

الخطاب الديني ووسائل الإعلام

دراسة نقدية

د. بوعلي نصير

جامعة الأمير عبد القادر

للعلوم الإسلامية-قسنطينة الجزائر

قدمت هذه الدراسة في مؤتمر "الخطاب الديني المعاصر والمتغيرات الدولية جامعة الجزائر ونشرت في مجلة المعيار فصلية محكمة تصدر عن جامعة الأمير عبد القادر ديسمبر 2007

مدخل:

يعاني الخطاب الديني الإعلامي المعاصر اليوم حسب عدد كبير من الملاحظين نقصا كبيرا إن على مستوى الشكل أو المضمون المعالج، وربما إذا كان الخلل موجودا على مستوى بنية هذا الخطاب فقد يتعدى الإشكال في اعتقادي إلى القائمين عليه. ولذلك فالأزمة قد تكون في المنطلق وفي المرجعية المتناقضة مع حقيقة الخطاب الديني الإعلامي. لأنه قد يوحى في البداية أن الخطاب الديني الذي يرد عبر بعض وسائل الإعلام خطابا دينيا ينطلق من مرجعيات وأدبيات غريبة. وإلى حد ما نستطيع القول أنه خطاب ديني إعلامي بالمفهوم "العلماني" الليبرالي. وهو السائد تقريبا في كثير من وسائل الإعلام العمومية.

ويقصد بالخطاب الديني في هذا المقام ذلك التوجه بالكلام المسموع والمرئي والمقروء في الإذاعة والتلفزيون والصحافة المكتوبة ويقصد بالديني هنا ما كان متعلقا بدين الإسلام خاصة⁽¹⁾.

وتتعدد وسائل الخطاب الديني الإعلامي المعاصر في المجتمع الذي ننتمي إليه، حتى لتشمل كل وسائل الإعلام المعروفة، وهو الخطاب الذي يتصل بالعبادات والشعائر الدينية وإخبار الجمهور العريض بقضاياه الدينية ومحاولة تثقيفه فقهيا.

هذا التعريف البسيط للخطاب الديني الإعلامي (Le Discours Religieux de L'information) يقود حتما إلى استعراض مفاهيم أخرى مشابهة معروفة ضمن الأطر النظرية والأكاديمية وهي تسميات يطلق عليها حتى في مجال الممارسة المهنية. ومن هذه المفاهيم نجد التسميات التالية: «الإعلام الديني»، «الإعلام الدعوي»، «البرامج والحصص الدينية»، «برامج القيم الروحية»، «برامج الثقافة الإسلامية»، «برامج الدين والتراث».

ويتخذ لهذه المفاهيم صفحات ثابتة في الجرائد والمجلات ومساحات زمنية قارة في الإذاعة والتلفزيون وتحت تسميات مختلفة، ويمكن هنا ذكر على سبيل المثال لا الحصر بعض منها: إسلاميات بجريدة الخبر⁽²⁾؛

(1) علي جمعة، نقد الخطاب الديني في رمضان، مجلة العربي، العدد 505، ديسمبر 2000، ص: 36-39.

(2) وهي يومية جزائرية تابعة للقطاع الخاص.

رمضانيات* بجريدة النصر⁽¹⁾؛ الدين (Religion) بجريدة الوطن (EL WATAN)؛⁽²⁾ فضاء الجمعة بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري؛ الحديث الديني في الإذاعة الوطنية الجزائرية؛ الدين والتراث بجريدة الشرق الأوسط إلخ.

وفي الغالب الأعم تصدر هذه الصفحات بشكل غير منتظم أحيانا، كما يتضح أنها (أي هذه الصفحات) تتوارى حجلا أمام زحف الإعلانات التجارية، كما أن مادة الدين فيها تقليدية للغاية. أما على مستوى الإذاعة والتلفزيون فيمكن ملاحظة التقنية المنمطة (Stéréotype) للديكورات وأجهزة التصوير الثابتة وإمكانيات الإخراج المتخلفة والإعداد والتقديم، مما قد يستدعي الأمر طرح السؤال التالي: ما مكانة الخطاب الديني من الخطاب الإعلامي ككل وما هو النموذج المعرفي والقرار المسبق الصادر عنه.؟

أولا- الخطاب الديني الإعلامي: مقارنة تاريخية:

اتخذ الخطاب الديني الإعلامي وسائل متعددة منذ نشأته وتطوره، وكان له الأثر الأكبر في إثراء المكتبة الإسلامية بكم معتبر من المؤلفات الدينية ومباحث الفكر الإسلامي، مما نجده الآن بين أيدينا من المصادر والمراجع الفقهية وكتب الحديث والسيرة وغير ذلك.

* صفحة دينية تصدر فقط في شهر رمضان.

⁽¹⁾ وهي يومية جزائرية تصدر بشرق البلاد.

⁽²⁾ وهي يومية جزائرية ناطقة باللغة الفرنسية تابعة للقطاع الخاص.

وقد اعتمد الخطاب الديني الإعلامي في عصور الإسلام الأولى على وسيلة الاتصال الشخصي والجمعي وخاصة في المساجد، إذ كان يلتقي فيها طلاب العلم بالفقهاء والعلماء خلال حلقات درس اتخذت فيما بعد نهجا منتظما كان له أكبر الأثر في نشر علوم الدين في المجتمع على مر العصور.

وقد كانت المساجد أشبه ما تكون 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 والجمعي (أو الجماعي) كانت هناك وسيلة تدوين المخطوطات ونقلها، وكانت هذه الوسيلة بديلا للوسائل الطباعية الحديثة المعروفة الآن. وكثير من أمهات الكتب الدينية الموجودة اليوم نقلت وطبعت في العصر الحديث عن أصول مخطوطات قديمة كتبت في عصورها بأيدي كاتبها من العلماء.

وكذلك فقد حرص المسلمون في كل العصور على تزيين جدران المساجد بآيات قرآنية وكانوا بذلك أسبق إلى الإعلام باستخدام اللافتات أو الصحف الجدارية (الحائطية)، وقد برعوا في إضفاء السمات الجمالية في نقوش الخط البارز.

ازدهر الخطاب الديني الإعلامي - إلى حد ما - بظهور المطبعة في منتصف القرن الخامس عشر الميلادي بانتشار الكتب المطبوعة واقتناء

الناس لها وازداد إعداد طلاب العلم وتعدد المعاهد الدراسية الدينية في مختلف المجتمعات الإسلامية. كما أسمت المجالات الإسلامية المتخصصة في نشر الإعلام الديني بشكل كبير خاصة بعد انتقال المطبعة إلى البلاد الإسلامية. فالمطبعة كوسيلة اتصال يمكن القول أنها حولت الخطاب الديني من خطاب نخبوي فتوي إلى خطاب ديني جماهيري.

اتخذ الخطاب الديني مكانة متواضعة جدا في البداية مع ظهور الإذاعة والتلفزيون في القرن العشرين. وكان ذلك في شكل برامج دينية كانت تتمثل غالبا في أحاديث وقرءات دينية إلى جانب تلاوة بعض آيات القرآن الكريم، ثم تنوعت محتويات الخطاب الديني الإعلامي وأساليبه لتأخذ صيغا مختلفة مثل الندوة الإذاعية، الدراما الدينية، المسلسل الديني، أذان الصلاة، خطبتي الجمعة وغيرها. ثم اتجه الرأي إلى إنشاء إذاعات دينية متخصصة تكون بمثابة ركيزة أساسية للإعلام الديني فأنشأت إذاعة القرآن الكريم في مصر وفي المملكة العربية السعودية وإذاعة نداء الإسلام في مكة المكرمة، وحدثت الجزائر هذا الخدو بإنشائها في التسعينيات من القرن العشرين إذاعة القرآن الكريم، ونعتقد أن كل الدول الإسلامية بما اليوم إذاعات دينية خاصة بالقرآن الكريم. كذلك يمكن الحديث هنا عن تنامي الفضائيات الدينية في المجتمع الإسلامي بداية من الألفية الثالثة مع ظهور قنوات المجد والرسالة، وسمارتس واي والمنار والفجر ، وهدى باللغة الإنجليزية وقبلها بظهور قناة اقرأ التي مهدت لظهور هذه القنوات

الفضائية الدينية وأعطت صبغة وتصور جديدين للخطاب الديني في وسائل الإعلام.

وعلى العموم يتركز الخطاب الديني الإعلامي حسب محمد سيد محمد فيما يلي⁽¹⁾:

المساجد؛ الصفحات الدينية في بعض الجرائد اليومية والأبواب الثابتة فيها وفي بعض المجالات؛ المجالات الأسبوعية الدينية المتخصصة؛ البرامج الدينية في الراديو؛ البرامج الدينية في التلفزيون؛ إذاعات القرآن الكريم؛ المواد والمحتويات الإعلامية التي تعكس صوراً من الثقافة الإسلامية مثل المسلسلات وبعض البرامج الثقافية؛ الإذاعات الحية للمناسبات الدينية؛ المحتويات الإعلامية لشهر رمضان ولالأعياد والمواسم؛ القرآن الكريم الافتتاح والاحتتام؛ الأفلام الدرامية الدينية مثل: الرسالة، القادسية، عمر المختار، أهل الكهف، مريم العذراء إلخ؛ الأفلام الوثائقية (التسجيلية) عن الآثار الإسلامية ومناسك الحج.

وأثير في الثمانينيات من القرن العشرين جدلاً بين الباحثين عن ماهية الخطاب الديني أو الإعلام الديني وعلاقته بنظرية الإعلام الإسلامي وأيهما يحتوي الآخر، الإعلام الديني أم الإعلام الإسلامي؟

⁽¹⁾ محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1986، ص: 56.

يرى محمد سيد محمد بأن الإعلام الإسلامي في ظروفنا المعاصرة (حتى الثمانينيات من ق 20) هو صورة من صور الإعلام المتخصص وهو الإعلام الديني⁽¹⁾. بمعنى أن الإعلام الديني هو الجزء المتخصص في قضايا الوعظ والإرشاد والتبليغ وتعليم الناس الأمور الخاصة بدينهم، أي هو الإعلام والخطاب الديني المرتبط بالفروع وليس بالأصول، لأن الأصول هي من مهمة الإعلام الإسلامي ككل. والإعلام الإسلامي شامل وكامل بشمول وكمال العقيدة الإسلامية، ولا يرتبط فحسب بالقضايا الدينية وإنما يتعداها إلى جميع مناحي 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، إسلامي في شرح الأخبار وتفسيرها⁽²⁾.

أي أن الهاجس القيمي الإسلامي ينبغي أن يتوفر في كل البرامج وليس في البرامج الدينية فقط. ويرى عزي عبد الرحمن أن الإعلام الإسلامي في تلك الفترة (أي حتى أواخر الثمانينيات) بقي داخل إطار أخلاقي وروحي بعيدا عن حركة التطور الاقتصادي والاجتماعي في العالم

(1) محمد سيد محمد، المرجع السابق نفسه، ص: 36.

(2) محمد سيد محمد، المرجع السابق نفسه، ص: 37.

الإسلامي⁽¹⁾. وكان هذا الإعلام ذو الطبيعة الإسلامية يمتلك الرسالة الحضارية ويفتقر للوسيلة (التكنولوجيا).

ويبدو أن الأمور الآن تغيرت في صالح ما كان يتمناه هؤلاء الباحثون. حيث رقعة الإعلام الإسلامي اتسعت وهي في تطور مستمر وأن مساحة الخطاب الديني أخذت لها مكانة مرموقة في وسائل الإعلام العام. ولكن يبقى في اعتقادي كملاحظ الخطاب الديني الإعلامي في مرتبة أدنى إذا ما قورن بالخطاب الإعلامي ككل. ويمكن تسجيل بعض الملاحظات النقدية عن هذا الخطاب الديني في وسائل الإعلام العمومية الرئيسية.

⁽¹⁾ عززي عبد الرحمن، الإعلام الإسلامي تعثر الرسالة في عصر الوسيلة، حوليات جامعة الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية، ع 4، الجزائر، 1989، ص: 35-45.

ثانيا- نقد الخطاب الديني في الصحافة المكتوبة:

تمثل الصحافة المكتوبة جزءا من الإعلام المؤثر في المجتمع. وتفرد بعض الصحف⁽¹⁾ صفحة أو أكثر اليوم للكلام حول الدين. إن الموضوعات التي تثار فيها غالبا ما تكون حكاية تاريخية مما يصور الدين في أذهان المتلقين على أنه تراث ماض، وأن الدين جزء منفصل بذاته عن سير الحياة، وأن الحضارة الإسلامية عمل ماض قد توقف.

يقول علي جمعة أستاذ أصول الفقه بجامعة الأزهر أن أمثلة المحتويات المثارة والمكتوب عنها في الصحافة خلال شهر رمضان⁽²⁾ تتمثل في حياة الصحابة أو الخلفاء الراشدين أو في تراجم العلماء الماضين من السلف الصالح، أو حتى القيادات السياسية والعسكرية، فنذكر صلاح الدين وعين جالوت وأفكار ابن خلدون دون النظر إلى استمرار تلك الحضارة أو كيفية إعادة قيادتها، أو محاولة إدراك الواقع وإيجاد آليات إدراكه بالدقة المرادة والتشوف إليها لدى جميع المسلمين: مفكريهم وعلمائهم، عامهم وخاصهم، لا نجد في الصحافة المكتوبة خلال شهر رمضان (كما يقول) كلاما حول الأزمة الفكرية في العالم الإسلامي، لا في أسبابها ولا في

(1) يلاحظ أن عددا كبيرا من عناوين الصحف في الجزائر لا تحتوي على هذه الصفحة على عكس عناوين الصحافة العربية.

(2) يلاحظ أنه خلال شهر رمضان يرتقي الخطاب الديني في الصحافة إلى مستويات عليا وتخصص تقريبا معظم الصحف في العالم العربي صفحات دينية. إلا أن الملاحظ على هذه الصفحات أنها تفتقر إلى الرؤية والبعد الصحيحين لحقيقة الخطاب الديني.

عناصرها ولا في كيفية حلها. ولا تتكلم الصحافة عن كيفية إدراك النص الشرعي من خلال مشكلات العصر والرؤية الكلية لقضايا المسلمين على مستوى أمة الدعوة (كل العالم) أو أمة الإجابة (المسلمين خاصة)⁽¹⁾. وبشكل عام يمكن القول إن الصفحات الدينية في الصحافة المكتوبة تتميز بعدة خصائص هي:

- فتاوى وأحكام وتكون محتوياتها حول الطلاق وأحكام الزواج والميراث، وقليلاً من أحكام البيوع، وكثيراً من أحكام العبادات، دون الكلام عن النظم السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو نظام القضاء (إلا من الناحية التاريخية) ونظام الأمن والصحة والتعليم ونحوها.
- موضوعات العبادة والأخلاق والتركية وإذا ما تعرض الكاتب للموضوعات المثارة، فإنه يتعرض لها بصورة جزئية مثل موضوع المرأة أو البيئة أو الطفولة أو التكافل الاجتماعي، وليس بصورة كلية أو بصورة مؤسسية، أو لوضع وصياغة مبادئ يمكن بها مواجهة الحياة وإدراك واقعها والتعامل معها بناء على العقيدة الدينية.
- أخبار حول أحداث واقعة أو مؤتمرات ولقاءات وهي عادة ما تكون منحازة بحسب الصحيفة وتوجهاتها السياسية ومدى حرية النشر في البلاد التي تصدر بها، سواء أكانت حرية نشر الأفكار أو نشر الأخبار والوقائع.

(1) علي جمعة، المرجع السابق نفسه.

- بعض الصحف تقدم عرض كتب دينية بطريقة باهتة حيث العرض لا يصل إلى مستوى الدلالة على مثيلاتها في الصحافة الأخرى السيارة.

- أما على مستوى الإخراج الصحفي (أو الكيفية التي يقدم بها الخطاب الديني في هذه الصحافة). فيمكن القول أن المضمون والشكل لا يوجدان في وحدة عضوية متناسقة كما أن توزيع الوحدات الطباعية التيبوغرافية (النص، الصورة، الخطوط، العناوين، الرسوم إلخ) فوق حيز الصفحة واختيار هذه الوحدات وإبرازها لا يدل على أن هناك مدرسة إخراجية متميزة للخطاب الديني على غرار ما هو موجود مثلا على مستوى صحافة الإثارة. وكل ما في الأمر أن هنالك رتوبا وجمادة في تقديم هذه الصفحة المزدهمة في بعض الأحيان بالإعلانات التجارية. وكأن الأمر أن هذه الصفحة ليست ذات أولوية وأن الأولوية تعطى للإشهار على حساب هذه الصفحة اليتيمة!

ثالثا- نقد الخطاب الديني في الإذاعة:

تمثل البرامج الدينية في الإذاعات (عدى إذاعات القرآن الكريم) ما لا يزيد عن نصف ساعة في اليوم من 24 ساعة. وقد أثبتت دراسة كمية قلة الاهتمام بالبرامج الدينية حيث لم تتجاوز نسبتها في قناة الصومام الجزائرية

2.47% من مجموع البرمجة (programmation) ⁽¹⁾. وهي النسبة الغالبة- في اعتقادي- على البرامج الدينية في أغلب وسائل الإعلام في الدول العربية، حيث تنحصر هذه البرامج بين 1% إلى 4% أو أكثر بقليل. وترداد هذه النسبة في شهر رمضان لتصل إلى 15% في عموم المحطات.

ينحصر محتوى البرامج في الموعظة الحسنة، كما أن الموضوعات التي تعالج تنحصر أساسا في القضايا العقيدية، والقضايا التشريعية والموضوعات الاجتماعية والفكرية. وكثيرا ما تقوم الإذاعة باستعمال التسجيلات التي تتوفر عليها للعلماء الراحلين، وهذا يوضح نظرة متخذي القرار في تلك الإذاعات لمفهوم الدين، كما يبين أزمة الابتكار في أسلوب الخطاب وأزمة إدراك آليات التعامل مع الواقع المتغير.

أما ما يقدم من دراما دينية إذاعية، فإنها توحى بتوقف الحضارة بحديثها عن الماضي بأمجاده دون التلميح إلى الحاضر ولا مشكلاته ولا كيفية التعايش معه، ولا إلقاء الضوء على المبدعين والمفكرين في عصرنا الحاضر كأمثلة وأسوة حسنة تشعر السامع بأن الخير باق وأن تطبيق مبادئ الإسلام ورؤيته ممكنة وأن العالم يحتاج إليها، وأن لدينا شيئا يخرج الناس من مشكلاتها التي يعيشونها. كما أن لغة هذه الدراما الإذاعية (غالبا في

⁽¹⁾ هواري سميرة، البرامج الدينية في إذاعة الصومام، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم الدعوة والإعلام، جامع الأمير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2005/2004، ص: 185.

شكل مسلسلات قصيرة) تنحصر في لهجة غربية لا أظنها شخصيا أنها كانت موجودة عبر التاريخ.

وتستخدم الإذاعة أنسب الأشكال والقوالب الإذاعية لهذا النوع من البرامج وهي: الحديث الإذاعي المباشر، الندوة الإذاعية، السؤال والجواب، التمثيلية الإذاعية، القصة الإذاعية. وهذه الوحدات كأوعية خالية من عنصري التشويق والمتعة اللتان تشدان السامع إلى جهاز الراديو والإنصات، فالبرامج الدينية عامة تحتاج إلى التشويق وإمتاع وجاذبية، فهي مواد دسمة المواضيع صحيحة الفكرة سليمة الهدف ولكن هذا لا يكفي إلا إذا أثرت كوامن العواطف وشهية الإطلاع ورغبة المتابعة⁽¹⁾.

رابعا- نقد الخطاب الديني في التلفزيون:

يتمتع التلفزيون على غرار الصحافة المكتوبة والإذاعة على قدرة فائقة أكثر في التأثير على جمهور المشاهدين لما يتمتع به من خصائص ومزايا وأبرزها الصورة والحركة. وهذه المزايا جعلت منه الوسيلة الأكثر جماهيرية والحقل الاجتماعي للمشاهدة له في توسع مستمر. فالكثافة اليوم تعود للتلفزيون أكثر مما تعود للقراءة والاستماع للإذاعة وهذا ما أثبتته جل الدراسات الميدانية. يفرد التلفزيون في البلاد العربية هو الآخر مساحات للخطاب الديني تقل هذه المساحات وتزداد حسب المناسبات الدينية

⁽¹⁾ انظر: عبد الله سالم، البرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، نقد وتحليل، مجلة المجتمع، العدد 234، السنة 1995، ص: 46.

وخاصة في شهر رمضان. يقول علي جمعة بخصوص التلفزيونات العامة في شهر رمضان أنها تتعامل مع الصيام على أنه عادة أكثر منه عبادة، وأنه عبادة مؤقتة، وأن الصيام حرمان، وبالتالي يستلزم هذا الحرمان مساعدة الصائم على قطع الوقت تحت شعار (سلي صيامك)⁽¹⁾.

وأخيرا إن الصيام، بما أنه حرمان - لا بد بعده من ترفيه يعوض ما كان في النهار، وأنه من العدل عندهم أن يعقب الحرمان ذلك النوع من الترفيه الذي يقدم بكل صورته⁽²⁾.

هذه الأفكار في اعتقادنا تنطلق من حالة معرفية محدودة (état épistémologique limité) يعيشها أولئك الناس ابتداء من المنفذ إلى المخرج والممثل ومقدم البرنامج وانتهاء بمتخذ القرار وواضع السياسة للتلفزيون مرورا - ربما - بالكاتب والسيناريست بل والمفكر المعد. وهذه الحالة المعرفية تتميز بأمرين: أنها شائعة تقريبا في كل التلفزيونات العربية العمومية والقنوات الخاصة غير الدينية، وثانيا أنها مسيطرة وتنطلق من مرجعية دولية معينة (Référence étatique) بالنسبة للقنوات العمومية، أو من مرجعية "حرية النموذج المعرفي" (Modèle libérale épistémologique) بالنسبة للقنوات الخاصة أو المستقلة. وهذا النموذج المعرفي يقرر ويؤمن بالنسبية المطلقة

(1) سلي صيامك هو برنامج تلفزيوني رمضاني فكاهي يذاع في إحدى الفضائيات المصرية.

(2) علي جمعة، المرجع السابق.

(Relativismes absolus) فيصبح الدين أحد الخيارات، وليس هو بحثا عن الحق وتحصيلا للحقيقة. ويؤمن هذا النموذج بأن الحرية- وليس الالتزام- أصل التعامل مع الناس أو الكون، مما يترتب عليه اختلال في مفهوم الحرية وعدم وضع فاصل فلسفي قيمي بين الحرية (Liberté) والتفقت (أي الخروج عن المقاصد والمساس بمبدأ المسؤولية الاجتماعية (Responsabilité Sociale).

أما البنية البراجمجة، فإن ما يقدم من خطاب ديني في التلفزيون يتمثل في:

المسلسلات الدينية (في شهر رمضان خاصة) والأفلام التاريخية الدينية (في المناسبات الدينية) وهذا النموذج من البرامج يوقف الدين على عصور بعينها، مع سداجة العرض أحيانا وفساد المضمون في بعض الأحيان (مثل الأخطاء التي وقعت في مضمون مسلسل صلاح الدين الأيوبي وأسأل النقاد بشأنها الكثير من الخبر)، مع وضع هذه المسلسلات في أوقات غير مدروسة أحيانا حيث لا تسمح بسهولة رؤيتها (منتصف الليل، أو عند صلاة التراويح). أما البرامج الدينية فتتخصص في الحديث الديني وفي الفتاوى على الهوا أو في بعض الموضوعات وهي العبادات أو المواعظ بالإضافة إلى الخدمات الأخرى مثل: رفع الأذان للصلاة، القرآن الافتتاح والاختتام. إن النقد يقتضي بالضرورة ذكر الإيجابيات والسلبيات، وهو ما يسمى بالنقد الموضوعي والبناء، فهذه المحتويات من الأکید أنها تعطي نكهة

خاصة ومتميزة للإعلام وخاصة في المناسبات الدينية، كما أن وجودها في وسائل الإعلام أحسن من عدم وجودها أو غيابها، إلا أننا نجد السلب (أو النقائص) ظاهراً إذا قومنا الخطاب الديني الإعلامي من خلال المعيار القيمي أو من خلال المعيار الفني. ويتمثل قصور الإعلام الديني حسب حامد عبد الواحد في أنواع ثلاثة يوضحها كالآتي⁽¹⁾:

أ- قصور كمي: وهو يتمثل في قلة مساحة الإعلام الديني على خارطة الإعلام العام.

ب- قصور نوعي: ويتمثل في قلة أساليب المعالجة الإعلامية للمحتوى الديني ككل.

ج- قصور تأثري: وهو القصور الناتج عن وجود الفقرات الدينية بين فقرات أخرى تفوقها في المساحة والقدرة على الجذب والتأثير.

خامساً- الخطاب الديني الإعلامي: بعض الاحتياجات:

إن احتياجات الخطاب الديني الإعلامي، احتياجات كلية تتوقف على كل عناصر العملية الإعلامية ومنها أساساً رجل الإعلام الديني. وقد سبق وأشرنا في دراسة سابقة⁽²⁾ إلى الصفات التي يجب أن تتوفر لرجل الإعلام الذي يتولى الخطاب الديني. إن رجل الخطاب الديني هو ذاته رجل

(1) حامد عبد الواحد، الإعلام في المجتمع الإسلامي، رابطة العالم الإسلامي، العدد 33، مكة المكرمة، 1994، ص: 117.

(2) انظر: نصير بوعلي، الاتصال الدعوي في عهد النبوة، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة الجزائر، العدد 13، ص: 100-120.

الإعلام الإسلامي، غير أنه يجب أن يكون متخصصا في الإعلام الديني. وصفة رجل الإعلام الديني تمتد- في اعتقادي- لتشمل كل العاملين في مجال الإعلام أو الخطاب الديني. فالمذيع الذي يدير الندوة الإذاعية الدينية وكاتب الحوار في المسلسل الديني (التلفزيوني أو الإذاعي) ومخرج البرامج الدينية ومعد الصفحة الدينية في الجرائد والمجلات وحتى الرسام الذي يقوم بتصميم غلاف مجلة إسلامية كل هؤلاء يجب إعدادهم بما يكفل لهم أداء رسالتهم الإعلامية على الوجه الأكمل، ذلك أن العملية الإعلامية تقوم على جهود جزئية تتكامل عناصرها وتتسق لتصنع المحتوى الإعلامي المؤثر والناجح.

ومن الثابت والملاحظ أن مرجعية الخطاب الديني الإعلامي لها الأولوية على الجوانب الأخرى الفنية وبقدر انسجام هذه المرجعية مع أطر حضارة المجتمع الذي ننتمي إليه بقدر ما يكون المحتوى الإعلامي الديني معبرا بصدق عن حقيقة الدين وبلا مواربة. وقد أثبتت "العلمانية المؤمنة" قصورها في مجال الخطاب الديني الإعلامي ذلك أنها أثبتت تأكيدها على ثانوية القيم والمبادئ في وسائل الإعلام. وأن هذه القيم نسبية ومن ثمة يمكن توظيفها أو حذفها إن اقتضت الضرورة. فالدين عند أصحاب هذه المرجعية أحد الخيارات، وليس هو بحثا عن الحق وتحصيلا للحقيقة، وهذه الحالة يترتب عليها عدم جواز ادعاء انحصار الحقيقة لدى الإسلام، ولا يحق لأحد أن يزعم استثنائه بالحقيقة. هذا التصور الذي يعتبر الدين تراث

ماض وأنه منفصل عن باقي جوانب الحياة وأن الحضارة قد توقفت. هذه العقلانية تجعل الشخص المتلقي (المسلم) قابلاً للانبهار بالآخر، عاجزاً عن الإبداع، شاعراً بعدم الثقة بالنفس، وما يترتب على كل ذلك من تداعيات تصل بالمتلقي إلى فصام بين العقيدة التي تستقر في الوجدان وبين النظام الذي يعيشه قارئ الصحيفة مثلاً والرؤية التي تستقر عنده من جراء الصفحة الدينية.