

**ضوابط الممارسة الإعلامية  
للقائم بالاتصال فى حقل الإعلام  
الإسلامى**

**أ.د. / محمد منير صابر حجاب  
عميد كلية الآداب بقنا  
ورئيس قسم الصحافة بآداب سوهاج  
جامعة أسيوط**



## زهيد

الشخص الذى يبدأ الحوار بصياغة أفكاره فى رموز تعبر عن المعنى الذى يقصده يسمى القائم بالاتصال وأهميته فى إطار عملية الاتصال لا تقل بأى حال من الأحوال عن الرسالة أو الوسيلة فى فهم أو التنبؤ بتأثير الاتصال فى مختلف ميادين الحياة سواء فى مجال السلم أو الحرب .. وتزيد هذه الأهمية مع التقدم الكبير للإعلام ووسائله فى العصر الحاضر .. والذى حوله إلى صناعة وتجارة . وقد كان لعجز عدد كبير من رجال الإعلام عن فهم رسالته ما حولهم إلى صناعات وتجارة .

والإعلامى هو العنصر الفعال فى عملية الاتصال .. ولا تستقر دعوة أو فكرة إلا بالقائم بالاتصال الذى يؤمن بها ويحسن عرضها ولهذا كان تكوين الإعلاميين يعنى تكوين الأمة .. فالأهم العظيمة ليست إلا صناعة حسنة لنفر من الرجال .

ومقدرة هؤلاء الرجال على الإقناع والتأثير تتوقف على عوامل كثيرة متعلقة بعناصر عملية الاتصال .. يهمننا منها هنا العناصر المتعلقة بالقائم بالاتصال نفسه .

وإعداد هؤلاء الرجال وتدريبهم وتأهيلهم تأهيلاً سليماً ينبغى أن يتسع ليشمل كافة هذه الجوانب وأهمها : -

أ - مجموعة الصفات الإقناعية والمواصفات التى تجعل القائم بالاتصال أكثر قدرة على الإقناع والتأثير مثل العدالة فى الحكم على الأشياء وحسن التصرف والموضوعية والاعتزان الانفعالى والقدرة على التذكر والإحساس بالحياة والمصادقية والقدرة على الاتصال بالآخرين .. وتشمل المقدرة على القراءة الواعية والاستماع والكتابة والحديث والتفكير السليم .

ومجموعة الصفات البدنية كالصحة النفسية والبدنية والبشاشة وحسن الهيئة والنظافة . والصفات النفسية وتشمل الإحساس بالمسئولية والمقدرة المؤدية على الاختيار وعلى المواجهة مع النفس وحسابها .

والصفات الجماعية والتنظيمية كالإحساس بالأخوة والتضامن مع الآخرين والجود والشهامة والصبر والوفاء بالعهد والاعتزان بالنفس والاستقلال وعدم البغى والعدوان والطاعة والصبر والإيثار والتضحية والإخلاص، والقدرة على العمل الجماعى واليقظة الكاملة والإيجابية .

ب - جانب الثقافة العامة للقائم بالاتصال .. ويتسع ليشمل مجموعة الثقافات الآتية

الثقافة الإسلامية والتاريخية والأدبية واللغوية والإنسانية والعلمية والواقعية والإعلامية إلى جانب الخبرة العملية الميدانية بمجال تخصصه فضلا عن الإدراك الواعى للجوانب المختلفة الخاصة به نفسه والموضوع الذى يتناوله والجمهور الذى يتوجه إليه والظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية والحضارية للمجتمع الذى يتعامل من خلاله والجوانب الخاصة بالظرف والاتصالى المناسب .

ج - الجانب المتصل بالاتجاهات النفسية للقائم بالاتصال نظرا لتأثيرها المباشر على سلوكه الاتصالى وتشمل اتجاهه نحو نفسه ونحو الجمهور ونحو الموضوع الذى يقدمه ونحو وسائل وأساليب الاتصال التى يستعملها لعرض وتقديم أفكاره .

هذا بالإضافة إلى إدراكه ووعيه لطبيعة عملية الاتصال .. وأهدافه هو من الاتصال وأهداف الجمهور الذى يتوجه إليه .. ومركزه الاجتماعى .. والصورة التى يرغب فى أن تكون لدى الجمهور عنه وصورته هو عن نفسه .

وكيف تجذب كافة العوامل السابقة الجمهور إليه وتنفره منه .. وكيف يجعله يتقبل الرسالة أو يرفضها .. والخصائص التى يحتمل أن يدركها الجمهور ويستجيب لها مثل مركزه أو إمكانته وحيويته أو ديناميكيته ودوافعه وكيف يؤثر مرور الوقت على استجابات المتلقى للرسالة التى تاتى من مصدر موثوق به .. والمستويات المختلفة للجماعات التى تشكل جمهور المستقبلين لرسالته . وكيفية تكييف الرسالة حسب متطلبات الوسيلة المستخدمة لأنماط الاتصال المناسبة والأساليب الإقناعية التى تحقق التأثير المطلوب .

وإذا أضفنا إلى ذلك الالتزامات القانونية والقيود الإدارية أو الإجرائية والقيود الاجتماعية والاقتصادية والعوائق التى تحول دون حرية ممارسة النشاط الاتصالى للقائم بالاتصال وأهدافه ووسائل النظام الاتصالى وظروف العمل وطبيعته وأخلاقيات ومعايير السلوك المهنى والالتزامات والمسئوليات القانونية والأخلاقية والاجتماعية والمهنية وحقوق القائمين بالاتصال فى مجال الضمانات الاقتصادية وضمانات ممارسة المهنة .. الخ .

فى إطار كل هذه المؤثرات تتحدد أهمية دراسة القائم بالاتصال وأبعاد هذه الدراسات . خاصة وأن دراسة القائم بالاتصال من الدراسات الحديثة والتى مازالت تحتاج إلى تضافر جهود الباحثين لاستكمال جوانب النقص المتعددة .

وتزيد المشكلة صعوبة بالنسبة لدراسات القائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى لعدم تحديد طبيعة نشاط القائم بالاتصال الإسلامى . خاصة وأن الإسلام جعل الدعوة حق مكتسب للجميع بدليل قوله تعالى ﴿ قل هذه سبيلى أدعو إلى الله على بصيرة أنا ومن اتبعنى ﴾<sup>(١)</sup>

(١) سورة يوسف آية ١٠٨ .

﴿ومن أحسن قولا ممن دعا إلى الله وعمل صالحا وقال إننى من المسلمين﴾ (١) .  
وقوله تعالى ﴿والعصر إن الإنسان لفى خسر .إلا الذين آمنوا وعملوا الصالحات  
وتواصوا بالحق وتواصوا بالصبر﴾ (٢) .

هذا فى الوقت الذى يوجد فيه متخصصون فى أمور الدعوة والاتصال الإسلامى قال  
تعالى ﴿فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا فى الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم  
لعلهم يحذرون﴾ (٣) .

وعلى هذا فهل القائم بالاتصال الإسلامى هو الشخص المحترف المؤهل تأهيلا علميا  
لممارسة هذا الاتصال أم كل إنسان يتوجه بالدعوة والوعظ والنصيحة لغيره ؟  
وعلى مستوى الواقع العملى فهل القائمون بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى هم  
خطباء وأئمة المساجد وعلماء الأزهر ومحرورو الصفحات الدينية بالصحف والمجلات العامة  
الإسلامية المتخصصة ومؤلفو الكتب والكتيبات الدينية ومعدو البرامج الدينية بالإذاعة والتلفزيون  
والمحدثون فيها ومذيعو الإذاعات الدينية مثل إذاعة القرآن الكريم ..... والمسئولون عن المواد  
الإعلامية التى تعكس صورة الثقافة الإسلامية والمواد الإعلامية لشهر رمضان والأعياد والمواسم  
والمناسبات الدينية والأفلام الروائية والتسجيلية ذات الطبيعة الإسلامية .

وهناك إضافة إلى ذلك القائمون بالاتصال فى مجال الدروس الدينية بالمساجد والقوافل  
والندوات الدينية والخطباء بالمساجد الأهلية .. والجمعيات الدينية الأهلية .. والمتصوفة والعاملون  
فى حقول التوعية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والأنشطة ذات الطابع الدينى ..... ويضاف  
إلى هؤلاء قادة الرأى . وهم الأشخاص الذين يمارسون تأثيرا غير رسميا على اتجاهات  
وسلوكيات الآخرين من غير من سبق ذكرهم .

فكل من هؤلاء يتصل بالآخرين ويتصل ليؤثر .. يتصل لكى يشعر بأن له دورا وأن له كيانا  
.. مستقلا .. وأنه قادر على ممارسة إراداته والتأثير فى الظروف المحيطة به وفى الآخرين .  
الاختلاف فقط هو فى استخدام الوسائل الحديثة من عدمه وفى قدر النجاح الذى تحققه عملية  
الاتصال نتيجة لتوافر العوامل المسببة لهذا النجاح أم عدم توافرها .

ورغم أهمية التربية الإعلامية للجمهور .. وحرص الإسلام على توفير مكونات ومستلزمات  
هذا الإعداد الإعلامى الواعى من خلال ما تضمنه القرآن الكريم والسنة النبوية من دروس

(١) سورة فصلت آية ٢٢ .

(٢) سورة العصر آية ١ - ٢ .

(٣) سورة التوبة آية ١٢٢ .

إعلامية للمسلمين بصفة عامة. إلا أنذا نميل مرحليا ونظرا لضعف كثير من القائمين بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى وعجزهم عن استيعاب مستلزمات ممارسة النشاط الإعلامى .. نميل إلى قصر مفهوم القائم بالاتصال على العاملين المتهنين لهذه المهنة .

وعلى هذا فإن القائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى هو الشخص المحترف الذى يستهدف التأثير فى الناس بأفكار لديه خلفية واسعة عنها يؤمن بها ويعبر عنها فى سلوكه وتصرفاته ويستخدم لذلك كافة إمكانيات وسائل وأشكال الاتصال المتاحة ومختلف الأساليب الإقناعية من أجل تكوين رأى عام صائب يعى حقائق الدين الإسلامى ويدركها ويتأثر بها فى معتقداته وعباداته ومعاملاته وذلك وفق منهج علمى مدروس ومخطط ومستمر ودون أن يبغى بذلك منصبا أو جاها .

وفى إطار هذا المفهوم سوف نعرض للقائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى من خلال زاوية واحدة فقط وهى زاوية ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى والعوامل المحددة لطبيعة مناخ هذه الممارسة .

## "ضوابط الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى"

الضوابط الخاصة بالممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى عديدة ومتنوعة .. وتتكامل فيما بينها لتحديد خصائص الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال المسلم ... وتتعدد أهمية هذه الضوابط وقيمتها فى إطار المناخ العام لهذه الممارسة والذى تتضح طبيعته من خلال الأبعاد الآتية :

- ١ - الارتباط الوثيق بين الضوابط الخاصة بالممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال المسلم وبين الإطار العام للإعلام الإسلامى والذى يمكن تحديد أبعاده على ضوء شمولية الفكر الإسلامى وواقعيته .. فالإسلام كما أنزله الله استهدف تصحيح مسارات المجتمعات البشرية وتقنين قيمها وأخلاقها وتشريع قوانينها وديساتيرها .. ولهذا فقد وضع الله سبحانه وتعالى أسس هذا الدين ومعالمه ومفاهيمه من خلال محك رئيسى هو مدى قدرة هذا الدين على التطبيق فى النظم الاجتماعية والسياسية والقانونية والاقتصادية ولهذا فهو يجمع فى إطار متسق جميع مشتملاته من عقيدة وعبادات ومعاملات، وتشريعات وتوجيهات للأخلاق والآداب العامة.. وهذا الكل المتكامل يتكامل بتناسقه وارتباطه المنطقى والفكرى وإعطائه الأهمية المتوازنة بين العبادات والتشريعات الاجتماعية والاقتصادية والبشرية .. ويربط الإنسان بالمجتمع وإيجاد الصلات القوية بين العبادة والسلوك وبين العقيدة والعمل بين الدنيا والآخرة.
- ٢ - إن للدين دور كبير فى توجيه الرأى العام فى معظم بلاد العالم فى كافة ميادين الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والعلمية والشعوب العربية بوجه عام والشعب المصرى بوجه خاص متمسك بدينه .. ولا يقبل التفریط فيه ولذلك فإن أى محاولة للتأثير والتغيير ينبغى أن يكون المدخل دينيا . فليس ثمة عاطفة إنسانية أبعد غورا وأكثر تأثيرا فى مشاعر الفرد والمجتمع من العاطفة الدينية. وهنا يبرز دور القائم بالاتصال أو الواعظ فى الضرب على هذا الوتر الحساس من أجل إحداث التغيير والتطور المطلوب . فى المجتمع .. وهذا يقتضى بطبيعة الحال أن يكون هو نفسه مقتنعا بما يقدمه من أفكار ومعلومات .
- ٣ - الطبيعة العلمية والثقافية الخاصة للإسلام :

فقد بدأ أول ما بدأ بالقراءة والتعليم والقلم وذلك فى قوله تعالى ﴿اقرأ باسم ربك الذى خلق. خلق الإنسان من علق . اقرأ وربك الأكرم . الذى علم بالقلم . علم الإنسان ما لم يعلم﴾<sup>(١)</sup> . وتكرار كلمة اقرأ تحمل الحرص على العلم والمعرفة والابتكار والتجديد والحياة

العقلية والعملية الكاملة - وكذلك قول الله عز وجل لرسوله ﷺ في كتابه الكريم ﴿وقل ربى زدنى علماً﴾ (١) . ولقد حرص الإسلام على أن يتزود أبناؤه بعلمى الدين والدنيا وحث عليه - قال رسول الله ﷺ " طلب العلم فريضة على كل مسلم ومسلمة " كما نوه القرآن بفضل العلماء قال تعالى ﴿إنما يخشى الله من عباده العلماء﴾ (٢) . وقال رسول الله ﷺ " العلماء ورثة الأنبياء " .

٤ - الطبيعة الإعلامية للإسلام باعتباره ديناً موجهاً للبشرية جمعاء . فى كل عصورها .. ولذلك استهدف الإعلام الإسلامى نشر كلمة الدين وإعلائه ومعالجة القضايا الدينية والعمل على إعداد رأى عام إسلامى يعى الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها فى جميع تصرفاته . ولذلك كان مجال الممارسة الإعلامية حق المسلمين وقال تعالى ﴿ ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة﴾ (٣) - وقال عز وجل ﴿قل هذه سبيلى أدعو إلى الله على بصيرة أنا ومن اتبعنى﴾ (٤) ويعكس هذا الحق الأهمية الكبيرة التى أولاها الإسلام لمعارك الكلمة .. ذلك أنها حرب دائمة ومستمرة من أجل الوصول إلى الحقيقة وإعلاء كلمة الحق والصدق والعدل . ويتحول بذلك كل أفراد المجتمع الإسلامى إلى رجال دعوة وإعلام يقومون بواجب الدعوة من ناحية وبالتواصى على الخير والتناهى عن الشر أى بواجب الرقابة الذاتية وهو الأمر الذى يساعد على انتقال الأخبار داخل المجتمع الإسلامى وانتشار المعرفة .. كما يساعد على سرعة انتشار الأخبار والمعلومات داخل المجتمع الإسلامى وخارجه بالصورة التى تتفق، والطبيعة العالمية للدين الإسلامى . وهذا الانتقال السريع للمعلومات ومايصاحبها من مناقشات يجعل الدعوة حية متجددة دائماً فى نفوس الأفراد ومثار اهتمامهم ومحور حديثهم .

٥ - وحدة التجربة الإعلامية للقائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى .. فالقائم بالاتصال هنا يمثل تجارب دعوات الوحدانية من آدم إلى سيدنا محمد عليهما الصلاة والسلام، وذلك لأهمية وضرورة الاستفادة من التجارب التاريخية فى الدعوات السابقة - فالمسلم مطالب بالإيمان بكل الرسل والأنبياء الذين سبقوا محمداً عليه الصلاة والسلام - وقد انعكس هذا على تاريخ الدعوة من عهد محمد ﷺ وحتى وقتنا الحاضر - حيث الوحدة الموضوعية فى

(١) سورة طه آية ١١٤ .

(٢) سورة فاطر آية ٢٨ .

(٣) سورة النحل آية ١٢٥ .

(٤) سورة يوسف آية ١٠٨ .

عدم التناقض بين أقوال الدعاة رغم اختلاف الأماكن، فما يدعو إليه القائم بالاتصال في الصين واليابان وأمريكا يتطابق مع ما يدعو إليه آخر في جنوب أفريقيا ومصر وفرنسا . لأن هناك مبادئ واحدة تتطابق مع بعضها ويؤكد بعضها البعض الآخر . لدرجة اعتبرت هذه الوحدة الموضوعية في حد ذاتها إعجازا قال تعالى ﴿ ولو كان من عند غير الله لوجدوا فيه اختلافا كثيرا ﴾ (١) - أي تناقضا كبيرا كما هو الحال في المضامين المختلفة التي تقدمها وسائل الإعلام المعاصرة .. وأيضا تختلف في عدم التناقض بين القرآن الكريم والسنة النبوية قال تعالى ﴿ وما ينطق عن الهوى إن هو إلا وحي يوحى ﴾ (٢) - كما أن ما يدعو إليه القائم بالاتصال الإسلامي اليوم لا يختلف عما كان يدعو إليه زميله منذ ألف سنة ويعد ألف سنة .. من حيث المبادئ الأساسية - دون أي تغيير أو تعديل . وهذه الوحدة العالمية تجعل من الدعاة مؤسسة عالمية للدعوة تربطها وحدة هي رابطة الإسلام . الأمر الذي يعطى فرصة الاستفادة من الأثر التراكمي عبر عشرات ومئات السنين . ويجعل الدعوة في تقدم مضطرد، ويوفر لها صفة الرسوخ وبذلك يتحقق قول الله تعالى ﴿ إنما المؤمنون إخوة ﴾ (٣) .

أما الضوابط الخاصة بالممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال في حقل الإعلام الإسلامي

فيمكن حصرها على النحو التالي :

- أولا : ولاء القائم بالاتصال .
- ثانيا : القابلية للتغيير والتطور .
- ثالثا : المواجهة الفكرية .
- رابعا : القدوة الحسنة .
- خامسا : الالتزام بالصدق .
- سادسا : الإحساس بالمسئولية .
- سابعا : الإخلاص والتجرد .
- ثامنا : الإحاطة بمكونات الظرف الاتصالي .
- تاسعا : الحرية الإعلامية .
- عاشرا : التوازن الإعلامي .

(١) سورة النساء آية ٨٢ .

(٢) سورة النجم آية ٣، ٤ .

(٣) سورة الحجرات آية ١٠ .

## أولا : ولاء القائم بالاتصال :

حسنت النظرية الإعلامية الإسلامية قضية من أهم القضايا التي تشغل بال الإعلاميين، وتؤثر على مايتعرضون له من قضايا وموضوعات، وهى قضية الولاء أو الانتماء . فقد أثبتت الأبحاث والتجارب العلمية أن الإنسان أيا كانت ثقافته وجنسيته فى حاجة إلى الشعور بالانتماء إلى شئ، والعمل من أجله، ليشعر بالاطمئنان والأمان .

والولاء فى جوهره نوع من الرقابة الذاتية للفرد على سلوكه وتصرفاته وأقواله، بحيث تعكس الخضوع والانقياد للجهة التى يشعر الفرد بالانتماء إليها وبصورة لايمكن أن تحققها حتى أقصى القوانين وأصرمها، لأنه يختص بمنطقة القلب، حيث الحب والكراهة، ولايستطيع سوى صاحبه أن يمنحه عن طيب خاطر وطواعية . فلا يؤدي إلا إلى تظاهر فقط من الشخص بالحب والولاء .

والنظرية الإعلامية الإسلامية وقد استهدفت إعداد الدعاة المخلصين للدعوة، كان لا بد لها وأن تتعرض لقضية الولاء . فالولاء فيها محسوم من البداية لله سبحانه وتعالى . فهو أغنى الأغنياء عن الشرك قال تعالى ﴿ألا لله الدين الخالص﴾ (١) ﴿إياك نعبد وإياك نستعين﴾ (٢) قاله سبحانه وتعالى يريد عبادا يشعرون نحوه بالحب ويتنازلون باختيارهم عن كل ما يغضب الله . ولذلك ﴿لا إكراه فى الدين﴾ (٣) وإذا كان الله تعالى يريد أن يخضع أعناقنا بالقهر فما أسهل أن يفعله . قال تعالى ﴿إن نشأ ننزل عليهم من السماء آية فظلت أعناقهم لها خاضعين﴾ (٤) إنما يريد سبحانه عبادا يدينون بالحب ويشعرون بالولاء، وينقلبون فى كل روحاتهم وسكناتهم فى رضوان الله كما قال تعالى ﴿قل إن صلاتى ونسكى ومحياى ومماتى لله رب العالمين﴾ (٥) .

ويعنى الولاء لله الولاء لكتابه الكريم، ولرسوله ﷺ فيما صح عنه من قول أو عمل . وبذلك يكون ولاء القيم والمبادئ الخالدة وليس ولاء مرتبطا بأشخاص أو هيئات أو جهات قال تعالى ﴿وأطيعوا الله والرسول لعلكم ترحمون﴾ (٦) .

ومن خلال الولاء لله يتحقق هدف النظرية الإعلامية الإسلامية فى إيجاد رجال إعلام

(١) سورة الزمر آية ٢٠ .

(٢) سورة الفاتحة آية ٥ .

(٣) سورة البقرة آية ٢٥٦ .

(٤) سورة الشعراء آية ٤ .

(٥) سورة الأنعام آية ١٦٢ .

(٦) سورة آل عمران آية ١٢٢ .

يقولون الحق، ولا يخشون في الله لومة لائم ، وفي كل موقف أو قضية يبرزون جوانب الخير والحق والصدق والأمانة، ولا يرضون الغش والتدليس، يواصلون ليلاً ونهاراً من أجل إغاثة الملهوف، وإعانة المنكوب وخدمة الآخرين، دون نفاق أو خداع أو رياء .

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار مبدأ الولاء القلبي لله هو تحويل الكثرة المؤمنة إلى كل واحد متماسك، فكما يقفون جميعاً صفاً واحداً أمام الله في الصلاة، في مختلف بقاع الأرض يقفون عندما يصبح الولاء لله وكل شغلهم الشاغل هو الصدق والإخلاص وقول الحق والعمل من أجل الآخرين .

### ثانياً : القابلية للتغيير والتطور :

هناك حقيقة مؤداها : أن القائم بالاتصال مهما بلغت قوته وتأثيره فلن يستطيع أن يحقق أدنى تغيير في الفرد، ما لم يكن الفرد نفسه مهتماً للتغيير . وهذا ما عبرت عنه الآية الكريمة ﴿ إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم ﴾ (١) .

فالإنسان خلقه الله مزوداً بقوى واستعدادات يمكن أن توجه للخير، كما يمكن أن توجه للشر، وإن كانت إرادة الخير في بعض الناس أقوى، وإرادة الشر في البعض الآخر أقوى، إلا أن الفرد أو القائم بالاتصال سواء في تعامله مع نفسه أو مع الآخرين مهمته أن يعمل على تهيئة الظروف لإنماء القوى الموجودة فعلاً لديه على أحسن وجه، وذلك بأن يعمل على تنمية القوى التي تدفع إلى الخير، ومحاولة تعديل القوى التي تدفع للشر . وهذا التعديل أو الإعلاء أمر واجب في ظل النظرية الإعلامية الإسلامية . قال تعالى ﴿ ونفس وما سواها . فآلهمها فجورها وتقواها . قد أفلح من زكاها . وقد خاب من دساها ﴾ (٢) ﴿ ومن تزكى فإنما يتزكى لنفسه ﴾ (٣) . ﴿ قد أفلح من تزكى ﴾ (٤) ﴿ هل لك إلى أن تزكى ﴾ (٥) .

والمتمثل لتراثنا الإسلامي يجد إرادة التغيير دائماً إلى الأحسن، ويجد أن مقومات الشخصية الإسلامية تستمد قوتها من ترشيد إرادة الفرد وتعهداتها قال تعالى ﴿ ولقد أتينا إبراهيم رشده من قبل وكنا به عالمين ﴾ (٦) و﴿ يا يحيى خذ الكتاب بقوة ﴾ (٧) وحديث رسول الله ﷺ

(١) سورة الرعد آية ١١ .

(٢) سورة الشمس آية ٧، ١٠ .

(٣) سورة فاطر آية ١٨ .

(٤) سورة الأعلى آية ١٤ .

(٥) سورة النازعات آية ١٨ .

(٦) سورة الأنبياء آية ٥١ .

(٧) سورة مريم آية ١٢ .

- "مروا أولادكم بالصلاة لسبع" ويعنى أن تحملهم المسئولية خمس مرات يوميا حتى تتكون لديهم إرادة الصلاة .

ويتلخص سبيل النظرية الإعلامية الإسلامية إلى ذلك فى المجاهدة والصبر ولذلك فقد أولت اهتمامها لتدعيم الجانب الإرادى لدى الإنسان خاصة وأن الإرادة القوية هى التى تكبح جماح النفس، وتقطعها عن شهواتها، وتجعل الفرد أقوى على اتخاذ القرار السليم الذى يسمو بأدميته والمتأمل فعلا لحقيقة العقائد والعبادات والمعاملات يجد أنها فى النهاية تساعد على تقوية إرادة الفرد بالصورة التى تيسر له سبل التسامى والرقى .

وهناك ارتباط وثيق بين التزكية وبين التعليم، ولذلك حرصت النظرية الإعلامية الإسلامية على تأكيد هذا الارتباط الوثيق حيث يتعذر أن تقوم التزكية على الجهل . قال تعالى ﴿ لقد من الله على المؤمنين إذ بعث فيهم رسولا من أنفسهم يتلو عليهم آياته ويزكيهم ويعلمهم الكتاب والحكمة، وإن كانوا من قبل لفي ضلال مبين ﴾ (١) .

ولقد أطلقت النظرية الإعلامية الإسلامية على التزكية النفسية مصطلحا آخر هو الجهاد . وهو الذى قصده رسول الله ﷺ بعد عودته من إحدى غزواته بقوله، " رجعنا من الجهاد الأصغر إلى الجهاد الأكبر " أى جهاد النفس وحملها على الفضائل وأخذها بها .

وفى إطار هذا النوع من الجهاد أوصت بأن يأخذ المسلمون بيد بعضهم البعض فى سبيل محاربة الانحراف والشذوذ، والعادات السيئة والتقاليد الفاسدة، والأهواء الضعيفة والعقائد الزائفة وذلك بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر . قال رسول الله ﷺ " من رأى منكم منكرا فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه وهذا أضعف الإيمان " وقال " إن الله لا يعذب العامة بعمل الخاصة، حتى تكون العامة تستطيع أن تغير على الخاصة، فإذا لم تغير العامة على الخاصة عذب الله العامة والخاصة .

وعلى هذا فإن القائمين بالاتصال مدعوون لدعوة الناس إلى التحاب والاحترام المتبادل وتعليمهم معانى الخير والعدل والجمال والتسامى بهم عن الغايات المادية المجردة والشهوات البهيمية التى تتجه بهم نحو هاوية سحيقة .

ولا يكون ذلك إلا بدعوتهم المستمرة إلى التسامى وإلى التزكية النفسية والأخذ بالفضائل وتحبيبهم فيها، ودفعهم إلى الإحساس بوطأة الانحراف عنها حتى تحيا فى نفوسهم دائما الرغبة فى التغيير، كما عبر عن ذلك سبحانه وتعالى ﴿ إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم ﴾ (٢) .

(١) سورة آل عمران آية ١٦٤ .

(٢) سورة الرعد آية ١١ .

### ثالثا : المواجهة الفكرية :

يحدد هذا الضابط طبيعة عمل القائم بالاتصال على اعتبار أن الكلمة مناط التفاهم وطريق الوصول إلى الحقيقة ومدار الحوار ومجال النقاش .

وإن ميدان المنازلة والمعارضة هو الفكرة والعلم والعقل وإن القضية قضية الحوار والرأى والتفاهم والنقاش والبحث عن الحقيقة .

والهدف الأساسى للإعلام الإسلامى من ذلك هو تدعيم إرادة الإنسان باعتباره كيانا واعيا، ينشد بفطرته الإقناع المجرّد القائم على العقل والفكر والمنطق . ولذلك فإن على القائم بالاتصال أن يتعامل معه فى بساطة ويسر وسهولة دون مجرد محاولة التأثير عليه بالخداع أو الضغط لأنه "لا اكراه فى الدين" .. ولأن الدين ليس أوامر يتحتم قبولها والرضا بها، وإنما قضية مطروحة للنظر والتفكير .

ووسيلة الإقناع هنا هى الكلمة الواضحة القائمة على أساس التدبير والتفكير . ولذلك قال رسول الله ﷺ " رحم الله امرأ قال خيرا فغنم أو سكت فسلم، وقال " وهل يكب الناس يوم القيامة إلا حصاد ألسنتهم " وقال " إن أبعدم منى مجلسا يوم القيامة الثرثارون - المتفهبون قال المتكبرون " كما ضرب الله مثلا للكلمة الطيبة بقوله ﴿ضرب الله مثلا كلمة طيبة كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها فى السماء . تؤتى أكلها كل حين بإذن ربها .. ومثل كلمة خبيثة كشجرة خبيثة اجتثت من فوق الأرض ما لها من قرار﴾ (١).

فالغرد يجب أن يكون سليم التفكير، قادرا على الحكم على الأشياء حكما قوامه الصدق والعدل، ولذلك تتدخل النظرية الإسلامية فى كل العمليات الفعلية التى تحدث داخل عقل الإنسان ما بين تعرض الفرد للمنبه أو المعلومة وحتى اتخاذ قرار بشأنها وذلك كما أوضحنا فى كتابنا نظريات الإعلام الإسلامى .

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار مبدأ المواجهة الفكرية هو أن تسمو بالفرد عن مرتبة الخضوع الكامل أو الاستسلام لكل ما يملى عليه .

وعلى هذا فإن الأسلوب الإقناعى للقائمين بالاتصال يجب أن يكون قائما على أساس الإقناع المجرّد القائم على العقل والفكر لا على مجرد الرغبة فى التأثير، لأن التأثير القائم على الإقناع لا يكون مجرد تأثير عارض يزول بزوال السبب، وإنما يكون تأثيرا أصيلا يبقى إلى الأبد ونظرا لأهمية العلم والمعرفة للوصول إلى الحقيقة على أساس من الإقناع الصادق فقد

(١) سورة إبراهيم آية ٢٤ .

دفعت النظرية الإعلامية الإسلامية الفرد دفعا إلى تحصيل العلم والاستزادة منه .. وذلك كما أوضحنا سابقا .

#### رابعاً : القدوة الحسنة :

فى مجال تغيير الأفكار والمعتقدات تحتاج إلى حقول إرشادية حية تتمثل فى مجموعة من الأفراد يعتقدون الدعوة ويؤمنون بها ويتمثلونها إلى درجة تمتلئ بها نفوسهم وعقولهم . كما حدث مع رسول الله ﷺ عندما أصبحت حياته كلها من أجل الدعوة . قال تعالى ﴿قل إن صلاتى ونسكى ومحياى ومماتى لله رب العالمين﴾ (١) .

وعندما يصل القائم بالاتصال إلى مثل هذه الدرجة من الإيمان والاعتناع فإنه يتكلم حين يدعو بلسان حاله التى هو عليها، ويصبح مثلاً أعلى لما يدعو إليه، أو بمعنى آخر يطابق كلامه مقتضى حاله، فلا يقول إلا ما يعلمه . قال تعالى ﴿يا أيها الذين آمنوا لم تقولون ما لا تفعلون﴾ (٢) . وفكرة الدعوة بالمثل تتفق مع طبيعة الإنسان التى تميل إلى الاقتداء بالآخرين ومحاكاتهم . كما أنها تنقل الدعوة أو الفكرة الجديدة من واقع المثاليات المستحيلة للتحقيق التى تواجه أى دعوة جديدة، إلى أرض الواقع، وتعطى حافزاً للآخرين وأملاً فى الأخذ بها . كما يحدث تماماً فى الحقول الإرشادية عندما نرعاها ونقيمها وسط المزارع ونجعلها فى متناول بصر المزارعين الآخرين حتى تشحذ عزائمهم إلى الاقتداء وتقليد الأساليب الزراعية الحديثة المطبقة فى هذه الحقول الإرشادية .

ولأهمية القدوة، فلم تخل دعوة أو رسالة سماوية منذ عهد آدم عليه السلام، وحتى عيسى عليه السلام، ومحمد ﷺ من تقديم هذه المثل ممثلة أولاً فى أشخاص هؤلاء الأنبياء أنفسهم ثم فى أشخاص الأنصار والحواريين والمؤمنين بالرسالة أو الدعوة.

والمتتبع لتاريخ الدعوات يجد أن بناء النفوس وإعداد الشخصيات القويمة يستغرق وقتاً طويلاً عادة، فقد ظل رسول الله ﷺ فى مكة ثلاثة عشر عاماً . يعد الدعاة ويقوم النفوس فى صبر وتدرج . وبقي نوح ألف سنة إلا خمسين عاماً .

ويرجع اهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالقدوة الحسنة إلى الطبيعة الخاصة للدين الإسلامى، الذى يعتمد على وسيلة الاتصال الشخصى . أى على جعل الداعية نموذجاً حياً لمبادئها الأمر الذى يساعد على سرعة الاقتناع والتأثير .

ورغم ما انتهت إليه الدراسات الإعلامية الحديثة من تأكيد لأهمية الاتصال الشخصى فى

(١) سورة الأنعام : الآية ١٦٢ .

(٢) سورة الصف : الآية ٢ .

مجال الأفكار والمعتقدات والآراء إلا أنها جردته من عامل القدوة الحسنة، فلم ترتفع بالقائمين بالاتصال إلى مرتبة التمثيل الحقيقي لهذه الآراء، الأمر الذي أفقدها تأثيرها وفعاليتها وهو ماتلافته النظرية الإعلامية الإسلامية بإقرارها لهذا المبدأ .

وتتسلسل مراتب القدوة أو المثل في النظرية الإعلامية فتبدأ برسول الله ﷺ الذي وصل إلى درجة أن أصبح خلقه القرآن كما تقول السيدة عائشة رضوان الله عليها، وكما قال ﷺ عن نفسه " أدبني ربي فأحسن تأديبي" وقال تعالى ﴿ وإنا لك لعلى خلق عظيم ﴾<sup>(١)</sup> و (لقد كان لكم في رسول الله أسوة حسنة لمن كان يرجو الله واليوم الآخر) <sup>(٢)</sup> .

ثم قدمت النظرية الإعلامية الإسلامية في مجال القدوة الصحابة رضوان الله عليهم بعد أن نهلوا من مدرسة النبوة وترعرعوا في ظل رعايته ﷺ وتوجيهاته المستمرة، حتى أصبح كل منهم مثلاً رائعاً وقدوة حسنة وحتى قال عنهم عليه الصلاة والسلام : أصحابي كالنجوم بأيهم اقتديتيم اهتديتيم .

وانطلاقاً من هذا المبدأ فإن مسؤولية القائمين بالإعلام تتحدد في أن يتعهدوا أنفسهم بالرعاية وحسن الاقتداء حتى يصبحوا هم أنفسهم مضرب المثل والقدوة الحسنة .

فلا تقول اليوم مايتناقض مع مضمون الأمس، ولا ترفع شعاراً وتقدم مايتناقض مع هذا الشعار . خاصة وأن مثل هذه الأمور لاتغيب عن بال الجمهور، وتجعله يفقد الثقة فيهم، ويقلل من قدرتهم على التأثير والإقناع ومن أن يكونوا عاملاً فعالاً في بناء المجتمع وتنميته وتطويره، .

#### خامساً : الالتزام بالصدق :

على الرغم من أن الصدق يعتبر من الصفات الأساسية للقائم بالاتصال في حقل الإعلام الإسلامي إلا أنه من ناحية أخرى يعد أحد الضوابط الأساسية للممارسة الإعلامية فنقطة البداية هي الفرد، سواء كان مرسلًا للرسالة الإعلامية أم مستقبلًا لها . وهي لا تتعامل مع ظاهر هذا الفرد المتمثل في أقواله، وسلوكه، وتصرفاته . البادية منه . وإنما يعنيه باطن هذا الفرد، ومدى اتساق هذا الباطن مع ظاهره .

وقد قدمت النظرية الإعلامية الإسلامية ثلاثة مستويات للصدق هي :

- ١ - صدق الأفعال : ويمثل الجانب الظاهري للعمل .
- ٢ - صدق الأقوال : ويعنى أن القائم بالاتصال لايقول إلا صدقاً، وهذا النوع من الصدق يهدى إلى البر كما يقول الحديث الشريف . والبر يهدى إلى الجنة . وإن الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقاً .

(١) سورة القلم آية ٤ .

(٢) سورة الأحزاب آية ٢١ .

٣ - أما النوع الثالث من الصدق والذي يهمننا هنا . فهو الصدق الذاتي . أى الصدق فى النيات . وترجع أهميته إلى أنه يسبق العمل، ويجعل الفرد بقلبه وقالبه مع هذا العمل، وهذا يعنى طيب باطن الفرد، وأنه ليس لديه ما يخفيه . كما أنه يعكس من ناحية أخرى أقصى درجات الاقتناع والإيمان بالعمل . فالإنسان قد يوافق فى قوله، فيقول ما لا يقتنع به، وقد يعمل عملاً على سبيل المجاملة أو الخوف، ولكنه لا يوافق فى النية أبداً، لأنها شئ داخلى بين العبد وربّه ولا يطلع عليه سواهما . فالإنسان الذى يصدق فى قوله وعمله، ولا يتوافق له الصدق فى النية لا يعتبر صادقاً، كما أنه لا يصل أبداً إلى مرحلة الاقتناع الكامل والإخلاص للعمل، ولذلك فإن الصدق الذاتى فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية يعنى أن يطابق الإنسان بين نواياه وأقواله وتصرفاته وبالتالي يعنى ألا يقول إلا ما يفعله فعلاً .. وهذا ما عبرت عنه الآية الكريمة ﴿ يا أيها الذين آمنوا لم تقولون ما لا تفعلون . كبر مقتا عند الله أن تقولوا ما لا تفعلون ﴾ (١) .

على أن تحقيق هذا الصدق يحتاج إلى إيجابية من الإنسان فهو يجب أن يبدأ بنفسه، وأن يأخذها بما يدعو إليه قبل أن يدعو الآخرين إليه . قال تعالى ﴿ أتأمرون الناس بالبر وتنسون أنفسكم ﴾ (٢) وبذلك ترتفع النظرية الإعلامية بالفرد المسلم إلى درجة التمثيل الحى للمبادئ الإسلامية . أى أن يصبح سلوكه مطابقاً لقوله .

وبفضل هذا المبدأ يتأكد للقائمين بالاتصال المقدره على الإقناع والتأثير حيث سيضمن الجمهور إليهم ويثق بهم .

وهناك دراسات عديدة تبين أثر صدق القائم بالاتصال ومن الأبحاث التى أجريت حول هذه الصفة تبين أن مضمون الرسائل الموجهة من مصادر يقل تصديق الجمهور لها لا يعتد بها لأنها تعتبر فى نظره منحازة وغير موضوعية، كما أثبتت الأبحاث أيضاً أن عدم تأثر آراء الجمهور فى حالة قلة تصديقه المرسل أو رجل الإعلام يرجع إلى أن تصديق المستقبل يؤثر على دوافعه نحو قبول ما ينتهى إليه المرسل من استنتاجات (٣) . ولهذا عرف كافة أنبياء الله ورسله بالصدق، فلم يبعث الله نبياً إلا وشهد له قومه بالصدق قبل أن يبعث " مثلما حدث من مشركى مكة فقد شهدوا لمحمد ﷺ بذلك ونعتوه بالصادق الأمين .

ونظراً لأهمية هذا المبدأ فى مجال الإقناع والتأثير فقد حثت النظرية الإعلامية الإسلامية كافة القائمين بالاتصال على ضرورة الالتزام به .

فدعت أولاً إلى صدق المواجهة مع النفس فلا يقدم شيئاً لا يقتنع هو نفسه به أو يضطر لإظهار اقتناعه به .. وثانياً إلى صدق العمل، أى أن يتحول اقتناعه بهذا الشئ أو الأسلوب إلى سلوك يصدر عنه فى تصرفاته وأفعاله، وثالثاً إلى صدق القول بمعنى ألا يقول إلا صدقاً . وبذلك تحمى النظرية الإعلامية الإسلامية هؤلاء الإعلاميين من مختلف أنواع التناقض : بين قوله

(١) سورة الصف آية ٢، ٣ .

(٢) سورة البقرة آية ٤٤ .

(٣) د محمد محمد البادى : البنيان الاجتماعى للعلاقات العامة القاهرة - الأنجلو المصرية ١٩٧٨م ص ١٨٧ - ١٨٨ .



بينها وبينه أمدا بعيداً ﴿ (١) .

ويستمد الحساب الذاتى للنفس مقوماته من مبدأ المسئولية الذى أقرته النظرية الإعلامية الإسلامية فى أكثر من موضع. قال تعالى ﴿ كل نفس بما كسبت رهينة ﴾ (٢) ﴿ولا تزر وازرة وزر أخرى ﴾ (٣) ﴿ومن يكسب إثماً فإنما يكسبه على نفسه ﴾ (٤) .

أما النية فهى الرغبة أو الميل للاستجابة لمنبه ما، بصورة معينة، أو بمعنى آخر هى الاستجابة الداخلية غير الظاهرة لمنبه ما وترجع أهمية النية إلى أنها تساعد على تحديد الشكل النهائى للاستجابة كما أنها تهيب الفرد لهذه الاستجابة، ولذلك فدورها هام فى عملية تنسيق المعلومات أى عندما يحتار الفرد بين المنبهات التى يتعرض لها .

وهذا هو السبب فى اهتمام النظرية الإعلامية الإسلامية بالنية إلى درجة جعلتها شرطاً لأداء جميع العبادات والشرائع، وممارسة كل الأعمال قال رسول الله ﷺ " إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى " فمجرد تحقق الاستجابة الداخلية حتى وإن لم تقترن بالاستجابة العلنية كان من وجهة نظر النظرية الإعلامية الإسلامية . حيث سيؤدى وجود هذه الاستجابة الخفية إلى استجابة أخرى علنية أى إلى السلوك المطلوب والمحدد وفقاً للمنبه . هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى، فإن التلازم بين الاستجابتين يعنى أن الفرد سوف يظل يسلك نفس السلوك مهما تعددت وتنوعت المنبهات التى يتعرض لها .

ومن خلال إحساس الفرد أو القائم بالاتصال بمسئوليته الذاتية حيال كل تصرفاته، وما يصدر عنه من أقوال، وحيال مايجول بنفسه من خواطر، وإحساسه بضرورة أن تواكب النية العمل أو القول، وعبر عمليات الحساب الذاتى أو الضمير الذى يعطى القوة الشرعية لهذه التصرفات والأقوال تتأكد لنا الأهمية الحقيقية لمبدأ المسئولية الذاتية التى أخذت به النظرية الإعلامية الإسلامية كضابط من الضوابط الأساسية التى تحكم الممارسة الإعلامية للقائم بالاتصال واستهدفت إيجاد الإنسان الواعى القادر على تحمل مسئولياته والسير فى أرض الله وتعميرها بمنهاج الله .

### **سابعا : الإخلاص والتجرد :**

من الضوابط الأساسية للممارسة الإعلامية الإسلامية الإخلاص والتجرد. فالقائم بالاتصال يجب أن يجرد نفسه للدعوة بنفسه وماله وقلبه وعقله وروحه، وأن يصبح فى كل أحواله وظروفه خالصاً للدعوة أو الفكرة التى يدعو إليها .

ولذلك لا يصح فى مفهوم النظرية الإعلامية الإسلامية أن يمارس القائم بالاتصال الدعوة

(١) سورة آل عمران آية ٣٠

(٢) سورة المدثر آية ٣٨ .

(٣) سورة الأنعام آية ١٦٤ .

(٤) سورة النساء آية ١١١ .

وهو يطلب لنفسه منصبا أو مالا أو جاها أو أى شئ آخر يمكن أن يعد عوضا أو جزاء أو اجرا نظير القيام بعملية الدعوة. فلم نسمع عن نبي أو رسول طلب لنفسه اجرا على دعوته قال تعالى ﴿ قل لا أسئلكم عليه اجرا، إن هو إلا ذكرى للعالمين ﴾ (١) .

بل أنه عندما كان المعارضون للدعوات الجديدة يلوحون بالمنصب أو الجاه أو المال لم يحدث أن استجاب أحد من الأنبياء أو الرسل أو خضع لضغوطهم.. ومن ذلك مثلا مشركو مكة عندما عرضوا على محمد ﷺ المال والجاه والمنصب والعز فرفض ولم يزد على أن قال " والله يا عم لو وضعوا الشمس فى يمينى والقمر فى يسارى على أن أترك هذا الأمر ما تركته حتى يظهره الله أو أهلك بونه " .

ولهذا أيضا لم تجعل النظرية الإعلامية الإسلامية الدعوة عملا يحتكره أفراد قلائل، وإنما فتحت الباب للجميع، كل بقدر طاقته وجهده وإخلاصه. فكان الطبيب الداعية، والتاجر الداعية، ووجدنا الدعوة عملا يمارسه كل فرد بقدر جهده واستعداده .

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من تحديد هذا الضابط هو أن تجعل التحمس للفكرة مرتبط بالإيمان الكامل بها، لا بما يجنيه الفرد من وراء دعوته من مال أو منصب أو جاه، فإذا قل الأجر أو فقد المنصب والجاه امتنع عن بث دعوته وإقناع الناس بها ولذلك قال رسول الله ﷺ "من أصبح وهمه الدنيا فليس من الله فى شئ" بمعنى ألا يهتم الناس بصفة عامة، والقائمون بالاتصال بصفة خاصة بالدنيا اهتماما يصرفهم عن القيم الروحية من الإيمان والعبادات والفكر والذكر والخلق الفاضل والأدب الرفيع، ويدفعهم إلى الاهتمام بالشهوات والاستجابة للأهواء والتوسع فى لذائذ الجسد والافتتان بها. وهو ما يؤدى إلى الصراع بين الأفراد والأمم والشعوب. ولذلك قال رسول ﷺ "إن الدنيا حلوة خضرة، وإن الله مستخلفكم فيها فناظر كيف تعملون، فاتقوا الدنيا، واتقوا النساء، فإن أول فتنة بنى إسرائيل كانت فى النساء" وقال تعالى ﴿اعلموا أنما الحياة الدنيا لعب ولهو وزينة وتفاخر بينكم وتكاثر فى الأموال والأولاد﴾ (٢) .

ومسئولية القائمين بالاتصال فى نطاق هذا المبدأ تنحصر فى أن يكونوا هم أكثر إخلاصا لجماهيرهم وأكثر حرصا على ما فيه خيرهم ومصالحتهم، منزهين أنفسهم من التكالب على الدنيا أو الحرص على المنصب أو الجاه، وإنما أصحاب عواطف نبيلة ومشاعر حية تنفعل بالخير وتجعله أعلى هدف لها فى الحياة، هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فإن عليهم أن ينموا فى جماهيرهم الرغبة فى العمل الخالص لله والتواد والتحاب والحرص على الآخرين الأمر الذى يحرر المجتمع من عبودية المادة وسيطرة الشهوات ويخفف من حدة القلاقل والمشاحنات والحروب .

(١) سورة الأنعام آية ٩٠ .

(٢) سورة الحديد آية ٥٧ .

## ثامنا : الإحاطة بمكونات الظرف الاتصالي :

وتعنى أن تقوم الممارسة الإعلامية على التزام من قبل القائم بالاتصال فى حقل الإعلام الإسلامى بتوفير كافة متطلبات النجاح لدعوته ويتضح هذا من حديث رسول الله ﷺ " المؤمن كيس فطن " ومن قول الله عز وجل ﴿ قل هذه سبيلي أدعو إلى الله على بصيرة أنا ومن أتبعنى ﴾ (١) وأيضا ﴿ ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة ﴾ (٢) .

والدعوة إلى الله على بصيرة، تعنى أن يحيط القائم بالاتصال بمتطلبات الظرف الاتصالي . فهو يجب أن يكون على بصيرة بما يدعو إليه، أى أن يحيط إحاطة تامة بالموضوع الذى يقدمه وأن يدعو وهو على بصيرة من نفسه، وعلى بصيرة بطرق الإقناع، وبأساليب الفن الإعلامى، وبأحوال من يدعوهم؛ السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية. وأيضا بالتعرف على طبائع الناس واهتماماتهم وميولهم والجماعات التى ينتمون إليها والطريقة المثلى لتحقيق اتصال معهم، والعوامل التى تؤثر على كيفية استجابتهم للرسالة الإعلامية .

فالمؤمن كيس فطن، ومن الكياسة أن يوفر كافة متطلبات النجاح لدعوته. لأنه إنسان هادف إلى تحقيق الخير العام لنفسه وللآخرين، وعندما يتصل بالآخرين فلأجل هذا الهدف، وإذا كنا نعد التربة أولا لإلقاء البنور . ونحرص على دراسة نوع التربة وخصائصها والنباتات التى توجد فيها حتى نحصل على أعلى إنتاجية وذلك قبل القيام بعملية زراعة الأرض، كذلك ونحن نتصل بالآخرين، يجب أن نحيط بكافة مكونات الظرف الاتصالي، كما أوضحت ذلك النظرية الإعلامية الإسلامية .

وبهذا يتعامل القائم بالاتصال مع جمهوره وهو على أرض صلبة من الحقائق، تقربه منهم، وتجعله وهو يحدد أهدافه لا يتوقف عند رغباته وأماله. وإنما عند رغبات الجمهور وتطلعاته وأحلامه، فتصبح من ثم أهدافه تلبية لاهتمامات أغلب الناس الذين يعمل من أجلهم .

وهذا الشغف بالناس وبمشكلاتهم هو سر نجاح العمل الإعلامى ذلك أنه يهيب النفوس ويفتح القلوب لتلقى الرسالة الإعلامية ويجعل الجمهور يشعر بشئ من الحب والتقدير للقائم بالاتصال. كما أن القائم بالاتصال من ناحيته عليه بعد أن يدرس جمهوره ويتفهم كل ما يتعلق بهم من عوامل يمكن أن تؤثر على دعوته لا يجلس فى قمقم، بل عليه أولا أن يشعر الجمهور بهذا الحب، وهذا الاهتمام والتقدير والحرص على كل ما فيه صالحهم وخيرهم، وشعاره من أجل إقناع الناس يجب أن نمد لهم يدا مخلصه نافعة مجردة من الأنانية والمصلحة الذاتية .

(١) سورة يوسف آية ١٠٨ .

(٢) سورة النحل آية ١٢٥ .

وبذلك تتأكد فعالية القائم بالاتصال فى مجال بناء المجتمع الإسلامى، وإعداد الرأى العام، وتهيئة الجماهير لفهم مشاكلها ومساعدتها على حلها اعتمادا على الحقائق، والحقائق وحدها، لأنها وحدها هى التى تستطيع أن تصل إلى قلوب الأفراد وتتحصل على تأييدهم الفكرى والمعنوى والنفسى .

ولن يتيسر لها ذلك إلا إذا أنشئت هذه الوسائل مراكز الأبحاث التى تقوم بإعداد الدراسات والبحوث التى تساعد على حسن تثهم الجماهير .

ويدخل فى نطاق هذا المبدأ انتماء القائمين بالاتصال إلى من يتوجهون إليهم بالدعوة. فهذا مما يساعد على زيادة الإحساس بهم، وهو نفس ما أخذت به النظرية الإعلامية الإسلامية. يقول تعالى ﴿ وما أرسلنا من رسول إلا بلسان قومه ﴾ (١) . وأيضا قوله تعالى ﴿ لقد جاءكم رسول من أنفسكم عزيز عليه ما عنتم حريص عليكم بالمؤمنين رؤوف رحيم ﴾ (٢) .

أى عليم بأمالهم وأحلامهم وأفكارهم وميولهم وتطلعاتهم، الأمر الذى يساعد على حسن إدارة شئون الدعوة وتوجيهها الوجهة التى تراعى كافة الجوانب النفسية للجماهير وتحقق للدعوة النجاح والانتشار .

### تاسعا : الحرية الإعلامية :

قامت النظرية الإعلامية الإسلامية على أساس مبدأ الحرية الإعلامية، فالحرية حق وواجب لكل إنسان، سواء كان مرسلا للرسالة الإعلامية أو مستقبلا لها . وواجب على الآخرين رعاية هذا الحق الإنسانى، على أساس أن حق الفرد على المجتمع واجب ملزم للجماعة بأسرها .

وتعتبر الحرية الإعلامية تتويجا لمبدأين أخذ بهما الإسلام وهما :

١ - المسئولية : ٢ - الواجب .

والمسئولية كما يقول الدكتور : حسين فوزى النجار فى كتابه "الإسلام والسياسة" ليست مسئولية الضمير ، أو مسئولية القانون (٢) وإنما هى مسئولية الإنسان أمام الله مباشرة، وهى مسئولية لا تقف عند الحدود الظاهرة من الأقوال والأفعال فحسب بل تتناول النوايا وما تخفى الصدور ، فالله عليم بكل شئ، ولا تغيب عنه جل جلاله صغيرة ولا كبيرة فى السموات ولا فى الأرض ﴿ أينما تولوا فثم وجه الله ﴾ (٤) ﴿ وهو بكل خلق عليم ﴾ (٥) .

(١) سورة إبراهيم آية ٤ .

(٢) سورة التوبة آية ١٢٨ .

(٣) د. حسين فوزى النجار " الإسلام والسياسة " دار الشعب القاهرة ١٩٧٧م ص ٩٢ - ٩٥ .

(٤) سورة البقرة آية ١١٥ .

(٥) سورة يس آية ٧٩ .

فالإنسان مسئول عن نواياه، مسئول عن أعماله أمام الله مباشرة، ولكل عمل جزاؤه، ولكل حسنة ثوابها، والجماعة الإنسانية مسئولة عما تعمل مسئولية الفرد سواء بسواء، إن قصرت في أدائها لقيت من جزاء الله ما يلقي الفرد من جزائه .

ومن هذه المسئولية يبرز الواجب، فما يعد حقا للفرد أو المجتمع، هو فرض واجب على الفرد للفرد وعلى المجتمع للفرد وعلى الفرد للمجتمع وعلى الدولة للفرد والجماعة معا، فالجماعة الإسلامية كل متكامل يلتقى فيها الفرد بالمجتمع في نظام يحكمه الواجب الذى يرقى إلى درجة الإلزام.

ويفوق الواجب كل إرادة أخرى للفرد، وهو الذى يحدد معنى الحرية ومداها . وفى قوله تعالى ﴿ يريد الله بكم اليسر ولا يريد بكم العسر ﴾<sup>(١)</sup> ما يفصح عن حكمة التشريع الإسلامى، وهى سعادة الإنسان وأمنه دون غلو أو إسراف . فالشريعة تحكم علاقات الإنسان كما تحكم عقيدته الدينية، وهى التى تحدد مضمون الحرية، فالحرية ليست مطلقة، ولكنها تحمل فى بذرتها القيود التى تحكمها، فالحرية المطلقة حرية مدمرة، فإن قيدت فلمصلحة الفرد والمجتمع.

وفى إطار هذا النطاق تتحرك الحرية الإعلامية، فهى تقوم على أساس من الثقة فى التزام الأفراد طواعية بمصلحة الفرد والمجتمع، ولا يتيسر ذلك دون التزام بتدعيم قيم الإسلام ومبادئه ومعانيه، وهى فى الوقت نفسه قيم الإنسانية ومبادئها ومعانيها فى كل زمان ومكان .

وبذلك لا يكون هناك فرض أو رقابة أو تدخل بأى شكل فى عمل القائمين بالاتصال سوى التدخل الذاتى أو المسئولية الذاتية لهم أمام أنفسهم وأمام الله مباشرة .

كما أنه لا يوجد أى تدخل على حرية المستقبلين للرسالة الإعلامية، فهم يتعرضون للمواد التى يختارون هم أنفسهم أن يتعرضوا لها . أما القيد الوحيد الذى جعلته النظرية الإعلامية الإسلامية على حرية العمل الإعلامى فهو فى جوهره قيد أخلاقى يستمد مقوماته من القيم الثابتة للدين الإسلامى .

وهدف النظرية الإعلامية الإسلامية من إقرار هذا المبدأ يتلخص فى حفز كافة القائمين بالاتصال على العطاء بلا حدود ، وتكريس إمكانياتهم ومواهبهم من أجل نشر وتدعيم القيم الدينية من ناحية ومن ناحية أخرى تهيئة الظروف التى تجعل جمهور المستقبلين للرسالة الإعلامية يتلقونها دون تحفظ.. الأمر الذى يدعم ثقة الأفراد فى أنفسهم وفى بعضهم البعض. ويجعلهم أقدر على الصلابة والصمود ومقاومة التحديات التى تواجه المجتمع الإسلامى فى كل عصر وأوان

(١) سورة البقرة آية ١٨٥ .

## عاشرا : التوازن الإعلامى :

يهتم الإعلام الإسلامى بتحقيق التوازن بين طرفى العملية التعليمية المرسل و مستقبل. فمن خلال هذا التوازن يتحقق احترام شعور الإنسان بذاته كعقل ووعى متميز. وتتحقق أيضا وظائف الإعلام فى المجتمع المسلم. فالقائم بالاتصال يزود الجمهور بالأخبار الصحيحة والمعلومات السامية لا وفق أهوائه وميوله ولا وفق سياسات المؤسسات الإعلامية التى يعمل بها وحسب وإنما وفقا للمبادئ السامية التى تأخذ بيده نحو الموضوعية فى الإعلام وخاصة الموضوعية الهادفة التى تحقق الاستقرار للمجتمع .

ومن ناحية أخرى فللجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية فى إطار هذا التوازن الإعلامى حق المراقبة وحق الضغط الاجتماعى على القائمين بالاتصال إن خرجوا عن الأهداف الأساسية المعلنة التى أقرها الإسلام، ولذلك فقد أعطى الإسلام الحصانة لإجماع الجمهور على موقف معين. قال رسول الله ﷺ " لا تجتمع أمتى على خطأ " فاجتماعها على أمر يدل على أنه صواب".

والجمهور فى مفهوم التوازن الإعلامى كيان واع وقادر على التفكير وعلى اتخاذ القرار. ليس ككيان متكامل وإنما كأفراد مستقلين. وبحكم وحدة الإطار الدلالى الإسلامى الذى يتحركون فى نطاقه فإن القرارات التى ينتهون إليها تكون متقاربة ولذلك حثت النظرية الإعلامية الإسلامية الأفراد على التفكير المستقل بحيث يفكر كل فرد على حدة - أو كل اثنين - لأن ذلك أدعى إلى إعمال الفكرة قال تعالى ﴿ قل إنما أعظكم بواحدة أن تقوموا لله مثنى وفرادى ثم تتفكروا ما بصاحبكم من جنة ﴾ . (١)

وفى هذا الإطار يتخذ كل فرد قراره .. ومن مجموع هذه الآراء يتكون رأى الجماعة وهو هنا رأى واع لأنه ناتج عن إعمال فكر وليس ناتجا عن إحساس بالسلطة التى لا تقهر أو شعور القطيع والانقياد كما يقول علماء الاجتماع .

ففى مواجهة القائم بالاتصال تنشأ من ثم مسئوليات الجمهور، فعليه أن يتحقق من صحة وقيمة الأخبار والموضوعات المقدمة إليه قبل أن يتخذ أى موقف قال تعالى ﴿ يا أيها الذين آمنوا إن جاعكم فاسق بنبا فتبينوا أن تصيبوا قوما بجهالة فتصبحوا على ما فعلتم نادمين ﴾ (٢) وله أيضا أن يستعين بأهل رأى والخبرة من المتخصصين وغيرهم لمساعدته على تفهم الأحداث

(١) سورة سبأ آية ٤٦ .

(٢) سورة الحجرات آية ٦ .

وتفسيرها وحسن إدراكها قال تعالى ﴿ وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولَى الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ﴾ (١) .

ولا شك أن شعور القائمين بالاتصال برقابة الجمهور لهم من شأنه في حالة افتقادهم للرقابة الذاتية أن يجعلهم يراجعون أنفسهم ألف مرة قبل أن يقدموا أخبارا أو معلومات أو حقائق كاذبة خاصة إذا ما عرفوا مقدما أنهم سيكونون مرفوضين من الجماهير التي ستقيم رسائلهم على ضوء إطار الدلالة الإسلامى .

ولهذا كان على القائم بالاتصال فى المجتمعات الإسلامية أن يتحرى الصدق والإخلاص وأن يبذل قصارى جهده لكلمة الحق .. قال رسول الله ﷺ « لا يحقرن أحدكم نفسه أن يرى أمرا الله فيه مقال .. فلا يقول فيه .. فيلقى الله قد أضاع ذلك .. فيقول ما منعك أن تقول فيه .. فيقول يارب خشية الناس فيقول فأياى كنت أحق أن تخشى » .

أما إذا تعمد إشاعة الأخبار الكاذبة وفرط فى أمانة الكلمة ومسئوليتها فقد حدد له الإسلام ما ينتظره من عقاب يوضح ذلك حديث رسول الله ﷺ « أيما رجل أشاع على رجل مسلم بكلمة وهو منها برئ يشينه فى الدنيا كان حقا على الله أن يذيبه يوم القيامة فى النار حتى يأتى بإنفاذ ما قال "ومن يصحح مثل هذه الأخبار. قال رسول الله ﷺ " من ذب عن عرض أخيه بالغيبة كان حقا على الله أن يقيه النار " .

وبهذا التوازن تتضح القيمة الحقيقية للجمهور .. فهو جمهور عاقل وواع وناضج وقادر على مراقبة القائمين بالاتصال وتحديد قيمتهم الفعلية ومقدرتهم على التأثير فى المجتمع .. وتتحدد مسئولية الإعلاميين فى الحرص على رفع مستوى ثقافته ووعيه والسمو بذوقه حتى يتمكن من أن يكون هو نفسه حكما على هؤلاء الإعلاميين يتقبل منهم ما يتفق والذوق الإسلامى والقيم الإسلامية ويرفض ما لا يتفق معها .

---

(١) سورة النساء آية ٨٢ .