

الفصل الأول الإعلام الإسلامي

مفهومه، تعريفه، أهدافه، مصادره

عملية الإعلام:

يمسك الإعلام اليوم بمقاليد الأمور في العالم كله، وهيمنته شاملة لمناحي الحياة كافة، وتأثيراته خارج القياس والتوقع. وإذا كان الغرب المتقدم يعاني من وطأة وسائل الإعلام، وقنواته الضاغطة على الفكر والشعور، فإن السيادة الوطنية في عالمنا الإسلامي يتآكل معناها التشريعي والجغرافي. حيث تنهار الحواجز أمام الفضاء المفتوح والمسموم في آن واحد.

وتنطوي إستراتيجية الإعلام الغربي على «خطة محكمة للسيطرة الإعلامية، يصبح الاستقلال السياسي أمام بثها المباشر ليس أكثر من لافتة، إن الثقافة الوطنية والإسلامية تتعرضان من خلال الفضاء الإسلامي لنسق قيمي مضاد ومغاير، وهو نسق له جاذبيته وإبهاره في ظل التقدم الذي أحرزته صناعة الكلمة المسموعة والمرئية والمقروءة»⁽¹⁾.

وتقوم عملية الإعلام على تنظيم التفاعل بين الناس وتجاذبهم وتعاطفهم في الآراء فيما بينهم، والإعلام في هذه الحالة ظاهرة طورتها الحضارة الحديثة، وجعلتها خطيرة، ودعمتها بإمكانيات عظيمة حولتها إلى قوة لا تستغني عنها الشعوب ولا الحكومات على حد سواء.

(1) إمام، محمد كمال: الإعلام الإسلامي إستراتيجية حضارية، القاهرة، مجلة المسلم المعاصر، العدد 66 / 65، 2005، ص: 5.

الإعلام لغة:

الإعلام لغة كلمة مشتقة من الفعل «أعلم»، ومعنى أعلم: قام بالتعريف والإخبار لغيره، والفعل الثلاثي «علم»، أي عرف وخبر، ويجوز أن نقول علمت الشيء بمعنى عرفته وخبرته⁽¹⁾. وفي القرآن الكريم قوله تعالى: ﴿وَالْآخِرِينَ مِنْ ذُرِّيَّتِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ﴾⁽²⁾.

والفرق بين «عَلِمَ» و«أَعْلَمَ» علمه كَسَمِعَهُ علماً بالكسر، عَرَفَهُ وعلم هو في نفسه، ورجل عالم وعليه جمعها علماء وعُلَام كجُهَال، وعَلِمَهُ العلم تعليماً، وعُلَاماً لكذّاب، وأعلمه إياه فتعلمه⁽³⁾.

يتضح أن الإعلام لغة لا يكون إلا بين طرفين «يقوم أحدهما بالإعلام بالشيء»، سواء كان خبراً أو تعريفاً أو رأياً، ويتلقى الثاني ما أعلم به، ويختلف الإعلام عن التعليم، لأن الثاني يحتاج إلى تكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم، أما الإعلام فلا يحتاج إلى ذلك، بل يكفي فيه مجرد الإخبار، ولكنهما يشتركان في معنى واحد هو: نقل المعارف والمعلومات من المرسل، وهو رجل الإعلام، أو المعلم إلى المستقبل، وهو المتلقي للرسالة الإعلامية، أو المتعلم⁽⁴⁾.

الإعلام اصطلاحاً:

الإعلام اصطلاحاً هو الإخبار أو التبليغ أو الإنباء، ولكنها مرادفات تعني انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنتشر بينهم فتصبح لهم لغة للتفاهم، واصطلاحاً للتفاعل، ووسيلة للمشاركة.

- (1) انظر، ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم: لسان العرب، بيروت، دار صادر، د.ت. ج2، ص: 871.
- (2) سورة: الأنفال، الآية: 60.
- (3) الفيروزآبادي، مجد الدين محمد بن يعقوب: القاموس المحيط، بيروت، المؤسسة العربية للطباعة والنشر، د.ت. ج2، ص: 155.
- (4) الغلاييني، محمد موفق: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، جدة، دار المنارة، 1405 هـ/ 1985م، ص: 40.

وإذا كان تعريف «أوتوغورت» الألماني للإعلام بأن: «الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت ذاته»⁽¹⁾ هو السائد في العديد من كتب الإعلام، فإن مفهوم الإعلام في العصر الحاضر قد اتسع، ولم يعد يقتصر على الإخبار السريع والتعبير الموضوعي لعقلية الجماهير فقط، بل أضحى علماً قائماً بذاته، له أهدافه ومفاهيمه ونظمه. بحيث يصبح تعريف الإعلام عند «عبد اللطيف حمزة» كالتالي: «تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم»⁽²⁾.

ويورد «سيد الشنقيطي» مجموعة من التعريفات للإعلام، وفيها بيان أنه يعتمد على الحقائق المجردة مع الصدق والموضوعية، وأن الإعلام الوضعي ليس له طبيعة واحدة، فمنه ما هو صادق، ومنه ما هو كاذب، ومنه ما هو خير، ومنه ما هو شر، ومنه ما هو ضلال، والتعريف الذي يوضع له لا بد أن يشمل كافة أنواعه، وذلك ما لم نلاحظه في التعريفات الإعلامية السابقة، حيث غلب على معظمها الميل إلى الحكم بغاية الإعلام، أو لما يجب أن يكون عليه الإعلام»⁽³⁾.

ويعرّف الإعلام بقوله: «هو كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر، أو عواطف، أو أفكار، أو تجارب قولية، أو سلوكية شخصية، أو جماعية إلى فرد أو جماعة، أو جمهور، بغية التأثير، سواء أكان الحمل مباشراً بواسطة وسيلة اصطلح عليها أنها إعلام قديماً أو حديثاً»⁽⁴⁾.

يتضح أن الإعلام الذي يقوم على الاتصال يتولى نقل عادات العمل والتفكير

(1) حمزة، عبد اللطيف: الإعلام والدعاية، القاهرة، دار الفكر العربي، ط 2، 1398 هـ / 1978 م، ص: 76.

(2) المرجع السابق ذاته، ص: 75.

(3) انظر، الشنقيطي، سيد محمد ساداتي: مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم، دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله، الرياض، دار عالم الكتب، 1406 هـ / 1986 م. ص: 17.

(4) المصدر السابق ذاته: ص: 18.

من الكبار إلى الناشئين، ولا تستمر الحياة الاجتماعية بغير هذا النقل الشامل، ويستمر المجتمع بنقل الخبرة، واتصال الأفراد بعضهم ببعض، «فالناس يعيشون جماعات يشتركون في الأهداف والعقائد والمعلومات، والاتصال وسيلة اكتسابهم كل ذلك، ويندمج الإنسان في عملية الاتصال منذ ميلاده، ولا يمكنه العيش بدونها، فهو يتصل بمحيطه الطبيعي والاجتماعي، والذي يمكنه من تحقيق هذا الاتصال هو اللغة اللفظية التي تطورها الثورات الصناعية المتلاحقة، ووضعت في خدمتها أساليب ووسائل إعلامية متعددة»⁽¹⁾.

الإعلام الإسلامي:

تطرق الباحثون المسلمون، في أواخر القرن العشرين إلى الإعلام الإسلامي، لكن الكتابات في هذا المجال لا تزال بكرة، ويظهر من خلال هذه الكتابات، أن التعريف الإسلامي يتمحور حول ثلاثة مفاهيم هي:

- المفهوم الأول: يفرق الباحثون بين الدعوة والإعلام والدعاية، فالدعوة: هي: «جميع الجهود التي بذلها رسول الله ﷺ في سبيل الرسالة التي بعثه الله تعالى من أجلها، وقد شملت هذه الجهود جميع الوسائل الإعلامية التي ظهرت في الإعلام، أما الإعلام: فهو قاسم لجميع الجهود التي بذلها الخلفاء الراشدون، وأما الدعاية: فهي الجهود التي بذلها الحكام المسلمون، وأقاموا عليها حكوماتهم، وذلك منذ حكم معاوية بن أبي سفيان رضي الله تعالى عنه إلى وقتنا هذا»⁽²⁾.

ويؤخذ على هذا التعريف أن الدعوة الإسلامية لا تقتصر على حياة الرسول الله ﷺ، لأنها تعني بذل جميع الجهود المتاحة لتبليغ الإسلام للناس، وإقناعهم به بالحكمة والموعظة الحسنة. لقوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِّ لَهُمْ بِلَاتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾⁽³⁾. وكل مسلم مكلف بالدعوة إلى الله تعالى قدر استطاعته واستعداداته.

(1) هام، طلعت: مائة سؤال في الإعلام، بيروت، مؤسسة الرسالة، 1408 هـ/ 1988 م، ص: 8.

(2) حمزة، عبد اللطيف: الإعلام في صدر الإسلام، القاهرة، دار الفكر العربي، ط 2، 1978 م، ص: 16.

(3) سورة: النحل، الآية: 125.

- المفهوم الثاني: الإعلام هو نتاج بيئة، لذلك لا يمكننا أن نصبغ الإعلام بالصبغة الإسلامية إذا كانت بيئته بعيدة عن الإسلام، فلا بد أن يتحول المجتمع إلى الإسلام، كي يستطيع إيجاد إعلام إسلامي سليم، «ولا نستطيع أن ننشئ إعلاماً إسلامياً إلا حين تنطبق حياتنا على قواعد الإسلام وأركانه انطباقاً كاملاً تنبثق انبثاقاً ذاتياً من الإسلام، ومفاهيمه»⁽¹⁾.

- المفهوم الثالث: الإعلام الإسلامي هو إعلاء كلمة الله تعالى، في كل عصر، بوسائل الاتصال كافة، المناسبة لكل عصر، والتي لا تتناقض مع مقاصد الشريعة الإسلامية، وهو أداة كبرى بيد الدعاة إلى الله ﷻ على مر العصور، لكن هذه الأداة تختلف من عصر إلى عصر تبعاً للتطور، فلكل عصر وسائله في الاتصال، وهذا واضح جداً في عصرنا الحاضر، الذي تطورت فيه هذه الوسائل بشكل كبير حتى وصلنا إلى مرحلة استخدام الأقمار الصناعية⁽²⁾.

ويستشف من هذه المفاهيم ما يلي:

- أولاً: ينطلق الإعلام الإسلامي من مجتمع مسلم تطبق فيه أحكام الإسلام وتشريعاته، في مختلف شؤون الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، تحقيقاً لمقتضى العقيدة الإسلامية التي ترد الأمر كله لله تعالى ولرسوله ﷺ، وبذلك يرتبط الإعلام الإسلامي بالعقيدة الإسلامية ارتباطاً وثيقاً، ويطرح الأمور، ويحلل الأحداث، ويعرض الحلول من خلال المنظور الإسلامي.

- ثانياً: لا يقتصر الإعلام الإسلامي على الوسائل الإعلامية القديمة فقط، من خطبة، ودروس، ومحاضرة، وإنما عليه أن يفيد من الوسائل الحديثة من المذياع، والتلفاز، والسينما، والمسرح، والإنترنت، والصحيفة، والمجلة... إلخ. ويستخدم تلك الوسائل استخداماً راقياً جذاباً شاملاً لكل الوظائف الإعلامية، كي تحقق الغرض المطلوب، وتجذب انتباه الناس إليه، والسيطرة على عقولهم وقلوبهم.

(1) قطب، محمد: الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية، الرياض، منظمة الندوة العالمية للشباب الإسلامي، 1399 هـ/ 1979 م، ص: 160.

(2) انظر، إمام، إبراهيم: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي، 1979 م، ص: 71.

- ثالثاً: الإعلام الإسلامي ليس واعظاً فحسب يقتصر على الأحاديث الدينية والمواعظ - وإن كان لا غنى عنه - وإنما هو عرض لجميع الأمور من وجهة نظر إسلامية، وذلك مثل النشرة الإخبارية، وعرض المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، «الأخبار مثلاً تحوي أنباء الصراع بين البشر، وهذا الصراع له تفسيره في الإسلام، لأن معظم الصراعات القائمة اليوم هي صراعات جاهلية في نظر الإسلام، وعلينا أن نقول ذلك للناس لتربي فيهم الحس الإسلامي والتقويم الإسلامي»⁽¹⁾.

ويمكننا من خلال ذلك، أن نعرف الإعلام الإسلامي على النحو التالي: الإعلام الإسلامي هو توصيل لكلمة مسموعة، أو مقروءة، أو منظورة، صادقة أمينة، لا تعكس مصالح ذاتية إلى جمهور معين، مع العمل على إقناعه بها لما فيه مصلحته في الدنيا والآخرة، انطلاقاً في ذلك من رؤية قرآنية إسلامية، وذلك باستخدام الوسائل الاتصالية المتاحة في إطار الالتزام بأخلاقيات الإسلام ومبادئه.

أهداف الإعلام الإسلامي:

يهدف الإعلام الإسلامي خدمة الإسلام ومبادئه، والإسهام «في إعداد المسلم إعداداً كاملاً ومتوازياً على أسس منهجية وسلمية، بحيث يقوم بإعلامه وتعليمه وتبصيره بأركان دينه وجوهره وعظمته، ليتمثل المسلم تاريخ الدعوة الإسلامية وأبطالها ومعطياتها»⁽²⁾.

وإذا كان الهدف من العملية الإعلامية كلها هو الإنسان، أي تسخير الوسائل والأساليب الإعلامية لإيصال فكرة معينة إلى المستقبل، فإن أهداف الإعلام الإسلامي في العصر الحديث، لم تتضح معالمها بعد، وربما يعود ذلك إلى حداثة مفهوم مصطلح الإعلام الإسلامي، وإلى عدم وجود متخصصين في هذا المجال.

ويحدد يوسف رمضان هذه الأهداف بأنها كالتالي:

1 - تجديد الدعوة إلى التوحيد، وهذه الدعوة لا تعني أن التوحيد غير

(1) قطب، محمد: الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية، مصدر سابق، ص: 16.

(2) إمام، إبراهيم: أصول الإعلام الإسلامي، القاهرة، دار الفكر العربي، 1987، ص: 38.

موجود، بل تجديد الدعوة هو تذكير مستمر يركز عليه الداعية الإسلامي دائماً.

2 - دعوة المسلمين بعضهم بعضاً إلى الخير، لقوله تعالى: ﴿إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّاصَوْا بِالصَّبْرِ﴾⁽¹⁾، ومعنى هذه الدعوة إرجاع المسلمين إلى جوهر الإسلام وتشريعه الحكيم، وتعميق ذلك في نفوسهم.

3 - دعوة غير المسلمين إلى الدخول في الإسلام.

4 - الجمع بين تحريك الإيمان في نفوس المخاطبين والمجتمع الإسلامي، وإثارة الشعور الديني، وتنميته، وتربيته.

5 - صيانة الحقائق الدينية والمفاهيم الإسلامية من التحريف، وإخضاعها للتصورات العصرية الغربية، ومن المصطلحات السياسية، والاقتصادية التي نشأت في أجواء خاصة وبيئات مختلفة.

6 - تحرير العقيدة مما قد يشوبها من أباطيل الخصوم وافتراءاتهم.

7 - الدعوة إلى التعليم، فالتعليم طريق إلى الإيمان.

8 - تأكيد معنى الحرية، فقد أعطى الإسلام الحرية الكاملة للإنسان فيما يفعل، وقيدتها بعدم المساس بمبادئه والإساءة إليه.

9 - الدعوة إلى الوحدة الإسلامية، فما أصاب المسلمين، وما يصيبهم هو بسبب تفرقهم لقوله تعالى: ﴿وَلَا تَنَزَعُوا فَنَفْسُلُوا وَتَذَهَبَ رِيحُكُمْ﴾⁽²⁾.

10 - دعم اللغة العربية والتمسك بالدعوة إليها، فالفصحى لغة القرآن الكريم، ومن أسباب فرقتنا عدم محافظتنا على هذه اللغة، والتساهل في جعل اللهجات المحلية لغة وسائل الإعلام.

11 - بعث الفكر الإسلامي الأصيل، والتماس منابعه في القرآن الكريم والسنة الشريفة، فكل مقومات الحضارة موجودة في الفكر الإسلامي، وبناء الحضارة الإسلامية المعاصرة، وربط الماضي بالحاضر.

(1) سورة: العصر، الآية: 3.

(2) سورة: الأنفال، الآية: 46.

12 - تجلية محاسن الإسلام ومزاياه، وتقريب مفاهيمه وخصائصه حسب قدرات الناس ومداركهم، والربط بين الدين والعلم، والعلم والدين والأخلاق، وبين الدين والتربية والمجتمع، وبين الدين والدنيا.

13 - بث الفضائل الأخلاقية والسلوك القويم في العادات الإسلامية السليمة، مثل: الوصاية بالجار، رد الحقوق إلى أهلها، كفالة اليتيم، العناية بالأرملة... . وحماية المجتمع الإسلامي من الأخطار الخارجية والدعايات المسمومة، وذلك بالرد عليها، والعمل على نشر المعلومات والأخبار الصادقة.

14 - غرس مبادئ الإسلام والثقافة الإسلامية على المستويات كافة، أهمها: الأسرة، المدرسة، المسجد، وسائل الإعلام المختلفة، بما فيها وسائل النشر من صحافة وكتب وإذاعة وتلفاز، وإنشاء المعاهد والكلية الإعلامية المتخصصة الإسلامية.

15 - الاستيعاب الحق لتقنيات الوسائل الإعلامية الحديثة علماً وممارسة، والاهتمام بالجانب الترفيهي الهادف من خلال برامج ومشاهد وتمثيلات⁽¹⁾.

في حين يرى «محمد إمام» أن أهداف الإعلام الإسلامي يمكن تركيزها في أمرين هما: تدعيم الإسلام، وتعميم الإسلام. ونستطيع أن نطلق على هذين الأمرين: الأهداف الإستراتيجية للنظام الإعلامي الإسلامي، وعنهما تنفرع أهداف جزئية كثيرة، ولكل هدف منها نظامه ودليله للعمل.

ويتطلب تدعيم الإسلام خطة عمل واسعة النطاق، وتستوعب هذه الخطة مجالات عدة، من بينها:

1 - نشر حقيقة الإسلام بين المسلمين.

2 - تأكيد العلاقة الوثيقة بين الإسلام وبين التربية والتعليم.

(1) انظر، محمد خير رمضان، يوسف: من خصائص الإعلام الإسلامي، مكة المكرمة، رابطة العالم الإسلامي، 1410 هـ / 1990 م، ص: 18/13.

3 - مواكبة الواقع بكل المتغيرات التي تجري فيه، وتقديم البدائل الإسلامية حتى لا يلجأ المسلم إلى استيراد الحلول، وتجريب التطبيقات المستوردة والأفكار المستجلبة.

ويتطلب تعميم الإسلام خطة عمل واسعة النطاق، منها:

1 - إقامة جهاز قوي مادياً وبشرياً للدعوة الإسلامية يشرف على المراكز الإسلامية في الخارج ويزوّد بها بكل ما تحتاج إليه من تجهيزات على أحدث وأعلى مستوى.

2 - العناية بكلّيات الدعوة الإسلامية في العالم الإسلامي، ووضع برنامج متكامل، ووضع برامج واضحة للإعلام الإسلامي، تمكّنها من تخريج مجموعات متعددة من الإعلاميين والدعاة، يمكن أن يقال عنهم: إنهم كوادراً معدّة دينياً وعلمياً للقيام بأمانة تبليغ الدعوة.

3 - العمل على رعاية الجاليات الإسلامية في الدول الأجنبية كي لا يتعدوا عن الإسلام نتيجة الجهل به، أو التعرض لضغوط عديدة في دول لا تدين بالإسلام، وحتى يكون المسلم، من هذه الجهات، عنصراً قوياً للدعوة، فهو يعرف لغة البلد الذي يعيش فيه وثقافته.

4 - الدعوة إلى توحيد العالم الإسلامي في جبهة مترابطة تصد هجمات التبشير، وتقود العالم إلى عنصر التنوير حتى يسود دين الحق⁽¹⁾.

لكن هذه الأهداف في معظمها، نصائح وإرشادات وتوجيهات ينبغي على الإعلام الإسلامي الأخذ بها، وتندرج أهداف الإعلام الإسلامي، فيما نرى، ضمن هدفين إستراتيجيين هما: العودة إلى ينباع، والقضايا الأساسية في الفكر الإسلامي.

ويتضح لنا من العودة إلى ينباع أن الخطط المرسومة لمحاربة الإسلام،

(1) انظر: إمام، إبراهيم: أصول الإعلام الإسلامي، مصدر سابق، ص: 34/32.

وتقليص نفوذه، والحيلولة دون تناميهِ، ترمي إلى إثارة الشبهات والشكوك حول مفاهيمه وقيمه، والفرقة بين أبنائه بإثارة التعرات والخلافات فيما بينهم.

ويحتمل مفهوم العودة إلى الينابيع في أمرين اثنين هما:

- الأول: التوحيد، فالتوحيد الذي جاء به الإسلام مختلف عن التوحيد الذي عرضته الثقافات القديمة، وأبرز وجوه الاختلاف هو اختلاف في تصوير الفارق بين الآلهة التي يعبدونها، وبين حقيقة الله تبارك وتعالى، فالحق تبارك وتعالى في الإسلام: ﴿اللَّهُ الصَّمَدُ ﴿٢﴾ لَمْ يَكِدْ وَلَمْ يُولَدْ ﴿٣﴾ وَلَمْ يَكُنْ لَهُ كُفُوًا أَحَدٌ ﴿٤﴾﴾⁽¹⁾.

ويهدف الإسلام، من خلال التوحيد، أن يتوجّه العبد بحركاته كلها وأعماله كلها إلى الله تعالى، وأن يكون بعقله وقلبه ونفسه قاصداً الله تعالى، حتى تسود الأخوة، ويسود التعاون بين المسلمين.

- الثاني: النبوة والوحي، بحيث يقدم الإعلام مفهوم النبوة والوحي كدعامة أساسية ومؤشر طبيعي يفرّق بين الحق والباطل، فيما يكتب مدّعو التجديد والتطور بادعاءاتهم أن النبوة تجربة ذهنية فكرية، وأن أبرز ظواهر النبوة هو الوحي، وهذا الوحي يهبط فجأة في لحظة مجهولة للنبي ﷺ، كأنه ومضة خاطفة لم يسع إليها، ولم يتوقعها. وهي اصطفاء علوي مسبق ببعض الإرهاصات، لكنه لا يعرف التدرج المؤدي إلى ما يسمى بالنضج في النهاية، وأنها تكليف رباني فجائي ينفي الإرادة، فلا خيار لنبي في أن يقبل أو يرفض ما يأتي به الوحي، لقوله تعالى: ﴿وَمَا يَطِّقُ عَنِ الْهَوَىٰ ﴿٢﴾ إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ ﴿٣﴾﴾⁽²⁾.

وتتمثل القضايا الأساسية للفكر الإسلامي، في التالي:

1 - القرآن الكريم: حيث ينبغي توضيح منزلة القرآن الكريم من الرسائل السماوية أساساً، وأنه جاء بأمرين أساسيين هما:

(1) سورة: الإخلاص، الآيات: 1-4.

(2) سورة: النجم، الآيات: 3، 4.

- الأول: تقديم منهج متكامل للإنسان في علاقته بالله تعالى، وبالمجتمع وما يتصل بهذا من المنهج التجريبي، ومنهج المعرفة والعلوم الإنسانية.

- الثاني: كشف زيف ما جاء في الفكر البشري القديم من انحرافات تغلغت في عقول الناس، وخرجت بهم من مفهوم التوحيد الذي هو دين البشرية جمعاء.

2 - اللغة العربية: التي كانت وستظل دعامة كبرى من دعومات أمتنا ومجتمعنا وفكرنا وثقافتنا، والهدف الأكبر للنفوذ الأجنبي في بلادنا هو القضاء على اللغة العربية الفصحى، لأنه حين يريد أن يحجب القرآن الكريم عليه أن يحجب العربية الفصحى، وإحلال العامية مكانها.

ودور الإعلام الإسلامي كشف زيف دعوى أن العامية لغة، وتشجيع المراكز الثقافية ووسائل الإعلام على إشاعة الفصحى في المسرحيات والتمثيلات والأدب الشعبي من أجل القضاء على اللهجات الدارجة، وعلى محاولات من يطلب إسقاط حركات الإعراب جملة وتفصيلاً.

ولا ريب أن كشف هذه المحاولات يضع المثقف المسلم أمام حقيقة الأمور، ويوضح له أبعاد المؤامرة على اللغة العربية وعلى القرآن الكريم والإسلام.

3 - التراث: الذي هو عدة الأمم للارتباط بتاريخها وماضيها وقيمها، والضوء الكاشف لطريقها الصحيح، شريطة الاستفادة من عطائه والتعلم من أخطائه وانحرافات.

ودور الإعلام الإسلامي تبيان ذلك، وربطه بالقيم الأساسية التي هي ميراثنا الأصيل في القرآن الكريم والسنة المطهرة، والإيضاح أن على المسلمين فهم تراثهم فهماً صحيحاً، والعلم أن مسيرتهم الجديدة لا بد أن ترتبط بتراثهم الذي قدموه للبشرية حين صنفوا المنهج العلمي التجريبي، ومناهج المعرفة، وقوانين قيام الحضارات والأمم وسقوطها.

4 - التاريخ: كان تاريخ الإسلام شاملاً جامعاً حتى جاء النفوذ الاستعماري، فحاول تمزيقه تحت أسماء التاريخ الوطني والتاريخ القومي، هذا من ناحية، ومن

ناحية أخرى، حاول انتقاص عناصر قوته، وجوهر حيويته بالتفسير المادي للتاريخ، وتجاهل القوى الروحية والمعنوية ذات الأثر البالغ في تحقيق النصر وتأكيد الذات.

ودور الإعلام الإسلامي إبراز التفسير الإسلامي للتاريخ الذي يجعل الإنسان، ومن ورائه قدر الله تعالى المؤشر الأول في خط سير التاريخ، وأن الإنسان هو الكائن المستخلف، الذي ينفذ قدر الله تعالى في الأرض من خلال سعيه وحركته.

5 - التربية الإسلامية: لكل أمة منهج تربوي مستمد من عقيدتها وقيمها وأخلاقها، ومنهج التربية الإسلامية مختلف عن مناهج اليهودية والمسيحية، متميز بطابع الإسلام في التكامل الجامع، والشباب المسلم مستهدف حتى يكون رخواً ساقطاً منحللاً، تشغله الأهواء والمطامع، وتمتلك عقله ولبه، وتستنزف ما يملك من ثروة وقوة وعافية.

ودور الإعلام الإسلامي توضيح هدف التربية الإسلامية، أنه لا يعني تعليم مسائل العبادة والفقہ فقط، بل تدريس المعارف بمفاهيم إسلامية، لأن الإسلام هو المعيار الذي يوجه سلوك الجماعة.

6 - الطفولة: استهدفت الطفولة الإسلامية بهدف تدمير وجهتها، وتفريغ كيانها النفسي والثقافي، وغاية قوى الاستعمار انحراف الطفولة وفسادها، بإنشاء دوائر معارف تركز على الجنس والعري لتحقيق بروتوكولات صهيون، التي ترمي إلى دفع الأطفال إلى عدم الاستحياء من أعضائهم التناسلية.

ودور الإعلام الإسلامي توجيه الطفل، منذ اليوم الأول، ليفتح عينيه على معالم الحياة الإسلامية في تصرفات والديه، وارتباطهما بالعبادات والمعاملات والأخلاق، فينشأ على تقوى الله تعالى وخشيته ومعرفة مهمة الإنسان في الحياة، ومسؤولية التزامه بالأخلاق.

7 - الثقافة: لكل أمة ثقافتها المستمدة من تاريخها ولغتها، والثقافة غير العلم، والعلم لا وطن له، وكذلك المعرفة، وشاركت كل الأمم في صرح العلم، أما الثقافة فلها خصوصية كل أمة، والأمة متميزة بملامح خاصة بها.

ودور الإعلام إبراز المفهوم الإسلامي للثقافة، وهذا المفهوم يقوم على أمرين:

- الأول: لا توجد ثقافة عربية منعزلة عن انتمائها الإسلامي.

- الثاني: الأساس في بناء أي تصور تربوي أو ثقافي أو اجتماعي هو الإنسان الذي هو مسؤول ومستخلف، ذو إرادة والتزام وأخلاق.

8 - الحضارة: ليس غير الإسلام ديناً يصلح على مستوى الكون، فهو القادر على أن يقدم للعالم عقيدة تنتشل روحه وأدميته من هوة الظلمات المادية التي يتردى فيها.

وعلى الإعلام الإسلامي أن يقدم تصوراً لمفهوم الحضارة الإسلامية، فالإسلام يقدم مفهوماً جامعاً بين الدين والدولة، ولا يفصل بين القيم، بل يمكنها من التلاقي والتكامل، فهو لا يفصل بين العلم والإيمان والتقنية، بل يجمع بينها في كل لا يتجزأ، ولا يفصل بين القوانين والأسباب، وبين الغايات والمعاني.

9 - المرأة المسلمة: على المرأة أن تفهم مهمتها الحقيقية، ووضعها الصحيح الذي رسمه لها الإسلام، إيماناً بأن لها رسالة في المجتمع والأسرة والحياة تختلف عن رسالة الرجل، وهي مكملة له في الوقت ذاته، وعليها أن تؤمن أساساً، بأن الإسلام وحده هو الذي أخرجها من الظلم والظلمات، وأعطاهم حق الحياة، وأقر لها دستوراً يحميها تمام الحماية، ويفسح أمامها الباب واسعاً لتحقيق إرادتها.

وإن هذه الجولة الباطلة الضالة التي تغشى المجتمعات الإسلامية تحت اسم «تحرير المرأة» هي مؤامرة خطيرة، قام بها النفوذ الأجنبي بالاشتراك مع بعض القائمين على مقاليد الأمور من أوليائه لتدمير الوجود الحقيقي للمرأة، وتحويلها إلى أداة من أدوات الاستمتاع الرخيص.

10 - الاقتصاد: لعل من أخطر ما يختلف فيه الفكر الإسلامي عن الفكر الغربي يتمثل في قضية الاقتصاد والربا، فهي علامة الاختلاف الكبرى بين طابع حضارة تقوم على نهب الثروات البشرية من أصحابها، والإسراف في إنفاقها وتبديدها.

ودور الإعلام الإسلامي تبيان أن الإسلام سبق النظريات الاقتصادية البشرية، وقدم للإنسانية خير منطلق لتعاملها، ولكنها أعرضت عنه، وحاولت أن تقيم لها منهجاً خاصاً، فاضطربت بها الطريق بين الرأسمالية والاشتراكية.

11 - الفن في المفهوم الإسلامي: لا يصادر الإسلام أشواق النفس، ولا يطلقها بدون حدود، لكنه يقرها وفق ضوابط وحدود حماية للنفس البشرية، وللمجتمع من الانحدار إلى الفساد والرذيلة، والفرق في مستنقع الإباحة.

ومن هنا يختلف الفن في الإسلام عن الفن في مفهوم الغرب السائد الآن، في المسرحيات والقصص والكتابات وفنون الدراسات المختلفة، المعتمدة على علم النفس الفرويدي بدعوته إلى إعلاء الجنس، والوجودية التي تنتكر لكل قيم أخلاقية، ومن وراء ذلك خلفية أساسية للفكر الغربي تسعى لسيطرة مفهوم الخطيئة الأصلية التي نجا منها المفهوم الإسلامي، حيث لا يقر الإسلام مسؤولية أحد عن خطيئة أحد.

لقد ظهرت فنون العبث والعدمية نتيجة توسع دائرة الفن الوجودي، بعد أن وسّدت له الرومانسية في هروبها وتمرداها، والإسلام لا يقر العبثية، لقوله تعالى: ﴿أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا وَأَنَّكُمْ إِلَيْنَا لَا تُرْجَعُونَ﴾ (1).

ترسم هذه الأهداف الاستراتيجية معالم طريق المجتمع الإسلامي وتذلل الصعوبات التي تعترض طريقة بنائه المتمثلة بتعاليم القرآن الكريم وسنة رسول الله ﷺ.

ويتفرع عن كل هدف من هذه الأهداف فروع عديدة، متنوعة بتنوع الحياة، وتطورها، فالنهوض لا يكون إلا بمنهج إسلامي يكون بديلاً للنظريات والإيديولوجيات والمفاهيم الغربية الرافدة، والمطروحة في مناهج التربية والثقافة والعلوم والفنون (2).

(1) سورة: المؤمنون، الآية: 115.

(2) انظر، الجندي، أنور: نحو بناء منهج البدائل الإسلامية، القاهرة، دار الاعتصام 1989 م، ص: 135/69.

مصادر الإعلام الإسلامي:

يقوم الإعلام الإسلامي بجميع المهام الإعلامية المتعارف عليها، إلى جانب مهمته الأساسية في إرشاد الناس إلى هُدي الإسلام المتمثل في قوله تعالى: ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ﴾ (٥١) (١).

وبما أن القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة هما المصدران الأساسيان للشرعية الإسلامية، فلا بد للإعلام الإسلامي أن يستهدي بهديهما ويسترشد بتوجيهاتهما في المجال الإعلامي، باعتبارهما المصدران الرئيسان للشرعية الإسلامية.

أما الإنتاج البشري الذي يشمل كل ما يمكن «أن يقدم في المجال الإعلامي، وهذا النتاج لا تحده إلا الضوابط العامة، ويقصد بها الضوابط الشرعية والخلقية بحيث لا يعرض ما ينافي الشرع أو يخدش الأخلاق» (٢). يدخل ضمن الاستفادة من تجارب الآخرين في المجال الإعلامي، وذلك أن المصدرين الإسلاميين: القرآن الكريم، والسنة النبوية، لا يأتيهما الباطل من أمامهما ولا من خلفهما، في حين أن المصدر غير الإسلامي «ليبنى على الصدق حيناً، وعلى الكذب حيناً» (٣). ويحتاج إلى التمحيص، والتأكد من صدقه قبل تبنيه وتقديمه.

القرآن الكريم:

عرّف علماءنا القرآن الكريم بأنه كتاب هداية وإعجاز، والهداية شاملة لأمر الدنيا والآخرة لقوله تعالى: ﴿مَا فَرَقْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ﴾ (٤)، وتغلغل القرآن الكريم إلى أعماق النفس البشرية من أمور كثيرة، منها على الصعيد الإعلامي الأمر بالقراءة الذي كان فاتحة الوحي، والقراءة وسيلة هامة من وسائل الإعلام، لأن القراءة تتبعها الكتابة.

(1) سورة: الذاريات، الآية: 56.

(2) جريشة، علي: نحو إعلام إسلامي، القاهرة، مكتبة وهبة، 1409 هـ/ 1989 م، ص: 90.

(3) حمزة، عبد اللطيف: الإعلام في صدر الإسلام، مصدر سابق، ص: 76.

(4) سورة: الأنعام، الآية: 28.

الطابع الإعلامي للقرآن الكريم:

تتابعت مسيرة الوحي، وأخذ القرآن الكريم طابعاً إعلامياً مؤثراً بمضمونه وأسلوبه، وبمبناه ومعناه على حد سواء.

فهو البلاغ المبين بمقوماته الثلاثة التي هي: التوصيل، والتعريف، والإقناع، «ويستغرق ثلاث قواعد أساسية في الإعلام المعاصر هي: الاتصال والتحكم، وبث المعلومات، والحجة المنطقية»⁽¹⁾.

ولعل من أعظم مهام الإعلام إقناع الناس بالتغيير فكراً وسلوكاً، «لأن الإعلام لا تقتصر مهمته على نقل الأخبار والمعلومات، وإنما يهدف إلى تحقيق التغيير السلوكي نحو الأفضل»⁽²⁾، لذلك استخدم القرآن الكريم القصة، وهي من وسائل الإعلام الهامة على نطاق واسع، فعرض من خلالها الكثير من الحقائق الإسلامية، ومن أهم هذه الحقائق ربانية القرآن الكريم، حيث يتلو عقب قصة مريم وذكرياء عليهما السلام، قوله تعالى: ﴿ذَلِكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهِ إِلَيْكَ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يُلْقُونَ أَقْلَامَهُمْ أَيُّهُمْ يَكْفُلُ مَرْيَمَ وَمَا كُنْتَ لَدَيْهِمْ إِذْ يَخْتَصِمُونَ﴾⁽³⁾.

ورسم القرآن الكريم المفاهيم والقيم التي ينبغي على الإعلام الإسلامي اتباعها، ويتمثل ذلك في أمرين هما: مفهوم الأمة الإسلامية، وصورة العمل على وحدتها، ومبدأ الأخوة الإسلامية.

أعطى القرآن الكريم مفهوماً متميزاً للأمة الإسلامية التي هي: «مجموعة الناس التي تدين بعقيدة واحدة، وبتصور واحد، وتدين لقيادة واحدة»⁽⁴⁾، تلتقي على عقيدة الإسلام ومثله ونظامه الشامل للحياة، وهي الأمة الرائدة للأمم الأخرى،

(1) الركابي، زين العابدين: الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية، مصدر سابق، ص: 300.

(2) حاتم، محمد عبد القادر: الإعلام والدعاية، نظريات وتجارب، القاهرة، مكتبة الإنجلو المصرية، 1978، ص: 100.

(3) سورة: آل عمران، الآية: 44.

(4) قطب، سيد: في ظلال القرآن، بيروت، دار الشروق، 1970، ج3، ص: 1385.

لقوله تعالى: ﴿كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾ (1).

لقد اشترطت الخيرية بشروط ثلاثة هي: الأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر، والإيمان بالله تعالى، وهي الشروط التي تتحلى بها الأمة الوسط لقوله تعالى: ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا﴾ (2).

ولا بد أن تكون الأمة، التي هذه هي صفاتها ومهمتها، أمة متحدة متضامنة لتحقيق أهدافها، وهذا ما قرره القرآن الكريم، ودعا إليه في كثير من المواطن، لقوله تعالى: ﴿وَإِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُونِ﴾ (3).

وخاطب القرآن الكريم المسلمين حاثاً لهم على الوحدة والاعتصام بحبل الله تعالى مع تذكيرهم بحالتهم التي كانوا عليها في الجاهلية من التنافر والتدابير، حيث غدوا بعد أن أكرمهم الله تعالى بنعمة الإسلام إخواناً متحابين، لقوله تعالى: ﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا﴾ (4).

وأعطى الإسلام مبدأ الأخوة الإسلامية مفهوماً جديداً للعلاقات بين بني البشر، فالعلاقة المثلى التي تجدر بالإنسان هي القائمة على الأخوة في الله تعالى، والحب فيه؛ لأن هذا الأمر مرتبط بالجانب الإرادي في الإنسان، ويتلاءم مع كرامته وإنسانيته.

أما الروابط البشرية من جنس، أو أرض، أو لغة، أو دم، أو مصالح مشتركة، فهي روابط جامدة لا تليق بكرامة الإنسان، ولذلك فهي غير مناسبة لأن

(1) سورة: آل عمران، الآية: 110.

(2) سورة: البقرة، الآية: 143.

(3) سورة: الأنبياء، الآية: 63.

(4) سورة: آل عمران، الآية: 103.

تكون ركيزة التقائه مع الآخرين، وأن أخوة الإيمان هي الرابط، لقوله تعالى: ﴿ إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴾ (1).

غير الإسلام بهذا الميزان الجديد مفاهيم الجاهلية التي كانت تبني علاقاتها على أساس وحدة الدم والنسب وما إليها، وبذلك أصبح المسلم العربي أماً للمسلم الحبشي والرومي والفراسي، وغداً خصماً عنيداً لأقرب المقربين إليه في النسب، إذا هو نأى عن هدي الإسلام، ولعل أبرز مثال على أهمية الأخوة الإسلامية هو ما قام به رسول الله ﷺ من المؤاخاة بين المهاجرين والأنصار، بعد هجرته من مكة المكرمة إلى المدينة المنورة (2).

وبين القرآن الكريم أهمية الإعلام والحاجة إليه، وحدد سماته، وأوضح معالمه، وأبرز ثلاثة عناصر لا بد منها كي يؤتي الإعلام أكله، وهذه العناصر هي:

الأول: الهدف:

وهو لب الدعوة وجوهرها، ونقطة البدء والنهاية منها، والدعوة سواء أكانت سماوية أم بشرية، لا بد أن تنهض على أسس فكرية ودعائم فلسفية، وتكون الإطار الذي في نطاقه يتحرك الداعية الإعلامي، ويقيم دعوته عليه، ويستحيل أن يخطو الداعية خطوة في هذا السبيل دون أن يكون وراءها دافع معنوي يقود خطاه، ويوجه نشاطه، ويضفي طابعه الخاص على كل ما يصدر عنه، ويبعث في نفسه طاقة إيجابية توجه سلوكه، وتزوده بزاد روحي يعينه على مواصلة الخطى، ليقترب شيئاً فشيئاً من تحقيق هدفه، والوصول إلى غايته.

الثاني: الداعية، أو رجل الإعلام:

تظل الأفكار والنظريات معاني تجريدية حبيسة في صدر أصحابها، أو مسطرة في قلوبهم، حتى تجد الداعية، أو رجل الإعلام الذي ينقلها من واقعها التجريدي

(1) سورة: الحجرات، الآية: 10.

(2) انظر، ابن هشام، أبو محمد عبد الملك: السيرة النبوية، حققها وضبطها وشرحها وجمع فهارسها مصطفى السقا وآخرون، بيروت، دار إحياء التراث العربي، ط 2، 1391 هـ / 1970 م، ج 2، ص:

إلى واقع الحياة، حيث تتحول إلى قوة مؤثرة بعد أن تتبوأ مكانها في النفوس فتتغير بها الحياة⁽¹⁾.

ومن هنا كانت مهمة الداعية أو رجل الإعلام بالغة التعقيد، تحتاج إلى نوع فريد من البشر، يملك طاقات لا تنفذ من العزيمة والصبر، ويتمتع بملكات روحية وعقلية، تجعله أهلاً لأداء الرسالة.

الثالث: المدعوون، أو الجماهير:

يتوجه رجل الإعلام الداعية بدعوته إلى الجماهير، التي يريد استمالتها إليها، ويحثهم على الإيمان بها، والانضواء تحت لوائها، كي يتاح لهذا الإيمان القيام بدوره في تغيير ما عليه الجماهير من فساد في العقائد والقيم والسلوك، ليبنى على أنقاض ذلك الفساد عقيدة صحيحة، ويغرس قيماً فاضلة، ويقوم سلوكاً معوجاً، فيصل في نهاية الأمر إلى بناء حضاري جديد يحقق به دعوته في الواقع الملموس⁽²⁾.

من أساليب القرآن الكريم الإعلامية:

استخدم القرآن الكريم أساليب متعددة لإقناع المستقبلين لفحوى الدعوة الإسلامية، ولدعوة البشر للعمل بمضمونها وتصديقها، ومن بين ما استخدمه القرآن من أساليب للوصول إلى هذه الغايات ما يلي:

1. القصة:

القصة في القرآن الكريم فن مستقل بعيد عن عالم الخيال، ومن دنيا البشر، واستخدمت القصة القرآنية في أهداف إعلامية، من أهمها:

أ- الإخبار: ومن هذا النوع قصة آدم عليه السلام، التي تحكي لنا نشأة آدم عليه السلام،

(1) انظر، الخولي، البهي: تذكرة الدعاة، دمشق، دار القلم، 1977، ص: 33.

(2) انظر، بركة، عبد الغني محمد سعد: أسلوب الدعوة القرآنية، بلاغة ومنهجاً، القاهرة، مكتبة وهبة، 1403 هـ/ 1983 م، ص: 30/15.

وموضع آدم النبي وأبنائه بين الكائنات حيث أشار القرآن الكريم إلى أن آدم عليه السلام خليفة الله تعالى في الأرض، ويروي لنا القرآن الكريم قصة موسى وهارون عليهما السلام وأمرهما مع فرعون، وقصص غيرهما من الأنبياء والمرسلين.

ب - التربية: عرض القرآن الكريم في القصة مواقف إنسانية وكيف حقق المؤمن السعادة والفوز حين التزم منهج الله تعالى، وذلك واضح فيما يقصه عن يوسف، وعن يوسف وأبيه إسحاق عليهما السلام.

ج - التثبيت: سعت القصة القرآنية لتثبيت المؤمن على موقفه، وتسرية ما به من همٍّ وحزن إزاء الصعوبات التي يتجشمها في سبيل الدعوة والإعلام بها، وتثبيت فؤاد الرسول صلى الله عليه وسلم في كثير من المواقع، حين كان يضيق صدره برفض قومه للدعوة الإسلامية ومحاربتة، وإيذاء أصحابه.

د - التعليم: تهدف القصة القرآنية تعليم الناس أصول الدين، وأدب الاستعانة بالله تعالى، وآداب مخاطبة الرسول صلى الله عليه وسلم، وكيف يتعامل المجتمع مع أبنائه، وكيف يعاقب المسيء ويثيب المحسن، نشهد ذلك في قصة قابيل وهابيل، وفي قصة موسى عليه السلام مع ابنتي الرجل المؤمن، وكيف جاءته إحداهما تمشي على استحياء، فمضى أمامها، وهي من خلفه ترشده بصوتها إلى الطريق. وقصص القرآن الكريم كلها تعلم الإنسان قواعد الدعوة وأصول الأخلاق وأسس الحياة الكريمة القويمة.

2. الحوار الإعلامي:

يستخدم القرآن الكريم، في أكثر من موقع في سوره أسلوب الحوار ليؤدي وظائف إعلامية، ويتجلى ذلك في الحوار في رغبة إبراهيم عليه السلام في رؤية كيفية إحياء الله تعالى للموتى، لقوله تعالى: ﴿وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَى قَالَ أُولَئِمُتُؤْمِنٌ قَالَ بَلَىٰ وَلَئِن لِّيُطَمِّئَنَّ قَلْبِي قَالَ فَخُذْ أَرْبَعَةً مِّنَ الطَّيْرِ فَصُرْهُنَّ إِلَيْكَ ثُمَّ أَجْمَلْ عَلَىٰ كُلِّ جَبَلٍ مِّنْهُنَّ جُزْءًا ثُمَّ أَدْعُهُنَّ يَأْتِينَكَ سَعْيًا وَاعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ (١)﴾.

(1) سورة: البقرة، الآية: 260.

وكذلك الحوار الذي دار بين موسى عليه السلام وقومه عندما خرجوا من مصر، وتفاعسوا عن العودة إلى استعمار أرض كنعان، وحُكم عليهم بالتيه⁽¹⁾.

3. التكرار والمعاودة:

يحاول الإعلام الحديث، بوسائل الإلحاح، فُرض وجهة نظر معينة، وتشبيتها في أذهان الناس، «ولعل من أهم وظائف الإعلام وظيفته تثبيت القيم والمبادئ والاتجاهات والمحافظة عليها، ذلك أن لكل مجتمع ديناً معيناً، ونسقاً من القيم والمبادئ والمعايير والأعراف والتقاليد الاجتماعية، التي تشكل مختلف أنماط سلوكه، وكلما كانت أنماط السلوك متفقة مع محتويات النسق القيمي كان التوافق الاجتماعي سمة من سمات هذا المجتمع، وتعمل أجهزة الإعلام من أجل تثبيت النسق القيمي في المجتمع على تناول هذه القيم بمختلف الوسائل الإعلامية: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، ومختلف المؤثرات العلمية والأدبية، وكذلك بمختلف الأساليب التمثيلية الإذاعية: دراما، كوميديا، أحاديث، بحيث تكون نتائج الموضوعات التي يتم تناولها بهذه الوسائل والأساليب مؤدية لتأكيد أفضلية النسق القيمي السائد في المجتمع، والذي يتفق مع الدين، هذا التكرار الإعلامي يعرف في علم النفس التعليمي بالتعزيز أو التدعيم أو التثبيت»⁽²⁾.

ويستخدم القرآن الكريم أسلوب المعاودة والتكرار لتثبيت قيمة ما، أو تدعيم وجهة نظر معينة، فيعرض القرآن الكريم للقصة الواحدة بأساليب متعددة، ويعرض للمفهوم الواحد في حالات وأمكنة مختلفة.

السنة النبوية الشريفة:

عرّف علماء الأصول السنة النبوية الشريفة بأنها: «ما نُقل عن النبي صلى الله عليه وسلم من قول أو فعل أو تقرير»⁽³⁾، والسنة النبوية الشريفة مؤكدة ومُبيّنة للقرآن الكريم لقوله

(1) انظر، إمام، محمد كمال الدين: النظرية الإسلامية للإعلام، الكويت، دار البحوث العلمية، 1981 م، ص: 117/115.

(2) عبد الباقي، زيدان: اتصال الجماهير والدعاية الدولية، الكويت، 1972، ص: 313/314.

(3) السباعي، مصطفى: السنة ومكانتها في التشريع الإسلامي، بيروت، المكتب الإسلامي، 1398هـ، ص: 47.

تعالى: ﴿بِالْبَيِّنَاتِ وَالزُّبُرِ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ﴾ (٤٤) (١). ورسول الله ﷺ قدوة لنا، لقوله تعالى: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَذِكْرٍ كَبِيرًا﴾ (٢) (٢).

واصطلح على تسمية كل ما صدر عن النبي ﷺ «بالحديث»، ويحتوي الحديث النبوي الشريف - إلى جانب كونه تشريعاً موحى به من عند الله تعالى - على خصائص إعلامية يستفيد منه الإعلاميون، وهم يعملون على إظهار معالم الإعلام الإسلامي.

ويعتبر سلوك الرسول ﷺ وتصرفاته قدوة لنا، والقدوة الحسنة في نظر الإعلاميين، وسيلة من وسائل الإعلام، لأن هذه الوسيلة «تغني في ذاتها عن بذل الجهود الإعلامية في سبيل دعوة ينشرونها، أي الإعلاميون، أو فكرة يدعون إليها، أو عقيدة، أو سياسة جديدة يبشرون بها» (٣).

وترجع أسباب القوة والتأثير في الحديث النبوي الشريف إلى أمرين أساسيين هما:

- الأول: كون الحديث مما أوحى الله تعالى به لنبيه ﷺ، ولكنه وحي غير متلو، لقوله تعالى: ﴿وَمَا يَطُّقُ عَنِ الْهَوَىٰ ۗ إِنْ هُوَ إِلَّا وَحْيٌ يُوحَىٰ﴾ (٤) (١)، فاللفظ من عند النبي ﷺ، ولكن المعنى موحى به من عند الله تعالى، ومن هنا وجبت طاعة الرسول ﷺ لأنها من طاعة الله تعالى لقوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنكُمْ فَإِن تَنَزَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهٗ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِن كُنتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ۚ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا﴾ (٥) (٢).

ولعل من أهم أسباب نجاح الوسائل الإعلامية الحديثة السمعية البصرية هو

(1) سورة: النحل، الآية: 44.

(2) سورة: الأحزاب، الآية: 21.

(3) حمزة، عبد اللطيف: الإعلام في صدر الإسلام، مصدر سابق، ص: 65.

(4) سورة: النجم، الآيتان: 3، 4.

(5) سورة: النساء، الآية: 59.

إشراكها حاستي السمع والبصر معاً، وهناك ميزة هامة تتعلق بأداء الحديث النبوي الشريف وهي شخصية قائله - عليه الصلاة والسلام - المتصفة بالقوة والجاذبية والهيبة.

فقد ورد أن أصحاب رسول الله ﷺ «كانوا إذا تكلم كان على رؤوسهم الطير»⁽¹⁾.

- الثاني: اتسمت معاني الحديث النبوي بالأفكار الغنية العميقة التي تتغلغل في أعماق النفس الإنسانية، وهي ذات طابع إعلامي، لأن سمة الإبلاغ هي الغالبة عليها، وهذه السمة «هي السمة الجامعة التي لا سمة غيرها لأنها أصل شامل لما تفرّق من سمات، هي منها بمثابة الفروع، وكلام النبي ﷺ المحفوظ بين أيدينا، إمّا معاهدات ورسائل كتبت في حينها، وإمّا خطب وأدعية ووصايا وأجوبة عن أسئلة كتبت بعد حينها، وروعت الدقة في المضاحاة بين روايتها جهد المستطاع، والإبلاغ هو السمة المشتركة في أفانين هذا الكلام جميعاً»⁽²⁾.

الخطبة النبوية:

تميّزت الخطبة النبوية بسمات الخطابة المتمثلة في الشجاعة، وقوة الشخصية، وسرعة البديهة، وقوة الذاكرة، والإلقاء الجيد، من ارتفاع للصوت، أو انخفاض، أو سرعة، أو إبطاء حسب الموقف⁽³⁾.

وتوافرت في الخطبة النبوية كل عناصر القوة والنجاح، لأنها اكتسبت قوتها من شخصية الرسول ﷺ، فقد «كان رسول الله ﷺ إذا خطب احمرّت عيناه، وعلا صوته، واشتد غضبه حتى كأنه منذر جيش يقول: «صبتحكم ومساكم...» ويقول: «بعثت أنا والساعة كهاتين»، ويقرن بين إصبعيه السبابة والوسطى، ويقول: «أما بعد، فإن خير الحديث كتاب الله، وخير الهدي هدي محمد، وشر الأمور

(1) أخرجه أبو داود في سننه، ج4، ص: 6.

(2) العقاد، عباس محمود: عبقرية محمد، صيدا (لبنان)، المكتبة العصرية، د.ت. ص: 83.

(3) انظر، كارنيجي، ديل: التأثير في الجماهير عن طريق الخطابة، ترجمة رمزي ياسين وآخرين، القاهرة، دار الفكر العربي، د.ت، الفصل السادس: سر الإلقاء الجيد.

محدثاتها، وكل بدعة ضلالة»، ثم يقول: «أنا أولى بكل مؤمن من نفسه، من ترك مالا فإلهه، ومن ترك ديناً أو ضياعاً فإلي وعلي»⁽¹⁾.

وإذا خلت الخطابة من عنصري الحماسة والتأثر فقدت قوتها، لأن المستمع يتأثر بحال الخطيب، فإذا لم يَرَهُ متأثراً بما يقول فكيف يتأثر هو؟ ومن هنا تميّزت خطبة الرسول ﷺ بالنفاذ القوي في القلوب.

عن العرابص بن سارية ؓ قال: «وعظنا رسول الله موعظة بليغة ذرّفت منها العيون، ووجلّت منها القلوب، فقال رجل: إن هذه موعظة مودّع، فيما تعهد إلينا يا رسول الله؟ قال: «أوصيكم بتقوى الله والسمع والطاعة وإن عبد حبشي، فإنه من يعش منكم يَرِ اختلافاً كثيراً، وإياكم ومحدثات الأمور فإنها ضلالة، فمن أدرك ذلك منكم فعليه بسنتي وسنة الخلفاء الراشدين المهديين عضوا عليها بالنواجذ»⁽²⁾.

ولم تقتصر الخطبة النبوية «على خطبة الجمعة فقط، فقد كان رسول الله ﷺ القائد الأعلى للدولة الإسلامية، وهذا يقتضي معالجة شؤونها الدينية والدينية في حينها، ولذا فقد ثبت أن النبي ﷺ كان في بعض الأحيان إذا أراد أن يقول للمسلمين أمراً يهمهم يأمر من ينادي فيهم: الصلاة جامعة... وبذلك استخدم النبي ﷺ فن التوقيت، وهو أحد فنون الإعلام الهامة»⁽³⁾.

إن المناداة بالناس بعبارة: «الصلاة جامعة» ما يثير الانتباه إلى أهمية الأمر المتحدث عنه، ومن أمثلة ذلك ما رواه أنس بن مالك ؓ «أن نفرأ من أصحاب النبي ﷺ سألوا أزواج النبي ﷺ عن عمله في السر، فقال بعضهم: لا أتزوج النساء، وقال بعضهم: لا أكل اللحم، وقال بعضهم: لا أنام على فراش. فحمد الله وأثنى عليه، فقال: «ما بال أقوام قالوا كذا وكذا؟ لكني أصلي وأنام، وأصوم وأفطر وأتزوج النساء، فمن رغب عن سنتي، فليس مني»⁽⁴⁾.

(1) رواه مسلم في كتاب: الجمعة، باب: تخفيف الصلاة والخطبة، ج3، ص: 11.

(2) رواه أبو داود، ج5، ص: 13.

(3) الغلاييني، محمد موفق: وسائل الإعلام وأثرها في حياة الأمة، مرجع، سابق، ص: 77.

(4) رواه مسلم في كتاب النكاح، ج4، ص: 129.

وكثيراً ما كان رسول الله ﷺ يبدي عتبه على أقوام من المسلمين لمخالفتهم بعض تعاليم الإسلام تلميحاً لا تصريحاً. ومن الأمثلة على ذلك قصة ماعز بن مالك الذي أقرّ بالزنا، فأقام النبي ﷺ الحدّ، فقام النبي ﷺ من العشي فحمد الله وأثنى عليه ثم قال: «أما بعد فما بال أقوام إذا غزونا يتخلف أحدهم عنا له نيب كنيب⁽¹⁾ التيس، ولم يقل في عيالنا»⁽²⁾.

فاكتفى ﷺ بذكر صفته، ولم يصرح باسمه، وهذه ميزة هامة من مزايا الإعلام الإسلامي، لأن من شأن هذا الإعلام السعي إلى بث الحقائق بالوسائل السليمة الهادفة، ولا يلجأ إلى أسلوب الفضائح وانتهاك الحرمات.

(1) نيب التيس: أي يصوت كصوته عند الوقاع لشدة توقانه إليه.

(2) رواه مسلم في كتاب: الحدود، باب: حد الزنا، ج3، ص: 118.