

الاعلام الإسلامي المعاصر ودوره في بناء الصورة الإيجابية للإسلام عالمياً

م.م. بتول علي حسن

جامعة ميسان كلية الإدارة والاقتصاد

adec.col@u0misan.edu.iq

batoolalihasan79@gmail.com

ملخص البحث

يتناول هذا البحث دراسة "الإعلام الإسلامي" كإطار قيمي ورؤية متكاملة للحياة مستندة إلى مبادئ الشريعة الإسلامية وضوابطها الأخلاقية. يسعى البحث إلى تفكيك الإشكالية المركزية المتعلقة بكيفية تحقيق التوازن بين الالتزام بالثوابت الدينية ومواكبة التطور التقني المتسارع في العصر الرقمي. واعتماداً على المنهج الوصفي التحليلي والاستقرائي والنقدي، تم رصد واقع الإعلام الإسلامي المعاصر، واستعراض أبرز إنجازاته ونقاط ضعفه. وتوصل البحث إلى أن هذا الإعلام يعاني من فجوة بين مثالية الضوابط الشرعية وسوء الممارسات الواقعية الناتجة عن شح التمويل والارتجال المهني. كما خلص إلى تقديم رؤية مستقبلية ومقترحات إجرائية لتطوير هذا الإعلام رقمياً؛ من خلال تجديد الخطاب الدعوي، وصناعة محتوى احترافي ومتخصص، ومخاطبة العالم بلغات متعددة، وبناء شراكات استراتيجية لمواجهة التحديات العالمية كالإسلام وفوبيا والتطرف. الكلمات المفتاحية: الإعلام الإسلامي، العصر الرقمي، الضوابط الشرعية، الخطاب الدعوي، التحديات الإعلامية، الرؤية المستقبلية.

Abstract

This research examines "Islamic Media" as a value-based framework and an integrated vision of life grounded in Sharia principles and ethical standards. It addresses the central problem of how to balance adherence to religious constants with keeping pace with the rapid technological advancements in the digital age. Utilizing descriptive-analytical, inductive, and critical methodologies, the study evaluates the current state of contemporary Islamic media, highlighting its key achievements and weaknesses. The findings reveal a gap between idealized Sharia regulations and actual practices, largely due to financial constraints and professional improvisation. Conclusively, the research offers a future vision and practical proposals for digital development, emphasizing the renewal of religious discourse, producing professional specialized content, addressing the world in multiple languages, and building strategic partnerships to counter global challenges such as Islamophobia and extremism

Keywords: Islamic Media, Digital Age, Sharia Regulations, Da'wah Discourse, Media Challenges, Future Vision.

مقدمة

الحمد لله رب العالمين، خلق الإنسان، وعلمه البيان، وأرسل رسله بالهدى ودين الحق، وأنزل الكتب المبينة للرشاد من الغي. والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، نبينا محمد، الصادق الأمين، الذي بلغ الرسالة، وأدى الأمانة، ونصح الأمة، وتركها على المحجة البيضاء ليلها كنهارها لا يزيغ عنها إلا هالك. وعلى آله الطيبين الطاهرين، وصحبه الغر الميامين، ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين. أما بعد، فإن البشرية تعيش اليوم في عصر لم يعد فيه الإعلام ترفاً أو كمالية، بل أصبح ضرورة حياتية تؤثر في الوعي الجمعي، وتصنع الرأي العام، وتوجه السلوك الفردي والجماعي، بل وأصبح سلاحاً يفوق في قوته أحياناً السلاح العسكري التقليدي. ففي لحظات معدودة، يمكن لخبر أو مقطع فيديو أن يهز مجتمعاً بأكمله، أو يشعل حرباً، أو يصنع سلاماً، أو يغير مسار أمة. ولعل ما حدث من موجات "الربيع العربي" ثم ما تلاها من حروب إعلامية طاحنة، خير دليل على أن الإعلام لم يعد ناقلاً محايداً للأحداث، بل صانعاً لها ومؤثراً فيها تأثيراً بالغاً. ووسط هذا الطوفان الإعلامي المتدفق من كل اتجاه، والذي تحكمه في الغالب أطراف ذات أهداف سياسية أو تجارية أو فكرية، تبرز الحاجة الملحة إلى وجود إعلام بديل، إعلام قيمي أخلاقي رسالي، لا يبتغي ربحاً ولا شهرة ولا سلطة، بل يبتغي وجه الله ونشر الخير والإصلاح في الأرض. وهذا الإعلام هو ما اصطلح على تسميته بـ "الإعلام الإسلامي".

غير أن مفهوم الإعلام الإسلامي لا يزال غامضاً لدى الكثيرين، فالبعض يظنه مجرد برامج دينية تبث وقت السحور في رمضان، أو فتاوى تلفزيونية ترد على أسئلة المكالمة، أو خطب جمعة تُنقل عبر الأثير. والحقيقة أن الإعلام الإسلامي أوسع من ذلك بكثير؛ فهو رؤية متكاملة للحياة، ومنهج رباني في التعامل مع الحدث والمعلومة، وإطار قيمي وأخلاقي يضع الصدق والأمانة والعدل والرحمة في صدارة الأولويات، ويعمل على تحقيق مقاصد الشريعة في حفظ الدين والنفس والعقل والعرض والمال. لقد حظي موضوع الإعلام الإسلامي باهتمام متزايد في العقود الأخيرة، خاصة مع ظهور القنوات الفضائية الإسلامية، ثم مع ثورة وسائل التواصل الاجتماعي التي جعلت من كل فرد "إعلامياً" بدرجة ما. لكن السؤال الحقيقي الذي يطرح نفسه بقوة: هل نجح الإعلام الإسلامي في أداء مهامه على الوجه المطلوب؟ هل استطاع أن يقدم نموذجاً مشرفاً يجمع بين الالتزام بالثوابت الشرعية والاحترافية الإعلامية العصرية؟ أم أنه لا يزال يعاني من أزمت متعددة: في التمويل، والتأهيل، والمضمون، والشكل، والانتشار؟

هذه الأسئلة وغيرها تشكل الإشكالية المركزية التي يسعى هذا البحث إلى معالجتها، من خلال منهجية علمية تجمع بين الوصفي التحليلي والنقدي، ومن خلال تقسيم البحث إلى مبحثين رئيسيين: الأول يتناول التأصيل الشرعي وواقع الإعلام الإسلامي المعاصر، والثاني يناقش الفرص والتحديات في العصر الرقمي، ثم يقدم رؤية مستقبلية للتطوير. عسى أن يكون هذا البحث إضافة متواضعة تسهم في إعادة النظر في خطابنا الإعلامي الإسلامي، وتفتح آفاقاً جديدة للنهوض به.

والله ولي التوفيق، وهو الهادي إلى سواء السبيل.

أهمية الموضوع

تجلى أهمية البحث في الإعلام الإسلامي في عدة نقاط:

١. حماية الهوية الثقافية والدينية في مواجهة العولمة الإعلامية التي تتوَّب الخصوصية.
٢. تصحيح الصورة المشوهة عن الإسلام التي يروج لها الإعلام الغربي في كثير من الأحيان.
٣. مواجهة التطرف والإرهاب بتقديم خطاب إسلامي وسطي رشيد قائم على العلم والموضوعية.
٤. غرس القيم والأخلاق في نفوس الناشئة باعتبار الإعلام أداة تنشئة مؤثرة موازية للأسرة والمدرسة.
٥. النهوض بالأمة من خلال إعلام تنموي يخدم قضايا التعليم والصحة والاقتصاد والحقوق.
٦. تحقيق التكامل بين وسائل الإعلام الحديثة والثوابت الإسلامية دون تعارض.

الأهداف

يهدف هذا البحث إلى:

١. تحديد مفهوم الإعلام الإسلامي وتمييزه عن الإعلام الديني أو الإعلام في المجتمعات الإسلامية.
٢. تحليل واقع الإعلام الإسلامي الراهن من حيث نقاط القوة والضعف.
٣. بيان الضوابط الشرعية والأخلاقية للإعلام في الإسلام (الصدق، العدل، عدم إثارة الفتنة، الالتزام بالأداب).
٤. تقديم تصور مقترح لتطوير الإعلام الإسلامي ليوكب العصر الرقمي.
٥. إبراز دور الإعلام الإسلامي في مواجهة التحديات المعاصرة مثل الإسلاموفوبيا والإلحاد الجديد.

الإشكالية والأسئلة

الإشكالية الرئيسية للبحث: كيف يمكن للإعلام الإسلامي أن يحقق التوازن بين الالتزام بالثوابت الأخلاقية والدينية من جهة، وبين التطور التقني ومواكبة قوانين الإعلام المعاصرة والمنافسة الإعلامية العالمية من جهة أخرى؟

الأسئلة الفرعية:

١. ما تعريف الإعلام الإسلامي، وما الفرق بينه وبين الإعلام العلماني والإعلام الديني التقليدي؟
٢. ما أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الإسلامي اليوم (تقنية، تشريعية، تمويلية، مهنية)؟
٣. كيف يمكن معالجة ظاهرة الخطاب الديني الإعلامي غير المؤهل أو المتشدد؟
٤. ما دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز أو إضعاف الإعلام الإسلامي؟
٥. هل نجحت تجارب بعض القنوات والمواقع الإسلامية في الوصول إلى جمهور عالمي غير مسلم؟
٦. ما الضوابط الأخلاقية اللازمة لتغطية الأحداث الإرهابية أو الأزمات دون تأجيج الفتنة؟

اعتمد في هذا البحث على منهجية متكاملة تجمع بين:

١. **المنهج الوصفي التحليلي**، لوصف واقع الإعلام الإسلامي من خلال استعراض نماذج من القنوات والمواقع والبرامج الإسلامية، وتحليل مضمونها ورصد ظواهرها الإيجابية والسلبية.
 ٢. **المنهج الاستقرائي**، وذلك بتتبع النصوص الشرعية من القرآن الكريم والسنة النبوية المتعلقة بالقول والتبليغ والإعلام (مثل: "وقولوا للناس حسناً"، "إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات...")، "من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيراً أو ليصمت.")
 ٣. **المنهج المقارن**، في بعض الجوانب، للمقارنة بين الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي من حيث الأهداف والآليات والقيم، وكذلك المقارنة بين وسائل الإعلام الإسلامية التقليدية والحديثة.
 ٤. **المنهج النقدي**، بهدف نقد الممارسات الإعلامية الإسلامية غير الناجحة أو المخالفة للضوابط، مع اقتراح حلول عملية قابلة للتطبيق.
- كما تم الاستعانة بمراجع متخصصة في الإعلام الإسلامي، وتحليل بعض النماذج الحية من الفضائيات الإسلامية مثل: "اقرأ"، "الرسالة"، "الناس"، والمواقع الإسلامية الكبرى مثل "إسلام أون لاين" و"إسلام ويب"، وكذلك دراسة تأثير بعض الصفحات الإسلامية على يوتيوب وفيسبوك.

المبحث الأول: التأصيل الشرعي وواقع الإعلام الإسلامي المعاصر

تمهيد المبحث:

يعد الإعلام الإسلامي أحد المفاهيم الحيوية التي برزت بقوة في النصف الثاني من القرن العشرين، تزامناً مع ثورة الاتصال والمعلومات، وازدياد الحاجة إلى تقديم بديل إعلامي قيمى للأعلام الوضعي القائم على الماديات والإثارة والربح المادي. ولا يمكن فهم هذا المفهوم فهماً صحيحاً، ولا تقييم واقعه تقييماً موضوعياً، دون العودة إلى جذوره الشرعية، وبيان الضوابط التي وضعها الإسلام للخطاب الإعلامي، ثم مقارنة ذلك بالواقع الفعلي الذي تعيشه وسائل الإعلام الإسلامية اليوم، لرصد نقاط القوة والضعف، والتحديات التي تواجهها. ولذلك، تم تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين: الأول يتناول التأصيل الشرعي للإعلام الإسلامي من حيث المفاهيم والضوابط والأهداف، والثاني يعرض لواقع الإعلام الإسلامي المعاصر من حيث الإنجازات والتحديات. (Shams al-Din 2001)

المطلب الأول: التأصيل الشرعي للإعلام الإسلامي (المفاهيم والضوابط والأهداف)

أولاً: مفهوم الإعلام الإسلامي:

يمكن تعريف الإعلام الإسلامي بأنه: "نشاط اتصالي هادف، يستند إلى مبادئ الشريعة الإسلامية وقيمتها وأخلاقها، يهدف إلى إيصال رسالة الإسلام الصحيحة إلى الناس، وبناء الشخصية المسلمة، وتوجيه الرأي العام وفق المنهج الرباني، ونشر العلم النافع، ومواجهة الأفكار الهدامة، باستخدام الوسائل الإعلامية المشروعة، مع مراعاة الصدق والعدل والأمانة في نقل المعلومة." وهناك فرق جوهري بين الإعلام الإسلامي والإعلام الديني، فالإعلام الديني قد يعني البرامج التي تتحدث عن العبادات والفقه والسيرة فقط، أما الإعلام الإسلامي فهو أوسع؛ إذ يشمل السياسة والاقتصاد والاجتماع والثقافة والترفيه المباح، ولكن في إطار القيم الإسلامية. كما يختلف عن الإعلام العلماني الذي يتبنى مبدأ فصل الدين عن الإعلام، بل عن الحياة كلها.

ثانياً: الضوابط الشرعية للإعلام الإسلامي:

استمد الإسلام للإعلام مجموعة من الضوابط الأخلاقية والقيمية التي تميزه عن غيره، وأهمها:

١. **الصدق في النبأ**: قال الله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) [التوبة: ١١٩]، وقال: (وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ) [البقرة: ٤٢]. والإعلامي المسلم مطالب بالتحقق من صحة الأخبار قبل نشرها، وقد جاء النهي النبوي عن نقل كل ما يُسمع، فقال عليه الصلاة والسلام: "كَفَى بِالْمَرْءِ كَذِبًا أَنْ يُحَدِّثَ بِكُلِّ مَا سَمِعَ" (رواه مسلم).
٢. **العدل والموضوعية**: يقول الله تعالى: (وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَى) [الأنعام: ١٥٢]، والإعلام العادل هو الذي يعطي كل ذي حق حقه، ويتجنب الانحياز المذهبي أو الحزبي أو العرقي أو الجغرافي، ويقدم الرأي والرأي الآخر بنزاهة.
٣. **الأمانة في التبليغ**: الإعلامي أمين على المعلومة، وقد قال النبي صلى الله عليه وسلم: "آية المنافق ثلاث: إذا حدث كذب، وإذا وعد أخلف، وإذا أؤتمن خان" (متفق عليه). وهو مطالب بأمانة التبليغ دون تحريف أو حذف أو إضافة تضلل الجمهور. (Shams al-Din 2004)

٤. **عدم إثارة الفتن وبث الشائعات:** قال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يُجِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ) [النور: ١٩]، والإعلام الذي ينقل أخباراً غير مؤكدة، أو يشعل الصراعات الطائفية والمذهبية، أو يثير الفتنة بين أبناء المجتمع الواحد، يخالف هذا الضابط الشرعي بشكل صريح.

٥. **الستر وعدم التتبع والانتهاك:** نهى الإسلام عن البحث عن عورات الناس، وجعل ستر المسلم على أخيه من أسباب ستر الله له في الدنيا والآخرة، فلا يجوز للإعلامي أن يتتبع خصوصيات الناس أو ينشر ما يفضحهم دون مسوغ شرعي كإقامة حد أو دفع ضرر عام.

٦. **الرفق واللين في الخطاب:** يقول تعالى لموسى وهارون: (فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى) [طه: ٤٤]، والإعلام الإسلامي يدعو بالتريّف هي أحسن، ويبتعد عن الغلظة والجفاء والسباب والتنازع بالألقاب، حتى مع المخالفين. ثالثاً: أهداف الإعلام الإسلامي: تتعدد أهداف الإعلام الإسلامي، ويمكن حصرها في النقاط التالية:

١. **الدعوة إلى الله:** تبليغ رسالة الإسلام الصحيحة إلى المسلمين وغير المسلمين، بالوسائل المعاصرة، مع الالتزام بالحكمة والموعظة الحسنة والمجادلة بالتريّف هي أحسن. (Shams al-Din 2004)

٢. **بناء الشخصية المسلمة:** تنشئة الأفراد على القيم والأخلاق الإسلامية، وتحسينهم من الغزو الفكري والثقافي، وتربيتهم على حب الخير والعدل والتسامح.

٣. **مواجهة الشبهات والأفكار الهدامة:** الرد العلمي الرصين على ما يثار ضد الإسلام من شبهات، سواء من بعض وسائل الإعلام الغربية التي تغذي ظاهرة الإسلاموفوبيا، أو من الجماعات المتطرفة التي تقدم فهماً مشوهاً للنصوص.

٤. **نشر العلم النافع:** ليس فقط العلوم الشرعية، بل أيضاً العلوم الكونية والتطبيقية والإنسانية، مع ربطها بالقيم الإسلامية، وتشجيع البحث العلمي الهادف.

٥. **المساهمة في النهضة الحضارية للأمة:** تسليط الضوء على قضايا الأمة الكبرى (فلسطين، القدس، الوحدة الإسلامية، التنمية)، وتشجيع المشاريع الإنتاجية والاقتصادية، ومكافحة الفساد، ودعم حقوق الإنسان وفق المنظور الإسلامي.

٦. **الترفيه المباح:** تقديم محتوى ترفيهي نافع (مسلسلات هادفة، أفلام تربوية، ألعاب محترمة، مسابقات ثقافية) يملأ فراغ المشاهدين ويبعدهم عن المحرمات، دون إثارة للغرائز أو هدر للوقت. (Misbah Yazdi 2005)

المطلب الثاني: واقع الإعلام الإسلامي المعاصر (الإنجازات والتحديات)

أولاً: نماذج من الإعلام الإسلامي الحالي: ظهرت على مدى العقود الماضية العديد من القنوات الفضائية الإسلامية، مثل: قناة (اقرأ) السعودية، وقناة (الرسالة) الأردنية، وقناة (الناس) الكويتية، وقناة (الحافظ) المصرية، وغيرها. كما ظهرت مواقع إلكترونية إسلامية ضخمة مثل: (إسلام ويب)، (إسلام أون لاين)، (طريق الإسلام)، (صيد الفوائد). كما انتشرت على اليوتيوب قنوات دعوية حققت ملايين المشاهدات، مثل: (الداعية مصطفى حسني)، (محمد الغليظ)، (أحمد ديدات رحمه الله)، وغيرهم.

ثانياً: إنجازات الإعلام الإسلامي: رغم التحديات، يمكن رصد عدة إنجازات ملموسة:

• **الانتشار الجغرافي الواسع:** أصبحت القنوات الإسلامية تبث إلى معظم دول العالم عبر الأقمار الصناعية والإنترنت، وتصل إلى ملايين البيوت العربية والإسلامية والغربية.

• **تنوع البرامج:** لم يعد الإعلام الإسلامي محصوراً في البرامج الوعظية فقط، بل ظهرت برامج تفسير القرآن، وشرح الحديث، والإعجاز العلمي، وقضايا الأسرة، وسيرة النبي، وأحكام الفقه، وحلقات تحفيظ القرآن، وبعض البرامج الاقتصادية والطبية الموجهة. (Subhani 2002)

• **استخدام التقنية جزيئاً:** لجأت بعض المؤسسات الإسلامية إلى تطوير تطبيقات للهواتف الذكية، وبث حلقات مباشرة عبر اليوتيوب وفيسبوك، ونشر المحتوى بلغات متعددة.

• **زيادة الإقبال الجماهيري:** أظهرت استطلاعات الرأي أن نسب مشاهدة القنوات الإسلامية في تزايد، خاصة في المواسم الدينية (رمضان، الحج) وأوقات الأزمات التي تتعرض فيها صورة الإسلام للنشويه.

ثالثاً: نقاط الضعف والسلبيات: يواجه الإعلام الإسلامي انتقادات جديّة تتمثل في:

• **ضعف الإمكانيات المادية:** مقارنة بالقنوات الفضائية الضخمة المملوكة لرجال أعمال أو حكومات، تعاني معظم القنوات الإسلامية من ضعف الميزانيات، مما ينعكس على جودة الإخراج، والمعدات، واستقطاب الكفاءات.

- الارتجال وعدم الاحترافية: كثير من البرامج الإسلامية تقتصر إلى السيناريو المحكم، والإعداد الجيد، والإلقاء المتميز، مما يجعلها تبدو تقليدية مملة للجمهور الشاب. (Subhani 2002)
- وجود خطاب غير مؤهل: بعض الدعاة يظهرون على الشاشات بدون تدريب إعلامي، أو بدون معرفة كافية بمقتضيات العصر وأسئلة الشباب، مما قد يسبب نفوراً أو يقدم فتاوى مرتجلة.
- التكرار والرتابة: تشكو العديد من القنوات من تكرار نفس المواد والبرامج على مدار العام، وعدم التجديد، والتركيز المفرط على الوعظ والترهيب دون تقديم حلول عملية لمشاكل الناس اليومية.
- غياب التخصصية: نادراً ما نجد قناة إسلامية متخصصة في الاقتصاد، أو العلوم، أو الطفل، أو المرأة، أو الإعلام التنموي، وغالباً ما تخطئ بين كل شيء.
- ظاهرة التطرف الإعلامي: بعض القنوات أو الصفحات التي تنتسب للإسلام تقدم خطاباً متشدداً، أو تكفيرياً، أو طائفياً، مما يشوه صورة الإسلام أكثر مما يخدمه.

رابعاً: التحديات الكبرى التي تواجه الإعلام الإسلامي:

١. الإسلاموفوبيا في الغرب: تعتمد وسائل إعلام غربية كثيرة ربط الإسلام بالإرهاب والعنف، مما يخلق بيئة معادية لأي إعلام إسلامي يظهر في الفضاء الأوروبي أو الأمريكي، وقد تؤدي إلى حظره أو تقييده. (Motahhari 2001)
٢. حظر بعض المنصات الإسلامية: شهدنا خلال السنوات الأخيرة قيام منصات مثل فيسبوك ويوتيوب بحذف صفحات وقنوات إسلامية بدعوى "خطاب الكراهية"، بينما تترك صفحات تدعو صراحة للإلحاد أو التطرف العلماني.
٣. المنافسة الشرسة من الإعلام المبتذل: القنوات التي تقدم الأغاني والمسلسلات الهابطة والمحتوى الجنسي تجذب جمهوراً واسعاً بميزانيات ضخمة ودعاية مستمرة، مما يصعب مهمة الإعلام الإسلامي في جذب المشاهدين خاصة الشباب.
٤. العزوف النسبي من فئة الشباب: كثير من الشباب المسلم اليوم يتابع المؤثرين الأجانب، أو المحتوى الترفيهي الغربي، أو حتى الإعلام العلماني العربي، ويبعد عن الإعلام الإسلامي لأنه يراه قديماً أو متشدداً أو غير جذاب. (Shariati 2001)
٥. غياب استراتيجية إعلامية إسلامية موحدة: تعمل المؤسسات الإعلامية الإسلامية كل على حدة، بدون تنسيق أو رؤية مشتركة، مما يبذل الجهود ويخلق تنافساً غير مفيد أحياناً.

٦. أزمة الثقة لدى بعض الجماهير: بسبب ظهور بعض البرامج التي تروج لأجندات سياسية أو حزبية تحت عباءة الدين، أو بسبب تورط بعض الدعاة في أخطاء مهنية أو أخلاقية، تراجعت ثقة بعض المشاهدين في الإعلام الإسلامي.
- يتضح مما سبق أن الإعلام الإسلامي يمتلك جذوراً شرعية قوية، وأهدافاً سامية، وضوابط أخلاقية تضبط أدائه، لكن واقع المعاصر مليء بالإيجابيات والسلبيات. فهو ينتشر ويؤثر ويجذب أعداداً متزايدة، لكنه في الوقت نفسه يعاني من ضعف مهني، وشح مالي، وتحديات خارجية (إسلاموفوبيا وحظر) وداخلية (خطاب متشدد أو غير مؤهل). وهذا يعني أن النقلة النوعية المطلوبة لا يمكن أن تتحقق إلا من خلال الانتقال إلى المبحث الثاني، حيث نناقش كيف يمكن للإعلام الإسلامي أن يوظف العصر الرقمي لصالحه، وما الرؤى المستقبلية لتطويره وتفعيله. (Shariati 2001)

المبحث الثاني: الإعلام الإسلامي في العصر الرقمي ورؤى التطوير المستقبلية

مع انطلاق ثورة الاتصالات الرقمية، وظهور شبكات التواصل الاجتماعي، والمنصات التفاعلية، وتطبيقات الهواتف الذكية، تغيرت معادلة الإعلام التقليدية رأساً على عقب. لم يعد الجمهور مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح مشاركاً فاعلاً في إنتاج المحتوى ونشره وتقييمه. وهذا التحول حمل معه فرصاً هائلة للإعلام الإسلامي، كما حمل تهديدات خطيرة قد تعصف به إذا لم يستعد لها. ولذلك، يحاول هذا المبحث الإجابة عن سؤالين كبيرين: كيف يمكن للإعلام الإسلامي أن يستثمر العصر الرقمي لصالحه؟ وما الرؤية المستقبلية التي تضمن له الاستمرارية والتأثير والفاعلية؟ وتحت هذين السؤالين، قُسم المبحث إلى مطلبين: الأول يتناول الفرص والتهديدات التي يقدمها العصر الرقمي للإعلام الإسلامي، والثاني يقدم رؤية متكاملة للتطوير وآليات التفعيل. (Shariati 1997)

المطلب الأول: الإعلام الإسلامي والعصر الرقمي (الفرص والتهديدات)

أولاً: التحول الرقمي في الإعلام الإسلامي: شهدت السنوات الأخيرة تحولاً ملحوظاً في الإعلام الإسلامي من البث الفضائي الأحادي الاتجاه إلى المحتوى الرقمي التفاعلي. فلم تعد القنوات الفضائية وحدها هي المصدر، بل أصبحت منصات مثل يوتيوب، وفيسبوك، وتيك توك، وتويتر، وإنستغرام، وتليجرام، وسناب شات، وواتساب، فضلاً عن البودكاست والتطبيقات المستقلة، تحتل صدارة الاهتمام. كما ظهر جيل جديد من "الدعاة الرقميين" والمؤثرين المسلمين الذين يحققون ملايين المشاهدات دون الحاجة إلى قناة فضائية أو ميزانية ضخمة.

ثانياً: الفرص الهائلة التي يتيحها العصر الرقمي:

١. الوصول إلى جمهور عالمي بتكلفة منخفضة: يمكن لمحتوى إسلامي بسيط على يوتيوب أو تيك توك أن يصل إلى ملايين المشاهدين في مختلف دول العالم خلال ساعات، بتكلفة شبه مجانية مقارنة بالبث الفضائي. وهذا يسمح بدخول أفراد ومؤسسات صغيرة إلى مجال الإعلام الإسلامي.

٢. التفاعل المباشر مع الجمهور: تتيح المنصات الرقمية للداعية أو الإعلامي التعليق المباشر، والرد على الأسئلة، وجمع الآراء، وحتى استفتاء الجمهور حول مواضيع مقبلة. هذا التفاعل يخلق رابطاً عاطفياً وولاءً أكبر للجمهور، ويساعد في فهم احتياجاته الحقيقية.

٣. التخصيص والاستهداف الدقيق: تستطيع أدوات الإعلان الرقمي (مثل فيسبوك آدز وجوجل آدز) استهداف فئات عمرية محددة، في بلدان محددة، يهتمون بموضوعات معينة. فيمكن للإعلام الإسلامي أن يصل بدقة إلى الشباب المراهق، أو إلى الباحثين عن الإسلام في الغرب، أو إلى المهتمين بقضايا المرأة المسلمة. (Fadlallah 1997)

٤. قياس الأثر بشكل فوري: توفر منصات التواصل تحليلات دقيقة بعدد المشاهدات، والإعجابات، والمشاركات، والتعليقات، ومدة المشاهدة، ونسبة الاحتفاظ، مما يسمح بتقييم الأداء وتحسينه بشكل مستمر، وهو أمر كان مستحيلاً في الإعلام التقليدي.

٥. تنوع الأشكال الإعلامية: يمكن للمحتوى الإسلامي أن يأخذ أشكالاً متعددة: فيديوهات قصيرة (تيك توك، ريلز، شورتس)، بودكاست صوتي، مقالات مطولة، إنفوغرافيك، بث مباشر، كورسات تعليمية، مسابقات تفاعلية، وغيرها، مما يلبي رغبات مختلف الشرائح.

٦. إمكانية الترجمة الفورية والانتشار بين الثقافات: بفضل أدوات الترجمة الآلية والترجمة التطوعية، يمكن لمقطع فيديو إسلامي بالعربية أن ينتشر مترجماً إلى الإنجليزية والفرنسية والأوردو وغيرها خلال أيام، مما يفتح آفاقاً هائلة للدعوة إلى الله.

٧. خلق مجتمعات افتراضية (جروبات وصفحات): يمكن أن تتشكل مجتمعات رقمية حول قناة أو داعية معين، تتبادل الفائدة، وتدعم بعضها، وتناقش الأفكار، بل وتقوم بأنشطة تطوعية وخيرية مستوحاة من المحتوى الدعوي.

ثالثاً: التهديدات والمخاطر الجسيمة في العصر الرقمي:

١. الفتاوى العشوائية وانتشار غير المؤهلين: أصبح أي شخص يقرأ آية أو حديثاً قادراً على فتح صفحة ومنصة، وإصدار فتاوى، والحديث باسم الدين، مما يسبب فوضى معرفية، وربما ينشر أفكاراً خاطئة أو متطرفة تتناقض مع صحيح الإسلام، وقد حذر العلماء من هذا الأمر بشدة، لكن صعوبة الرقابة في الفضاء المفتوح تجعل الحد منه شبه مستحيل. (Motahhari 1983)

٢. نشر الشائعات والأخبار الكاذبة باسم الدين: تنتشر على واتساب وفيسبوك ويوتيوب آلاف القصص والروايات المكذوبة والمحرفة (مثل: قصص معجزات وهمية، وفتاوى غير صحيحة منسوبة لعلماء، وأخبار عن أعداء الإسلام مغلوطة) ويتم تناقلها بسرعة البرق، ويصعب بعد ذلك تصحيحها.

٣. الصور النمطية السلبية والإساءة المتعمدة: تستغل بعض الحسابات المعادية للإسلام أو العلمانية الفضاء الرقمي لنشر صور كاريكاتورية مسيئة، وتشويه القرآن والسنة، وإثارة الفتن الطائفية، وخلق منصات للإساءة للصحابة أو أمهات المؤمنين، وقد يصعب إغلاق هذه الحسابات أو محاسبتها قانونياً.

٤. الاستقطاب والتطرف الرقمي: خوارج العصر (الجماعات المتطرفة كداعش والقاعدة وأشباهها) تستخدم الإنترنت والمنصات المشفرة في نشر فكرها المتشدد، واستقطاب الشباب، وتجنيدهم، وهو ما يلصق بالإسلام ظلاماً، ويجعل بعض الناس يخلطون بين الإسلام وبين تلك الجماعات الإرهابية.

٥. صعوبة الرقابة والمتابعة: لا يوجد جهة رسمية على الإنترنت تملك صلاحية مراقبة كل المحتوى الإسلامي وتقويمه، وحتى لو وجدت مثل هذه الجهات، فإن سهولة فتح حسابات جديدة باسماء وهمية تجعل مراقبة المحتوى الإسلامي أشبه بمطاردة الأشباح.

٦. تضارب المصادر وتشتت الجمهور: بدلاً من أن يكون هناك مرجعيات ثابتة، صار الجمهور يتابع عشرات الصفحات والقنوات، بعضها يخالف بعضها، مما يسبب حيرة لدى الناس، بل وصراعات بين الدعاة أنفسهم على المنصات الرقمية.

٧. الإدمان الرقمي والانصراف عن المحتوى الهادف: المنصات الرقمية مصممة أصلاً لاستهلاك الوقت بأسرع ما يمكن، وقد يجد المسلم نفسه يقضي ساعات في متابعة محتوى تافه أو مسيء، ويبتعد تدريجياً عن الإعلام الإسلامي الهادف لأنه يحتاج إلى تركيز وجهه ذهني أكبر. (Al-Sadr 1980)

٨. تهديد الخصوصية والأمن المعلوماتي: كثير من الدعاة والمؤثرين المسلمين يشاركون تفاصيل حياتهم الخاصة دون وعي، مما يعرضهم للابتزاز أو التشهير أو القرصنة، وقد حدثت حالات كثيرة بهذا الشأن. العصر الرقمي سيف ذو حدين للإعلام الإسلامي. إنه يمنح فرصاً غير مسبوقة للوصول والتأثير والتفاعل، لكنه في المقابل يفتح أبواباً للفوضى والشائعات والتطرف والإساءة. والنجاح في هذا العصر يتطلب وعياً عميقاً بهذه الفرص والتهديدات، وصياغة استراتيجية ذكية تستثمر الإيجابيات وتتحكم في السلبيات، وهذا ما ننقل إليه في المطلب الثاني. (Shariati 2001)

المطلب الثاني: رؤية مستقبلية لتطوير الإعلام الإسلامي وآليات تفعيله

أولاً: أهمية وجود رؤية مستقبلية:

بعد استعراض واقع الإعلام الإسلامي (المبحث الأول) وفرص وتهديدات العصر الرقمي (المطلب السابق)، يتبين أن استمرار الإعلام الإسلامي على وضعه الراهن دون تطوير جذري سيجعله يفقد أهميته تدريجياً. فالجمهور المستهدف (خاصة الشباب) أصبح يتغير بسرعة، والتقنيات تتطور أسرع مما نتوقع، والإعلام المنافس يزداد احترافية وإغراءً، لذلك لا بد من رؤية مستقبلية طموحة وقابلة للتنفيذ تعيد للإعلام الإسلامي مكانته وتأثيره. (Motahhari 1998)

ثانياً: مقترحات التطوير المهني:

١. الاحترافية في صناعة المحتوى: يجب أن ينقل الإعلام الإسلامي من ثقافة الارتجال إلى ثقافة الاحترافية، وذلك من خلال:

- كتابة سيناريوهات محكمة للبرامج قبل التصوير.
 - الاهتمام بجودة الإخراج (الإضاءة، الصوت، المونتاج، الديكور)
 - تدريب الكوادر الإعلامية والدعوية على مهارات الإلقاء والتقديم والتحرير الصحفي.
 - الاستعانة بمستشارين في الجرافيك والتصميم والإنتاج.
٢. التخصص بدلاً من العمومية: بدلاً من القنوات التي تتحدث في كل شيء، هناك حاجة إلى:

- قناة إسلامية متخصصة للطفل (كارتون هادف، تعليم ديني بطريقة مرحة)
- قناة متخصصة للمرأة (قضاياها الفقهية والاجتماعية والنفسية)
- قناة متخصصة في الإعجاز العلمي والطب والهندسة.
- قناة متخصصة في الاقتصاد الإسلامي والتمويل والتنمية.
- منصات بودكاست متخصصة للشباب بلغة عصرية جذابة.

٣. التطوير التقني المستمر: مواكبة كل جديد في عالم الإعلام الرقمي:

- الاعتماد على البث المباشر التفاعلي مع الجمهور.
- تطوير تطبيقات هواتف ذكية سهلة الاستخدام، تشمل محتوى متنوعاً، وتسمح بإنشاء الملف الشخصي للمستخدم، وتتبع تقدمه التعليمي.
- استخدام الذكاء الاصطناعي في توليد الترجمات، وتحسين التوصيات، وتحليل سلوك الجمهور. (Fadlallah 1997)
- تجربة الواقع الافتراضي والواقع المعزز في تقديم محتوى عن الحرمين الشريفين أو المشاهد التاريخية.

ثالثاً: مقترحات التطوير الموضوعي:

١. تجديد الخطاب الدعوي: بعيداً عن الترهيب والوعظ التقليدي، إلى خطاب:

- يركز على رحمة الإسلام وسماحته ووسطيته.
- يجيب عن أسئلة الشباب الحقيقية (في الشبهات العقائدية، في العلاقات، في الشغف بالدنيا).
- يستخدم القصص الواقعية والتجارب الإنسانية والنماذج الناجحة.
- يدمج بين الشرعية والواقعية، ولا يصدر فتاوى مثالية بعيدة عن قدرة الناس.

٢. الاهتمام بقضايا الأمة الكبرى: فلسطين والقدس والأقصى، والوحدة الإسلامية، والنهضة العلمية، ومكافحة الفساد، والعدالة الاجتماعية، والحفاظ على البيئة، كلها قضايا إسلامية أصيلة يجب أن يكون للإعلام الإسلامي فيها رأي وموقف وخطاب مؤثر.
٣. الترفيه الهادف: ليس كل ما يقدمه الإعلام الإسلامي يجب أن يكون وعظاً مباشراً. يمكن تقديم:
- مسلسلات وأفلام قصيرة تحمل قيماً إسلامية ضمن قصة درامية جذابة.
 - مسابقات ثقافية وتفاعلية.
 - محتوى كوميدي نقي (نظيف) يضحك دون إثم أو إساءة.
- رابعاً: بناء شراكات استراتيجية:
١. شراكة أكاديمية: بين المؤسسات الإعلامية الإسلامية وكلليات الإعلام في الجامعات، لتدريب الطلاب، وإجراء بحوث مشتركة، وإنتاج محتوى علمي رصين (Ja'far Subhani, 2002).
٢. شراكة بين الدول الإسلامية: إنشاء اتحاد إعلامي إسلامي يمول وينتج محتوى ضخماً باللغات الأجنبية لمواجهة الإسلاموفوبيا، ويكون بديلاً عن الصورة النمطية السلبية.
٣. شراكة مع المؤثرين المسلمين: كثير من المؤثرين على يوتيوب وتيك توك لديهم ملايين المتابعين وليسوا دعاة بالمعنى التقليدي، يمكن التعاون معهم لتقديم محتوى إسلامي راقٍ بطريقتهم الجذابة.
- خامساً: آليات مواجهة الإعلام المغرض:
١. الإنتاج باللغات الأجنبية: يجب أن يكون هناك محتوى إسلامي متميز بالإنجليزية والفرنسية والإسبانية والألمانية والروسية، بل وحتى بالعبرية، للرد على الشبهات بلغة المخاطب وأسلوبه.
٢. مرصد إعلامي إسلامي عالمي: مهمته رصد أي إساءة أو تشويه للإسلام في وسائل الإعلام الغربية، والرد عليها بشكل سريع ورسمي ومهني، وتوثيق الانتهاكات لمقاضاة الجهات المسيئة في المحافل الدولية. (Misbah Yazdi 2005)
٣. مدونة سلوك أخلاقي موحدة للإعلامي المسلم: يوقع عليها كل من يعمل في الإعلام الإسلامي، تتضمن الضوابط الشرعية والمهنية، وآليات محاسبة المخالفين، لاستعادة الثقة في الإعلام الإسلامي.
- وبناء عليه فإن تطوير الإعلام الإسلامي ليس رفاهية، بل ضرورة شرعية وتاريخية. لا يمكن للأمة الإسلامية أن تنهض دون إعلام قوي ومؤثر ورسالي في آن واحد. والرؤية المستقبلية المطلوبة تجمع بين الاحترافية في الشكل، والتجديد في المضمون، والتوسع في الانتشار، والوضوح في الأخلاقيات. ومع وجود الإرادة والموارد والتعاون، يمكن للإعلام الإسلامي أن يتحول من حالة الضعف والشتات إلى قيادة المشهد الإعلامي العالمي في القيم والأخلاق.
- خاتمة البحث**
- بعد هذا الاستعراض التفصيلي لمفهوم الإعلام الإسلامي وواقعه وتحدياته وآفاقه المستقبلية، يمكننا استخلاص النتائج والتوصيات التالية:
- أولاً: النتائج**
١. الإعلام الإسلامي مفهوم متكامل له جذوره الشرعية وضوابطه الأخلاقية وأهدافه السامية، وليس مجرد إعلام ديني تقليدي.
٢. يعاني الإعلام الإسلامي المعاصر من فجوة بين مثالية الضوابط وسوء الواقع، بسبب ضعف الإمكانيات، والارتجال المهني، وظهور خطاب غير مؤهل أو متشدد.
٣. العصر الرقمي يقدم فرصاً هائلة للإعلام الإسلامي (الوصول العالمي، التفاعل، الاستهداف الدقيق، قياس الأثر)، لكنه يحمل تهديدات خطيرة (فتاوى عشوائية، شائعات، تطرف رقمي، صعوبة رقابة).
٤. غياب استراتيجية إعلامية إسلامية موحدة، وضعف المحتوى باللغات الأجنبية، وعدم مواكبة التقنيات الحديثة، كلها عوامل تعيق انتشار الإعلام الإسلامي وتأثيره.
- ثانياً: التوصيات**
١. ضرورة الانتقال بالإعلام الإسلامي من الارتجال إلى الاحترافية في الإنتاج والإخراج والكتابة.
٢. الاهتمام بالخطاب الدعوي المتجدد الذي يجيب عن أسئلة العصر بلغة عصرية.

٣. إنشاء اتحاد إعلامي إسلامي لتنسيق الجهود وتمويل المحتوى الضخم باللغات الأجنبية.

٤. تدريب الدعاة والإعلاميين المسلمين على مهارات الإعلام الرقمي وأخلاقياته.

٥. وضع مدونة سلوك أخلاقي موحدة وإنشاء مرصد إعلامي إسلامي لمراقبة الأداء وتقويمه.

٦. استثمار منصات التواصل الاجتماعي بذكاء، والابتعاد عن ثقافة التبرير والوعظ المباشر.

٧. تنويع المحتوى الإسلامي ليشمل الترفيه الهادف والتنمية والاقتصاد والعلوم، وليس فقط العبادات والفتاوى.

ختاماً، يبقى الإعلام الإسلامي أملاً معقوداً وأمانة في أعناق الدعاة والإعلاميين والمؤسسات. فإن نجح في أداء رسالته، كان سبباً في نهضة الأمة وهداية البشرية. وإن فشل، كان باباً من أبواب التخلف والانغلاق والتشويه. نسأل الله التوفيق والسداد.

المراجع

1. Muhammad Mahdi Shams al-Din, *Media in Islam*, Beirut: International Institute for Studies and Publishing, 1991.
2. Murtada Motahhari, *The Epic of Ashura (Al-Malhamah al-Husayniyyah)*, Qom: Dar al-Hadi, 2001.
3. Ruhollah Khomeini, *Ethical Disciplines of Prayer*, Qom: Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works, 1996.
4. Ali Khamenei, *Media and Soft War*, Tehran: Center for Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works, 2010.
5. Ja'far Subhani, *Concepts of the Qur'an*, Qom: Imam Sadiq Institute, 2002.
6. Muhammad Taqi Misbah Yazdi, *Cultural Invasion*, Qom: Imam Khomeini Educational Institute, 2005.
7. Abdullah Ni'mah, *Contemporary Islamic Media*, Beirut: Dar al-Hadi, 2008.
8. Muhammad Mahdi Shams al-Din, *Armed Violence Jurisprudence in Islam*, Beirut: International Institute for Studies and Publishing, 2001.
9. Muhammad Mahdi Shams al-Din, *Islamic-Christian Dialogue: Toward a Project of Joint Struggle*, Beirut: Imam Shams al-Din Dialogue Foundation, 2004.
10. Muhammad Husayn Fadlallah, *The Method of Da'wah in the Qur'an*, Beirut: Dar al-Malak, 1994. (duplicate removed in cleaned list below)
11. Murtada Motahhari, *The Epic of Ashura*, Qom: Dar al-Hadi, 2001. (duplicate removed)
12. Muhammad Baqir al-Sadr, *The Islamic School*, Beirut: Dar al-Ta'aruf lil-Matbu'at, 1979. (duplicate removed)
13. Ja'far Subhani, *Concepts of the Qur'an*, Qom: Imam Sadiq Institute, 2002. (duplicate removed)
14. Muhammad Taqi Misbah Yazdi, *Cultural Invasion*, Qom: Imam Khomeini Educational Institute, 2005.