

## إعلامية مصرية تقود العصر الجديد للبرامج الدينية

دعاء فاروق

الاستثمار في الحلال والحرام



● إدراك فاروق أن برنامجها الديني يحظى بشعبية واسعة جعلها تستثمر ذلك في توظيف جماهيريتها بطرح نوع من الحجاب يحمل اسمها، قالت إنه "ماركة فريدة".



● نجومية فاروق تقوم على التركيز على البرامج الدينية والاقتراب من عقول الجمهور من خلال برامج تقدمها منذ سنوات، للحديث عن الفتاوى وشكاوى الناس اليومية وتساؤلهم عما يقود إلى الجنة أو النار.



أحمد جمال  
صحافي مصري

ما زالت إحدى أبرز سليلات الإعلام المصري محاولة بعض مقدمي البرامج توظيف ظهورهم على الشاشة للتقرب إلى الناس بالعرف على وتر الدين واستثماره في أغراض لا تهم الجمهور، مثل الشهرة والترقب والقفز إلى مرتبة متقدمة في "التريند" وزيادة نسب المشاهدة، ومع الوقت يتحول المذيع إلى شخصية تحيطها هالة قد تشبه القداسة، فلا يسمح أنصاره -أو أنصارها- بنقده باعتباره شخصا متدينا.

من هؤلاء الإعلامية دعاء فاروق التي وصلت إلى النجومية بالتركيز على البرامج الدينية والاقتراب من عقول الجمهور من خلال برامجها التي لا تزال تقدمها منذ سنوات، للحديث عن الفتاوى وشكاوى الناس اليومية والسؤال عن الحلال والحرام، والمطلوب فعله أو تجنبه، وما الذي يقود إلى الجنة وأي فعل تكون نتيجته نار جهنم؟

استثمرت فاروق ذكائها وفصاحتها لسانها ورسالتها في خلط الدين بالإعلام، وضعت لنفسها شهرة واسعة، مع أن أغلب برامجها ذات أبعاد اجتماعية، وليست سياسية أو فنية. لكنها وجدت في هذه النوعية العنصر السحري التي جذبت الجمهور إليها في وقت قياسي عن طريق النيش في النواحي الدينية الشائكة. وتحسب لها قدرتها على توظيف لقبها، كأول مذيعه محجبة على الشاشات المصرية تقدم برنامجا منوعا منذ العام 2002، في أن تفتح الناس بكونها إعلامية معتدلة تحترم العادات والتقاليد والأعراف التي يدمنها أغلب المصريين، ويتعاملون مع المذيع المحجبة كأنها الأكثر احتراماً من غيرها، والأجدر بمناجعتها وتصديق رسالتها ونصائحها.

## ضعف البرامج السياسية

فاروق تقدم حاليا برنامج "أسأل مع دعاء" على فضائية "النهار" الخاصة، وتستضيف مجموعة من رجال الدين، وتتلقى استفسارات الناس حول المسائل الحياتية والاجتماعية التي تحتاج إلى فتوى أو نصيحة، وهي نفس نوعية البرامج التي كانت تقدمها في السابق أثناء عملها في قناة "الحياة"، قبل أن تغادرها بدعوى أنها لا ترضي طموحاتها الإعلامية لأنها حصرتها في المذيع الدينية.

عندما غادرت قناة "الحياة"، حين كانت مملوكة لرجل الأعمال السيد البدوي



**أزمة البرامج التي يتم تقديمها على القنوات المصرية وتحمل أبعادا دينية أنها بلا رقابة حقيقية، أسهمت مع الوقت في أن يعيش الجمهور حالة رهاب جعلت الفتوى بالنسبة إلى أغلب الناس شيئا أساسيا في حياتهم**

قالت في لقاء صحافي منذ خمس سنوات "كفي برامج دينية، لأنها تسببت في سجنني داخل إطار ضيق صعب الخروج منه، ووجدت أنها لا ترضي طموحي، لكنني مديونة لها بأنها صنعت لي قاعدة عريضة من الناس". واليوم تؤدي نفس الدور بعدما أدركت صعوبة التقرب إلى الناس عبر منابر أخرى، مثل الفن والسياسة، فقد صنع منها الإعلام الديني نجمة على الشاشة الفضائية، لها حضور وتأثير كبيران.

أزمة البرامج التي يتم تقديمها على القنوات المصرية وتحمل أبعادا دينية أنها بلا رقابة حقيقية، وأسهمت مع الوقت في أن يعيش الجمهور حالة رهاب من فكرة الحلال والحرام، وجعلت الفتوى بالنسبة إلى أغلب الناس شيئا أساسيا



● عمل فاروق مع عمرو خالد فتح لها باب الشهرة عبر الإعلام الديني، فهو من القائل الذين يعرفون جيدا كيفية توظيف الدين في جني المكاسب.

بعد ذلك تنوعت برامجها على شبكة "إيه آر تي" بين الإخباري والشبابي والمسابقات والمنوعات، حتى انتقلت إلى قناة "أقرا"، ووقتها كانت تابعة للشبكة ذاتها، وهنا كانت بدايتها مع الإعلام الديني من خلال تقديم برنامج "كنوز" مع الداعية الإسلامي عمرو خالد الذي ورثت عنه من الشهرة من وراء البرامج التي

أنتجتها دعاء الجيل الرابع. عمل فاروق مع عمرو خالد فتح لها باب الشهرة عبر الإعلام الديني، فهو من القائل الذين يعرفون جيدا كيفية توظيف الدين في جني المكاسب، سواء شهرة أو مال وعلاقات، واستثمر هوس الناس بفكرة المذيع المثقف دينيا، حتى صارت إحدى تلميذاته في المجال ذاته، ونجحت في المهمة بجدارة وحقت المراد، بل حققت أكثر مما كانت تخطط له.

كان انتقالها إلى فضائية "الحياة" علامة فارقة في مسيرتها الإعلامية، بعدما انخرطت بشكل أكبر في النواحي الدينية ببرامج حملت اسم "مجلس الفتوى" و"كلام من القلب" و"الدين والحياة"، وبعدها أنهت علاقتها بالمحطة وخرجت لفضحتها وفتحت النار على إدارتها، لأنها تأخرت في صرف مستحقات العاملين بها، وهي واحدة منهم، وباحت بأسرار كثيرة تتعلق بالقناة.

تبدو فاروق من نمط المذيعين الذين يوحون للمشاهد بأنهم متخصصون في كل شيء، ويعرفون كل بواطن الأمور، مثل الطبي والمكياج والتربية الأسرية وعلاج الشبخوخة والتجاعيد والتعامل مع الابن العصبي والشقاء من بعض الأمراض وترويض الزوج وتقديم الحلول للمشكلات العائلية، ولا مانع من شرح الفوارق بين الأفعال المحللة والمحرمة بدعوى خبرتها الدينية.

وفي ظل هيمنة هذه الفئة من الإعلاميين على الشاشة سيكون من الصعب إصلاح المنظومة في مصر، لأن الدخلاء ودعاة الشهرة صاروا أكثر حضورا من الكفاءات، وطالما أن الدين أصبح أداة مالية لزيادة مشاهدات البرامج بالسيطرة على عقول الناس واستقطابهم لن يكون من السهل إقناع الجمهور المتدين بالفطرة بضرورة أعمال العقل للتمييز بين الرسالة المهنية ونظيرتها الدينية التجارية.

عليه بان المادة الإعلامية الثرية تقدمها في برنامجها عبر نخبة من الأطباء والشيوخ، ولا مانع من عرض صور لعلامات تجارية وفيديوهات قصيرة على الصفحة الشخصية.

## تلميذة عمرو خالد

ولدت فاروق في كنف أسرة متوسطة الحال بمدينة طنطا التابعة لمحافظة الغربية بدلتا مصر، ونشأت على تربية عائلية تكرر العادات والتقاليد والأعراف الشرقية، ولم يعرف الجمهور أن أصولها تونسية سوى منذ فترة قصيرة عندما خرجت وأعلنت أن جدتها من تونس وعندما جاء إلى مصر استقر وسط الدلتا وأطلق على قريبته اسم "منشية العياري" نسبة إلى عائلته.

بدأت حياتها الوظيفية بعد تخرجها في كلية الآداب قسم اللغة الإنجليزية كمضيفة أرضية في مطار القاهرة، وبعد ذلك عملت مندوبة للمبيعات بشركة كبرى، حتى راودتها فكرة العمل في مجال الإعلام، وتقدمت بأوراقها لشبكة قنوات "إيه آر تي"، وتم قبولها للعمل كمذيعة لبرنامج منوعات وقررت عام 2002 ارتداء الحجاب، بعد ظهورها أربع سنوات بدونه.

لا يطبقون على أنفسهم مبدأ الحلال والحرام، بل دليل إمكانية موافقتهم على تضليل الناس برسالة إعلامية وراءها مكاسب مادية ليست بالقليلة، ولو كان ذلك عن جهل.

بلغت درجة توظيف فاروق لشهرتها في الإعلام الديني حد أنها صارت تقدم إعلانات ترويجية لمنجات مرتبطة بالزي الذي تظهر به خلال البرنامج، مثل العباءة والحجاب والشال الذي يغطي كتفها، وتقع جمهورها النسائي بان هذه الملابس مثالية، وهي نفسها تفضلها وتدعو المتابعات إلى اقتنائها لقيمتها واناعتها، مقابل حصولها على عوائد مادية من ترويج المنتج. وأطلقت مؤخرا نوعا من الحجاب يحمل اسمها، وقالت إنه "ماركة فريدة"، وخرجت لتشرح مزاياه، ودائما تظهر على الصفحات الرسمية في منصات التواصل الاجتماعي التابعة لشركات الملابس، وهي تردتي الزي الذي تنتجه وتبيعه الجهة كنوع من الدعاية، وتربط كل ذلك ببرامجها باعتبارها تشتري هذا المنتج وتطل من خلاله على الجمهور بجاذبية منقطة.

أمام إدراكها أن برنامجها الديني حظي بشعبية واسعة أرادت أن تستثمر ذلك في توظيف جماهيريتها بان تترقب من خلال حساباتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث حولتها إلى منبر دعائي لأي منتج، مثل المنظفات والأدوية ومرطبات البشرة وأدوية الحشرات وغيرها، وهي نوعية من المنتجات تهم الكثير من الأسرة المصرية، وتحديدًا الفتيات وربات البيوت، وبات لها جمهور عريض.

وقد تعرضت لموجة من الانتقادات مؤخرا بعد أن جعلت من حساباتها على الشبكات الاجتماعية مادة خصبة للتريح، مع تقليص مساحة النشر للمحتوى الإعلامي الهادف والتوعوي، وهو ما ردت

في حياتهم وعدم الحصول على مباركة هذه الفئة من رجال الدين حول أي تصرف أو سلوك له عواقب وخيمة. تُتهم هذه النوعية من البرامج بأنها السبب الرئيسي في هيمنة رجال الدين على المجتمع من خلال جعل الفتوى هي المسير الأساسي لحياة الناس دون أعمال العقل والمنطق والتصرف وفق ظروف الحياة الشخصية وتعقيداتها.

المثير للريبة أن الفتاوى في هذه البرامج تكون عامة، حيث يصدر الرأي الديني على الهواء مباشرة بلا مراعاة لخصوصية المستفتي ونسبية الواقعة التي يطلب فيها الفتوى. وأصبحت بدلا مماثليا عند شريحة من الناس عن المؤسسات الدينية الرسمية، وتحظى بنسب مشاهدة عالية مجرد أنها تنطرق إلى قضايا اجتماعية تلامس الدين، ويحكم أن أغلب الناس متدينون بالفطرة ويتعاملون مع الخبر الإعلامي الديني باعتباره الجبيرة التي تثير طريقهم وترشدهم إلى الصواب فإنهم يتابعونه بدقة ويتلفون فتاواه لتطبيقها.

## الزي المحتشم والتوظيف التجاري

رغم خطورة الفتوى الإعلامية فإن فاروق لا تكل عن توظيف برنامجها في استقطاب الشريحة التي تتعامل مع فتاوى الناشطات بقدسية من أجل جلب حصة من الإعلانات التجارية، بغض النظر عن هوية المنتج أو شرعيته وحصوله على التراخيص اللازمة، لكنها تتعامل مع الإعلام الديني بمبدأ الربح والخسارة، وهو ما ورطها في بعض المشكلات.

سبق لها أن استضافت مديرة شركة مستحضرات تجميل خريجة كلية تجارة، وقدمتها على أنها دكتورة وهي منتحلة صفة طبية، وسمحت لها عبر برنامجها بالترويج للأدوية التي تنتجها الشركة، وتحدث عن مزاياها وقيمتها وأهمية اقتناء الناس لها، وتبين في النهاية أن الشخصية لا علاقة لها من قريب أو بعيد بمهنة الطب أو الصيدلة.

وخلال حلقة البرنامج أتاحت فاروق لخريجة كلية التجارة التحدث في أمور صحية وطبية بحتة، ووصف علاجات مخطور على غير المنتسبين إلى مهنة الطب الحديث عنها، ما جعلها متهمه بتعريض حياة المشاهدين للخطر وتسهيل مهمة مذيعي في التحايل على الناس وتضليل المشاهدين، وحينها أصدرت لجنة الشكاوى بمجلس تنظيم الإعلام في مصر توصية بإحالة الواقعة إلى النيابة.

يمكن البناء على الواقعة بان الإعلام الديني ليس دائما صاحب رسالة تنويرية، بل غالبا ما يتم توظيفه لأسباب أخرى على رأسها جني المال من خلال القاعدة الجماهيرية الكبيرة ونسب المتابعة المرتفعة. وعدد من أصحاب هذه المنابر

