نشر الوعي الصحي في القنوات الدينية

The role of religious outreach channels in health awareness: an analytical study

حسان صوفي[1,*]

أكاديمية College of Journalism and Communication- (ESJ)- Paris

تاريخ الاستلام: 05/ 03 / 2026 تاريخ القبول: 1/ 04 / 2026 تاريخ النشر: 25/ 04 / 2026

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور الإعلام الدعوي في تعزيز الوعي الصحي الجماهيري، ومعرفة مدى توظيف القنوات الفضائية الدينية للخطاب الصحي في برامجها ومساهمتها في التثقيف الصحي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون، أظهرت النتائج تفاوتا بينا في حضور المحتوى الصحي في هذه القنوات، ففي حين تميزت البرامج الصحية لبعض القنوات بالتعدد مثل: قناة المجد، وقناة زاد، وقناة الرحمة، غاب المحتوى الصحي كليا في قنوات أخرى مثل: قناة دعوة، وقناة مكة، وقناة الندى، وقناة الرسالة، وقناة الفتح. كما أظهرت النتائج أن توظيف المصادر الشرعية في المحتوى الصحي كان في غالبه ضعيفا عدا عن بعض البرامج كبرنامج "الطب الآمن" على قناة الرحمة. وأظهرت الدراسة افتقار البرامج الصحية غالبا للتناول المتكامل الذي يربط بين القيم الإسلامية ومفاهيم العلاج والوقاية. بناء على هذه النتائج توصي هذه الدراسة بتفعيل التعاون وتعزيزه بين المؤسسات الإعلامية الدعوية والصحية، وكذلك تطوير برامج توعوية تربط منهجيا المعرفة الطبية والمرجعية الشرعية، بغية تعزيز الوعي الصحي للجمهور من منظور إنساني وإيماني متكامل.

الكلمات المفتاحية: الوعي الصحي؛ الإعلام الدعوي؛ الاتصال الصحي؛ التوعية الصحية.

Abstract:

This study aims to reveal the role of religious media in promoting health awareness and to identify the extent to which religious satellite channels utilize health discourse in their programming and contribute to health education. The results showed a disparity in the availability of health content across these channels. While some channels, such as Al-Majd, Zad, and Al-Rahma, featured a wide variety of health programs, others, such as Da'wah, Makkah, Al-Nada, Al-Risalah, and Al-Fath, completely lacked such content.

* المؤلف المرسل

The results also indicated that the use of religious sources in health content was generally weak, with the exception of a few programs like "Safe Medicine" on Al-Rahma. Furthermore, the study revealed a general lack of integrated approaches in health programs that connect Islamic values with concepts of treatment and prevention. Based on these findings, this study recommends activating and strengthening cooperation between religious and health media institutions, as well as developing awareness programs that systematically link medical knowledge with Islamic legal frameworks, with the aim of enhancing public health awareness from a comprehensive humanistic and faith-based perspective.
Keywords: Health awareness; Advocacy media; Health communication; Health education.

1. مقدمة

يمثل الإعلام أحد أهم وسائل التأثير في صناعة وعي الأفراد وتوجيه سلوك المجتمعات، كونه الوسيلة التي تخاطب الجمهور على اختلاف شرائحه الثقافية والاجتماعية. وقد أثبتت الأزمات الصحية الكبيرة كجائحة كوفيد 19 أن الإعلام ليس ناقلاً للخبر فحسب، وإنما شريك حقيقي في إدارة الأزمات الصحية وتشكيل وعي صحي وقائي يسهم في تشكيل السلوكيات الصحية الإيجابية.

من جانب آخر، فإن الخطاب الديني وخصوصاً الإسلامي يعتبر بالنسبة للمجتمعات العربية والإسلامية عنصراً بالغ التأثير في الناس، وذلك للمصداقية التي يتسم بها والتي تنبع أساساً من مرجعيته الشرعية، وكذلك لشموله جوانب الحياة المختلفة بما فيها الصحة النفسية والجسدية؛ فالتعاليم الإسلامية جاءت لتحقيق مقاصد أساسية أهمها حفظ النفس، كما حثت على النظافة والوقاية والتداوي، ونهت عن كل ضار للجسد والنفس كالتدخين والمخدرات. (محمد ع.، 2010)

انطلاقا من هذا، فإن المزاوجة بين الإعلام والإسلام في ميدان التثقيف الصحي تعتبر ساحة خصبة للبحث العلمي والتطبيق الاجتماعي، حيث إن الإعلام الدعوي يمكن أن يسهم بشكل فعال في رفع سوية الوعي الصحي عن طريق طرح مضمون إعلامي يستند إلى القيم الأخلاقية والدينية ويوظف الخطاب الشرعي في توجيه السلوكيات الصحية للمجتمع.

تستند هذه الدراسة على هذا المبدأ، في محاولة لتسليط الضوء على ما يمكن أن يقدمه الإعلام الدعوي الديني في مضمار دعم الصحة العامة، ولتحديد الميادين الشرعية التي يمكن توظيفها إعلاميا لتحقيق أهداف التثقيف الصحي، مع تحليل واقع الإعلام الديني في هذا الميدان ومعرفة آليات تطويره بشكل متناغم مع المتغيرات التقنية والاجتماعية دون الإخلال بجوهر الخطاب الديني.

على الرغم أن التعاليم الإسلامية تمتاز بالوضوح والشمول فيما يتعلق بالصحة البدنية والنفسية، وبرغم احتوائها على كثير من التدابير الوقائية والسلوكية التي تهدف إلى حفظ النفس، كونها من الضرورات الخمس، إلا أن الإعلام والخطاب الدعوي لا تبدو معالمه واضحة تماما في ميدان التثقيف الصحي مقارنة بإمكانية تأثيره الضخمة، وخصوصا في خضم ما يشهده العالم من تحديات صحية وتفش للسلوكيات الضارة كالتدخين وتعاطي المخدرات وقلة النظافة الشخصية وغياب ثقافة الأكل الصحي المتوازن وغيرها.

من الملاحظ أن الخطاب الإعلامي الدعوي في أحيان كثيرة لا يتم توظيفه بشكل مدروس ومنهجي لتوجيه الجمهور لتبني سلوك صحي أفضل، كما أن خطط التوعية الصحية الرسمية تغفل غالبا عن إرفاق البعد الديني في خطابها برغم ما يمتلكه من قدرة بالغة في التأثير على الأفراد في المجتمعات المسلمة. هذه الكبوة تجعل من الضروري بمكان الوقوف عند هذا التقصير وتحليل مسبباته والسعي لإيجاد الحلول المناسبة. (طه و عبد القادر، 2022)

انطلاقا من هذه الإشكالية، تهدف الدراسة إلى استكشاف الطريقة التي يعمل من خلالها الإعلام الدعوي في تعزيز الوعي الصحي الجماهيري، واستكشاف أساليب عرض المضمون الصحي في القنوات الدعوية، وتحليل الجوانب التي يمكن تنشيطها من قيم ومفاهيم شرعية والمتعلقة مباشرة بالصحة الجسدية والنفسية. وتسعى الدراسة كذلك إلى سد الفجوة البحثية في الدراسات التي تجمع بين ميداني الدعوة والصحة من منظور إعلامي، وخصوصا في خضم التطورات التقنية المعاصرة التي أثرت في شكل الخطاب وأسلوبه.

وتسعى هذه الدراسة للإجابة عن الأسئلة الآتية:

1. ما هي كيفية استخدام الإعلام الدعوي للتوعية الصحية؟
2. ما هي أساليب عرض المضمون الصحي في القنوات الدعوية؟
3. كيف يتم توظيف المصادر الشرعية والقيم الإسلامية في الخطاب الصحي للإعلام؟

2. 2.الإطار المعرفي

التوعية الصحية

التوعية الصحية هي تقديم المعلومات التي تتعلق بالأمراض وكيفية تجنبها لجميع الأشخاص بطريقة صحيحة وغير مضللة، مع الحرص أن تكون مصادر هذه المعلومات موثوقة حتى تأخذ التوعية الصحية مسارها الصحيح ولتجنب المخاطر الصحية. (Retal Care clinic، 2025) وبعبارة أخرى، هي كل نشاط يهدف إلى توعية المواطنين وتحذيرهم من المخاطر المحدقة بهم من أجل تربية المجتمع على السلوك الصحي السليم، انطلاقا من عقيدته وقيمه وثقافته. (بن عمروش و سكر، 2020، صفحة 675)

تتلخص أهمية الوعي الصحي في تنمية السلوك الوقائي للأفراد من خلال تكوين نظرة صحيحة تجاه القضايا الصحية والربط بين الأسباب والنتائج، وغرس حب الفهم واكتشاف كل جديد وطارئ له علاقة بالصحة العامة. (مصطفى، 2017) فبالتالي، وانطلاقا من هذه الأهمية تتحدد

أهداف الوعي الصحي بأن يكون أفراد المجتمع على دراية بالمشكلات الصحية السائدة في المجتمع وطرق الوقاية منها، وأن يكونوا على وعي تام بأن القضايا الصحية هي بالمقام الأول مسؤولية المجتمع كله.

إن الثمرة المرجوة لكل هذه الأهداف في نهاية المطاف هي تصحيح السلوكيات الصحية، وهذا التصحيح يمر من خلال عدة مراحل؛ المرحلة الأولى هي تقديم المعلومات والمعارف الصحية الصحيحة، المرحلة الثانية هي الاقتناع وتشكل الرغبة في تبني السلوك الصحي القويم، وأما المرحلة الثالثة فتتجلى في التطبيق الفعلي للعادات الصحية المرغوبة. (القص، 2016)

الإعلام الدعوي

يعرف الإعلام الدعوي بأنه نمط إعلامي متخصص يهدف إلى تبليغ دين الله للناس، ويبث ببرامجه المضامين الدينية والدعوية، ويقصد جمهوراً مستهدفاً معيناً مسلماً أو غير مسلم، ويستخدم وسائل الإعلام المعاصرة وأساليبها المختلفة. (عدوي، 2020) ويذكر د. رعد البياتي أنه بيان للحقيقة وتزينها للجمهور بالطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة أيضا، وذلك بقصد جلب العقول إلى الحق وإشراكهم في نوال خير الاسلام. (البياتي، 2021)

إن الهدف الأساس من الإعلام الدعوي هو نشر تعاليم الإسلام وتعزيز الوعي الديني، وكذلك التصدي بالنقد للأفكار المغلوطة وبناء المجتمع بناء سليما روحيا وأخلاقيا. وهو منوط به الارتقاء بمستوى المجتمع من حال التخلف إلى مرافئ العزة والتقدم بالقول، والعمل، والعاطفة. (طاش، 1995).

يستهدف الإعلام الدعوي الارتقاء باهتمامات الناس والسمو بعقولهم ووجدانهم وسلوكهم وإشاعة الثقافة الإسلامية ومبادئها السامية وقيمها الرفيعة، ومحو الأمية مع بث روح الألفة والمودة والانسجام في المجتمع.

من أبرز ما يختص به الإعلام الدعوي الانضباط والإخلاص والمتابعة. يقول تعالى "قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ ٱلْعَالَمِينَ" سورة الأنعام:162. فهو ملتزم، من هذا المنطلق أيضا، بالأخلاقيات المهنية في محتواه واحترام خصوصية الأفراد والبعد عن التشهير، ما يزيد من مصداقيته وأثره.

كما يتميز بثبات قواعده والمرونة في وسائله وأساليبه بحسب تطور معطيات العصر ومتغيراته، مع التركيز على التوجيه والإرشاد، وهذه المرونة في الوسائل تزيد من فاعليته التفاعلية مع الجمهور، وخصوصا في ثورة الاتصال الرقمي الحالية. وتعتبر الشفافية والمصداقية خصيصة أصيلة فيه، حيث يجب أن يكون محتواه موثوقا به، مع تجنب التهويل والتضليل، ما يساهم في تعزيز فاعلية الرسالة وأثرها. ويركز الإعلام الدعوي على قضايا العصر التي تهم المجتمع، كقضايا الأسرة والشباب والتحديات الراهنة الاجتماعية، ويعرض لها الحلول. هذا التركيز له عظيم الأثر في تعزيز صلة الإعلام الدعوي بالمجتمع وواقعه وتعزيز الأثر المتوقع. (العواجي، 2022)

من نماذج الاتصال الدعوي النموذج التقليدي أو المباشر الذي يعتمد على الوعظ والخطابة، والنموذج الوجاهي في الدعوة القائم على الدعوة الفردية، وكذلك النموذج الرقمي المتميز باستخدامه وسائل الإعلام الرقمية، فضلا عمن الجماهيري. (عدوي، 2020)

الإعلام والتوعية الصحية

للإعلام دور بارز في تحقيق التربية الصحية من خلال تزويد شرائح المجتمع بالمعلومات والأخبار ومختلف المستجدات حول القضايا الصحية، وذلك بهدف زيادة الوعي الصحي وتعلم السلوكيات الوقائية، ونجاح الرسالة الإعلامية الصحية مرتبط ارتباطا وثيقا بكون هذه الرسالة واضحة ومراعية لثقافة المجتمع وخصائصه، ويتجلى هذا النجاح في تغيير السلوك الصحي لما هو أفضل.

إن العلاقة بين الإعلام والتوعية الصحية تمثل علاقة تكاملية تتحدد على مستويين؛ مستوى تعاوني وآخر وظيفي، حيث يُستخدم الإعلام للمساعدة في تنمية الوعي الصحي كما يوظف الإعلام بهدف التعريف ببرامج الإعلام الصحي الوقائي. (جاب الله و بن عمروش، 2023)

من أبرز نماذج الإعلام الموجه للتوعية الصحية؛ نموذج الاتصال المباشر أو الوجاهي، حيث يلتقي فيه صاحب الرسالة الصحية بالشخص المستهدف، من قبيل الحوار الذي يجري بين الطبيب ومريضه الذي يقدم به الطبيب نصحه وإرشاده، وكما يجري كذلك خلال الحملات الصحية الموجهة من التقاء مباشر بهدف توعية الناس وتوجيههم لسبل الوقاية والعلاج. أما نموذج الاتصال غير المباشر فيتم بين القائم بالرسالة الصحية والجمهور بغير مقابلة شخصية، عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية المختلفة. (المشاقبة، 2012)

القيم الإسلامية والتوعية الصحية

تعتبر الصحة من النعم العظيمة التي حثت الأدبيات والقيم الاسلامية على حفظها وتعهدها، وتظهر هذه القيم في الكثير من التوجيهات التي تدعو للوقاية من الأمراض والعناية بالصحة النفسية والجسدية، ومن أبرز هذه القيم:

1. حفظ النفس البشرية

يعد حفظ النفس من أهم المقاصد التي دعا إليها الإسلام، بل هي المقصد الأبرز من بين الضروريات، فحرم الانتحار وكل ما يؤدي إلى هلاك الإنسان، يقول تعالى " وَلا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ" سورة البقرة:195. ومن هنا كانت العناية بالوضع الصحي للناس تعد أولوية قصوى في حفظ النفس البشرية وصيانتها، ومن القواعد الفقهية العامة المتعلقة بحفظ النفس "الضرر يزال" و"رفع الحرج" و"سد الذرائع". (محمد س.، 2024) ومعنى أن "الضرر يزال" أي أن المفسدة التي ألحقت بالغير ترفع بأي صورة كانت، مع التعويض عن النتائج المبنية على حدوثها، وقد ورد في الحديث النبوي " لا ضرر ولا ضرار". (بن حنبل، ٢٠٠١) ورفع الحرج يعني التخفيف والتيسير ودفع المشقة وتغيير الحكم الشرعي في حال وجود الحرج، يقول الله تعالى: "ما يريد الله ليجعل عليكم من حرج" سورة المائدة:6. ومن أمثلة أسباب التخفيف السفر والمرض والنسيان والإكراه وعموم البلوى.

أما القاعدة الفقهية العامة "سد الذرائع" فتعني الامتناع عما ليس ممنوعا في نفسه مخافة الوقوع في محظور. وسد الذرائع له تأثير بالغ في باب الاجتهاد، يتم تلافي الضرر عن طريقه وهو طريق وقاية للمجتمع. (محمد س.، 2024)

2. النظافة والطهارة

الطهارة قيمة أصيلة في الاسلام وهي جزء من الإيمان، وكثير من العبادات لا تصح إلا بشرط الطهارة، وقد جاء في الحديث النبوي "الطهور شطر الإيمان" وقد حث الإسلام على تكرار الاغتسال والوضوء عند الحاجة، قال تعالى : "..لَمَسْجِدٌ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَىٰ مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَن تَقُومَ فِيهِ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ أَن يَتَطَهَّرُوا وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُطَّهِّرِينَ" سورة التوبة: 108. وأيضا قوله تعالى: "إن الله يحب التوابين ويحب المتطهرين" سورة البقرة: 222. وكذلك حث على نظافة الطعام والشراب، ونهى عن أكل وشرب ما تنجس وما كان مستقذرا بالطبع وما كان يأكل القذر. ورد في الحديث أن النبي نهى عن أكل الجلّالة وألبانها، والجلّالة هي التي تأكل العذرة. (السِّجِسْتاني،

2007) كما نهى النبي عن الشرب من السقاء (السِّجِسْتاني، 2007) وذلك حفاظا على نظافة مورد الشرب.

3. الاعتدال في كل شيء

دعا الإسلام الى الاعتدال في الأمور كلها وخاصة في الأكل والشرب، ما يساعد على الوقاية من كثير من الأمراض التي يتسبب بها الإفراط في الطعام وكذلك يسهم في تعزيز التوازن الغذائي والنفسي، يقول تعالى: "وكلوا واشربوا ولا تسرفوا" سورة الاعراف: 31. وكذلك ورد في الحديث النبوي "ما ملأ ابنُ آدمَ وعاءً شرًّا من بطنِه حسْبُ ابنِ آدمَ أُكلاتٌ يُقمْنَ صلبَه فإن كان لا محالةَ فثُلثٌ لطعامِه وثلثٌ لشرابِه وثلثٌ لنفسِه". (الترمذي، ١٩٩٦)

4. تحمل المسؤولية والرعاية

يشجع الإسلام الناس على تحمل مسؤولياتهم الفردية والمجتمعية في الحفاظ على صحتهم وعلى صحة من يرعون. وقد ورد في الحديث النبوي "كلكم راع وكلكم مسؤول عن رعيته" (الجعفي، ١٤٢٢)

5. تعزيز الوقاية

شجع الإسلام على اتخاذ الإجراءات الوقائية والتباعد حين المرض منعا للعدوى، فقد ورد في الحديث النبوي "لا عدوى ولا طيرة، ولا هامة، ولا صفر، وفر من المجذوم كما تفر من الأسد." (الجعفي، ١٤٢٢) وكذلك ورد عن النبي أنه كان إذا عطس غطى وجهه بيديه أو بثوبه وغض بها صوته. (الترمذي، ١٩٩٦) وقال أيضا: "إذا سَمِعْتُمْ بالطَّاعُونِ بأَرْضٍ فلا تَدْخُلُوها، وإذا وقَعَ بأَرْضٍ وأَنْتُمْ بها فلا تَخْرُجُوا مِنْها" (الجعفي، ١٤٢٢)

6. العناية بالصحة النفسية

للصحة النفسية دور أساسي في تحقيق حياة متزنة لدى الإنسان وذلك إلى جانب صحته الروحية والجسدية. وفي الإسلام مجموعة مبادئ تربوية واجتماعية وروحية تعزز الراحة النفسية وتعمل على تقليل ضغوط الحياة والتوتر والقلق. يقول تعالى: "الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُم بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ" سورة الرعد:28. حيث توضح الآية بشكل جلي العلاقة بين الطمأنينة والإيمان. وقد ورد في الحديث النبوي "اللهم إني أعوذ بك من الهمّ والحزن، والعجز والكسل،

والجبن والبخل، وضلع الدَّين، وغلبة الرِّجال" (الجعفي، ١٤٢٢)، وفي هذا الحديث دعوة صريحة للاستعاذة من مثبطات الحالة النفسية للإنسان.

وقال النبي كذلك «عَجَبًا لِأَمْرِ الْمُؤْمِنِ، إِنَّ أَمْرَهُ كُلَّهُ خَيْرٌ، وَلَيْسَ ذَاكَ لِأَحَدٍ إِلَّا لِلْمُؤْمِنِ، إِنْ أَصَابَتْهُ سَرَّاءُ شَكَرَ، فَكَانَ خَيْرًا لَهُ، وَإِنْ أَصَابَتْهُ ضَرَّاءُ صَبَرَ، فَكَانَ خَيْرًا لَهُ»، (النيسابوري، 1955) وهذا الحديث يعزز في النفس المرونة ويبعث على الإيجابية ويحول المحن إلى منح وعطايا.

كما ورد في سورة الشرح تكرار لآية تدل على أن بعد الضيق يأتي الفرج حتما، هذا التكرار يزيد من شعاع الأمل ويقوي العزيمة ويقي من انهيار الحالة النفسية عند اشتداد الكرب. يقول تعالى: " فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا" سورة الشرح: 5-6

حث الإسلام على التفاؤل والنظر للأمور من جانبها الإيجابي، فإنه نهى عن التطير والتشاؤم كما ورد في الحديث الآنف ذكره "لا عدوى ولا طيرة.." (الجعفي، ١٤٢٢) وعلى صعيد العلاقات الاجتماعية حث الإسلام على عدد من القيم التي ترسخ وشائج المحبة والتكاتف التي تزيد الحالة النفسية هدوءا وسكينة، منها دعوته لإفشاء السلام، الأمر الذي يهدئ القلوب ويعزز الشعور بالأمان والطمأنينة المجتمعية. حيث ورد في الحديث النبوي «لَا تَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى تُؤْمِنُوا، وَلَا تُؤْمِنُوا حَتَّى تَحَابُّوا، أَوَلَا أَدُلُّكُمْ عَلَى شَيْءٍ إِذَا فَعَلْتُمُوهُ تَحَابَبْتُمْ؟ أَفْشُوا السَّلَامَ بَيْنَكُمْ» (النيسابوري، 1955)

وكذلك دعوته للدفع بالتي هي أحسن، يقول تعالى: "وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ" سورة فصلت:34

كل هذه القيم تنهض بحالة الفرد النفسية وتدفعه لكبت السلبية في تفكيره وتعزيز التفكير الإيجابي، الأمر الذي ينعكس بالتالي إيجابية وفائدة على حالة المجتمع ككل.

الدراسات السابقة

تم الاطلاع على العديد من الأدبيات المتاحة المرتبطة نسبيا بموضوع الدراسة، ومنها دراسة عن "دور وسائل الإعلام في نشر الثقافة والوعي الصحي" (بن عمروش و سكر، 2020)، سعت لاستكشاف دور وسائل الاعلام في نشر الوعي الصحي الجماهيري وتعزيز الثقافة الصحية والوقائية من خلال التركيز على كلا الإعلامين التقليدي والرقمي في التوعية الصحية، وخلصت إلى تأكيد

دور الإعلام الجوهري في زيادة حساسية المجتمع للمخاطر الصحية وتحذيره من الأخطار المحدقة به كالامراض والاوبئة. كما أوصت بتكوين تثقيف صحي صحيح للمواطن يدفعه ليكون جزءا أصيلا من التنمية الشاملة. تتشابه هذه الدراسة مع البحث الحالي كونها تركز على دور الإعلام في التثقيف الصحي.

كما بحثت دراسة (توهامي، 2017) في العلاقة بين الإعلام الصحي والتنمية الشاملة ودور الإعلام في تحقيقها كذلك عرض طبيعة العلاقة بينهما. وتوصلت الدراسة إلى أن صحة الأفراد عامل ضروري لتحقيق التنمية الشاملة للمجتمع على اعتبار أن هؤلاء الأفراد هم عناصر الإنتاج والركيزة الأساسية لكل العمليات التنموية. ولذلك تم التأكيد في الدراسة على دور الإعلام الصحي في رفع الوعي الصحي لأفراد المجتمع من خلال نشر الثقافة الصحية التي من شأنها تعزيز أو تغيير سلوكيات الأفراد. كما سلطت الدراسة الضوء على التحديات القائمة التي يواجهها الإعلام الصحي لتحقيق التنمية المنشودة. تشترك هذه الدراسة مع البحث الحالي في كونها تركز على الإعلام الصحي ودوره الاجتماعي.

أما دراسة (علوان، 2023) فتطرقت لأثر برامج التدريب بجامعة الأزهر المتخصصة بتنمية مهارات التواصل الرقمي عند الدعاة ودورها في تبنيهم للإعلام الرقمي ومن ثم توظيفهم له دعويا، كما حددت العوامل المؤثرة في استخدامهم لتلك الوسائط. وتوصلت الدراسة إلى تعدد أوجه استفادة الدعاة من البرامج التدريبية والمتمثلة في التعرف على سمات الإعلام الجديد وخصائص مستخدميه، القدرة على إنشاء وإدارة حسابات متعددة على وسائل التواصل الاجتماعي، إنتاج محتوى دعوي بمعايير المنصات الرقمية، فهم العلاقة التبادلية بين الدعوة والإعلام. وأكدت الدراسة على قابلية الدعاة المتدربين على تبني التكنولوجيا الحديثة وتوظيفها في المجال الدعوي وكشفت عن وجود علاقة ارتباطية بين التحاق الدعاة بالبرامج التدريبية المتخصصة في مجال الإعلام وبين مستوى تقبلهم للتكنولوجيا واستخدام وسائلها التواصلية دعويا. تتشابه هذه الدراسة مع البحث الحالي في جانب التركيز على الإعلام الدعوي وضرورة توظيف الوسائل الرقمية.

وسعت دراسة (جاب الله و بن عمروش، 2023) إلى استكشاف دور الإعلام الاذاعي في تعزيز الوعي الصحي وذلك عبر دراسة ميدانية على عينة من النساء المتابعات للبرامج الصحية عبر الإذاعة، فاتبعت المنهج الوصفي مستخدمة الاستبيان في جمع المعلومات، وخلصت إلى الدور الرائد والموثوق للإذاعة في تعزيز الوعي الصحي لدى النساء بالخاصة. تتوافق هذه الدراسة مع البحث الحالي في تسليطها الضوء على دور الإعلام في التثقيف الصحي.

أما بخصوص الحملات الإعلامية في التوعية الصحية، فقد هدفت دراسة (طه و عبد القادر، 2022) إلى التعرف على الإرشادات الصحية التي تم اتباعها خلال جائحة كورونا وطرق انتقال الجائحة، والتأكيد على فاعلية وأثر الحملات الإعلامية في التاثير على سلوك الفرد كي يستجيب للتعليمات التي تطرحها هذه الحملات. إشكالية الدراسة كانت في التعرف على القصور الذي رافق الحملات الإعلامية في تزويد المواطنين بالمعلومات اللازمة عن جائحة كورونا. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي واتخذت المقابلة والملاحظة والاستبانة كأدوات لجمع البيانات. وخلصت الدراسة إلى أن الحملات الإعلامية للتوعية بجائحة كورونا لعبت دورا فاعلا في زيادة الوعي بالجائحة، واتباعُ المواطنين للإرشادات والتوجيهات والتباعد الاجتماعي أدى لتقليل انتشار الجائحة، مع هذا كانت هناك بعض نقاط القصور والتي تعود في مجملها إلى ضعف تخطيط وتمويل هذه الحملات. تتشابه هذه الدراسة مع البحث الحالي في مقاربتها للدور المهم الذي يلعبه الإعلام في الوعي الصحي.

تختلف الدراسات السابقة آنفة الذكر عن الدراسة الحالية بالمجمل أنها ركزت على دور الإعلام بمفهومه العام في الوعي الصحي الجماهيري دون التطرق للإعلام الدعوي بالخاصة والقيم الإسلامية المتعلقة بالتثقيف الصحي، وهنا تكمن الفجوة البحثية التي تحاول هذه الدراسة تغطيتها وتحليلها.

3. 3. منهجية الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تسعى لاستكشاف الظواهر الإعلامية وتحليلها بمؤشرات علمية، هذه المنهجية تتناسب وطبيعة الدراسة الرامية للتعرف على حضور التوعية الصحية في الرسالة الإعلامية الدعوية للقنوات الفضائية.

اعتمدت الدراسة أسلوب تحليل المضمون كونه يعتبر مناسبا لاستكشاف وتحليل الرسائل الإعلامية المتنوعة، النصية منها والمرئية والمسموعة، وكذلك لاستخراج الأنماط الكامنة فيها، ويساعد هذا المنهج في معرفة نوع الخطاب الصحي المستعمل ومعرفة مدى التزامه بالقيم الاسلامية والأساليب الدعوية التي اعتمدها للتثقيف الصحي، ويتميز هذا المنهج كذلك بمرونته وإمكانية استخدامه في تحليل الرسائل الموجهة للجمهور وتحليل مضمونها من حيث الكمية والكيفية، ما يجعله من المناهج الأكثر استخداما في الدراسات الدينية والإعلامية.

أدوات الدراسة

تتمثل الأداة البحثية للدراسة باستمارة تحليل المحتوى، وقد تم تصميمها لتناسب أهداف الدراسة وأسئلتها، واشتملت على عدد من الفئات التحليلية التي تكشف عن الكيفية التي تم فيها تناول التوعية الصحية في الإعلام الدعوي. ومن أبرز هذه الفئات:

- نوع البرنامج الصحي والفئة المستهدفة.
- طبيعة تناول الموضوع الصحي(صريح، ضمني)، الزمن المخصص للمحتوى الصحي.
- أكثر المواضيع الصحية تناولا.
- نوع المصادر الدينية المستخدمة، ودرجة توظيفها، وأبرز القيم الإسلامية الموظفة في الخطاب الصحي.
- الشكل الإعلامي المستعمل لتقديم المحتوى الصحي، وطريقة عرض المعلومة الصحية، واللغة المستخدمة (فصحى، عامية).

كما تم الاعتماد على أدبيات تحليل المضمون الإعلامي وكذلك على أساليب تحليل الخطاب الدعوي مع إضافة عناصر مرجعية تتميز بالوضوح تساعد في توحيد معايير النظر أثناء التفريغ والتحليل.

مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة يتمثل بالقنوات الفضائية الدعوية الناطقة باللغة العربية، حيث تم إحصاء حوالي 30 قناة دعوية، تتنوع بين قنوات ذات توجه دعوي تقليدي وقنوات أخرى تتميز بالطابع الشبابي أو الاجتماعي، وبسبب اتساع مجتمع الدراسة، تم اختيار عينة قصدية مكونة من عشر قنوات فضائية دعوية، والتي تتبنى خطابا دعويا صريحا وتتميز بالانتشار الواسع والتنوع في محتواها البرامجي، وهي: قناة اقرأ، وقناة الرسالة، وقناة المجد، وقناة مكة، وقناة دعوة، وقناة الرحمة، وقناة الندى، وقناة الفتح، وقناة زاد، وقناة أزهري. وتم تحليل الدورة البرامجية الأخيرة لهذه القنوات خلال الفترة الزمنية الممتدة بين 2025/5/1-3/1)، والتركيز على البرامج التي تستهدف عموم الجمهور أو فئة الشباب كونها الشريحة الأكثر تأثرا بالإعلام واستجابة له، وكذلك الأكثر حاجة للتوعية الصحية.

كما تم التأكد من صدق أداة التحليل من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الأساتذة [2] المتخصصين في الإعلام والدعوة الإسلامية. وتم تغيير وتعديل بعض المؤشرات بناء على توجيهاتهم وملاحظاتهم. وقد تم اختبار ثبات الأداة في خضم مراجعة التحليل، والتي تمت بمعزل عن النتائج المأخوذة أوليا، ومن ثم مقارنة النتيجة الثانية بالأولى والتي أظهرت نسبة اتفاق عالية جدا بينهما تصل إلى حد التطابق أحيانا، ما يعكس موثوقية الأداة المستخدمة.

تم تطبيق أداة تحليل المحتوى هذه يدويا وذلك عبر المشاهدة الدقيقة للحلقات وملء البيانات بحسب الفئات المحددة مع أخذ التكرار والتنوع في الأسلوب بعين الاعتبار، وبعد جمع البيانات من عينة البرامج التي تم اختيارها؛ تم تفريغ النتائج في جداول إحصائية والقيام بتصنيف هذه النتائج حسب المحاور. واعتُمد التحليل الكمي في قياس تكرار ظهور المواضيع الصحية، والتحليل الكيفي في تفسير طبيعة الخطاب الصحي المستعمل ومدى توافقه وانسجامه مع قيم التوعية الإسلامية، وتم اللجوء إلى النسب المئوية لجعل النتائج أكثر وضوحا، الأمر الذي ساعد في الوصول الى أنماط محددة في تناول الإعلام الدعوي للمواضيع الصحية.

4. 4. نتائج الدراسة

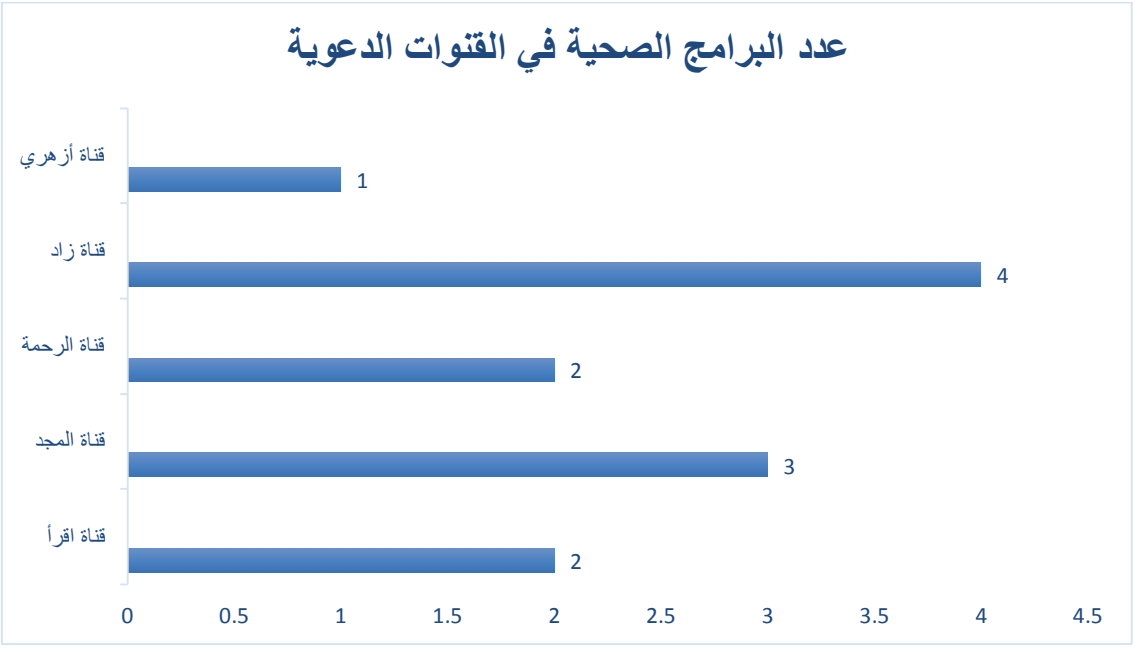
تسعى الدراسة إلى الكشف عن كيفية استخدام الإعلام الدعوي للتوعية الصحية في برامجه، . حيث تم تحليل محتوى البرامج الصحية التي عرضتها القنوات وفيما يلي تحليل ذلك؟

البرامج الصحية:

يلاحظ من تحليل برامج القنوات العشر أن 5 من أصل 10 قنوات دعوية تضمنت برامج صحية، حيث عرضت قناة اقرأ الفضائية برنامجين صحيين هما: (الغذاء الموزون، تداووا)، وقناة المجد تضمنت دورتها الأخيرة ثلاثة برامج صحية هي (ظرف صحي، جرعة وعي، فواصل طبية)، واحتوت الدورة البرامجية الأخيرة لقناة الرحمة على برنامجين صحيين، البرنامج الأول (معلومة طبية للحجيج) وهو فاصل مرئي قصير المدة لا يتجاوز الدقيقة الواحدة يوميا، أما البرنامج الثاني فهو (الطب الآمن)، كما قدمت قناة زاد خلال الدورة البرامجية المدروسة أربعة برامج صحية هي (حياة صحية، عيادة زاد، صحتي، خضار وفائدة). أما قناة أزهري فقد قدمت في دورتها البرامجية الأخيرة برنامجا صحيا واحدا فقط هو (أنا والدكتور)، وهو برنامج مدته 55 دقيقة يبث يوميا.

[2] محكمي الاستبانة: د.حسام فايز، ود. عبد الله عدوي و د. أسامة مشعل

يتضح أن قناة زاد من أكثر القنوات الدعوية إنتاجا للبرامج الصحية بأربعة برامج، تليها قناة المجد بثلاثة برامج، ومن ثم قناة الرحمة وقناة اقرأ ببرنامجين اثنين لكل منها، والجدير بالذكر أن قناة زاد، علاوة على عدد البرامج الصحية، قدمت أشكالا عديدة من هذه البرامج تنوعت بين فواصل قصيرة وبرامج حوارية وعلمية، الأمر الذي أضاف للمحتوى الصحي عمقا وتنوعا. كما تميزت قناة الرحمة باستمرارية برامجها الصحية، فقد امتد برنامج "الطب الآمن" لعدة مواسم، مما يبدي توجها نحو توعية صحية مستمرة وليس حضورا عابرا أو موسميا.



من جانب آخر، خلت خمس قنوات من العينة المدروسة من أي برنامج صحي في دورتها البرامجية الأخيرة، فقناة الرسالة لم تتضمن برامجها أي محتوى صحي مؤخرا رغم بثها ثلاثة برامج متعلقة بالصحة النفسية في أعوام سابقة (2015-2019). وقناة مكة كذلك لم تحتوِ برامجها على برامج صحية في دورتها الحالية مع أنه سبق وأن بثت برنامجين صحيين في عام 2023. كما أن قناة دعوة وقناة الندى لم يوجد فيهما مؤخرا أي مضمون صحي، في حين اقتصرت مساهمة قناة الفتح على برامج قديمة عن الصحة النفسية وتعديل السلوك دون بث لأية برامج صحية في الدورة البرامجية الأخيرة. هذه النتيجة تعني أن 50% من عينة الدراسة لم تفرد في برامجها أي برنامج يعني بالصحة.

طبيعة المعالجة البرامجية:

يبين التحليل أن كل البرامج الصحية في القنوات الدعوية التي تضمنت محتوى صحيا قد تبنت طرحا صريحا ومباشرا للموضوع الصحي، دون اللجوء إلى التضمين أو الإشارة في البرامج الدعوية الأخرى؛ فقد قدمت قناة اقرأ على سبيل المثال الموضوع الصحي في برنامجي "تداووا" و"الغذاء الموزون" بوصفه أساسا للحلقة دون إدراجه ضمن موضوع أوسع.

كذلك كان الحال مع قناة المجد، فقد اتسمت برامجها "ظرف صحي" "جرعة وعي" و "فواصل طبية" بالطرح الصريح المباشر للمسألة الصحية، مع عرض مقترحات في الوقاية والعلاج. كما قدمت قناة الرحمة برنامجين طبيين بشكل صريح، وذلك برغم التفاوت في زمن العرض بين برنامج طويل متخصص مثل "الطب الآمن" وبرنامج قصير جدا "معلومة طبية للحجيج".

من جهتها، جمعت قناة زاد كذلك بين الطرح الصريح المباشر والبعد العلمي؛ ففي برنامجي "حياة صحية" و"عيادة زاد" تم طرح الموضوعات الصحية بعمق نسبي بحضور مختصين. أما قناة أزهري فقد قدمت طرحا مباشرا أيضا وحوارات طبية يومية عبر برنامج "أنا والدكتور".

من خلال تحليل البيانات يتبين أن الصحة قد تم تقديمها باعتبارها موضوعا رئيسيا بخطاب مباشر مع غياب للمعالجة الضمنية، غير أن هذا العرض الصريح لم يكن مترافقا دائما بصيغة معرفية متكاملة، فقد اكتفت العديد من البرامج بتقديم معلومات توعوية دون تقديم إطار وقائي شامل، ما يشير إلى حاجة الإعلام الدعوي للجمع بين الطرح المباشر الصريح والطرح العلمي ذي الصلة بالمقاصد الشرعية لحفظ النفس.

جدول 1

طبيعة تناول المواضيع الصحية في القنوات

القناة	طبيعة تناول المواضيع الصحية
قناة اقرأ	صريح
قناة المجد	صريح
قناة الرحمة	صريح
قناة زاد	صريح، وعلمي دقيق
قناة أزهري	علمي ومباشر

التوظيف الشرعي

تفاوت توظيف المصادر الشرعية في الخطاب الصحي بين القنوات الدعوية؛ ففي قناة الرحمة جاء التووظيف عاليا في برنامج "الطب الآمن"، والذي جمع بين التوظيف الشرعي الواضح والعميق والتناول العلمي الدقيق، مستندا إلى القرآن والسنة كمصادر شرعية، فيما جاء برنامج معلومة طبية للحجيج خاليا من أي توظيف للمصادر الشرعية.

أما قناة اقرأ الفضائية فإن المصادر الشرعية الموظفة في المضمون الصحي كانت من القرآن الكريم والسنة وأقوال العلماء، بتوظيف متوسط.

بالنسبة لقناة المجد، فقد كانت درجة توظيف المصادر الشرعية ضعيفة أو شبه غائبة، فيما تباينت البرامج الصحية الأربع التي بثتها قناة زاد في توظيف المصادر الشرعية من متوسط إلى منخفض، فيما أن قناة أزهري خلا البرنامج الصحي الوحيد "أنا والدكتور" من أي توظيف للمصادر الشرعية.

جدول 2

توظيف المصادر الشرعية في البرامج الصحية في القنوات

القناة	المصادر الشرعية الموظفة
قناة اقرأ	القرآن والسنة وأقوال العلماء، بتوظيف متوسط
قناة المجد	منخفض أو غائب
قناة الرحمة	عالٍ في برنامج الطب الآمن وغائب في برنامج معلومة طبية للحجيج
قناة زاد	متفاوت الدرجة بين متوسط إلى منخفض
قناة أزهري	غائب

أساليب عرض المحتوى الصحي

تفاوتت القنوات الفضائية في أساليب عرض المحتوى الصحي في برامجها بين فواصل مرئية تثقيفية قصيرة أو أسلوب سردي، وحواري، وعلمي، واستضافة مختصين وغيرها من الأساليب.

قناة اقرأ الفضائية بأسلوب عرض سردي وحواري وعلمي واستضافة مختصين صحيين، فيما نوعت قناة المجد في أساليب العرض؛ بين المحاضرة والحوار والفاصل المرئي، واستضافة مختصين صحيين.

أما قناة الرحمة فق اقتصرت على استضافة مختص صحي في برامجها، فيما تميزت قناة زاد بالتنوع في الأسلوب والمدة، بين المحاضرة والحوار والفواصل المرئية.

أما قناة أزهري فقد قدمت في دورتها البرامجية الأخيرة برنامجا صحيا واحدا فقط هو (أنا والدكتور)، وهو برنامج مدته 55 دقيقة يبث يوميا، برنامجها بأسلوب حواري واستضافة لمختصين صحيين.

من خلال تحليل أساليب العرض يتبين أن البرامج الطبية بصيغتها الحوارية مع مختصين كانت الأكثر حضورا وفاعلية في توصيل المعلومة الطبية، ومع ذلك، فقد نجحت الفواصل القصيرة على بساطتها في جذب الانتباه، إلا أنها لم تكن كافية لتقديم المعرفة الصحية المتعمقة، ما يظهر الحاجة إلى اعتماد أسلوب وسط يجمع بين الأسلوبين السابقين لتحقيق التدرج في عرض المعلومة الصحية للجمهور.

يتضح من الجدول 3 أنه تم استخدام فواصل مرئية تثقيفية قصيرة كما في برنامج "خضار وفائدة" على قناة زاد وبرنامج "معلومة طبية للحجيج" على قناة الرحمة، وبرامج حوارية في قناة اقرأ وقناة زاد وقناة المجد وقناة أزهري، ومحاضرات وعظية كما في برنامج "الطب الآمن" على قناة الرحمة وبرنامج "صحتي" على قناة زاد.

جدول (3)

أساليب عرض المحتوى الصحي في القنوات

القناة	أسلوب العرض
قناة اقرأ	سردي، وحواري، وعلمي، واستضافة مختصين
قناة المجد	حواري، وسردي، وعلمي، واستضافة مختصين
قناة الرحمة	تميز بالتنوع بين فواصل مرئية ومحاضرات واستضافة لأخصائيين
قناة زاد	تميز بالتنوع بين محاضرات وعظية وحوار مع استضافة لأخصائيين صحيين في بعضها وبطريقة سردية بسيطة أحيانا وأخرى علمية دقيقة في أحيان أخرى
قناة أزهري	حواري مع استضافة مختصين، وبطريقة علمية دقيقة

اللغة المستخدمة

تنوعت اللغة المستخدمة في برامج الفضائيات الدعوية الصحية بين اللغة الفصحى والعامية أو المزج بينهما، ففي قناة اقرأ الفضائية تم تقديم البرنامج بلغة عربية فصحى، أما قناة المجد فقد ظهرت هيمنة واضحة للهجة العامية في برامجها الصحية، احتوت الدورة البرامجية الأخيرة فيما قدمت قناة الرحمة برنامجا صحيا بلهجة عامية هي الأخرى.

أما قناة زاد التي قدمت أربعة برامج صحية فقد استخدمت العربية الفصحى في بعض البرامج واللهجة العامية في برامج أخرى، فيما استخدمت قناة أزهري اللهجة العامية.

يتضح ان اللغة العامية طغت على اللغة الفصحى في البرامج الصحية وذلك في معظم القنوات، عدا قناة زاد وقناة اقرأ اللتان قدمتا بعض البرامج الصحية باللغة الفصحى.

جدول (4)

اللغة المستخدمة في البرامج الصحية في القنوات

القناة	اللغة
قناة اقرأ	العربية الفصحى
قناة المجد	لهجة عامية
قناة الرحمة	لهجة عامية
قناة زاد	العربية الفصحى، والعربية العامية
قناة أزهري	لهجة عامية

أكثر المواضيع الصحية تناولا

في أغلب البرامج يلاحظ تكرارا في المواضيع التالية؛ التغذية والاعتدال، الطهارة والنظافة، الوقاية والعلاج، الرضاعة والولادة، الأمراض المزمنة، الصحة النفسية. ومن الملحوظ أن التأكيد على هذه المواضيع يعكس قناعة لدى القنوات الدعوية بأهمية الوقاية بمقابل العلاج، غير أن عدم العمق في الطرح وغياب التخصص أفضى أحيانا إلى تكرار في المحتوى دون الولوج إلى مستويات

أكثر احترافية وعمقا، كالتوعية المرتبطة بالصحة النفسية والأمراض المزمنة. كما أنه لم يظهر توجه جلي نحو فئة الشباب رغم كونها الأكثر نشاطا وتفاعلا في مضمار الإعلام الرقمي.

الزمن المخصص للمحتوى الصحي:

هناك تفاوت واضح في الزمن المخصص للتوعية الصحية، ففي حين أن برنامج "فواصل طبية" على قناة المجد وبرنامج "خضار وفائدة" على قناة زاد العلمية لا يتعدى وقتهما الدقيقة الواحدة يوميا نرى بالمقابل أن هناك برامج يصل وقتها إلى 50 دقيقة أسبوعيا مثل برنامج "حياة صحية" و"صحتي" على قناة زاد العلمية و برنامج "أنا الدكتور" على قناة أزهري.

وكان من أثر هذا التفاوت انعكاسه على تنوع المواضيع الصحية وعمق معالجتها، حيث ساد محتوى التلقين المباشر على البرامج قصيرة الزمن، بينما سمحت البرامج الأطول بإعطاء مساحة أوسع للحوار مع أخصائيين والاستفاضة في التفصيل.

وفي المجمل، وبرغم وجود بعض البرامج الطويلة زمنيا والمنتظمة كبرنامج "الطب الآمن" على قناة الرحمة، فلا يزال الزمن المخصص للتوعية الصحية محدودا بشكل نسبي في معظم القنوات إذا ما قورن بالوقت المتاح لبرامجها الأخرى الشرعية والاجتماعية.

5. 5.الخلاصة

خلُصت الدراسة إلى تباين مستوى الاهتمام بالمضمون الصحي بين القنوات الدعوية؛ فخمس قنوات فقط (اقرأ، الرحمة، المجد، زاد، أزهري) من القنوات العشر المدروسة في العينة احتوت دورتها البرامجية الأخيرة على برامج صحية، في حين خلت بقية القنوات الدعوية في العينة (دعوة، الرسالة، الندى، مكة، الفتح) من أي محتوى صحي.

كما توصلت الدراسة إلى سيطرة الأسلوب الطبي التقليدي، وضعف توظيف المصادر الشرعية في الخطاب الصحي. حيث ظهر على معظم البرامج الصحية الطابع العلمي البحت دون تكامل مع المراجع الشرعية. وبعض البرامج تبنت استشهادا بسيطا كماً وكيفاً بالقرآن والسنة النبوية دون تعمق أو شرح، (كما في برامج المجد وأزهري وزاد). وحده برنامج "الطب الآمن" على قناة الرحمة برز كمثال للتوظيف العالي والمنهجي للمصادر الشرعية.

كشفت الدراسة عن غياب شبه كلي لمقاصد الشريعة كقاعدة ينطلق منها الخطاب الصحي، حيث لم تظهر إلا إشارات محدودة عن التوظيف المباشر لمقاصد الشريعة وبخاصة مقصد "حفظ النفس"، وكذلك لم تكشف البرامج المطروحة إلا في حالات قليلة عن عمق العلاقة بين العبادة والصحة الجسدية وبين الإيمان والصحة النفسية.

خلصت الدراسة أيضا إلى أن هناك تفاوتا في الأساليب الإعلامية واللغة المستعملة، حيث تنوعت الأشكال الإعلامية المستخدمة بين المحاضرات الوعظية والحوارات والفواصل واستضافات الأخصائيين، وغابت الدراما الدعوية والقصص الواقعية وطريقة العرض بالمشاهد التمثيلية. كما هيمنت اللهجة العامية على أغلب البرامج، فساهم هذا الاستخدام في التبسيط لكنه أدى إلى تراجع الصبغة العلمية الطبية وكذلك الشرعية، في حين أن بعض القنوات استعلمت العربية الفصحى (كقناة اقرأ وقناة زاد) ما منح البرامج التي تقدمها سمة أكاديمية أقوى وموثوقية أعلى.

توصي هذه الدراسة بتفعيل التعاون وتعزيزه بين المؤسسات الإعلامية الدعوية والصحية، وكذلك تطوير برامج توعوية تربط منهجيا المعرفة الطبية والمرجعية الشرعية، بغية تعزيز الوعي الصحي للجمهور من منظور إنساني وإيماني متكامل.

6. المراجع

.Retal Care clinic (17 2, 2025). *أهمية التوعية الصحية في تحسين حياة الأفراد*. تم الاسترداد من Retal Care clinic: https://retalcare.com

أبو الحسين مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري. (1955). *صحيح مسلم*. القاهرة: مطبعة عيسى البابي الحلبي وشركاه.

أبو داود سليمان بن الأشعث بن إسحاق بن بشير بن شداد بن عمرو الأزدي السِّجِسْتاني. (2007). *سنن أبي داود*. صيدا - بيروت: المكتبة العصرية.

أبو عبد الله، محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة ابن بردزبه البخاري الجعفي. (١٤٢٢). *صحيح البخاري*. بيروت: السلطانية.

أبو عيسى محمد بن عيسى الترمذي. (١٩٩٦). *الجامع الكبير (سنن الترمذي)*. بيروت: ار الغرب الإسلامي.

الإمام أحمد بن حنبل. (٢٠٠١). *مسند الإمام أحمد بن حنبل*. مؤسسة الرسالة.

آمال توهامي. (2017). الإعلام الصحي والتنمية الشاملة: قراءة في المفهوم وتحديات العلاقة. *مجلة العلوم الإنسانية*.

بسام عبد الرحمن المشاقبة. (2012). *الاعلام الصحي*. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.

حكيمة جاب الله، و فريدة بن عمروش. (2023). دور الاعلام الاذاعي في التوعية الصحية. *المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الاعاقة*، 143.

رعد البياتي. (2021). *مباحث في الاعلام الدعوي*. بغداد: شمس الاندلس للطباعة والنشر.

سارة محمد محمد. (2024). مقصد حفظ النفس واثره في الوقاية من الامراض المعدية. *مجلة كلية الدراسات الاسلامية والعربية بسوهاج*.

سهيلة القص. (2016). *فعالية برنامج تربية صحية في تغيير سلوكات الخطر لتنمية الوعي الصحي*. كلية العلوم الانسانية- جامعة بسكرة.

عبد القادر طاش. (1995). *الاعلام وقضايا الواقع الاسلامي*. الرياض.

عبد الله محمود عدوي. (2020). *مدخل إلى الاتصال الدعوي*. عمان: آمنة للنشر والتوزيع.

علي جمعة محمد. (02 .may, 2010). *حكم تعاطي المخدرات وزراعتها والاتجار فيها*. تم الاسترداد من دار الإفتاء المصرية: https://dar-alifta.org/ar/fatwa/details/12943

فريدة بن عمروش، و صباح سكر. (2020). دور وسائل الاعلام في نشر الثقافة والوعي الصحي. *مجلة علوم الانسان والمجتمع*، 671-697.

محمد حمد التجاني طه، و العبيد الطيب عبد القادر. (2022). دور الحملات الإعلامية في التوعية الصحية بمخاطر جائحة كورونا. *مجلة علوم الاتصال جامعة أم درمان*، 29.

محمد عبد العزيز العواجي. (2022). *وسائل واساليب الدعوة*. المدينة المنورة: مكتبة الملك فهد الوطنية.

مصطفى شكري محمد علوان. (2023). البرامج التدريبية بالازهر الشريف وعلاقتها بتنمية مهارات التواصل الرقمي لدى الدعاة. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 48.

يوسف كافي مصطفى. (2017). *قضايا الاعلام والوعي الصحي*. دار الاعصار للنشر والتوزيع.