

الفصل الثالث

فقهُ الاتِّصالِ المُباشِرِ في الإسلام

obeikandi.com

أنواع الاتصال المباشر الاتصال الروحاني التعليمي

أولاً: بالهجرة والرحلات والتداخل الثقافي في الحج والعمرة:

إن الاتصال الثقافي الروحي قد جاء في القرآن الكريم حين تم التبشير به بالرؤيا الصادقة في قوله تعالى: ﴿لَقَدْ صَدَقَ اللَّهُ رَسُولَهُ الرُّؤْيَا بِالْحَقِّ لَتَدْخُلَنَّ الْمَسْجِدَ الْحَرَامَ إِنْ شَاءَ اللَّهُ ءَامِنِينَ مُحَلِّقِينَ رُءُوسَكُمْ وَمُقَصِّرِينَ لَا تَخَافُونَ فَعَلِمَ مَا لَمْ تَعْلَمُوا فَجَعَلَ مِنْ دُونِ ذَلِكَ فَتْحًا قَرِيبًا﴾ (٢٧) [الفتح]، فزيارة البيت الحرام والأراضي المقدسة والمشاعر الأخرى تنقل للحاج خبرة عملية جماعية مع مسلمي العالم بأنواعهم واختلافهم الفكري وتنوعهم الثقافي في فهم وتذوق الإسلام، وبذا يتصل التاريخ بالجغرافيا التي نشأت فيها الدعوة الإسلامية، بأن يرى الحاج مكان مهبط الوحي في غار حراء، وتبرك برؤية البيت مثابة الناس ورمز الحنيفية، ويتعرف على تاريخ الدعوة الإسلامية من آثارها ومعالمها الحية ليكون خبرة عملية تطبيقية للإسلام في مهبط وحيه، فينتقل روحانياً في الزمان السحيق كما ينتقل بجسمه إلى مكان أحداث تاريخ الإسلام والبعثة النبوية، والحاج في رحلة الاتصال الثقافي هذه مشاركٌ نشطٌ واعٍ بكل ما يزوره من الآثار الإسلامية، وهو في حالة

تفكّر وتكوين خبرة واقعية عن عقائد ومُثل، فتتحول الدروس
الفقهية والسيرة النبوية إلى وقائع يعيشها، ويتم إدراك الصلة بين
النظرية والتطبيق والمثال الواقع.

إن المعتمر أو الحاج للمشاعر المقدّسة يغتنم وجوده في تلك البقاع
الطاهرة فيأخذ على عاتقه مهمة الحصول على حقائق ومفاهيم حول
البيت الحرام والمسجد النبوي والروضة الشريفة والآثار المرتبطة
بالحرمين المعظمين، ويتيح له ذلك الاجتماع البشري الهائل معاني
الوحدة والتماسك والانتماء لهذا التاريخ مع كثير من الناس، والأداء
الجماعي للمشاعر القدسية أشبه برحلة تعليمية تطبيقية للولاء لله تعالى
بتوحيد الله والقبلة إليه في بيته المكرّم.

وتزداد معلومات الحاج والمعتمر عن حقائق الإسلام بهذه الرحلة
الروحانية التعبدية التعليمية الضرورية له، إن التغير الذي تحدثه رحلة
الحج، أو العمرة في المحيط الروحاني للفرد المسلم بانتقاله من مكان
لمكان تجعله يشعر بالقوة المادية لرسالة الإسلام والقوة الروحية لها
والقوة البشرية في وقت واحد مع مسلمي العالم وفي مكان واحد.

إن رؤية مهبط الوحي، والبيت قبلّة الصلاة، ومقام الروضة،
ومنبر رسول الله ﷺ، والسعي بين الصفا والمروة الذي يرسل إشارة
لعمق تاريخ الدعوة من لدن سيدنا إبراهيم وإسماعيل وزيارة مواقع

الغزوات والهجرة وغير ذلك، يحدث ربطاً عظيماً بين تعاليم الإسلام بآثار مادية ماثلة أمام الرائي، فترقى العاطفة الروحية وتتوحد المشاعر التعبدية بين المسلمين بهذه الصلة الروحانية المتحدة في الزمان والمكان فيما بينهم.

الاتصال الثقافي من أجل التجانس والتوحد بين المسلمين يتم برباط هذه الرحلة التعبدية التي يلتقي الناس فيها، فيتحركون من أصقاع الأرض البعيدة يحثهم دين واحد ورغبة كريمة وأشواق إلى آثار الإسلام العظمى في الأرض التي تحكي جهاد هذا الدين ورسالته وتاريخه، إن البرنامج الواحد المرسوم لشعيرة الحج يجعل منه وسيلة دقيقة للاتصال الروحي المتجرد من الأهواء بهدف عطاء الخير والبر بين الحجيج في هذا الإطار العالمي الثقافي، وفيه تجربة حقيقية وإعداد لمجتمع صالح لما بعد الحج، والمتاب بعصمة الجوارح واللسان في تربية جماعية، وهي استجابة لنداء سيدنا إبراهيم في الأرواح وهي في عالم الذر أن الله وضع لكم بيتاً للحج فإليه حجوا.

إن الدين الإسلامي بفريضة الحج جعل الاتصال الروحاني والثقافي ركناً من أركانه، وهذا يوضح لنا أهمية الاتصال الجمعي المباشر المتمثل في شعائر الحج والعمرة وخطبة عرفات وزيارة الحرمين وغيرها من المشاعر المقدسة والرحلات؛ فإن لها قيمة عظيمة في

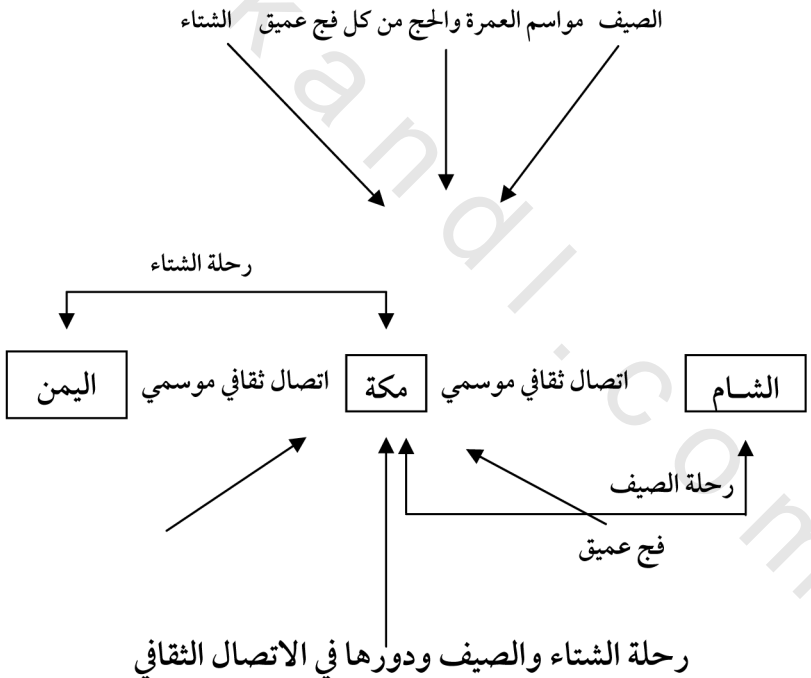
الاتصال الحضاري والثقافي بين الشعوب، وتاريخ الأديان مرتبط بهذه الرحلات الاتصالية، فقريش التي يبدأ نسبها من سيدنا إسماعيل بن إبراهيم عليهما السلام سُمّيت بلقب فهر بن مالك بن النضر بن كنانة، الذي أظهر مقدرة فائقة في إعداد القوافل التجارية المارة بمكة ومساعدة أصحابها، وهو الأمر الذي جعل أهل مكة يطلقون عليه لقب (قريش) لأنه كان (يقرش) عن حاجة الناس، أي: يسدها بماله، كما أطلقوا على بنيه من بعده أيضًا (بنو قریش) لأنهم كانوا يقرشون أهل الموسم التجاري عن الحاجة، أي: يمدونهم بما يبلغهم حاجاتهم وساعد على ازدهار نشاط قریش في الميدان التجاري موقع مكة مركزًا للاتصال الحضاري.

وينسب إلى هاشم أنه أول من سنَّ لقریش رحلة الشتاء إلى بلاد اليمن، ورحلة الصيف إلى بلاد الشام. وقد عقد هاشم هذا معاهدات مع الروم البيزنطيين في الشام ومع التبابعة حكام اليمن، وكذلك مع الفرس في العراق، وتم نزع السلاح في سوق مكة وسوق عكاظ، وتم عقد (حلف الفضول) نتيجة لرحلة الشتاء والصيف، والذي شارك في عقده قبل الإسلام رسول ﷺ، وتم توقيع العقد في دار عبد الله بن جدعان وكذلك شارك عليه الصلاة والسلام في رحلة الشتاء والصيف. ومثل هذه الرحلات تؤدي لتعارف الشعوب بعضها

بالبعض مما ينتج تلاقحاً ثقافياً وفكرياً وتلاقياً روحياً يؤكد على أهمية الاتصال الحضاري بالهجرات والرحلات في العقيدة الإسلامية.

وفي الحج والعمرة اتصال ما بين المجموعات وتبادل للمعارف والمعلومات، واتصال شخصي بين الأفراد يجعل من رحلة العبادة ائتلافاً معنوياً يحقق معاني الترابط الروحي عند البيت إمامة المسلمين المعنوية.

نموذج عملية الاتصال الثقافي المباشر بالحج والعمرة



ثانياً: الاتصال الجمعي بالمنبر والخطابة:

استخدام المنبر في الاتصال المباشر قديم قديم قدم الحضارة الإنسانية، والمنبر أكثر وأنجع من استخدامه الأنبياء والملوك في إقناع الناس، أو استمالتهم لتبني آرائهم، أو العمل بالأفكار الواردة في الخطبة.

والخطبة اتصال جمعي (Mass communication) مؤثر لا شتماله على استخدام العاطفة وحاستي السمع والبصر ووحدة المكان الذي فيه القائم بالاتصال مع المتلقين.

وفي الآثار المصرية القديمة وجدت خطب مكتوبة باللغة الهيروغليفية على الحجارة، وكذلك كانت للحضارة الآشورية دورها في الخطابة، وأكثر ما ازدهرت الخطب في التاريخ في عصور الحرب والقتال بين الأمم، ولذا ارتبطت الخطبة بالزعامة القبلية والدينية والسياسية باستمرار، والخطبة تزيّن المحافل والمؤتمرات والمجتمعات والشعائر، فهي ركن من أركان الحياة والاجتماع الإنساني لا يبطلها تطوّر وسائل الاتصال الحديثة ولا تقلل من خطورة شأنها بل تزيد من ذلك.

وكلمّا كانت الحرية السياسية وحرية العقيدة والمستوى التعليمي والثقافي لأمة ما في القمة كانت الخطبة في ازدهار ونمو باعتبارها أنجح الوسائل للاتصال الجمعي المباشر، وإذا انكمشت الخطابة وانعدمت

فتلك أمة مكبّلة ذائوية في سبات وبيات، فهي دليل الأمة وحيويتها، لما وضعت الحضارة اليونانية قواعد حرية الفكر والتفكير والتبصير في القرن الخامس قبل الميلاد ازدهرت الخطابة في المجتمع اليوناني القديم، واشتدت المناظرات بين الآراء المختلفة، فرقي فن الخطابة تطبيقاً وعلمًا، واشتهر خطباء اليونان مثل بيركليس وديمستينيس وغيرهما، وكانت الخطابة في الحضارة اليونانية إحدى أعمدة العدل في المرافعة في المحاكم⁽¹⁾.

أما العرب فقد ازدهرت عندهم الخطابة قبل الإسلام في مواسمهم وأسواقهم، وفي الإسلام بلغت الخطبة شأواً بعيداً في أداء دورها وأهميتها، فصارت ضمن شعائر الإسلام التعبدية، ووسيلة مهمة من وسائل الاتصال الجمعي من أجل الدعوة إلى قيم الدين وأحكامه وأخلاقه.

الاتصال الجمعي بالخطبة المنبرية:

شرع الإسلام الخطبة المنبرية في مواضع كثيرة لأهميتها الاتصالية وقدرتها على إقناع الناس واستمالتهم، وفعاليتها في تطوير عقيدتهم نحو التطبيق الأمثل والمعايشة الصادقة والاقتداء المستقيم، فهي بذلك

(1) طه حسين وآخرون، التوجيه الأدبي، دار المعارف، القاهرة، ب ت.

وسيلة إعلامية مهمة جدًّا لحياتهم الروحية والمادية وركن مؤثر في تنظيمهم الاجتماعي والأسري.

ومن هذه المواضع خطبة الجمعة، وهي فريضة أسبوعية واجبة على الذكور مندوبة للنساء، والخطبة ركن من أركان صلاة الجمعة، ويقال: إن الذكر المقصود به في آية الجمعة إنما هو الخطبة ﴿فَأَسْعُوا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ﴾ [الجمعة: 9]، والذكر من التذكير والتذكُّر، والتذكير من الخطيب بمعاني الإسلام ومبادئه وقيمه، والتذكُّر من السامعين باستعادة هذه المعاني ومعايشتها نفسانيًّا. والخطبة لها أقسام وشرط هي:

إذ تبدأ بالحمد والتوحيد والصلاة والسلام على رسول الله ﷺ، ثم الوعظ والوعد والوعيد، فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، والدعاء والصلاة على النبي ﷺ، فالاستغفار للمسلمين والمسلمات والتوجيه لأمر الدنيا الذي هو متعلّق بالآخرة في الخطبة الثانية، وختمها بالتوحيد والتحميد والاستغفار والصلاة على النبي ﷺ.

ومن أغراض خطبة الجمعة نجد أن الرسالة الاتصالية المضمنة في محتواها هي:

1. الحمد لله على نعمائه الظاهرة والباطنة، وهي نعمة الإسلام

والعافية والمتاع الدنيوي، وفيه ربط بين الدنيا ومتطلباتها، والآخرة وماآلاتها.

2. الصلاة على النبي ربط للسامعين بمعين العلم الرباني ومعدن الحق الروحاني نبي الإسلام إمام المؤمنين والمسلمين وسيد ولد آدم أجمعين. وفيه ما فيه من توحيد القلوب نحو نور النبوة ومقامها وعظمة ذلك المقام، وهذه أيضًا تخدم وحدة الصف الإسلامي في الدنيا، وتؤكد وحدة المصير في الآخرة وحسن الختام.

3. من أهداف خطبة الجمعة التأكيد على التقوى، وذلك لتعميق مفهوم المراقبة لله تعالى عند المسلمين.

4. الوعظ والوعد والوعيد والأمر والنهي وسائل للتفريق بين الخير والشر في الدنيا ومصير أتباع كل فريق في الآخرة وهي تميّز بين الحق والباطل وجمع بينهما على سبيل المقارنة.

5. الدعاء والاستغفار والصلاة على النبي والدعوة إلى الخير في أمر صلاح الدنيا، كلها طلب من الله واستعانة به وتوسل برسول الله ﷺ للتمسك بالحق والثبات عليه، ودعوة الناس في أمر دنياهم لذلك، وحث للناس على ترك الباطل والرجوع للحق.

هذه الرسالة الإعلامية التي توجه الدنيا مطية للوصول لخير الآخرة، جامعة للمفهوم الإعلامي في الإسلام ومعاني الاتصال

الدعوي الذي يقوم محتوى خطابه الاتصالي على عمارة الدنيا بالخير وبالحق الذي يفضي بصاحبه للنجاح في عاقبة أمره في الآخرة بعد الممات.

من مزايا خطبة الجمعة الاتصالية:

(أ) أنها خطبة دورية أسبوعية تشكل برنامجاً منتظماً للمراجعة الذاتية للجماعة المسلمة نهاية كل أسبوع.

(ب) أنها رسالة اتصال تتم في (وسط اتصالي قدسي هو بيت الله) بكل ما فيه من تعظيم وحرمة وطهر قرب المحراب وعلى المنبر إنابة عن الدور النبوي بإحياء هذه الشعيرة كما أحيها رسول الله ﷺ.

(ج) أنها اتصال مواجهي جمعي مباشر بين الخطيب والسامعين يسهّل فيه التفاعل بنظام رائع (بالصلاة على الرسول ﷺ)، وبلاستعاذة عند الوعيد وبلاستغفار مع الخطيب، وهذا عين النجاح في الخطاب المباشر بتلقي الخطيب وهو القائم بالاتصال رجوع الصدى فوراً دون تأخير ومدى تأثير رسالته على متلقيها.

(د) تهيؤ الحالة النفسية للمتلقين بالتهيؤ لأداء الشعيرة بالطهارة والقدوم المبكر للمسجد، واستقبال المحراب وانتظار الخطيب حتى يصعد في شوق وتطلّع للخطاب.

(هـ) تنوع أغراض (محتوى الرسالة الاتصالية) مما يجعل الخطبة

جذابة بتعدد محتوياتها ومكوناتها وأجزائها.

(و) ضبط (سلوك المتلقي) بشرطية الاتصال وعدم اللغو أثناء الخطبة والنهي عن شق الصفوف للمتأخرين عن الموعد.

(ز) توحد المظهر الجمعي للمتلقين يُعين على توحد الشعور أثناء تلقي الرسالة الاتصالية لخطبة الجمعة، وإقامة الصلاة تمام لذلك بصلاة جهرية تركّز معاني ما ورد في الخطبة من طاعة لله بالقيام والركوع والسجود، وتمثّل معاني التوجيه والإرشاد الذي دعا إليهما الخطيب في خطبته.

وقد استخدم الإسلام المنبر والخطابة للتبليغ والدعوة في مناسبات كثيرة غير صلاة الجمعة، إلا أن صلاة الجمعة موسم اتصالي خطير للغاية، وإذا وُظِّفت صلاة الجمعة وخطبتها في يوم واحد بموضوع واحد في كل بقاع العالم الإسلامي فإن ذلك يعني جمع قلوب المسلمين على قلب رجل واحد جمعًا لا فكاك لأحد منه، ولذلك فإنّ أخشى ما يخشاه أعداء الإسلام والمسلمين أن يأتي يوم على الإسلام من جديد تكون فيه خطبة الجمعة واحدة موحّدة الموضوع في كل أنحاء بلاد الإسلام. وإنّ ذلك يتطلّب عملاً نحو الوحدة الإسلامية مثل قيام مؤسسة ترعى خطبة الجمعة على مستوى الدول الإسلامية كما في منظمة المؤتمر الإسلامي، أو رابطة العالم الإسلامي، إن توحد خطاب

الجمعة الموجهة لأمة محمد ﷺ يوماً ما لتوحيد قلوبهم نحو هدف واحد
لخير الإنسانية والحق، فذلك أمل معقود وليس ذلك على الله ببعيد.

نموذج الاتصال الجمعي المباشر بخطبة الجمعة

(قائد تغيير اجتماعي بالقدوة الحسنة)

الخطيب

السامعين (متلقين) مهئين للرسالة الاتصالية

* الوسيط الاتصالي مساعد لأهداف الرسالة بطهارة
المتلقي روحياً وبدنياً وقداسة المكان وزينته وجماله.

* وحدة المكان والزمان في صلاة الجمعة (شرط صحة).

عناصر النجاح في الجمعة: (الرسالة - المرسل - المتلقي - الوسيط)

وهناك مواسم للخطابة والاتصال عبر المنبر تزدهر في مجتمع
المسلمين مثل الأعياد والحج في عرفات وغير ذلك، وكلها تحمل ذات

الأغراض والأهداف من الاتصال الجمعي المباشر الذي هو أكثر تأثيراً من أي وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري حسب ما توصّل إليه الخبراء في هذا العلم، بل إن وسائل الإعلام فطنت إلى أهمية الصلاة والخطبة كوسيلة اتصال فعّالة فعمدت إلى نقلها نقلاً حياً على الهواء في معظم بلاد المسلمين؛ لأن الصلاة هي صلة بين العبد وربّه، وهو اتصال ينمي في الإنسان الضمير الحي الذي يلتزم به الشرع وتعاليمه؛ فيكون رقيباً على سلوكه، فيصير في اتصال روحاني يتوجه به نحو ربّه بالقراءة والتدبر فيها والدموع والخشوع في طاعته لمولاه. كما يعبّر بالركوع والسجود عن ذلّته وإخضاع كبريائه بقبول الأوامر الإلهية، وذلك هو التقوى، فالاتصال بالله تعالى بشعيرة الصلاة إعداد للنفس للتخلّي عن أنانيّتها وشهواتها وفحشها ونهيها عن ذلك، وكذلك عن البطر والكبر وغسيل الروح وتطهيرها من خطايا ما تكسبها في يومها.

ثالثاً: الاتصال بالشعر والمديح:

ولئن كان الشعر وسيلة العرب الأولى في الاتصال المباشر قبل الإسلام، فإن دوره قد تراجع أمام معجزة القرآن والبلاغة النبوية وروعة الحديث الذي حصر الشعر في حدود ضيقة، فلم يعد الشعر بعد انتصار الإسلام وتمكينه الوسيلة الاتصالية الأولى في المجتمع، وإنما صار وسيلة ضمن الوسائل التي تخدم الهدف الإسلامي في نشر دعوة الحق.

بعد ظهور الإسلام انسلخت مفاهيم كثيرة من ذهن الشعراء الذين تأثروا بالكلمة القرآنية وآمنت نفوسهم بما جاء به الإسلام فلم يعد أعذب الشعر أكذبه كما كان، بل صار أصدقها كما في قول حسان ابن ثابت رضي الله عنه: (1)

وَإِنَّ الشُّعْرَ بَيَّتْ أَنْتَ قَائِلُهُ بَيَّتْ يَقَالُ إِذَا أَنْشَدْتُهُ صَدَقَا

وقيل لحسان بن ثابت: لان شعرك في الإسلام يا أبا حسام.

فقال: يا ابن أخي إن الإسلام يحجز عن الشعر الكذب (2).

ولدينا في السودان يعتبر التصوف الإسلامي مركزاً مهماً في دائرة الدعوة إلى الله ورسوله، فالإسلام تمكّن من قلوب أهله، ومحبة الرسول صلى الله عليه وسلم توجه قلوبهم نحو الخير والعمل بالآداب والشمائل والافتداء بها في حياتهم.

فتطوّر شعر المديح على يد شعراء من أمثال المادح الفذ حاج الماحي، وود سعد، وعلي ود حليب، وجاء فتح جديد في نهاية القرن العشرين على يد الشاعر المادح الشيخ عبد الرحيم وقيع الله الشهير بالبرعي شيخ الزربية، والذي قدّم آلاف القصائد التي تدعو إلى الله

(1) انظر: تاريخ النقد الأدبي، طه إبراهيم، دار الحكمة، بيروت.

(2) تاريخ الشعر العربي، د. نجيب البهيتي.

والذكر والشكر والإحسان والمعاملات الخيرة بين الأرحام والجيران والإخوان، وسارت بمدائح الركبان بالأشرطة المسموعة والمرئية، وكثر محبوه على مستوى السودان، وازدانت الطرق الصوفية ببعض مديحه، واستعانت بذلك في نشر المحبة والخير في مريديها، هذا النجاح الذي يلعبه المديح في السودان يجعله من مصاف الشعر العامي الجزل الذي يوجّه الأمة نحو آداب الإسلام وقيمه وعظيم معانيه.

والاتصال بالمديح المباشر يتم في الميادين العامة والطرق والحلقات والزوايا والمساجد والأضرحة والتكايا، وكل ذلك من أنماط الاتصال الشعري المباشر الناجح، وقد تم توثيق هذا النوع من الشعر الممدوح بالأشرطة السمعية والبصرية، فصارت أحد مصادر الرسالة الإعلامية المهمة في الدعوة إلى الدين وقيم التقوى والبر والإحسان عبر وسائل الاتصال الجماهيري من إذاعة وتلفزيون وفيديو وحواسيب وغيرها.

والرسالة الاتصالية في الشعر الإسلامي والمديح النبوي تعتمد على التطريب والمعاني الجزلة والقيم المؤثرة في النفوس بما يحقق اتصالاً مباشراً ناجحاً، يراعي الإطار النفساني للمتلقين وتأهيلهم لهذا اللون من الفنون القولية ذات الأثر الإعلامي الفاعل مع الالتزام بقاعدة الصدق في القول.

وقد تمكّن الإسلام من نفوس الأمة، وحفظ الناس القرآن، وبعد أن اكتمل نزوله وتمّت فيه دراسات مفصّلة في علومه وقراءاته وتفسيره، وتوسع الفقه بالدين، عاد الناس إلى الشعر بعد برهة من العصر الأول بعد التابعين.

ولا نعتبر الشعر الذي يصدر عن الكذابين والمنافقين شعراً في إطار وسيلة الاتصال الإسلامية، لأنه شعر يناقض جوهر الدين بالكذب، ولا يستمع إليه إلا الغاؤون الذين هم في كل وإيهيمون، لأن أمثال هؤلاء الشعراء يقولون ما لا يفعلون، وقد نهينا ألا نقول إلا ما نفعل، خوفاً من مقت الله وغضبه وعذابه، وعملاً بالصدق في الحديث والقول، لأن قول الكاذب إرجاف في المجتمع المؤمن بالله ورسوله⁽¹⁾.

والأسس التي يقبل بها الإسلام الشعر هي:

- (أ) أن يكون فيه قيمة روحية، ودعوة لطهارة النفس ونبذاً للفحش والرذيلة والهزيمة والضعف والفرقة والشتات.
- (ب) أن يراقب الشاعر ربّه فيما يأتي به من قول وفعل.
- (ج) ألا يكذب الشاعر في شعره.

(1) روح الدين الإسلامي، عفيف عبد الفتاح طيارة، ط 8، 1980 م.

(د) ألا يدعو إلى باطل أو محرّم.

(هـ) أن يتعد عن العصبية والتنازع بالألقاب.

(و) أن يحترم كرامة الإنسان في شعره ويرعى حقوقه.

وإذا انحصر الشعر العامي والفصيح قديمه وجديده فإنه يصلح أن يكون رسالة ذات هدف اتصالي ناجح في مجتمع السلم والإيمان.

رابعاً: الاتصال الشخصي:

(أ) النمط الإيجابي: (نموذج محاور الاحتساب):

إن الاتصال الشخصي بين أفراد مجتمع المسلمين هو الأصل في علاقات هؤلاء الأفراد، إذ إن النظام الاتصالي الشخصي في المجتمع المسلم، نظام يقوم كله لإقامة الخير العام، وإيقاظ الضمير العام، وقواعد هذا الاتصال موضحة تفصيلاً في الفقه الإسلامي وما يهّمنا هنا، ما يقع في نطاق علم الاتصال.

يقوم الاتصال الشخصي بين الأفراد على أساس جلب مصالح أفراد ذلك المجتمع ودرء المفاسد عنهم كقاعدة عامة، ويمكن تحديد مجالات الاتصال الشخصي فيما يلي:

1. الاتصال لأمر بمعروف، أو نهي عن منكر.

2. الاتصال للنصيحة للخاصة والعامة.

3. الاتصال الشخصي المتداخل في التواصي بالحق وبالصبر، وهي قواعد السلوك الاجتماعي في الاتصال الشفاهي الشخصي، أو حتى عبر وسيط بين أفراد الاجتماع الإسلامي، وطرق الاتصال وأنماطه تحددها قواعد وأصول التشريع من الكتاب والسنة والقياس والإجماع.

ولكننا نعني هنا بشكل الاتصال وأسلوبه، وهو ما يقع تحت دائرة (علم الاتصال الحديث)، والاتصال في المجالات المذكورة اتصال مباشر دون وسيط، وإلا فإنه يخرج من دائرة الاتصال المباشر إلى نطاق الاتصال الجماهيري، أو عبر وسيط باستخدام وسيلة اتصالية، وفي المجالات المذكورة فإن الاتصال الشخصي أنسب لطبيعة الرسالة التي تؤديها وتحملها، وأنجح في أداء الغرض عقلاً وشرعاً، وهذا النمط من الاتصال نمط مفيد وإيجابي يعمل لخير المجتمع العام وإحقاق الحق فيه، وإذا غاب مثل هذا النوع من الاتصال بمجالاته الثلاثة المذكورة، فإن المجتمع يفتقر إلى الوحدة الشعورية بالانتماء العقائدي الواحد، والشعوب أيضاً تقتقر إلى وحدة الفكرة والقيم لدى أفرادها، وإذا حلّ بأحد المجتمعات مثل هذا الشعور الضار فإن أنواع الفراغ الناجم عن غياب هذه الأساليب الثلاثة للاتصال لا بد من أن يمتلئ سلبياً بالأهواء والعواطف، فتغيب النصيحة فيفسو الكذب، ويتوقف

التواصي بالحق فيعلو الباطل ويتزَيَّن بثوب الحق، ويفتقر كل إنسان إلى الصبر فيغدو وحشًا كاسرًا عجولًا يدعو بالشر دعاءه بالخير؛ وإذا توقف الأمر بالمعروف برزت حالة من الهوى يرى فيها الناس المعروف منكراً، والمنكر معروفاً، ثم يتطوَّر الأمر إلى أن يتم الأمر بالمنكر والنهي عن المعروف كما جاء في الحديث فيتحول الاتصال من الإيجابية إلى السلبية والضرر، ومثل هذا المجتمع لا يمكن أن يحمل صفة مجتمع المسلمين بعد ذلك.

ومن الممكن القول: إن الاتصال الشخصي في أساليبه الثلاثة (اتصال شخصي مقيد)؛ لأنه يتقيد بقواعد الشرع في هذه الأنواع من الاتصال الشفاهي، وما سوى ذلك من اتصال شفاهي يتم بين أفراد المجتمع، يعتبر نشاطاً عادياً يمارسه الإنسان المسلم وغير المسلم باعتبار أن استخدام اللغة للتفاهم في المصالح والحياة اليومية وإن كان نمطاً متفشياً للاتصال الفردي الشفاهي فإنه لا يعبر عن نظام اتصالي قائم بنفسه مثل المجالات الثلاث المذكورة، حيث جعل التشريع الإسلامي هذه الأنماط الثلاثة من الاتصال نظاماً اجتماعياً قائماً بأمر الكتاب والسنة، مما يجعله يدخله في تصنيفنا العلمي وفي نظريات المجتمع المسلم في الاتصال الشخصي بين أفراد في إطار منظم، وله أهداف معلومة ومرسومة.

ويمتاز الوسط الاتصالي في هذه الأساليب الثلاثة بالإقرار بمبادئ الشرع من قبل (المُرسل والمتلقّي)، وإن كان المرسل هو المبادر بالاتصال، إلا أنه في ذهن المتلقي أمر مشروع ومقبول وحق له عليه. وبذلك يتوحد بالإسلام وتعاليمه (الإطار المرجعي) لدى المأمور والأمر؛ والناصح والمتنصّح والمستنصّح؛ والموصّي والمستوصّي والموصّى إليه.

إن السلوك الاتصالي الشفاهي الضروري الإيجابي الذي أقرّه الإسلام بأنظمتة الثلاثة التي أوضحنا أساليبها ضرورة من ضرورات الاجتماع البشري؛ لأن (أي جماعة تحتاج إلى روابط يقوم عليها جمعها ومبادئ تحدد علاقاتها، وتحفظ حقوق أفرادها، لئلا يكون أمرها فوضى، فقد جُبل الإنسان على الأثرة، وحب الذات، وانطوت نفسه على كثير من الغرائز التي تحتاج إلى تقويم وتهذيب، حتى لا يطغى الإنسان على أخيه الإنسان.

ولن يستطيع المرء أن يعيش وحده في معزل عن الناس، فإن حياته مرتبطة بحياة غيره، ليتعاون معه، ويتبادل المنفعة الاجتماعية والمصالح المشتركة، وهذا معنى قولهم: (الإنسان مدني بطبعه) ⁽¹⁾.

(1) مناع القطان، تاريخ التشريع الإسلامي، ص 12-13، (مؤسسة الرسالة)، بيروت.

والرأي الذي سقناه هنا جاء به صاحبه للدلالة على ضرورة وجود أنظمة اجتماعية كهذه التي شرحناها في نظم الاتصال المباشر الشفاهي والشخصي الإيجابي الذي وضعه التشريع الإسلامي ليقوم به أفراد المجتمع المسلم فيما بينهم، ولسد فراغ في المعلومات الضرورية في تناقلها فيما بينهم، وذلك النوع من النمط الإعلامي الاجتماعي بطرائقه الثلاث لا يوجد في المجتمعات غير المسلمة.

(ب) النمط السلبي للاتصال الشخصي: (نماذج الإرجاف):

الإشاعة والكذب والهمز في الخبر:

مع أن الأصل في الاتصال الشخصي المباشر بين أفراد المجتمع المسلم هو أن يكون اتصالاً إيجابياً غرضه الخير العام وهدفه المصلحة العليا لذلك المجتمع، فإن مجتمع المسلمين أيضاً قد يصيبه ما يصيب كل مجتمع إنساني من دواعي الانحراف والخروج عن المنهج بما يؤدي إلى اختلال النظام الاتصالي الإيجابي بالتحول إلى السلبية، وهذه طبيعة الأشياء، بل هي سنة كونية لا تبديل لها، وبضدها تعرف الأشياء كما يقال، وأخطر ما يمكن أن يضر بالمجتمع المسلم من أنماط الاتصال الشخصي المباشر (Face to face communication): الخبر الكاذب الذي دائماً ما يكون المصدر فيه الشخص غير العدل (الفاسق) في المجتمع المسلم، وأكثر أنواع الخبر الكاذب ضرراً هو ما يأخذ نمط

الاتصال الشخصي الكثيف بين الأفراد (Inter-personal communication) ونشر هذه الأخبار المضللة إنما تتم على نمط معروف في علم الاتصال، وهو (الإشاعة) التي نودّ معالجتها كنمط سلبي في مجتمع المسلمين، يتضرر منه الأفراد والمجتمع ونظامه على حد سواء، وسوف نكرّس تحليلنا على الظاهرة وكيفية معالجتها، وذلك بين تطبيقات العلم الحديث للاتصال والواقع المعاش مع هذه الظاهرة، إن نشر الكذب وتحريه ممنوع ومحرم بين المسلمين ومتحري الكذب هو المصطلح المناسب (الناشر للشائعة)؛ لأنه ينشر الكذب معتمداً أسلوباً يضمن نجاح انتشار قوله تلك بين الناس، وأفراد المسلمين يعلمون أنهم محاسبون على ما يقولون، ولذلك لا يصدر مثل هذا العمل إلا مع وجود ظاهرة فسوق (أي: خروج) عن الشرع في مجتمع ما؛ يقول الله تعالى: ﴿أَمْ يَحْسَبُونَ أَنَّا لَا نَسْمَعُ سِرَّهُمْ وَنَجْوَاهُمْ بَلَىٰ وَرُسُلْنَا لَدَيْهِمْ يَكْتُبُونَ﴾ (٨٠) [الزخرف]، فالذي يستحضر الكتاب الذي يوثق الكذب الضار لا يقوم بمثل هذا الفعل، وذلك لأنه يستحضر معية الله تعالى معه دائماً: ﴿أَلَمْ يَعْلَم بِأَنَّ اللَّهَ يَرَىٰ﴾ (١٤) [العلق]، ويقول الرسول ﷺ: «أَفْضَلُ الْإِيمَانِ أَنْ تَعْلَمَ أَنَّ اللَّهَ مَعَكَ حَيْثُمَا كُنْتَ» (١).

(١) مجمع الزوائد، ج ١، ص ٢٢٥، حديث رقم (٢٠٤).

وبهذا نستطيع القول: إن نشر الأكاذيب والشائعات والأخبار الضارة بالمسلمين ليست إلا من صفات الفسوق؛ لأن ذلك يخالف صريح النصوص الواردة.

ومن الطبيعي إذا عرّفنا أن الاتصال الإيجابي المباشر هو أمر بمعروف وتواصي بالحق ونصيحة؛ فإن كل ما يناقض ما عرف من الحق والنصح والوصية الحسنة اتصال سلبي.

ولم يقدم لنا علماء الاتصال تعريفاً دقيقاً للإشاعة، وهي مرض اجتماعي يسري كالنار في الهشيم، وله آثار ضارة للغاية، وأكثر من عرّف ظاهرة الإشاعة علمياً قال: [إنها ضرب من الأخبار قد تتضمن قدرًا من الحقيقة في خضم من الأكاذيب المتداخلة، تتناولها الألسن بالتداول والتحريف والإضافة، وتهدف إلى غرس الشك في النفوس، أو إثارة العواطف والفتن] (1).

وهذا التعريف يفيد أن مثل هذه الأخبار أخبار متداولة شفاهة، وهي تدخل بذلك في نطاق الاتصال المباشر، وهذا لا يعني مطلقاً أن الإشاعة لا تستخدم وسائل الاتصال الجماهيرية أو غيرها، ولكن النمط المعروف والقديم بهذه الظاهرة هو النمط المتداول بالاتصال

(1) الشائعات وأثرها على المجتمع، قرشي فارس، الحكم الشعبي المحلي (مجلة) 1973م، عدد (12).

المباشر بالألسن ومجالس الأنس والمنتديات العامة والخاصة وغيرها من الأماكن، وعملية الترويج هي التي تعطي الإشاعة قوتها في التصعيد، ولا بد لذلك من ظروف مواتية، وأكثر الظروف الملائمة لها هو انعدام الحقيقة، والغموض الذي يكتنف موضوع الإشاعة المتداولة، والترويج الشديد يؤدي إلى التصديق في ظل غياب الحقيقة، ولذلك يقول علماء الاتصال: إن أنجح وسيلة لمكافحة الإشاعة هو توضيح الحقيقة بما يمحو آثارها في نفوس المتلقين، وكان القرآن الكريم ينزل ليكشف زيف الأخبار التي يروّج لها المنافقون، بل كان المنافقون يخافون من نزول السورة القرآنية التي تكشف ما في صدورهم، ولذلك فإن مروج الإشاعة يخاف من وصول الحقيقة إلى الناس؛ لأنها تبطل مفعول خبره الكاذب الذي اجتهد في نشره بين الناس.

ويضع بعض علماء الاتصال الإشاعة في إطار الدراسات النفسية التي تتناول الحرب النفسية؛ لأنها ترتبط بالعواطف دائماً وتستثمرها. وقديماً قيل: إنه قد أشيع عن جنود جنكيز خان أنهم يملكون قوة خارقة، وأنهم يأكلون الثعالب، فخشيتهم عدوهم وانهزم أمامهم. ومن أمثلة الحرب النفسية التي استخدمت فيها الإشاعة أنه أشيع ذات مرة في الهند أن المدافع قد تم تدهينها بشحم البقر فرفض الجنود الهندود

استعمالها لأن الأبقار عندهم مقدّسة، وكما قلنا، فإن نشر الحقيقة كاملة وبسرعة تقضي دائماً على الإشاعة. وقد قام أحد رؤساء السودان السابقين باستحداث برنامج تلفزيوني شهري يتناول فيه الرد على مروجي الشائعات بتعليقات على مضمونها، وبطبيعة الحال فإن لوسائل الإعلام الحديثة دوراً مهماً في القضاء على الشائعات أيضاً.

ومن أنماط الاتصال المباشر الشفاهي السلبية النكته الضارة التي تستهتر بالقيم والأخلاق، وهي ضارة كالشائعة، ولها مفعول الانتشار لأنها ذات مذاق من الهزل والمرح الذي تميل إليه النفوس بطبيعتها، والمجتمع المسلم مجتمع جاد، سمح التعامل لا يهزأ أفراد ب قيمه وعقيدته، أو أخلاقه، أو رموزه، ونهى القرآن عن الغيبة والنميمة والتنازع بالألقاب قال تعالى: ﴿وَيْلٌ لِّكُلِّ هُمَزَةٍ لُّمَزَةٍ﴾ [الهمزة]، على أن النكته الشفاهية البريئة من الغرض والمراء والنظيفة من الظن، لا ضير عليها؛ فإنها ترويح للقلوب التي إذا ما كلّت عميت.

وفي تحليل سيكولوجية الإشاعة يقول الدكتور حسن أبشر الطيب: [المعممي الإشاعات ومروجيها أساليب مختلفة في تصميمها وترويجها فهم في المكان الأول يضمون لها بعض العوامل الأساسية التي توهم بحقيقة ليست من أصلها وتقوي من الانفعالات العاطفي الذي يقف عائقاً أمام التحليل المنطقي، وتسهّل بذلك رواج الإشاعة

وذيوعها. وأولى هذه العوامل التي يعتمدون عليها، ويحرصون على وجودها، تلك الإيحاءة من الحقيقة الصحيحة في كيانها، والتي يمكن التوهم بأنها صحيحة، فهي المركز الذي تنطلق منه الإشاعة. ويعني هذا في كثير من الأحوال، تحويل بعض الأحداث الحقيقية وتجريدها من ظروفها وملابساتها الأصلية، وتقديمها على نحو مختلف يخدم هدف الإشاعة⁽¹⁾.

من الرأي السابق نستطيع أن نخرج برقائق تعتمد عليها الإشاعة عند صانعيها ومرّجعيها، فإذا استطعنا القضاء عليها نكون قد أتينا على الشائعة من قواعدها فيخر عليها السقف، وهذه الرقائق هي:

(أ) الإيهام بالحقيقة بما يشوش التحليل المنطقي.

(ب) إحداث التوتر الانفعالي العاطفي بما يعطل العقل.

(ج) التحريف بإخفاء الملابس الأصلية بالتضليل.

وهذا الأمر يتناقض مع الشرع بجملته؛ لأن الإيهام هو الكذب، وهو محرّم، وتعطيل العقل بالعاطفة لا يجوز؛ لأن الشريعة هذبت العواطف وجعلت العقل مناط التكليف، إذ من لا عقل له ليس

(1) الإشاعة طبيعتها وأسلوب مقاومتها، د. حسن أبشر الطيب، مجلة الخرطوم، تصدر عن الإرشاد القومي، 1970م، الخرطوم.

مكلفًا في الإسلام، والتحريف وكتم الحقائق نوع من شهادة الزور، والخرس الشيطاني المنهي عنه. وهكذا يتضح لنا أن الاتصال الشفاهي السالب متناقض، بل ومصادم للشرع وللمصلحة العامة لمجتمع المسلمين.

ومروّجي الشائعات يعتمدون أيضًا على الأسلوب الاستفساري والاستفهامي لزرع الشك في النفوس كما يعتمدون إلى أسلوب التكرار، والتكرار المتردد تارة بعد أخرى، وهذه من طبيعة أهل الإصرار على الباطل: ﴿فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ الْكَلْبِ إِنْ تَحْمِلَ عَلَيْهِ يَلْهَثْ أَوْ تَتْرُكْهُ يَلْهَثْ﴾ [الأعراف: 176].

فالشائعات قد تأخذ طابعًا عالميًا مثل نشر أخبار في نهاية كل قرن بأن العالم قد قارب النهاية، أو أن كوكبًا ما سوف يصطدم بالأرض متزامنًا مع ظهور مذنّب كبير في تلك الأيام، ونسبة هذا الخبر إلى المراقدين الفلكية، ولا يستغرب أن تنشر مثل هذا الخبر إحدى وكالات الأنباء العالمية المعروفة.

وقد قسّم علماء الاجتماع الإشاعة إلى أنماط ثلاثة هي:

1. الحايية (Creeping).

2. الاندفاعية (Highly motivated).

3. الغاطسة (Diving).

والحاجية هي تلك التي تنتشر في جو مفعم بالسرية والهدوء. والاندفاعية تنتشر بسرعة شديدة مع الهلع، أو الغضب، أو الفرح الغامر، وهي ترتبط بالأحداث المفاجئة، والغاطسة هي التي تنتشر في فترة زمنية محددة لظروف معيّنة ثم تخبو وتحمد، ولكنها تعود وتنتشر إذا تجددت ذات الظروف السابقة، فمثلاً شائعات الحرب العالمية الأولى تكررت في الانتشار أثناء الحرب العالمية الثانية. والحاجات البشرية في الظروف المتماثلة قد تتسبب في انتشار إشاعات متشابهة مثل انتشار أخبار أزمة المياه العذبة في العالم كلّما قلّت الأمطار في الدول الأوروبية.

(ج) كيفية التعامل مع الأخبار الكاذبة والإشاعات:

اهتم القرآن الكريم بالدعوة إلى مواجهة الأخبار الكاذبة، وكشف ألأعيب الإعلام المضلل اهتماماً بالغاً. وذلك بإيصال المعلومات الصادقة وتحصين الرأي العام وحمايته من الحرب النفسية والشائعات والتخريب الوجداني وتوجيه مجتمع المسلمين الوجهة السليمة.

وفي نطاق مواجهة الأخبار الكاذبة والإشاعات اهتم القرآن بالتركيز على أساليب أساسية عديدة، منطلقاً من أسس نفسية وموضوعية بالغة الأهمية لتكوين الدوافع وكسب الاستجابة

والمواقف، وأهم هذه الأسس هي ⁽¹⁾:

1. التركيز على كشف الزيف وتعرية الإشاعة والدعاية المضادة وبيان الكذب والتناقض فيها، لإسقاط فاعليتها وتوجيه رد الفعل ضد مروّجيهما، والمتتبع للآيات القرآنية يجد ذلك بوجه خاص في آيات الحوار، والرد على الادعاءات، والدفاع عن الرسول ﷺ.

والآيات الدالة على هذه الخطوة هي:

قوله تعالى: ﴿يَحْذَرُ الْمُنَافِقُونَ أَنْ تُنْزَلَ عَلَيْهِمْ سُورَةٌ تُنَبِّئُهُمْ بِمَا فِي قُلُوبِهِمْ قُلِ اسْتَهِزْءُوا إِنَّا اللَّهُ مُخْرِجٌ مَا تَحْذَرُونَ﴾ [التوبة].

وقوله تعالى: ﴿قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾ [البقرة].

وقوله تعالى: ﴿أَمْ حَسِبَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ أَنْ لَنْ يُخْرِجَ اللَّهُ أَضْغَنْهُمْ﴾ [٢٩] وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكَهُمْ فَلَعَرَفْنَاهُمْ بِسِيمَاهُمْ وَلَتَعَرَفْنَاهُمْ فِي لَحْنِ الْقَوْلِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ أَعْمَالَكُمْ﴾ [محمد].

هكذا يحاكم القرآن الخصم ويتحداه، ويكشف تناقضه وتآمره، وكذبه، وتضليله بما يعرّيه أمام الرأي العام، ونتيجة لذلك يتشكل

(1) مؤسسة البلاغ، مرتكزات أساسية، مرجع سابق، ص 46.

حاجز بينه وبين المساحة البشرية التي يسعى إلى التأثير عليها، فيفقد ثقتها وتجاوبها معه. هكذا يكشف القرآن زيف الإشاعة ويعرّجها.

2. أسلوب الإسقاط: استخدم القرآن أسلوباً إعلامياً له فاعلية نفسية تمز الخضم من داخله، وإشعاره بتفاهة شخصيته ومواقفه فتتكوّن عناصر الهزيمة في نفسه، ويتم استلاب الروح المعنوية والقدرة على المواجهة، وذلك بتوجيه الخطاب إليه باعتباره طرفاً هزئياً، يوضع موضع الاستهزاء والسخرية، ونلاحظ هذا الأسلوب القرآني في توجيه الخطاب للمكذّبين وأعداء الدعوة: ﴿قُلْ مَا يَعْبُؤُا بِكُمْ رَبِّي لَوْلَا دُعَاؤُكُمْ فَقَدْ كَذَّبْتُمْ فَسَوْفَ يَكُونُ لِزَامًا﴾ ﴿٧٧﴾ [الفرقان].

3. أسلوب الإهمال: وهو من وسائل الحرب النفسية، وذلك بعدم الاعتناء بالخصم وليسعر بعدم قدرته وضعف موقفه وضآلة قدره. وذلك بعدم الدخول في حرب كلامية معه، كما في قوله تعالى: ﴿وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ﴾ ﴿٢﴾ [المؤمنون]، ﴿وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ ﴿٦٣﴾ [الفرقان]، ﴿وَإِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَلُنَا وَلَكُمْ أَعْمَلُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْنِئُ الْجَاهِلِينَ﴾ ﴿٥٥﴾ [القصص].

4. أسلوب الاستمالة بالحسنى: وهو أسلوب نفسي وجداني مؤثر

في المتلقي، وذلك بتوجيه الكلمة الجذّابة، والخطاب اللين، والاستهواء المؤثر عليه، قال تعالى: ﴿أَدْفَعْ بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ﴾ [فصلت: ٢٤] ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِأَلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ [النحل: 125].

ففي الاستمالة يستخدم القرآن رسالة إعلامية تناسب شخصية المتلقي، تشعره باحترامه، كما تحمل الرسالة في هذه الحالة مضموناً يومئ بحسن النية نحوه، والحرص على حفظ مصالح وكرامة المتلقي، ولإنشاء علاقة حسنة معه، تكسب الود والثقة وتقبل الأفكار.

وقد وجه الله سبحانه وتعالى نبي الله موسى وأخاه هارون لأن يقولوا لفرعون قولاً لنا لعلّه يتذكر أو يخشى، وهذا معنى حسن النية بعدم فقدان الأمل في متلقي الخطاب الإعلامي مهما كان تجبره وتشدّده في الباطل.

5. الرسالة الإعلامية ذات الإقناع والمنطقية: وذلك باستخدام المداخل النفسية والعاطفية والعقلانية والعلمية، بدعوة الطرف الآخر إلى الحوار والتناظر في الفكر والمنطق، ليكون المستجيب للرسالة الإعلامية منطلقاً من قناعة أكثر ثباتاً، وذلك بتحري الحقيقة، قال تعالى: ﴿أَوَلَمْ يَنْفَكُوا مَا بِصَاحِبِهِمْ مِنْ جَنَّةٍ إِنَّهُ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ مُبِينٌ﴾ [الأعراف: 1٨٤].

وفي هذه الآية ما فيها من أسلوب فتح الطريق أمام التفكير العقلاني في القضية المطروحة، وفيها ثقة الموجه للخطاب الإعلامي بنفسه وتفوقه بما يجعل الخصم في حالة من الشك تضعف قناعاته.

6. حرق الرموز المعادية: أسلوب اتّبعه القرآن الكريم مع قادة الكفر والطغيان من أمثال فرعون وهامان والنمرود وأبي لهب، إذ نرى الحملة الإعلامية القرآنية تتصدى لهم وتصور مصيرهم المأساوي وأتباعهم وما جنوه من مآسي على الإنسانية بانحرافهم واستكبارهم وبالجملة فإن مواجهة الإشاعات والأكاذيب المضادة لمجتمع المسلمين يمكن إنجازها فيما يلي من نقاط:

أ- عدم تصديق الإشاعة، أو الكذب، أو حتى الاعتماد عليها، وأن ذلك محرّم بنص القرآن في آية (النبأ) من سورة الحجر.

ب- تكوين قدرة نفسانية وقناعة في المجتمع حتى لا يتأثر بالشائعات والأكاذيب وأساليب الترويج المضللة.

ج- عدم نقل مضمون الأخبار الكاذبة حتى لا تتم المساهمة بدون شعور في نشرها بقول: (يقولون كذا... وسمعتُ كذا...!) لمنع الضرر ودرء المفسدة.

د- الإعلامي المهني عليه المبادرة والسبق إلى الرأي العام لتقديم الحقيقة لدحض الكذب من تلقاء نفسه من أضواء الحق الكاشفة.

هـ- مصادر الأخبار الكاذبة (كالوكالات والإذاعات المضللة) وغيرها إن تكررت منها مثل هذه الأخبار لابد من فضح حقيقتها لينفضّ الجمهور عنها. فقد جاء في الخبر: «قولوا في الفاجر ما فيه ليحذره الناس».

والفيصل في الأمر كله في إيصال الحقائق إلى العامة بما لا يدع مساحة يستغلها الكذب، أو الخداع والتضليل.

هكذا نرى أن ميدان الاتصال المباشر واسع المجال في الإسلام، حيث كان اتصال الأنبياء والرسل عليهم صلوات الله وسلامه كله اتصالاً مباشراً مواجهاً شفافاً بينهم وبين من يدعونهم إلى الدين. وتعتبر المناهج المعاصرة للدراسات الإعلامية هذا النوع أقوى وسائل الاتصال وأكثرها فعالية لإيصال الرسالة الإعلامية؛ لما فيها من تفاعل ناتج من المواجهة والمباشرة وتلقي رد الفعل الفوري ورجع الصدى المستمر وتعديل الخطاب الإعلامي آنياً وإقناع الطرف الآخر بالحجة والبرهان والدليل.

فالنظام المشترك من الرموز في الاتصال المباشر دائماً هو اللغة التي يتخاطب بها القوم، ويعطي المتقابلان في الاتصال المباشر كل منهما كامل انتباهه للآخر من خلال تبادل الرموز اللفظية وغير اللفظية بالحركات الجسمية وتعبيرات الوجه، فيتم تبادل الرسائل بما يفيد

الاهتمام بمواصلة الاتصال بين الطرفين⁽¹⁾، وفي الاتصال تكون الحاجة للاتصال نابعةً من الرغبة في التأثير على الآخرين والعطف عليهم بما هم فيه من الضلال لإنقاذهم منه، ويتطلب ذلك صدقاً وأصاله وثقة تؤدي إلى تغيير المفاهيم والاتجاهات والأفكار.

* * *

(1) الإعلام القرآني، مرجع سابق.

الخاتمة

obeikandi.com

خاتمة

نستطيع أن نخلص مما سبق عرضه في هذه الدراسة إلى أن الإطار الغيبي الذي يجري فيه الاتصال بين الإنسان وربّه بواسطة رسله لنقل رسالة الدين في كتبه، لم تضمّن الدراسات الإعلامية المعاصرة ضمن منهج الاتصال، رغم أنه تاريخيًا هو أول أنواع الاتصال المعرفي الذي نقل كمًّا هائلًا من المعلومات والقيم والأفكار إلى البشرية.

والعيب ليس في طبيعة الدراسات، ولا ميدانها، ولكنّ العيب في المناهج البحثية المتبعة التي قصّرت عن إدراك علم موجود قائم ماثل، لم تتساءل عن كيفية وصوله إلى الناس، وإن علمته لم تجعل ذلك مدرسة مستقلة في الدراسات الاتصالية.

إن مؤسسات البحث العلمي - الإسلامية منها على وجه الخصوص - معنيّة بالدرجة الأولى بمزج العلوم والمعارف الشرعية والعقلية، حيث إن كلا النوعين لا قوام لأحدهما بدون الآخر.

إن الوحي وأحواله من مباحث علم العقيدة والرؤيا وأنواعها جزء من الإيمان بالغيب في الإسلام، ولكن أحدًا من الباحثين الإعلاميين المعاصرين لن يلقي بالاً لطريقة وصول هذا النوع من

العلم (كحقل دراسة) جدير بالتفصيل والتحقيق والتشريح، وإن ما حاولنا القيام به في هذه الدراسة إنما هي أولى الخطوات على طريق ربط العلم المعنوي بالعلم التجريبي. إن التسليم بأن العلوم الاجتماعية -والتي حقائقها هي الأخرى نسبة بما تقوم به من دراسة العينات- تعطي وحدها العلم بالمدركات العقلية والوجدانية كما في علم النفس مثلاً سيكون خطأ علمياً لا يغفر.

إن العلم بالمدركات العقلية والوجدانية لا يقتصر على علم النفس أو التربية، أو الاجتماع، وإنما للدراسات الإسلامية عامة وعلوم العقائد خاصة دوراً في هذا المضمار يساهم به في كشف حقائق الإعلام بالدين وقيمه ومعارف الإيمان وكيفية وصوله إلى الفرد المسلم.

إن الدراسات المعاصرة ومناهجها لما نشأت في بيئة فصلت بين العقل والدين، وحصرت الدين في الكنيسة، علينا نحن المسلمين أن لا نقبل مداخلاتها المتناقضة في العلوم الاجتماعية وسائر المعارف العامة بالتسليم المحض؛ لأن من شأن مثل هذا التسليم أن يجعل إقصاء المعرفة الدينية من الحقل التطبيقي أمراً مشروعاً ومقبولاً عملياً وعلمياً، وهذا ما لا نرضاه فوق كونه ليس صحيحاً.

وهذا البحث قصد أن يجعل للمباحث الشرعية مداخل نظرية في المعرفة الاجتماعية الخاصة بعلوم الاتصال والإعلام مع ما تتضمنه

هذه المباحث من إيمانيات وثوابت ومسلمات، فالعلم المعاصر الذي يتجنب البحث والتنقيب علمياً في ظاهرة (تاريخية مهمة) مثل الوحي الذي نزل على الأنبياء وفي ظاهرة متكررة بين عوام الناس مثل (الرؤيا) واستنباط الحقائق من لطائف الحكم القرآنية عليه أن يعرف بأنه علمٌ قاصرٌ، وقد آن الأوان للمسلمين أن يرتادوا الكشف العلمي وقد تأبطوا الإيمان واليقين بحقائق عقيدتهم، ومن شأن مثل هذه الدراسات أن توثق العلاقات بين الحضارات كما فعلت القصص الفلسفية الصوفية التي أثرت على أوروبا مثل قصة (حي بن يقظان) لابن طفيل (ت 1085م). وكانت تهدف أساساً إلى التوفيق بين الفلسفة والدين. وتبين أن التأمل العقلي والإيمان الحقيقي طريقان يؤيدان في النهاية إلى الاتصال الوثيق بالله تعالى.

وقد نشرت للقصة ترجمات إلى اللاتينية في أكسفورد سنة 1671م، خرجت من جعبتها ترجمات للقصة إلى الإنجليزية، وكما فعلت الخرائط الجغرافية التي وضعها الشريف الإدريسي للكرة الأرضية في القرن الحادي عشر والتي تبين منها أنه كان يعلم منابع النيل قبل صمويل بيكر وليفنغستون.

* إن قليلاً من الثقة بالنفس تجعل من بحّاث الدراسات الإعلامية يجعلون الأطر النظرية لدراساتهم - ولو في جزء يسير منها - هو

(الإيمان بالغيب والوحي والرؤيا الصادقة والمنبر والمسجد والحكمة والشعر والموعظة والبلاغة القرآنية والنبوية)، ووسائل الاتصال المباشر تظل هي الأقوى والأكثر فعالية وأثراً بشهادة أهل العلم المعاصر أنفسهم وإجماعهم أيضاً بأنها أكثر وسائط الإعلام الحديثة جماهيرية.

* إن المقاصد الأصلية لهذه الدراسة ؛ التوسيع من نطاق مجال الدراسات الإعلامية والاتصالية ؛ وجعل العلوم والمعارف الإسلامية مصدرًا من مصادر هذه الدراسات ؛ وجعل الباحثين في هذه العلوم مساهمين مقتدرين في الدراسات الإعلامية والتي طالما تورّعوا عن الخوض فيها، واعتبارها شأنًا يهمُّ غيرهم.

وخلاصة القول في هذه الخاتمة:

* إن الكون بنظامه الرباني في تنسيق إلهي ناجم عن اتصال المعرفة الإلهية بالإنسان عن طريق الوحي الذي هو أرقى نماذج الاتصال وأقدمها.

* إن الرسالة الإلهية الخاتمة بين ظهرانينا نتيجة لهذا الاتصال المعرفي، ولم نقم هنا من إضافة علمية إلا بتقديمها والتعريف بها بمنهج وصفي اتصالي استدلالي مزجنا فيه بين البحث العلمي والبحث الشرعي، (أي طرق البحث العلمي ومناهج البحث الشرعي).

* هذا المزج المنهجي كانت دواعيه البحثية هي في مرحلة التحليل والتعليل الذي يقتضيه أي علم.

* ثم التعريف الوصفي الاستدلالي (بالاستقراء) عن طريق التحليل العقلي - والعقل أداة رئيسة في البحث الشرعي، أيضًا والعلمي - والتدليل بالعلّة المعرفية باستخدام النصوص النقلية من الكتاب والسنة وملاحظة الظاهرة واستقراء نتائجها.

* فقصدنا:

أولاً: جعل علوم الشريعة مصدرًا مهمًا من مصادر الدراسات الإعلامية.

ثانيًا: إخراج دراسات وأبحاث (علوم الاتصال) من أبراجها التي تقوّعت فيها فلم تستطع الاستفادة من المعارف الإسلامية بما يتفق وثراء هذه المعارف ومصادرها.

إذاً إنها دعوةٌ لمعرفةٍ وتأمُّلٍ لآياتٍ في الآفاق وفي الأنفس.

* * *

قائمة المصادر والمراجع

* القرآن الكريم.

1. السُّنَّة النبوية (صحيح البخاري، صحيح مسلم، وبقية الكتب الستة).

2. تفسير ابن كثير (اختصار محمد علي الصابوني).

3. أنور الجندي، عالمية الإسلام، دار المعارف، القاهرة، 1977م.

4. عبد الله بن عبد الرحمن بن علي الشريف، التعليقات المفيدة على العقيدة الواسطية، دار طيبة، الرياض، 1984م.

5. لجنة تأليف بمؤسسة البلاغ، مرتكزات أساسية في الإعلام القرآني، طهران، 1977م.

6. عبد العزيز شرف، الإعلام ولغة الحضارة، دار المعارف، القاهرة، 1977م.

7. طه حسين بك وآخرون، التوجيه الأدبي، القاهرة، ب ت.

8. مناع القطّان، تاريخ التشريع الإسلامي، بيروت، 1996م.

9. عصام سليمان موسى، المدخل في الاتصال الجماهيري، أربد، الأردن، 1986م.