه المفاهيم لتشكّل لغة للتواصل بين الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات، مما يعزز التفاهم والتفاعل، ويسهم في الحوار والمشاركة في إطار ثقافي وبيئي محدد.

الاعلام اصطلاحاً: يعرف الدكتور سامي ذيبان العملية الإعلامية كتلك التي تبدأ بمعرفة المراسل الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل. تتضمن هذه العملية عدة مراحل، مثل جمع المعلومات من مصادرها، ونقلها، والتعامل معها، وتحريرها، تلاوتها، وإطلاقها أو إرسالها عبر وسائل الإعلام مثل الصحف والوكالات والإذاعات والتلفزيون إلى الجهة المعنية والمهتمة بالوثائق.²

عرّف الخبير الألماني في شؤون الإعلام (أوتوجروت) الإعلام بأنه: "التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت".³

ووفقاً لتعريف الأستاذ إبراهيم إمام للإعلام، يُعرف بأنه "نشر للحقائق والأخبار والأفكار والآراء بوسائل الإعلام المختلفة".⁴

يمكن أيضاً وصفه بأنه الأسلوب المُنظَّم للدعاية السياسية أو ترويج الأفكار في بيئة مهياة نفسياً لاستقبال السيول الفكرية التي تنبعث من المصادر التي تسيطر على الرأي العام وتدير الأمور بقبضة حديدية. وقد يكون هذا التعريف صحيحاً تماماً عن الواقع الإعلامي المعاصر.⁵

ويقال: الإعلام هو مجموعة الوسائل التي تسعى إلى تحقيق الاتصال ونقل المعلومات والمعارف بشكل موضوعي، بهدف إيصال الأخبار وتوجيه الرأي العام وتشكيل آراء الجماهير حول القضايا المطروحة.

وتوجد تعاريف متعددة لمصطلح الإعلام، حاولنا جمعها من مصادر متنوعة؛ لتوضيح المفهوم بشمولية وبأوضح العبارات وأقربها إلى الفهم، وهي: توفير الأخبار والأحداث بدقة، ونشر

¹ ابن منظور، لسان العرب، تحقيق: علي شيري، دار احياء التراث العربي، بيروت، ط1، ج9، 1988، ص371

² سامي ذيبان، الصحافة اليومية والاعلام، دار المسيرة للطباعة والنشر، بيروت، ط2، 1987، ص35

³ محمود محمد سفر، الاعلام موقف، مطبعة تهامة، السعودية، ط1، 1982، ص22

⁴ إمام إبراهيم، الاعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1969، ص12

⁵ الأعرجي، الشخصية الإسلامية مؤسسة الإعلامية، دار المعارف، بيروت، 1402هـ، ص9

المعلومات الصحيحة، ونقل الحقائق والمعارف والعلوم بشكل رفيع، واختيارها والتحقق من صحتها، بناءً على منظور معين، وفقاً لسياسة محددة، وهدف معين، وفقاً لمنهج تربوي معين، بهدف تشكيل رأي مستنير في الجماهير، حيال القضايا المعروضة، والتعامل مع المشكلات التي تواجه الجماعات، بحيث يكون هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن آراء وتوجهات الناس واتجاهاتهم، ويسهم في تشكيل الاتجاهات داخل المجتمعات، وهذا يعتبر من الأغراض والعوامل الرئيسية للإعلام.

وسائط الإعلام:

تقوم الأنشطة الإعلامية على شكل من أشكال التواصل مع الآخرين لنقل فكرة معينة، وتتنوع وسائل وأساليب التواصل، حيث يمكن أن تظهر بعدة أشكال مثل الخطب والندوات التثقيفية وحلقات الحوار، وأيضاً من خلال طبع المؤلفات والكتب ونشر الروايات، وتشمل المجالات والصحف، وتمتد إلى الرسائل الصوتية والمرئية كالإذاعة والتلفزيون، وتصل إلى القنوات الفضائية ووسائل الفن الدرامي مثل التمثيل في المسرح والسينما، ومعارض الفن التشكيلي، والعديد من الوسائل والأشكال المتعددة والمتجددة، المعروفة بوسائل الإعلام⁶.

ببساطة، كل وسيلة تنقل الآراء والأفكار والرؤى إلى الناس تُعتبر في الواقع وسيلة إعلامية، حيث تمثل القناة أو الوسيلة التي ينقل منها الرأي إلى الجمهور، وغالباً ما تستند إلى الكلمة أو القول.

إذاً، وسائل الإعلام تشكل مجموعة من الأدوات والآلات التي يعبر من خلالها المرسل الإعلامي عن آرائه وأفكاره، وينقل محتوى رسالته وطبيعته إلى المتلقين أو المستمعين، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر، وذلك بتنوع أنواع ووسائل الإعلام مثل الإذاعة، والتلفزيون، والمسرح، والصحافة المكتوبة، والمؤتمرات، والندوات وما إلى ذلك.

أسس العمل الإعلامي

يتأسس العمل الإعلامي وقاعدته على أربعة عناصر أساسية وثابتة، حيث لا يمكن الاستغناء عن أي منها من أجل تكامل الصورة الإعلامية وتحقيق الهدف المنشود. هذه العناصر هي:

العنصر الأول: الإعلامي أو الشخص الذي ينقل الرسالة الإعلامية.

العنصر الثاني: المستمع أو المتلقي أو المخاطب، سواء كان فرداً أو جماعة.

العنصر الثالث: الرسالة أو المحتوى الذي يتم نقله، سواء كان من فكر أو ثقافة أو معلومة أو خبر وما شابه ذلك.

العنصر الرابع: الوسيلة الإعلامية أو الأداة التي تُستخدم كوسيلة لنقل الرسالة بين الإعلامي والمتلقي، سواء كانت منبراً أو صحيفة أو إذاعة أو قناة فضائية وما إلى ذلك.

تُعتبر رسالة الإعلام رسالة ذات طابع سماوي، تحمل قيماً أخلاقية وتربوية، مشابهة لرسالة الأنبياء والأوصياء والعلماء، إذا لم تكن مكملتها لتلك الرسائل⁷.

لذا، يجب بناء الرسالة الإعلامية على عروض ذات مضمون عالي، وفكر سليم، وهدف صافٍ، يخدم المجتمع وأفراده، بعيداً عن الخداع والتضليل والتلاعب، وتجنب الانحرافات الفكرية

⁶ الكنعاني، مدخل إلى الإعلام، وزارة الثقافة والإرشاد، بغداد، 1919، ص109

⁷ الكنعاني، مدخل إلى الإعلام، المرجع السابق نفسه، ص39

والأخلاقية والعقائدية، وهذا هو الهدف الرئيسي الذي يُبنى عليه العمل الإعلامي وسلوك الإعلامي الملتزم⁸.

الإعلام الإسلامي:

الدين الإسلامي يظهر جوانبه الإعلامية بشكل أساسي، إذ يعتمد على الإفصاح والتوضيح. ومن هنا، يظهر أهمية الإعلام الإسلامي في تصحيح فهم الناس لمبادئ الإسلام، والدعوة إلى قيمه السمحة والأصيلة بطريقة علمية وعملية وفنية.

يتطلب ذلك تكامل هذه القيم في حياة المسلم، سواء في بيته أو عمله، ومع أسرته وأقاربه، وفي تعاملاته وعاداته وتقاليده، وكذلك في ممارسة عباداته.

الإعلام يُعدُّ سلاحًا يتسم بحدّين؛ إما أن يُستخدَم في مصلحة الأمة من خلال التخطيط الدقيق لبرامجه، ملتزمًا بمبادئ وأهداف الأمة وحضارتها، وإما أن يتحول إلى وسيلة إعلامية غير واضحة الأهداف، تسهم في تغيير كل ما يتعلق بها عند تداولها بأيدي الإعلاميين.

في هذه الحالة، يكون الإعلام سلاحًا خطيرًا بيد أعداء الأمة، حيث يُشارك في نشر الشائعات وزيادة الإحباط وترويج الفساد⁹.

الإعلام الديني الإسلامي: يمثل إعلاماً رسالياً دعويّاً بناءً، وهو نهج من أنماط التأثير على الجماهير والرأي العام بشأن العقيدة الدينية.

يتجاوز هذا النوع من الإعلام مجرد نقل الأخبار أو الإعلام، حيث يفترض وجود علاقة ولاء قائمة أو ممكنة. ولا يُعتبر دعاية بالمعنى التقليدي، حيث يرفض التشويه أو التمويه.

في القرآن الكريم، يُطلق على هذا النوع من الإعلام مصطلح "التبليغ" أو "البلاغ"، ويتعلق ذلك بنقل الحقائق والإرشادات السماوية للناس دون أي كذب أو تحريف.

يعتبر ذلك مهمة للرسول والأنبياء والأوصياء والأولياء، كما يُظهر في قوله تعالى: "وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ"¹⁰، وقوله: "يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ"¹¹.

فالإعلام الإسلامي يمثل عملية نقل المعرفة والحقائق إلى الجمهور بروح إسلامية. يتميز هذا النوع من الإعلام بأنه يعتمد على مبادئ أخلاقية عالية، ويتبنى سلوكيات رفيعة، ويستمد قيمه من تعاليم الدين الإسلامي الحنيف.

يستوحى من حياة النبي الكريم محمد صلى الله عليه وآله، وأهل بيته الأطهار عليهم السلام.

يجب أن يكون الإعلام الإسلامي واضحاً وخالياً من التشويش، شفافاً وخالياً من الغموض، ويتسم بالأسلوب اللطيف والتقديم النقي.

يجب أن يكون شريفاً في الهدف والنية، حيث تكون الغاية هي الحقيقة، والقول هو الصدق، دون أي تضليل أو إضلال.

يتجنب الأساليب الملتوية والدنيئة في العرض والبيان، ويسلك الطريق الذي يستند إلى التثبت والدقة والوضوح، مستمداً ذلك من حقائق الإسلام وعقيدة المسلم.

⁸ الهيتي، الاعلام العربي والدعاية الصهيونية، دار الجمهورية، بغداد، 1989، ص21

⁹ عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام، مكتبة القدسي، 1406هـ، ص29

¹⁰ سورة المائدة، الآية: 99

¹¹ سورة المائدة، الآية: 67

أسلوب الإعلام الإسلامي يتسم باللين والحكمة، ويقدم إرشاداً قوياً في دعوة الناس إلى منهج الدين الحنيف. يتبع أسلوباً قائماً على الحكمة والموعظة الحسنة، كما دعا الله رسوله الكريم صلى الله عليه وآله، وقد أشاد الله بأسلوبه في التعامل مع الناس ودعوته إلى الرسالة الإسلامية، مظهراً لرحمته للعالمين¹².

يعتمد الإعلام الإسلامي على استخدام جميع وسائل الإعلام المتاحة في المجتمع الإسلامي والإنساني، سواء كانت وسائل قراءة، أو سماع، أو مشاهدة، ويشمل ذلك إقامة الندوات، والبرامج، والمؤتمرات، بعروض ومواضيع هادفة وموجهة ومحكمة.

في سياق مشابه، كان للنبي الأكرم صلى الله عليه وآله وسائله الخاصة في نقل رسالته وتبليغها للناس. فقد دعا الناس في بعض الأحيان عبر ندوات أو اجتماعات، كما جمع عشيرته وأهله لنقل رسالته عندما نزل قوله تعالى: "وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ"¹³.

استفاد النبي أيضاً من التجمعات والمواسم العامة مثل حج وعمره، وفترات التجارة لإلقاء الخطب وعرض الدين الجديد، وشرح أحكامه وسننه وتشريعاته.

وفي إطار نفس السياق، أقام خطباً في الصلوات الجامعة، وخطب صلاة الجمعة والعيد، واستخدم وسائل الإعلام الأخرى لنشر تعاليم الدين، وتعزيز عقائده، وتوجيه مفاهيمه ومبادئه بين المسلمين، وذلك ضمن إطار زمني محدد.

الإعلام الإسلامي يعتبر من أبرز وسائل تعزيز الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر. تتحد جميع وسائل الإعلام تحت ركائز الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ملتزمة بشروطه وأحكامه. تكمن روح وديمومة هذه الضوابط في تحقيق الخير في القول والعمل والسلوك المعتدل في المجتمع.

يقع عبء المسؤولية في الإعلام الإسلامي على تبني رؤية هادفة، تعرض معالم الفكر الإسلامي النير، وتقوم بدفع الشبهات والأباطيل بعيداً عن الدين الحنيف ورموزه¹⁴.

يجب فضح الأراجيف الزائفة التي تُلقق ضد المجتمع الإسلامي، وتوضيح الحقائق الناصعة ونشرها، وكذلك نقل الأخبار الواقعية من مصادرها.

تُعد هذه الواجبات الكفوءة الأساسية والمرتكزات الثابتة في الدين الإسلامي، مستندة إلى دعوة القرآن لتكون أمة تدعو إلى الخير وتأمّر بالمعروف وتنهى عن المنكر.

يُحسن الله تعالى للأمة القيام بواجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ويشيد بإيمانها.

ويظهر وجوب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر أيضاً في وصية لقمان الحكيم لابنه، حيث دعاه إلى إقامة الصلاة والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، مع التحلي بالصبر على ما يصيبه.

وفي حديث عن رسول الله صلى الله عليه وآله، أشار إلى استمرار خير الناس ما داموا يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر، ويتعاونون على البر والتقوى، محذراً من فقدان البركات في حال تركوا هذه القيم¹⁵.

¹² لؤي عبد الحميد شنداخ، أثر الاعلام في نشر الدعوة الإسلامية، شبكة الألوكة، ص8

¹³ سورة الشعراء، الآية: 214

¹⁴ محيي الدين، الاعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984، ص32

¹⁵ الطبرسي، مشكاة الأنوار، دار الحديث، ط1، ص239

وفي قول للإمام أبي جعفر عليه السلام، يُظهر أن من يسعى لرضا الناس بما يغضب الله، يكون مستهزئاً في نظرهم. بينما من يفضل طاعة الله ويتجاهل غضب الناس، يجد الله عز وجل معونته ونصره، ويتجنب عداوة وحسد الأعداء.

بعد أن تم التعرف على أن الجوهر الرئيسي في ميدان الإعلام هو التحدث أو القول، الذي من خلاله يتواصل الفرد مع عقول الآخرين وقلوبهم، وباستخدامه يتم نقل رسالة الداعية أو المبلغ أو الإعلامي إلى الجمهور، سواء كان ذلك بالكلام المسموع أو الكتابي، يجب علينا فهم وجهة نظر الشريعة الإسلامية تجاه هذا المجال، والذي يُعرف بفقه الإعلام¹⁶.

يعبر فقه الإعلام عن السبيل لفهم الموقف الشرعي في السياق الإسلامي، من خلال الأدلة والأقوال الواردة في الشريعة الإسلامية، وفهم مضمون خطابها، وفنون التعبير المستخدمة، وذلك ضمن إطار أهداف الشريعة وأغراضها التي وضعتها الشريعة الإسلامية، وأهم مقاصدها وأهدافها، وفقاً للأحكام الشرعية.

نظراً للدور البارز الذي يلعبه الإعلام في التأثير على الأفراد، وفي تشكيل آرائهم وأفكارهم، وبناء ثقافتهم، وتوجيههم نحو مسار صالح، ونشر الوعي بينهم حول القيم العليا والأهداف النبيلة، أولى الإسلام أهمية كبيرة للجانب الإعلامي، وقدم له اهتماماً خاصاً؛ للاستفادة منه في نشر الدعوة الإسلامية وتوضيح مبادئها وتعليم أحكامها.

استراتيجيات الدعوة القرآنية في وسائل الإعلام الحديثة

تتجلى الدعوة إلى سُبُل الحق كواحدة من أعظم المهمات الإنسانية، حيث تسعى بكل جهد لتحقيق الخير والازدهار للفرد والمجتمع.

خلال العقود الأخيرة، أظهر العديد من الدعاة تفانياً وجدارة في نشر رؤى محددة بهدف تعزيز القضايا الإيجابية في المجتمع والعمل على القضاء على الظواهر الضارة.

اعتمد هؤلاء الدعاة على تنويع وسائلهم الدعوية، مستندين إلى رؤاهم الفريدة حول الوسيلة الأمثل لتحقيق أهدافهم.

وفي حين اختار بعضهم اللجوء إلى الخطب أو المحاضرات أو الدروس أو الكتابة، اعتمد آخرون على فنون الدعوة من خلال القصص والأمثال والقُدوة الحسنة والحكم والترغيب أو التهيب، جنباً إلى جنب مع الوعظ والندوات والمناقشات، ومجموعة واسعة من الأساليب الأخرى. في سعيهم لتوسيع نطاق تأثيرهم، اتجه الدعاة إلى استخدام وسائل إعلامية مختلفة.

ومنهم من اعتمد على الاتصال الشخصي المباشر، حيث قاموا بالتواصل المباشر مع الناس وتوجيه دعوتهم بشكل فردي.

بينما اختار آخرون اللجوء إلى وسائل الإعلام غير المباشرة، مثل وسائل الإعلام الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي والنشر المكتوب والتلفزيون والراديو، بهدف الوصول إلى جماهير واسعة ومتنوعة.

تأتي أساليب الدعوة الشخصية المباشرة كوسيلة فعالة لبناء علاقات وثيقة مع الأفراد، حيث يمكن للداعية أن يلامس قلوب الناس بشكل مباشر ويتفاعل مع تحدياتهم وآمالهم¹⁷.

¹⁶ إمام إبراهيم، الإعلام الإسلامي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1980، ص14

¹⁷ الخالدي الكاظمي، المنبر الحسيني نشوؤه وحاضره وآفاق المستقبل، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، لبنان، 2004م، ص39

تستفيد وسائل الإعلام غير المباشرة من القدرة على الوصول إلى جمهور أكبر وأشمل، حيث يمكن للمروجين نشر رسائلهم وبثها بشكل واسع وفعال. يُستغلون وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للتفاعل مع شرائح متنوعة من المجتمع.

فقامت الدعاة بتطوير استراتيجيات متنوعة للوصول إلى جمهور واسع، حيث استفادوا من وسائل الإعلام الحديثة مثل وسائل التواصل الاجتماعي والنشر المكتوب والتلفزيون والراديو لنشر رسائلهم بشكل واسع، مما فتح أمامهم أبواب التواصل مع طبقات مختلفة من المجتمع.

ومع تقدم تكنولوجيا الاتصال وتطويرها، أصبح بإمكان الدعاة الوصول إلى جماهير أكبر بسهولة، حيث استخدموا وسائل الإعلام الإلكترونية والمنصات الرقمية لنشر رسائلهم وتوجيه دعوتهم إلى العالم بأسره.

من بين هؤلاء الدعاة يظهر الشيخ أحمد الوائلي كمن اتبع استراتيجية نبذ الاختلافات والتجاذبات في خطابه الإعلامي، مما يعكس رغبته في تعزيز الوحدة والتلاحم بين أفراد المجتمع الإسلامي.

تسعى هذه الاستراتيجية إلى نقل رسالة إيجابية تشجع على التفاهم والتعاون بين مختلف التيارات والمجموعات الدينية.

من خلال إرشاده لوسائل الإعلام بضرورة تجنب تصاعد الخلافات والتأكيد على القيم المشتركة والوحدة الإسلامية، كان يهدف إلى خلق مناخ إيجابي يعزز الحوار والتفاهم بين الأفراد والجماعات.

يعزز هذا النهج التسامح والتعايش السلمي، ويسهم في تعزيز وحدة المجتمع الإسلامي.

يعبر الشيخ عن ذلك قائلاً: "ينبغي على وسائل الإعلام أن تمتنع عن قبول أي كلمة أو مقال من شخص لا يتمتع بثقافة واسعة إلا بضعة أحاديث يحفظها، وبدون أن يكون مستوفياً للشروط يجب أن تكون عاملاً مساعداً على تعزيز الوحدة وليس التفرقة، وأن تفتح أبواباً دائماً وليس في المناسبات فقط"¹⁸.

كما نجد أن الشيخ باقر المقدسي استخدم وسائل التواصل الاجتماعي ووسائط الإعلام بفعالية لتعزيز دعوته إلى الإسلام وللتواصل مع فئات متنوعة من المجتمع.

حققت محاضراته المسجلة إعجاباً كبيراً ونالت استجابة واسعة من المتابعين. تتميز أساليب الشيخ باقر المقدسي التي يتميز بها، بقدرته على التواصل مع قلوب وعقول الناس، وتوضيح المفاهيم بأسلوب جاذب وبكلمته الطيبة.

كما استفاد منير الخباز من وسائل التواصل الاجتماعي لنشر المحتوى والدروس الصوتية والكتابية، حيث أقام موقعاً خاصاً له يعرض فيه محاضرات ذات قيمة، ويُعرض فيه الندوات والحوارات التي شارك فيها، بالإضافة إلى الأنشطة والفعاليات التي يشارك في تنظيمها¹⁹.

يُقدم الخطيب الجمعة وينشر مؤلفاته وكتبه، مما يُتيح لجمهوره الوصول إليها وقراءتها. كما يُخصص جزءاً في الموقع للرد التفصيلي والواضح على استفسارات الجمهور، مما يزيل الغموض ويسهم في تذليل العقبات.

¹⁸ السعدي، الخطاب الإعلامي للشيخ الدكتور أحمد الوائلي (دراسة مستقبلية تحليلية)، مجلة العلوم الإنسانية، كلية التربية، العراق، 2010م، مج1،

ع6، ص132

¹⁹ الكرياسي، السيرة الذاتية للسيد منير الخباز، مركز الإشعاع الإسلامي للدراسات والبحوث الإسلامية 2023/8/7م

قام الشيخ باقر الايرواني باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية وإبداع في نشر مضمون ديني قيم ومفيد.

استغل الشيخ الايرواني منصات التواصل الاجتماعي لتوسيع نطاق انتشار كتبه ومحاضراته الصوتية والمكتوبة، بالإضافة إلى دروسه في الفقه والأصول.

ونجح من خلال هذه الجهود في الوصول إلى جمهور واسع ومتنوع في المجتمع. قام أيضاً بنشر الشيخ فوائد ونصائح هامة، وتقديم معلومات قيمة بطريقة سهلة ومبسطة، مما سهل على الجميع الوصول إليها.

الشيخ باقر الايرواني يتبنى منهجاً فريداً يتميز به في التعامل مع القضايا بشكل موضوعي ودقيق.

يقوم بدراسة وتحليل شاملين لطبيعة الموضوع، حيث يطرح وجهات نظر متنوعة ويناقشها بشكل منهجي وموضوعي، مستعيناً بالبراهين والأدلة القوية التي تدعم وجهات نظره.

في محاضراته ودروسه الفقهية والأصولية، يتبنى الشيخ الايرواني أسلوباً سهلاً الفهم والاستيعاب، مشجعاً الطلاب على المشاركة والتفكير النقدي. يقدم النقاش بشكل متناسق مع الواقع المعاش، مما يجعل المعلومات والأفكار سهلة التذكر والتطبيق العملي. نصائحه تُعدّ كنزاً قيماً يساعد الطلاب في تحقيق أهدافهم بطريقة صحيحة وتطوير حياتهم.

تلعب كتب الشيخ الايرواني دوراً كبيراً في نشر الدعوة، حيث يقدم فيها الروايات بشكل استدلالي يساعد على توضيح المطالب وحل التعارضات فيها.

يسعى الشيخ إلى تقديم منهج جديد يستند إلى الأدلة، يعالج التعارضات، ويسهم في تطوير المنهج الفقهي وتحقيق دقة وتأصيل أكبر في فهم الأحكام الشرعية.

يربط الشيخ الايرواني الفقه بالأصول، مما يساعد الطلاب في فهم التفاعل ومقدار العلم الأصولي اللازم في عملية الاستنباط²⁰.

ويستخدم وسائل التواصل الاجتماعي لنشر محتواه الديني، حيث ينشر محاضراته الصوتية والمكتوبة وكتبه ونصائحه عبر هذه الوسائل.

ويظل على تواصل مستمر مع طلابه، مما يساعدهم على الاستمرار في تطوير أنفسهم والاستفادة من علمه ومعرفته.

الخاتمة:

يعد الإعلام جزءاً أساسياً من حياة الإنسان اليومية، وقد أصبح له تأثير كبير في تشكيل وتوجيه الآراء والمعتقدات.

إن الدعوة القرآنية تشكل جزءاً هاماً من التراث الإسلامي، وهي تسعى إلى توجيه الناس نحو فهم أعمق للقرآن الكريم وتطبيق تعاليمه في حياتهم اليومية.

²⁰ الوائلي رئيس تحرير صحيفة صدق المهدي ، السيرة الذاتية للشيخ باقر الايرواني، مركز الدراسات التخصصية

يعتبر الداعية شخصاً مؤثراً في توجيه الناس نحو فهم صحيح للإسلام وتطبيق مبادئه في مختلف جوانب الحياة.

ومع تقدم التكنولوجيا وتطور وسائل الإعلام، أصبح للإعلام دور متزايد الأهمية في نقل رسائل الدعوة وتوجيه الفكر الديني.

تبني هذه الدراسة منهجاً تحليلياً لاستكشاف كيف يؤثر الإعلام في توجيه الفكر.

وقد بين الباحث في هذه الدراسة مفهوم الإعلام ووسائله، وكشف عن أسس عمله وكيف يكون له تأثير في توجيه الفكر تناول الباحث أيضاً متى يظهر الإعلام فعّالاً في بناء المجتمع وكيف يمكن أن يتجه نحو تحطيمه.

فيما بعد، تناول الباحث مفهوم الإعلام الإسلامي، وركز على استراتيجيات الدعوة القرآنية في سياق وسائل الإعلام الحديثة.

قائمة المصادر:

1. القرآن الكريم
2. إمام إبراهيم ، الاعلام الإسلامي، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1980
3. إمام إبراهيم ، الإعلام والاتصال بالجماهير، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ط1، 1969
4. ابن منظور، لسان العرب، تحقيق: علي شيري، دار احياء التراث العربي، بيروت، ط1، ج9، 1988
5. الوائلي حميد عبد الجليل رئيس تحرير صحيفة صدى المهدي ، السيرة الذاتية للشيخ باقر الايرواني، مركز الدراسات التخصصية
6. الاعرجي زهير ، الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية، دار المعارف، بيروت، 1402هـ
7. سامي ذبيان، الصحافة اليومية والاعلام، دار المسيرة للطباعة والنشر، بيروت، ط2، 1987
8. الكرباسي صالح ، السيرة الذاتية للسيد منير الخباز، مركز الاشعاع الإسلامي للدراسات والبحوث الإسلامية 2023/8/7
9. عبد الوهاب كحيل، الأسس العلمية والتطبيقية للاعلام، مكتبة القدسي، 1406هـ
10. الطبرسي علي، مشكاة الأنوار، دار الحديث، ط1،
11. الخالدي الكاظمي فيصل ، المنبر الحسيني نشوؤه وحاضره وآفاق المستقبل، دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، لبنان، 2004م
12. السعدي قاسم حسين ، الخطاب الإعلامي للشيخ الدكتور أحمد الوائلي (دراسة مستقبلية تحليلية)، مجلة العلوم الإنسانية، كلية التربية، العراق، 2010م، مج1، ع6،
13. لؤي عبد الحميد شنداخ، أثر الاعلام في نشر الدعوة الإسلامية، شبكة الألوكة
14. محمود محمد سفر، الإعلام موقف، مطبعة تهامة، السعودية، ط1، 1982،
15. محيي الدين عبد الحلیم، الاعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، مكتبة الخانجي، القاهرة، 1984
16. الكنعاني نعمان ، مدخل إلى الاعلام، وزارة الثقافة والإرشاد، بغداد، 1919
17. الهيتي هادي نعمان ، الاعلام العربي والدعاية الصهيونية، دار الجمهورية، بغداد، 1989