



الجامعة الإسلامية - غزة
عمادة الدراسات العليا
كلية أصول الدين
قسم التفسير وعلوم القرآن

الإعلام

مقوماته ... ضوابطه ... أساليبه

في ضوء القرآن الكريم
دراسة موضوعية

إعداد

الطالبة: آلاء أحمد هشام / مصباح عمّار

إشراف

فضيلة الدكتور: عبد السلام حمدان عودة اللوح

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التفسير وعلوم القرآن

1430هـ - 2009م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

[ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ
وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ]

(النحل: 125)

[يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن
تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ]

(الحجرات: 6)

يأبي الله أن يكون هناك كتاب كامل غير كتابه
فالحمد لله من قبل ومن بعد

قال العماد الأصفهاني:

إني قد رأيت أنه لا يكتب إنسان كتاباً في يومه

إلا قال في غده:

لو غير هذا لكان أحسن

ولو زيد كذا لكان يستحسن

ولو قدم هذا لكان أفضل

ولو ترك هذا لكان أجمل

وهذا من أعظم العبر

وهو دليل على استيلاء النقص على جملة البشر

الإهداء

إلى من علماني أن العلم سر الحياة، وأن الصبر زادها، وأن الجهاد فريضة، من مزجا حياتيهما في كأس حياتي فشربته عذباً زلالاً تربية وتعليماً؛ أداءً لبعض حقهما، وإظهاراً لثمرة صبرهما، وتوسلاً للحصول على مزيد الرضا منهما، ورغبةً في أن أحظى بكثير دعائهما: **أبي وأمي الغاليين.**

لله درهما ،،، وعند الله جزاؤهما ،،، رب ارحمهما كما ربياني صغيرا و علماني كبيراً إلى الذين أذهبوا غربتي، وساهموا في سعادتي: **أخواتي الغاليات وأزواجهن وأبنائهن.** إلى من أسكنتني فؤادها، ولم تتسني يوماً من دعائها، وشجعتني حتى أنهيت حفظ كتاب **الله: الدكتورة أروى ناهض الرئيس.**

إلى جامعتي الإسلامية، وأساتذتي الكرام، الذين أثمر جهدهم مثل هذا البحث، وهم بذلك قد لا يشعرون، ويكتب لهم الأجر وهم لا يعلمون، وأستسمحهم جميعاً لأخص **فضيلة الدكتور عبد السلام حمدان اللوح**، الذي أعطاني من وقته الكثير، وبذل الجهد الكبير.

إلى مدارس الأوقاف الشرعية، وكلية الدعوة الإسلامية، والقائمين عليها ممن غرسوا في صدري غرسة العلم، وتعاهدوها سبع سنين مباركات، ممثلةً فيمن أسسها؛ لتكون مؤثلاً ومورداً لطلبة العلم **الدكتور: يوسف جمعة سلامة**، وجميع مشايخي الأعلام ممن كان يهمهم أمري، ويعينهم شأنني فساندوني حساً ومعنى، وكان لهم بذلك أعظم الأثر في حياتي، وأخص منهم **الأستاذ الدكتور علي رشيد النجار.**

إلى وزارة الأوقاف والشئون الدينية، والعاملين فيها، ممن من يتطلعون لفجر مشرق، تنزغ فيه فجر الإسلام من جديد، من سماتهم: شجاعة يربطها حذر، وطاعة يحدها وعي، وطاقة يصرفها تخطيط، ورغبة تغربلها تجارب، وفي مقدمتهم معالي وزير الأوقاف **الدكتور طالب أبو شعر.**

إلى المجاهدين الأبطال الذين بذلوا أرواحهم حتى باتت لا تعرف شيئاً إلا طريقها إلى الجنة، وسالت دماؤهم لتروي الأرض في طمأنينة وسكينة، وفي ابتسامة وترنيمة. إلى أمتنا، التي أسأل الله أن يكتب لها التمكين، إلى الأقصى، الذي أسأل الله أن يحرره من أيدي الغاصبين، إلى كل ذرة تراب في أرض فلسطين، إلى غزة موطننا، التي أسأل الله أن يفك حصارها، ويكتب الثبات لأهلها.

إلى الراحلين دون وداع، الباقيين في فضاء الذاكرة.

إليهم جميعاً ... أهدي رسالتي هذه

الشكر والتقدير

بدايةً وقبل كل شيء، الحمد لله رب العالمين، أحمدك ربي كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، فلك الحمد على ما أسبغت عليّ من نعمك ظاهرةً وباطنةً، وما كنتُ أهلاً لذلك لولا عظيم فضلك وامتنانك، فمنك التيسير والتوفيق.

وانطلاقاً من قوله تعالى: (... أَنْ اشْكُرْ لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَيَّ الْمَصِيرُ) (لقمان: 14)، أتوجه بالشكر والتقدير إلى والديّ العزيزين الكريمين؛ لما أولياني من الرعاية والتربية والتعليم في مهدي وطفولتي، وما زال لهما بالغ الاهتمام بي في شبابي، اللهم فاحفظهما واغفر لهما وارحمهما.

وانطلاقاً من قوله تعالى: (وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ... (إبراهيم: 7)، أرفع شكري وتقديري إلى الجامعة الإسلامية - حرسها الله -، ومؤسسيها والقائمين عليها، فبارك الله في عمرهم وعملهم، وجعل هذه الجامعة منارةً للعلم والإيمان إلى يوم الدين.

وأخص بالشكر والتقدير كليتي الغراء، كلية أصول الدين، والعاملين فيها من أكاديميين وإداريين، وعلى رأسهم عميدها الموقر الدكتور نسيم ياسين - حفظه الله -.

والشكر مقروناً إلى المشرف المربي فضيلة الدكتور عبد السلام اللوح - حفظه الله -، الذي ضحىّ معي بأنفس النفيس، فقبل البحث والباحث، وصوّب وسدد، وتابع وأرشد، اللهم فاجزه خير ما جزيت مشرفاً عن باحث في بحثه.

والشكر موصول، إلى من نرفع رءوسنا بأنا كنا يوماً تحت أيديهم، وننهل من فيض علمهم؛ اعترافاً بجميلهم وحسن صنيعهم، من أساتذتنا ومربينا الأفاضل، الذين حسبوا حاجتهم في صدورهم، ولم يبوحوا إلا بحاجة واحدة، هي أن يتفياً الجيل المسلم ظلال القرآن، ويستتشق عبير الإيمان، ويفيء إلى طاعة الرحمن، وأخص منهم أستاذي الفاضلين: الدكتور زهدي أبو نعمة، والدكتور وليد العمودي، اللذين تفضلاً بقبول مناقشتي في هذه الرسالة؛ ليزيها جمالاً ورونقاً بملاحظاتهما.

ومسك ختام شكري وتقديري إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في حياتي العلمية والدعوية عموماً، وفي رسالتي هذه خصوصاً، وأخص منهم كلاً من الشيخ فلاح الدلو، والأستاذ محمد أبو شرح، اللذين أمداني ببعض المراجع اللازمة لي في بحثي، والأستاذة القديرة رتيبة المصري التي ساعدتني في إعداد ملخص الرسالة باللغة الإنجليزية، فجزاهم الله كل الخير، وجعل ذلك في ميزان حسناتهم يوم القيامة.

اللهم إن هؤلاء جميعاً قد أحسنوا إليّ في حياتي، اللهم فأحسن إليهم، واشكر لهم سعيهم في الدنيا والآخرة، اللهم آمين.

المقدمة

الحمد لله الذي أذن بالرسالة، وجعل الكلمة الطيبة كالشجرة الطيبة، أصلها ثابت وفرعها في السماء، تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها، وحدد مهمة الرسول ٣ بالبلاغ المبين، فكان القرآن الكريم المصدر الأول للخطاب الإعلامي، والصلاة والسلام على نبينا الكريم، وآله وأصحابه الطيبين..... وبعد:

تواجه الأمة الإسلامية في العصر الحاضر مجموعة من التحديات والصعوبات، وأمام هذا السيل الجارف منها، كان لا بد للأفراد والجماعات، لاسيما الدعاة وأولي الأمر منهم، أن يلموا بالقرآن الكريم وعلومه؛ كونه منهج الحياة، والمعرفة بالسنة النبوية وأساليبها، والسيره بمختلف جوانبها؛ لأن النبي ٣ هو القدوة الحسنة لكافة المسلمين، فقد قال تعالى: **(لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا)** (الأحزاب: 21).

وإضافة لكل هذا، فلا بد من معرفة أحوال العصر وما فيه من تطورات، والتي من أبرزها وسائل الإعلام على مختلف أشكالها، فلإعلام دور بارز في معركة اليوم، حيث أصبح علماً له مقوماته ومعاهده، وفناً له مستلزماته وأدواته.

ذلكم أنه لا يوجد في الدنيا كلها إعلام بلا هدف، ولا قيم، ولا منطلقات، وبكلمة مختصرة، لا يوجد إعلام بدون رسالة يحملها، ويسعى إلى تحقيقها، فالإعلام هو السفير. وقد بلغ الإعلام في عصر الثورة المعلوماتية والسبق التكنولوجي شأنًا عظيمًا، ووصل إلى درجة كبيرة من التأثير، بحيث أصبح قادراً على أن يزيّف الباطل ويلبسه ثوب الحق، كما أصبح تطور وسائل الإعلام والاتصال، وقدرتها على جذب الجمهور، وإحداث التواصل الثقافي والحضاري بين الناس، من أهم الدلائل المادية على تطور الأمم.

ورغم الحالة المتردية للإعلام العربي عموماً، إلا أن ظهور الوعي الإسلامي بدأ ينعكس لدى المفكرين والعلماء، من أجل تسخير التكنولوجيا الحديثة؛ لبث الهوية الإسلامية، فظهرت العديد من المواقع الالكترونية، والإذاعات، والفضائيات؛ لأن عالمية الرسالة تقتضي عالمية الخطاب، وعالمية الخطاب لا تبلغ مداها المطلوب ما لم تكن عندنا القدرة على فهم العالم بعقائده وثقافته وتاريخه، وأساس كل هذا التعرف على أسس ومنطلقات الإعلام في الإسلام، وتبيين ضوابطه ومقوماته، وأهميته وأهدافه.

لذا، فالحاجة ماسة لوجود إعلام ينطبق عليه وصف الإسلام، يستمد ضوابطه ومقوماته وكافة أساليبه ووسائله من القرآن الكريم، إذ إن دراسة ذلك وتقعيد أصوله يعد بوابة رحبة لانطلاق الإعلام الإسلامي المنشود، كما أن الحاجة متزايدة إلى استنابات الطاقات المبدعة والموهوبة في عالمنا، والإعلام الإسلامي بحاجة إلى إحياء، لا إلى إنشاء، لأجل كل ما سبق

تأتي هذه الدراسة، والتي بعنوان: الإعلام: مقوماته، ضوابطه، أساليبه في ضوء القرآن الكريم، دراسة موضوعية.

× أهمية الموضوع:

- تتبع أهمية هذا الموضوع من خلال عدة نقاط، أذكر أهمها:
- (1) حاجتنا إلى دراسة عن الإعلام مرتبطة بالقرآن الكريم.
 - (2) البحث في الإعلام الإسلامي، والذي أصبح موضوع العصر، وخطوة نقل من زمن لآخر.
 - (3) الإعلام اليوم هو مؤسسة حيوية تتقدم المؤسسات كلها، بل من خلاله تمارس المؤسسات الأخرى، بل الدول والشعوب دورها ونشاطها؛ لذا لا بد من مزيد اهتمام به.
 - (4) لا بد من الاهتمام بالإعلام وما يقوم به من أدوار، وما يجب أن يلتزم به من ضوابط؛ لأن الحرب القادمة لن تكون حرباً عسكرية فقط، بل إعلامية.
 - (5) المساهمة في إثراء المكتبة الإسلامية ببحوث تتعلق بالإعلام، وتتبع من القرآن الكريم.
 - (6) إفادة الباحثين والمهتمين بالإعلام عموماً، والإعلام الإسلامي خصوصاً.

× أسباب اختيار الموضوع:

- (1) الأمر الرباني للمسلمين بقوله تعالى: (وَأَعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ...) (الأنفال: 60)، ويعتبر الإعلام من أهم هذه القوى في مواجهة محاولات الغزو الغربي لبيوتنا ومجتمعاتنا، بما تنبئه وسائل الإعلام العادية.
- (2) من خلال عمل الباحثة في مجال الإعلام، لاحظت قلة في عدد وسائل الإعلام الإسلامي مقارنة بغيره؛ بسبب اهتمام وسائل الإعلام بعرض ما يطلبه الجمهور دون التركيز على احتياجاته الأساسية.
- (3) العمل على تسخير التكنولوجيا الحديثة بوسائلها المختلفة، في بث الثقافة والهوية الإسلامية، وفق النصوص القرآنية.
- (4) المساهمة بشكل إيجابي - ولو جزئياً - في خدمة الإعلام، والرقي به نحو الأفضل، من منظور إسلامي ديني.
- (5) معالجة القصور الموجود لدى بعض الإعلاميين حول ما يستحق أن يكون إعلاماً إسلامياً.

6) وجود بعض المؤلفين الذين سمحوا لأنفسهم بالحديث عن الإعلام في القرآن بشكل عام، دون أن يكون لهم مزيد خبرة في هذا المجال، ودون الرجوع إلى كتب التفسير والكتب الإسلامية المعتمدة، فمن باب أولى أن يتوجه أهل الاختصاص لهذا المجال.

× أهداف الدراسة:

- 1) نيل الأجر والثواب من الله U، من خلال خدمة القرآن الكريم والبحث فيه.
- 2) إثراء المكتبة الإسلامية ببعض المعلومات المفيدة حول الإعلام في القرآن الكريم.
- 3) التعرف على خصائص الإعلام الإسلامي، وأهدافه، وواقعه.
- 4) إيضاح الضوابط والمقومات التي ينبغي توافرها في الإعلام؛ ليكون إعلاماً إسلامياً ملتزماً.
- 5) بيان العلاقة بين القرآن الكريم والإعلام، وأن القرآن الكريم هو المرجع الأول والأهم للإعلام.

× الدراسات السابقة:

من خلال اطلاع الباحثة على الدراسات السابقة، وجدت العديد من الدراسات في مجال الإعلام، لكنها تناولت الحديث عن الإعلام من جانب تشريعي أو تربوي، وتكاد تكون معدومة تلك التي تناولت الإعلام في القرآن بصورة تفصيلية.

وعلى صعيد الدراسات الموجودة في مكتبات الجامعات الفلسطينية، وجدت الباحثة دراستين:

الأولى: دراسة بعنوان (الإعلام: ضوابطه وأحكامه الشرعية): مقدمة من الباحث حسام خليل عايش، كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في قسم الفقه المقارن بكلية الشريعة والقانون بالجامعة الإسلامية عام 2007م.

واستهدفت الدراسة إفادة الباحثين وطلبة الإعلام الإسلامي، وكل من يرغب في الاطلاع على الأحكام الشرعية المتعلقة بالإعلام.

الثانية: دراسة بعنوان (الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي): مقدمة من الباحثة إيمان محمد بركة، كمتطلب تكميلي لنيل درجة الماجستير في قسم الفقه المقارن بكلية الشريعة والقانون بالجامعة الإسلامية عام 2008م.

واستهدفت الدراسة التعرف على الجرائم الإعلامية، وعقوباتها، والحديث عنها، من الوجهة الفقهية.

ودرستنا هنا، هي دراسة قرآنية موضوعية متخصصة، وليست فقهية، أو إعلامية عامة.

كما راسلت طالبة مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية، والذي أفاد بعدم وجود أي معلومات متاحة حول هذا العنوان في قاعدة معلومات الرسائل الجامعية بالمركز.

× منهجية الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الاستقرائي الوصفي، وذلك تبعا للخطوات المتعارف عليها في التفسير الموضوعي.

ويتمثل ذلك في النقاط التالية:

- (1) التمهيد للموضوع، من خلال الحديث عن الإعلام من الجانب النظري: نشأته وتطوره، أهدافه وأهميته.
- (2) جمع الآيات القرآنية التي ورد فيها لفظ الإعلام ونظائره، أو المتعلقة به بصورة مباشرة.
- (3) توزيع الآيات على مباحث الدراسة وفصولها، وفق عناوينها، وارتباط الآيات بها. أما أسلوب الباحثة في البحث، فكان يقوم على:
 - (1) كتابة الآيات مشكلة برواية حفص عن عاصم.
 - (2) عزو الآيات المستشهد بها إلى سورها، بذكر السورة ورقم الآية، وإيرادها في المتن عقب الآية مباشرة.
 - (3) الرجوع لأمّهات كتب التفسير القديمة والحديثة؛ لتفسير الآيات القرآنية.
 - (4) ذكر الأحاديث المتعلقة بالموضوع، مع تخريجها من مظانها، وبيان حكم العلماء عليها ما أمكن.
 - (5) توثيق المعلومات حسب الأصول المتعارف عليها، مع مراعاة الأمانة العلمية في النقل والتوثيق.
 - (6) نقل أقوال العلماء المتعلقة بموضوع البحث، مع عزوها إلى مصادرها الرئيسية.
 - (7) إثبات المراجع في الحاشية دون تفصيل، مبتدئةً بذكر اسم المرجع والمؤلف والجزء والصفحة، مع ذكر البيانات التفصيلية في ثبت المراجع.
 - (8) ترتيب المراجع في الحاشية اعتماداً على الأسبقية الزمنية، وفي حال كانت الكتب جميعها في العصر الحديث، قُدم صاحب الدرجة العلمية الأعلى، فإن تساوت الدرجات العلمية للمؤلفين كان الترتيب أبجدياً.
 - (9) الإحالة على ما تم ذكره، أو سيأتي بيانه؛ منعاً للتكرار.

10) إعداد الفهارس اللازمة الخاصة بالموضوع؛ لتسهيل عملية المطالعة في البحث، وهي كما يأتي:

- فهرس الآيات القرآنية حسب ترتيبها في القرآن الكريم.
- فهرس الأحاديث النبوية والآثار.
- ثبت المصادر والمراجع.
- فهرس الموضوعات.

× هيكلية الدراسة:

قسمت الباحثة الدراسة إلى: مقدمة، وفصل تمهيدي، وثلاثة فصول، وخاتمة.

المقدمة

تتضمن على أهمية الموضوع، وأسباب اختياره، وأهداف الدراسة، والدراسات السابقة، ومنهجية الدراسة، وهيكليتها.

الفصل التمهيدي

مدخل إلى الإعلام

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: الإعلام نشأته وتطوره

المبحث الثاني: أهمية الإعلام، ومكوناته، ومجالاته

المبحث الثالث: المسؤولية الإعلامية بين الأهداف والوظائف

الفصل الأول

تعريف الإعلام ومقوماته

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن

وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

المطلب الثاني: القرآن أساس الإعلام

المطلب الثالث: خصائص الإعلام في القرآن الكريم

المبحث الثاني: مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن
وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: ورود مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن الكريم
المطلب الثاني: اللطائف المستفادة من ورود مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن
المطلب الثالث: الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم
المبحث الثالث: مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن
وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي
المطلب الثاني: مقومات العملية الإعلامية في القرآن
المطلب الثالث: معوقات العملية الإعلامية في القرآن

الفصل الثاني

ضوابط الإعلام في القرآن الكريم

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: الضوابط بين الإرسال والتلقي
وفيه أربعة مطالب:

المطلب الأول: ضوابط المرسل
المطلب الثاني: ضوابط الرسالة
المطلب الثالث: ضوابط الوسيلة
المطلب الرابع: ضوابط المتلقي

المبحث الثاني: الإعلام زمن السلم وضوابطه
وفيه ثلاثة مطالب:

المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمن السلم
المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمن السلم
المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمن السلم

المبحث الثالث: الإعلام زمن الحرب وضوابطه
وفيه ثلاثة مطالب:

- المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمن الحرب
- المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمن الحرب
- المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمن الحرب

الفصل الثالث

أساليب الإعلام وأثاره في ضوء القرآن الكريم

وفيه مبحثان:

المبحث الأول: الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن
وفيه أربعة مطالب:

- المطلب الأول: أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن
 - المطلب الثاني: أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن
 - المطلب الثالث: الأعداء وأساليبهم الإعلامية
 - المطلب الرابع: الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية
- المبحث الثاني: آثار الإعلام في ضوء القرآن
وفيه أربعة مطالب:

- المطلب الأول: أثر الإعلام في ترسيخ العقيدة
- المطلب الثاني: أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات
- المطلب الثالث: أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة
- المطلب الرابع: أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأعداء

الخاتمة

تشتمل على أبرز النتائج، وأهم التوصيات، التي ستخلص لها الباحثة من خلال الدراسة.

ويبقى الجهد البشري رغم كل محاولات إتقانه جهداً قاصراً عن بلوغ رتبة الكمال، فما كان من توفيق فمن الله، وما كان من خلل أو تقصير فمن نفسي والشيطان.
والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل.

الفصل التمهيدي مدخل إلى الإعلام

? المبحث الأول:

الإعلام نشأته وتطوره

? المبحث الثاني:

أهمية الإعلام، ومكوناته، ومجالاته

? المبحث الثالث:

المسئولية الإعلامية بين الأهداف والوظائف

تمهيد

أصبح الإعلام بوسائله المتعددة، وبكل ما يقدمه حديث العصر؛ نتيجة سرعة تطوره، وكثرة وسائله، وعمق تأثيره، حتى بات يشكل الشغل الشاغل للعلماء والباحثين. وحين يكون الحديث عن مقومات الإعلام، وضوابطه، وأساليبه في القرآن الكريم، فلا بد من مدخل تمهيدي عن الإعلام؛ يفتح الطريق للحديث عن التفاصيل بصورة موسعة فيما بعد. إذ إن هناك مجموعة من التساؤلات التي ينبغي الإجابة عليها قبل خوض غمار هذه الرسالة:

- (1) كيف نشأ الإعلام وتطور؟
 - (2) ما مدى أهمية الإعلام لنا؟
 - (3) مم يتكون الإعلام؟ وما أقسامه؟
 - (4) وما هي المسؤولية الملقاة على وسائل الإعلام بمختلف أشكالها؟
- تساؤلات عديدة، تحمل إجاباتها صفحات الفصل التمهيدي لهذه الرسالة.

المبحث الأول

الإعلام نشأته وتطوره

إن الناظر إلى أحوال العصر وما فيه من تطورات، يجد أن أبرزها وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، من الصحف والجرائد، إلى المذياع، مروراً بالتلفاز والفضائيات والأقمار الصناعية، وانتهاءً بالإعلام الإلكتروني وصفحات الانترنت.

لكن وقفة واحدة للتدقيق في تاريخ الإعلام ونشأته، كفيلة بأن يدرك المرء أن الإعلام ليس وليد اللحظة، وأنه كان موجوداً منذ بدء الخليقة، ذلك أنه أسلوب من أساليب الاتصال بين البشر، ينبع من كون الإنسان مخلوقاً اجتماعياً بطبعه، بحاجة إلى التعارف إلى غيره، وهذا ما أثبتته القرآن الكريم في قوله تعالى: **(يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ)** (الحجرات: 13).

يقول صاحب الظلال: "يا أيها الناس، والذي يناديكم هذا النداء هو الذي خلقكم من ذكر وأنثى، وهو يطالعكم على الغاية من جعلكم شعوباً وقبائل، إنها ليست للتناحر والخصام، إنما هي التعارف والوثام، فأما اختلاف الألسنة والألوان، واختلاف الطباع والأخلاق، واختلاف المواهب والاستعدادات، فتنوع لا يقتضي النزاع والشقاق، بل يقتضي التعاون للنهوض بجميع التكاليف والوفاء بجميع الحاجات" (1).

وهذا ما أكدته جمع من المفسرين عند تعرضهم لهذه الآية بالتفسير والبيان (2).

وما يجب أن نهتم به أكثر من غيره عند حديثنا عن هذه الآية في سياق الحديث عن الإعلام، هو ما أورده صاحب الأساس في التفسير، حول علاقة سورة الحجرات بالسورة التي سبقتها، وهي سورة الفتح، حيث قال: "سورة الفتح بشرت بانتصار عالمي للإسلام، وهذا يقتضي أن تكون قضية الإخاء الإسلامي واضحة، وقضية الصلة بين الشعوب واضحة" (3).

فإن هذا يحمل رسالة واضحة بأن تطبيق كافة ما جاء من تعاليم في هذه السورة، سيقود لنصرة الإسلام، ومن ضمن هذه التعاليم أن تكون العلاقات الإنسانية للتعرف، الذي ينبغي أن يؤدي إلى تعاضد وتناصر، وليس إلى تناحر واختلاف.

(1) في ظلال القرآن - سيد قطب - 3348/6.

(2) انظر: محاسن التأويل - محمد جمال القاسمي - 5469/15، تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان -

عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 642/2، صفوة التفسير - محمد علي الصابوني - 219/3.

(3) الأساس في التفسير - سعيد حوى - 5441/9.

وكان في ذلك رسالة للقائمين على وسائل الإعلام كافة، بأن يكون ما يقدمونه سبيلاً للتوحد لا للتفرق، فهذا من أهم خصائص الإعلام الإسلامي، وهو كذلك من ضوابطه ومقوماته الهامة، الأمر الذي سيأتي إيضاحه مفصلاً في الصفحات القادمة.

الإعلام إذن أمر هام في حياة البشر كافة، ظهر معهم منذ بداية خلقهم، وهذا بارز في قوله تعالى: (وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ & وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَؤُلَاءِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ & قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ & قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ) (البقرة: 30 - 33).

فاللفظان المستعملان هنا (علم، أنبا)، كلاهما مرتبطان بالإعلام، فالأول مشتق من نفس الجذر الثلاثي لكلمة الإعلام، والثاني يتعلق بإحدى وظائف الإعلام، وهي الوظيفة التعليمية، التي بينها تعالى في موضع آخر بقوله: (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ) (إبراهيم: 4).

ونظرة سريعة على أحوال الأمم السابقة، كفيلة أن تبرهن لنا على قدم الإعلام بقدوم الزمان، إذ يصعب على المرء الحياة مع الاكتفاء بأخباره أو أخبار أسرته المحدودة فقط، بل إنه يسعى للاتصال بالغير؛ لمعرفة أخبار الجميع.

وقد تطورت وسائل الإعلام المستخدمة في ذلك الحين؛ بغرض الإعلام والإخبار، قبل تطور الكتابة، فاستعملوا النار ودخانها، والطبول والأجراس، والإشارات، ثم استعملوا النحت والكتابة على الجدران؛ لتسجيل أحداث المعارك وتسطير الانتصارات؛ لإعلام الأجيال التي تليهم بما حدث معهم، وهو ما كان موجوداً بصورة واضحة لدى الفراعنة، وفي العراق⁽¹⁾.

ومع مرور الزمان، تطورت وسائل الإعلام، واتخذت أشكالاً أخرى جديدة، من بينها:

- (1) معرفة الأوقات، وأحوال الطقس، ومواقع الكأ والعشب، والاهتداء حال السفر، كل ذلك من خلال النجوم، قال تعالى: (وَعَلَامَاتٍ وَبِالنَّجْمِ هُمْ يَهْتَدُونَ) (النحل: 16).
- (2) استشارة الحكماء والوجهاء في أحوال القبيلة والعشيرة.

(1) انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحليم - (ص: 12)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 8)، الرأي العام والإعلام والدعاية - د. هاني الرضا ود. رامت عمار - (ص: 94)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 16، 19).

(3) الدور التعليمي الذي يمارسه المتخصصون؛ لتثنية الصغار⁽¹⁾. وفي العهد اليوناني، كان إعلامهم يتم من خلال الخطابة والمناقشة؛ بغرض التأثير في الناس⁽²⁾.

ولدى الرومان، ظهر نوع جديد من وسائل الإعلام، تمثل في الرسائل التي حملها المبشرون المسيحيون لكافة البلاد، وهو ما أدرجه المختصون تحت الإعلام الديني، الهادف لنشر السلام ومنع الحروب⁽³⁾.

وبالانتقال إلى الجاهلية قبل الإسلام، فقد كان لديهم نوعان من الاتصال، ترتب عليهما عدة وسائل إعلامية، وهما:

أولاً: الاتصال والإعلام الداخلي: الذي كان يتم عن طريق الشعر والخطابة، والندوات، والأسواق، فكثرت الأسواق لديهم، وكان من أبرزها سوق عكاظ، وكانت المكافأة للمتميزين فيها أن تعلق أشعارهم على أستار الكعبة.

ثانياً: الاتصال والإعلام الخارجي: الذي تمثل في التجارة من أجل كسب الرزق، والاتصال بالإمارات المختلفة التي أنشأها الفرس والروم على الحدود المتاخمة للجزيرة العربية، إضافة إلى البعثات اليهودية والنصرانية التي انتهى بها المطاف بالاستقرار في الجزيرة العربية، وأخيراً الحروب التي حملت معها العديد من الثقافات الجديدة.

أما الإذاعة، فقد عرفت لدى العرب في الجاهلية، لكنها لم تكن - بطبيعة الحال - كالصورة التي هي عليها الآن، وتمثلت في شخصية المنادي، الذي كانت وظيفته الانتقال من مكان لآخر؛ بهدف إذاعة الأخبار⁽⁴⁾.

(1) انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 11)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 17).

(2) انظر: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - د. فؤادة عبد المنعم البكري - (ص: 20)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 9).

(3) انظر: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - د. فؤادة عبد المنعم البكري - (ص: 19)، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 13)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 9)، علم اجتماع الإعلام - د. جبارة عطية جبارة - (ص: 19).

(4) انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 63)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 85)، وسائل الاتصال السياحي - د. نعيم الظاهر ود. عبد الجابر تيم - (ص: 53)، مقومات رجل الإعلام الإسلامي - تيسير محجوب الفتنياني - (ص: 39، 60)، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موفق الغلابيني - (ص: 36).

ولما جاء الإسلام، أبقى بعض هذه الوسائل، وألغى بعضها الآخر، وأرسى بعض الدعائم، وبيان ذلك، أنه:

- (1) أبقى الشعر، الذي اشتغل المسلمون بخير منه بعد ذلك، وهو القرآن الكريم.
- (2) أبقى الخطابة، التي كان لها دورها التأثيري في ذلك الحين.
- (3) بين الكيفية التي ينبغي أن يكون على أساسها معرفة الأخبار، فقال تعالى: (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ...) (النساء: 83).
- (4) أوضح أهمية التثبت من الأخبار بعد معرفتها، ومثال ذلك قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6) (1).
- (5) حدد معايير النشر، فحرم بعض الجرائم كالغيبة، والنميمة، والكذب، والغش، وشرع حد القذف، وحرّم كل ما يخالف العقيدة.

٧ أبرز دعائم الإعلام في العهد الإسلامي:

- (1) نشاط اليهود ومشركي العرب قبل ظهور الإسلام: حيث كان اليهود يخبرون الأوس والخزرج أن نبياً سيظهر في آخر الزمان، سيبعونه ويقاتلونهم معه ويقتلونهم كقتل عاد وإرم، ثم بحث الأوس والخزرج عن هذا النبي، حتى ظهر في قريش.
- (2) طبيعة الإسلام ونظامه الجديد: فقد بدأت الدعوة سراً، ثم أصبحت جهراً، وكان الناس يتناقلون أخبارها، فتساءل بعضهم عنها، واتجه ليسمع من صاحبها ٣، حتى أقبل بعضهم، وانشرح صدره لهذا الدين.
- (3) نشاط النبي ٣: حيث بذل الجهد في تبليغ الرسالة ونشرها، مرتحلاً لكافة المناطق، عارضاً نفسه على الوفود، حتى قامت الدولة واتسعت رقعتها.
- (4) نشاط المؤمنين وأمّهات المؤمنين والصحابيات: الذين بذلوا جهداً كبيراً في بيان العقيدة الإسلامية، وإيضاح مبادئ الرسالة الإسلامية، فحرصوا جميعاً على حضور المجالس النبوية، وإبلاغ من وراءهم ما جاء فيها، حتى بلغوا أحكام الإسلام على أكمل وجه.
- (5) أسواق العرب ومواسمهم: التي لم يدعها النبي ٣ منذ بدء المرحلة الجهرية من الدعوة، فكان يذهب إليها؛ لينتقي من فيها، ويدعوهم إلى الرسالة الإسلامية بمختلف السبل.

(1) انظر: الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د.يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 13)، وسائل الاتصال السياحي - د.نعيم الظاهر ود.عبد الجابر تيم - (ص: 53)، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موفق الغلابيني - (ص: 37).

6) بعض الأحداث الهامة في تاريخ الدعوة: التي كان لها أثرها الإعلامي، ومنها: حادثة الإسراء والمعراج التي أدت لنشاط المسلمين في أمر دعوتهم؛ رداً على افتراءات مشركي مكة، والهجرة إلى الحبشة، والمدينة المنورة، والرحلة إلى الطائف، وما ترتب عليها من أخبار إعلامية هامة، وكذلك: صلح الحديبية الذي كان له آثاره البالغة في الرسالة الإسلامية، وسيادة العدل، ودحر الظلم، وعمرة القضاء، وحجة الوداع، والغزوات، والمواجهات مع الأعداء داخل المدينة وخارجها، فجميعها أحداث هامة، ترتبت عليها أهم النتائج الدعوية والإعلامية.

7) إرسال الوفود الإعلامية للمسلمين إلى خارج مكة المكرمة: للنجاة من أذى المشركين، وإبلاغ الدعوة، ومن ذلك الهجرة الأولى إلى الحبشة (1).

٧ مراكز ومحطات الإعلام:

كانت في ذلك الوقت كثيرة؛ نتيجة إرسال النبي ٣ ثم الخلفاء والأمراء من بعده للرسول؛ بغرض إبلاغ أهل البلاد وإرشادهم، حتى كثرت الفتوحات وعمت، وانتشر الإسلام في شتى بقاع المعمورة، ومنها:

- 1) دار الأرقم بن أبي الأرقم: التي بدأت فيها الدعوة، وكانت ملتقى النبي ٣ بأصحابه.
- 2) البيت العتيق: الذي كان محط التقاء النبي ٣ بكافة الوافدين من مختلف المناطق، وكان المنصة التي أعلن منها بدء الدعوة الجهرية.
- 3) المسجد: وكان ذا رسالة إعلامية كبيرة وهامة، فمنه ينطلق الأذان، وفيه تقام الصلوات، وتعقد مجالس العلم والذكر، واستقبال الوفود، وتوجيه الحروب، وغير ذلك كثير.
- 4) بعض البلدان والمراكز الإسلامية، مثل: (المدينة المنورة، مكة المكرمة، الكوفة، البصرة، الشام، مصر، المغرب، الأندلس، اليمن، جرجان، قزوين، خراسان) (2).

وكان من أبرز وسائل الإعلام وأنشطته في العهد النبوي، وما تلاه، الرحلة لطلب العلم (3)، وكان لها أثرها الواضح في انتشار الرسالة الإسلامية، وتوثيق الصلة بين المسلمين. أما عهد الخلفاء الراشدين، وما تلاه من عهود، أمثال: الدولة الأموية، ثم العباسية،

والمملوكية، والفاطمية، والأيوبية، والعثمانية، وغيرها، فكانت وسائل الإعلام فيها كالاتي:

- 1) القصيدة الشعرية: التي كان لها دورها في الإعلام والحرب النفسية ومناهضة العدوان.
- 2) الخطابة: كالخطب الدينية والسياسية، الهادفة للحث على القتال وطرد الاحتلال.

(1) أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - د. محمد عجاج الخطيب - (ص: 23 - 61) بتصرف.

(2) المرجع السابق - (ص: 63 - 76) بتصرف.

(3) المرجع السابق - (ص: 77 - 82) بتصرف.

- (3) الأذان: وقد شرع في السنة الأولى من الهجرة النبوية⁽¹⁾، حيث كان المؤذن فيما سبق يقوم بنشر الأخبار والمعلومات من منابر المساجد ومآذنها.
- (4) الوفود والبعثات: التي كان لها تأثير إيجابي عميق، نتج عنه دخول الكثير في الإسلام، حتى استغلها المستشرقون بعد ذلك، فأكثرُوا من البعثات التبشيرية الاستشرافية، التي كانت توطئةً لاحتلال بلاد المسلمين.
- (5) المنافرة وتبادل الحجج: من أجل إيصال المعلومات والإقناع⁽²⁾.
- وفي عصرنا الحاضر، تطورت وسائل الإعلام بصورة ملحوظة، بدءاً بالطباعة والتلغراف، حتى الراديو والسينما والتلفاز، مروراً بالكتب والصحف، وانتهاءً بالأقمار الصناعية والانترنت⁽³⁾.

ويرجع هذا التطور الهائل، إلى مجموعة من العوامل، منها:

- (1) استخدام الأساليب المتطورة في التخطيط الإعلامي، وتنفيذ الخطط على كافة المستويات.
- (2) استفادة العمل الإعلامي من التقدم البحثي، وتقديم المتابعة والتقويم.
- (3) الثورة الصناعية التي أدت إلى خلق مجموعة من قنوات الاتصال؛ بغرض خدمة أهدافها، وإدارة رغبات الناس واحتياجاتهم.
- (4) ثورة الاتصالات التي ترتب عليها ظهور ثورة معلوماتية معاصرة، انتهت بثورة الاتصالات والأقمار الصناعية، ونظام الإعلام الشامل.
- (5) تطور أجهزة النقل، مما أدى إلى توزيع أعداد كبيرة من الصحف في مختلف المناطق النائية⁽⁴⁾.

وبالنظر إلى هذه المراحل المتنوعة، لا بد من ملاحظة أمرين هاميين، هما:

• الأول: الفرق بين وسائل الإعلام في مختلف مراحلها، من ناحية:

- (1) تغيير شكل العمل الإعلامي؛ نتيجة المخترعات الحديثة.
 - (2) اعتماد مصطلح (الإعلام) للدلالة على جوانب الاتصال بمختلف أشكالها.
-
- (1) انظر: فقه السنة - سيد سابق - 77/1.
- (2) مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 83 - 86) بتصرف.
- (3) انظر: الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال - د. فؤادة عبد المنعم البكري - (ص: 21)، الإعلام: نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 14)، وسائل الاتصال السياحي - د. نجيم الظاهر ود. عبد الجابر تيم - (ص: 54).
- (4) انظر: الرأي العام والإعلام والدعاية - د. هاني الرضا ود. رامي عمار - (ص: 95)، علم اجتماع الإعلام - د. حميد حامد الدليمي - (ص: 35، 38)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 17).

- (3) تعاضم القوة التأثيرية لوسائل الإعلام عما كانت عليه في السابق.
 - (4) اختلاف النمط الإعلامي باختلاف المجتمعات واختلاف الثقافات وأنظمة الحكم، فالإعلام الإسلامي يختلف عن الإعلام الرأسمالي والاشتراكي، وغيرهما.
 - (5) لم تكن ممارسة الإعلام قديماً مرتبطة بمنهج أو تنظيم عملي أو تقنية محددة.
 - (6) كانت وسائل الإعلام فيما سبق ووسائل فطرية، تسعى لإشباع حاجات الإنسان الفطرية (1).
- الثاني: مدى اهتمام الإسلام بالإعلام، وتجلي ذلك من خلال:

- (1) تطوير الكلمة كوسيلة بلاغ وبيان.
- (2) تطوير الخطابة، وتخصيص مناسبات لها، سواءً أكانت أسبوعية، أم سنوية، أم لظروف طارئة.
- (3) تطوير التغطية الإعلامية لموسم الحج ومناسكه، وتشريع الأذان خمس مرات يومياً.
- (4) فرض الجهاد كنشاط رديف للدعوة وترسيخ الأمن، قال تعالى: **(كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ)** (البقرة: 216).
- (5) إيجاب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، كوسيلة مؤثرة، قال تعالى: **(وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ)** (آل عمران: 104).
- (6) تطوير بعض ما كان معروفاً في الجاهلية، كالشعر، والأسواق، والمناداة، وغيرها (2).

وخلصت كل ما سبق:

أولاً: الإعلام ليس أمراً حديثاً، بل هو قديم بقدم البشرية، ظهر مع نشأتها، ومر بمراحل عدة، انتهت به إلى صورته المعهودة في عصرنا الحاضر.

ثانياً: تنقسم وسائل الإعلام إلى قسمين:

- (1) وسائل إعلام تقليدية: وتشمل: الخطابة، المناظرة، الشعر، الإشارة، وغيرها.
 - (2) وسائل إعلام حديثة: وتتضمن: التلفاز، والمذياع، والصحف، والأقمار الصناعية، وغيرها.
- وما ينبغي الانتباه له، أنه مهما تطورت وسائل الإعلام، فلا بد من استغلالها بالطريقة المثلى، وأن نسخرها لخدمة أهدافنا ومبادئنا، ونشر تعاليم ديننا، وليس لخدمة أهداف عدونا.

(1) انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 14)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 21).

(2) انظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 22).

المبحث الثاني

أهمية الإعلام، ومكوناته، ومجالاته

أولاً: أهمية الإعلام:

يمثل الإعلام الإسلامي جسراً له أهميته البالغة في تواصل البشر، وتتبع هذه الأهمية من الدين الإسلامي نفسه، فهو دين دعوة، ودين إعلام، "وما الإعلام الإسلامي إلا الوجه المعاصر للدعوة الإسلامية، وما الفرق بينهما إلا حداثة كلمة الإعلام، وعراقة كلمة الدعوة"⁽¹⁾.

ولهذا فإن الحديث عن أهمية الإعلام وتحديد الإسلام، لا يكتمل إلا من ناحيتين:

الأولى: أهمية الإعلام كامتداد للدعوة:

إن الإعلام الإسلامي هو الدعوة الإسلامية بمصطلحها المعاصر، حتى قيل: "إذا أردنا أن نفتح العالم بالدين الإسلامي كدعوة عالمية، لا بد أن يكون ذلك من خلال إعلام قوي، يستفيد مما وصل إليه التقدم المذهل في صناعة الاتصال"⁽²⁾، لذا، تكمن أهمية الإعلام في النقاط التالية:

(1) الإعلام هو الامتداد المعاصر لدعوة أتباع النبي ﷺ، ومن يتخاذل لا يعد قائماً بواجباته تجاه الدعوة؛ لقوله تعالى: (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ) (يوسف: 108).

(2) الإعلام واجب شرعي لإنقاذ البشرية من التخبط والعمى؛ لأنه يحمل نفس أهمية الدعوة إلى الله ﷻ وحكمها، فقد قال تعالى: (وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ... (المائدة: 2)، كما قال ﷻ في نفس السورة: (لُعِنَ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاوُدَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ & كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ) (المائدة: 78، 79)⁽³⁾، فقد دلت هذه الآيات بمفهومها على وجوب الدعوة، كما دلت بعض أحاديث النبي ﷺ بمنطوقها على ذلك، ومنها: ما رواه عبد الله بن عمر عن النبي ﷺ أنه قال: (بلغوا عني ولو آية، وحدثوا عن بني إسرائيل ولا حرج، ومن كذب علي متعمداً

(1) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحليم - (ص: 5).

(2) مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الإعلام الإسلامي بين النظرية والتطبيق - عاطف شحاتة زهران - العدد (306) - (ص: 110) - جمادى الآخرة 1410هـ / يناير 1990م.

(3) انظر: مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 11).

فليتوبأ مقعده من النار) (1)، كما روى حذيفة بن اليمان أن النبي ﷺ قال: (والذي نفسي بيده لتأمرن بالمعروف ولتنهون عن المنكر أو ليوشكن الله أن يبعث عليكم عقاباً من عنده ثم تدعون فلا يستجاب لكم) (2).

(3) إن مستقبل الرسالة الإسلامية سيكون عالمياً من خلال الاستخدام الصحيح للوسائل الإعلامية المعاصرة، وتسخيرها في الدعوة إلى الله U.

(4) ما يترتب عليه من خير وصلاح للبشرية، حين يتأثر المدعو بما يعرض له، والوسائل المستخدمة في إقناعه، فيحقق الإعلام ثمرته المرجوة (3).

الثانية: أهمية الإعلام الإسلامي:

نال الإعلام الإسلامي أهمية بالغة في خدمة الإسلام والمسلمين، باعتباره الوسيلة الفاعلة لهذا الدين، وتظهر هذه الأهمية فيما يلي:

(1) إيمانه العميق الواعي بالإسلام، وعرسه ذلك في نفوس الإعلاميين، بما يدفعهم للتضحية في سبيل تحقيق أهدافهم.

(2) تمتعه بخصائص قرآنية واسعة الأبعاد، تتفاعل بواقعية مع الأحداث وملاحظتها.

(3) تجرده من كل المصالح الشخصية أو التبعية؛ من أجل إيصال الحقائق.

(4) استعماله للأساليب البديلة عند العمل على إصلاح الظواهر المنحرفة.

(5) التزامه بالأخلاق الإسلامية؛ للسير بالإنسان نحو الأهداف الرئيسة له.

وتزداد هذه الأهمية، مع الواقع المعاصر للعالم الإسلامي، الذي يشهد تكالفاً من أعدائه، حتى بات محاصراً بقوى الشر، التي تسخر كافة الجهود لتحقيق أهدافها، فلجأت للإعلام، لما له من مقدرة تأثيرية إقناعية (4).

يضاف لكل ما سبق، أهمية الإعلام كأحد جوانب العملية الاتصالية:

(1) الدور البارز الذي يقوم به الإعلام في البلاغ، والتأثير على الجمهور، سواءً كان إعلاماً إيجابياً بناءً، أم كان إعلاماً سلبياً هداماً، يسير على خطى الأوامر الإبلية، التي وردت في قوله تعالى: (وَلَا ضَلَّيْنَهُمْ وَلَا مَنِيْنَهُمْ وَلَا مَرْنَهُمْ فَلْيُبْتِئَنَّ أَذَانَ الْأَنْعَامِ وَلَا مَرْنَهُمْ فَلْيَغْيِرَنَّ خَلْقَ اللَّهِ وَمَنْ يَتَّخِذِ الشَّيْطَانَ وَلِيًّا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَقَدْ خَسِرَ خُسْرَانًا مُبِينًا) (النساء: 119).

(1) أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب أحاديث الأنبياء - باب ما ذكر عن بني إسرائيل - (حديث رقم:) - .
 (2) أخرجه الترمذي في سننه - كتاب الفتن عن رسول الله - باب ما جاء في الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر - (حديث:) - قال أبو عيسى: حديث حسن.
 (3) الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها - د. يحيى علي الدجني - (ص: 7 - 35) بتصرف.
 (4) انظر: مقال: الأهمية التي يكتسبها الإعلام الإسلامي -

<http://www.startimes2.com/f.aspx?t=1579464>

- (2) وجوب إيجاد وسيلة اتصال للتعبير عن القوة المؤثرة؛ لأن الحياة الإنسانية بشكل عام هي استجابة لمؤثرات ودوافع⁽¹⁾.
- (3) وجود المجتمعات واستمرارها معتمد على تأثير الناشئين بالكبار، والاستفادة من آرائهم وخبراتهم، وهذا لا يتم إلا بالاتصال والإعلام.
- (4) حياة الناس في جماعة متوافقة يكون من خلال القدر المشترك فيما بينهم من الأهداف والمعلومات، والإعلام له دوره البارز في إكسابهم ذلك القدر المشترك.
- (5) الإعلام وسيلة لاتساع خبرات الأفراد، مما يؤثر بعدها على الحياة الاجتماعية، والعملية الاتصالية، وكلما ازداد تقدم المجتمع، كلما أصبح الإعلام أكثر أهمية⁽²⁾.

ثانياً: مكونات الإعلام:

تمر العملية الإعلامية بثلاث مراحل رئيسية، هي:

- أولاً: استقبال المعلومات والمعارف المختلفة.
- ثانياً: الانتقاء من بين هذه المعلومات، وتحويلها لمواد خام صالحة للبحث، وهي مرحلة تختلف وفق سياسات المحطات الإعلامية؛ لذا يصفها البعض بأنها مرحلة غير موضوعية.
- ثالثاً: إرسال المعلومات لكافة الجمهور المتلقي⁽³⁾.

ومن الطبيعي ألا تتحقق هذه المراحل من تلقاء نفسها، إذ لا بد من وجود عناصر مكونة لها، جمعها بعض الإعلاميين في عبارة "من؟، يقول ماذا؟، بأي وسيلة؟، إلى من؟، وبأي تأثير؟"⁽⁴⁾، ليتضح أن العملية الإعلامية تقوم على خمسة مكونات أساسية، هي: (المرسل، الوسيلة، الرسالة، المتلقي، الأثر).

ولمزيد إيضاح لهذه المكونات، سنقف مع كل مكون وقفة خاصة، وذلك فيما يلي:

أولاً: المرسل:

وهو مصدر المعلومات، أو القائم بالاتصال، أو منشئ الرسالة، ويعتبر الإنسان هو العنصر الأساسي في عملية الاتصال، فالقائم بالاتصال في العملية الإعلامية شامل لكافة من يشتركون في إعداد الرسالة الإعلامية.

(1) انظر: المدخل إلى وسائل الإعلام - د. عبد العزيز شرف - (ص: 73).

(2) انظر: الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية - د. محمد محمود مهدي - (ص: 174)، الإعلام نشأته، أساليبه، وسائله، ما يؤثر فيه - د. يوسف أبو هلاله - (ص: 20)، السيرة النبوية والإعلام الإسلامي - أمينة الصاوي وآخرون - (ص: 17)، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية بالتطبيق على إثيوبيا - حمدي الليثي - (ص: 149) - محرم 1404هـ / أكتوبر 1983م.

(3) الإعلام العربي المعاصر مفهومه ورسالته وقضاياها - د. أحمد كامل - (ص: 10، 11) بتصرف.

(4) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحليم - (ص: 24).

ويعتبر القائم بالاتصال عنصراً قوياً ومؤثراً في هذه العملية، إذ إن مدى إيمانه بما يقدمه ينعكس على تأثير الرسالة على المتلقي، ولهذا كان لابد من توافر مجموعة من الصفات في القائم بالعملية الإعلامية، منها:

- (1) الطلاقة اللغوية، والبلاغة في عرض المعلومات؛ حتى تصل للمتلقي في أحسن صورة.
- (2) المنطق السليم، الذي يساعد على الإقناع والتأثير، وعرض المعلومات بصورة مترابطة.
- (3) المعلومات الشافية حول موضوع الرسالة الإعلامية؛ ليتمكن من المناقشة والحوار، ومن هنا يتبين فائدة شبه الجملة (على بصيرة) في قوله تعالى: (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ) (يوسف: 108)، ولهذا يتكرر دوماً لدى الإعلاميين قاعدة (اعرف شيئاً عن كل شيء، واعرف كل شيء عن شيء) (1).

ثانياً: الرسالة:

- وهي الفكرة التي تحملها الرموز والعبارات، فالكلام رسالة، والكتابة رسالة، والرسم رسالة. وحتى تصل الرسالة للمتلقي، لابد من مرورها بعدة مراحل، هي:
- (1) تخطيط المعنى: حين تأتي الفكرة للقائم بالاتصال، سواءً من خلال المجتمع وقضاياه، أو من خلال حياته وتجاربه الشخصية، أو من خلالهما معاً.
 - (2) تحويل المعنى إلى رموز: وتعني صياغة الفكرة في صورة معينة؛ حتى تخرج إلى المستمع، أو القارئ، أو المشاهد.
 - (3) إرسال الرسالة للمتلقي: بعد أن تكون قد وصلت إلى مرحلتها النهائية (2).

وتنقسم المواد التي تبثها الرسائل الإعلامية إلى:

- (1) المواد الإخبارية: التي تشمل الإخبار عن الأحداث، وما يعقبها من تحليل وتفصيل.
- (2) المواد الثقافية: التي تعبر عن رسالة أو قضية معينة، وتعمل على طرحها وإيجاد الحلول لها، وتختص في وسائل الإعلام الإسلامي بقضايا الأمة الإسلامية.
- (3) المواد الترويحية: التي تهدف الترويح عن النفوس؛ نتيجة ما تلاقيه من أعباء الحياة، وذلك عن طريق القصص الهادف، أو الأناشيد المعبرة، والقصائد المؤثرة (3).

(1) انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 76)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح الدين حماد ود. أحمد حماد - (ص: 16)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 40).

(2) انظر: مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتوكل - (ص: 17).

(3) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 108 - 111) بتصرف.

ولكي تكون هذه الرسالة ناجحة مؤثرة، لا بد من توافر مجموعة من المقومات، سيتم الحديث عنها في الفصل القادم بإذن الله U.

ثالثاً: وسيلة الاتصال:

وقد اختلف العلماء حول المصطلح الذي ينبغي أن يطلق على هذه الوسائل، فمنهم من أسماها (أجهزة الإعلام)، فيما أسماها البعض الآخر (وسائل الاتصال الجماهيري).

ثم اختلفوا بعد ذلك في تقسيمها، فمنهم من قسمها إلى قسمين، هما:

(1) الأجهزة والوسائل القديمة والحديثة المعتمدة على الكلمة المكتوبة أو المطبوعة: كالمصقات، والمجلات، والصحف، وغيرها.

(2) الأجهزة والوسائل القديمة والحديثة المعتمدة على الكلمة المنطوقة أو المسموعة: سواءً أكانت مصورة كالتلفاز، أم مسموعة فقط كالمدياح.

ومنهم من صنفها حسب الحواس التي تعتمد عليها، فخرجت بثلاثة أقسام:

(1) وسائل إعلام بصرية: تعتمد على حاسة البصر، كالصحف، والمجلات، والمطبوعات.

(2) وسائل إعلام سمعية: تعتمد على السمع فقط، كالخطابة، والإذاعة، والتسجيلات.

(3) وسائل إعلام سمعية بصرية: تعتمد على حاستي السمع والبصر، كالسينما، والتلفاز، والمؤتمرات، وغيرها (1).

من خلال ما سبق، يتضح أن هذه الوسائل تتنوع وتتعدد؛ لتحقيق أهداف معينة، وكانت حكمة الدين الإسلامي أن ترك المجال واسعاً أمام المسلمين؛ ليختاروا الوسيلة التي تلائمهم، مع مراعاة اختيار الوسيلة الأكثر انتشاراً والأكثر جذباً للجماهير، حيث قال عليه السلام: (أنتم أعلم بشئون دنياكم) (2).

(1) انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 81)، الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية - د. محمد محمود مهدي - (ص: 105)، الإعلام العربي المعاصر مفهومه ورسائله وقضاياها - د. أحمد كامل - (ص: 25، 26)، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 272)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 43)، وسائل الاتصال السياحي - د. نعيم الظاهر ود. عبد الجابر تيم - (ص: 51)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 125).

(2) أخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الفضائل - باب وجوب امتثال ما قاله شرعاً دون ما ذكره صلى الله عليه وسلم من معاش الدنيا على سبيل الرأي، (حديث: 2363)، (ص: 922).

رابعاً: المتلقي:

وهو الشخص الذي يتلقى الرموز، ويحللها لمضامين مشتركة بينه وبين المرسل، والمستقبل هو الإنسان أياً كان؛ نظراً لعموم الرسالة للبشر كافة، حيث قال تعالى: **(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ)** (سبأ: 28).

ومن أجل تحقيق التأثير في الجمهور، لا بد من دراسة خصائص المتلقي، والعمل على إيصال رسالة تتوافق مع هذه الخصائص المتعددة، وهي:

- 1) خصائص اجتماعية: ترتبط بالمكانة الاجتماعية، وينقسم الناس فيها إلى قادة وعامة، والقسم الثاني منهما هو الأكثر استجابة وتأثراً.
- 2) خصائص ديمغرافية: وهي الخصائص المرتبطة بالخصائص الأولية للأفراد، من ناحية الجنس (ذكور وإناث)، والسن (أطفال، مراهقون، شباب، شيوخ)، والتعليم.
- 3) خصائص نفسية: تتمثل في الصفات الفردية المتصلة بشخصية الإنسان، التي تؤثر على قبوله أو رفضه للوسيلة الإعلامية⁽¹⁾.
- 4) خصائص دينية: وترتبط بكون الشخص مسلماً أم يهودياً أم نصرانياً، أو غيرها.
- 5) خصائص ثقافية: ترتبط بمقدار الثقافات والوعي العلمي لدى الأفراد.

خامساً: التأثير:

ويسمى رجوع الصدى، أو التغذية الراجعة، ويعني: ردة فعل المتلقي على الرسالة.

وردة الفعل لها عدة أشكال:

- 1) فهم الرسالة والاكتفاء بذلك، ما يعني عدم وجود تغذية راجعة.
 - 2) فهم الرسالة والعمل بمقتضاها، وهذا يشجع على استمرار قيام الوسيلة الإعلامية بأدوارها.
 - 3) فهم الرسالة وعدم الاقتناع بها، والعمل بضعدها.
 - 4) عدم فهم الرسالة، مما يتطلب من وسائل الإعلام إعادة بثها بصورة أوضح⁽²⁾.
 - 5) فهم الرسالة والاقتناع بها، مع العمل بضعدها.
 - 6) عدم فهم الرسالة ولا الاقتناع بها، والعمل بضعدها.
- ويزداد حجم التأثير مع الاتصال الشخصي، ويقل كلما ازداد عدد الجمهور في حالات الاتصال الجماهيري.

(1) انظر: مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 45)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 145).

(2) انظر: مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 46).

ووسائل الإعلام ليست جميعها على نفس الدرجة من التأثير؛ لأن كل وسيلة لها خصائصها المميزة لها عن الوسائل الأخرى، وبيان ذلك:

- (1) الاتصال الشخصي: يعتبر من أهم الوسائل؛ لأن عرض المعلومات فقط قد لا يقنع المتلقي، فيحتاج لمن يتناقش معه بعدها ليصل إلى فناعة تامة، وهذا ما كان مطبقاً أيام النبي ﷺ، حين اعتمد اللقاء الشخصي بالوفود وغيرهم.
- (2) الوسائل المطبوعة: تتميز بقدرتها على الاحتفاظ بالمعلومات لفترة طويلة، وعرض تفاصيل عديدة، ويمكن للمتلقي الاطلاع عليها في أي وقت شاء.
- (3) الوسائل المسموعة: تتميز بسرعة نقل المعلومات، وسعة انتشارها بين الأفراد، وتأثيرها العميق الناتج عن استخدامها للمؤثرات الصوتية المختلفة.
- (4) الوسائل المرئية: تتميز بجمعها بين الصوت والصورة والحركة، وقدرتها على عرض الأحداث، وتكبير الصغير، وتحريك الثابت، وغير ذلك (1).

وختلاصة القول:

إن هناك مكونات خمساً للعملية الإعلامية أجمع عليها العلماء، هي: (المرسل، الرسالة، الوسيلة، المتلقي، الأثر).

ولعل الأمر أشكل على الدكتور صلاح الدين إبراهيم حماد، حين اعتبر أن مكونات العملية الإعلامية هي: (القرآن الكريم، السنة النبوية، الحكام وأولو الأمر، قادة الفكر الإسلامي) (2)، فهذه الأمور تعتبر مصادر للإعلام الإسلامي، وتحديداً للرسالة الإعلامية الإسلامية، وليست مكوناً لها.

ولعله أدرك هذا الخطأ، فاستدرك على نفسه في كتابه المشترك مع الدكتور أحمد إبراهيم حماد، ليعتبر أن مكونات الإعلام هي الخمس التي قررناها سابقاً (3)، أما الأربع التي قررها في كتابه الأول، فقد أدرجها ضمن أنواع الوسائل التي استخدمها الإسلام في الإعلام سابقاً، دون أن يتطرق للحديث عن رجع الصدى أو التغذية الراجعة، وكأنه لا يعتبره من مكونات العملية الإعلامية.

(1) انظر: علم اجتماع الاتصال والإعلام - أ.د. غريب سيد أحمد - (ص: 215)، استراتيجية الإعلام الإسلامي

- د. جمال النجار - (ص: 84)، مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 28).

(2) انظر: نحو إعلام إسلامي - د. صلاح الدين إبراهيم حماد - (ص: 43).

(3) انظر: مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح الدين إبراهيم حماد ود. أحمد إبراهيم حماد - (ص: 15).

ثالثاً: مجالات الإعلام وأقسامه:

لا يمكن الحديث عن الإعلام، دون التطرق لمجالاته وأقسامه، التي لها بالغ الأثر في العملية الإعلامية.

أما مجالات الإعلام فتحدد بناءً على اعتبارات ثلاث، هي:

(1) الاعتبار المكاني: فإن مجال الإعلام ليس مقتصرًا على بلدة أو مدينة دون أخرى، بل يشمل كافة بقاع الكرة الأرضية، وجميع القاطنين على ظهرها، يعتبرون جمهوراً مستهدفاً بالرسالة والمادة المقدمة.

(2) الاعتبار الزمني: فالإعلام صالح لكل زمان ومكان، لا يقتصر على حقبة دون أخرى، أو فترة تاريخية دون ما سواها.

(3) الاعتبار الوظيفي: ذلك أن وظيفة الإعلام لا تقتصر على ميدان واحد، بل تتسع لتشمل كافة النشاطات، وكل مجالات الحياة، ويتضح ذلك أكثر في وسائل الإعلام الإسلامي، التي تعتمد على الإسلام، وهو دين شامل متكامل⁽¹⁾.

وبناءً على ما سبق، تم تقسيم الإعلام إلى قسمين، يتفرع عن كل منهما عدة أقسام أخرى، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الإعلام حسب وسائل الاتصال وطبيعة المستقبل، وهو خمسة أنواع:

(1) الإعلام الذاتي: الذي يقوم به الفرد نتيجة خبراته وثقافته، أو ما يستلهمه من بيئته ومجتمعه، أو نتيجة الأمرين معاً، وهذا الإعلام يمارسه كل فرد مع ذاته، إلا إذا عبر عنه بكلمات لشخص آخر.

(2) الإعلام الشخصي: ويعني الحديث غير الرسمي، الذي يأتي دون إعداد مسبق، ويكون وجهاً لوجه بين شخصين متقاربين في الجلسة، وهو من أكثر وسائل الإعلام أثراً في دعم ثقة المستمع بنفسه، وخلق قنوات جديدة لديه.

(3) الإعلام الجماعي: ويتميز عن سابقه بأنه يأخذ طابعاً رسمياً؛ نتيجة الوضعية الثابتة للجماعة، والتزام كل فرد داخلها بكافة التعاليم السائدة فيها، وإلا اعتبر خارجاً عنها.

(4) الإعلام الجماهيري: ويعني إرسال رسائل موحدة لأعداد كبيرة من الناس في مناطق متفرقة، تختلف فيما بينها من النواحي الاجتماعية والثقافية وغيرها، ويتميز عما سبقه بأنه معتمد على المؤسسة الإعلامية، ويرسل المعلومات أكثر مما يستقبل، كما أن رجوع الصدى فيه لا يتم إلا من خلال استبيانات وإجراء مسح وتحليل، يتم من خلالها رسم السياسات الإعلامية.

(1) انظر: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 91).

5) الإعلام الإداري: وهو صعب التحديد؛ لاشتماله على خليط من كل ما سبق من أنواع الإعلام، لكنه يتميز بإمكانية تنسيقه للعمل بين الجماعات متداخلة النشاط، وتعتمد وحداته الإدارية في اتخاذ قراراتها على ما تتلقاه من الوحدات الأخرى⁽¹⁾.

ثانياً: الإعلام حسب موضوعاته وأساليب تقديمه، وهو ستة أنواع:

- 1) العلاقات العامة: وتعني الجهود المستمرة القائمة على التخطيط للوصول إلى تفاهم متبادل بين المؤسسة وال جماهير المتعاملة معها.
- 2) الدعاية: وهي محاولة مقصودة هدفها التأثير على الجمهور، وحملهم على اعتناق فكرة معينة تعمل الدعاية على إيضاحها، وتنقسم إلى دعاية سياسية، وتجارية، وأخلاقية، وغيرها.
- 3) الإعلام التربوي: الهادف إلى تغيير الأداء، وتطوير المهارات والقدرات، مما يؤهل الإنسان لإنجاز مهام جديدة متوقعة منه.
- 4) الإعلام الإخباري: الهادف لنقل الأحداث والحقائق، وليس التأثير على الجمهور، ولا بد فيه من الالتزام بالموضوعية والحيادية، إضافة إلى السهولة والبساطة في نقل الخبر.
- 5) الإعلام التنموي: وهو الرسائل الموجهة من أجل تنمية المهارات، وتطوير المعلومات، من أجل إنجاز الخطط التنموية في مختلف المجالات.
- 6) الإعلام الدولي: الذي نشأ نتيجة الحاجة إلى التواصل مع الآخرين، وهو ما تفرضه طبيعة النفس البشرية⁽²⁾.

7) الإعلام الدعوي: المتخصص في الدعوة إلى الله، ونشر الحق.

وقد اعتبر بعض الإعلاميين أن الدعاية والعلاقات العامة والتنمية والتعليم ليست من أشكال الاتصال اللازمة لاستمرارية المجتمع، وأنها تختلف عن الإعلام، وليست من وسائله⁽³⁾. وتبقى كل تلك الأمور النظرية، محل اختلاف بين العلماء، لكنها في النهاية تصب في بوتقة واحدة، هي الاتصال بين البشر، والتأثير فيهم.

كما أن الإعلام قد يقسم إلى أكثر من هذه التقسيمات، فقد يكون دينياً، أو طبياً، أو فنياً، فيما يمكن الجمع بين كافة هذه الأنواع على شاشة واحدة، وهذا هو الأفضل من وجهة نظر الباحثة؛ لأنه يوفر على الجمهور الوقت والجهد، والتشتت بين مختلف الوسائل الإعلامية، وبهذا تستحق تلك الوسيلة أن تسمى (إعلاماً إسلامياً)؛ لأنها انتهجت منهج الإسلام الشمولي المتكامل، الصالح لكافة البشر، ولكل زمان ومكان.

(1) مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتوكل - (ص: 21 - 42) بتصرف.

(2) مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتوكل - (ص: 43 - 114) بتصرف.

(3) انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحليم - (ص: 68).

المبحث الثالث

المسؤولية الإعلامية ... بين الأهداف والوظائف

الدين الإسلامي هو دين المسؤولية، حيث وصى المسلمين على مر العصور بأن يكونوا مسئولين في أفعالهم، وأفعالهم، متحملين لكافة ما يترتب على تصرفاتهم من نتائج. وهكذا الإعلام الإسلامي، ينبغي أن يكون مسئولاً عن كل ما يصدر عنه، متحملاً لعواقب ما قد ينشره أو يبثه.

ولكن، قبل الخوض في الحديث عن المسؤولية الإعلامية، لا بد من وقفة للتعرف على الأهداف التي يسعى الإعلام إلى تحقيقها، وأهم الوظائف التي يحملها على عاتقه، حيث إن التعرف عليهما سبيل لبيان حجم المسؤولية المترتبة، فكلما عظمت الأهداف، وكثرت الوظائف، تضاعف حجم المسؤولية.

ومن رفع شعار الإسلام في إعلامه، تزداد مسئوليته، بخلاف من رفع شعار الفسق والفتنة والفجور، فشتان ما بين الوصيلتين.

أولاً: أهداف الإعلام:

الهدف: "هو صورة ذهنية عن الحالة المستقبلية التي يراد بلوغها"⁽¹⁾، وبيان ذلك: أن الإنسان حين يضع نصب عينيه أن يصبح إعلامياً، فإنه يجتهد في دراسة الإعلام، ويسعى لتطوير مهاراته وصلفها بالتدريب، فالرغبة في أن يكون إعلامياً هي الهدف، والخطوات المتبعة هي إجراءات تنفيذه على أرض الواقع، فإن وصل لما أراد، تحققت الصورة الذهنية التي رسمها، والتي كانت تعتبر ذات يوم هدفاً أو حلمًا وطموحاً.

أما أبرز أهداف الإعلام الصادق فهي:

- (1) التأثير في الآخرين، والمساهمة في صنع القرار، من خلال ما يتم طرحه في الوسائل الإعلامية، حيث إننا "نتصل لنؤثر، ونؤثر بهدف".
- (2) إمداد الناس بالمعلومات الصحيحة والحقائق؛ لتشكيل أفكار معينة حول الواقع ومشاكله.
- (3) دعم الحاجات النفسية، وتعزيز دور القيم والمعتقدات، و تطويرها حسب تطورات المجتمع.
- (4) التسلية والترفيه والترويح عن النفوس⁽²⁾.

(1) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 36).

(2) انظر: الأسس العلمية لنظريات الإعلام - د. جيهان أحمد رشتي - (ص: 65).

كل ما سبق أهداف للإعلام بشكل عام، لكن أهداف الإعلام الإسلامي تتزايد وتتضاعف، وتتبع جميعها من قوله تعالى: (وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ) (آل عمران: 104)، حيث نجد أن من أهداف الإعلام الإسلامي:

- (1) تقوية روح الجهاد والتماسك بين المسلمين.
- (2) تبني قضايا المسلمين، وتقديم الحلول الصائبة لها.
- (3) الدفاع عن حقوق المسلمين، وحقوق الإنسان وكرامته بشكل عام.
- (4) الاهتمام باللغة العربية وإحيائها، والتشديد على ضرورة اتخاذها اللغة الأساسية لجميع الدول الإسلامية.
- (5) عرض كافة الأحداث من منظور إسلامي، وتقويم كافة الأفكار والمستجدات بمعايير إسلامية، وهدى المبادئ الإسلامية السمة⁽¹⁾.
- (6) الوعظ والإرشاد، والتوعية بتعاليم الدين، ونشر التوحيد، إضافة إلى نشر الثقافة الإسلامية، ومحو الأمية والجهل؛ من أجل السمو بعقول الناس وتصرفاتهم.
- (7) بناء شخصية إسلامية، ومجتمع مسلم، يقوم على المبادئ الإسلامية، من خلال تصحيح الأخطاء السائدة في المجتمع الإسلامي؛ من أجل تنشئة الأجيال بصورة صحيحة قائمة على الإسلام.
- (8) تنقية الفكر الإسلامي من كافة الشوائب التي قد يتعرض لها؛ بفعل الهجمة العدائية على الإسلام والمسلمين، مع تعريف الغرب بمبادئ الإسلام، والتقريب بين المذاهب الإسلامية المتعددة.
- (9) العمل على إقناع الجمهور من خلال القدرة التأثيرية لوسائل الإعلام؛ ليقوم كل منهم بواجبه ومسئوليته بالافتتاح لا بالإكراه⁽²⁾.
- (10) تنظيم الصلات والعلاقات؛ لدعم أشكال التعبير عن البنية الاجتماعية، وأشكال تنظيمها على كافة المستويات⁽³⁾.

(1) انظر: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 7)، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 38)، نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 80)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 69).

(2) انظر: الرأي العام والإعلام والدعاية - د. هاني الرضا ود. رامي عمار - (ص: 99)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 20)، السيرة النبوية والإعلام - أمينة الصاوي وآخرون - (ص: 17).

(3) انظر: علم اجتماع الإعلام - د. حميد حامد الدليمي - (ص: 118).

(11) التفكير المستمر لإيجاد بدائل للمغريات التي يتعرض لها الشباب، تتفق مع منطلقات الإسلام.

(12) ربط المسلمين بالتراث الفكري والحضاري، والكشف عن أصلاته، والدعوة لنشره وبيان أثره (1).

ثانياً: وظائف الإعلام:

تتعدد الوظائف التي تسعى وسائل الإعلام إلى تحقيقها، وتتنوع وفق الأهداف التي رسمتها الوسيلة الإعلامية لنفسها منذ البداية، ووفق سياسة هذه الوسيلة، وقد بين العلماء أن وظائف الإعلام، هي:

(1) الوظيفة الإخبارية: وتعني توفير المعلومات عما يحيط بالإنسان من ظروف، ونقل الأخبار له، مع التحليل لها، والتعقيب عليها.

(2) الوظيفة التنسيقية التضامنية (الاجتماعية): التي تساعد في توحيد الأمة، وتماسكها، ونبذ كل ما يؤدي للفرقة والخلاف، حيث قال تعالى: (وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ) (آل عمران: 103)، وقال أيضاً: (....) وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ (المائدة: 2)، فهاتان الآيتان دعنا إلى الاعتصام والتوحد والتعاون، ووسائل الإعلام بمقدرتها التأثيرية تتمكن من تحقيق هذه الأمور.

(3) الوظيفة الانتقائية التوجيهية: وتعني مواجهة ما يستجد من أفكار طارئة على الساحة، سواءً منها ما نبثه الفرق المنحرفة داخل المجتمع المسلم، أو الهجوم الغربي على الإسلام وأهله، وتقنيد شبهاتهم، والرد عليهم، ودعوة الجميع للعودة إلى الإسلام بنقائه وصفائه.

(4) الوظيفة التثقيفية: المتمثلة في نشر الثقافة الإسلامية، التي ينبغي أن تقوم على دعائم القيم والنظم الإسلامية، وكافة المعارف الخادمة للدين، وهذا لا يتحقق إلا بالعودة لأصول الإسلام وينايعه، والتي يتصدرها القرآن الكريم، ثم السنة النبوية (2).

(5) الوظيفة العقائدية: ومن خلالها يتم إيصال مبادئ العقيدة الصافية، الخالية من أية شائبة، وترسيخها في نفوس المتلقين.

(1) نحو إعلام إسلامي - د. صلاح الدين إبراهيم حماد - (ص: 107 - 113) بتصرف.

(2) أصول الإعلام الإسلامي - د. إبراهيم إمام - (ص: 33 - 35) بتصرف.

- 6) الوظيفة الاقتصادية: ومن خلالها يتم العمل على تحسين أوضاع المسلمين في حياتهم، وكسبهم، وإنفاقهم، والتحذير من الغش والاحتيال، وعرض طرق التجارة المثلى، وقواعد إدارة الأموال التي نص عليها الإسلام، دون أن يكون فيها تعنت أو تسبب في الأزمات.
- 7) الوظيفة السياسية: من خلال تقريب العلاقات بين الحكام والمحكومين، وتنظيم العلاقات الداخلية والخارجية، ورعاية مصالح الأمة والشعب، وترسيخ مبادئ النصح والمشورة.
- 8) الوظيفة الجهادية: التي يتم من خلالها مواجهة الإشاعات، والحروب النفسية، والدعوة للنفير، والثبات، والإعداد المعنوي والنفسي والفكري للمجاهدين، وسيأتي تفصيل هذه المهمة، عند الحديث عن الإعلام في زمن الحرب، في الفصل الثاني من الرسالة بإذن الله U.
- 9) الوظيفة الترفيهية: فمع ما يواجهه الناس من أعباء الحياة، كان لا بد لهم من الراحة، شرط الالتزام بمجموعة من الضوابط، أبرزها الصدق، حيث إن النبي ﷺ كان يمزح مع أصحابه ويداعبهم، وما كان يقول إلا حقاً، والترفيه ليس أمراً معيباً، ولكن ينبغي أن يكون كمقدار الملح للطعام⁽¹⁾.
- 10) الوظيفة الدعوية: فشخصية الأنبياء جميعهم ورسالتهم كانت من وسائل الإعلام في عصرهم، وقد كانت الوصية الدائمة لكل الأنبياء هي: **(مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ)** (المائدة: 99)، وقد تكررت هذه الوصية في أكثر من موضع بصورة مشابهة⁽²⁾، كما كانت الوصية العامة للمؤمنين **(وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ)** (التوبة: 122).
- 11) الوظيفة التربوية: من خلال العمل على تكثيف البرامج التربوية بالتعاون بين وسائل الإعلام وأخصائيي التربية، وهذا يتحقق من خلال ثلاث اتجاهات، هي: اهتمام أجهزة الإعلام بتأكيد وترسيخ أهداف التربية، وألا تهدم برامج الإعلام ما تبنيه مناهج التربية، وأن تتكامل خطا العمليتين التربوية والإعلامية في تناغم وانسجام، ويلحق بهذه الوظيفة: العمل على ترشيد استخدام المواد الترفيهية؛ لتحقيق مقاصد التربية⁽³⁾.

(1) انظر: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 13)، نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 90)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح الدين حماد ود. أحمد حماد - (ص: 12)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 40).

(2) انظر: سورة النور: آية 54، سورة العنكبوت: آية 18.

(3) انظر: مجلة الأمة - مقال: الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجاباً وتعميقاً - حسن فضل المولى دفع الله - العدد (56) - (ص: 26) - شعبان 1405هـ/ أبريل 1985م.

ثالثاً: المسؤولية الإعلامية:

"أصبح الإعلام في حد ذاته يؤدي وظيفة من أخطر الوظائف في العصر الحديث، وهو لا يقل في خطورته عن الطب أو التعليم أو غيرهما من المرافق، بل ربما يتفوق في أهميته على كثير من المرافق الأخرى، ذلك أنه قد ينتج عن الخطأ في التعليم أن يتأخر عدد من الطلبة أو الطالبات في التخرج، وقد ينتج عن الخطأ في الطب والعلاج أن يتعرض بعض المرضى للموت، أما الخطأ في الإعلام فقد يتسبب في أضرار جسيمة"⁽¹⁾.

حين يكون الحديث عن المسؤولية الإعلامية، تطالعنا النظريات التي بنت عليها الدول الغربية وسائلها وسياساتها الإعلامية، وهي:

(1) نظرية الحرية.

(2) نظرية السلطة (التسلطية).

(3) نظرية السوفيتية الاشتراكية (الشيوعية).

(4) نظرية المسؤولية الاجتماعية⁽²⁾.

والتي تهمنا هنا، هي نظرية المسؤولية الاجتماعية، التي تلخصت مبادئها في:

(1) الحرية حق وواجب ومسئولية في آن واحد.

(2) لا سلطان للحكومة على الصحف وغيرها من وسائل الإعلام الخاصة أو الأهلية، حيث إن ما يقيدوها هو الضمير الإعلامي أو سياسة المؤسسة.

(3) الجماهير حرة في اختيار الوسيلة المتماشية مع ميولهم، ولهم الحرية في التعبير عن الرأي، وإن كانت مخالفة للسلطات العليا الرسمية.

(4) الرأي العام في ظل هذه النظرية هو مجال أجهزة الإعلام، تنثيره وتؤثر فيه.

لكن هذه النظرية أثبتت فشلها؛ لأن الحرية ليست مطبقة، بل قد تكون الوسيلة الإعلامية نفسها عائقاً في إيصال المعلومات؛ بسبب المساحة أو المدة الزمنية المخصصة للعرض.

كما أن السلطات ما كانت لتترك العنان لوسائل الإعلام، فقامت بالتدخل فيها، وفرضت عليها شروطاً عدة، أخضعت وسائل الإعلام بطريقة أو بأخرى لرقابة السلطات الرسمية العليا⁽³⁾.

(1) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 21).

(2) انظر: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د. حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 262)، مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 27)، الإعلام والبيت المسلم - أ. فهمي قطب الدين النجار - (ص: 39).

(3) انظر: الإعلام والبيت المسلم - أ. فهمي قطب الدين النجار - (ص: 42)، التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 24).

وأمام فشل هذه النظرية الغربية، كانت مبادئ الدين الإسلامي، ونصوص القرآن الكريم، التي وضعت منذ فترة طويلة من الزمن، ثابتة أمام كل المتغيرات والتطورات. ولا شك أن الإعلام عندما يصف نفسه بأنه إسلامي، ويضع أهدافاً ووظائف جليلة من أجل العمل عليها، يحمل نفسه المزيد من المسؤولية. وبالنظر إلى المسؤولية الإعلامية ما بين الأهداف والوظائف، نجد أنها مرتبطة بمجموعة من القوانين، منها:

(1) استشعار رقابة الله **U** على كل كلمة، والمساءلة عنها: فقد قال تعالى: (مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ) (ق: 18)، فالملائكة تسجل كل قول يصدر عن الإنسان، ويحاسب عليه يوم القيامة وقت المساءلة على كل شيء، "وحسبنا أن نعيش في ظلال هذه الحقيقة المصورة، وأن نستشعر ونحن نهم بأية حركة وبأية كلمة أن عن يميننا وعن شمالنا من يسجل علينا الكلمة والحركة؛ لتكون في سجل حسابنا بين يدي الله الذي لا يضيع عنده فتيل⁽¹⁾ ولا قطمير⁽²⁾" (3).

كما قال **U** أيضاً: (... مَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَاثَةٍ إِلَّا هُمْ رَاوِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُمْ سَادِسُهُمْ وَلَا أَدْنَى مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرَ إِلَّا هُمْ مَعَهُمْ أَيُّنَ مَا كَانُوا ثُمَّ يَنْبِئُهُمْ بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ إِنَّ اللَّهَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ) (المجادلة: 7)، "إنها حالة لا يثبت لها قلب؛ ولا يقوى على مواجهتها إلا وهو يرتعش ويهتز... إن مجرد حضور الله وسماعه أمر هائل، فكيف إذا كان لهذا الحضور والسماع ما بعده من حساب وعقاب؟، وكيف إذا كان ما يسره المتناجون وينزلون به ليخفوه، سيعرض على الأشهاد يوم القيامة وينبئهم الله به في الملأ الأعلى في ذلك اليوم المشهود؟!"⁽⁴⁾.

إن هاتين الآيتين بينتا أن الإنسان محاسب على كل قول يصدر عنه، فإن كان هذا على الفرد بوجه عام، فإن الخطاب يكون أشد، والوعيد أبلغ وأقسى لمن كان في موضع المسؤولية، ولا شك أن وسائل الإعلام عليها مسؤولية عظيمة تجاه ما تبثه؛ لما لها من تأثير قوي في نفوس الطوائف والأفراد كافة.

(2) القناعة بما يبث: فليست العبرة بصدق ما يقوله المرسل، بل بمدى قناعته بما يقول؛ حتى يتمكن من إقناع الغير به، وفي هذا يقول تعالى: (وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ) (الزمر: 33)، فالتركيز إذن على كلمة (وصدق به)، فالقناعة في الرسالة

(1) الفتيل: ما كان في شق النواة، أو ما يُقتل بين الأصبعين من الوسخ.

(2) القطمير: القشرة الرقيقة على النواة.

(3) في ظلال القرآن - سيد قطب - 3363/6.

(4) المرجع السابق - 3508/6.

الإعلامية أمر هام، إذ إن هذه القناعة ترتب على أصحابها مسؤوليات كثيرة، فعليه بعد إقناع نفسه أن يتمكن من إقناع غيره بما يحمله لهم من الصدق والخير؛ لتعم الفائدة للمجتمع بأسره، ويحقق الإعلام بذلك وظائفه وأهدافه المنوطة به.

"فعملية التبليغ وهي اتصال إنساني، تتطلب قسطاً كبيراً من الكفاءة والفعالية، وتتم على مراحل، لا بد أولاً أن تتوفر المعرفة بمضمون الاتصال لدى القائم بالاتصال وبشكل تام، ثم يتبع هذه المعرفة أو ينشأ عنها اقتناع بها، ثم اعتناق لها، ثم عمل بها، ولازم المعرفة بهذه الصورة أو مسئوليتها هي إعلام الناس بها، والقيام بواجب البلاغ" (1).

(3) ألا يخدع المتلقى بمعسول الكلام: فالإعلام وسيلة لها مقدرتها التأثيرية الإقناعية الكبيرة، وكي تحقق بعض الوسائل الإعلامية أكبر قاعدة جماهيرية لها، قد تلجأ لعرض ما تريد بكلمة عذبة، وأسلوب جميل، وكلام منمق، يلمس المشاعر، ويدغدغ العواطف، فيرتبطون بتلك الوسيلة، ويصدقون كل ما يقال لهم من خلالها.

ويكثر اتباع هذا الأسلوب لدى وسائل الإعلام الهادفة للتسلل إلى العالم الإسلامي، وخداع أبنائه؛ لتحقيق أهدافها الاستعمارية التخريبية.

يقول تعالى: **(وَكذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا شَيَاطِينَ الْإِنْسِ وَالْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ زُخْرُفَ الْقَوْلِ غُرُورًا وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ مَا فَعَلُوهُ فَذَرْهُمْ وَمَا يَفْتَرُونَ)** (الأنعام: 112)، فمسئولية الإعلام عندما تتعدم، يسعى لتحقيق الهدف بأبخص الأثمان، وأقصر الطرق، وهو طريق خداع العاطفة.

"وصف الله U ما يوحى به شياطين الجن والإنس بـ **(زُخْرُفَ الْقَوْلِ غُرُورًا)**، ولو أنك تأملت ما تقذف به المطابع في العالم، وما يقوله الذين لا يؤمنون بالله ولا باليوم الآخر من فلسفات وآراء، لوجدته كلاماً مزخرفاً فارغاً، ظاهره غرور، وباطنه فراغ، فليحذر المسلم أن يصغي بقلبه لكلام الذين لا يؤمنون بالآخرة" (2).

"وشياطين الإنس أمرهم معروف ومشهود لنا في هذه الأرض، ونماذجهم ونماذج عدائهم لكل نبي، ولحق الذي معه، وللمؤمنين به، معروفة يملك أن يراها الناس في كل زمان" (3).

لهذا، كان لزاماً على المسلم ألا يقف مكتوف الأيدي، فاغراً فاه لكل ما يقال، مستقبلاً ومطبّقاً دون أعمال للعقل، ولهذا جاءت الآيات التالية عقب هذه الآية مباشرة، تبين المسؤولية الملقاة على المسلم في مواجهة هذه الهجمة، فقال تعالى: **(أَفَغَيْرَ اللَّهِ أَبْتَغِي حَكْمًا وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ مُفَصَّلًا وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَعْلَمُونَ أَنَّهُ مُنَزَّلٌ مِنْ رَبِّكَ بِالْحَقِّ فَلَا تَكُونَنَّ مِنَ الْمُمْتَرِينَ & وَتَمَّتْ كَلِمَتُ رَبِّكَ صِدْقًا وَعَدْلًا**

(1) مدخل إلى الإعلام - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 11).

(2) الأساس في التفسير - سعيد حوى - 1749/3.

(3) في ظلال القرآن - سيد قطب - 1189/3.

لَا مُبَدِّلَ لِكَلِمَاتِهِ وَهُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ & وَإِنْ تُطَعْ أَكْثَرُ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَإِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ (الأنعام: 114 - 116).

إذن، "حددت هذه الآيات موقف المسلم من اقتراحات الكافرين، ومن وساوس الشياطين، وبينت أنه إن أطاع أكثر أهل الأرض فإنه يضل، وأن الكفر لا يقوم على شيء يقيني أبداً، بل مبناه على الظنون والأوهام"⁽¹⁾، فينبغي على المسلم تصفية ذهنه من كل الكلام المعسول، والبحث عن الحقيقة دوماً مهما كانت مؤلمة وقاسية، فالانخداع بالمظاهر عاقبته وخيمة.

4) استخدام القسم بصورة معقولة: إذ إن الوسيلة الإعلامية قد تلجأ لتأكيد كلامها ورسالتها إلى عدة مؤكدات؛ لتضفي عليها مزيداً من المصداقية، ومن هذه المؤكدات أسلوب القسم، الذي يبني جسوراً من الثقة واليقين بين الناس؛ لأنها بفطرتها تميل لتصديق من يقسم. لكن المسؤولية الإعلامية لا ترى استخدام القسم دوماً، بل بصورة معقولة، فإن الإكثار منه قد يؤدي لمضار تتغلب على المزايا.

ولهذا قال تعالى: (وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا بَيْنَكُمْ فَتَزِلَّ قَدَمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا وَتَذُوقُوا السُّوءَ بِمَا صَدَدْتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (النحل: 94).

فالقسم له قدرته الإقناعية، لكن المسؤولية تقتضي عدم استعماله في خداع الناس والتغريب بهم⁽²⁾.

وبالإضافة إلى هذه الضوابط، كان هناك مجموعة من الأسس المرتبطة بالمسؤولية، تتمثل في الأسس الفردية، والأسس الاجتماعية، والأسس القضائية، وقد دعا القرآن الكريم إلى مراعاة هذه الأسس في مواضع كثيرة من القرآن الكريم، منها: قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ) (الأنفال: 27)، فقد جمعت هذه الآية أنواع السلطات التي سنتولى المحاسبة، على النحو التالي: "تخونوا الله": مسؤولية دينية، قضائية، "تخونوا الرسول": مسؤولية أمام الناس، "تخونوا أماناتكم": مسؤولية أمام النفس والضمير.

وكذلك قوله تعالى: (وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ) (التوبة: 105): فهذه آية أخرى جمعت أنواع السلطات التي تتولى المحاسبة، وهي: "فسيرى الله عملكم": محكمة إلهية، "ورسوله والمؤمنون": محكمة إنسانية.

(1) الأساس في التفسير - سعيد حوى - 1751/3.

(2) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 119 - 121) بتصرف.

لقد أصبح لزاماً على من يحملون أمانة الدعوة الإسلامية أن يبينوا خطر وسائل الإعلام بصورتها الحالية على عقائد المسلمين وأخلاقهم، وأن يستفيقوا من قصورهم، هذا الخطر الذي أرجعه بعض الباحثين إلى الأسباب التالية:

- (1) تأثر بعض الإعلاميين بالغرب وأفكاره، ما انعكس على أدائهم الإعلامي.
- (2) الافتقار لوسائل إعلام إسلامية تنافس الوسائل الغربية، ما أدى لانحسار دور المسلمين الإعلامي.
- (3) سيطرة الصهيونية على معظم وسائل الإعلام، بدعم وتأييد أمريكي⁽¹⁾.
- (4) عدم التنسيق فيما بين الوسائل الإعلامية المختلفة، مع غياب التخطيط.
- (5) قلة الدعم والتمويل لوسائل الإعلام الإسلامية؛ ولعل هذا عائد لقلّة الوعي حول أهمية الإعلام⁽²⁾.

ولمواجهة هذا القصور، لا بد من مضاعفة الجهود، ومضاعفة المسؤوليات، والقيام بعدة خطوات عملية على أرض الواقع، منها:

- (1) اليقظة التامة لكافة التيارات المعادية، ومواجهتها، ومجاهدة كافة أشكالها الاستعمارية.
- (2) التدقيق فيما يذاع، وعدم نشر ما يمس الآداب الإسلامية، أو يتعارض مع الدين الإسلامي.
- (3) تناسي الخلافات، وتوحيد الصفوف لاتخاذ مواقف موحدة تجاه قضايا العالم الإسلامي.
- (4) على أصحاب رعوس الأموال العمل على إنشاء وكالة أنباء إسلامية عالمية، وبث قنوات بكافة اللغات؛ لتخاطب الغرب، وألا تظل مخاطبةً لنفسها كما هو الحال الآن.

وختاماً القول:

"تعتبر صناعة الإعلام اليوم واحدة من أهم وأخطر الصناعات في العالم؛ لما لها من أهمية بالغة في تشكيل عقول وقناعات وثقافات الشعوب المختلفة...، فالعالم اليوم أشبه ما يكون بقرية إعلامية موحدة، متصلة بكل ما وصل إليه العلم من تكنولوجيات الأقمار الصناعية، والطباعة، والحاسوب، ولم تعد مقتصرةً على الكتب والمجلات"⁽³⁾.

(1) انظر: مدخل إلى الإعلام - د.سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 52)، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 42، 44).

(2) انظر: مجلة الأمة - مقال: الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر - د.محمد سيد محمد - العدد (58) - (ص: 80) - شوال 1405هـ/ يونيو 1985م، مجلة الإسراء - مقال: الإعلام الإسلامي في ظل العولمة - أ.عارف سليم - العدد (55) - (ص: 38) - رجب وشعبان 1425هـ/ أيلول 2004م.

(3) انظر: مجلة البيان - مقال: الإعلام الإسلامي الواقع والطموح - ماهر أبو زر - العدد (14) - (ص: 49) - رمضان 1417هـ/ يناير 1997م.

لقد أصبح لزاماً على من يحملون أمانة الإعلام الإسلامي أن يستفيدوا من وسائل الإعلام الحديثة في ترويج الدعوة الإسلامية، وإيصال دعوة الحق إلى كل مكان، وليتذكروا قوله تعالى: **(وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا)** (الإسراء: 36).

"المطلوب في ظل الظروف الراهنة، أن يكون الإعلام الإسلامي إعلاماً متحركاً، يرقى إلى المستوى الذي يعكس فلسفة التضامن الإسلامي، لا في ترديد المبادئ واجترار الشعارات، بل في صورة الإعلام المناضل الملتزم، العاكس للقيم الإسلامية، والحامي لها من العبث، المتجاوب مع مطامح الأمة"⁽¹⁾.

والمسئولية تزداد على وسائل الإعلام الإسلامية؛ لأنها تتدرج تحت قوله تعالى: **(وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ ...)** (البقرة: 143)، والشهادة على الناس، تتضمن إرشادهم للصواب، وطريق الحق والإيمان.

كما أن الإنسان مسئول عن كل تصرفاته، منذ جعله الله **U** خليفة في الأرض، فمكناه فيها، فكان عليه أن يؤدي حق هذه السيادة من خلال تحمل المسئولية التي حملها منذ البداية، **(إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا & لِيُعَذِّبَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْمُشْرِكِينَ وَالْمُشْرِكَاتِ وَيَتُوبَ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا)** (الأحزاب: 72، 73).

(1) انظر: مجلة الإسلام اليوم - مقال: الإعلام الإسلامي في واقعه الجديد: قوة دفع للعمل الإسلامي المشترك - عبد الهادي بو طالب - العدد (7) - (ص: 12) - 1409هـ / 1989م.

الفصل الأول تعريف الإعلام ومقوماته

? المبحث الأول:

تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن

? المبحث الثاني:

مادة { علم } ومشتقاتها في القرآن

? المبحث الثالث:

مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن

تمهيد

يقول المولى سبحانه وتعالى في كتابه العزيز: (... وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا) (طه: 114)، كما يقول أيضاً: (... فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (النحل: 43).

إن أحد المقاصد الكبرى للرسالة الإسلامية تحرير العقل من القيود التي تفرضها الخرافة ويشيعها الجهل، ومفتاح ذلك إعمال العقل، وسؤال أهل العلم، والنظر في البراهين العقلية والمحسوسة، ولهذا يكثر في القرآن الكريم ذكر مادة { علم } بتصريفاتها المختلفة، كما يكثر فيه طرح الأسئلة والتساؤلات، فأى علم يشرحه القرآن ويحث عليه؟.

ولما كان الحصول على المعلومات والمعارف ميسر هذه الأيام، بما تعرضه وسائل الإعلام المختلفة، فماذا نقصد بالإعلام؟، وما هو دور القرآن الكريم في تنمية الإعلام، والرقى بخصائصه ومقوماته، وإبطال معوقاته؟.

خطوط عريضة رسمها القرآن للإعلام، ويأتي بيان ما تيسر منها في الصفحات القادمة.

المبحث الأول تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن

? المطلب الأول:

تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

? المطلب الثاني:

القرآن أساس الإعلام

? المطلب الثالث:

خصائص الإعلام في القرآن الكريم

المطلب الأول

تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً

قبل البدء بالحديث عن الإعلام، لا بد من وقفة مع هذه الكلمة، في محاولة لمعرفة معناها، وما الذي تعنيه لدى المختصين من الإعلاميين.

أولاً: الإعلام لغة:

الإعلام مشتقة من الجذر الثلاثي {علم}، وهي صفة من صفات الله U، فهو العليم والعالم والعلام، قال تعالى: (... وَهُوَ الْخَلَّاقُ الْعَلِيمُ) (يس: 81)، (... عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ وَهُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ) (الأنعام: 73)، (... وَأَنَّ اللَّهَ عَلَّامُ الْغُيُوبِ) (التوبة: 78).

والعلم: نقيض الجهل، ويقال: علمت الشيء أعلمه علماً أي: عرفته، كما يقال: علّام، وعلامة من باب المبالغة في الوصف بالعلم، فالهاء فيها للمبالغة⁽¹⁾.

والعلم بمعنى اليقين، وتأتي بمعنى المعرفة؛ لأن كلاً منهما مسبوق بالجهل، قال تعالى: (... مِمَّا عَرَفُوا مِنَ الْحَقِّ ...) (المائدة: 83) أي: علموا، كما قال تعالى: (... لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ...) (الأنفال: 61) أي: تعرفونهم.

وقيل: إن العلم هو الإدراك الكلي أو المركب، بينما المعرفة هي الإدراك الجزئي أو البسيط، ولهذا يقال: {عرفتُ الله}، ولا يقال {علمته}⁽²⁾.

كما يطلق العلم ويراد به: الملكة التي تدرك بها مسائل العلم، أو إدراك تلك المسائل، أو المسائل نفسها⁽³⁾.

ويقال: أعلمه الخبر وبالخبر، أي: أخبره.

وقيل: إن {علمته} و{أعلمته} من أصل واحد، لكن الإعلام مختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم مختص بما فيه تكرير وتكثير؛ ليحصل أثره في نفس المتعلم، والتعليم قد يستعمل

(1) انظر: القاموس المحيط - الفيروز أبادي - 117/4، تهذيب اللغة - أبو منصور الزهري - 417/2، جمهرة اللغة - ابن دريد - 948/2، لسان العرب - ابن منظور - 416/12، المعجم الفريد لمعاني كلمات القرآن المجيد - أ. كامل الجزار - 713/1.

(2) انظر: الكليات - أبو البقاء الكفوي - (ص: 611)، الأفعال في القرآن الكريم - د. عبد الحميد السيد - 945/2، القاموس العربي الشامل - (ص: 400)، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير - أحمد بن محمد المقري - 77/2، محيط المحيط - بطرس البستاني - (ص: 638)،

(3) انظر: الترجمان والدليل لآيات التنزيل - المختار أحمد محمود الشنقيطي - (ص: 215)، المعجم الوجيز لألفاظ القرآن الكريم - د. نبيل عبد السلام هارون - (ص: 142).

في معنى الإعلام، إذا كان فيه تكرير، كقوله U: (قُلْ أَعْلَمُونَ اللَّهَ بِدِينِكُمْ...) (الحجرات: 16) (1).

"والإعلام: مصدر للفعل أعلم، وتعني النشر بواسطة الإذاعة والتلفزيون والصحافة" (2).
والعلم على درجات ثلاث:

(1) ما وقع من عيان، وهو البصر.

(2) ما استند إلى السمع، وهو الاستفاضة.

(3) ما استند إلى العلم، وهو التجربة.

لكن الأمور الوجدانية، وباقي الحواس الأخرى، وما يتم معرفته بالخبر الصادق، وما يدرك بالفكر والتجربة، كلها تندرج تحت العلم ودرجاته، فلا ينبغي أن تقصر على هذه الثلاث (3).

{والعلم} و{العلمة}: هي الشق في الشفة العليا أو أحد جانبيها، كما يقال: {أعلم الفرس} إذا علق عليه صوفاً أحمر أو أبيض في الحرب، فـ{العلمة}: السمة.

كما جاء الإعلام بمعنى التبليغ، يقال: بلغت القوم بلاغاً، أي: أوصلتهم إلى المطلوب، قال تعالى: (وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمُ يَتَذَكَّرُونَ) (القصص: 51)، فَأَعْلَمَ وَأَبْلَغَ وَبَيَّنَّ وَأَوْصَلَ: تعني إشاعة المعلومات وبنها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس (4).

مما سبق يتضح أن:

- (1) الإعلام فيه تمييز لبعض المعلومات عن غيرها، من خلال عرضها بأسلوب جذاب ومميز، فيه مزيد تأكيد عليها، وإيضاح لها.
- (2) الإعلام قد يكون بشيء غائب أو حاضر، والعمل على إيصاله للمتلقي في أوضح صورة.
- (3) البلاغ يندرج تحت الإعلام، فكلاهما يحقق غاية واحدة، هي إيصال المعلومات للجمهور المستقبل للرسالة.

(1) انظر: المفردات في غريب القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 343)، معجم تفسير مفردات ألفاظ القرآن الكريم - سميح عاطف الزين - (ص: 616).

(2) المعجم العربي الأساسي - جماعة من اللغويين العرب - (ص: 860).

(3) انظر: بصائر ذوي التمييز في لطائف الكتاب العزيز - الفيروز أبادي - 92/4.

(4) انظر: لسان العرب - ابن منظور - 419/12.

ثانياً: الإعلام اصطلاحاً:

تعددت تعريفات العلماء للإعلام، واختلفت تلك التعريفات فيما بينها؛ نتيجة لتعدد وسائل الإعلام وتطورها السريع، إضافة إلى اختلاف ثقافات العلماء ومجالات عملهم، ومن أبرز هذه التعريفات:

1) تعريف العالم الألماني (أتوجروت):

"هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير، ولروحها، وميولها، واتجاهاتها النفسية في نفس الوقت" (1).

وبالنظر إلى هذا التعريف، فإننا نلاحظ أنه لم يشتمل على كافة مكونات العملية الإعلامية، وهي: (المرسل، المستقبل، الرسالة، الوسيلة، رجع الصدى)، حيث إنه اقتصر على جانبين فقط، هما:

- التركيز على الجمهور المتلقي، وضرورة مراعاة أحواله وميوله خلال الرسالة.
- أن تكون الرسالة المعروضة ملتزمة بالموضوعية، وهذا أمر تختلف وسائل الإعلام في مدى الالتزام به.

بينما أغفل أتوجروت بقية المكونات، فلم يتطرق للمرسل أو الوسيلة، أو حتى التأثير، فلا يمكن اعتبار تعريفه جامعاً مانعاً.

2) تعريف قاموس (أكسفورد وكاسل):

"الإعلام هو الإخبار، أو هو التبليغ، أو هو الإنباء، وكلها مرادفات تعني انتقال معلومة بين الأفراد بواسطة فرد أو جماعة، بحيث تنتشر بينهم، فتصبح لهم لغة للتفاهم، واصطلاحاً للتعامل، ووسيلة للمشاركة" (2).

والملاحظ في هذا التعريف أنه اهتم ببيان وظيفة الإعلام بشكل عام، فالبشر يتواصلون فيما بينهم، وتعلم بعضها بعضاً من أجل تبليغ أو إخبار.

كما يُلاحظ أيضاً، أن هذا التعريف لم يكن مركزاً على جانب الإعلام الذي يتبادر إلى الذهن عند سماع هذه الكلمة، ذلك أن الإعلام من وسائل الاتصال، وهذا الاتصال ينقسم إلى: اتصال ذاتي، واتصال شخصي، واتصال جماعي، وليست كلها تدرج تحت مسمى الإعلام، فالالاتصال الجماعي فقط هو الذي يعتبر إعلاماً، وبالتالي لا يمكن أن نعتبر أن هذا تعريف جامع مانع.

(1) نحو إعلام إسلامي: إعلامنا إلى أين - د.علي جريشة - (ص: 24)، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 11).

(2) وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موفق الغلاييني - (ص: 40).

(3) يرى الدكتور عبد اللطيف حمزة، أن الإعلام هو:

"تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، وبقدر ما تكون هذه الصحة أو السلامة في المعلومات أو الحقائق، يكون الإعلام في ذاته سليماً قوياً"⁽¹⁾.

وبالنظر إلى هذا التعريف، نلاحظ أنه كسابقه، ليس جامعاً مانعاً، حيث اقتصر على تعريف الإعلام من حيث كونه تزويد بالمعلومات، ثم أخذ يفصل فيما يتعلق بكون هذه المعلومات صحيحة، وانعكاسات صحتها على قوة الإعلام، وهذا أمر لا يتحقق في كافة وسائل الإعلام، فليست جميعها مهتمة بنشر المعلومات الصحيحة، بل إن بعض وسائل الإعلام فتحت أبوابها فقط لنشر المعلومات الخاطئة، وبث الشائعات والفتن في المجتمعات.

(4) ذهب الدكتور محمد سيد محمد إلى أن الإعلام يعني:

"العلم الذي يدرس اتصال الإنسان اتصالاً واسعاً بأبناء جنسه، اتصال وعي وإدراك، وما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك"⁽²⁾.

وإن الناظر لهذا التعريف للوهلة الأولى، يظن أنه جامع مانع للإعلام، ولكن وقفة تدقيق وتمحيص يسيرة، تجد أنه من أقرب التعريفات، ولكنه ليس أشملها، ذلك أنه شمل كافة أنواع الاتصال، دون تحديد للإعلام بأنه اتصال جماهيري، وليس غيره.

(5) أما الدكتور عمارة نجيب، فيقول:

"هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة، من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخلياً وخارجياً، وبالأساليب المشروعة أيضاً لدى كل نظام وكل دولة"⁽³⁾.

وقد قصر الدكتور عمارة نجيب الإعلام في هذا التعريف على أحد أهدافه فقط، وهو هدف التعرف على قضايا الأمة ومعالجتها، وأهم الأهداف الأخرى، كما أهمل وظائف الإعلام المتنوعة من تثقيف وإخبار وترفيه، وغيرها.

(6) بينما عرفه الدكتور سمير محمد محسن بأنه:

"كافة أوجه النشاط الاتصالية، التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور،

(1) الإعلام له تاريخه ومذاهبه - د. عبد اللطيف حمزة - (ص: 33).

(2) المسؤولية الإعلامية في الإسلام - د. محمد سيد محمد - (ص: 28).

(3) الإعلام في ضوء الإسلام - د. عمارة نجيب - (ص: 16).

بطريقة موضوعية ودون تحريف، بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تنوير الرأي العام، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة⁽¹⁾.

7) وذهب آخرون إلى أن الإعلام هو:

"تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات، التي تركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي"⁽²⁾.
وبالنظر إلى هذين التعريفين، يلاحظ أنهما ركزا على نفس المضامين، وهي (الوظيفة الإخبارية التثقيفية، الموضوعية والمصادقية في الرسالة، التأثير على الجمهور والارتقاء به)، على خلاف بينهما بطول عبارات أولهما، وقصر عبارات الآخر.

ومن كل التعريفات السابقة، يتضح أن:

العلماء اختلفوا في عباراتهم نحو تعريف الإعلام، فمنهم من كان تركيزه على الرسالة الإعلامية ومدى انتشارها، فيما اهتم آخرون ببيان مدى علاقة البيئة الفكرية والاجتماعية والسياسية بالإعلام، لكنهم جميعاً اتفقوا في عدة أمور، هي:
1) الإعلام عملية اتصالية بين مرسل ومستقبل، من خلال وسيلة معينة؛ بهدف نقل معلومة ورسالة.

2) لا بد من التزام الإعلام بالصدق والموضوعية؛ ليكتسب مصداقية وتأييداً بين الجمهور.
3) لا بد للإعلام من مراعاة اهتمامات الجمهور وميوله ورغباته؛ ليحقق التأثير الأكبر فيهم، ويتمكن من إقناعهم بالمعلومات.

ومما ينبغي مراعاته لدى تعريف الإعلام، أن هناك فرقاً بين الإعلام والمعلومات، فالمعلومات هي المادة الخام التي يتم الاعتماد عليها في العملية الإعلامية، بينما الإعلام هو عملية اتصالية، من أوجه نشاطها نقل المعلومات للغير، فلا ينبغي الخلط بين الأمرين، واعتبار أن الإعلام هو المعلومات.

ومن خلال عناصر العملية الإعلامية، يمكن القول أن الإعلام هو:

عملية بين طرفين يرسل أحدهما المعلومات للآخر، ضمن قالب موضوعي صحيح، بهدف التأثير عليه، والارتقاء بأدائه.

(1) الإعلام والاتصال بالجماهير والرأي العام - د. سمير محمد محسن - (ص: 22).

(2) استراتيجية الإعلام العربي - د. السيد عليوة - (ص: 159).

ثالثاً: الإعلام الإسلامي:

الإعلام عبارة عن رسالة فكرية، تحمل في طياتها مجموعة من المضامين والأهداف، التي تعمل على إيصالها بوسائل الاتصال المختلفة.

وحين يكون الحديث عن الإعلام، لا بد من التمييز بين نوعين للإعلام، الأول: الإعلام الايجابي، وهو ما يمثله الأنبياء والرسل والصالحون، والثاني: الإعلام السلبي الذي يفرض سيطرته على الساحة الآن بل وعلى الشعوب.

ولما تحدث بعض العلماء عن تعريف الإعلام عامة، جاء آخرون فخصصوا الحديث عن الإعلام الإسلامي الإيجابي، الذي تقع عليه مسئولية كبيرة في مواجهة الإعلام السلبي، فقالوا:

(1) **الإعلام الإسلامي هو:** "تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي، المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله، بصورة مباشرة أو غير مباشرة، من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها، وذلك بغية تكوين رأي عام صائب، يعي الحقائق الدينية، ويدركها، ويتأثر بها في معتقداته وعباداته ومعاملاته" (1).

(2) ورأى آخرون أنه: "استعمال وسائل الإعلام وأساليبه كافة ضمن حدود الشرع؛ لبيان الحق، ودعوة الناس إليه، وتعرية الباطل وصددهم عنه؛ لئلا يكون للناس في البعد عن الإسلام حجة" (2).

(3) فيما نُقل عن الغزالي تعريفه للإعلام الإسلامي بأنه: "الذي يعرف بالله الواحد، ودينه الحق، ويرسم صورة صادقة لرسالة محمد ﷺ لا زيادة فيها ولا نقصان" (3).

(4) وترى سهيلة حماد أن الإعلام الإسلامي يعني: "بيان الحق وتزيينه للناس بكل الطرق والأساليب والوسائل العلمية المشروعة، مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق المشروعة، بقصد جلب العقول إلى الحق، وإشراك الناس في نيل خير الإسلام وهديه، وإبعادهم عن الباطل وإقامة الحجة عليهم" (4).

(1) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 147)، مائة سؤال عن الإعلام - طلعت همام - (ص: 105).

(2) الإعلام: نشأته أساليبه ووسائله ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 6).

(3) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 11).

(4) الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 13).

وبالنظر إلى هذه التعريفات:

نلاحظ أنها تعريفات جزئية، فقد حصرت {الإعلام الإسلامي} فقط في التعريف بحقائق الإسلام والدين؛ كي لا يكون للناس حجة في البعد عن الدين، وهذا فيه تضيق لمفهوم الإعلام الإسلامي، وحصر له في جانب واحد من جوانبه.

وشتان ما بين هذه التسمية، وما بين قولنا {الإعلام الديني}، الذي تكون رسالته دينية بحتة، حيث "يقصر على تبصير الناس بالحق والحث على مكارم الأخلاق، ويُعنى بتوضيح الفرائض، ويتوجه إلى جمهور المسلمين عامتهم وخاصتهم...، أما الإعلام الإسلامي فإنه يتوجه على الجميع مسلمين وغير مسلمين، صغاراً وكباراً، يتناول جميع الأمور الدينية والدنيوية، والإعلام الإسلامي كما يهتم بتوضيح العقائد، يهتم بنشر الأخبار وفقاً لأسس ومبادئ، وكما يهتم ببيان الحق، يهتم بالعلوم الكونية والتكنولوجيا العصرية" (1).

إذن، فالإعلام الإسلامي أوسع وأشمل، فهو إعلام نابع من رسالة الإسلام الخالدة الشاملة، يعالج كافة مناحي الحياة، من سياسة واقتصاد، ويعرض الأخبار، ويناقش القضايا المستجدة، وينضبط بمعايير الإسلام وقيمه ومبادئه.

وقد ذهب بعض العلماء إلى أن التعريف الأعم والأشمل للإعلام الإسلامي، هو: "عملية الاتصال التي تشمل جميع أنشطة الإعلام في المجتمع الإسلامي، وتؤدي جميع وظائفه المثلى، الإخبارية، والإرشادية، والترويحية، على المستوى الوطني والدولي والعالمي، وتلتزم بالإسلام في كل أهدافها ووسائلها، وفيما يصدر عنها من رسائل و مواد إعلامية وثقافية وترويحية، وتعتمد على الإعلاميين الملتزمين بالإسلام قولاً وعملاً، وتستخدم جميع وسائل وأجهزة الإعلام المتخصصة والعامة" (2).

لكن نظرة سريعة تجعلنا نعتبر هذا شرحاً لمفهوم الإعلام الإسلامي، وليس تعريفاً له، وشتان ما بين الشرح والتعريف، ففي حين يقوم أولهما على الاستطراد والبيان والتوضيح، يقوم الثاني منهما على الإيجاز والإجمال.

"ولعل صعوبة الوصول إلى تعريف جامع لهذا العلم من وجهتي النظر الوضعية والشرعية، تعود إلى أنه علم من العلوم الإنسانية، التي تتميز باتساع مساحة الاجتهاد" (3).

(1) مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 2 - حسن علي العنبيسي - (ص: 585) - ربيع الآخر 1405هـ/ يناير 1985م.

(2) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 62).

(3) مدخل إلى الإعلام - د.سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 9).

وترى الباحثة بتوجيه المشرف، أن {الإعلام الإسلامي} هو: تعميم الاتصال الإيجابي؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي وأخباره في جميع الميادين، وعلى كافة المستويات، وبكافة الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المشروعة.

حيث شمل هذا التعريف كافة مناحي الحياة، ولم يقصرها على الجانب الديني فقط، كما ركز على أن الإعلام {عملية اتصال إيجابي} مما يعني التفاعل بين المرسل والمستقبل، وهو إعلام ملتزم، أصوله مستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية، موجه للناس كافة، ويستخدم جميع الوسائل المشروعة في سبيل تحقيق أهدافه.

والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في إعلاناته، وفي التسلية الهادفة، وفي تعليمه، بل وفي عرضه الأخبار الصادقة والتعقيب عليها.

وهذا هو الأصوب؛ لتوافقه مع الدين الإسلامي، ذاك الدين الشامل، الذي لم يترك كبيرة ولا صغيرة إلا وتعرض لها بالبيان، قال تعالى: (... وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ) (النحل: 89).

المطلب الثاني

القرآن أساس الإعلام

حين يكون الحديث عن الإعلام الإسلامي، فمن الصعوبة بمكان أن نتحدث عنه بمنأى عن القرآن الكريم، الذي يعد أكبر الوسائل الإعلامية منذ أنزله الله U وحتى يومنا هذا، بل إن الآيات القرآنية تعتبر رأس المواد الإعلامية، بما حملته من معنى للدعوة، ورسم لطريقها، وما للإعلام الإسلامي إلا الامتداد المعاصر للدعوة الإسلامية كما قررنا ذلك سابقاً⁽¹⁾.

فالقرآن الكريم جاء مصححاً للفكر والنظر العقلي، كما كان مفجراً للإعلام الإسلامي، فقد نصت آياته على ما يجب أن يتحلى به المسلمون عامة والدعاة خاصة من الأخلاقيات الإسلامية، كالالتزام الصدق، وتسمية الأشياء بمسمياتها، فالقرآن إذا صح التعبير صحيفة من طراز آخر، يمتاز بالصدق كأحسن ما يكون الصدق، وبالنزاهة في توجيه السلوك كأحسن ما تكون النزاهة، فهي صحيفة الله تعالى ومن أصدق من الله قولاً⁽²⁾.

وحيث يدور الحديث عن الإعلام، فإننا نتحدث عن عملية اتصالية، تتكون من {مرسل، مستقبل، رسالة، وسيلة إعلامية، تأثير}، وبالنظر إلى القرآن الكريم نجده لم يغفل أيّاً من هذه المكونات، فكان بحق أساس الإعلام الذي ينبغي الرجوع إليه، في أي وسيلة تريد أن يكتب لها النجاح.

فلو تحدثنا عن القائم بالاتصال، نجده ممثلاً في الرسل والأنبياء، الذين تمثلت وظيفتهم في هداية البشر وإرشادهم إلى الصواب، حيث قال تعالى: (رُسُلًا مُّبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِنَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا) (النساء: 165)، وقال أيضاً: (... إِنَّمَا أَنْتَ مُنذِرٌ وَلِكُلِّ قَوْمٍ هَادٍ) (الرعد: 7).

فقوله تعالى: (وَلِكُلِّ قَوْمٍ هَادٍ) أي: داع يدعوهم إلى الهدى من الرسل وأتباعهم، ومعهم من الأدلة والبراهين ما يدل على صحة ما معهم من الهدى⁽³⁾، فقد بين هنا أن للرسل أتباعاً يقومون بنفس مهمتهم، ومن كان قائماً بالإعلام الإسلامي، فهو يسير على درب الرسل وطريقهم، فينبغي عليه الالتزام بما كانوا يلتزمون.

(1) انظر: الفصل التمهيدي - (ص: 10).

(2) مقال: أخلاقيات الإعلام في القرآن الكريم - <http://forum.tfa9el.com/7688.html>

(3) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 725/1.

فالإعلام في الإسلام يحمل أمانة الدعوة إلى الحق، وحسن البلاغ، مما يشير إلى أهمية المحافظة على حاضر الأمة ومستقبلها، وتحقيق رسالتها الخالدة في الحياة، ومقاومة تيارات الإعلام الشيطاني ومواجهته، تماماً كما واجه الرسل والدعاة على مر التاريخ تلك الدعوات الهدامة؛ لأن النفوس الضعيفة تنساق وراء هذه التيارات دون تفكير، كأنها أدوات صماء يحركوها كيف شاءوا، قال تعالى: (... وَفِيكُمْ سَمَاعُونَ لَهُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ) (التوبة: 47).

ولما بين القرآن صفات القائم بالإعلام، وأنه يسير على خطى الرسل، أوضح أن هذا يُحمّله أمانة التبليغ إلى الجمهور المتلقي، الذي تتعدد أصنافه وأقسامه، فمنهم المؤمنون، والكافرون، والمنافقون، فالإنسان بشكل عام هو محط الاهتمام؛ باعتباره هدفاً للرسالة الإعلامية، وهذا كان واضحاً في الكثير من الآيات القرآنية، منها على سبيل المثال لا الحصر قوله تعالى: (وَلَقَدْ ضَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ) (الزمر: 27).

وهذا التنوع للجمهور المخاطب يقتضي تغيير أسلوب الخطاب مع كلٍّ منهم، فتنوعت الأساليب في القرآن الكريم، ما بين القصة، والاستفهام، والتكرار، والتشويق، والجدل، والحوار، في إشارة إلى أن وسائل الإعلام تقع عليها مسئولية عظيمة في تحديد نوع جمهورها؛ لتتمكن من تحديد الأسلوب الملائم لمخاطبتهم وإقناعهم، قال تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ) (النحل: 125).

كما أن القرآن الكريم جاء مخاطباً لكل ما في الإنسان، عقله، روحه، جوارحه، قلبه، والإعلام عندما يسير على هذا النهج، فإنه "يقدر عقل الإنسان، وحرية في الاختيار، ويدين الجمود والوقوف عند مألوف المادة وما ترك السلف، دون تفكير أو تدبير" (1).

ولما كان الإعلام من عمليات الاتصال، التي لا تتم إلا من خلال الحواس، نجد أن القرآن الكريم تعرض للحديث عن حواس الإنسان كالسمع والبصر والبصيرة والفؤاد بشيء من التفصيل (2)، فتارة نراه قد جمعها في آية واحدة، في سياق تعداد النعم على بني الإنسان، كقوله تعالى: (وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئاً وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ) (النحل: 78)، وقوله: (... وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ) (السجدة: 9)، وقوله أيضاً: (قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ) (الملك: 23).

"فالسمع لسماع الأوامر والنواهي، والأبصار لرؤية آثار صنع الله، والأفئدة للوصول بها إلى معرفة الله، وذلك كله لشكر نعم الله، وإبصار آثار صنعته، والآية دليل على أن الإنسان خلق

(1) الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 221).

(2) انظر: وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام - أسامة يوسف شهاب - (ص: 99).

في مبدأ الفطرة خالياً عن معرفة الأشياء، ثم تأتي المعارف والعلوم بالتعلم بواسطة الحواس التي هي السمع والبصر" (1).

والملاحظ للآيات السابقة، يجدها جميعاً ختمت بقوله **U (لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ)**، **(قَلِيلًا مَا تَشْكُرُونَ)**، والشكر من أعلى منازل الإيمان، ويتحقق بالاعتراف بالنعمة، وعدم استعمالها فيما يكره المنعم، فكأنه تعالى ختم تلك الآيات بهذه الفاصلة المرتبطة بالموضوع؛ ليطالب كافة البشر باستعمال حواسهم فيما يرضاه الله **U** من خلال عدم النظر أو السماع لمحرم، وإنما لما أحله الله **U** فقط، وهذا لا يتحقق إلا عبر وسائل الإعلام الإسلامية دون غيرها.

وتارة أخرى، نجد الحديث عن حواس الإنسان جاء في سياق الذم، حيث نعى القرآن على أقوام عدم استعمالهم لحواسهم، فنزلوا بأنفسهم إلى رتبة الأنعام بل أضل، حيث يقول تعالى: **(وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالإِنسِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ)** (الأعراف: 179).

"أولئك هم كاملو الغفلة عن آيات الله، وعن استعمال مشاعرهم وعقولهم فيما خلقت من أجله، وهو الاستفادة من المسموعات، والانتفاع من المبصرات، وهم الأغبياء الجاهلون الذين لا ينظرون إلى المستقبل" (2).

أما وسائل الإعلام نفسها، فكان للقرآن حديث عنها، من خلال بيان وظيفتها، التي تتمثل في الهداية والإرشاد بمختلف الأساليب من تبشير وإنذار، حيث قال تعالى: **(الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا & قِيَمًا يُبَيِّنُ بَأْسًا شَدِيدًا مِّنْ لَّدُنْهُ وَيُبَشِّرُ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا)** (الكهف: 1، 2).

وختاماً ما سبق:

إن القرآن الكريم كتاب إعلامي؛ استعان باللغة الفصيحة والعبارة الواقعية القادرة على غزو القلوب والعقول، وهو ما يمثل الحقيقة الإعلامية الخالدة، فهو يضع بين أيدينا منهجاً علمياً وحضارياً لحمل الدعوة، يقوم على أسس عقلية ونفسية وأخلاقية سامية. ورغم طول الفترة على نزول القرآن الكريم، إلا أنه ما زال وسيظل محتفظاً بأصالته، وقدرته المعاصرة، فلن يتوقف تأثيره في صنع الأفكار والتأثير في النفوس، وما أوجع الإعلام الإسلامي في هذه الأيام، أن يعلم أنّ القرآن الكريم هو الوسيلة الأولى في الإعلام والتبليغ، وأن يستمد مقوماته وضوابطه من القرآن، وهو ما سيتم تفصيله في الصفحات القادمة بإذن الله **U**.

(1) التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 195/14.

(2) المرجع السابق - 168/9.

المطلب الثالث

خصائص الإعلام في القرآن الكريم

من الطبيعي أن يكون الإعلام الإسلامي إعلاماً متميزاً؛ كونه يستمد صفاته وخصائصه من تعاليم الإسلام والقرآن الكريم، لذا فإن للإعلام الإسلامي خصائص تميزه عن غيره، من أبرزها:

أولاً: الإعلام الإسلامي عقدي مسلكي

فهو إعلام قائم على العقيدة، مرتبط بأحكام الإسلام وهديه وأخلاقه، ذلك أن أول ما نزل من القرآن الكريم هو قوله تعالى: (اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ & خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ & اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ & الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ & عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ) (العلق: 1-5)، والقراءة مفتاح التعلم، وأول وسائل التبليغ والإعلام.

كما أن الإعلام واجب على الأمة الإسلامية؛ لأنه نوع من البلاغ، وباب من أبواب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، الوارد في قوله تعالى: (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ...) (آل عمران: 110) ⁽¹⁾.

أما كونه مسلكياً، فهذا نابع من أنه إعلام إسلامي، يلتزم تعاليم الإسلام ومنهجه، وهو المسلك القويم، والطريق الصواب لمن أراد النجاة في الدنيا والآخرة؛ لقوله تعالى: (وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ) (الأنعام: 153)، "والإشارة إلى الإسلام، أي وأن الإسلام صراطي...، والصراط: الطريق الجادة الواسعة، والمراد الإسلام كما دلّ عليه قوله في آخر السورة: (قُلْ إِنِّي هِدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قِيَمًا ...) (الأنعام: 161)؛ لأن المقصود منها تحصيل الصلاح في الدنيا والآخرة فشبهت بالطريق الموصل السائر فيه إلى غرضه ومقصده، ولما شُبه الإسلام بالصراط وجعل كالشيء المشاهد صار كالطريق الواضحة البيّنة فادّعي أنه مستقيم، أي لا اعوجاج فيه لأن الطريق المستقيم أيسر سلوكاً على السائر وأسرع وصولاً به" ⁽²⁾.

(1) انظر: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 13)، الإعلام في العالم

الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 14).

(2) التحرير والتنوير - ابن عاشور - 172/8.

ثانياً: الإعلام الإسلام حريتميز بشرف الغاية والمقصد

بشرط ألا يؤدي إلى إيذاء الآخرين، فهذه الحرية مقيدة بالأخلاق والآداب؛ لقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِّنْ نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللِّقَابِ بئسَ الْأِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ) (الحجرات: 11)، بينما رتب القرآن الكريم العقاب الشديد لمن يخالف ضوابط هذه الحرية، ويستغلها بطريقة سيئة، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يَحِبُّونَ أَن تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (النور: 19)، فحرية الاعتقاد، وحرية الرأي والتعبير من أبرز الحريات الإعلامية التي ينبغي مراعاتها، والحرية أصل مقرر، لا ينبغي أن يكون أداة للتحكم في الناس، أو تسخيرهم واللعب بعقولهم⁽¹⁾.

وقد نص النبي ﷺ على هذه الحرية المشروطة، حيث روى أبو هريرة **t** أن النبي ﷺ قال: (لا تحاسدوا، ولا تتاجسوا، ولا تباغضوا، ولا تدابروا، ولا يبيع بعضكم على بيع بعض، وكونوا عباد الله إخواناً، المسلم أخو المسلم، لا يظلمه، ولا يخذله، ولا يحقره، التقوى هاهنا - ويشير إلى صدره ثلاث مرات - ، بحسب امرئ من الشر أن يحقر أخاه المسلم، كل المسلم على المسلم حرام، دمه، وماله، وعرضه)⁽²⁾.

ثالثاً: الإعلام الإسلامي قائم على الصدق

فالصدق في القول هو أساس الاتصال والتعامل والتعارف والتناصح في المجتمع المسلم، فقال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) (التوبة: 119). كما جاء النهي عن الكذب بكل صورته وأشكاله، ومن ذلك قوله تعالى: (إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ) (النحل: 105)، وقوله: (... فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ) (الحج: 30).

وقد جمع النبي ﷺ بين الحث على الصدق، والنهي عن الكذب، فيما رواه عبد الله بن مسعود **t**، حيث قال **t**: (عليكم بالصدق، فإن الصدق يهدي إلى البر، وإن البر يهدي إلى الجنة، وما يزال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقاً، وإياكم والكذب، فإن

(1) انظر: نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 85)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح حماد ود. أحمد حماد - (ص: 11).

(2) أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الأدب - باب ما ينهى عن التحاسد والتدابير وقوله تعالى "ومن شر حاسد إذا حسد" - 173/4 - (حديث: 6064)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب البر والصلة والآداب - باب تحريم ظلم المسلم وخذله واحتقاره ودمه وعرضه وماله - (ص: 990) - (حديث: 2564) واللفظ له.

الكذب يهدي إلى الفجور، وإن الفجور يهدي إلى النار، وما يزال الرجل يكذب ويتحرى الكذب، حتى يكتب عند الله كذاباً⁽¹⁾.

فالإعلام قائم على الكلمة، التي ينبغي أن تكون نابعة من الرؤية الإسلامية، من خلال:

(1) **صدق الخبر:** الذي يعني الالتزام بالحقيقة المجردة دون زيادة أو نقصان؛ لأن الإعلام الإسلامي إعلام موثق، لا يتسرع في نشر الخبر ابتغاء السبق الصحفي، فهو يتوخى الدقة والموضوعية الأمين، ويحرص على التأكد من صحة الأنباء، وهذا مضمون قوله تعالى: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6) (2)**.
ويترتب على هذه الخاصية عدم إثارة الإعلام للقلقل والفتن والاضطرابات، واهتمامه بصالح الأمة العام، حيث قال تعالى: **(لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا) (النساء: 148)**.

(2) **صدق الصياغة:** فالخبر لا يختلف، لكننا نسمعه عبر الوسائل الإعلامية بصور متعددة، وهذا نابغ من السياسات الإعلامية المختلفة، مما يحتم على وسائل الإعلام الإسلامي الالتزام بالأمانة في نقل الخبر، وفي صياغته، دون تهويل أو تهوين، فيجب أن تكون الصياغة بصورة موضوعية، لا تدخل للأهواء فيها، وهذا ينبغ من: قوة الإيمان، الذي يحتم الالتزام بالحق وحده، وأنه حسبة لله سبحانه وتعالى، يقوم به القائم على الاتصال مبتغياً في ذلك الأجر والثواب من الله **و وحده؛ لقوله تعالى: (إِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ نَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَنَا شُكْرًا) (الإنسان: 10)**، والإعلام هو نوع من الغذاء العقلي المعرفي⁽³⁾.

(3) **صدق المقصد:** فمن مميزات الإعلام الإسلامي، أنه يهدف إلى صلاح البشر وخيرهم، وهذا لا يتم إلا إذا كانت الرسائل الإعلامية المنشورة عبر وسائل الإعلام هادفة لتحقيق ذلك، وليست مجرد عرض أفكار قد تحمل في طياتها سموماً، أو مجرد لغو لإضاعة الوقت وتعبئة البرامج، فقد قال تعالى: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا & يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا) (الأحزاب: 70، 71)**.

(1) أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الأدب - باب قول الله تعالى "يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين" - 180/4 - (حديث: 6094)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب البر والصلة والآداب - باب قبح الكذب وحسن الصدق وفضله - (ص: 1007) - (حديث: 2607) واللفظ له.

(2) انظر: مدخل على علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 28)، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 14).

(3) انظر: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 15).

4) صدق الحكم: ذلك أن من أهداف الإعلام تزويد الناس بالمعلومات التي تساعدهم على تكوين رأي سديد في كل مجالات حياتهم، ولهذا لا بد أن يكون الإعلام متحرراً من الأهواء والشبهات، فيكون نزيهاً في حكمه على الأمور وتقديره لها⁽¹⁾.

رابعاً: الإعلام الإسلامي واقعي

وليس المقصود هنا الخضوع للواقع ومسايرته، وإنما الواقعية المستمدة من موافقة المنهج للفطرة البشرية والحياة الإنسانية على وجه العموم⁽²⁾، وهذا من جانبين:

1) الواقعية المنهجية: التي تعني موافقة الإعلام الإسلامي للفطرة البشرية، وتلاؤمه مع المنهج الإسلامي العام في بناء الحياة البشرية الصالحة في كل جوانبها، من خلال الأسس الثلاث الموضحة في قوله تعالى: **(كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ ...)** (آل عمران: 110)، وهي الدعوة للخير، والأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر.

2) الواقعية التطبيقية: التي تعتمد على الأسلوب المتبع في الإعلام، والذي ينبغي أن يكون قائماً في الإعلام الإسلامي على الكلمة الطيبة، والحكمة والموعظة الحسنة؛ لأن الفطرة البشرية مهما بلغ انحرافها لا تستطيع أن تتكر الكلمة الطيبة، حتى وإن لم تستجب لها. وقد وضح النبي ﷺ الآثار المترتبة على عدم الواقعية في عرض الأمور، ففي الحديث الذي رواه أبو موسى **t** يقول: (سمع النبي ﷺ رجلاً يثني على رجل ويطريه في المدحة، فقال: أهلكتم أو قطعتم ظهر الرجل)⁽³⁾، ففي الحديث إشارة إلى كراهية المغالاة في الأمور.

خامساً: الإعلام الإسلامي شمولي

وهي صفة يكتسبها من كونه {إعلاماً إسلامياً}، وبالتالي يجب أن يكون قادراً على مخاطبة الناس كافة والتأثير فيهم، وتتحقق هذه الصفة من خلال التكامل في شتى الجوانب التي تلبي حاجات الحياة الإنسانية الصالحة للبشرية جمعاء، فالإعلام الإسلامي عام شامل، عموم الإسلام وشموله، يعبر عن العقيدة والأحكام والآداب والأخلاق، يتناول كل ما يتعلق بالفرد والجماعة في جميع الظروف والأوقات، فقد قال تعالى: **(وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى**

(1) انظر: نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 87)، مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح حماد ود. أحمد حماد - (ص: 9).

(2) انظر: مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح حماد ود. أحمد حماد - (ص: 9)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 29).

(3) أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الشهادات - باب ما يكره من الإطناب في المدح وليقل ما يعلم - 226/2 - (حديث: 2663)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الزهد والرقائق - باب النهي عن المدح إذا كان فيه إفراط وخيف منه فتنة - (ص: 1144) - (حديث: 3001).

وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ) (النحل: 89) (1)، وقال تعالى أيضاً: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) (الأنبياء: 107).

سادساً: الإعلام الإسلامي يتميز بالثبات والمرونة

أما الثبات فيقصد به: ثبات الأسس التي يقوم عليها الإعلام الإسلامي ومبادئه، وكذلك ثبات الأهداف والغايات في كل زمان ومكان.

بينما تعني المرونة: مقدرة الفكر الإعلامي الإسلامي على مواكبة كافة التطورات والتغيرات التي تحدث في الحياة البشرية، إضافة إلى توجيه كافة الأنشطة البشرية للطريق الصحيح، وتحقيق هذه المرونة في استخدام الوسائل الإعلامية المتطورة، وتنويع الأساليب؛ حتى يتمكن الإعلام الإسلامي من تحقيق نتائجه وأثاره المرجوة منه، شريطة أن تكون هذه الوسائل مشروعة.

والمدقق في الإعلام الإسلامي، يلاحظ أنه تميز بهذا الثبات وهذه المرونة، فعبر العصور تنوعت أساليبه ووسائله، فالقرآن الكريم كما أوضحنا سابقاً هو أساس الإعلام الإسلامي (2)، وقد لجأ لتنوع الأساليب في العرض والبيان، وهو أمر سيأتي مزيد إيضاح له في الفصل الثالث بإذن الله U، كما أن النبي ٣ تنوعت وسائله وأساليبه الإعلامية، مما كان له أعظم الأثر في المتلقين حينها (3).

سابعاً: الإعلام الإسلامي ملتزم بقيم الإسلام وتعاليمه

فهو إعلام مسئول عن الوفاء بالتزاماته، وينطلق في ذلك من أداء الأمانة بكافة الأساليب والوسائل المختلفة والمتنوعة (4)، وفي هذا يقول الله U: (إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا & لِيُعَذِّبَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْمُشْرِكِينَ وَالْمُشْرِكَاتِ وَيَتُوبَ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا) (الأحزاب: 72، 73).

ثامناً: الإعلام الإسلامي إعلام منظم مسئول

ويتحقق هذا التنظيم من وقوعه تحت المسؤولية وإشراف أولي الأمر، مما يترتب عليه رعاية مصالح الأمة، والمحافظة عليها من خلال الحفاظ على العقائد، والآداب، والأخلاق، وغيرها، ويعتبر تنظيم الإعلام من أهم المتطلبات في هذه الأيام؛ نتيجة قدرته الإقناعية، وتأثيره

(1) انظر: مدخل إلى الإعلام الإسلامي - د. صلاح حماد ود. أحمد حماد - (ص: 10)، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 17)، الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل - سهيلة زين العابدين حماد - (ص: 17).

(2) انظر: الفصل الأول - المطلب الثاني: القرآن أساس الإعلام - (ص: 40).

(3) انظر: أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 18).

(4) انظر: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 37).

الكبير⁽¹⁾، وقد قال تعالى: (وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ) (التوبة: 105).

وقد ورد في الحديث الشريف، عن أبي هريرة t أنه سمع النبي r يقول: (إن العبد ليتكلم بالكلمة ما يتبين فيها، يزل بها في النار أبعد مما بين المشرق)⁽²⁾.

تاسعاً: الإعلام الإسلامي واجب على كل فرد حسب طاقته وقدرته

وهو إعلام قائم على منهج الإسلام الهادف، لا يختص بفتنة دون أخرى، فعلى كل فرد يستطيع التبليغ والإعلام أن يقوم بالمهمة حسب طاقته، فالنبي r كان المبلغ عن ربه U، لقوله تعالى: (... وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ) (النحل: 44)، وهو القدوة لكل المسلمين، يقتدون به وبمنهجه وفق طاقاتهم وإمكاناتهم؛ ليصلوا في النهاية إلى أداء مهمتهم في هذه الأرض على أكمل وجه، حيث قال تعالى: (الَّذِينَ إِنْ مَكَّنَّا لَهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَلِلَّهِ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ) (الحج: 41)⁽³⁾.

(1) انظر: نحو إعلام إسلامي - د. علي جريشة - (ص: 87)، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 18)،.

(2) أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب الرقاق - باب حفظ اللسان وقول النبي من كان يؤمن بالله واليوم الآخر - 282/4 - (حديث: 6477)، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الزهد والرقائق - باب التكلم بالكلمة يهوي بها في النار - (ص: 1141) - (حديث: 2988).

(3) انظر: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 50)، أضواء على الإعلام في صدر الإسلام - محمد عجاج الخطيب - (ص: 17).

المبحث الثاني مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن

? المطلب الأول:

ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن الكريم

? المطلب الثاني:

اللطائف المستفادة من ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن

? المطلب الثالث:

الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم

المطلب الأول

ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن الكريم

لم نعد في أيامنا هذه بحاجة إلى أن نؤكد الأهمية البالغة، والمكانة الكبيرة التي يحتلها الإعلام في المجتمع المعاصر؛ بعد أن أصبح النشاط الاتصالي جزءاً رئيسياً من الحياة اليومية للأفراد والجماعات المختلفة، وشريان الحياة في المجتمع البشري.

وحيث يكون الحديث عن الإعلام في القرآن الكريم، فلا بد من وقفة مع الجذر الثلاثي لهذه الكلمة، ووروده في القرآن الكريم، وإن الناظر المدقق في القرآن الكريم يلاحظ:

أولاً: ورود الجذر الثلاثي {علم} ومشتقاته في القرآن الكريم 853 مرة، بلغت المواضع المكية منها 473 موضعاً، تلتها المواضع المدنية، والتي بلغت 375 موضعاً، فيما وردت ثلاث مواضع مختلف في مكيتها أو مدنيته.

ثانياً: بالنظر لسور القرآنية وورود هذا الجذر فيها، نجدها بالصورة التالية:

- (1) سور خلت من الجذر الثلاثي ومشتقاته: وبلغت 28 سورة، هي: (القيامة، النازعات، عبس، البروج، الطارق، الغاشية، الفجر، البلد، الشمس، الليل، الضحى، الشرح، التين، القدر، البينة، الزلزلة، العصر، الهمزة، الفيل، قريش، الماعون، الكوثر، الكافرون، النصر، المسد، الإخلاص، الفلق، الناس).
- (2) أكثر السور احتواءً للجذر ومشتقاته: سورة البقرة التي ورد فيها 102 مرة؛ ولعل هذا يعود لطولها، حيث شغلت جزأين وثمانية صفحات من القرآن الكريم، تلتها سورة الأنعام حيث ورد فيها 44 مرة، ثم آل عمران والتي كان نصيبها من هذا الجذر ومشتقاته 40 مرة، ثم سورة التوبة 33 مرة، ثم سورة يوسف التي ورد فيها هذا الجذر وبعض مشتقاته 32 مرة.
- (3) أقل السور احتواءً على الجذر ومشتقاته: بلغت أربعين سورة، وهي:
 - (الدخان، الواقعة، التغابن، الملك، القلم): واحتوت على الجذر الثلاثي أو مشتقاته خمس مرات فقط لكل سورة.
 - (مريم، ص، المجادلة، الممتحنة، الجمعة، التكاثر): واحتوت كل سورة منها على الجذر الثلاثي أو مشتقاته أربع مرات.
 - (إبراهيم، السجدة، الأحقاف، ق، الجن، المزمل، التكوير، العلق): كان نصيبها من هذا الجذر أو مشتقاته ثلاث مرات في كل منها.

- (الذاريات، الرحمن، الحشر، الصف، المنافقون، الطلاق، التحريم، الحاقة، المعارج، النبأ، الانفطار): ورد فيها الجذر أو مشتقاته مرتين في كل سورة.
- (الطور، القمر، نوح، المدثر، الإنسان، المرسلات، المطففين، الانشقاق، الأعلى، العاديات): ورد فيها الجذر أو أحد مشتقاته مرة واحدة فقط.
- (4) وبين السور الأكثر احتواءً والأقل احتواءً لهذا الجذر، كان هناك 41 سورة، ورد فيها الجذر الثلاثي ومشتقاته ما يزيد على خمس مرات، ويقل عن ثلاثين مرة.

ثالثاً: صيغ الجذر {علم} ومشتقاته في القرآن الكريم:

1) مادة {علم} ومشتقاتها:

- عَلِمَ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، وقد جاء اثنتي عشرة مرة.
- عَلِمَهُ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بهاء المفعول، وجاء مرةً واحدةً، في قوله تعالى: (... لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ ...) (النساء: 83).
- عَلِمْتُ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بتاء التانيث الساكنة، وجاء ثلاث مرات.
- عَلِمْتُ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المتكلم، جاء في موضع واحد، في قوله تعالى: (وَقَالَ فِرْعَوْنُ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ مَا عَلِمْتُ لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرِي ...) (القصص: 38).
- عَلِمْتُ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المخاطب، جاء في ثلاثة مواضع.
- عَلِمْتَهُ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المخاطب، ومتصل بضمير المفعول، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (... إِنْ كُنْتَ قَاتَهُ فَقَدْ عَلِمْتَهُ ...) (المائدة: 116).
- عَلِمْتُمْ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المخاطب، والميم للجمع، جاء في خمسة مواضع.
- عَلِمْتُمْوَهُنَّ: فعل ماضٍ مبني على السكون لاتصاله بتاء المخاطب، ومتصل بواو الجماعة ونون النسوة، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (... فَإِنْ عَلِمْتُمُوهُنَّ مُؤْمِنَاتٍ فَلَا تَرْجِعُوهُنَّ إِلَى الْكُفَّارِ ...) (الممتحنة: 10).
- عَلِمْنَا: فعل ماضٍ مبني على السكون لاتصاله بـ(نا) الفاعلين، جاء في ست مواضع.
- عَلِمُوا: فعل ماضٍ مبني على الضم؛ لاتصاله بواو الجماعة، وجاء في موضعين فقط⁽¹⁾.
- اعْلَمُ: فعل أمر مبني على السكون، للمفرد، جاء أربع مرات.

(1) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. محمد حسين فهمي الشافعي - (ص: 548، 550).

- اعْلَمُوا: فعل أمر مبني على حذف النون؛ لأن مضارعه من الأفعال الخمسة، متصل بواو الجماعة، جاء سبعاً وعشرين مرة (1).
- تَعَلَّمَ: فعل مضارع مجزوم بالسكون، جاء في أربعة مواضع.
- تَعَلَّمْ: فعل مضارع مرفوع بالضمة، جاء في ستة مواضع.
- تَعَلَّمَنَّ: فعل مضارع مرفوع، متصل بنون التوكيد، جاء في موضعين فقط.
- تَعَلَّمَهَا: فعل مضارع مرفوع بالضمة، متصل بضمير المؤنث الغائب، وقد جاء في قوله تعالى: (تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهَا إِلَيْكَ مَا كُنْتَ تَعْلَمُهَا أَنْتَ وَلَا قَوْمُكَ مِنْ قَبْلِ هَذَا ...) (هود: 49).
- تَعَلَّمُهُمْ: فعل مضارع مرفوع بالضمة، متصل بضمير المذكر الغائب، والميم للجمع، وقد جاء في موضع واحد، في قوله تعالى: (... وَمِنْ أَهْلِ الْمَدِينَةِ مَرَدُوا عَلَى النَّفَاقِ لَا تَعْلَمُهُمْ نَحْنُ نَعْلَمُهُمْ ...) (التوبة: 101).
- تَعَلَّمَ: فعل مضارع منصوب بالفتحة، في موضعين فقط (2).
- تَعَلَّمُوا: فعل مضارع منصوب بحذف النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بواو الجماعة، جاء خمس مرات.
- تَعَلَّمُوهُمْ: فعل مضارع مجزوم بحذف النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بواو الجماعة وهاء الغائب وميم الجمع، في موضع واحد، في قوله تعالى: (... وَلَوْلَا رِجَالٌ مُؤْمِنُونَ وَنِسَاءٌ مُؤْمِنَاتٌ لَمْ تَعْلَمُوهُمْ أَنْ تَطَّوُّوهُمْ ...) (الفتح: 25).
- تَعَلَّمُونَ: فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بواو الجماعة، وجاء أربع مرات.
- تَعَلَّمُونَهُمْ: فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بواو الجماعة وهاء الغائب وميم الجمع، في موضع واحد، في قوله تعالى: (... وَأَخْرَجَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ...) (الأنفال: 60) (3).
- نَعَلَّمَ: فعل مضارع مجزوم بالسكون، وجاء في سبعة مواضع.
- نَعَلَّمَ: فعل مضارع منصوب بالفتحة الظاهرة، وجاء في خمسة مواضع.

(1) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 87).

(2) المرجع السابق - (ص: 328).

(3) المرجع السابق - (ص: 330).

- نَعَلَّمُهُمْ: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، ومتصل بهاء المفعول، والميم للجمع، وقد جاء مرةً واحدةً في قوله تعالى: (... وَمِنْ أَهْلِ الْمَدِينَةِ مَرَدُوا عَلَى النَّفَاقِ لَا تَعْلَمُهُمْ نَحْنُ نَعْلَمُهُمْ...) (التوبة: 101) (1).
- يَعْلَمُ: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، وقد جاء خمسةً وسبعين مرةً، بينما جاء متصلاً بهاء الضمير للمفرد (يَعْلَمُهُ) في موضعين، ومتصلاً بهاء الضمير وميم الجمع (يَعْلَمُهُمْ) في ثلاثة مواضع.
- يَعْلَمُ: فعل مضارع منصوب بالفتحة الظاهرة، وقد جاء أربعة عشر مرةً، وجاء متصلاً بهاء الضمير (يَعْلَمُهُ) مرةً واحدةً، في قوله تعالى: (أَوَلَمْ يَكُنْ لَهُمْ آيَةٌ أَنْ يَعْلَمَهُ عُلَمَاءُ بَنِي إِسْرَائِيلَ) (الشعراء: 197).
- يَعْلَمُ: فعل مضارع مجزوم بالسكون، وقد جاء ثلاث مرات، وجاء متصلاً بهاء الضمير (يَعْلَمُهُ) في موضعين.
- يُعْلَمُ: فعل مضارع مبني للمجهول، منصوب بالفتحة الظاهرة، جاء في موضع واحد، في قوله تعالى: (... وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ...) (النور: 31).
- يَعْلَمُونَ: فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، وقد جاء في تسعين موضعاً.
- يَعْلَمُوا: فعل مضارع منصوب بحذف النون في ثلاثة مواضع.
- يَعْلَمُوا: فعل مضارع مجزوم بحذف النون في أربعة مواضع.
- يَعْلَمَنَّ: فعل مضارع مبني على الفتح لاتصاله بنون التوكيد، جاء في أربعة مواضع (2).
- عِلْمٌ: مصدر، جاء مرفوعاً ثلاثاً وعشرين مرةً في القرآن الكريم، بينما جاء منصوباً في سبعة وعشرين موضعاً، وجاء مجروراً بحرف الجر في أربعة وأربعين موضعاً.
- عِلْمُهُ: مصدر مجرور بالإضافة إليه في خمسة مواضع.
- عِلْمُهَا: مصدر مرفوع مضاف لغيره، وجاء في أربعة مواضع.
- عِلْمِي: مصدر مرفوع بضم مقدر؛ لاشتغال المحل بحركة المناسبة في موضع واحد، في قوله تعالى: (قَالَ وَمَا عَلِمِي بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) (الشعراء: 112).
- عِلْمُهُمْ: مصدر مرفوع مضاف لضمير الجمع، في موضع واحد، في قوله تعالى: (بَلِ آدَارِكُ عَلَيْهِمْ فِي الْآخِرَةِ...) (النمل: 66) (3).

(1) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 876).

(2) المرجع السابق - (ص: 950).

(3) المرجع السابق - (ص: 549، 551).

- عَالِمٌ: اسم فاعل للمفرد، جاء ثلاث عشرة مرة في القرآن الكريم، منها سبعة مواضع في موضع رفع، وموضع واحد في حالة النصب، في قوله تعالى: (قُلِ اللَّهُمَّ فَاطِرَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ...) (الزمر: 46)، والمواضع الخمس الباقية في حالة الجر.
- عَالِمُونَ: اسم فاعل على صيغة جمع المذكر السالم، جاء في حالة الرفع في موضع واحد، هو قوله تعالى: (وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ) (العنكبوت: 43)، مقابل أربع في حالة الجر بالياء (1).
- عُلَمَاءٌ: جمع تكسير، وجاء في موضعين (2).
- أَعْلَمَ: اسم تفضيل ورد مرتين في القرآن الكريم (3).
- عَلَامٌ: صيغة مبالغة على وزن (فَعَالٌ)، وردت أربع مرات (4).
- عَلِيمٌ: صيغة مبالغة على وزن (فَعِيلٌ)، جاءت مرفوعة مائة وتسعاً وعشرين مرة، بينما جاءت منصوبة في اثنين وعشرين موضعاً، مقابل عشرة مواضع مجرورة (5).
- معلوم: اسم مفعول جاء مفرداً ست مرات، وجاء جمعاً في موضعين (6).

2) مادة {عَلِمَ} ومشتقاتها:

- عَلَّمَكَ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بضمير المخاطب، وقد جاء مرة واحدة في قوله تعالى: (... وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُن تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا) (النساء: 113).
- عَلَّمَنِي: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بضمير المتكلم، وقد جاء مرة واحدة في قوله تعالى: (... ذَلِكُمْ مِمَّا عَلَّمَنِي رَبِّي...) (يوسف: 37).
- عَلَّمَكُمُ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بكاف المخاطب، وميم الجمع، وجاء أربع مرات في القرآن الكريم.
- عَلَّمَهُ: فعل ماضٍ مبني على الفتح، متصل بضمير المفعول، وقد ورد أربع مرات.
- عَلَّمْتَهُ: فعل ماضٍ مبني للمجهول، مبني على السكون؛ لاتصاله ببناء المخاطب، وقد ورد مرة واحدة في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَنْ تُعَلِّمَنِي مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا) (الكهف: 66).

(1) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 530).

(2) المرجع السابق - (ص: 550).

(3) المرجع السابق - (ص: 87).

(4) المرجع السابق - (ص: 548).

(5) المرجع السابق - (ص: 565).

(6) المرجع السابق - (ص: 797).

- عَلَّمْتُمْ: فعل ماضٍ مبني للمجهول، مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء الفاعل، وميم الجمع، وقد ورد مرة واحدة في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (... وَعَلَّمْتُمْ مَا لَمْ تَعْلَمُوا أَنْتُمْ وَلَا آبَاؤُكُمْ ...) (الأنعام: 91).
- عَلَّمْنَا: فعل ماضٍ مبني للمجهول، مبني على السكون؛ لاتصاله بـ(نا) الفاعلين، وقد ورد في موضع واحد من القرآن، في قوله تعالى: (... وَقَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ عَلَّمْنَا مَنْطِقَ الطَّيْرِ ...) (النمل: 16).
- عَلَّمْتُكَ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المتكلم، وضمير المخاطب المفعول، وقد ورد مرة واحدة في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (وَإِذْ عَلَّمْتُكَ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَالتَّوْرَةَ وَالْإِنْجِيلَ ...) (المائدة: 110).
- عَلَّمْتُمْ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المخاطب، وميم الجمع، وقد ورد مرة واحدة في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (... وَمَا عَلَّمْتُمْ مِنَ الْجَوَارِحِ مُكَلِّبِينَ ...) (المائدة: 4).
- عَلَّمْتَنَا: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المخاطب، و(نا) المفعولين، وقد ورد مرة واحدة في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا ...) (البقرة: 32).
- عَلَّمْتَنِي: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بتاء المخاطب، ونون الوقاية مع ياء المتكلم المفعول، وقد ورد مرة واحدة في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (رَبِّ قَدْ آتَيْتَنِي مِنَ الْمَلِكِ وَعَلَّمْتَنِي مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ...) (يوسف: 101).
- عَلَّمْنَاهُ: فعل ماضٍ مبني على السكون؛ لاتصاله بـ(نا) الفاعلين، وهاء المفعول، وقد ورد أربع مرات.
- نَعَلَّمَهُ: فعل مضارع جاء منصوباً بالفتحة الظاهرة، ومتصلاً بهاء الضمير المفعول، في قوله تعالى: (... وَلِنُعَلِّمَهُ مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ...) (يوسف: 21) ⁽¹⁾.
- تُعَلِّمُنِ: فعل مضارع منصوب بالفتحة الظاهرة، والنون للوقاية، وياء المتكلم محذوفة، وقد ورد بهذه الصورة مرة واحدة في قوله تعالى: (قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَى أَنْ تُعَلِّمَ مِنَّمَا عَلَّمْتَ رُشْدًا) (الكهف: 66) ⁽²⁾.

(1) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 876).

(2) المرجع السابق - (ص: 329).

- تُعَلِّمُونَ: فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، ومتصل بـواو الجماعة، وقد ورد مرتين (1).
- يُعَلِّمَانِ: فعل مضارع مرفوع بثبوت النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، وقد ورد بهذه الصورة في قوله تعالى: (... وَمَا يُعَلِّمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ...) (البقرة: 102).
- يُعَلِّمُهُ: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، ومتصل بضمير المفعول، وقد ورد بهذه الصورة في موضعين.
- يُعَلِّمُكُمْ: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، متصل بكاف المفعول، وميم الجمع، ورد في موضعين.
- يُعَلِّمُهُمْ: فعل مضارع مرفوع بالضمة الظاهرة، ومتصل بضمير المفعول، وميم الجمع، وقد ورد بهذه الصورة في ثلاثة مواضع.
- يُعَلِّمُونَ: مرفوع بثبوت النون؛ لأنه من الأفعال الخمسة، والواو للجمع، وذلك في قوله تعالى: (... وَمَا كَفَرَ سُلَيْمَانُ وَلَكِنَّ الشَّيَاطِينَ كَفَرُوا يُعَلِّمُونَ النَّاسَ السِّحْرَ...) (البقرة: 102) (2).
- تَعَلَّمَ: فعل مزيد بالتاء والتضعيف، ورد بصيغة الماضي {يَتَعَلَّمُونَ} في موضعين (3).
- مُعَلِّمٌ: اسم مفعول ورد مرة واحدة في سورة الدخان، في قوله تعالى: (ثُمَّ تَوَلَّوْا عَنْهُ وَقَالُوا مُعَلِّمٌ مَجْنُونٌ) (الدخان: 14) (4).

3) مادة {أعلم} ومشتقاتها:

- أعلام: جاءت مجرورة مرتين في القرآن الكريم (5).
- أَعْلَمَ: فعل مضارع، جاء مرفوعاً ثمانية وخمسين مرة (6).

وبهذا العرض:

يظهر واضحاً مدى اهتمام القرآن الكريم بالجذر الثلاثي {علم} ومشتقاته، ولعل في هذا إشارة إلى الدور الكبير للعلم، والآثار المترتبة عليه وعلى نشره، عبر وسائل الإعلام منذ القدم وحتى العصر الحديث، مما يدل على القوة التأثيرية الكبيرة لهذه الوسائل الإعلامية.

(1) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 330).

(2) المرجع السابق - (ص: 950).

(3) المرجع السابق - (ص: 922).

(4) المرجع السابق - (ص: 797).

(5) المرجع السابق - (ص: 86).

(6) المرجع السابق - نفس الصفحة.

المطلب الثاني

اللطائف المستفادة من ورود مادة {علم} ومشتقاتها في القرآن

من خلال الاستعراض السابق لمادة {علم} في القرآن، يمكننا استنباط مجموعة من الملاحظات الهامة:

أولاً: مشتقات مادة {علم}

تنوعت المشتقات من الجذر الثلاثي {علم} في القرآن الكريم، ما بين الفعل الماضي، والمضارع، والأمر، وما بين صيغ المبالغة، وخطاب الجمع أو المثني أو المفرد، ومن خلال هذه التصريفات والاشتقاقات، يمكننا ملاحظة ما يلي:

(1) تنوع الضمائر التي أسند إليها الفعل {علم}: فلو تتبعنا الفعل {علم} في القرآن الكريم، لوجدناه منسوباً إلى الله تعالى تارةً، وإلى الناس فرادى وجماعات تارةً أخرى، وقد جاء بالتعميم والتخصيص وفي أزمنة مختلفة، وليس هذا على سبيل الحصر، وإنما للدلالة على اتساع معنى اللفظ في اللغة، وفي الاستعمال القرآني؛ حتى يشمل العلم المنسوب إلى كل هؤلاء الفاعلين المختلفين والمتفاوتين في نوع علمهم ومقداره وقدره، فنراه تارة جاء للمفرد {أعلم}، وأخرى للمثني {يعلمان}، وثالثة للجمع {يعلمون، تعلمون، اعلموا...}، وهذا فيه دلالة على وجوب وقوع العلم من جميع فئات المجتمع دون استثناء، وضرورة طلبه من مظانه ومواضعه.

(2) ورود الفعل {علم} مرة بالتخفيف وأخرى بالتضعيف: ولعل ذلك يحمل إشارة إلى أن العلم يمر بعدة مراحل، فأولها: أن يسعى الفرد في طلب العلم بكافة الطرق والوسائل المعروفة، وثانيهما: أن يقوم بإيصال ما تعلمه من معلومات إلى غيره من أفراد المجتمع.

(3) ورود صيغة المبالغة {عليم، علام} ما يزيد عن 150 مرة: فيه دلالة على وجوب الاعتناء بطلب العلم، فإنَّ الله U قد استعمل بحقه هاتين الصيغتين للمبالغة، وهو كما قال عن نفسه: (... وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا) (مريم: 64)، وقال أيضاً: (عَالِمِ الْغَيْبِ لَا يَعْزُبُ عَنْهُ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ فِي السَّمَاوَاتِ وَلَا فِي الْأَرْضِ وَلَا أَصْغَرُ مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْبَرُ...) (سبأ: 3)، ومن باب أولى أن نعنتي نحن بطلب العلم وحفظه وتعاهده، فالإنسان كما وصفه تعالى: (... وَخَلَقَ الْإِنْسَانَ ضَعِيفًا) (النساء: 28)، وحتى يكتمل التعاهد، خلق المولى U الإنسان، وزوده بالمعارف والحواس المختلفة، قال تعالى: (الرَّحْمَنُ & عِلْمُ الْقُرْآنِ & خَلَقَ الْإِنْسَانَ & الَّذِي عَلَّمَهُ الْبَيَانَ) (الرحمن: 1-4).

4) كثرة ورود مادة {علم} في القرآن الكريم: يحمل إشارة إلى أهمية العلم، وما يترتب عليه من منافع لا بد من العمل بها، وأن في تركها مضاراً كثيرةً ينبغي تجنبها.

ثانياً: من خلال زمن نزول هذه المواضع

وردت مادة {علم} ومشتقاتها 853 مرة في القرآن الكريم، لكن الملاحظ يرى ورودها في الآيات المكية جاء بنسبة أكبر من ورودها في الآيات المدنية، فقد ورد 473 موضعاً في الآيات المكية، مقابل 375 في الآيات المدنية، ولعل هذا كان نتيجةً للطبيعة العربية التي سادت في تلك المرحلة، حيث قاموا بمجادلة النبي ٣ دون أي علم، بل كانت كل حجته (وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا أَلْفَيْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا...) (البقرة: 170)، فهو جدال نتيجة للعناد، دون أن يكون قائماً على علم أو أي حجة، وهذا لا يُعدُّ علماً بأي حال من الأحوال، فكانت الدواعي لبيان أهمية العلم، وحقيقته، والدعوة إليه في العهد المكي أكثر.

أما في المدينة المنورة، فقد اختلف الحال؛ نتيجة كثرة الإقبال على الدين، وشدة الاقتناع به، فكانت أكثر المجادلات من أهل الكتاب، الذين نعى عليهم القرآن ذلك، وضمهم بأنهم أهل كتب وأهل علم، وأن خلافهم بغرض البغي ليس إلا، فقال تعالى: (إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْعِلْمُ بَغْيًا بَيْنَهُمْ وَمَنْ يَكْفُرْ بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ) (آل عمران: 19).

ثالثاً: المقصود بالعلم في القرآن الكريم

العلم في القرآن يشمل كل العلوم، سواء أكانت علوم الدين أم علوم الدنيا، فكل ما يكشف للإنسان حقيقة لا يعلمها، أو تزيده علماً فهو من العلوم.

فالعلم في القرآن ليس كما يقصره البعض على العلم الديني فقط، بدليل قوله تعالى: (وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ النُّجُومَ لِتَهْتَدُوا بِهَا فِي ظُلُمَاتِ الْبَرِّ وَالْبَحْرِ قَدْ فَصَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ) (الأنعام: 97)، فالعلم يعلمون هنا، يعني معرفتهم بعلم النجوم والاهتداء بها في ظلمات البر والبحر، وكذلك في قوله تعالى: (وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَخْتِلَافُ أَلْسِنَتِكُمْ وَأَلْوَانِكُمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ) (الروم: 22)، فإن المراد بالعالمين هنا: هم العلماء العارفون باختلاف اللغات الألوان.

فالعلم في القرآن ليس محصوراً في علم بعينه، بل يشمل العلم الكوني، والعلم الرياضي، والعلم الطبيعي، والعلم الإنساني، ويُعدُّ هذا كله داخلياً في العلم الذي جاء به القرآن وأثنى عليه وعلى أهله.

رابعاً: الصفات التي تتوارد مع لفظ العلم في القرآن الكريم

بالتدقيق والتمحيص، نجد أن صفة {عليم}، تكررت معها مجموعة من الصفات، منها: {سميع، حكيم، واسع}، لكن الملفت للنظر هو في قوله تعالى: (فَوَجَدَا عَبْدًا مِّنْ عِبَادِنَا آتَيْنَاهُ رَحْمَةً مِّنْ عِنْدِنَا وَعَلَّمْنَاهُ مِن لَّدُنَّا عِلْمًا) (الكهف: 65)، فقد جعل صفة الرحمة مع صفة العلم. وإننا لو أمعنا النظر فيما حولنا، لوجدنا أن العلوم والمخترعات إما أن تكون نتيجة علم ورحمة، فيكون فيها خير البشرية، وإما أن يكون العالم الصانع لها خالياً من الرحمة، ومجرداً من مشاعر الإنسانية، فيخترع ما يسبب الدمار.

وليس ببعيد عنا ما حدث في حرب الفرقان على قطاع غزة⁽¹⁾، من استعمال للقنابل الفسفورية والأسلحة المدمرة، فهذه مخترعات نتيجة العلم، لكن صانعها كان خالياً من الرحمة فجاءت مخترعاته بهذه الصورة المدمرة، فيلحق صانعها من الإثم مثل ما يلحق من ألقاها على الأمنين، كما هو الحال في الخمر، فعن أنس بن مالك **t** قال: لعن رسول الله **ﷺ** في الخمر عشرة: "عاصرها، ومعتصرها، وشاربها، وحاملها، والمحمولة إليه، وساقبها، وبائعها، وأكل ثمنها، والمشتري لها، والمشتراة له"⁽²⁾.

أما مجيء صفات السمع والحكمة والبصر وغيرها مع العلم، فقد فصل العلماء فيها وأطالوا؛ لبيان العلاقة والصلة بينها من جهة، وبين العلم من جهة أخرى، مما يطول حصره وعرضه في هذه العجالة.

خامساً: العلم الصحيح مرتبط بتقديم الدلائل والبراهين

فإن كثيراً من المواضع التي جاء فيها الأمر بالعلم، كان قبلها تقديم للأدلة والبراهين، ومثال ذلك في قصة سيدنا إبراهيم **U** حين طلب من الله **U** أن يريه كيفية إحياء الموتى، وجاء في ختام القصة الأمر الإلهي له بأن يعلم أن الله عزيز حكيم، لكنه لم يأمره بهذا إلا بعد أن قدم له إيضاحاً لكيفية الإحياء؛ حتى يعلم منها مدى عزة الله وحكمته، فقال تعالى: (وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَى قَالَ أُولِمُ تُوْمِنُ قَالَ بَلَىٰ وَلَكِنَّ لِيُطْمِئِنَّ قَلْبِي قَالَ فَخُذْ أَرْبَعَةً مِّنَ الطَّيْرِ فَصُرْهُنَّ إِلَيْكَ ثُمَّ اجْعَلْ عَلَىٰ كُلِّ جَبَلٍ مِّنْهُنَّ جُزْءًا ثُمَّ ادْعُهُنَّ يَأْتِينَكَ سَعْيًا وَاعْلَمْ أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (البقرة: 260).

وفي الآية السابقة لهذه الآية، مزيد إيضاح وبيان، حيث قال تعالى: (أَوْ كَالَّذِي مَرَّ عَلَىٰ قَرْيَةٍ وَهِيَ خَاوِيَةٌ عَلَىٰ عُرُوشِهَا قَالَ أَنَّىٰ يُحْيِي هَذِهِ اللَّهُ بَعْدَ مَوْتِهَا فَأَمَاتَهُ اللَّهُ مِائَةَ عَامٍ ثُمَّ بَعَثَهُ قَالَ كَمْ لَبِثْتَ قَالَ لَبِثْتُ

(1) هي الحرب التي شنها الجيش الإسرائيلي على قطاع غزة ابتداءً من يوم السبت 2008/12/27م، وامتدت اثنين وعشرين يوماً.

(2) انظر الحديث الذي أخرجه: الترمذي في سننه - كتاب البيوع عن رسول الله **ﷺ** - باب النهي عن أن يتخذ الخمر خلاً - (حديث: 1299) - 47/3 - وقال: حديث غريب من حديث أنس، وقد روي نحوه عن ابن عباس وابن مسعود وابن عمر عن النبي **ﷺ**.

يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالَ بَلْ لَبِثْتُ مِائَةَ عَامٍ فَانظُرْ إِلَى طَعَامِكَ وَشَرَابِكَ لِمَ يَتَسَنَّهٗ وَانظُرْ إِلَى حِمَارِكَ وَلِنَجْعَلَكَ آيَةً لِلنَّاسِ وَانظُرْ إِلَى الْعِظَامِ كَيْفَ نُنشِزُهَا ثُمَّ نَكْسُوهَا لَحْمًا فَلَمَّا تَبَيَّنَ لَهُ قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ (البقرة: 259).

فقد انتهت الآية بقوله تعالى: (قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ)، لكنه لم يقل هذه العبارة إلا بعد وجود دلائل أوصلته لهذا العلم.

لأجل هذا، تعدد الأمر الإلهي في القرآن الكريم بوجوب التثبت والتبني من الأخبار والمعلومات، إضافة إلى تقديم الحجج والبراهين والأدلة على صدق الأخبار والمعلومات، حتى بات ذلك من أهم المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي.

مما سبق كله:

يتبين لنا أهمية العلم، ودقة القرآن الكريم في استعمالاته، ولكن يبقى السؤال المطروح هو: لماذا لم يأت لفظ {الإعلام} في القرآن الكريم؟، وكيف يمكننا أن نستوضح مقومات الإعلام وأساليبه وضوابطه إن لم يصرح بها القرآن الكريم، وهو ما سيأتي بيانه في المطلب الثالث بإذن الله U.

المطلب الثالث

الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم

نزل القرآن الكريم رسالة للبشرية كافة، جاء هادياً ومعجزاً حتى قيام الساعة، كما جاء شاملاً لكافة ما يحتاجون، (... مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَى رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ) (الأنعام: 38)؛ ولهذا كان لا بد أن يحمل طابعاً إعلامياً، وأن يتم من خلال أساليب مؤثرة في النفوس؛ ونتيجة لهذا التأثير، تعمق القرآن وتغلغل في النفوس البشرية.

لذلك، فإن أي حديث عن الإعلام الإسلامي لا بد أن تكون انطلاقة من كتاب الله U، وسنة نبيه ﷺ، سواء في الجوانب النظرية، أو التطبيقات العملية؛ لقوله تعالى: (وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا مُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ مِنْ أَمْرِهِمْ وَمَنْ يَعْصِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ ضَلَّ ضَلَالًا مُبِينًا) (الأحزاب: 36).

وفي المطلبين السابقين، أوضحت الباحثة أن مادة {علم} تكررت بصيغ عديدة، لكنها لم تتضمن لفظ {الإعلام} صراحة، وإنما جاءت مشتقات هذا اللفظ، حاملة بين جنباتها بعض الدلالات الهامة في موضوع الإعلام، كوجوب التثبوت، وتقديم الدلائل والبراهين؛ حتى يتحقق العلم على أكمل وجه.

لكن نظرة تدقيق وتمحيص، تُبين أن الحديث عن الإعلام لم يكن منعداً في القرآن الكريم بانعدام ورود لفظ {الإعلام} صراحة فيه، حيث استعملت بدلاً منه مجموعة من الألفاظ الأخرى، التي تعبر عن بعض وظائف الإعلام.

فحيناً كان الاستعمال للفظ {البلاغ}، سواء بصيغة الفعل (يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ...) (المائدة: 67)، أو بصيغة المصدر (هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ وَيَلْعَلُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ وَلِيُنذِرَ أُولُوا الْأَبْيَابِ) (إبراهيم: 52).

وقد ورد لفظ {البلاغ} ومشتقاته، ما يزيد عن ستين مرة في القرآن الكريم⁽¹⁾، والبلاغ والتبليغ هما مصطلحان دالان على إعلان الدعوة الإسلامية، وإعلام الناس جميعاً بما تضمنته من أحكام وأخبار، حتى قيل: "والبلاغ المبين بمقوماته الثلاثة: التوصيل، والتعريف، والإقناع،

(1) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د. حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 23، 228، 229، 307، 777، 920).

يستغرق ثلاث قواعد أساسية في الإعلام المعاصر، هي: الاتصال والتحكم، بث المعلومات، والحجة المنطقية⁽¹⁾.

فالإعلام عليه أن يقوم بوظيفة البلاغ والتبليغ لكافة البشر، على أن يكون هذا البلاغ مبيناً، في أحسن صورة، وأدق عبارة، حتى قرر بعض العلماء أن "الإعلام عند المسلمين لا يخرج عن أن يكون تبليغاً بليغاً"⁽²⁾.

وتارة أخرى، كان يستعمل لفظ {نبا} ومشتقاته، والتي وردت في القرآن الكريم ما يزيد عن مائة وستين مرة⁽³⁾، منها: قوله تعالى: (قُلْ هُوَ نَبَأٌ عَظِيمٌ & أَنْتُمْ عَنْهُ مُعْرِضُونَ) (ص: 67، 68)، والنبا لا يكون إلا بالظهور والوضوح، لا بالسر والخفاء، وقد كان من أبرز وظائف الأنبياء السابقين، (قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ قَالَ أَلَمْ أَقُلْ لَكُمْ إِنِّي أَعْلَمُ غَيْبَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَأَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ) (البقرة: 33)، وقال تعالى: (وَنَبِّئُهُمْ أَنَّ الْمَاءَ قِسْمَةٌ بَيْنَهُمْ كُلُّ شَرْبٍ مُّحْتَضِرٌ) (القمر: 28).

حتى إن بعض القراء يقرعون {النبئين} بدلاً من {النبیین}، كنوع من الدلالة على أن من أبرز وظائف الأنبياء وظيفه الإنباء⁽⁴⁾، فالإنباء هو الإخبار، لاسيما بما كان فيه فائدة عظيمة. "والإنباء والإعلام والإخبار واحد، والنبا: الخبر، ويقال منه: أنبأته ونبأته، وأنبئوني بأسماء هؤلاء: أي أخبروني بها...، والإنباء بمعنى الإعلام، ودخول هذا المعنى فيه، وحصول مشابهته للإعلام لم يخرجها عن الأصل الذي هو له من الإخبار"⁽⁵⁾.

كما جاء الحديث عن الإعلام في القرآن من خلال القصص القرآني، حيث عرض من خلاله جملة من الحقائق والمفاهيم والقيم.

فعندما نقرأ في قصة سليمان **و** والهدهد، نطالع قوله تعالى: (وَتَفَقَّدَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِيَ لَا أَرَى الْهُدُودَ أَمْ كَانَتْ مِنَ الْغَائِبِينَ & لَأُعَذِّبُنَّهُ عَذَابًا شَدِيدًا أَوْ لَأَذْبَحُنَّهُ أَوْ لِيَأْتِيَنِي بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ & فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تُحِطْ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ & إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ) (النمل: 20 - 23)، فهذه الآيات بينت لنا كيف كان الهدهد هو الوسيلة التي علم من خلالها سليمان بأمر بلقيس، فكانت وظيفة الهدهد هي الإعلام، حتى صار بإمكاننا أن نعدّه أول مراسل عرفه التاريخ.

(1) النظرية الإسلامية في الإعلام والعلاقات الإنسانية - أ.زين العابدين الركابي - (ص: 12).

(2) مدخل إلى الإعلام - د.سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 10).

(3) انظر: الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم - د.حسين محمد فهمي الشافعي - (ص: 221، 222، 340، 865، 866، 964، 965).

(4) انظر: جامع البيان في القراءات السبع - أبو عمرو الداني - 44/2.

(5) مجمع البيان في تفسير القرآن - أبو علي الطبرسي - 120/1.

وفي مواطن أخرى، نجد أن الحديث عن الإعلام جاء من خلال الحديث عن أحد وسائله، كما في قوله تعالى: **(وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدْعَاؤُهُ بِهٍ...)** (النساء: 83). وقد يتساءل أحدهم: كيف جاء الحديث في الآية السابقة عن الإذاعة، وهي وسيلة لم تعرف إلا في القرن العشرين، وتحديدًا في عام 1920م؟⁽¹⁾ فنقول: صحيح أن الإذاعة لم تكن معروفة في السابق، لكن وظيفة المنادي قامت مقامها في ذلك الحين⁽²⁾.

ولما كان القرآن قد جاء بياناً وتفصيلاً لكل شيء، كان من الطبيعي أن نجد فيه من كل العلوم قبساً، وإن لم ترد بصريح الألفاظ فيه، ولما كان القرآن رسالة للعالمين، وكان الإعلام رسالة كذلك، كان لا بد لنا من وقفات طويلة مع القرآن الكريم؛ كونه أهم المصادر الإعلامية. ووقفة يسيرة مع القرآن كفيلة بأن توضح لنا بأنه ينبغي أن يكون القرآن هو الملهم الأول لوسائل الإعلام الإسلامية، فالإعلام رسالة مضمونها الحق، والرسالة لا بد لها من حامل، وهذا القائم بالاتصال لا بد له من جمهور يتلقى رسالته، ولا يتم هذا الإرسال والتواصل إلا عبر جهة بث وإرسال، وكل هذا له عظيم الأثر، وقد تجلّى ذلك كله في القرآن الكريم، فعن الرسالة قال تعالى: **(وَبِالْحَقِّ أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَّلَ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مَبَشِّرًا وَنَذِيرًا)** (الإسراء: 105)، وعن القائم بالاتصال يقول تعالى: **(يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ...)** (المائدة: 67)، بينما جاء الحديث عن الجمهور في قوله تعالى: **(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ)** (سبأ: 28)، ليكون الحديث عن جهة الإرسال في قوله: **(إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا...)** (البقرة: 119)، وختام ذلك ببيان أثر هذه العملية التفاعلية في قوله تعالى: **(اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًا مَثَانِي تَقْشَعْرُ مِنْهُ جُلُودَ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ ذَلِكَ هُدَى اللَّهِ يَهْدِي بِهِ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُضِلِلِ اللَّهُ فَمَا لَهُ مِنْ هَادٍ)** (الزمر: 23).

وإن لم يكن لفظ {الإعلام} قد ورد صراحة في كتاب الله، لكن المضمون والألفاظ البديلة تغني عن ذلك، ولعل عدم وروده صراحة، فيه إشارة إلى أن كل وسيلة تؤدي للتثقيف والإخبار والترفيه، وغيرها من وظائف الإعلام، تعتبر إعلاماً، حتى وإن لم يطلق عليها ذلك. فالكاتب في كتابه، والرسام في رسمه، والمذيع في إذاعته، والصحفي في جريدته أو موقعه، والإعلامي على شاشته، جميعهم يمثلون الإعلام، ولا بد لهم جميعاً من الالتزام بالضوابط والأساليب التي نص عليها القرآن الكريم، كل في مجاله، إذ إن مفهوم الإعلام الإسلامي ينتظم فيه واجب أداء البلاغ المبين.

(1) انظر: المدخل إلى وسائل الإعلام - د. عبد العزيز شرف - (ص: 404).

(2) انظر: الفصل التمهيدي - المبحث الأول - (ص: 5).

المبحث الثالث

مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن

? المطلب الأول:

المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي

? المطلب الثاني:

مقومات العملية الإعلامية في القرآن

? المطلب الثالث:

معوقات العملية الإعلامية في القرآن

المطلب الأول

المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي

أمر بدهي أن كل كلمة لا بد لها من هدف، وأن من أبرز طرق نشر الكلمة والثقافة الإعلام بمختلف وسائله؛ لذا كان لا بد من تأسيس إعلام إسلامي، ينطلق من كتاب الله، ويقوم على المبادئ الراقية التي حملتها الدعوة الإسلامية.

وإنَّ المطالع لكتاب الله U يجد آيات عدة، تحدثت عن المبادئ التي ينبغي أن يقوم عليها الإعلام الإسلامي، وهذه المبادئ هي:

أولاً: الوسطية

فالدين الإسلامي هو دين الوسطية، وقد كان النبي 3 وسطاً في الأمر كله، كما أن أمور هذه الأمة كلها ينبغي أن تكون وسطاً، حيث قال تعالى: (وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ...) (القصص:77).

وقد تحدث القرآن الكريم عن كون الأمة الإسلامية أمةً وسطاً، فقال: (وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا...) (البقرة:143)، ولهذا ينبغي على إعلام هذه الأمة أن يكون إعلاماً وسطياً، "وأصل هذا أن خير الأشياء أوسطها، وأن الغلو والتقصير مذمومان" (1).

ومن ابتعد عن الوسطية، فتشدد أو تساهل، ولم يكن معتدلاً في أمره، فإنه في دائرة الخطر؛ لأن التشدد أو التساهل، كلاهما سبيل لمجاوزة الصواب، "وما عدا الوسط، فالأطراف داخلة تحت الخطر، فجعل الله هذه الأمة، وسطاً في كل أمور الدين...، فلهذه الأمة من الدين أكمله، ومن الأخلاق أجلها، ومن الأعمال أفضلها، ووهبهم الله من العلم والحلم، والعدل والإحسان، ما لم يهبه لأمة سواهم، فلذلك كانوا أمةً وسطاً" (2).

ثانياً: الخيرية

يقول تعالى: (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ) (آل عمران:110).

فقد نصت الآية على أن الخيرة من نصيب الأمة المسلمة المؤمنة، إذا قامت بأمر ثلاث، هي: الأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر، والإيمان بالله.

(1) صفوة التفاسير - محمد علي الصابوني - 89/1.

(2) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 84/1.

والإعلام هو نوع من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ورسالته التي يحملها تساهم في بث الإيمان وتعميقه، لذا فهو إعلام خيري، يقع عليه واجب عظيم في نشر الأخلاق والقيم الحميدة، وبث المعلومات الصحيحة، ومواجهة التيارات الباطلة، مهما بلغت الصعوبات، وهذا ما ينبغي أن تدركه الأمة المسلمة؛ لتعرف حقيقتها وقيمتها، وتعرف أنها أخرجت لتكون طليعة، ولتكون لها القيادة، بما أنها هي خير أمة...، ومن ثم لا ينبغي لها أن تتلقى من غيرها من أمم الجاهلية، إنما ينبغي دائماً أن تعطي هذه الأمم مما لديها، وأن يكون لديها دائماً ما تعطيه، ما تعطيه من الاعتقاد الصحيح، والتصور الصحيح، والنظام الصحيح، والخلق الصحيح، والمعرفة الصحيحة، والعلم الصحيح، هذا واجبها الذي يحتمه عليها مكانها، وتحتمه عليها غاية وجودها، واجبها أن تكون في الطليعة دائماً، وفي مركز القيادة دائماً، ولهذا المركز تبعاته... فهو النهوض بتكاليف الأمة الخيرة، بكل ما وراء هذه التكاليف من متاعب، وبكل ما في طريقها من أشواك، إنه التعرض للشر، والتحرير على الخير، وصيانة المجتمع من عوامل الفساد، وكل هذا متعب شاق، ولكنه كذلك ضروري لإقامة المجتمع الصالح وصيانتها؛ ولتحقيق الصورة التي يحب الله أن تكون عليها الحياة" (1).

ثالثاً: الحقائق الموثقة

فالإعلام وسيلة للنشر والتبليغ بالمعلومات، والأخبار، والحقائق، ولا بد فيه أن يكون قائماً على التوثيق لكافة المعلومات بما يدعمها من الأرقام والإحصائيات، والبراهين والأدلة، وهذا التوثيق للحقائق يكون قبل أن يتم عرضها.

ومثال ذلك في قصة عزيز، حيث جاء في خاتمتها (... قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ) (البقرة: 259)، لكنه لم يصل إلى هذه القناعة إلا بعد وجود أدلة وبراهين، (أَوْ كَالَّذِي مَرَّ عَلَىٰ قَرْيَةٍ وَهِيَ خَاوِيَةٌ عَلَىٰ عُرُوشِهَا قَالَ أَنَّىٰ يُحْيِي هَذِهِ اللَّهُ بَعْدَ مَوْتِهَا فَأَمَاتَهُ اللَّهُ مِائَةَ عَامٍ ثُمَّ بَعَثَهُ قَالَ كَمْ لَبِثْتَ قَالَ لَبِثْتُ يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ قَالَ بَلْ لَبِثْتَ مِائَةَ عَامٍ فَانظُرْ إِلَىٰ طَعَامِكَ وَشَرَابِكَ لَمْ يَتَسَنَّهْ وَانظُرْ إِلَىٰ حِمَارِكَ وَلِنَجْعَلَكَ آيَةً لِلنَّاسِ وَانظُرْ إِلَىٰ الْعِظَامِ كَيْفَ نُنشِزُهَا ثُمَّ نَكْسُوهَا لِحْمًا فَلَمَّا تَبَيَّنَ لَهُ قَالَ أَعْلَمُ أَنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ) (البقرة: 259).

كما ينبغي تقديم الحقائق الموثقة عند معارضة أي معلومة، لهذا فقد طلب الله U ممن كذبوا بالقرآن أن يأتوا بما يثبت صدق مزاعمهم، فإن أتوا به كانوا صادقين: (أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَآتُوا بِعَشْرِ سُوْرٍ مِّثْلِهِ مُفْتَرِيَاتٍ وَادْعُوا مَنْ اسْتَطَعْتُمْ مِّنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ) (هود: 13).

وفي هذا الصدد، ينبغي على القائمين بمتابعة وإدارة وسائل الإعلام، أن يتأكدوا من كل ما يصلهم من معلومات، وألا يقبلوا الأمور على علاتها، فسليمان U لم يقبل كلام الهدهد حول

(1) في ظلال القرآن - سيد قطب - 447/4.

بلقيس وقومها مباشرة، وإنما قال له (... سَنَنْظُرُ أَصْدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ) (النمل: 27)، فهذا مطلب بالتوثق من الخبر، وأن يكونوا على قدر المسؤولية، وأن يتحملوا تبعاتها.

وهذا الصدق والتوثق من الأمور، يأتي من اعتماد الإعلام على مصادر موضع ثقة تامة، فمهما بلغت أهمية المعلومات، لا يكتب لها النجاح إلا إذا كان مصدرها موثقاً⁽¹⁾.

رابعاً: التجرد من الذاتية

فقد قام الإعلام الإسلامي على التجرد من الذاتية، وتقديم المصالح العامة على المصالح الخاصة، كما تميز بالموضوعية.

فالنبي ﷺ لما اتهمه المشركون في مفاوضاتهم معه قبل الحصار بأنه يريد المال، أو الجاه، أو السلطة، أو النساء، أو بأنه مريض، لم يحول نزاعه معهم إلى نزاع ذاتي، فمصلحة الدعوة ونشرها ونصرتها مقدمة على اتهامات شخصه بمثل هذه الأمور، وهذا تصرف نابع من تعاليم القرآن الكريم، التي دعت للتجرد من الذاتية، وعدم اتباع الأهواء، يقول تعالى: (... وَإِنَّ الَّذِينَ أُورِثُوا الْكِتَابَ مِنْ بَعْدِهِمْ لَفِي شَكٍّ مِنْهُ مِرْيِبٌ بِعَ فَلِذَلِكَ فَادْعُ وَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَقُلْ آمَنْتُ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنْ كِتَابٍ وَأُمِرْتُ لِأَعْدِلَ بَيْنَكُمْ...) (الشورى: 14، 15).

"فلاجل ما ذكر من التفريق والشك المريب، فادع الناس كافة إلى إقامة الدين؛ لمقاومة الباطل ودحره، وهتك وساوسه، واستقم على الدعوة إليه، والصدع به"⁽²⁾.

ونظير ذلك قوله تعالى: (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ) (آل عمران: 64).

ويتفرع عن هذا المبدأ، أهمية أن يقوم الإعلام على الصدق والأمانة، فمن خلالهما تتم الموضوعية والحيادية.

وقد كان رسل الله - وهم القائمون بالإعلام في أزمانهم - ملتزمين بالصدق والأمانة، حتى كانت الصفة الملازمة لهم، ولما كان المؤمنون أتباعاً لهؤلاء الرسل، وورثة لهم، لاسيما الإعلاميون منهم، كان لا بد لهم أن يلتزموا بالأمر الإلهي (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) (التوبة: 119)، وأن يكونوا ممن قيل فيهم (وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ) (المؤمنون: 8)، فإذا التزموا بهاتين الصفتين، ضمنوا ألا يكونوا ممن يفترون على الله الكذب (إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ) (النحل: 105).

(1) انظر: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د.حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 251).

(2) محاسن التأويل - محمد جمال القاسمي - 5233/14.

وقد جُمعت هاتان الصفتان معاً في سياق واحد، كان مفاده أن الكلمة أمانة، فلا بد من تأديتها على الوجه الأكمل لها، وإلا كان الإنسان مقصراً، أو "ظلوماً جهولاً" وفق التعبير القرآني، حيث قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا & يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا & إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا & لِيُعَذِّبَ اللَّهُ الْمُنَافِقِينَ وَالْمُنَافِقَاتِ وَالْمُشْرِكِينَ وَالْمُشْرِكَاتِ وَيَتُوبَ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا) (الأحزاب: 70 - 73).

خامساً: صدق التعبير عن الجمهور

وهذا مبدأ في غاية الأهمية؛ لأن الإعلام وسيلة جاءت للراقي بالبشر، من خلال مخاطبتهم، وتوعيتهم، فلا بد أن تخاطبهم بما يفهمون، وأن تكون قريبة منهم، معبرة عن آمالهم، وطموحاتهم، ورغباتهم بصورة صحيحة صادقة⁽¹⁾، قال تعالى: (وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ) (الزمر: 33).

ويأتي الجمع بين رغبات الجمهور كافة، من خلال مراعاة احتياجاتهم الفطرية، فالإعلام يخاطب الفطرة، خطاباً لا بد أن يكون بأصدق خطاب وأحسنه؛ لقوله تعالى: (وَلَا يَأْتُونَكَ بِمَثَلٍ إِلَّا جِئْنَاكَ بِالْحَقِّ وَأَحْسَنَ تَفْسِيرًا) (الفرقان: 33).

سادساً: مراعاة الحريات

فالإعلام كما قدمنا يخاطب الفطرة، وهذه الفطرة ترتبط بشكل كبير بالحريات على مختلف أنواعها، من حرية الإقامة، والتنقل، وحرية التدين، وحرية الرأي والتعبير، هي حريات ينبغي أن تصان، وألا تمس⁽²⁾.

ولهذا لا ينبغي لوسائل الإعلام أن تقوم بتقييد الحريات، بل ينبغي عليها صيانتها واحترامها؛ حتى تكتسب جمهوراً أكبر وتؤثر فيه، يقول تعالى: (... فَإِنْ أَسْلَمُوا فَقَدِ اهْتَدَوْا وَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ) (آل عمران: 20)، فلم يقل هنا "فإن تولوا فعاقبهم وأكرهم حتى ينفذوا ما تريد"، بل قال (فإنما عليك البلاغ)، والإعلام بلاغ، مما يعني أن عليه أداء وظيفته ورسالته على الوجه الأكمل، ولا شيء عليه بعد ذلك.

وقد أكد القرآن هذا الأمر في أكثر من موضع، منها (فَإِنْ أَعْرَضُوا فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا إِنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ...) (الشورى: 48).

(1) انظر: العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع - د.حسين عبد الحميد أحمد رشوان - (ص: 250)، الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله الوشلي - (ص: 33).

(2) انظر: الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د.محيي الدين عبد الحليم - (ص: 116)، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 5 - حسن علي العنبيسي - (ص: 2074) - ذو الحجة 1405هـ / سبتمبر 1985م.

وهكذا، فإن القرآن دعوة وبلاغ، يقوم على الإقناع لا الإكراه، وما أكثر الدعوات للبعد عن الإكراه، إذ إن الإعلام والدين ليسا بحاجة لمن يتبعهما مكرهاً، دون رضا واقتناع، بل إن ركيزتهما الأساسية (... وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ...) (البقرة: 83).

وكل مخاطب ومنتلق لرسائل الإعلام، عليه أن يضع نصب عينيه أن الإعلام الإسلامي ليس وسيلة إكراه وضغط، بل إنه نور يضيء الطريق، (... فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ) (الأنعام: 104).

"والإعلام الناجح هو الذي ينجح في جعل مقومات البلاغ المبين متحركة، بدون ضغط أو كبت أو إلزام، وهذا هو منهج الإسلام، (فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ & لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ) (الغاشية: 21، 22)، (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدْ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَى لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ) (البقرة: 256)"⁽¹⁾.

سابعاً: النزاهة واحترام الإنسان عقلاً وكراماً

فالإعلام الإسلامي إعلام قائم على النزاهة، لا يتخلى عن مبادئه وثوابته مهما اشتدت المغريات⁽²⁾، وقدوته في ذلك كافة الأنبياء عليهم السلام عموماً، والنبي محمد ﷺ خصوصاً، حيث مثل رجل الإعلام في عصره، فجاءته المغريات كافة على طبق من ذهب، ما بين مال وسلطان وجاه، مقابل التنازل عن مبدأه، لكنه قابلها بثبات وإصرار المؤمن الحق، فكتب للدعوة الانتشار والبقاء⁽³⁾، "وفي هذا درس للدعاة إلى يوم القيامة بأن لا تنازل عن الإسلام، ولو كان هذا التنازل شيئاً يسيراً، فالإسلام دعوة ربانية، ولا مجال فيها للمساومة إطلاقاً، مهما كانت الأسباب والدوافع والمبررات، وعلى الدعاة اليوم الحذر من مثل هذه العروض والإغراءات المادية، التي قد لا تعرض بطريق مباشر، فقد تأخذ شكلاً غير مباشر، في شكل وظائف عليا، أو عقود عمل مجزية، أو صفقات تجارية مربحة"⁽⁴⁾.

كما أن الناظر والمتأمل للقرآن الكريم، يلاحظ أنه تحدث عن تكريم الإنسان وتفضيله على غيره، فقال تعالى: (وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً) (الإسراء: 70).

(1) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله الوشلي - (ص: 32).

(2) انظر: الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية (رسالة ماجستير) - حسام خليل عايش - (ص: 28).

(3) انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 80).

(4) السيرة النبوية - د. علي محمد الصلابي - (ص: 291).

والتكريم في هذه الآية نوع من التشريف والتفضيل لبني آدم على غيرهم، وهذا هو "كرم نفي النقصان لا كرم المال، وهذه الكرامة يدخل فيها خلقهم على هذه الهيئة...، وحملهم في البر والبحر مما لا يصح لحيوان سوى بني آدم أن يكون، يتحمل بإرادته وقصده وتدبيره" (1). ويتحقق هذا التكريم من خلال احترام وسائل الإعلام للجمهور، وثقتها بمقدرتهم العقلية، وعدم السخرية منهم، مما يحقق لها القبول، ولرسالتها النجاح.

(1) الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 293/10.

المطلب الثاني

مقومات العملية الإعلامية في القرآن

الإعلام له دور بارز في نشر الدعوة، وهداية الأمة واستقامتها، ولما كانت الأمة المسلمة في أيامنا هذه تواجه حروباً وهجمات من أعدائها، كان لا بد لإعلامها أن يقوم بواجبه، وأن يقف مواجهاً كافة الأعداء.

ولا يتحقق ذلك للإعلام الإسلامي، إلا إذا التزم بمجموعة من المقومات، وهي:

أولاً: المقوم الروحي

فالعقيدة تعتبر الركيزة الأساسية في الإعلام الإسلامي، فلا اعتبار لما في الحياة من قيم إن لم تكن مقبولة عند الله، فالعقيدة تنظم الحياة، وتوسع الآفاق، وتربي في النفس فضائل الأخلاق.

ويتحقق هذا المقوم الروحي، من خلال مجموعة من الأمور، منها:

- (1) التقوى: التي تؤدي إلى المصادقية، وصيانة النفوس من الوقوع في الزلل، وتزيد من العلم، قال تعالى: (... وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمَكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ) (البقرة: 282).
- (2) الإخلاص: وقد حثت عليه آيات عدة في القرآن الكريم، (وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءً...) (البينة: 5)، فينبغي على وسائل الإعلام أن تتحرر من الرياء، وأن تقصد وجه الله سبحانه؛ حتى تكسب استمرارية العمل والعطاء.
- (3) حسن التوكل: (فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّكَ عَلَى الْحَقِّ الْمُبِينِ) (النمل: 79)، والأمر بالتوكل هنا جاء عاماً، فشمّل بالتالي التوكل في الإعلام، لاسيما الإعلام الإسلامي، النابع من هدي الإسلام وقيمه، المستمد لكافة منطلقاته من مصادره الإسلامية الأساسية، وعلى رأسها القرآن الكريم.

وتتبع قوة العقيدة، بما فيها من صدق التقوى والإخلاص والتوكل، من حسن الصلة بالله سبحانه، واستشعار معيته الدائمة مهما كانت الصعوبات (... إِنَّ اللَّهَ مَعَ الَّذِينَ اتَّقَوْا وَالَّذِينَ هُمْ مُحْسِنُونَ) (النحل: 128).

ثانياً: المقوم الذاتي

وهي مقومات خاصة، تتبع من وسائل الإعلام والقائمين عليها، ويتمثل ذلك فيما يلي:

- (1) الإيمان بما يدعو إليه: فالافتتاح أمر هام ينبغي توافره في وسائل الإعلام، إذ كيف سنفتح الجمهور بما لا تفتح به الوسيلة والقائمون عليها، (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى

بَصِيرَةٌ أَنَا وَمَنْ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ (يوسف: 108)، فالإيمان بالفكرة والرسالة، مرتبط بالثبات والتضحيات، ورفض التنازل مهما بلغت الضغوطات.

(2) الموازنة بين فقه الدعوة وفقه الواقع: وفقه الدعوة هو "معرفة الداعية بدعوته، من جهة طرائق تبليغها، وسبل توصيلها، ونقلها للآخرين ...، أما فقه الواقع: فيراد به معرفة طبيعة المجتمع الذي يعيشه المدعوون من كافة جوانبه"⁽¹⁾، فلا بد من فهم حقيقة الرسالة الإعلامية، ومدى ملاءمتها للواقع وحاجة الناس، وعرضها في أفضل الأساليب وأحسن الوسائل التي تراعي حاجة المتلقي وأولوياته، فالموازنة بين الأمرين تؤدي لتحقيق أعلى درجات النجاح، **(وَكَذَلِكَ نَفْصَلُ الْآيَاتِ وَتَسْتَبِينَ سَبِيلُ الْمُجْرِمِينَ)** (الأنعام: 55).

(3) إصلاح النفس قبل الغير: وهذا يندرج تحت مفهوم القدوة الحسنة، فوسائل الإعلام هي قدوة الجمهور، تقنعهم، وتؤثر فيهم، لذا ينبغي على القائمين عليها ألا يعرضوا رسالة إعلامية أو ينشروا قيماً ومبادئ ثم يخالفونها⁽²⁾.

فقد كان الرسل رضوان الله عليهم قدوة لأقوامهم، **(قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ ...)** (الممتحنة: 4)، بينما جاء النعي والانتقاد لأولئك الذي حملوا رسالة وعملوا بمخالفها، ولم يعوا رسالتهم، فأشبهوا الحمير في جهلهم **(مَثَلُ الَّذِينَ حَمَلُوا التَّوْرَةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا بِئْسَ مَثَلُ الْقَوْمِ الَّذِينَ كَذَّبُوا بِآيَاتِ اللَّهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ)** (الجمعة: 5).

كما كان قوله تعالى: **(اتَّامُرُونَ النَّاسَ بِالْبُرِّ وَنَسُونَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ)** (البقرة: 44) خير دليل على وجوب العمل بمقتضى الرسالة والبلاغ الذي يتم إيصاله للجميع، وقدوتنا في ذلك الأنبياء عليهم السلام **(وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنَّ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ)** (هود: 88).

ثالثاً: المقوم المظهري

فينبغي على وسائل الإعلام أن تهتم بناحية المظهر، سواءً في طريقة العرض ووسائله، والديكورات وأنواعها، أو في المظهر الشخصي للقائمين بالاتصال، من ناحية الملابس، والقوة الجسدية، التي يترتب عليها تربية الإرادة وقوتها⁽³⁾، فقد قال تعالى: **(يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ ...)** (الأعراف: 31).

(1) الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها - د. يحيى علي الدجني - (ص: 118).

(2) انظر: المدخل إلى علم الدعوة - محمد أبو الفتح البيانوني - (ص: 100).

(3) انظر: الخطابة: أصولها وتاريخها في أزهر عصورها عند العرب - محمد أبو زهرة - (ص: 47).

شريطة ألا يكون هذا الاهتمام بالمظهر موصولاً إلى حد الكبر والغرور الذي نهى عنه القرآن الكريم (وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرْحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ) (لقمان: 18).

"انتقل لقمان بابنه إلى الآداب في معاملة الناس فنهاه عن احتقار الناس وعن التفاخر عليهم، وهذا يقتضي أمره بإظهار مساواته مع الناس وعدّ نفسه كواحد منهم...، والمعنى: لا تحتقر الناس، فالنهي عن الإعراض عنهم احتقاراً لهم، لا عن خصوص مصاعرة الخد فيشمل الاحتقار بالقول والشم وغير ذلك...، إن الله لا يرضى عن أحد من المختالين الفخورين" (1).

رابعاً: المقوم العلمي

حث الدين الإسلامي على العلم ودعا إليه، (... وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا) (طه: 114)، وكانت الدعوة دوماً لأن تقوم كافة المعلومات على قاعدة التثبت والتبين؛ حتى تكون المعلومات دقيقة صحيحة (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَى إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ مَغَانِمٌ كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلُ فَمَنْ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا) (النساء: 94)، فقد "أكد الله - تعالى - وجوب التبين، فأمر أن يكونوا على بينة من الأمر الذي يقدمون عليه بأدلة ظاهرة، وقرائن كافية، وألا يأخذوا بالظن السريع، وإنما عليهم التدبر حتى يظهر الأمر" (2).

فليست العبرة بمن سبق، ولكن العبرة بمن صدق، وهكذا الإعلام، لا ينبغي أن يهتم بتحقيق السبق الصحفي، ولا ضير إن تأخر في إيصال المعلومات لحين التأكد من صحتها ودقتها، وخير مثال على ذلك في قصة موسى مع الخضر، حين كانت البداية بعهد قطعه موسى على نفسه ألا يسأل الخضر عن شيء حتى يوضحه له من تلقاء نفسه (قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَى أَنْ تُعَلِّمَ مَعِيَ مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا & قَالَ إِنَّكَ لَنْ تَسْتَطِيعَ مَعِيَ صَبْرًا & وَكَيْفَ تَصْبِرُ عَلَى مَا لَمْ تُحِطْ بِهِ خُبْرًا & قَالَ سَتَجِدُنِي إِنْ شَاءَ اللَّهُ صَابِرًا وَلَا أَعْصِي لَكَ أَمْرًا & قَالَ فَإِنِ اتَّبَعْتَنِي فَلَا تَسْأَلْنِي عَنْ شَيْءٍ حَتَّى أُحْدِثَ لَكَ مِنْهُ ذِكْرًا) (الكهف: 66 - 70)، لكن تسرع موسى كان سبباً في مفارقتة للخضر في نهاية المطاف.

وكأن هذه القصة تعليم لدروس عدة، من أبرزها التأنى والتثبت، وأن من امتثل هذه الصفة فكأنما حاز على جزء من النبوة (3).

ويندرج تحت هذا المقوم: الثقافة الواسعة، فلا بد من التخصص في فرع معين، إضافة إلى معلومات عامة في التخصصات الأخرى، فليس كل متعلم مثقفاً، وليس كل مثقف متعلماً.

(1) التحرير والتنوير - محمد الطاهر بن عاشور - 166/21.

(2) التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 217/5.

(3) انظر: التثبت والتبين في المنهج الإسلامي - د. أحمد محمد العليمي - (ص: 90).

وحول هذا، قيل عن وسائل الإعلام الغربية: "ترجع قوة رجالها على التأثير، ليس لكونهم على دراية واسعة بعلوم اللاهوت، بل لأنهم في غالبيتهم من المتخصصين في مجال الإعلام وعلوم الاتصال الجماهيري، مما يزيد قوة تأثير برامجهم الكنسية على المشاهدين أو المستمعين" (1).

ومن باب أولى أن تكون وسائل الإعلام الإسلامية هي صاحبة التأثير؛ حتى لا يكون هناك مجال للوسائل الغربية بالتسلل إلى بيوتنا، والتأثير على مجتمعاتنا.

خامساً: المقوم الضئي

إذ يجب إعداد وسائل الإعلام إعداداً فنياً، يؤهلها للعمل الجاد من أجل نشر الإعلام الإسلامي ورسالته بين الناس جميعاً.

ويندرج تحت هذا المقوم، عدة نقاط، منها:

- 1) المهارة في الملاحظة السريعة، وتحليل المشكلة ومعالجتها.
- 2) حضور البديهة وطلاقة اللسان؛ حتى يتمكن القائم بالاتصال وغيره في الوسيلة الإعلامية من إيصال الرسالة على أكمل وجه، إضافة إلى القدرة على الإجابة السريعة على كافة التساؤلات، (ويَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسِلْ إِلَى هَارُونَ) (الشعراء: 13)، (وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونِ) (القصص: 34).

"المعنى: كي يصدقني فرعون، والمعنى: أرسل معي أخي حتى يعاضدني على إظهار الحجة والبيان، فعند اجتماع البرهانيين ربما حصل المقصود من تصديق فرعون...، ليس الغرض بتصديق هارون أن يقول له صدقت، أو يقول للناس صدق موسى، وإنما هو أن يلخص بلسانه الفصيح وجوه الدلائل، ويجيب عن الشبهات، ويجادل به الكفار، فهذا هو التصديق المفيد" (2).

إذن، هي خمس مقومات أساسية للإعلام (روحية، ذاتية، مظهرية، علمية، فنية) (3)، يقوم عليها البنيان الإعلامي، وفي غياب هذه المقومات، لن يكتب النجاح للإعلام مهما كان الموضوع الذي يعالجه هاماً أو جذاباً؛ لأن فقدان المقومات ينحدر به عن الأهداف، ويفقده القيمة والجاذبية.

(1) البعد الديني في السياسة الأمريكية تجاه الصراع العربي الصهيوني - يوسف الحسن - (ص: 98).

(2) مفاتيح الغيب - الرازي - 213/24.

(3) انظر: مقومات رجل الإعلام الإسلامي - تيسير محجوب الفتياي - (ص: 101)، الإعلام الإسلامي المرتجى (رسالة ماجستير) - هشام سليمان الدالاتي - (ص: 13).

المطلب الثالث

معوقات العملية الإعلامية في ضوء القرآن

إذا كان للإعلام مقومات تنهض بعمله وترقى به، ففي الجهة المقابلة توجد مجموعة من المعوقات التي قد تؤدي لفشله في أداء مهامه، وتعيق إيصاله لرسالته. فإذا التزم الإعلام بالمقومات السابقة، ضمن النجاح لرسالته، وإن خالفها فقد وضع قدمه على طريق الفشل.

إضافة لذلك، فإن هناك مجموعة أخرى من المعوقات للعملية الإعلامية، وهي:

أولاً: التشويش

وبالمصطلح أو التعبير القرآني، فهو عملية اللغو التي تمارس لتعطيل وصول الرسالة الإعلامية، وهو على نوعين:

- (1) التشويش على الرسالة الإعلامية: من حيث عباراتها، وكلماتها؛ حتى لا يتمكن المستقبل من فهمها جيداً، وهو ما يسمى {التشويش الدلالي}.
- (2) التشويش على الوسيلة الإعلامية: من خلال المشكلات الفنية، كالتشويش الإلكتروني، وتشويش الطائرات، وغيرها، وهو ما يمكن تسميته {التشويش المادي} (1).

وقد عبر القرآن الكريم عن كلا النوعين، بقوله تعالى: **(وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ)** (فصلت: 26)، أي: "شوشوا عليه، وعارضوه بكلام مفهوم، لعلكم تغلبون؛ لتغلبوا على قراءته، وتغلبوا قراءه ومبلغيه ودعاته، باستعمالكم كل أساليب التشويش، بالجحود والإنكار، والرد والطعن، والصفير والتصفيق، والغناء مع عدم السماع" (2).

ثانياً: الاستعدادات السابقة وعملية الانتقاء

إذ إن البحث الدقيق، أثبت أن الاتجاهات السابقة لدى المستقبلين تؤدي إلى فشل الوسائل الإعلامية في إيصالها لرسالتها، ذلك أن المتلقين يميلون دوماً لسماع ومتابعة من يتفق مع آرائهم ولا يعارضها (3).

(1) انظر: مدخل إلى الدراسات الإعلامية - د. تيسير مشاركة - (ص: 35).

(2) الأساس في التفسير - سعيد حوى - 5019/9.

(3) انظر: مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتوكل - (ص: 129).

قال تعالى: (أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَهُ ظَاهِرَةً وَبَاطِنَةً وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ & وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا وَجَدْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوْ لَوْ كُنَّا الشَّيْطَانَ يَدْعُوهُمْ إِلَىٰ عَذَابِ السَّعِيرِ) (لقمان: 20، 21).

فقد بينت الآيات السابقة مدى تأثير الاستعدادات السابقة، وعملية الانتقاء للأباء ومعتقداتهم على ما جاءهم من العلم الجديد، وهذا ما وصفه المولى سبحانه بأنه جدال (بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ).

"وإنما أوقع الكفار في هذا التقليد المنحرف، استدراج الشيطان لهم، من خلال فطرة مركوزة في الإنسان أصلاً، تدعو إلى الوفاء للأباء والأجداد، وتربطه بتاريخه وتراثه، وهذا من أعظم وسائل الشيطان في الكيد، أن يأتي الإنسان من قبل غريزة مطبوعة فيه" (1).

ولعل هذا السبب، كان وراء كفر قريش بدعوة النبي ٣، رغم ما كانوا يعرفونه عنه من الصدق والأمانة، حتى انطبق عليهم قوله تعالى: (وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ & ثَانِي عِطْفِهِ يُضِلُّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ لَهُ فِي الدُّنْيَا خِزْيٌ وَنُذِيقُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ عَذَابَ الْحَرِيقِ) (الحج: 8، 9).

ثالثاً: تأثير الجماعات وقادة الرأي

فانتماء الفرد إلى جماعة، وشدة تعلقه بها، إضافة إلى وجود قائد لها، كل ذلك يؤدي إلى عملية غسل مخ لهذا الفرد من قبل أعضاء الجمعية وقائدها؛ كي يظل على ما هو عليه، ولا يعتنق غير مبادئ تلك الجهة، ولا يقتنع بأي رسالة تدعو لها وسائل الإعلام. وقد ظهر أثر الجماعات على العرب في بدء الدعوة، حيث أثرت اليهود والنصارى على أتباعهم، بل وعلى قريش أيضاً، فمنعهم ذلك من الاستجابة للنبي ٣ ودعوته.

قال تعالى: (وَأَنْطَلِقُ الْأَمْلَأُ مِنْهُمْ أَنْ آمْسُوا وَاصْبِرُوا عَلَىٰ آلِهَتِكُمْ إِنَّ هَذَا لَشَيْءٌ يُرَادُ & مَا سَمِعْنَا بِهَذَا فِي الْمِلَّةِ الْآخِرَةِ إِنْ هَذَا إِلَّا اخْتِلَاقٌ) (ص: 6، 7).

فقد بينت لنا الآيتان السابقتان موقف أهل الكتاب الذين دعوا المشركين إلى عدم الاستجابة لمحمد ٣ ورسالته، وقد كان يمثل وسيلة الإعلام آنذاك، وتحقق لهم ما أرادوا، فخضعت قريش لتأثيرهم، فكفر قريش وعنادها "مبني على شهادة أهل الكتاب المشركين ضد الرسول ٣، وإلا فما كان العرب على علم بالكتب السماوية وما فيها من الحقائق والأخبار" (2). بل إن قريش فيما بينها أثر سادتها وكبرائها أمثال: أبي لهب، وأبي جهل، والوليد بن المغيرة، وعبد الله بن أبي بن سلول، على أتباعهم وأقوامهم، فكفروا وجدوا رغم ما استيقنوه

(1) السيرة النبوية - د. علي محمد الصلابي - 227/1.

(2) الدر المنثور في التفسير بالمأثور - جلال الدين السيوطي - 146/7.

من صدق النبي ٣ في رسالته ودعوته، وبهذا شكلوا عائقاً أمام نجاح العملية الإعلامية، ووصول الرسالة للجمهور المتلقي لها.

فالجماعات وقادة الرأي المعيقون للعملية الإعلامية، إما أن يكونوا عناصر خارجية من أعداء الإسلام، وإما أن يكونوا من الداخل نفسه، وأمثال ذلك كثير في الوسط الإعلامي. فعلى سبيل المثال: فإن التلفزيون السوري لا يتمكن من بث أي نشرة أو عرض أي برنامج قبل إرسال محتوى الحلقة أو النشرة إلى مكتب الرئيس؛ لتدقيقه ومتابعته، وهذا العمل لا شك فيه تأثير من قادة الرأي الممثلة في شخص الرئيس ومكتبه على وصول الرسالة الإعلامية نقيّةً إلى الجمهور.

رابعاً: الفضاظة والتكبر

وأثرها واضح جلي بنص القرآن الكريم، (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ...) (آل عمران: 159).

"ولو كان فظاً غليظ القلب ما تألفت حوله القلوب، ولا تجمعت حوله المشاعر، فالناس في حاجة إلى كنف رحيم، وإلى رعاية فائقة، وإلى بشاشة سمحة، وإلى ود يسعهم، وحلم لا يضيق بجهلهم وضعفهم ونقصهم، في حاجة إلى قلب كبير يعطيهم ولا يحتاج منهم إلى عطاء؛ ويحمل همومهم ولا يعينهم بهمهم؛ ويجدون عنده دائماً الاهتمام والرعاية والعطف والسماحة والود والرضاء، وهكذا كان قلب رسول الله ٣ وهكذا كانت حياته مع الناس" (1).

ولهذا، يجب على الإعلامي ووسائل الإعلام كافة أن تتحلى بالرحمة، والرفق، واللين، وتتخلى عن الأخلاق السيئة، والغلظة في التعامل، فإن العلم بالتعلم، والحلم بالتعلم. وقد كانت سمة دعوة الأنبياء جميعاً الرفق، فعلى لسان نوح (يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ) (الأعراف: 59).

أما قصة إبراهيم مع أبيه، ففيها من الرفق واللين أعظمه، (وَأذْكُرُ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا & إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ يَا أَبَتِ لِمَ تَعْبُدُ مَا لَا يَسْمَعُ وَلَا يُبْصِرُ وَلَا يُغْنِي عَنْكَ شَيْئًا & يَا أَبَتِ إِنِّي قَدْ جَاءَنِي مِنَ الْعِلْمِ مَا لَمْ يَأْتِكَ فَاتَّبِعْنِي أَهْدِكَ صِرَاطًا سَوِيًّا & يَا أَبَتِ لَا تَعْبُدِ الشَّيْطَانَ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلرَّحْمَنِ عَصِيًّا & يَا أَبَتِ إِنِّي أَخَافُ أَنْ يَمْسَكَ عَذَابٌ مِنَ الرَّحْمَنِ فَتَكُونَ لِلشَّيْطَانِ وَلِيًّا & قَالَ أَرَأَيْتَ أَنْتَ عَنْ آلِهَتِي يَا إِبْرَاهِيمُ لَئِن لَّمْ تَنْتَهَ لَأَرْجُمَنَّكَ وَاهْجُرْنِي مَلِيًّا & قَالَ سَلَامٌ عَلَيْكَ سَأَسْتَغْفِرُ لَكَ رَبِّي إِنَّهُ كَانَ بِي حَفِيًّا) (مریم: 41 - 47).

فملاح الرحمة والرفق واللين تجلت في هذه المجموعة من الآيات، من خلال:

- 1) لفظ "يا أبت"؛ للتودد، وبغرض التأثير العاطفي على الوالد؛ عله يستجيب.
- 2) النصح والتحذير من العذاب برفق ولين.

(1) في ظلال القرآن - سيد قطب - 500/4.

3) الرد على الوالد بشفقة وأدب، وعدم معارضته بالرد السيئ⁽¹⁾.
ومما يدل على عظم الرفق وأثره، ونقمة الفظاظة ومدى إعاقته، ما روي "أن المأمون وعظه واعظ، وعنف له في القول، فقال: يا رجل، ارفق، فقد بعث من هو خير منك إلى من هو شر مني، وأمره بالرفق، فقال: (أذهب إلى فرعون إنه طغى & ققولا له قولا لينا لعله يتذكر أو يخشى)" (طه: 43، 44)⁽²⁾.

خامساً: صعوبة فهم الرسالة الإعلامية

وينبع ذلك من خلال عدة أمور:

- 1) عدم وضوح الرسالة وعدم فهم مدلولها.
 - 2) عدم ملاءمة الرسالة لمستوى المتلقي.
 - 3) الإطالة المملة أو الاختصار المخل.
 - 4) عدم الترابط بين أجزاء الرسالة.
 - 5) عدم اختيار الوقت والزمان المناسب لعرض الرسالة⁽³⁾.
- مقارنة بذلك، نجد أن الله سبحانه لما تحدث عن القرآن الكريم قال: (وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَكِّرٍ) (القمر: 17)، فهو سهل الفهم، عباراته في مواضعها المناسبة، لا حشو فيه ولا نقص، وكان ينزل مفرقاً حسب الوقت الملائم، مما أدى لتحقيق عظيم الأثر، وكتب له النجاح، وهذا يشهادة أعدائه قبل أتباعه، أما أثره على أتباعه، فنجدها في قوله تعالى: (إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ إِذَا ذُكِرَ اللَّهُ وَجِلَّتْ قُلُوبُهُمْ وَإِذَا تُلِيَتْ عَلَيْهِمْ آيَاتُهُ زَادَتْهُمْ إِيمَانًا وَعَلَىٰ رَبِّهِمْ يَتَوَكَّلُونَ) (الأنفال: 2).
- أما أعداؤه، فخير مثال هو ما قاله الوليد بن المغيرة عن القرآن، حين اجتمعت قريش لتضمر قولاً تصرف به العرب حين وفودهم عن القبول بالقرآن والسماع له، فاحتاروا ما بين كونه سحراً، أو شعراً، أو هذيان مجنون، أو قول كاهن، حتى قال الوليد بن المغيرة: "والله إن لقوله لحلاوة، وإن عليه لطلاوة، وما أنتم بقائلين من هذا شيئاً إلا عُرِفَ أنه باطل"⁽⁴⁾.

(1) انظر: الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 117/11.

(2) إحياء علوم الدين - الغزالي - 334/2.

(3) انظر: مدخل إلى الإعلام والرأي العام - د. محمد عبد الملك المتوكل - (ص: 130)، مدخل إلى الدراسات الإعلامية - د. تيسير مشاركة - (ص: 35).

(4) انظر: السيرة النبوية - د. علي محمد الصلابي - 239/1، السيرة النبوية والإعلام الإسلامي - أمينة الصاوي وآخرون - (ص: 150).

وخلصنا ما سبق:

هناك العديد من المعوقات تواجه العملية الإعلامية، لكن الرد عليها، والوقوف بوجهها يكون بالصبر والثبات، مصداقاً لقوله تعالى: (... اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (آل عمران: 200).

ومهما طال بغي العدو، فإن الغلبة والانتصار تكون لله سبحانه وأوليائه الصالحين الصادقين (إِنَّا لَنَنْصُرُ رُسُلَنَا وَالَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيَوْمَ يَقُومُ الْأَشْهَادُ & يَوْمَ لَا يَنْفَعُ الظَّالِمِينَ مَعَذرتُهُمْ وَلَهُمُ اللَّعْنَةُ وَلَهُمْ سُوءُ الدَّارِ) (غافر: 51، 52).

الفصل الثاني ضوابط الإعلام في القرآن الكريم

? المبحث الأول:

الضوابط بين الإرسال والتلقي

? المبحث الثاني:

الإعلام زمن السلم وضوابطه

? المبحث الثالث:

الإعلام زمن الحرب وضوابطه

تمهيد

يعتبر الإعلام من الأمور الهامة في مجال نشر الدين الإسلامي، ذلك أن الإسلام نظام كامل، جاء لتنظيم كافة أنواع السلوك الإنساني في الأوقات العادية، وفي أوقات السلم والحرب. وكفي يقوم الإعلام بواجبه حق القيام، كان لا بد له من الالتزام بمجموعة من الضوابط والمعايير والقيم، التي تحكم أداءه، وتصوبه إن ضل الطريق؛ ولهذا تميز الإعلام الإسلامي بضوابط قرآنية شرعية، تمنحه القدرة الكاملة على التأثير في الرأي العام واتجاهاته. وتقصّد الباحثة بالضوابط: تلك القوانين والآداب التي يجب على الإعلام أن يلتزم بها؛ للوصول إلى أفضل النتائج المرجوة، وتزداد هذه الضوابط أهمية في أوقات الأزمات والحروب. وتأتي أهمية هذه الضوابط، من كون الإعلام رسالةً وكلمةً، وهو فوق كل هذا أمانة يجب أن تؤدي، فالله تعالى يقول: (إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا) (النساء: 58).

"ونلاحظ الأداء البياني في القرآن، في قوله (تؤدوا) هذه للجماعة، وهذا يعني أن كل واحد مطالب بهذا الحكم أولاً" (1).

وإذا التزم الإعلام بهذه الضوابط، استحق أن يكون كلمةً طيبةً، (أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ & تُوْتِي أَكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ & وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ) (إبراهيم: 24 - 26).

"وحين نقارن الكلمة الخبيثة بالكلمة الطيبة، سنكتشف الفارق الشاسع، فالكلمة الخبيثة مجتثة من فوق الأرض...، إذن فالاجتثاث هو استئصال الشيء من أصله، وقلعه من جذوره، أما في المقابل في الشجرة الطيبة، فأصلها ثابت لا تخلخله ظروف أو أحداث، والكلمة الخبيثة بلا جذور؛ لأنها مجتثة، وليس لها قرار تستقر فيه" (2).

وفي الصفحات القادمة، وقفات مفصلة مع ضوابط الإعلام زمن السلم والحرب، ومن قبلها ضوابط الإعلام بشكل عام.

(1) تفسير الشعراوي - محمد متولي الشعراوي - 2352/4.

(2) المرجع السابق - 7509/12.

المبحث الأول الضوابط بين الإرسال والتلقي

? المطلب الأول:

ضوابط المرسل

? المطلب الثاني:

ضوابط الرسالة

? المطلب الثالث:

ضوابط الوسيلة

? المطلب الرابع:

ضوابط المتلقي

المطلب الأول

ضوابط المرسل

المرسل في العملية الإعلامية: هو القائم بالاتصال، الذي يهدف للتأثير في الأفراد بما لديه من أفكار، يعبر عنها من خلال الوسائل الإعلامية الإقناعية، وفق منهج علمي مدروس ومخطط (1).

ونتيجةً للدور الهام الذي يقوم به الإعلاميون، كان لزاماً عليهم أن يلتزموا بمجموعة من الضوابط والمعايير التي تحكم أداءهم، وقد تعرض القرآن الكريم لهذه الضوابط وتحدث عنها، ويمكن تفصيلها وبيانها فيما يلي:

أولاً: التيقن من صدق المعلومات

ويتحقق التثبت والتيقن من المعلومات، من خلال الاعتماد على المصادر محل الثقة؛ لهذا حثَّ القرآن الكريم على التثبت والتيقن في آيات عديدة، منها قوله تعالى: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)** (الحجرات: 6).

فقد أمرت الآية الكريمة بالتثبت من خبر الفاسق، وأدبت المؤمنين بأدب ينفعهم في دينهم ودنياهم، وهو أمر ينبغي وجوده دوماً، لكن أهميته تزداد أوقات المعاهدات والسلم، وأوقات الأزمات والحرب، وهو أمر سيتم تفصيله في الصفحات القادمة بإذن الله U.

وهذا التثبت يعتبر مسئولية كافة العاملين في الحقل الإعلامي من مراسلين ومذيعين، ويقع عبؤه الأكبر على كاهل المدراء ورؤساء تلك الوسائل الإعلامية.

وينبغي أن يكون هذا التثبت هو ديدن الإعلامي؛ لقوله تعالى: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ)** (المائدة: 8)، وقوله أيضاً: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَن تَعْدِلُوا وَإِن تَلَوُوا أَوْ تَعْرِضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا)** (النساء: 135).

(1) انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 76).

فقد دعت الآياتان الكريمتان إلى التثبت من خلال مواطن عديدة، هي:

أولاً: استخدام صيغة المبالغة (قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ) ولم يقل "قائمين"؛ دلالة على "أن المطلوب هو الاستمرارية للسلوك العادل...، وعلى ذلك يكون الأمر الإلهي لكل مؤمن: لا تقم بالقسط مرة واحدة فقط، بل اجعله خصلة لازمة فيك" (1).

ثانياً: قوله تعالى: (شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ)، ففيها أمر لكافة المؤمنين بأن يكونوا شهداء بالحق، من خلال أن يتحروا الحق الذي يرضى الله، ويؤدوا الشهادة ابتغاء وجه الله؛ لتكون الشهادة صحيحة عادلة حقاً، من غير مراعاة أحد، ولا محاباة (2).

ثالثاً: الأمر بعدم اتباع الهوى: (فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَنْ تَعْدِلُوا) "إذ في الهوى الزلل، أو فلا يحملنكم الهوى والعصبية وبغض الناس إليكم على ترك العدل في أموركم وشؤونكم" (3).

رابعاً: ختام الآية بقوله تعالى: (وَإِنْ تَلَوُّوا أَوْ نَعَرْتُمْ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا)، ففيه تحذير وتهديد لمن يخالف هذه الضوابط، فلا يقوم بالقسط، ولا يجعل شهادته لله بالحق، ويتبع الهوى، بأن الله - سبحانه - خبير بما سيفعل، ومحاسبه على عمله وتصرفه في دار الحساب والجزاء.

لكن في الواقع المعاصر، لم تلتزم وسائل الإعلام بالعدالة والتثبت من المعلومات، وباتت تتبع الهوى، وتعرض عن الطريق القويم، إلا من رحم الله.

ومع ذلك، فإن ظهور الوعي الإسلامي بدأ يغير من الصورة القائمة، وذلك بظهور بعض وسائل الإعلام الإسلامية، ولكنها والحق يقال، ما زالت بحاجة لبعض التعديل من سياستها؛ لتحقيق الثمرة المرجوة منها بصورة أكبر، ولتكون بحق (إعلاماً إسلامياً).

ثانياً: الصدق في نقل المعلومات والحصول عليها

رجل الإعلام ما هو إلا مبلغ للمعلومات والأخبار إلى الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية عبر مختلف وسائل الإعلام، ولهذا ينبغي عليه أن يكون صادقاً فيما يبلغه وينشره، فقد قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ) (التوبة: 119)، "أي كونوا على مذهب الصادقين وسبيلهم"، وقيل: هم الأنبياء؛ أي كونوا معهم بالأعمال الصالحة في الجنة" (4).

(1) تفسير الشعراوي - محمد متولي الشعراوي - 2708/5.

(2) انظر: التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 312/5.

(3) المرجع السابق - نفس الصفحة.

(4) الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 288/8.

ويندرج تحت هذا الضابط عدة أمور، منها:

أولاً: الحصول على المعلومات بطرق مشروعة وصيانة الخصوصية الفردية: فقد قال تعالى: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ)** (الحجرات: 12).

فقد نهت الآية الكريمة السابقة عن الحصول على المعلومات بطريق الظن، أو من خلال التجسس على الآخرين، فكلاهما طريقان موصلان لمعلومات غالباً ما تكون خاطئة.

وقد جاءت الصيغة القرآنية حادثة على الترك، من خلال عدم استعمالها للنهي الصريح، فلم يقل {ولا تظنوا}، وهذا أبلغ في الزجر والأمر بالترك⁽¹⁾.

"إن للناس حرياتهم وحرمااتهم وكراماتهم التي لا يجوز أن تنتهك في صورة من الصور، ولا أن تمس بحال من الأحوال، ففي المجتمع الإسلامي الرفيع الكريم، يعيش الناس آمنين...، ولا يوجد مبرر مهما يكن لانتهاك حرمت الأنفس والبيوت والأسرار والعورات، حتى ذريعة تتبع الجريمة وتحقيقها لا تصلح في النظام الإسلامي ذريعة للتجسس على الناس"⁽²⁾.

ثانياً: عدم كتمان المعلومات التي ينبغي عليه إيصالها للجمهور: وقد توعده الله U من يكتم المعلومات بالعذاب الشديد، فقال تعالى: **(إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّاعِنُونَ)** (البقرة: 159).

كما اشترط لقبول توبتهم بيان ما كتموه، فقال: **(إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَبَيَّنُّوا فَأُولَٰئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ)** (البقرة: 160).

كما بيّن تعالى في موضع آخر من نفس السورة عقوبة من يكتمون البيّنات، واصفاً إياهم بمن اختاروا طريق الضلال على الهدى، إذ إنهم لا يضلون أنفسهم فحسب، بل يضلون غيرهم بضلالهم وكتمانهم، فقال تعالى: **(إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ الْكِتَابِ وَيَشْتُرُونَ بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا أُولَٰئِكَ مَا يَأْكُلُونَ فِي بُطُونِهِمْ إِلَّا النَّارَ وَلَا يَكْلِمُهُمُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَلَا يُزَكِّيهِمْ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ & أُولَٰئِكَ الَّذِينَ اشْتَرُوا الضَّلَالََةَ بِالْهُدَىٰ وَالْعَذَابَ بِالْمَغْفِرَةِ فَمَا أَصْبَرَهُمْ عَلَى النَّارِ)** (البقرة: 174، 175).

"والكتم والكتمان عدم الإخبار بما من شأنه أن يُخبر به من حادثٍ مسموع أو مرئي، ومنه كتم السر...، وعبر في **(يَكْتُمُونَ)** بالفعل المضارع؛ للدلالة على أنهم في الحال كاتمون للبيّنات والهدى، ولو وقع بلفظ الماضي لتوهم السامع أن المعني به قوم مضوا، مع أن المقصود إقامة الحجة على الحاضرين"⁽³⁾.

(1) انظر: ورقات في معاني سورة الحجرات - الشيخ عبد الكريم الكحلوت - (ص: 34).

(2) في ظلال القرآن - سيد قطب - 3346/26.

(3) التحرير والتنوير - ابن عاشور - 66/2.

هذا ويترتب على نقل المعلومات بطريقة كاذبة، أو الحصول عليها من غير مصادرها الموثوقة، نشر الفتن والاضطرابات، ويبرز هذا واضحاً خلال الحروب والأحداث الجسيمة التي تتعرض لها بعض البلدان والمناطق، حيث يكون التضليل الإعلامي للجمهور واضحاً بصورة كبيرة في بعض القنوات الفضائية والإعلاميين فيها، حين ينقلون الحدث بغير صورته الحقيقية، أو يعتمدون على بعض المرجفين في المدينة ليكونوا مصدراً لأخبارهم، ثم يجدوا وللأسف من يقوم بتصديقهم.

ثالثاً: الالتزام بالأخلاق الكريمة

من الواجب على القائمين بالاتصال في العملية الإعلامية، أن يلتزموا بالأخلاق الحميدة، إذا إن مدى التزامهم بالأخلاق يغرس محبتهم في قلوب الجمهور، ويجعل تأثيرهم أقوى وأشد. وقد جاء الأمر الرباني بالالتزام محاسن الأخلاق في العديد من النصوص القرآنية، منها: قوله تعالى: (إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ) (النحل: 90).

لهذا، كان من الواجب على رجل الإعلام أن يلتزم بهذه الأخلاق، ممثلةً في العدل والقسط في القول والتحليل والتعقيب، والصدق في القول، وحسن التعامل مع الضيوف في البرامج والنشرات الإخبارية.

كما بات لزاماً عليه أن يلتزم بحسن التعامل مع الجمهور المتلقي لرسالته الإعلامية، فلا يسخر من جمهوره، (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُوا قَوْمًا مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ) (الحجرات: 11)؛ إذ إن السخرية عواقبها وخيمة، تفقد رجل الإعلام جمهوره، وتؤدي لفشل رسالته الإعلامية.

ومن الأخلاق التي ينبغي على رجل الإعلام التحلي بها: حفظ ما يؤتمن عليه من أسرار، وهو ما يسمى في عُرف العمل الإعلامي (أسرار المهنة)، وقد جاء الأمر بالوفاء بالعهد مطلقاً في القرآن الكريم، في قوله تعالى: (... وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا) (الإسراء: 34)؛ فإذا كان الحفاظ على العهود والأمانات مطلوباً في كل حال، فإن الحرص عليه يزداد في أسرار العمل والمهنة، فكم من سر مهني أذيع ترتب عليه مشاكل للوسيلة الإعلامية والعاملين فيها، وكم من سر مهني حُوفظ عليه، حقق السبق والتميز للإعلامي ووسيلته الإعلامية.

ويندرج تحت الأخلاق الكريمة كذلك: التأدب في القول، وهناك فرق واضح بين رجل الإعلام الذي يتحدث بلباقة وأدب مع ضيوفه ومع جمهوره، وبين الإعلامي سليط اللسان، الذي ينفر الجميع منه، ومن الطبيعي أن يكون رجل الإعلام الإسلامي ملتزم بحسن القول والعبارة؛

لأن هذا الالتزام هو التزام ديني، قبل أن يكون التزاماً مهنيًا فرضته عليه سياسة الوسيلة الإعلامية، حيث يقول تعالى: (... وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ...) (البقرة: 83)، ويقول أيضاً: (وَهُدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهُدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ) (الحج: 24)

رابعاً: المعرفة الشاملة والإحاطة بالموضوع

يطرح رجل الإعلام مختلف القضايا الدينية والسياسية والاجتماعية وغيرها، من خلال رسائله التي يبثها عبر وسائل الإعلام، ومن المعيب أن يخرج رجل الإعلام للحديث حول موضوع ما، ثم يفاجئه أحد الضيوف أو المشاركين بمعلومات لم يكن قد اطلع عليها.

لهذا، دعا القرآن الكريم إلى المعرفة الشاملة، والعلم التام بالأمر قبل عرضها، وإن القارئ للقرآن الكريم يلاحظ هذه الدعوة من خلال مواضع عديدة، منها قوله تعالى: (وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ ...) (البقرة: 31).

وقد أكدت الآية السابقة على وجوب المعرفة الشاملة، من خلال لفظ (كل)، فهو "لفظ عموم على وجه الاستيعاب، وحقيقته للإحاطة بالأبعاض" (1).

كما جاء في القرآن الكريم نهي للجدال بغير علم، وأن الواجب أن يستند المرء في كل ما يصدر عنه إلى العلم، حيث قال تعالى: (هَا أَنْتُمْ هَؤُلَاءِ حَاجَجْتُمْ فِيمَا لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ فَلِمَ تُحَاجُّونَ فِيمَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (آل عمران: 66).

فقد تحدثت الآية عن أهل الكتاب، الذين جادلوا في إبراهيم **U** وكونه يهودياً أو نصرانياً، دون أن يكون لديهم العلم بذلك، بخلاف علمهم بموسى وعيسى **U**، الذين ادعوا أنهم على دينهما، وعلمهم بمحمد **ﷺ** الذي وجدوا أوصافه في كتبهم (2).

وقد جاء النهي في القرآن الكريم عن التحدث بغير علم، فقال تعالى: (وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ...) (الإسراء: 36)، حيث ورد في هذه الآية ثلاثة تأويلات، كان أحدها: "معناه: لا تقل ما ليس لك به علم، فلا تقل: رأيت ولم تر، ولا سمعت ولم تسمع، ولا علمت ولم تعلم" (3).

فيما اعتبر القرآن الكريم السؤال أو الحديث بغير علم هو من قبيل الجهل، فقال: (... فَلَا تَسْأَلْنِ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنِّي أَعِظُكَ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ) (هود: 46)، والجهل المنهي عنه في هذه الآية هو نقيض العلم، وكأنه يقول: "إني أعظك أن تكون من الجاهلين، الذين تحركهم

(1) مجمع البيان في تفسير القرآن - أبو علي الطبرسي - 120/1.

(2) انظر: معالم التنزيل - البغوي - 300/1.

(3) النكت والعيون - الماوردي - 243/3.

المشاعر، وتوجههم العواطف المتعارضة مع الإيمان والحق، والذين يُقدمون ما تُوحى لهم به هذه الروابط على الإيمان والحق" (1).

خامساً: الالتزام بما يقدم

من ضمن الضوابط التي ينبغي أن يلتزم بها القائم بالاتصال في العملية الإعلامية، أن يكون ملتزماً بما يقدمه للجمهور من توجيهات وتعليمات، فإنه إن دعاهم لشيء ثم خالفهم فيه، يحكم على رسالته الإعلامية بالفشل المحقق الذريع.

لذا، فإننا نجد الرسل جميعاً كانوا يؤكدون على التزامهم بما يدعون به أقوامهم، فهذا هو شعيب **U** يخاطب قومه قائلاً: (... وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنِ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ) (هود: 88)، " (أَنْ أُخَالِفَكُمْ) : أي بأن أذهب وحدي إلى ما أنهاكم عنه في المستقبل...، وقد نبهت هذه الأجوبة الثلاثة على أن العقل يجب أن يراعي في كل ما يأتي وينذر أحد حقوق ثلاثة: أهمها وأعلاها حق الله، وثانيها حق النفس، وثالثها حق العباد على وجه الإخلاص في الكل، فثبت ببعده عن التهمة مع سداد الأفعال وحسن المقاصد" (2).

وتحت هذا الضابط، يأتي قوله تعالى: (أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ) (البقرة: 44).

وقد نزلت هذه الآية في يهود المدينة، حيث كان أحدهم يقول لقرابته ومن بينه وبينهم رضاع من المسلمين: اثبت على الدين الذي أنت عليه وما يأمرك به هذا الرجل، وكانوا يأمرون الناس بذلك ولا يفعلونه (3).

وعلى هذا، فإن من أمر غيره بأمر ثم لم يأت، كان معرضاً نفسه للشبه باليهود، الذين نزلت في حقهم هذه الآية.

وقد جاءت الآية بصيغة الزجر عن أمر الغير بفعل ثم عدم إتيانه، حيث إن "الألف في (أَتَأْمُرُونَ) ألف الاستفهام، ومعناها التوبيخ، وقوله تعالى: (تَنْسَوْنَ) أي: تتركون" (4).

فالواجب إذن فيمن يدعو غيره لشيء أن يمثله ويكون أول القائم به، ومن باب أولى رجال الإعلام أن يكونوا كذلك؛ لتكون رسالتهم أقرب إلى القلوب، وأحرى بالتصديق والتطبيق.

(1) التفسير الموضوعي بين النظرية والتطبيق - د.صلاح عبد الفتاح الخالدي - (ص: 119).

(2) نظم الدرر في تناسب الآي والسور - برهان الدين البقاعي - 567/3.

(3) انظر: أسباب النزول - السيوطي - (ص: 22).

(4) زاد المسير في علم التفسير - ابن الجوزي - 62/1.

سادساً: الفصاحة

إن القائم بالاتصال أو المرسل في العملية الإعلامية، هو الناطق باسم الوسيلة؛ لإيصال رسالتها إلى الجمهور، ولما كان الغرض من هذه الرسائل أن تؤثر في المجتمعات وسلوكيات الأفراد، كان لا بد لها من ضوابط تؤدي لوضوحها، وسهولة فهمها. لكننا نلاحظ أن بعض الرسائل الإعلامية، قد تتوفر فيها الضوابط، ولكن لا يتحقق تأثيرها؛ نتيجة خلل في إيصالها للجمهور، وهذا الخلل نابع من القائم بالاتصال؛ نتيجة خلل في كيفية النطق وطريقته لديه.

كما أن بعض المواطن والظروف الطارئة، تؤدي إلى خلل في برامج البث؛ نتيجة حرب، أو حدث جلل، أو غير ذلك، مما يقتضي أن يظهر الإعلامي مباشرة عبر وسيلته واصفاً هذا الحدث، ومعلقاً عليه.

وكلا هذين الأمرين، يتطلب أن يتوافر في الإعلامي ضابط الفصاحة والطلاقة اللغوية، وهو أمر ظهر دوره وأهميته من خلال قصة موسى **U** لما جاءه الأمر الإلهي بدعوة فرعون، حيث قال: (وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي **ع** يَفْقَهُوا قَوْلِي) (طه: 27، 28)، وقال في موضع آخر: (وَإِخِي هَارُونَ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلْهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُكَذِّبُونِ) (القصص: 34)، وفي موضع ثالث: (وَيُضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسَلْ إِلَى هَارُونَ) (الشعراء: 13).

فقد نصت هذه المواضع الثلاثة على الفصاحة وطلاقة اللسان، ففي الموضع الأول، اقترن الدعاء ببيان العلة، فقال: "وأسألك يا رب أن تحل عقدة من لساني؛ حتى يفهم الناس قولي لهم، وحديثي معهم، فهما يتأتى منه المقصود" (1).

وفي الموضع الثاني، أظهر العلة من طلب أخيه هارون **U** معه؛ إذ إن هارون **U** كان أفصح من موسى **U**، وبالتالي، فإنه أقدر على المدافعة وبيان الحق وتصديقه، وليس المراد بقوله (يُصَدِّقُنِي) مجرد قوله له صدقت، أو قوله للناس: صدق أخي؛ لأنه لا يحتاج فيه إلى زيادة الفصاحة، وإنما طريق تصديقه أن يلخص الحق بلسانه، ويجادل الكفار ببيانه، وذلك يجري مجرى التصديق" (2).

أما الموضع الثالث، فبيّن أهمية الفصاحة للمتحدث، إذ إن المراد منه: "وليس عندي الفصاحة التي تجعلني أظهر ما في نفسي من تفنيد لأباطيلهم، ومن إزهاق لشبهاتهم، خصوصاً عند اشتداد غضبي عليهم" (3).

(1) القصة في القرآن الكريم - د. محمد سيد طنطاوي - 358/1.

(2) الفتوحات الإلهية - الجمل - 348/4.

(3) القصة في القرآن الكريم - د. محمد سيد طنطاوي - 368/1.

سابعاً: السماح للآخرين بالحديث

في العمل الإعلامي، كثيراً ما يتواجد الضيوف، سواءً أكانوا متقنين مع الإعلامي في وجهات النظر، أم مخالفين له.

وهذا الأمر، يحتم على الإعلامي أن يكون لديه سعة أفق وصدر، وأن يضبط الحوار ويديره بصورة عادلة، بحيث يعطي كل واحد من الضيوف أو المشاركين نصيبه الكافي للحديث، وهذا أمر هام، إذ إنه يضيف قبولاً لرجل الإعلام ووسيلته، وبياناً لحنكته ومهارته، بخلاف من لا يلتزم بذلك.

كما أن عدم إعطاء الوقت الكافي للحديث، يتناقض مع مبدأ الموضوعية والتجرد من الذاتية، وهو من أهم المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي⁽¹⁾.

وقد قرّر القرآن الكريم هذا المبدأ، من خلال السماح للآخرين بالحديث، مهما بلغت معارضتهم لسبيل الحق، وقد ظهر ذلك واضحاً في النماذج الحوارية العديدة التي عرضها القرآن الكريم، وهو ما يصعب حصره وعرضه في هذه العجالة.

ولكن، لنأخذ على سبيل المثال لا الحصر، حوارته تعالى مع إبليس، والذي تكرر في آيات عديدة، منها: (وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي خَالِقٌ بَشَرًا مِنْ صَلْصَالٍ مِنْ حَمِإٍ مَسْنُونٍ & فَإِذَا سَوَّيْتَهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي فَقَعُوا لَهُ سَاجِدِينَ & فَسَجَدَ الْمَلَائِكَةُ كُلُّهُمْ أَجْمَعُونَ & إِنَّا إِبْلِيسَ أَبَى أَنْ يَكُونَ مَعَ السَّاجِدِينَ & قَالَ يَا إِبْلِيسُ مَا لَكَ أَلَّا تَكُونَ مَعَ السَّاجِدِينَ & قَالَ لَمْ أَكُنْ لَأَسْجُدَ لِبَشَرٍ خَلَقْتَهُ مِنْ صَلْصَالٍ مِنْ حَمِإٍ مَسْنُونٍ & قَالَ فَأَخْرِجْ مِنْهَا فَإِنَّكَ رَجِيمٌ & وَإِنَّ عَلَيْكَ اللَّعْنَةَ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ & قَالَ رَبِّ فَأَنْظِرْنِي إِلَى يَوْمٍ يُبْعَثُونَ & قَالَ فَإِنَّكَ مِنَ الْمُنْظَرِينَ & إِلَى يَوْمِ الْوَقْتِ الْمَعْلُومِ & قَالَ رَبِّ بِمَا أَغْوَيْتَنِي لَأُزَيِّنَنَّ لَهُمْ فِي الْأَرْضِ وَلَأُغْوِيَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ & إِنَّا عِبَادُكَ مِنْهُمْ الْمُخْلِصِينَ & قَالَ هَذَا صِرَاطٌ عَلَيَّ مُسْتَقِيمٌ & إِنَّ عِبَادِي لَيْسَ لَكَ عَلَيْهِمْ سُلْطَانٌ إِنَّمَا مِنْ اتَّبَعَكَ مِنَ الْغَاوِينَ) (الحجر: 28 - 42).

فنظرة لهذه الآيات، وهذا الحوار، كقيلة ببيان المراد من هذا الضابط، فرغم مخالفة إبليس بالأمر الإلهي بالسجود لآدم، لكن الله U بدأ الحديث مع إبليس سائلاً عن السبب وهو يعلمه، ولم ينه الحوار مباشرة بعدما ظهر تكبر إبليس وضلاله، بل واصل الحوار معه، معطياً إياه مجالاً للحديث وبيان رأيه، رغم علم الله U الأزلي بكل ما سيحدث، وبكل ما سيقوله إبليس. فإن كان الله U قد فعل هذا، وهو العالم بكل شيء، فمن باب أولى أن نلتزم نحن بعلمنا القاصر بمثل هذه الضوابط، لاسيما العاملين في الحقل الإعلامي؛ لأنهم محط الأنظار والاهتمام من كافة الجماهير المتابعة لرسائلهم وخطابهم الإعلامي.

(1) انظر: الفصل الأول - المبحث الثالث - المطلب الأول - (ص: 68).

وقد اعتبر العديد من العلماء هذا الضابط من الأمور الهامة، التي ينبغي الالتزام بها، بحيث يجب ألا يتعرض أحد المحاورين لكلام الآخر؛ حتى يفهم المراد من الحديث تماماً، وأن ينتظر كل طرف منهما الآخر؛ حتى ينهي كلامه، ولا ينبغي أن يقطع عليه كلامه حتى يكمله وينهيه (1).

لكن، قد يستثنى هنا ما إذا أطال الضيف في حوار، لاسيما وأن وسائل الإعلام مقيّدة في برامجها وعرضها بوقت محدد، فالساعة التلفزيونية أو الإذاعية مدتها خمسون دقيقة فقط، وهكذا، فإن الارتباط بوقت زمني يحتم على المذيع أن يدير الحوار، وأن يقاطع الضيوف، شريطة أن يكون هذا في حدود اللائق، وفي أوقات إطالة الضيف بالحوار، وليس المقاطعة لغرض المقاطعة، وإشغال أوار الحرب داخل الحلقة، كما يفعل بعض المذيعين في برنامج الاتجاه المعاكس وأمثاله من البرامج، فهذه معركة كلامية جدلية، توغر الصدور، وتنفر القلوب بدلاً من تأليفها، وزرع المحبة والود والتراحم بين المسلمين.

ثامناً: ملائمة الصوت لحاجة السامع

من الضوابط التي ينبغي على الإعلامي الالتزام بها، أن يكون صوته ملائماً لحاجة ضيوفه، أو المشاركين معه، أو حتى المتابعين.

ولعل البعض يعقب على هذا الضابط بأنه قد يندرج ضمن المقومات الفنية لوسائل الإعلام، فنقول: إن المراد هنا لا يتعلق بالهندسة الصوتية وعمليات المونتاج وتحسين الصوت التي تتم عقب التسجيل، أو خلال بث الحلقات البرمجية ونشرات الأخبار المباشرة، وإنما المراد صوت المذيع نفسه خلال التسجيل، فلا ينبغي أن يرفعه؛ ظناً منه أن هذا يعطي قوة في الأداء، ولا ينبغي خفضه عن الحد المعقول؛ معتقداً أن هذا يضيف نبرة الحزن والتأثر، فتلك أمور لها علاقة بالتنغيم والمقامات الصوتية، وليس بخفض الصوت أو رفعه.

وقد حثَّ القرآن الكريم على ضرورة أن يكون المرء معتدلاً في حديثه وصوته وخطابه، فقد قال تعالى: **(وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ)** (لقمان: 19).

فهذه من إحدى نصائح لقمان لابنه، يعظه فيها بعدم المبالغة في الكلام، وعدم رفع الصوت بما لا فائدة فيه، فهذا أفضل للمتحدث وأكثر وقاراً، وهو كذلك أفضل وأحسن للسامع، وهذا ما يليق بالإنسان العاقل؛ كي لا يكون صوته شبيهاً بصوت الحمار، فالمراد من هذه النصيحة: انقص بعضه واخفضه؛ حتى لا يصل إلى الصوت الذي يؤذى الجليس، وربما يخرق

(1) انظر: فقه الحوار في ضوء السنة النبوية - أ.د. أحمد عبده عوض - (ص: 79)، آداب الحديث والمناظرة -

محمد الأمين الشنقيطي - 76/2.

طوبة الأذن، على أن ارتفاع الصوت دليل على شيء من الغرور والاعتداد وعدم الاكتراث بالغير، والمراد التوسط؛ حتى لا يجهر جهراً ممقوتاً، ولا يخافت مخافتة مردولة، وخير الأمور أوسطها، فإن من يرتفع صوته في الحديث بدون مبرر ولا حاجة، فإن صوته كالنهاق، وإن أنكر الأصوات لصوت الحمير، وكانت العرب تجعل الحمار مثلاً في الذم والغباوة، وكذلك نهاقه (1).

تاسعاً: الإعراض عن الجاهلين

قد يواجه الإعلامي في عمله مجموعة من الأفراد، أقل ما يوصفون به أنهم (جاهلون)، غرضهم فقط الاعتراض لأجل الاعتراض والجدال، لا لأجل مصلحة ومنفعة تترتب على جدالهم وحوارهم، وهذه سنة موروثة منذ القدم، فقد تعرض الأنبياء والمرسلون لمثل هؤلاء.

وقد ورد ذكر هؤلاء الجاهلين، وإذاؤهم للأنبياء والمرسلين في مواضع عدة في القرآن الكريم، أوضحت أنه أمر لا بد منه عند الجهر بدعوة يرفضونها، فقال تعالى: (فَأَصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ) & إِنَّا كَفَيْنَاكَ الْمُسْتَهْزِينَ & الَّذِينَ يَجْعَلُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ & وَلَقَدْ نَعْلَمُ أَنَّكَ يَضِيقُ صَدْرُكَ بِمَا يَقُولُونَ & فَسَبِّحْ بِحَمْدِ رَبِّكَ وَكُنْ مِنَ السَّاجِدِينَ & وَأَعْبُدْ رَبَّكَ حَتَّىٰ يَأْتِيَكَ الْيَقِينُ (الحجر: 94 - 99).

"(وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ) لا تلتفت إلى ما يقولون، ولا تبال بهم...، (الَّذِينَ يَجْعَلُونَ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ) وصفهم بذلك تسلية لرسول الله ﷺ، بإعلام أنهم لم يقتصروا على الاستهزاء به ﷺ، بل اجترعوا على العظيمة، التي هي الإشراف بالله تعالى...، وكان يضيق صدره ﷺ؛ لأن الجبلة البشرية تضعف على الاحتمال" (2).

وقد كان المنهج الرباني واضحاً في كيفية التصدي لأمثال هؤلاء والتعامل معهم، بطرق ثلاثة لا رابع لها، فقد قال تعالى: (وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ تَعَالَوْا إِلَىٰ مَا أَنزَلَ اللَّهُ وَإِلَىٰ الرَّسُولِ رَأَيْتَ الْمُنَافِقِينَ يَصُدُّونَ عَنْكَ صُدُودًا) & فَكَيْفَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ بِمَا قَدَّمَتْ أَيْدِيهِمْ ثُمَّ جَاءُوكَ يَحْلِفُونَ بِاللَّهِ إِنْ أَرَدْنَا إِلَّا إِحْسَانًا وَتَوْفِيقًا & أُولَٰئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا (النساء: 61 - 63).

إذ إن وسائل إصلاح هؤلاء المعرضين، المنافقين، في أمور ثلاثة:

- (1) الإعراض عنهم، وعن عقابهم، وعن قبول أذارهم.
- (2) وعظهم، ونصحهم، وتخويفهم، وإرشادهم لفعل الخير؛ مما يدفعهم لتأمل ما يوعظون به.

(1) انظر: التفسير الواضح - محمد محمود حجازي - 49/3.

(2) المقتطف من عيون التفاسير - مصطفى الخيري المنصوري - 101/3.

(3) زجرهم بأبلغ أساليب الزجر والقول المؤثر، عن طريق توعدهم بالقتل والاستئصال باستمرارهم في نفاقهم، وأنهم في الدرك الأسفل من النار⁽¹⁾.

لكن التركيز الأكبر كان على الإعراض، ففي موضع آخر، يقول تعالى: (اتَّبِعْ مَا أُوحِيَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ لَنَا إِلَهُ إِنْ هُوَ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ) (الأنعام: 106).

وقد جعل المولى سبحانه من صفات عباده المتقين، إعراضهم عن أمثال هؤلاء من الجاهلين، فقال: (وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا) (الفرقان: 63).

فالمراد بالجاهلين في الآية السابقة، هم السفهاء، وجهلهم هو جهل الطيش والرعوننة؛ نتيجة سوء خلقهم وتعاملهم، فيعتدون على عباد الرحمن، ويشتمونهم، ويسبونهم، لكن كل هذه المحاولات لا تجدي نفعاً، ولا تنتهي عباد الرحمن عن مواصلة طريقتهم، بدليل قوله تعالى: (وَإِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَانَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ) (القصص: 55)، فالموقف واحد، "يضع عباد الرحمن في مقابل الجاهلين السفهاء الطائشين، ويدعو إلى ترفع المسلمين على الجاهلين، وترك مفاصلة المسلمين للجاهلين، وكل يعمل على شاكلته، وكل إناء بالذي فيه ينضح"⁽²⁾.

ويضاف لهذه الضوابط مجموعة أخرى لا بد أن تلتزم بها المرأة إن دخلت مجال الإعلام، وهذه الضوابط مجموعة في عدة آيات، هي:

أولاً: غرض البصر وعدم الخلوة مع الرجال

فقد جاء الأمر الإلهي للمؤمنين بأن يغضوا أبصارهم، وألا ينظروا لما حرم الله، وذلك في قوله تعالى: (قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ) (النور: 30).

ثم جاء تأكيد الأمر مرة أخرى، وتكراره للمؤمنات في الآية التالية، فجاء الخطاب الرباني: (وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ...) (النور: 31)؛ لما في النظر من الخطر، فإن النظرة تزرع في القلب شهوة، ورُبَّ شهوة أورثت حزناً وندماً طويلاً، فالنظر "بريد الزنا، ورائد الفجور، وهو مقدمة للوقوع في المخاطر...، ولأن البلوى فيه أشد وأكثر، ولا يكاد يُقدَّر على الاحتراس منه، وهو الباب الأكبر الذي يوصل إلى القلب، وأمر طرق الحواس إليه، ويكثر السقوط من جهته"⁽³⁾.

(1) انظر: التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 135/5.

(2) التفسير الموضوعي بين النظرية والتطبيق - د. صلاح الخالدي - (ص: 116).

(3) تفسير آيات الأحكام من القرآن - الشيخ محمد علي الصابوني - 107/2.

وإن الأمر بغض البصر الذي قد يكون في مكان علني يجمع الكثير، أو حتى في الطرقات، أو في أي مكان، يحمل إشارة إلى ما هو أبعد وأعمق دلالةً، ألا وهو منع الاختلاء بالرجال، فما اختلى رجل وامرأة في مكان إلا كان الشيطان ثالثهما، وكان الخطر مترتباً بصورة أكبر، ولهذا جاء قوله تعالى: **(وَلَا تَقْرَبُوا الزَّانَةَ إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا)** (الإسراء: 32)؛ فنهى عن مقدمات الزنا، ومن خلالها يكون النهي عن الفعل نفسه.

لذا، فمن الواجب في وسائل الإعلام التي تستعين بالمرأة، أن تجعل غرفاً منفصلةً للنساء تختلف عن أماكن الرجال، فهذا أفضل وأكثر حصانةً وأمنًا، وهو من باب الأخذ بالأسباب.

ثانياً: الالتزام باللباس الشرعي

فقد فرض الله - سبحانه - لباساً ينبغي على المرأة المسلمة الالتزام به؛ لما فيه من ستر لها، وصيانتها وحمايتها عن كل أذى، فاشتراط مجموعة من الشروط، هي:

أولاً: أن يكون ساتراً لجميع العورة إلا ما استثني منها: فقد أجمع الأئمة أن ما عدا الوجه والكفين من المرأة داخل في وجوب الستر أمام الأجانب، فقد قال تعالى: **(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذِينَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا)** (الأحزاب: 59)، كما أوضح في موضع آخر من يجوز إظهار الزينة أمامهم، فقال تعالى: **(... وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا...)** (النور: 31) **(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذِينَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا)** (الأحزاب: 59)، كما أوضح في موضع آخر من يجوز إظهار الزينة أمامهم، فقال تعالى: **(... وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا...)** (النور: 31) **(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذِينَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا)** (الأحزاب: 59)

ثانياً: ألا يكون زينة في نفسه: لقوله تعالى: **(... وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا...)** (النور: 31)، ومعنى (ما ظهر منها): أي بدون قصد ولا تعمد، فإذا كان في ذاته زينة فلا يجوز إبدائه، ولا يسمى حجاباً؛ لأن الحجاب هو الذي يمنع ظهور الزينة للأجانب، أما الزينة فنص الآية على تحريمها، بقوله تعالى: **(... وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)** (النور: 31).

ثالثاً: أن يكون سميكاً لا يشف ما تحته من الجسم: لأن الغرض من الحجاب الستر. رابعاً: أن يكون فضفاضاً: لا يُجَسِّم العورة، ولا يظهر أماكن الفتنة في الجسم. خامساً: ألا يكون الثوب معطراً: فتعطر المرأة يجعلها في حكم الزانية؛ لأنها بذلك مهيجة لشهوات الرجال التي هي بمنزلة رائد الزنا.

سادساً: ألا يكون الثوب فيه تشبه بالرجال، أو مما يلبسه الرجال. سابعاً: ألا تشبه زي الراهبات من أهل الكتاب أو زي الكافرات: لأن الشريعة الإسلامية نهت عن التشبه بالكفار، وأمرت بمخالفة أهل الكتاب في الزي والهيئة.

ثامناً: ألا يكون ثوب شهرة: وهو الثوب الذي يقصد بلبسه الاشتهار بين الناس، كالثوب النفيس الثمين الذي يلبسه صاحبه تفاخراً بالدنيا، وهذا الشرط ينطبق على الرجال والنساء⁽¹⁾.

ثالثاً: عدم الخضوع بالقول

فقد أمر الله - سبحانه - المؤمنات أن يبتعدن عن خضوع القول وتليينيه؛ بما يثير الشهوات، فقال تعالى: (... فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا & وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتِينَ الزَّكَاةَ وَأَطِعْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ...) (الأحزاب: 32، 33).

لكنه لم يأمرهن بالسكوت مطلقاً، أو تجنب الحديث، فأمرهن بالقول المعروف، "وأن يكون قولهن جزلاً، وكلامهن فصلاً، ولا يكون على وجه يظهر في القلب علاقة بما يظهر عليه من اللين، كما كانت الحال عليه في نساء العرب من مكالمة الرجال بترخيم الصوت ولينه مثل كلام المربيات والمومسات، وأمرهن بالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر...، والمرأة يُندب في حقها الغلظة في القول إذا خاطبت الأجانب والمحرمين عليها بالمصاهرة، وعلى الجملة فالقول المعروف: هو الصواب الذي لا تتكره الشريعة ولا النفوس"⁽²⁾⁽³⁾.

وبعد هذه الضوابط التي ينبغي للمرأة أن تلتزم بها عند رغبتها في العمل الإعلامي:

فإن نظرة واحدة كفيلاً بأن ترينا العجب العجاب، مما يُحزن القلب، وتدمع له العين. فنحن أمام وسائل إعلام تُطلق على نفسها اسم (الإعلام الإسلامي)، لكنها تستثني ظهور المرأة مذيعةً كانت أو ضيفةً، حتى لو كانت ملتزمةً بالزي الشرعي والحجاب الإسلامي؛ وحجتها: منع الفتنة وعدم الوقوع في الحرام، وما أبعد عن الصواب، فالدين الإسلامي لم يمنع المرأة من الخروج والعمل إذا التزمت بالشروط الواجبة، حتى إن نساء النبي كُنَّ يُعلِّمن غيرهن من نساء الصحابة، بل والصحابة أنفسهم.

وعلى النقيض، نرى وسائل إعلام تسمح للمرأة بأن تخرج سافرةً متبرجةً، لا تكاد تضع على جسدها ما يستتره إلا القليل، حتى إن بعض هذه الوسائل يشترط على المتقدمة للعمل لديه إن كانت محجبةً أن تخلع حجابها، بل وأصبح يستغل المرأة في الإعلانات وغيرها بصورة منفردة، أظهرت المرأة وكأنها سلعة، وليست إنسانة لها كرامتها وخصوصيتها، وكلا الوسيلتين مخطئتان في منهجهما وسياستهما المتبعة.

(1) انظر: اللباس والزينة في الشريعة الإسلامية - د. محمد عبد العزيز عمرو - (290 - 340)، تفسير آيات

الأحكام من القرآن - الشيخ محمد علي الصابوني - 276/2.

(2) الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 176/14.

(3) انظر: مجلة الإسراء - مقال: دور المرأة في الإعلام الإسلامي - سمية الشيخ علي - (ص: 81) -

جمادى الأولى والآخرة 1419هـ/ يوليو وأغسطس 1998م.

وفي أيامنا هذه، بدأنا نشهد اتجاهاً ثالثاً، سمح للإعلامية بالظهور على شاشاتها، متى ما التزمت بالزّي الشرعي، غير خاضعة بالقول، الأمر الذي عكس سماحة الدين الإسلامي، الذي جاء لرفعة المرأة، وليس لعزلها عن ممارسة دورها في المجتمع.

إلا أن بعض تلك الوسائل ما زالت بحاجة إلى تعديل بعض سلوكياتها وممارساتها، فقد تخرج المرأة فيه محجبةً، لكن حجابها يعتبر في نفسه زينة، أو واضعةً للأصباغ على وجهها بما يلفت النظر، ويحرك الغرائز؛ وحجتهم: ضرب المثل للمتبرجات بأن الدين الإسلامي يحافظ على أناقة المرأة حتى بعد حجابها، رغم أن الدين الإسلامي واضح بتعاليمه، وليس بحاجة لمثل هذه الحجج الواهية.

المطلب الثاني

ضوابط الرسالة

الرسالة: هي مادة ثقافية، أو عليمية، أو دينية، أو إخبارية، أو غير ذلك، اختارها المرسل للتعبير عن أهدافه؛ وهذا يمكن اعتبارها بأنها النتاج الفعلي المادي للوسيلة الإعلامية، سواءً كانت كتابية، أو رسماً، أو حديثاً، أو برنامجاً⁽¹⁾.

والرسالة ما هي إ حوار يهدف للتأثير على الجمهور المتلقي لها، وجمعهم على مبادئ وقيم خالدة، حيث قال تعالى: **(وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَلْسِنَتِكُمْ وَأَلْوَانِكُمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ)** (الروم: 22).

فهذه الآية جاءت لتقرر مبادئ في علاقة المسلمين بغيرهم، منها: مبدأ الاعتراف بالآخرين، مبدأ الحوار وأهميته، مبدأ استشراف المستقبل في ظل علاقات إنسانية سامية⁽²⁾. وحتى تحقق الرسالة أثرها، كان لا بد من وجود مجموعة من المعايير والضوابط، منها:

أولاً: تحديد المصطلحات وتسمية الأشياء بمسمياتها

وهذا ما أطلق عليه العلماء اسم (تحرير محل النزاع، وتحديد المفاهيم والمصطلحات)⁽³⁾، فالإعلام رسالة تستخدم العديد من المصطلحات والعبارات؛ ولكي تصل الرسالة واضحةً، وتحقق أثرها، كان لا بد لها من الوضوح في مصطلحاتها المستخدمة، وهذا على العكس مما هو متحقق في معظم وسائل الإعلام، التي يعاني العاملون فيها من خلل في اللغة العربية، من ناحية استخدام المصطلحات والتفريق بين معانيها⁽⁴⁾، فينبغي عليها أن تطلق الأسماء على مسمياتها الدقيقة، من خلال تحديد المفاهيم والمصطلحات التي ينبغي إطلاقها، بل والتي ينبغي استعمالها دون غيرها، إذ إن تحديد المصطلحات يؤدي إلى تقريب المسافات بين المرسل والجمهور المتلقي، ويمنع من حدوث النزاعات العديدة التي قد تكون نتيجةً لخلاف لفظي ليس إلا.

(1) انظر: استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 79).

(2) انظر: فقه الحوار في ضوء السنة النبوية - أ.د. أحمد عبده عوض - (ص: 8).

(3) انظر: مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشور - (ص: 73)، الحوار أصوله وضوابطه وأثره في الدعوة الإسلامية - أ. يوسف فرحات - (ص: 24).

(4) انظر: مجلة الأثر - مقال: أزمة اللغة العربية في الإعلام والإعلان وعلاجها - أ. عبد الحفيظ نصار - (ص: 1726) - ذو الحجة 1407هـ / أغسطس 1987م.

وقد كان القرآن الكريم دقيقاً في إطلاق الأسماء على مسمياتها، دقيقاً في تحديد المصطلحات، ومن ذلك قوله تعالى: (وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ & أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِن لَّا يَشْعُرُونَ & وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ آمِنُوا كَمَا آمَنَ النَّاسُ قَالُوا أَنُؤْمِنُ كَمَا آمَنَ السُّفَهَاءُ أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ السُّفَهَاءُ وَلَكِن لَّا يَعْلَمُونَ) (البقرة: 11 - 13).

"(قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ) يعني: أن صفة المصلحين خلصت لنا، وتمخضت من غير شائبة قاذح فيها وجه من وجوه الفساد...، (أَلَا إِنَّهُمْ هُمُ الْمُفْسِدُونَ وَلَكِن لَّا يَشْعُرُونَ)...، وقد ردَّ الله ما ادعوه من الانتظام في جملة المصلحين أبلغ رد، وأدله على سخط عظيم" (1).
إذن، فإن اختلاف الناس في الرأي، لم يكن "إلا وليد الاختلاف في تحديد مفاهيم الأشياء، ومدلول الكلمات والمصطلحات" (2).

وتحت هذا الضابط، يندرج: تصحيح المسميات الخاطئة، حيث يقول تعالى مرشداً المسلمين: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ) (البقرة: 104).
كما يقول تعالى: (وَمَا كَانَ صَلَاتُهُمْ عِنْدَ الْبَيْتِ إِلَّا مُكَاءً وَتَصَدِيَةً فَذُوقُوا الْعَذَابَ بِمَا كُنْتُمْ تَكْفُرُونَ) (الأنفال: 35).

"كانوا يقيمون التصفيق والصفير مقام الدعاء والتسبيح، فجعلوا ذلك صلاة، وإن لم يكن في حكم الشرع صلاة" (3).

ومن ذلك قوله تعالى أيضاً: (وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ قُتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْواتًا بَلْ أَحْيَاءٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ يُرْزَقُونَ) (آل عمران: 169)، وقوله: (وَمِنْهُمْ الَّذِينَ يُؤْذُونَ النَّبِيَّ وَيَقُولُونَ هُوَ أُذُنٌ قُلْ أُذُنٌ خَيْرٌ لَّكُمْ... (التوبة: 61).

ومن هذا الضابط أيضاً، يتفرع ضابط آخر، هو: الدقة في استعمال المصطلحات والألفاظ (4)، وقد ظهر ذلك واضحاً في مواضع عديدة في القرآن الكريم، منها ما جاء في موقف بني إسرائيل عندما طلبوا من نبيهم موسى أن يستسقي لهم، حيث جاء التعبير عن الحدث منوعاً، فمرة قال تعالى: (...فَانفَجَرَتْ مِنْهُ اثْنَتَا عَشْرَةَ عَيْنًا...) (البقرة: 60)، وفي آية أخرى قال: (...فَانبَجَسَتْ مِنْهُ اثْنَتَا عَشْرَةَ عَيْنًا...) (الأعراف: 160)، والانفجار بالماء أقوى وأغزر ماء من الانبجاس، فخالف بين المفردتين مع أن الموضوع واحد، لماذا؟.

(1) مدارك التنزيل وحقائق التأويل - النسفي - 25/1.

(2) أدب الحوار في الإسلام - د. محمد سيد طنطاوي - (ص: 54).

(3) النكت والعيون - الماوردي - 315/2.

(4) انظر: مقال: أخلاقيات الإعلام الإسلامي - د. صباح عبد الوهاب -

www.basaernews.i8.com/13/study.htm

بالتدقيق في الآيتين، يلاحظ القارئ أن ذلك لم يحدث دون أسباب اقتضت ذلك، وإنما لأمر بلاغي، فكلا الأمرين حصل، فقد انفجرت العيون أولاً بالماء الكثير كما قيل ثم قل بمعاصيهم فأخذ ينبجس، فجاء التعبير بالانفجار والتعبير بالانجاس؛ تبعاً لما يقتضيه السياق.

ولكي ندخل في مزيد من التفصيل فلنقرأ قوله تعالى: (وَإِذِ اسْتَسْقَى مُوسَى لِقَوْمِهِ فَقُلْنَا اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ فَانْفَجَرَتْ مِنْهُ اثْنَتَا عَشْرَةَ عَيْنًا قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَشْرِبَهُمْ كُلُّوا وَاشْرَبُوا مِنْ رِزْقِ اللَّهِ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ) (البقرة: 60).

وقوله تعالى: (وَقَطَعْنَا لَهُمُ اثْنَتَيْ عَشْرَةَ أَسْبَاطًا أُمَمًا وَأَوْحَيْنَا إِلَى مُوسَى إِذِ اسْتَسْقَاهُ قَوْمُهُ أَنْ اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ فَانْبَجَسَتْ مِنْهُ اثْنَتَا عَشْرَةَ عَيْنًا قَدْ عَلِمَ كُلُّ أُنَاسٍ مَشْرِبَهُمْ وَظَلَلْنَا عَلَيْهِمُ الْغَمَامَ وَأَنْزَلْنَا عَلَيْهِمُ الْمَنَّاءَ وَالسَّلْوَى كُلُّوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَمَا ظَلَمُونَا وَلَكِنْ كَانُوا أَنْفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ) (الأعراف: 160).

والملاحظ:

(1) أن الاستسقاء في سورة البقرة جاء من موسى لقومه، بينما في الأعراف الاستسقاء جاء بطلب من قومه.

(2) في سورة البقرة كان بالقول المباشر من رب العالمين بينما في الأعراف كان بوحى.

(3) السياق في سورة البقرة يدل على أن القوم كانوا في فترة استقامة؛ لأن الطلب منهم ألا يعثوا في الأرض فساداً، وهذا معروف في طبعهم المتقلب، أما في الأعراف فالسياق يدل على أنهم فعلاً في حالة انحراف؛ لأن الله - سبحانه - خاطبهم أنه لم يظلمهم شيئاً ولكن أنفسهم يظلمون.

لهذا الاختلاف جاء الانفجار بما يتناسب معه وهو قوة اندفاع الماء غزيراً، وجاء الانجاس في السياق الآخر بقلة في انسياب الماء لما حصل من تجاوزات من القوم⁽¹⁾.

وإن المتابع لوسائل الإعلام، يجد أن بعضها يهتم بتحديد المصطلحات، من خلال إعداد قاموس يطلق عليه (قاموس الإذاعة)، يكون ملزماً لكافة العاملين فيها، بحيث يتعرض من يخالفه للعقاب.

كما يلاحظ أيضاً، أن بعض وسائل الإعلام قد تستعمل مصطلحاً يختلف عن الأخرى في اللفظ، لكنهما يدلان على نفس المعنى، مثلاً: نرى قناة الجزيرة والعربية وغيرهما تستعملان مصطلح (إسرائيل، الجيش الإسرائيلي، المستوطنون... إلخ)، في حين نجد قناة المنار والعالم وغيرهما تستعمل مصطلح (الكيان الصهيوني، قوات الاحتلال أو الجيش الصهيوني، المعتصبون... إلخ)؛ وكلا المصطلحين يدلان على نفس الشيء.

(1) انظر: بلاغة الكلمة في القرآن الكريم - أ.د. فضل السامرائي - (ص: 113).

ثانياً: التزام طرق الإقناع الصحيحة

ويقوم هذا الضابط على القاعدة المعروفة لدى المسلمين، وهي: "إن كنت ناقلًا فالصحة، أو مدعيًا فالدليل" (1)، فالمعلومات إما أن تكون أخباراً، أو دعاوى، فالخبر يتم التأكد منه من خلال النسبة إلى مصدره، أما الدعاوى فتحتاج إلى الدلائل والبراهين. وبعبارة أخرى، فإن هذا الضابط يقوم على أمرين، هما: "تقديم الأدلة المثبتة أو المرجحة للأمر المدّعاة، إثبات صحة النقل للأمر المنقولة المروية" (2).

وحول هذا الضابط، جاءت العديد من الآيات القرآنية، الحاثّة على إقامة الحجة والدليل على صدق الرسالة، فقال تعالى: (أَمْ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ آلِهَةً قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ هَذَا ذِكْرٌ مَنْ مَعِيَ وَذِكْرٌ مَنْ قَبْلِي بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْلَمُونَ الْحَقَّ فَهُمْ مُعْرِضُونَ) (الأنبياء: 24).

ويأتي التزام طرق الإقناع الصحيحة، من خلال التسلح بالأدلة والبراهين، والاقتران بالأدلة والشواهد، حيث يقول تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ & الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ فَرَاشًا وَالسَّمَاءَ بِنَاءً وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ فَلَا تَجْعَلُوا لِلَّهِ أُنْدَادًا وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ & وَإِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ) (البقرة: 21 - 23)، ففي هذه الآيات، دعوة لعبادة المولى سبحانه، واقتربت تلك الدعوة بمجموعة من الأدلة والبراهين، في الأرض والسموات وما فيهن.

وقد جاء الأمر الرباني في آيات عدة، بوجوب تقديم الأدلة، والحجج والبراهين، الدالة على صدق الدعوى، فقال تعالى: (سَيَقُولُ الَّذِينَ أَشْرَكُوا لَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا أَشْرَكْنَا وَلَا آبَاؤُنَا وَلَا حَرَمْنَا مِنْ شَيْءٍ كَذَلِكَ كَذَّبَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ حَتَّىٰ ذَاقُوا بَأْسَنَا قُلْ هَلْ عِنْدَكُمْ مِنْ عِلْمٍ فَتُخْرِجُوهُ لَنَا إِنْ تَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَإِنْ أَنْتُمْ إِلَّا تَخْرُصُونَ) (الأنعام: 148).

"(قُلْ هَلْ عِنْدَكُمْ مِنْ عِلْمٍ) أي: هل من أمر معلوم يصح الاحتجاج به على ما زعمتم؟، (فَتُخْرِجُوهُ لَنَا) أي: فتظهره لنا على أتم وجه؟، والاستفهام للتعجيز والتوبيخ؛ ولذلك عقب تعالى عليه ببيان حالهم، فقال: (إِنْ تَتَّبِعُونَ) أي: ما تتبعون في ذلك (إِلَّا الظَّنَّ) الباطل الذي لا يغني من الحق شيئاً" (3).

وفي القرآن الكريم آيات ومواضع عديدة، حثت على وجوب اقتران الحجة بالدليل والبرهان، مما يصعب حصره وعرضه في هذه العجالة.

(1) كبرى اليقينيّات الكونية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 34).

(2) مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشور - (ص: 82).

(3) المقتطف من عيون التفاسير - مصطفى الخيري المنصوري - 182/2.

ثالثاً: عرض الموضوع بكافة جوانبه

وبعبارة أخرى، عرض الموضوع بصوره المتقابلة، وهذا كان واضحاً وجلياً في كتاب الله، فما من موطن يرد فيه الحديث عن النار، إلا وقوبل بحديث عن الجنة، وما من آيات تحدثت عن المؤمنين وصفاتهم، إلا تلتها آيات تتحدث عن الكافرين وصفاتهم، فكان يعرض الصورة، والصورة المقابلة لها.

وعلى الرسائل الإعلامية حين تعرض موضوعاً متعدد الجوانب، أن تذكر هذه الجوانب المتقابلة؛ لعرض الصورة الكاملة للمشاهد أو السامع أو القارئ، فيتمكن من فهم الموضوع بصورة صحيحة.

وتحت هذا الضابط، نذكر على سبيل المثال لا الحصر، قوله تعالى: (قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا & الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيَّهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا & أُولَئِكَ الَّذِينَ كَفَرُوا بِآيَاتِ رَبِّهِمْ وَلِقَائِهِ فَحَبِطَتْ أَعْمَالُهُمْ فَلَا نُقِيمُ لَهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَزْنًا & ذَلِكَ جَزَاؤُهُمْ جَهَنَّمَ بِمَا كَفَرُوا وَاتَّخَذُوا آيَاتِي وَرُسُلِي هُزُؤًا & إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ كَانَتْ لَهُمْ جَنَّاتُ الْفِرْدَوْسِ نُزُلًا & خَالِدِينَ فِيهَا لَا يَبْغُونَ عَنْهَا حِوَلًا) (الكهف: 103 - 108).

حيث تمضي هذه الآيات في وعيد الكافرين، وتقريع المبطلين، ... ثم وضع إلى جانب هذه الصورة صورة أخرى مقابلة لها، هي حالة المؤمنين الذين آمنوا وعملوا الصالحات⁽¹⁾.

رابعاً: القول الحسن المتصف بالرفق واللين مع اليسر والسهولة

الرسالة الإعلامية لا بد أن تتسم بالرفق واللين، كما ينبغي أن تتصف باليسر والسهولة، فهما أمران هامان لا بد من توافرها؛ لتحقيق الرسالة أثرها المطلوب منها.

وقد تكرر الأمر بهذا في آيات عديدة، حيث قال تعالى: (... وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ...) (البقرة: 83)، فيما أوضح في موضع آخر ما يترتب على الغلظة من النتائج والأثر، فقال تعالى: (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَبِتْ لَّهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ...) (آل عمران: 159).

ومن أعجب المواضع التي جاء فيها الأمر بالرفق، قوله تعالى: (ادْهَبْ إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى & فَقَوْلًا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى) (طه: 43، 44).

فقد أرسل الله - تعالى - موسى إلى فرعون؛ ليرشده ويوجهه إلى طريق الصواب، وعلمه "العبارة التي تتضمن القول اللين، فقال له كما جاء في سورة النازعات (ادْهَبْ إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى & فَقُلْ هَلْ لَكَ إِلَهٌ إِلَّا أَن تَزَكَّى & وَأَهْدِيكَ إِلَى رَبِّكَ فَتَخْشَى) (النازعات: 17 - 19)،

(1) القصص الهادف كما نراه في سورة الكهف - محمد محمد المدني - (ص: 244)، وانظر: شذرات من تفسير سورة الكهف - الشيخ عبد الكريم الكلوت - (ص: 55 - 59).

عبارة فيها غاية الرفق واللين، فمع بيان الله U عن فرعون بأنه طغى، لم يأذن في دعوته إلى دين الله بأن يخاطب بجفاء وغلظة وعنف؛ لما في هذا من التنفير" (1).

ففي هذه الآية، بيان للفائدة من القول اللين، إذ من شأنه "أن يكسر حدة الغضب، وأن يوقظ القلب للتذكر، وأن يحمله على الخشية من سوء عاقبة الكفر والطغيان" (2).
فإذا كان "فرعون في غاية العتو والاستكبار وموسى صفوة الله من خلقه...، أمر أن لا يخاطب فرعون إلا بالملاطفة واللين" (3)، فمن باب أولى أن يكون الرفق واللين هو المتبع مع الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية.

ويأتي الرفق واللين في الرسالة من خلال العبارات المستخدمة فيها، ومنها: (المناداة بأحب الأسماء أو الألقاب، أحترم وجهة نظرك، كنت سعيداً بالحوار مع شخص مثلك، ...) (4).

ومع الرفق واللين يتحقق اليسر والسهولة، فقد قال تعالى: (فَإِنَّمَا يَسِرَّنَاهُ بِلِسَانِكَ لِنُبَشِّرَ بِهِ الْمُتَّقِينَ وَنُنذِرَ بِهِ قَوْمًا لُدًّا) (مريم: 97)، وقال: (وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَكِّرٍ) (القمر: 17).
"أي: هذا القرآن الذي كذب به المشركون سهلنا قراءته عليك، إذ أنزلناه بلسانك؛ لتبشر به المتقين من عبادنا المؤمنين...، وتنذر به قوماً لداً وهم كفار قريش، وكانوا ألداء أشداء في الجدل والخصومة...، بيان كون القرآن ميسراً أن نزل بلغة النبي r من أجل البشارة لأهل الإيمان والعمل الصالح، والندارة لأهل الشرك والمعاصي" (5).

كما قال تعالى أيضاً: (... وَإِنَّا أَوْأَيُّكُمْ لَعَلَىٰ هُدًىٰ أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ) (سبأ: 24).

ففي هذه الآية "ملاطفة وتنزل في المجادلة إلى غاية الإنصاف، كقولك: الله يعلم أن أحدنا على حق وأن الآخر على باطل، ولا تعين بالتصريح أحدهما" (6).

وفي ذلك يروي أنس بن مالك t عن النبي r: (يسرروا ولا تعسروا، وبشروا ولا تنفروا) (7).

(1) فقه الدعوة إلى الله - عبد الرحمن حبنكة الميداني - 364/2.

(2) القصة في القرآن الكريم - د.محمد سيد طنطاوي - 360/1.

(3) تفسير القرآن العظيم - ابن كثير - 158/3.

(4) انظر: كيف تحاور - طارق بن علي الحبيب - (ص: 70 - 96).

(5) أيسر التفاسير - الجزائري - 336/3.

(6) التسهيل لعلوم التنزيل - الكلبي - 206/2.

(7) أخرجه البخاري في صحيحه - كتاب العلم - باب ما كان النبي يتخولهم بالموعظة كي لا ينفروا -

(حديث: 69) - 38/1 - واللفظ له، وأخرجه مسلم في صحيحه - كتاب الجهاد والسير - باب في الأمر

بالتيسير وترك التنفير - (حديث: 1734) - (ص: 689).

خامساً: تجنب التحريف والسلامة من التناقض

فمن الضوابط التي ينبغي أن تتصف بها الرسالة الإعلامية ألا تكون محرفة؛ لأن من شأنها إيصال الحق للناس، فإذا كانت محرفة، فقد ذهب معها الحق وضاع، وفي ذلك يقول تعالى: **(فَمَنْ بَدَّلَهُ بَعْدَمَا سَمِعَهُ فَإِنَّمَا إِثْمُهُ عَلَى الَّذِينَ يُبَدِّلُونَهُ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ)** (البقرة: 181). كما ينبغي ألا تكون الرسالة الإعلامية متناقضة؛ لأن هذا يشقت الجمهور المتلقي، فيصعب عليه التصديق واستيعاب الموضوع بتناقضاته، وقد ضرب القرآن الكريم أمثلة على التناقض، وذمها، ومن ذلك قوله تعالى: **(وَفِي مُوسَى إِذْ أَرْسَلْنَاهُ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ & فَتَوَلَّىٰ بِرُكْنِهِ وَقَالَ سَاحِرًا أَوْ مَجْنُونًا)** (الذاريات: 38، 39)، وقوله أيضاً: **(وَإِنْ يَرَوْا آيَةً يُعْرَضُوا وَيَقُولُوا سِحْرٌ مُّسْتَمِرٌّ)** (القمر: 2).

ففي الموضوع الأول تناقض في رسالة فرعون بوصفه لموسى بالجنون والسحر معاً، فالسحر يتطلب من الذكاء والبديهة الحاضرة السريعة ما لا يتحقق في المجنون، وفي الموضوع الثاني، تناقض في وصفهم السحر بالاستمرارية؛ لأن من شأن السحر ألا يكون مستمراً، والعكس صحيح⁽¹⁾.

سادساً: وحدة الموضوع والتسلسل الضكري

مما ينبغي توافره في الرسالة الإعلامية، الوحدة في الأفكار التي تحملها، سواءً أكانت ضمن برنامج، أم أخباراً، أم غيرها. وتتأكد هذه الوحدة الموضوعية، من خلال تناسق الصور مع الكلام المعروض في الوسائل الإعلامية المرئية. ويعتبر هذا ضابطاً هاماً للرسالة الإعلامية، إذ إن أي خلل في الوحدة الموضوعية، أو انقطاع في تسلسل الأفكار، يؤدي إلى خلل في فهم المتلقي. وقد كان القرآن الكريم خير مثال على الوحدة الموضوعية وتسلسل الأفكار، سواءً على نطاق القرآن الكريم كله، حيث باتت سوره كلها كالعقد الفريد المنتظم؛ لتحقيق الهداية بمفهومها الواسع، في العقائد، والسلوك، والاجتماع، إضافةً إلى وحدته في إعجازه، حتى يبدو كأنه كلمة إعجاز أو كلمة هداية⁽²⁾.

وكذلك وحدته على نطاق سوره وموضوعاته، ففي كل سورة تتحقق الوحدة الموضوعية، فسورة البقرة مثلاً على طولها، ونزولها متفرقةً على مدار تسع سنوات، كانت في

(1) انظر: مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشور - (ص: 83).

(2) انظر: مباحث في التفسير الموضوعي نظريةً وتطبيقاً - د. عبد السلام اللوح ود. عبد الكريم الدهشان -

(ص: 19).

قمة التلاحم والترابط، حيث بدأت بمقدمة عرفت بالقرآن، وكونه كتاب هداية، ثم بينت أن هدايته تتمثل في دعوة الناس كافة للإسلام، ثم التركيز على دعوة أهل الكتاب، وهذه الدعوة من خلال عرض تعاليم الدين وتشريعاته، وبيان الوازع والباعث على ملازمة هذه الشرائع ممثلاً في التقوى، ليكون الختام ببيان صفات من آمنوا واستجابوا، وبيان ما يرجى لهم في دنياهم وأخراهم⁽¹⁾.

سابعاً: البعد عن التعميم

من الأخطاء الشائعة في الرسائل الإعلامية قضية التعميم، فإذا حدث أمر ما، جعلته وكأنه حدث أو حكم عام، من قبيل التهويل والتضخيم؛ سعياً لزيادة الإقبال وعدد المشاهدين أو المستمعين أو القارئین.

لكن القرآن الكريم كان يدعو للبعد عن ذلك، وأن لكل نفس ما كسبت وما جنبت، فلا يعاقب أحد مثلاً بذنب اقترفه غيره، قال تعالى: **(... وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَى...)** (الإسراء: 15). "أي: لا تتحمل نفس أثمة نفس أخرى، بل على كل نفس إثمها دون إثم غيرها، أو لا يحمل أحد ذنب أحد، ولا يجني جانٍ إلا على نفسه،...، وتقرير مبدأ المسؤولية الشخصية من مفاخر الإسلام ومبادئه"⁽²⁾.

ثامناً: تنسيق الحوادث وترك التفاصيل

ينبغي على الرسالة الإعلامية أن تكون بأسلوب وصفي جيد، بعيد عن الاستطراد الممل، أو الاختصار المخل.

ذلك أن الاستطراد يؤدي إلى الانحراف عن الموضوع الأصلي للموضوع، والتوجه إلى جزئيات وفرعيات قد لا تسمن ولا تغني من جوع، وتؤدي إلى ضياع وقت المحاور وجهده. وهذا الاستطراد، يأتي من خلال ما يسمى (الأسئلة المتشعبة أو المتولدة) التي تنتج خلال الحوار، فينبغي على المحاور ألا ينساق وراءها تاركاً التفاصيل والأسئلة المحورية الهامة. وفي القرآن الكريم ضرب للأمثلة على تجنب الاستطراد والتفاصيل التي لا فائدة منها، ومثال ذلك في قوله تعالى: **(وَجَاءَتْ سَيَّارَةٌ فَأَرْسَلُوا وَارِدَهُمْ فَأَدْلَى دَلْوَهُ قَالَ يَا بُشْرَى هَذَا غُلَامٌ وَأَسْرُوهُ بِضَاعَةً وَاللَّهُ عَالِمٌ بِمَا يَعْمَلُونَ)** (يوسف: 15).

ففي هذه الآية ترك لتفاصيل لا أهمية لها، حيث جاء في سياق الآية بعد أن أدلى الوارد دلوه أن قال **(يَا بُشْرَى)**، وترك ما بينهما من أحداث ليست ذات فائدة كبيرة، وتفهم من السياق،

(1) انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 58).

(2) التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 35/15.

وهي: (ثم رفع الدلو، فوجد فيه غلاماً، فقال: يا بشرى)، وهذا ما ينبغي أن تلتزم به الرسالة الإعلامية.

تاسعاً: التدرج والبدء بالأهم

تتعدد الموضوعات التي ينبغي طرحها وعرضها من خلال الرسالة الإعلامية، لذا، فإن من الواجب النظر إلى هذه الموضوعات، وترتيبها بناءً على أهميتها، فتعطى الأولوية للأهم، ثم الأقل أهمية، وهكذا.

وقد ضرب لنا القرآن الكريم أروع الأمثلة على التدرج والبدء بالأهم، سواءً من طريقة نزوله، كما في قوله تعالى: (وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْلَا نُزِّلَ عَلَيْهِ الْقُرْآنُ جُمْلَةً وَاحِدَةً كَذَلِكَ لِنُثَبِّتَ بِهِ فُؤَادَكَ وَرَتَّلْنَاهُ تَرْتِيلاً) (الفرقان: 32).

فالحكمة والفائدة من نزوله مفرقاً منجماً، هي:

- 1) تثبيت قلب النبي ٣ والمؤمنين بشريعة الله، والعون على حفظ القرآن وفهمه وتطبيق أحكامه بنحو دقيق وشامل.
- 2) دفع الحرج عن المكلفين بتكليفهم بأحكام كثيرة مرة واحدة.
- 3) مراعاة مبدأ التدرج في التشريع.
- 4) معالجة الوقائع والطوارئ والأحداث، وإجابة الأسئلة بما هو الأنسب والأوفق⁽¹⁾.

أو من خلال بعض النماذج التي عرضها، والتي منها قوله تعالى: (يَا صَاحِبِي السِّجْنِ أَرَبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمِ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ & مَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِهِ إِلَّا أَسْمَاءُ سَمَّيْتُمُوهَا أَنْتُمْ وَآبَاؤُكُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ بِهَا مِنْ سُلْطَانٍ إِنْ الْحُكْمُ إِلَّا لِلَّهِ أَمَرَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (يوسف: 39، 40).

ففي هذه الآيات، بيان لما قام به يوسف ١١ من البدء بالأهم والتدرج، حيث كان السؤال أصلاً عن تأويل الرؤيا التي رآها صاحباها في السجن، لكنه قبل أن يفسرها لهم، تحدث لهم عن العبودية وتوحيد الخالق سبحانه، وأوضح لهم أن ما هم عليه ما هو إلا اتباع للأباء، ثم انتقل بعدها إلى تفسير رؤاهما.

وهذا ما ينبغي مراعاته لدى وسائل الإعلام، من خلال التدرج فيما تقدمه وتعرضه؛ لتحقيق الاستجابة والأثر المرجو منها.

(1) انظر: التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج - أ.د. وهبة الزحيلي - 58/19.

عاشراً: الصدق وعدم المبالغة في القسم

إذ ينبغي على الرسالة الإعلامية الالتزام بالصدق في الخبر، والصياغة، والحكم، والمقصد، وهو ما تم الحديث عنه سابقاً لدى الحديث عن خصائص الإعلام الإسلامي⁽¹⁾، كما ينبغي ألا تعتمد بكثرة على القسم في عرضها للموضوعات؛ فكثرة القسم قد تترتب عليها مضار أكثر من منافعها، حيث قال تعالى: **(وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخَالًا بَيْنَكُمْ فَتَزِلَّ قَدَمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا وَتَذُوقُوا السُّوءَ بِمَا صَدَدْتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ)** (النحل: 94)⁽²⁾.

حادي عشر: تنوع الأساليب المستخدمة

لم يأت القرآن الكريم بأسلوب واحد، أو على نمط وحيد، بل جاء بأساليب عديدة، وأنماط متنوعة، فحقق أثراً كبيراً، واستجابةً بالغةً في نفوس الجميع. فتارةً نجده قد ضرب الأمثال، وتارةً أخرى استخدم القصة، وفي مواضع أخرى استخدم الحوار والمناظرة، وغيرها من الأساليب.

وهكذا ينبغي أن تكون الرسالة الإعلامية، أساليبها متنوعة متعددة، حيث قال تعالى: **(ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...)** (النحل: 125). ففي هذه الآية، أمر إلهي للنبي ٣ بدعوة أمته إلى الإسلام، من خلال أساليب عديدة، منها الحكمة، "أي بالمقالة المحكمة الصحيحة، قيل: وهي الحجج القطعية المفيدة لليقين، **(وَالْمَوْعِظَةُ الْحَسَنَةُ)** وهي المقالة المشتملة على الموعدة الحسنة التي يستحسنها السامع، وتكون في نفسها حسنة باعتبار انتفاع السامع بها، قيل: وهي الحجج الظنية الإقناعية الموجبة للتصديق بمقدمات مقبولة، قيل وليس للدعوة إلا هاتان الطريقتان، ولكن الداعي قد يحتاج مع الخصم الألد إلى استعمال المعارضة والمناقضة ونحو ذلك من الجدل، ولهذا قال سبحانه: **(وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ)** أي بالطريق التي هي أحسن طرق المجادلة، وإنما أمر سبحانه بالمجادلة الحسنة لكون الداعي محققاً وغرضه صحيحاً، وكان خصمه مبطلاً وغرضه فاسداً"⁽³⁾.

وفي الفصل القادم بإذن الله U سيأتي بيان لهذه الأساليب، وتنوعها في القرآن الكريم.

(1) انظر: الفصل الأول - المبحث الأول - المطلب الثالث - (ص: 44).

(2) انظر: الفصل التمهيدي - المبحث الثالث - (ص: 26).

(3) فتح القدير - الشوكاني - 203/3.

المطلب الثالث

ضوابط الوسيلة

تنوعت وسائل الإعلام وتعددت، ما بين وسائل بصرية: كالصحف، والمجلات، والمطبوعات، أو وسائل سمعية: كالخطابة، والإذاعة، والتسجيلات، أو وسائل سمعية بصرية: كالسينما، والتلفاز، والمؤتمرات، وغيرها (1).

وأياً كان نوع هذه الوسائل، فهي قائمة لتحقيق أهداف معينة، وإيصال رسائل من خلالها، وحتى تقوم بدورها المطلوب، كان لا بد من التزامها بمجموعة من الضوابط، من بينها:

أولاً: أن تكون الحكمة من عملها واضحة محددة

وسائل الإعلام ينبغي أن يكون هدفها بيان الحق وعرضه للجمهور؛ إذ إنهم شهداء على الناس، كما ينبغي أن تكون وسيلة دعوية لنشر الخير، ونشر القيم الهادفة، (وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (التوبة: 71)، إضافة إلى العمل على تصحيح ما في المجتمع من الأخطاء والانحرافات.

وسائل الإعلام ينبغي أن يكون غرضها الهداية والتقويم، (وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ إِلَّا تَبْيِينٌ لِّهِمُ الَّذِي اٰخْتَلَفُوا فِيهِ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ) (النحل: 84).

والهدى يعني: "بيان الطريق الواضح للغاية النافعة، والطريق لا يكون واضحاً إلا إذا خلا من الصعاب والعقبات، وخلا أيضاً من المخاوف، فهو طريق واضح مأمون سهل، وأيضاً يكون قصيراً يوصلك إلى غايتك من أقصر الطرق" (2).

كما أن وسائل الإعلام ينبغي أن تكون البلمس الشافي للمجتمع من كافة علله وأمراضه، (وَنُنزِّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ ...) (الإسراء: 82).

فوسائل الإعلام ينبغي عليها أن تسعى لإصلاح أوضاع المجتمع وعلله، بإرشاده إلى الصواب من خلال ما جاء في القرآن الكريم من طرق الشفاء والعلاج؛ كي لا يقع في نفس أخطائه وأمراضه، والشفاء يتحقق من خلال معالجة أمورنا وفق منهج الله وحكمه، أما الرحمة فتكون بمنع عودة الداء مجدداً، وبالتالي تتحقق الوقاية التي تقتلع الداء من أصله فلا يعود (3).

(1) انظر: الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية - د. محمد محمود مهدي - (ص: 105)، وسائل الاتصال

السياحي - د. نعيم الظاهر ود. عبد الجابر تيم - (ص: 51).

(2) تفسير الشعراوي - محمد متولي الشعراوي - 8037/13.

(3) انظر: المرجع السابق - 8038/13.

"وكذلك الحال في علاج المجتمع، فقد جاء القرآن الكريم وفي العالم فساد كبير، وداءات متعددة، لا بد لها من منهج لشفاء هذه الداءات، ثم نعطيهها مناعاً تمنع عودة هذه الداءات مرة أخرى" (1).

فإذا وضعت وسائل الإعلام نصب عينها ما تريد تحقيقه، وسعت له بالطرق والوسائل المباحة، تكون قد حققت الحكمة من عملها، والإباحة في ذاتها.

ثانياً: عدم الانحراف عن الحق

تتعدد الطرق أمام وسائل الإعلام للوصول إلى أهدافها، وهذه الطرق إما أن تكون مستقيمة، أو طرفاً ملتوية بعيدة عن الصواب، يلجأ إليها بعضهم بحجة أن الغاية تبرر الوسيلة، فالهدف يبرر الطريقة المتبعة لتحقيقه.

ولكن وسائل الإعلام الإسلامية لا بد لها من التزام الحق وعدم الانحراف عنه، والبحث عن أفضل الطرق للتواصل مع الجمهور، حيث يقول تعالى: (وَمِنَ النَّاسِ مَن يَتَّخِذُ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَندَادًا يُحِبُّونَهُمْ كَحُبِّ اللَّهِ وَالَّذِينَ آمَنُوا أَشَدُّ حُبًّا لِلَّهِ وَلَوْ يَرَى الَّذِينَ ظَلَمُوا إِذْ يَرُونَ الْعَذَابَ أَنَّ الْقُوَّةَ لِلَّهِ جَمِيعًا وَأَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعَذَابِ) (البقرة: 165).

فقد أوضحت الآية السابقة أن بعض الأفراد قد ينحرفون عن الحق لأجل مظاهر دنيوية لا اعتبار ولا قيمة لها، بل إنها تؤدي بصاحبها إلى العذاب المقيم يوم القيامة، "ومع هذا فإن هناك من لا ينظر ولا يتعقل...، من الناس من يتخذ من دون الله أندادا...، وهم في كل عهد من عهود الجاهلية أشياء أو أشخاص أو شارات أو اعتبارات...، والذين آمنوا أشد حبا لله...، أشد حبا لله من كل حب يتجهون به إلى سواه، والتعبير هنا بالحب تعبير جميل، فوق أنه تعبير صادق، فالصلة بين المؤمن الحق وبين الله هي صلة الحب، صلة الوشيجة القلبية، والتجاذب الروحي، صلة المودة والقربى، صلة الوجدان المشدود بعاطفة الحب المشرق الودود" (2).

ثالثاً: الرقابة الدائمة على أعضائها

قال تعالى: (وَتَمَقَّدَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِيَ لَا أَرَى الْهُدْهُدَ أَمْ كَانَ مِنَ الْغَائِبِينَ & لَأُعَذِّبَنَّهُ عَذَابًا شَدِيدًا أَوْ لَأَذْبَحَنَّهُ أَوْ لِيَأْتِيَنِّي بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ & فَمَكَثَ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ تَحِطُ بِهِ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ & إِنِّي وَجَدْتُ امْرَأَةً تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيَتْ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ & وَجَدْتُهَا وَقَوْمَهَا يَسْجُدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ اللَّهِ وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَالَهُمْ فَصَدَّهُمْ عَنِ السَّبِيلِ فَهُمْ لَا يَهْتَدُونَ & أَلَا يَسْجُدُوا لِلَّهِ الَّذِي يُخْرِجُ الْخَبَاءَ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَيَعْلَمُ مَا تُخْفُونَ وَمَا تُعْلِنُونَ & اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ رَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ & قَالَ سَنَنْظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ) (النمل: 20 - 27).

(1) تفسير الشعراوي - محمد متولي الشعراوي - 8039/13.

(2) في ظلال القرآن - سيد قطب - 153/2.

في هذه المجموعة من الآيات، يمثل سليمان U الوسيلة الإعلامية، بينما يمثل الهدد الإعلامي التابع لهذه الوسيلة.

ومن خلال الآيات، يتضح مدى الرقابة التي مارستها الوسيلة على أعضائها، من خلال أمرين:

(1) متابعة أحوال العاملين، ومدى التزامهم بالأعمال المنوطة بهم، وحضورهم وغيابهم، وقد اتضح هذا من متابعة سليمان للهدد، وملاحظته لغيابه.

(2) فرض الرقابة على المعلومات التي يجلبها الأعضاء للوسيلة، فلم يعتمد مباشرة ما سمعه من الهدد عن بلقيس، وإنما قال له: (...سَنَنْظُرُ أَصْدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ).

وفي هذه الحادثة، ما يشير إلى وجوب وجود الرقابة الدائمة من الوسيلة على أعضائها، وعلى ما يبث فيها، شريطة ألا تكون هذه الرقابة مخلة بالموضوعية والمصادقية، كما هو الحال في بعض الفضائيات التي يخضع كل ما يبث فيه إلى رقابة الرئاسة والحكومة؛ وبالتالي فإن من الطبيعي أن يكون كل ما يعرض مدحاً وتمجيذاً في الرئيس وحكومته، وإن كانوا لا يستحقون.

رابعاً: الانطلاق المتفق عليه والرجوع للمصادر الأصيلة عند الخلاف

أمر طبيعي أن يوجد الاختلاف بين البشر، لكنّ المهم ألا يؤدي الاختلاف إلى التنازع والفرقة، بل ينبغي على وسائل الإعلام في حال الاختلاف أن تبحث عن الأمور المتفق عليها فتتعلق منها (1)، حيث يقول تعالى: (وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْنَا وَأُنزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ) (العنكبوت: 46).

وفي الآية السابقة، كان الحديث عن الخلاف بين المسلمين وبين أهل الكتاب، لكن الانطلاق في الرسالة كان مشروطاً بأن يكون بالحسنى، وأن يكون من النقاط المتفق عليها، وهذا بيّن في قوله تعالى: (وَأُنزِلَ إِلَيْكُمْ)، فالعناية بمواضع الاتفاق، يؤدي إلى تضيق هوة النزاع بين المختلفين، وتقريب المسافات فيما بينهم.

كما ينبغي في حال الاختلاف أن تلتزم وسائل الإعلام بمجموعة من المعايير، منها:

- (1) عدم تجاوز الحد، أو اللجوء للسخرية والاستهزاء والاستفزاز للمخالف.
- (2) الالتزام بالضوابط والقيم، وعدم اتباع الهوى أو التعصب ضد الطرف الآخر.
- (3) الرجوع إلى الأصول المعتمدة لتحكيم الخلاف، (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَالرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا) (النساء: 59) (2).

(1) انظر: مقال: الحوار بالتي هي أحسن - ديوسف القرضاوي -

www.balagh.com/mosoa/tablg/ws1czjie.htm

(2) انظر: فقه الحوار في ضوء السنة النبوية - أ.د. أحمد عبده عوض - (ص: 84).

ففي الآية السابقة، أمر من الله U "بأن كل شيء تنازع الناس فيه، من أصول الدين وفروعه، أن يرد التنازع في ذلك إلى الكتاب والسنة...، فما حكم به كتاب الله وسنة رسوله فهو الحق، وماذا بعد الحق إلا الضلال" (1).

ومما يعين على تجاوز هذه المرحلة، العلم بما ذهب إليه الأصوليون من إمكانية تعدد الصواب في مسألة واحدة، إضافة إلى أن الخلاف كان رحمةً بالأمة، حيث أظهر مجموعة من المذاهب الفقهية؛ كانت للتيسير والتخفيف على الأمة، فليس الخلاف مذمومًا دومًا، والمهم أن الخلاف في الرأي لا يفسد للود قضية (2).

خامساً: العدل والإنصاف

ويتحقق العدل والإنصاف من خلال الابتعاد عن التعصب والتحيز الأعمى، الذي يضل أصحابه عن الحق والصواب.

وقد جاء الأمر بالعدل والإنصاف في القرآن في مواضع عديدة، منها: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ) (المائدة: 8).

ففي هذه الآية أمر بالعدل مع الكفار رغم شدة البغض لهم؛ لأن العدل أقرب الطرق لتقوى الله، وفي هذه الآية تنبيه عظيم على أن وجوب العدل مع الكفار الذين هم أعداء الله إذا كان بهذه الصفة، فما الظن بوجوبه مع المؤمنين الذين هم أولياؤه وأحباؤه (3).

سادساً: تهيئة الظروف المناسبة:

ويقصد بالظروف المناسبة: (المكان، الزمان، الجو، الحالة النفسية، الموضوع) (4). فعلى سبيل المثال: من حيث المكان والزمان: ينبغي اختيار الوقت الملائم، ومناسبته لأحوال الناس، بعيداً عن الأماكن العامة، التي قد تتصف بالفوضى والغوغائية، والتعطيل على الحق، ومن حيث الموضوع: فيجب أن يكون ضمن اهتمامات المتلقين، وأن يكون المرسل على قدر من الثقافة والإلمام به.

ورغم أن بعض الوسائل قد تبذل جهودها في التهيئة، إلا أن "اختيار الظروف المناسب يظل أمراً يحتاج إلى مران، ومنزلقاً قلَّ من ينجو منه" (5).

(1) عمدة التفاسير عن الحافظ ابن كثير - أحمد محمد شاكر - 209/1.

(2) انظر: الصحوة الإسلامية بين الاختلاف المشروع والتفرق المذموم - د. يوسف القرضاوي - (ص: 71، 90).

(3) السراج المنير - الخطيب الشربيني - 359/1.

(4) انظر: السهل الممتنع مهارات التفاوض وفنون الحوار والإقناع - د. علي الحمادي - (ص: 71).

(5) كيف تحاور - طارق بن علي الحبيب - (ص: 18).

وقد كان القرآن الكريم خير مثال على التهيئة المناسبة، من حيث نزوله مفزقاً، حيث كان يراعي أحوال المخاطبين، والزمان والمكان المناسبين للنزول، وهكذا؛ فتحقق له الانتشار والبقاء.

سابعاً: الثقة بالفكر الذي تحمله

كل وسيلة إعلامية تحمل رسالة وفكراً تعمل على نشره وإيصاله، وكى تتمكن من تحقيق ذلك، ونشر أفكارها، ينبغي عليها الثقة بهذا الفكر؛ لأن ثقته تؤدي لقناعتها به، وبالتالي قدرتها على إقناع الآخرين به.

أما عدم الثقة، فإنه يؤدي إلى نتائج سلبية، منها عدم القدرة على الصمود في حالات المواجهة والنقاش⁽¹⁾.

وهذا ما كان المشركون يعانون منه أثناء نزول القرآن الكريم، فهم مقتنعون بصدق القرآن وصحته، وغير واثقين في فكرهم الذي يحملون، مما جعلهم يضعفون أمام المواجهة، ولم يعد في جعبتهم إلا أن قالوا: (... لا تسمعوا لهذا القرآن والغوا فيه لعلكم تغلبون) (فصلت: 26).

ثامناً: إيصال الرسالة على أكمل وجه، والبعد عن الإكراه

ينبغي على الوسائل الإعلامية أن تعمل على إيصال رسالتها على الوجه الأكمل، من خلال الدقة والأمانة في النقل، وهذا يتحقق من خلال وجود الرقابة، وهو ما تحدثنا عنه سابقاً. ويتحقق ذلك أيضاً من خلال البعد عن التعصب أو التقليد الأعمى، فالمتعصب "أشبهه بامرئ يعيش وحده في بيت من المرايا، لا يرى فيها غير شخصه أينما ذهب يُمنه أو يُسره، وكذلك المتعصب لا يرى رغم كثرة الآراء غير رأيه"⁽²⁾.

ويتفرع من هذا الضابط: البعد عن الإكراه؛ لأنه قد يحقق نتائج مؤقتة، لكن أضراره أكثر من منافعه⁽³⁾، فالفائدة الأكبر تتحقق من خلال الاقتناع، ولهذا قال تعالى: (لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي فمن يكفر بالطاغوت ويؤمن بالله فقد استمسك بالعروة الوثقى لا انفصام لها والله سميع عليم) (البقرة: 256)، كما قال أيضاً: (ولو شاء ربك لآمن من في الأرض كلهم جميعاً أفأنت تكره الناس حتى يكونوا مؤمنين) (يونس: 99).

ومن الحقائق المسلمة، أنه "كلما كانت الدعوة التي يدعى إليها إنسان ما، لا تعقيد فيها ولا تكلف...، كانت مقبولةً مستساغة، وليست في حاجة إلى حمل الناس عليها، وكلما كانت

(1) انظر: مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام - د. سعد عبد الله عاشور - (ص: 75).

(2) الصحوة الإسلامية بين الاختلاف المشروع والتفرق المذموم - د. يوسف القرضاوي - (ص: 121).

(3) انظر: مجلة الأزهر - مقال: أزمة اللغة العربية في الإعلام والإعلان وعلاجها - أ. عبد الحفيظ نصار -

(ص: 1726) - ذو الحجة 1407هـ / أغسطس 1987م.

معددة ملتوية متناقضة، كانت منفرة للناس؛ لأنها لا تناسب عقولهم، ولا تتفق مع مصلحتهم، ولا تساير أهدافهم الصحيحة في حياتهم" (1).

تاسعاً: الشورى والتعاون مع الغير

جاء الدين الإسلامي، ونصّ على مجموعة من المبادئ التي ينبغي الالتزام بها، ومن ضمنها الشورى، فقال تعالى: (فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ) (آل عمران: 159)، وقال أيضاً: (وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ) (الشورى: 38).

"ولم تكن الشورى، وأمر النبي ٣ بها، وهو الذي ينزل عليه الوحي؛ إلا تعليماً لهذه الأمة، وإعلاناً بأن في تحقيق مبدأ الشورى من الفضل والخير، ما يؤمن معه العثار، ويحفظ الأمة من الزلل، كما أنه شيمة العقلاء، فما ندم من استشار، وما شقي عبد بمشورة، وما سعد باستغناء رأي" (2).

وتأتي الشورى من خلال التعاون مع الغير، فالشورى بحاجة لمشاورة ومناقشة الآخرين؛ للوصول إلى رأي مشترك، وهذا يتحقق من خلال التعاون المشترك، وكما أبرز القرآن الكريم أهمية الشورى وأمر بها، جاء فيه ما يدل على التعاون مع الآخرين، وأن الجميع لا بد أن يكون قوة فاعلة متحركة، فقال تعالى: (وَاجْعَلْ لِي وِزِيرًا مِّنْ أَهْلِي & هَارُونَ أَخِي & اشْدُدْ بِهِ أَزْرِي & وَأَشْرِكْهُ فِي أَمْرِي & كَيْ نُسَبِّحَكَ كَثِيرًا & وَنَذْكُرَكَ كَثِيرًا & إِنَّكَ كُنْتَ بِنَا بَصِيرًا) (طه: 29 - 35).

فقد طلب موسى U من ربه أن يعينه ويمده بأخيه هارون، فقال: "أسألك أن تقوي به ظهري، وأن تجعله شريكاً لي في تبليغ رسالتك؛ حتى نؤديها على الوجه الأكمل، وكان موسى U قد علم من نفسه حدة الطبع، وسرعة الانفعال، فالتجأ إلى ربه؛ كي يعينه بأخيه هارون؛ ليقوى به، ويتشاور معه في الأمر الجليل الذي هو مقدم عليه" (3).

وقد كان الحث في مواضع متعددة على وجوب تحرك الجميع، وألا يقفوا ساكتين متفرجين، بل أن يعاون بعضهم بعضاً في سبيل نصره الحق، وهذا واضح من قوله تعالى: (... فَأَعِينُونِي بِقُوَّةٍ أَجْعَلْ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ رَدْمًا) (الكهف: 95)، "أي: تحركوا، ولا تقفوا مشاهدين سلبين" (4).

(1) الثقافة الإسلامية - د. عبد الملك عودة وآخرون - (ص: 332).

(2) مجلة الأزهر - مقال: أهمية الكلمة في الإعلام الإسلامي - أ.د. أحمد عبده عوض - (ص: 1549) - شوال 1421هـ/يناير 2001م.

(3) القصة في القرآن الكريم - د. محمد سيد طنطاوي - 358/1.

(4) خواطر قرآنية - أ. عمرو خالد - (ص: 157).

المطلب الرابع

ضوابط المتلقي

المتلقي: هو الشخص أو الجمهور المستقبل للرسالة الإعلامية، فهو يتلقى الرسالة الإعلامية، ويربط بينها وبين الواقع، وهو باختصار الهدف الذي تسعى الوسيلة الإعلامية والقائمون عليها إلى التأثير فيه (1).

وكي تقوم الوسيلة الإعلامية بتحقيق أهدافها المرجوة، والتأثير على المتلقي، كان لا بد من توافر مجموعة من الضوابط في هذا الجمهور، وهي:

أولاً: اتباع الحق والإعراض عن المنكر وأهله

تسعى وسائل الإعلام كلها للتأثير على الجمهور المتلقي، فيجد نفسه أمام كم هائل من هذه القنوات الفضائية، والمحطات الأرضية، والإذاعية، كل واحدة منها لها خصائصها، وسياستها، وأسلوبها في الجذب.

وأمام هذا العدد الضخم من وسائل الإعلام، كان لا بد للمتلقي من أن يشعر بالمسئولية الكبيرة على ما يتلقاه ويعرض له، وهذه المسئولية تتعلق في المتابعة أولاً، ثم الاختيار والانتقاء ثانياً، حيث قال تعالى: (وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا) (الإسراء: 36).

فهذه الآية تحتمل وجهين: "أحدهما: أن يكون الإنسان هو المسئول عن السمع والبصر والفؤاد؛ لأنه يعمل بها في الطاعة والمعصية.

الثاني: أن السمع والبصر والفؤاد تُسأل عن الإنسان؛ ليكونوا شهوداً عليه وله، بما فعل من طاعة، وما ارتكب من معصية" (2).

فكلا هذين الأمرين فيهما مسئولية، ولا ترى الباحثة مانعاً من اجتماعهما معاً، وليس الاحتمال لأحدهما، ففي الدنيا على المرء أن يكون مسئولاً عن تصرفاته، واستخدامه لحواسه، وفي الآخرة، يحاسب المرء على ما اقترف، فتتطرق حواسه شاهدةً عليه؛ لقوله تعالى: (وَيَوْمَ يُحْشَرُ أَعْدَاءُ اللَّهِ إِلَى النَّارِ فَهُمْ يُوزَعُونَ & حَتَّىٰ إِذَا مَا جَاءُوهَا شَهِدَ عَلَيْهِمْ سَمْعُهُمْ وَأَبْصَارُهُمْ وَجُلُودُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ & وَقَالُوا لِمَ لَجُودِهِمْ لِمَ شَهِدْتُمْ عَلَيْنَا قَالُوا أَنْطَقْنَا اللَّهُ الَّذِي أَنْطَقَ كُلَّ شَيْءٍ وَهُوَ خَلَقَكُمْ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَإِلَيْهِ

(1) انظر: الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 56).

(2) النكت والعيون - الماوردي - 243/3.

تُرْجَعُونَ & وَمَا كُنْتُمْ تَسْتَتِرُونَ أَنْ يَشْهَدَ عَلَيْكُمْ سَمْعُكُمْ وَلَا أَبْصَارُكُمْ وَلَا جُلُودُكُمْ وَلَكِنْ ظَنَنْتُمْ أَنَّ اللَّهَ لَا يَعْلَمُ كَثِيرًا مِمَّا تَعْمَلُونَ (فصلت: 19 - 22).

وهذه المسؤولية، بعد عملية الانتقاء، تقع في الاختيار، فيجب على المتلقي أن يتبع الحق، وأن يعرض عن الجاهلين من أصحاب وسائل الإعلام المضلة، وهذا ما أمر به تعالى صراحةً حين قال: (وَقَدْ نَزَّلَ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ أَنْ إِذَا سَمِعْتُمْ آيَاتِ اللَّهِ يُكْفَرُ بِهَا وَيُسْتَهْزَأُ بِهَا فَلَا تَقْعُدُوا مَعَهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ إِنَّكُمْ إِذَا مِثْلُهُمْ إِنَّ اللَّهَ جَامِعُ الْمُنَافِقِينَ وَالْكَافِرِينَ فِي جَهَنَّمَ جَمِيعًا) (النساء: 140). كما قال أيضاً: (وَإِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخُوضُونَ فِي آيَاتِنَا فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ وَإِمَّا يُنْسِيَنَّكَ الشَّيْطَانُ فَلَا تَقْعُدْ بَعْدَ الذِّكْرِى مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ) (الأنعام: 68). فهنا جاء الأمر الإلهي بمنابتهم، والقيام عن المستهزئين والمضللين؛ "ليتأدبوا بذلك، ويدعوا الخوض والاستهزاء" (1).

ومقابل الإعراض عن المضللين، لا بد من اتباع الحق والصواب، حيث قال تعالى: (... قُلْ إِنَّمَا اتَّبَعْتُ مَا يُوحَى إِلَيَّ مِنْ رَبِّي هَذَا بَصَائِرُ مِنْ رَبِّكُمْ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ) (الأعراف: 203).

ثانياً: قبول المعروف والتعاطي معه بإيجابية

ويتفرع هذا الضابط عن سابقه، ويعني: التزام الحق وتطبيقه، ومناصرة أهله، فكثيراً ما نجد من يؤمن بخطأ وضلال بعض وسائل الإعلام، ويؤمن بصواب بعضها الآخر، لكنه لا يتأثر بما تعرضه تلك الوسائل، ولا تجد طريقها إلى قلبه.

وقد جاء القرآن الكريم داعياً لهذا التعامل الإيجابي، وحثاً عليه، حيث قال تعالى: (قُلْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ قُلِ اللَّهُ يَهْدِي لِلْحَقِّ أَفَمَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ أَحَقُّ أَنْ يُتَّبَعَ أَمْ مَنْ لَا يَهْدِي إِنْ أُنْ يُهْدَى فَمَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ) (يونس: 35).

فالخاتمة بقوله تعالى: (... فَمَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ)، فيها تهكم بهم، حيث جعلوا آلهة مع الله سبحانه، بعد ظهور الحجج والبراهين على أنه وحده المستحق للعبادة، "قلأي شيء جعلت مع الله آلهة؟"، فالجواب: أن هذا من تزيين الشيطان للإنسان، أقبح البهتان، وأضل الضلال، حتى اعتقد ذلك وألفه، وظنه حقاً، وهو لا شيء" (2).

(1) المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز - ابن عطية الأندلسي - 72/6.

(2) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 625/1.

ثالثاً: عدم الانخداع بكل ما يقدم

كثيراً ما ينخدع الناس وراء المظاهر البراقة الخادعة، فيجذبهم إليه، رغم صيحات تنعالي بتحذيرهم وإرشادهم، فليس كل ما يلمع ذهباً، ولكن لا حياة لمن تنادي. وهكذا الحال في وسائل الإعلام، فالمظاهر وحدها لا تعدُّ كافيةً للتأثير، فكثيراً ما نرى وسائل إعلام برّاقة، وأسماء لمّاعة، لكنها وللأسف الشديد ممن يدس السم في العسل، وللأسف الأشد فإنها تجذب وتخدع الكثير.

وقد كان النهج القرآني في التحذير من أمثال هؤلاء، والدعوة لأخذ الحيطة والحذر، وإن كان التثبت واجباً في حق وسائل الإعلام والقائمين عليها، فهو كذلك في حق الجمهور المتلقي. قال تعالى: (وَمِنَ النَّاسِ مَن يُعْجِبُكَ قَوْلُهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشْهَدُ اللَّهُ عَلَىٰ مَا فِي قَلْبِهِ وَهُوَ أَلَدُّ الْخِصَامِ وَإِذَا تَوَلَّىٰ سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفُسَادَ & وَإِذَا قِيلَ لَهُ اتَّقِ اللَّهَ أَخَذَتْهُ الْعِزَّةُ بِالْإِثْمِ فَحَسْبُهُ جَهَنَّمُ وَلَبِئْسَ الْمِهَادُ) (البقرة: 204 - 206).

حذر القرآن الكريم في الآيات السابقة من نوع من الناس، يغتر الآخرون بظاهره، وهو يبطن لهم العداوة، ويسعى للفساد، "يحاول أن يخادع الناس بحلو لسانه، ويضلهم بقدرة بيانه، فيه طبع ملازم له، وهو شدة الخصومة...، وفي هذه الآية الكريمة بيان الغاية التي تغياها من يريد أن يخدع الناس، فهو يخدعهم ليتمكن لأهوائه وشهواته، وإذا تمكنت الأهواء والشهوات واندفعت الشخص في اجتراعها...، سرى الفساد في جسم الأمة كما يسرى الداء العضال في جسم المريض، وبذلك يهلك الحرث والنسل...، وهلاكهما كناية عن الخراب العام، والضيق الشديد، والفساد المستحکم، وضياع المصالح" (1).

رابعاً: الانتقاء والاختيار من بين ما تعرضه وسائل الإعلام

يقول تعالى: (الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْأُولُو النَّابِإِ) (الزمر: 18).

لما كانت وسائل الإعلام الإسلامية لا تثبت إلا ما يتوافق وتعاليم الدين الإسلامي، فليست مندرجةً معنا تحت هذا الضابط، حيث إن المقصود هنا انتقاء واختيار الجمهور من بين ما تعرضه وسائل الإعلام العادية (2)، فقد تعرض برامج وثائقية ثقافية طبية اجتماعية مفيدة، وقد تعرض مسلسلات وبرامج ترفيهية مفسدها أكثر من منافعها، والمتلقي هنا تقع على عاتقه عملية الانتقاء الجيد؛ حتى يكون ممن (يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ).

(1) زهرة التفاسير - محمد أبو زهرة - 641/1.

(2) انظر: الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي (رسالة ماجستير) - إيمان محمد بركة - (ص: 10).

فقد أراد الله - سبحانه - من الناس ومن خلال هذه الآية أن يكونوا "نقاداً في الدين، يميزون بين الحسن والأحسن، والفاضل والأفضل...، أو يستمعون الحديث مع القوم رغم ما فيه من محاسن ومساوئ، فيحدث بأحسن ما سمع، ويكف عن سواه" (1).

خامساً: عدم تهويل المعلومات المتلقاة

يسعى بعض الجمهور بعد تلقي المعلومات عبر وسائل الإعلام، أو حتى بعد سماعها من غيرهم إلى إذاعتها ونشرها بين الآخرين، ولكنهم لا ينشروها كما سمعوها، بل يقومون بالزيادة والإضافة فيها؛ كي يتم تهويل الرسالة؛ ظناً منهم أن ذلك يدعو إلى إقبال الأصدقاء والأهل عليهم، ويضفي روحاً جيدةً في المجالس والتجمعات.

ولما كان القرآن الكريم منزلاً من لدن حكيم خبير، يعلم طباع الناس وتصرفاتهم، جاء التحذير من هذا التهويل في مواضع عديدة بكتاب الله، كان من بينها قوله تعالى: (وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ) (الرحمن: 9)، وقال أيضاً: (لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَن يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ) (الحديد: 25).

فقد أوضح تعالى في الآيتين السابقتين أهمية القيام بالقسط والعدل، وأوضحت آية الحديد أن الرسل بُعثوا بالدلائل والبراهين، والذي ينبغي على الناس بعد تلقيهم الحق، أن يقوموا بالعدل، "والقسط هو إجراء أمور الناس على ما يقتضيه الحق، فهو عدل عام بحيث يقدر صاحب الحق منازعاً لمن قد احتوى على حقه...، والباء للملابسة، أي يكون أمر الناس ملابساً للعدل ومماشياً للحق" (2).

سادساً: تجنب التعصب الأعمى

أمر بدهي أن يتعصب بعض الأفراد لما تنتشره وسيلة إعلامية معينة؛ نتيجةً لانتماء حزبي، أو فكري، أو ديني، أو ما شابه، تعصباً يعميهم عن الحق، ويضلهم عن الصواب، (وَإِذَا قِيلَ لَهُمُ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا أَلْفَيْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوْ لَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَيْئاً وَلَا يَهْتَدُونَ) (البقرة: 170).

ولما كانت مضار التعصب أكثر من محاسنه، جاء الأمر الإلهي بالنهاي عنه، ووجوب أن تكون جميع وسائل الإعلام أمام المتلقي سواسية، لا تفرق فيما بينها، وهذا طبعاً حين تتوافق مع أمور دينه، ومصالح دنياه، لا أن يساوي بين وسيلة إعلامية محقة، وبين أخرى مضلة.

(1) الأساس في التفسير - سعيد حوى - 4865/9.

(2) التحرير والتتوير - ابن عاشور - 416/27.

فقد قال تعالى: (قُولُوا آمَنَّا بِاللَّهِ وَمَا أُنزِلَ إِلَيْنَا وَمَا أُنزِلَ إِلَىٰ إِبْرَاهِيمَ وَإِسْمَاعِيلَ وَإِسْحَاقَ وَيَعْقُوبَ وَالنُّوحَ وَمَا أُوتِيَ مُوسَىٰ وَعِيسَىٰ وَمَا أُوتِيَ النَّبِيُّونَ مِنْ رَبِّهِمْ لَا نُفْرَقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِنْهُمْ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ) (الحديد: 25).

جاء الأمر الإلهي في الآية السابقة بوجوب اتباع جميع الأنبياء، والإيمان بما جاءوا به؛ لأنهم متفقون في الدعوة للتوحيد، فلا يجوز لأحد أن يؤمن بنبي أو رسول دون الإيمان بالآخر، أو إنكار ما جاء به الآخر، فهذا لا ينتج إلا عن تعصب يعمي، وحقد يضل.

وخير مثال على ذلك: أهل الكتاب من اليهود والنصارى أيام بعثة النبي ﷺ، الذين كانوا يخبرون كفار قريش بقرب ظهور نبي آخر الزمان، ولما لم يكن منهم، كانوا ضمن من عادوه وأذوه، وكفروا به، (ولَمَّا جَاءَهُمْ كِتَابٌ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِمَا مَعَهُمْ وَكَانُوا مِنْ قَبْلُ يَسْتَفْتِحُونَ عَلَى الَّذِينَ كَفَرُوا فَلَمَّا جَاءَهُمْ مَا عَرَفُوا كَفَرُوا بِهِ فَلَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الْكَافِرِينَ & بِنَسَمَاتِهِمْ اشْتَرَوْا بِهِ أَنْفُسَهُمْ أَنْ يَكْفُرُوا بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ بَغْيًا أَنْ يَنْزِلَ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ عَلَىٰ مَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ فَبَاءُوا بِغَضَبٍ عَلَىٰ غَضَبٍ وَلِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ مُهِينٌ & وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ آمِنُوا بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا نُوْمِنُ بِمَا أَنْزَلَ عَلَيْنَا وَيَكْفُرُونَ بِمَا وَرَاءَهُ وَهُوَ الْحَقُّ مُصَدِّقًا لِمَا مَعَهُمْ قُلْ فَلِمَ تَقْتُلُونَ أَنْبِيَاءَ اللَّهِ مِنْ قَبْلُ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ) (البقرة: 89 - 91).

فلا ينبغي إذن بالمسلم المتلقي للرسائل الإعلامية، والمتابع للوسائل الإعلامية بمختلف أشكالها، أن يعميه تعصبه عن اتباع الحق، ولو كان هذا الحق في وسيلة إعلامية مخالفة لانتماؤه الحزبي، أو السياسي، أو غيره، فالمهم هو الدين الإسلامي، (قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّىٰ يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ) (التوبة: 24).

ولكن التعصب لا يكون دائماً مذموماً، بل تأتي له بعض المواطن التي يكون فيها واجباً محموداً، وذلك عندما يكون تعصباً لنصرة الدين والحق، ففي غزوة حنين مثلاً، كان النداء بالتحزب، فانقسموا إلى أنصار، ومهاجرين، وأهل السمرة، وحملة القرآن، وغيرهم كثير؛ لأن في تحزبهم نصرة للدين والإسلام، وهو ما تحقق بالنصر في نهاية المعركة⁽¹⁾، (لَقَدْ نَصَرَكُمُ اللَّهُ فِي مَوَاطِنَ كَثِيرَةٍ وَيَوْمَ حُنَيْنٍ إِذْ أَعْجَبَتْكُمْ كَثْرَتُكُمْ فَلَمْ تُغْنِ عَنْكُمْ شَيْئًا وَضَاقَتْ عَلَيْكُمُ الْأَرْضُ بِمَا رَحَبَتْ ثُمَّ وَلَّيْتُمْ مُدْبِرِينَ & ثُمَّ أَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَىٰ رَسُولِهِ وَعَلَى الْمُؤْمِنِينَ وَأَنْزَلَ جُنُودًا لَمْ تَرَوْهَا وَعَذَّبَ الَّذِينَ كَفَرُوا وَذَلِكَ جَزَاءُ الْكَافِرِينَ) (التوبة: 25، 26).

(1) انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 285).

المبحث الثاني الإعلام زمن السلم وضوابطه

? المطلب الأول:

حقيقة الإعلام زمن السلم

? المطلب الثاني:

أهداف الإعلام زمن السلم

? المطلب الثالث:

ضوابط الإعلام زمن السلم

المطلب الأول

حقيقة الإعلام زمن السلم

الإعلام زمن السلم، يعتبر من أهم أنواع الإعلام؛ إذ يشمل السلم عدة أمور، وقد يغفل البعض الحديث عن هذا النوع من الإعلام، فيقتصر على الإعلام عامةً، أو الإعلام الحربي العسكري فقط.

وكي يتم الحديث عن الإعلام زمن السلم، فلا بد من وقفة تعريفية مع المقصود بالسلم، والإعلام، ثم المركب المتكون منهما، إضافةً إلى الحديث عن الألفاظ التي تندرج تحت مفهوم السلم.

أولاً: تعريف الإعلام والسلم: تعريف الإعلام:

تعرضت الباحثة لتعريف الإعلام لغةً واصطلاحاً، والمقصود بالإعلام الإسلامي، وذلك بعد عرض مجموعة من التعريفات، ثم التوصل بالتعاون مع المشرف، إلى أن المقصود بالإعلام الإسلامي:

تعميم الاتصال الإيجابي؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي وأخباره في جميع الميادين، وعلى كافة المستويات، وبكافة الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المشروعة (1).

تعريف السلم:

تعريفه لغةً: السلم: مشتق من الجذر الثلاثي {سَلِمَ}، ويعني: المسالم والصلح، كما يعني الإسلام والسلام، والسَّلام، والسَّلْم والسَّلْم: جميعها بمعنى الصلح.

والسلامة: هي البراءة من العيوب، يقال: سلِمَ من الآفة سلامةً، وسلّمه الله منها تسليماً.

والتسليم: الرضا والسلام، وأسلم: بمعنى: انقاد، وصار مسلماً.

والسَّلْم والسلامة: تطلق ويراد بها: التعري من الآفات الظاهرة والباطنة، ومنها قوله

تعالى: (إِنَّمَنْ أَتَى اللَّهَ بِقَلْبٍ سَلِيمٍ) (الشعراء: 89)، أي: متعرِّ من الدَّعَل، وهذا باطنياً، وقال

تعالى: (... وَلَا تَسْقِي الْحَرْثَ مُسَلِّمَةً لَا شَيْءَ فِيهَا ...) (البقرة: 71)، فهذا في الظاهر.

والسلام: اسم من أسماء الله تعالى؛ وصف به لأنه لا تلحقه العيوب والآفات التي تلحق

الخلق.

(1) انظر: الفصل الأول - المبحث الأول - المطلب الأول - (ص: 32 - 39).

والإسلام مشتق من السلام، وهو في الشرع على نوعين: الإيمان وهو الاعتراف باللسان، والثاني الاعتقاد بالقلب، والوفاء بالفعل⁽¹⁾.

تعريفه اصطلاحاً: لا يبتعد تعريف السلم شرعاً أو اصطلاحاً عن تعريفه اللغوي، ولذلك قيل: "هو الصلح، أي: خلاف الحرب، أو: هو ترك الجهاد مع الكافرين بشروطه"⁽²⁾.

ثانياً: أفاض ذات صلته:

عند الحديث عن السلم، لا يمكن إغفال مجموعة من الألفاظ والمصطلحات المرتبطة به، وهي:

- (1) **الهدنة:** وتسمى المصالحة والموادعة والمعاهدة، وتعني: مصالحة أهل الحرب على ترك القتال مدة معينة، بعوض أو غيره.
- (2) **الأمان:** ويعني عدم توقع المكروه في المستقبل، أما في الشرع فيعني: رفع استباحة دم الحربي، وماله، ورقه، حين قتله أو الغرم عليه، مع استقراره تحت حكم الإسلام مدة ما.
- (3) **الذمة:** وتعني العهد والأمان، وفقهياً: هي التزام تقرير الكفار في ديار المسلمين، وحمايتهم، ببذل الجزية.
- (4) **المعاهدة:** هي المعاقدة والمحالفة، والمعاهد: من كان بينه وبين المسلمين عهد.
- (5) **الموادعة:** المصالحة والمسالمة على ترك الحرب والأذى، وحققتها المتاركة، بمعنى: ترك كل واحد منهما ما هو فيه⁽³⁾.

ثالثاً: تعريف الإعلام زمن السلم، أو الإعلام السلمي:

من خلال اطلاع الباحثة على ما وقع بين يديها من الكتب، لم تجد تعريفاً للإعلام زمن السلم، أو الإعلام السلمي، وبالتالي، فإنه ومن خلال المعطيات السابقة، يمكن القول أن الإعلام زمن السلم هو: تعميم الاتصال الإيجابي؛ لنشر مبادئ الدين الإسلامي، بكافة الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المشروعة، في حالات المعاهدات والاتفاقات بين الدولة المسلمة والدول الأخرى.

(1) انظر: القاموس المحيط - الفيروز آبادي - 84/4، المفردات في غريب القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 208).

(2) الموسوعة الفقهية - وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية الكويتية - 230/25.

(3) انظر: سبل السلام شرح بلوغ المرام من جمع أدلة الأحكام - الصنعاني - 88/4، الثقافة الإسلامية - د. رمضان الزيان وآخرون - (ص: 34)، الموسوعة الفقهية - وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية الكويتية - 230/25.

المطلب الثاني

أهداف الإعلام زمن السلم

حين يكون الحديث عن السلام، فلا عجب أن نجد أن الدين الإسلامي يسعى إلى تعميقه بين الناس، كيف لا؟، والإسلام لفظ مأخوذ من مادة السلام، وكلاهما يتفقان في معنى الطمأنينة، والسكينة، والأمن.

وإذا أردنا الحديث عن أهداف الإعلام زمن السلم، فإننا سنجد مجموعة من الأهداف الهامة، منها:

(1) تحقيق عالمية الإسلام وتمثيل حقيقته: حيث إن الدين الإسلامي هو الرسالة الخاتمة، مما يقتضي عموميتها وعالميتها، وهذا لن يتحقق بالإكراه أو بحد السيف، بل من خلال السلام، وهذا هو الأصل في الدين الإسلامي، السلام وحظر الحرب، وحقن الدماء، وقد كانت سيرة النبي ﷺ خير مثال على ذلك، فالدين الإسلامي جاء سلاماً للناس كافة، فعلى الرغم من تعرض النبي ﷺ وصحابته للأذى من قريش، إلا أنه عفا وصفح عنهم يوم فتح مكة⁽¹⁾، متمثلاً قوله تعالى: (... وَإِنَّ السَّاعَةَ لَأْتِيَةٌ فَاصْفَحِ الصَّفْحَ الْجَمِيلَ) (الحجر: 85).

(2) إنفاذ مسئولية الدعوة على وجهها الأكمل: وهذا الهدف مترتب على سابقه، فالعالمية تقتضي المسئولية على كل مسلم ومسلمة.

إن الإعلام هو الامتداد المعاصر للدعوة الإسلامية، لذا تقع عليه مسئولية الدعوة على الوجه الأكمل والأتم، من خلال إيصال الصورة الحقيقية للإسلام، وأنه دين السلام لا الحرب والقتل كما صورته أعداؤه، إذ إن الإعلام الغربي يتحدث عن نفسه، مصوراً ما فيه من قيم ومبادئ وأساليب حياة راقية، رغم ما يخفي هذا الظاهر من مظاهر الانحلال الأخلاقي، والفساد على كافة الأصعدة، في حين يعمل على تصوير الدين الإسلامي والمسلمين على أنهم القتل الإرهابيون - بمفهومهم المغلوط عن الإرهاب -، والمسلمون

(1) انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 262)، دراسات في السيرة - د. طالب أبو شعر وآخرون - (ص: 437).

في غفلة عن ذلك⁽¹⁾، لذا بات لزاماً عليهم أن يستيقظوا؛ ليرسموا الصورة الصحيحة عن الإسلام من خلال وسائل إعلام تستحق أن يطلق عليها لقب {الإعلام الإسلامي}. فمن الواجب على كل مسلم ومسلمة أن يستشعر "أنه لا يعيش لذاته، وإنما يعيش للناس جميعاً، وعندئذ تحس الجماعة أنها لا تحيا لهذا الجيل، وإنما تحيا للبشرية قاطبة، وعندئذ يحس المسلمون أنهم أوصياء في الأرض، خلفاء الله"⁽²⁾.

(3) تحقيق كرامة الإنسان كطريق للوحدة: يقول تعالى: (وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا) (الإسراء: 70).

وهذا التكريم للإنسان على ما عداه من المخلوقات، يؤهله وحده ليكون خليفة الله في الأرض، وأن يقوم بالمهام الملقاة على عاتقه على أكمل وجه، "إن قدر الإنسان في نظر الإسلام رفيع، والمكانة المنشودة له تجعله سيداً في الأرض وفي السماء، ذلك أنه يحمل بين جنبيه نفخة من روح الله، وقبساً من نوره الأقدس، وهذا النسب السماوي هو الذي رشح الإنسان ليكون خليفة عن الله في أرضه"⁽³⁾.

وبما أن الناس جميعاً في التكريم سواء، فالمفترض بهم أن يكونوا يداً واحدة، وقلباً واحداً، وأمة واحدة، وأن يكونوا مجتمعين لا مفترقين، فالمقومات التي تجمعهم واحدة، تتمثل في وحدة الرب، والنسب، والخليفة، والمهام المقدرة لهم⁽⁴⁾. وحتى تتحقق هذه الوحدة، أرسى الإسلام مجموعة من الدعائم، تتمثل في العدل، والرحمة، والمساواة، فلا شيء يميز الناس عن بعضهم سوى الإيمان والعمل الصالح، (... إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ اتَّقَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ) (الحجرات: 13).

(4) الدعوة للتسامح ونشر الحريات والفضائل: هناك فرق في الدين الإسلامي بين التسامح المحمود، وبين المجاملة والنفاق، فالواجب على المسلمين أن يتحملوا عقائد غيرهم وإن كانت تخالفهم دون أن يقوموا بسبهم وإيذائهم، حيث يقول تعالى: (وَإِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ لَا نَبْتَغِي الْجَاهِلِينَ) (القصص: 55).

ويرتبط التسامح بقضية الحريات، فعن طريق التسامح يظهر الحق من خلال حججه وبراهينه القوية، لكن الإنسان لن يتمكن من عرض هذه الأفكار، ولن يتحقق له التسامح،

(1) انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 1 - حسن علي العنبيسي - (ص: 585) - ربيع الأول 1405هـ / ديسمبر 1984م.

(2) السلام العالمي والإسلام - سيد قطب - (ص: 118).

(3) حقوق الإنسان بين تعاليم الإسلام وإعلان الأمم المتحدة - الشيخ محمد الغزالي - (ص: 11).

(4) انظر: الإسلام عقيدة وشريعة - محمود شلتوت - (ص: 472).

إلا إن تَمَنَعَ بحريته على الوجه الأكمل، سواءً حرية النقل والتحرك، أو حرية التصرف، أو حرية الاعتقاد، أو حرية الرأي والتعبير، وغيرها الكثير، شريطة ألا تطبق الحرية بمفهومها المغلوط، الذي يؤدي إلى التحلل من الضوابط واتباع الأهواء⁽¹⁾. ولهذا، فإن تحقيق الإعلام للتسامح والحريات يأتي من خلال تمسكه بالفضائل، وتخليه وبعده عن الرذائل، إذ يعتبر التمسك بالفضائل من الأمور الواجبة في الدين الإسلامي. ومن خلال الأمور السابقة، المتمثلة في التسامح، وتطبيق الحريات، ونشر الفضائل، يكسب المسلمون محبة وتأييد من حولهم، ولو بعد حين، فالله تعالى يقول: (وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ) (فصلت: 34).

(5) بث الأمان بين الناس وتأليف القلوب: فقد شرع الدين الإسلامي طرح السلام؛ لإعطاء الأمان والطمأنينة، دون خوف من عقاب أو أذى، وحتى في مجال الحرب والقتال، متى ما نطق الحربي بالسلام، وجب الكف عن قتاله⁽²⁾، وقد كان النبي ٣ حريصاً من خلال مواقفهم المختلفة على نشر الإسلام دون قتل أو إراقة للدماء؛ لما في ذلك من توحيد القلوب وتأليفها، "لم يكن من السهل على قريش أن تقبل بمصيرها الذي آلت إليه، وهي سيدة العرب دون منازع؛ لأنها أعظمهم حضارةً، وأشدهم بأساً، وأكثرهم مالاً، وفي بلدها البيت الحرام...، لو لم تُعامل هذه المعاملة السلمية التي لم تكن تتوقعها، وبذلك انقلب موقفها من أشد الناس عداوةً للإسلام إلى أحرص الناس على رفع راية الإسلام"⁽³⁾.

وفي هذا نقرأ قول الله تعالى: (وَأَلْفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَلْفَتْ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلْفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (الأنفال: 63).

(6) تقديم المثل الأعلى؛ لمنع وقوع الجرائم في المجتمعات: وبالتالي الحفاظ على تحقيق الأمن والسلام، ذلك أن الصورة المرسومة في وسائل الإعلام للأسف، تصور المجرمين على أنهم أبطال، وتشير إلى ضعف رجال الأمن في استيفاء الحقوق وإرساء العدل، وبالتالي ينبغي على كل فرد أن يأخذ حقه بنفسه.

(1) انظر: التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سورحن هدايات - (ص: 30).

(2) انظر: فقه السنة - سيد سابق - 5/3.

(3) دراسات في السيرة - د.طالب أبو شعر وآخرون - (ص: 467).

وهذا يؤدي لانتشار الجرائم والمنازعات⁽¹⁾، ولربما امتد الأمر إلى الأخذ بالثأر، وبالتالي اشتعال الفتن والحروب. ولا سبيل لمنع مثل هذه الجرائم إلا من خلال قدوة يسير الإنسان على نهجها، وبالتالي فإن وسائل الإعلام مطالبة بتقديم القدوة الحسنة، والنموذج الجيد، وفي الدين الإسلامي كثير من هذه النماذج، وحسبنا قوله تعالى: (لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا) (الأحزاب: 21).

(1) انظر: دور الإعلام في زيادة وتيرة الانحراف الناتج عن العولمة والاختلاط والإنترنت - أ.د. محمد توهيل فايز عبد إسعيد - 292/2، دور الإعلام في انتشار الجرائم - د. نور الدين هنداي - 511/2 - بحوث مؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة الذي نظّمته كلية الشريعة والقانون الإماراتية 6 - 8 مايو 2001م.

المطلب الثالث

ضوابط الإعلام زمن السلم

تعتبر فترة السلم من أكثر الفترات خطورةً، وترى الباحثة أنها قد تكون أخطر من فترة الحرب؛ ذلك أن وسائل الإعلام في فترة الحرب تكون مهتمةً بالرقابة، والحذر، وغيرها؛ نظراً لخطورة تلك المرحلة، بينما في فترة المعاهدات والسلم والاتفاقات، فقد تغفل بعض هذه الجوانب.

ولهذا، فإن هناك مجموعة من الضوابط، التي ينبغي أن تمتثلها وسائل الإعلام في فترة السلم والعهود، على النحو التالي:

أولاً: الحيطة والحذر

يعتبر هذا الضابط من أهم الضوابط في فترة السلم؛ إذ إن مجموعة من الأمور ينبغي مراعاتها خلال تلك الفترة؛ كي يتحقق الحذر والحيطة على أكمل وجه، وهذه الأمور تتمثل في:

(1) **التثبت من الأخبار:** فعلى الرغم من تطور وسائل الاتصال، وتعدد الأجهزة والتقنيات للحصول على المعلومات، كالأقمار الصناعية، وأقمار التجسس، وغيرها، إلا أن الاعتماد الأساسي ما زال على الفرد، أو بمعنى آخر (المخبر الصحفي)⁽¹⁾.

لأجل هذا، كان لا بد من التثبت من كافة ما يصل لوسيلة الإعلام من الأخبار والأنباء والمعلومات.

وخير دليل على ذلك، قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) (الحجرات: 6).

فبالرجوع إلى سبب نزول هذه الآية، نجد أنها نزلت في الوليد بن عقبة، حين أرسله النبي ﷺ لاستيفاء أموال الزكاة من الحارث بن ضرار الخزاعي، فعاد مخبراً لهم بأنهم منعوا الزكاة، وكان النبي ﷺ على وشك إرسال بعث لمقاتلة مانعي الزكاة، لولا قدومهم ونفيهم لما قيل⁽²⁾.

(1) انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 6 - حسن علي العنبيسي - (ص: 910) -

جمادى الآخرة 1406هـ / فبراير ومارس 1986م.

(2) انظر: أسباب النزول - السيوطي - (ص: 379).

ففي هذه الآية، وجوب التثبت من الأخبار، والتحذير من مجرد الأقوال؛ منعاً للفتن وإشعال الحروب، وأخذاً بالحيلة والحذر؛ كي لا يتم إيذاء الآخرين بخطأ فادح، ثم يأتي الندم على العجلة (1).

وبتطبيق ذلك على وسائل الإعلام، نلاحظ وللأسف أن معظم الصحف والإذاعات والفضائيات تستقي أنباءها من وكالات الأنباء الغربية، التي يسيطر عليها رأي المال الصهيوني ويوجهها، وما بين وكالات الأنباء هذه، لا توجد وكالة أنباء واحدة إسلامية عربية (2).

(2) عدم موالة الكافرين: وذلك صوناً للشخصية المسلمة (3)، وفي هذا الصدد، وردت آيات عديدة في القرآن الكريم، من بينها قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بَطَانَةً مِّن دُونِكُمْ لَا يَأْتُونَكُم بِخَبْرٍ وَلَا دُورًا مَا عَنْتُمْ قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمُ الْآيَاتِ إِن كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ) (آل عمران: 118)، وقوله: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَىٰ أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ مِنْكُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ) (المائدة: 51)، وقوله تعالى: (لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادُّونَ مَنْ حَادَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَوْ كَانُوا آبَاءَهُمْ أَوْ أَبْنَاءَهُمْ أَوْ إِخْوَانَهُمْ أَوْ عَشِيرَتَهُمْ...) (المجادلة: 22).

وتتحقق موالة المؤمنين للكافرين من خلال ثلاثة أوجه:

أولها: أن يكون راضياً بكفره، ويتولاه لأجله، وهذا ممنوع منه؛ لأن فيه رضا بكفره.

ثانيها: المعاشرة الجميلة في الدنيا بحسب الظاهر، وذلك غير ممنوع.

ثالثها: وهو متوسط بين القسمين الأولين، ويعني الركون إليهم ومعونتهم ومناصرتهم،

إما بسبب القرابة أو المحبة، مع اعتقاد كفرهم، وهذا منهي عنه (4).

(3) عدم الانخداع واتباع المضللين: يقول الله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ & فَإِنْ زَلَلْتُمْ مِّن بَعْدِ مَا جَاءَتْكُمُ الْبَيِّنَاتُ فَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ) (البقرة: 208، 209).

"السلم هنا بمعنى الإسلام...؛ لأن المؤمنين لم يؤمروا قط بالدخول في المسالمة التي هي الصلح، وإنما قيل للنبي ﷺ أن يجنح للسلم إذا جنحوا له، وأما أن يبتدئ بها فلا...، قال الكسائي: السلم والسلم بمعنى واحد، وكذا هو عند أكثر البصريين، وهما جميعاً يقعان

(1) انظر: التثبت والتبين في المنهج الإسلامي - د. أحمد محمد العليمي - (ص: 17).

(2) انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 6 - حسن علي العنبيسي - (ص: 913) - جمادى الآخرة 1406هـ / فبراير ومارس 1986م.

(3) انظر: المرجع السابق - نفس الصفحة.

(4) انظر: من توجيهات الإسلام - محمود شلتوت - (ص: 262).

للإسلام والمسالمة، وفرق أبو عمرو بن العلاء بينهما، فقرأها هنا: "السَّلْم" وقال هو للإسلام، وقرأ التي في الأنفال والتي في سورة محمد ٣ "السَّلْم" بفتح السين، وقال: هي بالفتح المسالمة، والسلم الصلح، يفتح ويكسر، ويذكر ويؤنث، وأصله من الاستسلام والانقياد، ولذلك قيل للصلح: سلم... لا تسلكوا الطريق الذي يدعوكم إليه الشيطان؛ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ ظَاهِرٌ الْعَدَاوَةَ"⁽¹⁾.

ومن المعروف أن المضللين يسيرون على خطى الشيطان ويتبعون طريقه ونهجه؛ لذا ينبغي الحذر منهم؛ لأن ما يسعون إليه يتنافى مع غرض الإعلام الإسلامي، ألا وهو إصلاح المجتمع⁽²⁾.

4) عدم إذاعة كل ما يسمع حتى ولو كان صحيحاً: حيث يقول تعالى: (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ لَاتَّبَعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا) (النساء: 83).

وفي هذه الآية، بيان من الله U، حيث "يريد من هذه الأمة أن يكون لديها مناعة من الحرب النفسية، وضد حرب الإشاعة"⁽³⁾.

فمن باب الحيطة الحذر، ينبغي على وسائل الإعلام ألا تديع كل خبر يتناهى إلى مسامعها، فكم من خبر نشر في فترة سلم، أدى لهزائم محققة بعد ذلك، ففي فترة السلم لا تُعلم نية العدو، ومخططاته.

ففي هذه الآية "تأديب من الله لعباده عن فعلهم هذا غير اللائق، وأنه ينبغي لهم إذا جاءهم أمر من الأمور المهمة والمصالح العامة ما يتعلق بالأمن وسرور المؤمنين، أو بالخوف الذي فيه مصيبة عليهم أن ينتبثوا ولا يستعجلوا بإشاعة ذلك الخبر، بل يردونه إلى الرسول وإلى أولي الأمر منهم، أهل الرأي والعلم والنصح والعقل والرزانة، الذين يعرفون الأمور ويعرفون المصالح وضدها، فإن رأوا في إذاعته مصلحة ونشاطاً للمؤمنين وسروراً لهم وتحرزاً من أعدائهم فعلوا ذلك، وإن رأوا أنه ليس فيه مصلحة، أو فيه مصلحة ولكن مضرته تزيد على مصلحته لم يذيعوه"⁽⁴⁾.

(1) الجامع لأحكام القرآن - القرطبي - 22/3.

(2) انظر: مجلة منبر الإسلام - مقال: حاجة المجتمع إلى الإعلام الإسلامي - عبد الرسول الزرقاني - (ص: 100) - رجب 1405هـ/ إبريل 1985م.

(3) الأساس في التفسير - سعيد حوى - 1133/2.

(4) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان - عبد الرحمن بن ناصر السعدي - 288/1.

ثانياً: الوحدة وعدم التنازع

يقول المولى سبحانه: (واعتصموا بحبل الله جميعاً ولا تفرقوا وأذكروا نعمة الله عليكم إذ كنتم أعداء فألف بين قلوبكم فأصبحتم بنعمته إخواناً وكنتم على شفا حفرة من النار فأنقذكم منها كذلك يبين الله لكم آياته لعلكم تهتدون) (آل عمران: 103).

من أبرز الضوابط في فترة السلم والاتحاد، فالإتحداد دوماً قوة، والتفرق ضعف، وقد أمر المولى - سبحانه - في الآية السابقة المسلمين بالتوحد والثبات.

ففي هذه الآية، أمرهم المولى سبحانه "بما فيه صلاح أنفسهم لأخراهم، بأمرهم بما فيه صلاح حالهم في دنياهم، وذلك بالاجتماع على هذا الدين وعدم التفرق؛ ليكتسبوا باتحادهم قوة ونماء...، ليس المقصود الأمر باعتصام كل مسلم في حال انفراده اعتصاماً بهذا الدين، بل المقصود الأمر باعتصام الأمة كلها...، (ولا تفرقوا) تأكيد لمضمون اعتصموا جميعاً، وهذا التذكير خاص بمن أسلم من المسلمين بعد أن كان في الجاهلية؛ لأن الآية خطاب للصحابة ولكن المنة به مستمرة على سائر المسلمين؛ لأن كل جيل يُقدّر أن لو لم يسبق إسلام الجيل الذي قبله لكانوا هم أعداء وكانوا على شفا حفرة من النار" (1).

ثالثاً: حسن الإعداد

دائماً يتساءل الجميع حول كيفية الوصول للإعلام الإسلامي؟، ولعلمهم قد تناسوا أن هذا لا يتحقق إلا بالإعداد الجيد الحسن، فالإعلام من أبرز القوى المحركة والموجهة للبشر وصناع القرار في عصرنا الحاضر، فالواجب عليه أن يكون على أكمل وأحسن وجه.

يقول تعالى: (وَأَعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ ...) (الأنفال: 60).

وهذا الإعداد يتحقق من خلال مجالات عديدة، منها:

- 1) ميدان التأهيل البشري: من خلال إعداد الكوادر البشرية المتخصصة في الإعلام، وتأهيلها فكرياً، وخلقياً، وعملياً، ومهنياً؛ لأن الإنسان هو العنصر الأول في إحداث أيّ تغيير مقصود، وهذا أمر قد يتطلب جهوداً عظيمة وطاقات عديدة، من خلال:
 - الإعداد الأصولي والفكري.
 - الإعداد اللغوي والتدوقي؛ لأن اللغة هي وعاء الفكر والثقافة.
 - الإعداد التخصصي والمهني، نظرياً وعملياً؛ حتى لا تصبح دراسة الإعلام دراسة نظرية بحتة.
 - الإعداد الثقافي العام، من خلال الإمام بالواقع الذي يعيش فيه، من حيث قضاياها ومشكلاته، وأحداثه، وتياراته.

(1) التحرير والتنوير - ابن عاشور - 32/2.

(2) **ميدان التأصيل والتنظير العلمي:** إذ إن الاهتمام بتأصيل قواعد الإعلام وأصوله وممارساته من وجهة النظر الإسلامية، ما يزال محدوداً ومتناثراً، فالمطلوب أن يتصاعد الاهتمام العلمي بالإعلام الإسلامي تأصيلاً وتنظيراً، وأن يركز على النوعية، من خلال إنشاء ودعم معاهد ومراكز البحوث الإعلامية المهتمة بالإعلام الإسلامي، واستقطاب الباحثين المتميزين بالإخلاص والوعي الإسلامي، والخلفية الشرعية، والمنهجية في التفكير، والتمكن من أساليب البحث العلمي ووسائله.

(3) **ميدان الإصلاح الواقعي:** والمقصود بهذا: الإسهام الإيجابي في إصلاح أوضاع المؤسسات الإعلامية في العالم الإسلامي، وترشيد مسارها الإعلامي، ببذل النصح والمشورة، أو دعم الأعمال التي تخدم الإعلام الإسلامي، وبيدأ الإصلاح الواقعي بمحاولة إيجاد قنوات تواصل وتعاون بين المهتمين بشؤون الدعوة والإرشاد والإعلام الإسلامي من جهة، وبين العاملين في المجال الإعلامي من جهة أخرى؛ بغرض تضيق الفجوة بينهم، وما أسهل الهدم وما أصعب البناء!!

(4) **ميدان الإنتاج العملي المتميز:** حيث إن الحاجة تتزايد إلى إنشاء مؤسسات وشركات إسلامية للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف المجالات، من طباعة، وصحافة، ونشر، وتلفاز، وفيديو، وتسجيلات صوتية، وشرائح مصورة، وأفلام سينمائية وغيرها، وهو ما يتطلب طاقات بشرية عديدة، وتكاليف مادية باهظة، شريطة أن يتولاه من يتسمون بالإخلاص والتقوى، وأن يستعان فيه بأهل الخبرة والمعرفة، وأن تكون الأعمال المنتجة، متقنة من حيث جوانبها الفكرية والفنية؛ حتى لا تشوّه الإنتاج الإسلامي البديل وتعطي صورة سيئة عنه (1).

ومن مستلزمات حسن الإعداد ألا نصاب باليأس والإحباط نتيجة التكاليف الباهظة والجهود البشرية التي يحتاجها هذا الإعداد، بل ينبغي أن يكون ذلك دافعاً قوياً لنا حتى يثمر الأمل ويتحقق الحلم.

رابعاً: عدم البدء بالسب والشتم

من أبرز الضوابط في حال السلم، أن يتحقق السلم فعلياً، في الأقوال والأفعال، بحيث لا يتعرض المسلمون ووسائل إعلامهم إلى أهل الذمة أو المعاهدين بالسب والشتم والقذف؛ لما

(1) انظر: مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي - نخبة من المفكرين والكتاب - (ص: 41).

يترتب على ذلك من إثارة لمشاعرهم، فيقومون برد العدوان على المسلمين، وإشعال الحروب، ونبذ المعاهدات والسلام⁽¹⁾.

وحول هذا الضابط، نقرأ قوله تعالى: **(وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِّكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِم مَّرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ)** (الأنعام: 108).

ففي هذه الآية، أمر من المولى سبحانه لعباده المؤمنين بألا يشتموا المشركين، "من حيث عبادتهم لآلهتهم، كأن تقولوا: تبا لكم ولما تعبدونه مثلاً...، فيقولوا لكم مثل قولكم لهم...؛ جهالةً بالله تعالى، وبما يجب أن يذكر به...، وفيه أن الطاعة إذا أدت إلى معصية راجحة وجب تركها، فإن ما يؤدي إلى الشر شر"⁽²⁾.

لكن وللأسف، فإن وسائل الإعلام لا تقوم بتطبيق هذا الضابط؛ لأن جل اهتمامها هو كسب أكبر عدد من الجمهور، دون الاهتمام بأي ضابط أو قيد، فقد تابعنا عبر شاشات التلفاز، في شهر رمضان عام 2006م، مسلسلاً تلفزيونياً في قالب فكاهي، يعتمد على السخرية من معتقدات اليهود بما لا يتناسب مع الآية السابقة.

(1) انظر: مجلة الإسراء - مقال: الحوار والتفاعل الحضاري من منظور إسلامي - د. عبد العزيز بن عثمان التويجري - (ص: 78) - رمضان وشوال 1419هـ/ يناير وفبراير 1999م.

(2) إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم - أبو السعود - 101/3.

المبحث الثالث الإعلام زمن الحرب وضوابطه

? المطلب الأول:

حقيقة الإعلام زمن الحرب

? المطلب الثاني:

أهداف الإعلام زمن الحرب

? المطلب الثالث:

ضوابط الإعلام زمن الحرب

المطلب الأول

حقيقة الإعلام زمن الحرب

الإعلام الحربي أو الأمني أو العسكري، على اختلاف المصطلحات المعبرة عنه، يُعدُّ إعلاماً هاماً؛ لأنه يأتي في أوقات الأزمات والحروب والمنازعات. وقبل البدء بالحديث عن أهداف هذا الإعلام وضوابطه، لا بد لنا من وقفة مع المراد بالحرب، وما وجد عند المختصين من تعريف لهذا النوع من أنواع الإعلام.

أولاً: تعريف الإعلام والحرب:

تعريف الإعلام:

تم بيانه والحديث عنه بصورة مستوفاة في الصفحات الماضية، فلا حاجة لإعادة ما ذُكر (1).

تعريف الحرب:

تعريفها لغةً: الحَرْبُ مشتقة من الحَرَبِ، بمعنى: الهلاك، وهي نقيض السلم، وتحمل معنى الهَرَج أو القتل، وجمعها حروب.

ودار الحرب: هي بلاد المشركين الذين لا صلح بيننا وبينهم. والتحريب: هو إثارة الحروب، في حين أن الحَرْبِة: هي الأداة المستعملة في الحرب دون الرمح، وجمعها حِرَاب.

والمحراب: هو مأوى الناس ومجتمعهم، وهو مأوى الأسد، ويقال: محراب المسجد؛ وسمي بذلك: لأنه موضع محاربة الشيطان والهوى، وقيل: لكون حق الإنسان فيه أن يكون حريباً من أشغال الدنيا ومن نوازع الخواطر (2).

تعريفها اصطلاحاً: هي مصطلح تعارف عليه الناس منذ القدم، ويعني: العملية العسكرية الموجهة ضد العدو، بغض النظر عن نوع هذا العدو (3).

(1) انظر: الفصل الثاني - المبحث الثاني - المطلب الأول - (ص: 121).

(2) انظر: القاموس المحيط - الفيروز أبادي - 55/1، المفردات في غريب القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 225)، جمهرة اللغة - ابن دريد - 275/1.

(3) انظر: التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سورحن هدايات - (ص: 91).

ثانياً: ألفاظ ذات صلة:

عند الحديث عن الحرب، نلاحظ أن هناك مجموعة من المصطلحات البديلة التي تم استعمالها نيابةً عن الحرب، ففي حين استعمل بعض الباحثين مصطلح (القتال)، نجد أن المصطلح المتعارف عليه لدى الفقهاء وغالبية العلماء، والذي جرى استعماله بصورة كبيرة في كتاب الله، هو (الجهاد).

ورغم استعمال (الجهاد) في أكثر من معنى، منها:

(1) مجاهدة العدو الظاهرة.

(2) مجاهدة الشيطان.

(3) مجاهدة النفس.

إلا أنه إذا أُطلق دون قيد، فلا يراد به إلا الجهاد العسكري القتالي، أما إذا قُيد فيطلق على ما قُيد به (1).

ثالثاً: تعريف الإعلام زمن الحرب (الإعلام العسكري، الإعلام

الأمني):

أولى بعض العلماء، ولعل معظمهم من العسكريين، موضوع الإعلام الحربي الأمني العسكري اهتماماً بالغاً، فكثرت كتاباتهم فيه، مع اختلافهم في تحديد المراد منه، ومن هذه التعريفات:

(1) تعريف (علي عجوة):

"الإعلام الأمني يتضمن معلومات مهمة وكاملة، تغطي الأحداث والحقائق والقوانين المتعلقة بأمن المجتمع واستقراره، والتي يعتبر إخفاؤها أو التقليل من أهميتها نوعاً من التعتيم الإعلامي، كما أن المبالغة في تقديمها أو إضفاء أهمية أكبر عليها نوع من الدعاية لخدمة أهداف معينة" (2).

ونظرة تدقيق وتمحيص، تجعلنا لا نعتبر هذا تعريفاً دقيقاً شاملاً؛ نظراً لطوله أولاً، وأنه لم يعطِ تعريفاً جامعاً مانعاً، حيث اقتصر على المعلومات المنشورة عبر الإعلام في ذلك الحين فقط.

(1) انظر: مفردات ألفاظ القرآن - الراغب الأصفهاني - (ص: 208)، التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم

داخل دولة واحدة - سورحن هدايات - (ص: 91).

(2) الإعلام الأمني: المفهوم والتعريف - علي عجوة - (ص: 2).

(2) تعريف (حمدي شعبان):

"الجهود الإعلامية المبذولة من خلال وسائل الإعلام المختلفة؛ لإلقاء الضوء على العمل الشرطي بوجه عام، والعمل على تكوين صورة طيبة عن الشرطة في أذهان الجماهير" (1).

وبالنظر لهذا التعريف، نلاحظ أنه لا صلة له بالإعلام الحربي العسكري، المرتبط بالحروب والنزاعات بين الدول، لكنه مرتبط بالإعلام الشرطي الداخلي للدولة، وهذا ليس مراداً بالإعلام الحربي.

(3) تعريف (محمد خليفة):

"بث الشعور الصادق بالأمن، وحسن التوجيه إلى وسائله وطرقه؛ حتى يحس الإنسان بحق أنه آمن على حياته ودينه وعرضه وماله، وعلى سائر حقوقه الأساسية، دون تهيب من سطوة أو جور" (2).

وهذا التعريف كسابقه، لا علاقة له بالحروب الخارجية، فهو مقتصر على الأمن الداخلي فقط.

(4) تعريف (د.جاسم خليل ميرزا):

"تلك الرسائل والمعلومات والأخبار الصادقة، التي تصدر عن جهاز الشرطة، وتبث عن طريق وسائل الإعلام المختلفة؛ بهدف التوعية والإرشاد، وتحسين صورة المؤسسة الشرطية في أذهان الجماهير؛ لتحقيق التفاعل الإيجابي بين الشرطة والجماهير، في إطار سياسة الدولة وقوانينها" (3).

وهذا التعريف كسابقه، تحدث عن الأمن الداخلي، دون التطرق للأمن الخارجي الذي تهدده الحروب والأزمات في العلاقات الدولية.

وإن كان الأمن الداخلي مهماً، لكن لا يمكن الحديث عن الإعلام الأمني أو العسكري الحربي دون الحديث عن أمن واستقرار خارجي كالأمن والاستقرار الداخلي، فكلاهما مكمل للآخر، لا يتحقق أحدهما دون الآخر.

ومن خلال ما سبق:

ترى الباحثة بالتعاون مع المشرف، أن الإعلام الحربي العسكري يمكن تعريفه بأنه: الرسائل الإعلامية الواقعية المتنوعة حول الحروب والأزمات، الهادفة إلى زعزعة الأعداء، وتثبيت الأصدقاء.

(1) الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث - حمدي شعبان - (ص: 2).

(2) الإعلام الشرطي بدولة الإمارات العربية المتحدة - محمد خليفة - (ص: 2).

(3) الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق - د.جاسم خليل ميرزا - (ص: 17).

المطلب الثاني

أهداف الإعلام زمن الحرب

من خلال المهام التي ينبغي على الإعلام الأمني الحربي العسكري أن يقوم بها، ومواجهته للحروب والأزمات في العلاقات الدولية، يمكن تحديد أهدافه، بأنها:

(1) إرهاب العدو: حيث يقول تعالى: (وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَأَخْرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ... (الأنفال: 60).

ويتحقق هذا الإرهاب من خلال إعداد القوة بكافة أنواعها، كما دل على ذلك نص الآية، وهذه القوى المراد إعدادها تتمثل في: "قوة العقيدة في المقدمة والأساس، قوة الوحدة، قوة الساعد والسلاح، بما فيها من عدة وعتاد" (1).

في حين ذهب بعض العلماء إلى أن هذه القوى المراد إعدادها تتمثل في:

- قوة المبدأ: من حيث الإيمان بعدالة القضية، وأن معركتنا دينية إنسانية قومية، وتُستمد هذه القوة من خلال الإيمان بالمبدأ والثبات عليه، والشجاعة في الدفاع عنه، كما كان النبي ٣ ثابتاً أمام قريش رغم مساوماتها وعروضها عليه، حتى قال لهم: والله يا عم، لو وضعوا الشمس في يميني، والقمر في يساري على أن أترك هذا الأمر، ما تركته حتى يظهره الله، أو أهلك دونه (2).
- قوة الإعداد والسلاح: وتشمل كافة ما تحشده الأمة من العدد والعتاد، فحيث يكون النفير العام، يصبح من الواجب على كل مكلف مستطيع للقتال ألا يتخلف عنه، وتختلف هذه القوة باختلاف الزمان والمكان؛ لهذا بات من الواجب تعلم كافة أنواع الفنون الحربية والصناعات اللازمة، من باب: ما لا يتم الواجب المطلق إلا به فهو واجب.
- قوة المواجهة: من خلال الثبات في ساحة الحرب، والثقة بنصر الله ومعيته، فبالثبات تظهر القوة، ويتخلل صف العدو، وهذا الثبات لا يأتي إلا من خلال الإيمان والثقة الداعمة له، ويتحقق هذا بالذكر الدائم لله عز وجل:

(1) التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سورحن هدايات - (ص: 94).

(2) انظر: دراسات في السيرة - د.طالب أبو شعر وآخرون - (ص: 142).

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيتُمْ فِئَةً فَاثْبُتُوا وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)
(الأنفال: 45) (1).

وفرق بين الإرهاب في المصطلح الإسلامي القرآني، وبين الإرهاب في المصطلح الغربي الصهيوني الأمريكي، الذي يقوم على أنه استخدام غير قانوني للقوة والعنف ضد الأفراد والمجتمعات؛ لتحقيق أهداف معينة تتبناها الجماعات الإرهابية، والتي وضعت على رأسها في أيامنا هذه حركة حماس، وجماعة الإخوان المسلمين، وغيرهما (2).

(2) تثبيط الروح المعنوية للعدو ودفع كيدهم وعدوانهم: حيث يقول تعالى: (فَاتْلُوهُمْ يُعَذِّبُهُمُ اللَّهُ بِأَيْدِيكُمْ وَيُخْزِهِمْ وَيَنْصَرِكُمْ عَلَيْهِمْ وَيَشْفِ صُدُورَ قَوْمٍ مُّؤْمِنِينَ & وَيُذْهِبُ غَيْظَ قُلُوبِهِمْ وَيَتُوبُ اللَّهُ عَلَىٰ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ) (التوبة: 14، 15).

"قاتلوهم يجعلكم الله ستار قدرته، وأداة مشيئته، فيعذبهم بأيديكم، ويخزهم بالهزيمة وهم يتخيلون بالقوة، وينصركم عليهم، ويشف صدور جماعة من المؤمنين ممن آذاهم وشردهم المشركون، يشفها من غيظها المكظوم، بانتصار الحق كاملاً، وهزيمة الباطل، وتشريد المبطلين" (3).

كما يهدف الإعلام الحربي إلى منع الفتن ودرئها، وتشمل هذه الفتنة إغواء المسلمين لترك دينهم، أو التنازل عن أوطانهم وبلادهم ومبادئهم، فيحق شن الحرب عليهم (4)، وفي هذا يقول تعالى: (وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّىٰ لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ ...) (البقرة: 193).

(3) إنفاذ الواجب الشرعي والضرورة البشرية: ذلك أن الحرب والقتال واجب كفائي على المسلمين، إلا في بعض الحالات التي تحوله إلى فرض عين، أسهب فيها الفقهاء (5)، لكن الإعلام يكون الأمر عليه لازماً وواجباً؛ لأنه يحقق ضرورة شرعية متمثلة في إنفاذ أمر الجهاد من خلال الإعلام، وهو إحدى طرق الجهاد.

وهو يحقق ضرورة بشرية اجتماعية، في رد العدوان وتحقيق العدل، وليس البدء بالقتال وإثارة النزاعات، وإيصال العقيدة الإسلامية للناس كافة، من خلال إزاحة ما يعترض طريقها من العقبات (6).

(1) انظر: الدعوة الإسلامية منهجها ومعالجتها - د. أحمد عمر هاشم - (ص: 266).

(2) انظر: الثقافة الإسلامية - د. رمضان الزيان وآخرون - (ص: 210).

(3) في ظلال القرآن - سيد قطب - 1612/10.

(4) انظر: الجهاد والقتال في السياسة الشرعية - د. محمد خير هيكل - 592/1، مقال: الجهاد في القرآن الكريم

www.balagh.com/mosoa/tafsir/m40n4iyu.htm

(5) انظر: التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة - سورحن هدايات - (ص: 92).

(6) انظر: الإعلام الإسلامي في العهد الأموي (رسالة ماجستير) - زكي رمضان القرمان - (ص: 9).

(4) **تصحيح بعض المعتقدات الخاطئة:** فالإعلام الحربي تقع عليه مسئولية تصحيح بعض الأخطاء في المصطلحات والمفاهيم، سواءً لدى العدو، أو حتى لدى الجمهور المتلقي حتى لو كان من الدولة نفسها.

ودليل ذلك قصة ربي مع رستم، حيث قام بتصحيح ما كان لديه من معتقدات خاطئة، حين قال: "جئنا لنخرج من شاء من عبادة العباد إلى عبادة الله وحده" (1).

"وهذه هي قضية العصر الشاغلة، قضية الساعة...، القضية الرئيسية الآن التي تشغل عقل المفكرين المخلصين هي مصير الإنسانية والوضع الحاضر، هنالك يجيء دور المسلمين، دور الدعاة أن يحملوا رسالة الإسلام مرة ثانية إلى أوروبا...، يقولون لهم: انتم في شقاء، أنتم في جحيم" (2).

(5) **أهداف توجيهية ضبطية:** فعلى وسائل الإعلام تقع مهمة نشر المعلومات عن المجرمين والمتعاونين مع الاحتلال، وإكسابهم معلومات أمنية؛ بغرض تنمية مشاركتهم الفاعلة في مواجهة الحروب.

ومثال ذلك: ما كانت تقوم به فضائية ومرئية وإذاعة الأقصى خلال حرب الفرقان، حيث كانت تبتث دوماً بعض الأفعال التي يقوم بها العملاء والخونة المتعاونون مع الاحتلال؛ تنبيهاً للمقاومين والمواطنين، وتوجيهاً لهم للإبلاغ عن أمثالهم.

كما كانت تقوم ببث التحذيرات المتلاحقة، من بعض الاتصالات، والأرقام، ورسائل الجوال التي كان المواطنون يتلقونها خلال الحرب، في محاولة من العدو الصهيوني للحصول على المعلومات من المواطنين، أو إسقاط بعضهم في العمالة، أو تثبيط روحهم المعنوية.

وفي هذا نطالع قوله تعالى: **(فَإِذَا تَشَقَّقْنَا فِي الْحَرْبِ فَشَرَّدْ بِهِمْ مِّنْ خَلْفِهِمْ لَعَلَّهُمْ يَنْكُرُونَ)** (الأنفال: 57).

" **(فَإِذَا تَشَقَّقْنَا فِي الْحَرْبِ)** فإما تصادفهم وتظفر بهم **(فَشَرَّدْ بِهِمْ مِّنْ خَلْفِهِمْ)** ففرق عن محاربتك ومناصبتك بقتلهم شر قتلة والنكاية فيهم من وراءهم من الكفرة حتى لا يجسر عليك بعدهم أحد اعتباراً بهم واتعاضاً بحالهم" (3).

(1) فقه السيرة النبوية - د.محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 71).

(2) مجلة الأمة - مقال: حاجة العصر ومسئولية الأمة - أبو الحسن علي الندوي - (ص: 23) -

شعبان 1405هـ / إبريل 1985م.

(3) الكشاف - الزمخشري - 266/2.

- وبالإضافة إلى ما سبق من أهداف قرآنية، نرى أن من أهداف الإعلام الحربي، ما يلي:
- (1) أهداف تثقيفية: وتعني نشر الثقافة الأمنية العسكرية، وعرض الأحداث والأزمات وتطور الحروب بصورة موضوعية؛ بغرض تحقيق التفاعل بين الجمهور والأحداث، وإمدادهم بالمعلومات من مصادر موثوقة.
- فمن الطبيعي أن الجمهور يبحث عن آخر التطورات والمعلومات في أوقات الأزمات والحروب، ومن هنا تقع مهمة التثقيف للجمهور وإمداده بالمعلومات المستجدة دوماً وبصورة دائمة؛ كي لا يلجأ للحصول عليها من مصادر العدو وإذاعاته.
- وقد ظهر هذا الهدف واضحاً في حرب الفرقان الأخيرة، التي لعبت فيها بعض وسائل الإعلام المحلية والعالمية دوراً بارزاً في إمداد الجمهور الفلسطيني والعربي والعالمي بأخر المستجدات وتطورات الأحداث بالصوت والصورة، رغم ما كان يتهددهم من أخطار.
- (2) أهداف توعوية وقائية: ويعتبر هذا من أهم الأهداف التي ينبغي مراعاتها في الإعلام الحربي العسكري، من خلال توعية المواطنين بالأخطار المترتبة على بعض التصرفات، أو كيفية مواجهة بعض الأسلحة التي يستخدمها العدو⁽¹⁾.
- ومثال ذلك: برنامج (تحليلات عسكرية) الذي كانت تبثه فضائية القدس يومياً خلال حرب الفرقان التي شهدتها قطاع غزة، فكانت تقوم من خلاله بتوعية المواطنين بكيفية مواجهة الأسلحة العدوانية الصهيونية، مثل القنابل الفسفورية، وشرح طرق الوقاية في حال التعرض لدخانها أو الإصابة بها، إضافة إلى تحليل الاستراتيجية العسكرية الصهيونية المتبعة، وطرق مواجهتها.
- وهذه الأهداف جميعها، نابعة من طبيعة المنهج الإسلامي "التي يجب أن تستقر صورتها في قلوب العصابة المسلمة، إن هذا الدين لا بد له من هيبة، ولا بد له من قوة، ولا بد له من سطوة، ولا بد له من الرعب الذي يزلزل الطواغيت حتى لا تقف للمد الإسلامي، وهو ينطلق لتحرير الإنسان في الأرض من كل طاغوت، والذين يتصورون أن منهج هذا الدين هو مجرد الدعوة والتبليغ في وجه العقبات المادية من قوى الطاغوت، هم ناس لا يعرفون شيئاً عن طبيعة هذا الدين!"⁽²⁾.

(1) انظر: الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق - د.جاسم خليل ميرزا - (ص: 23).

(2) في ظلال القرآن - سيد قطب - 1542/10.

هذا وقد تحدث بعض العسكريين أن للإعلام الحربي أهدافاً عديدة، تندرج تحت جانبين:

أولاً: داخل المؤسسة العسكرية: وهذه تتعلق بالجندي وتهتم به، وتشمل:

- (1) تنمية شعور الجندي بالاعتزاز، وبث الحماس فيه، وزيادة ثقته في نفسه.
- (2) تنمية اعتزاز الجندي بسلاحه وقواته المسلحة، وإيمانه بقيادته وهدفه.
- (3) تحصينه من مخاطر الإعلام المعادي، وحرب العدو النفسية.
- (4) تنمية ثقافته بشكل عام، وثقافته العسكرية بشكل خاص، وتوجيهه التوجيه الديني الصحيح.
- (5) تنمية حب الجندية، وتطبيق مبادئ الضبط والربط العسكري.
- (6) المساعدة في رفع الروح المعنوية، والمحافظة عليها وصيانتها، وبث روح التحدي وقت الحرب (1).

ثانياً: خارج المؤسسة العسكرية: وهذه تسير بشكل متوازٍ مع سابقتها، وتحتاج لمؤازرة

الاستراتيجية الإعلامية للدولة لاستراتيجية الإعلام العسكري، وتتفرع إلى عدة فروع:

(1) الشعب:

- الحفاظ على الصلة المتينة والثقة المتبادلة بينه وبين الجيش.
- تنمية حب الجندية لدى المواطن، وترغيبه في الانخراط بسلك الجندية.
- إفهام المواطن بأن الجندي هو سياج الوطن والقائم على حمايته.
- غرس الإحساس بالمسئولية لدى المواطن، وإشعاره أن عليه واجباً تجاه وطنه يتم تأديته بالانخراط في سلك الجندية.
- تعريف المواطن بقواته المسلحة، وإطلاعه على إنجازاتها، والمستوى الذي وصلت إليه (2).

(2) العدو:

- تخطيط حملات الحرب النفسية وتنفيذها، بالتنسيق مع استراتيجية الدولة الإعلامية.
- توجيه مضامين عسكرية قوية؛ بغرض ردع العدو.
- تنفيذ الحرب النفسية الميدانية التكتيكية ضد تشكيلات العدو في الميدان.
- الرد على الإشاعات التي يبثها العدو، وتقنيدها (3).

(1) انظر: الإعلام العسكري الأردني - العميد الركن محمد خلف الرقاد - (ص: 60).

(2) انظر: المرجع السابق - نفس الصفحة.

(3) انظر: المرجع السابق - (ص: 61).

(3) الأصدقاء وغير الأعداء:

- إدامة الاتصال مع الأصدقاء.
- فتح قنوات الاتصال مع غير الأعداء، ومحاولة استقطابهم، أو تحييدهم على الأقل، بحيث إن لم يكونوا معك، فلا يكونوا ضدك⁽¹⁾.

(1) انظر: الإعلام العسكري الأردني - العميد الركن محمد خلف الرقاد - (ص: 61)، مجلة هدي الإسلام - مقال: الإعلام الإسلامي نحو منهج علمي - د. كرم شلبي - العدد (4) - (ص: 15) - ربيع الثاني 1909هـ.

المطلب الثالث

ضوابط الإعلام زمن الحرب

جاء في القرآن الكريم الكثير من الآيات التي تحدثت عن الجهاد، وما أحدثه من تأثير على النفوس، حتى أصبحت هذه الآيات جزءاً من النسيج العقلي للمسلمين، وشيئاً امتزج بأرواحهم ودمائهم.

وقد ارتبط الإعلام الإسلامي بالجهاد ارتباطاً وثيقاً، من ناحية:

(1) الإعلام الإسلامي نوع من أنواع الجهاد، بل إن الله سبحانه أسماه الجهاد الكبير، فقال تعالى: **(فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا)** (الفرقان: 52)، والضمير راجع إلى القرآن الكريم، أو الإعلام القرآني.

(2) وحدة الهدف الذي قاما من أجله ويسعيان لتحقيقه، وتتمثل في تقديم الأدلة الكافية لإقناع الناس بحقائق هذا الدين دون إكراه، وإعلاء كلمة الله في الأرض وقيام الحجّة على الخلق في السماء، حيث قال تعالى: **(الَّذِينَ آمَنُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ كَفَرُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ الطَّاغُوتِ فَقَاتِلُوا أَوْلِيَاءَ الشَّيْطَانِ إِنَّ كَيْدَ الشَّيْطَانِ كَانَ ضَعِيفًا)** (النساء: 76).

(3) الجهاد في سبيل الله يرتبط بمسألة في غاية الأهمية بالنسبة للإعلام الإسلامي، ألا وهي مسألة توفير الحرية، وتهيئة الأجواء الطبيعية لممارسة العملية الإعلامية الإسلامية بشكل فعال ومؤثر⁽¹⁾.

ونتيجةً لهذا الارتباط الوثيق بين الإعلام والجهاد، ونتيجةً لخصوصية الإعلام الأمني الحربي وموضوعاته، من ناحية كونها: واسعة شاملة، حساسة، دقيقة، ذات مزالق كثيرة، قد يكون بعضها تحريضياً⁽²⁾، كان لا بد من الالتزام بمجموعة من الضوابط خلال الحرب، وتتمثل هذه الضوابط في:

أولاً: الابتعاد عن الفتنة والاضطرابات

حين نقرأ القرآن الكريم، يطالعنا قوله تعالى: **(وَأَقْتُلُوهُمْ حَيْثُ ثَقِفْتُمُوهُمْ وَأَخْرِجُوهُمْ مِّنْ حَيْثُ أَخْرَجُوكُمُ وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ...)** (البقرة: 191)، وقوله تعالى: **(وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ...)**

(1) انظر: مقال: العلاقة بين الإعلام الإسلامي والجهاد -

<http://www.e3lami.com/articles.php?articleid=175&id=39>

(2) انظر: الإعلام الأمني - د. أديب خضور - (ص: 49).

(البقرة: 193)، وكذلك قوله تعالى: (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ قِتَالٍ فِيهِ قُلْ قِتَالٌ فِيهِ كَبِيرٌ وَصَدٌّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَكُفْرٌ بِهِ وَالْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَإِخْرَاجُ أَهْلِهِ مِنْهُ أَكْبَرُ عِنْدَ اللَّهِ وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ...) (البقرة: 217).

فهذه مواضع ثلاث تحدثت عن القتال، وركزت خلال الحديث عنه على ذكر الفتنة، وهذا أمر حتمي؛ إذ إن الكثير من الحروب تنتشر فيها إثارة الفتن والنزاعات، من خلال التحريض الإعلامي، الذي يشعل نيران الحروب بدلاً من إخمادها.

ولأجل ذلك، جاء هذا التركيز على البعد عن الفتن، ووصفها بأنها أشد أو أكبر من القتل، حيث إن "الفتنة عن الدين اعتداء على أقدس ما في الحياة الإنسانية، ومن ثم فهي أشد من القتل، أشد من قتل النفس وإزهاق الروح وإعدام الحياة، ويستوي أن تكون هذه الفتنة بالتهديد والأذى الفعلي، أو بإقامة أوضاع فاسدة من شأنها أن تضل الناس وتفسدهم وتبعدهم عن منهج الله، وتزين لهم الكفر به أو الإعراض عنه" (1).

وتكرار الحديث عن الفتن، ووصفها بكونها أكبر وأشد من القتل "يُوحى بأهمية الأمر في اعتبار الإسلام؛ وينشئ مبدأً عظيماً يعني في حقيقته ميلاداً جديداً للإنسان على يد الإسلام، ميلاداً تنقرر فيه قيمة الإنسان بقيمة عقيدته، وتوضع حياته في كفة وعقيدته في كفة، فترجح كفة العقيدة...، وكل من يتعرض للفتنة في دينه والأذى في عقيدته في أية صورة من الصور، وفي أي شكل من الأشكال، مفروض عليه أن يقاتل وأن يقتل؛ وأن يحقق المبدأ العظيم الذي سنه الإسلام، فكان ميلاداً جديداً للإنسان" (2).

فالمطلوب إذن، من خلال هذه النصوص القرآنية، وتعاليم الإسلام الربانية، أن يكون القتال بعيداً عن إثارة الفتن، فغرضه إنما إخماد الفتن وردعها ومواجهتها، وليس إشعالها.

ثانياً: الحث على بذل المال ومواجهة الباطل والجهاد

تحدثنا فيما سبق أن من مظاهر إعداد القوى، الإعداد الإعلامي، وهذا الإعداد، يتطلب أشياء كثيرة، منها: الأجهزة والمعدات الفنية بعدد أكبر؛ لمواجهة أي طارئ من قصف أو تدمير، إضافةً إلى تجهيز أماكن احتياطية يتم استخدامها في أوقات الأزمات، وغير ذلك. وهذه التجهيزات كلها، لا تأتي وحدها، بل تتطلب البذل والإنفاق من أجل توفيرها، وتجهيزها؛ لذا كان من ضوابط الإعلام الحث على الإنفاق والجهاد.

ففي سياق الأمر بالإعداد، كانت خاتمة الآية بالحث على البذل والإنفاق، فقال تعالى: (وَأَعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ وَعَدُوا لِلَّهِ وَعَدُواكُمْ وَأَخْرَبُوا مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفِّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ) (الأنفال: 60).

(1) في ظلال القرآن - سيد قطب - 189/2.

(2) المرجع السابق - 190/2.

"ولما كان هذا الإعداد للقوة بحاجة إلى بذل الأموال السخية من المسلمين قاطبة، ختمت هذه الآية بالدعوة إلى الإنفاق بأسلوب يحث على البذل في سبيل الله، حيث نكر ما ينفق؛ ليعم أي قدر وأي نوع يبذل في سبيل الله" (1).

وحين نقرأ القرآن الكريم نلاحظ كيف قرن ما بين الجهاد والإنفاق، فقال عز من قائل: (وَقَاتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ وَمَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضَاعًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْسُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ) (البقرة: 244، 245).

هذا فيما يتعلق بالأمر المباشر للمؤمنين، كما أمرهم بالإنفاق بطريقة غير مباشرة، حيث يقول تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ فَسَيُنْفِقُونَهَا ثُمَّ تَكُونُ عَلَيْهِمْ حَسْرَةً ثُمَّ يُغْلَبُونَ وَالَّذِينَ كَفَرُوا إِلَىٰ جَهَنَّمَ يُحْشَرُونَ) (الأنفال: 36).

نص هذه الآية يتحدث عن المشركين، ولكن مفهوم المخالفة لها يقول: أنتم أيها المسلمون أولى بالإنفاق؛ لتهدوا البشر إلى سبيل الله، وإنفاقكم هذا سيكون سبباً لمنعتكم ونصرتكم، وليس غلبتكم، وإلى الجنة تحشرون.

فإذا كان المشركون يبذلون أموالهم ليصدوا عن سبيل الله، فمن باب أولى أن يكون هذا الإنفاق هو دين المسلمين ودأبهم وعادتهم؛ لنصرة دينهم ورد الباطل ودفعه؛ حتى لا يكونوا ممن يستحقون عذاب الله بكنزهم للأموال وعدم إنفاقها في سبيل الله: (... وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالنَّفْصَةَ وَلَا يُنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُم بِعَذَابٍ أَلِيمٍ يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وظهورهم هذا ما كنزتم لأنفسكم فذوقوا ما كنتم تكنزون) (التوبة: 34، 35).

ثالثاً: التثبث وعدم الانجرار وراء الإشاعات والأباطيل

حين كان الحديث عن ضوابط الإعلام بشكل عام، كان التيقن من صدق المعلومات سواءً المستقبلية منها أم المرسلّة من أبرز الضوابط.

وحين كان الحديث عن الإعلام وضوابطه حال السلم والمعاهدات، كان التيقن كذلك من أبرز وأهم الضوابط، وهكذا في حال الحرب، بل إن أهمية التأكد والتثبث تزداد.

يقول تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا وَلَا تَقُولُوا لِمَنْ أَلْقَىٰ إِلَيْكُمُ السَّلَامَ لَسْتَ مُؤْمِنًا تَبْتَغُونَ عَرَضَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَعِنْدَ اللَّهِ مَغَانِمٌ كَثِيرَةٌ كَذَلِكَ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلُ فَمَنْ اللَّهُ عَلَيْكُمْ فَتَبَيَّنُوا إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا) (النساء: 94).

ومعلوم أن سبب نزول هذه الآية كان في سرية عليها أسامة بن زيد، فلقي مرداس بن نهيك الضمري فقتله، وكان من أهل فدك، ولم يسلم من قومه غيره، وكان يقول لا إله إلا الله محمد رسول الله ويسلم عليهم، قال أسامة: فلما قدمت على رسول الله صلى الله عليه وسلم

(1) الدعوة الإسلامية منهجها ومعالمها - د. أحمد عمر هاشم - (ص: 52).

أخبرته، فقال: قتل رجلًا يقول لا إله إلا الله؟!، فقلت: يا رسول الله، إنما تعوذ من القتل، فقال: كيف أنت إذا خاصمك يوم القيامة بلا إله إلا الله، قال: فما زال يردد علي أقول رجلًا يقول لا إله إلا الله حتى تمنيت لو أن إسلامي كان يومئذ، فنزلت (1).

من خلال هذه الحادثة، يظهر أنها إنما كانت وقت حرب، حيث كان أسامة مرسلًا على سرية، وقد قتل هذه الرجل دون تثبت وتأكيد، بل لمجرد تخمينه أنه ما قال قوله إلا للتعوذ من القتل، فجاء العتاب الرباني ثم النبوي على هذه الحادثة.

فالمطلوب إذن من وسائل الإعلام، التحلي بمزيد توثق وتبيين أوقات الحروب؛ لما يكون فيها من إشاعات وأخبار كثيرة لا أساس لها من الصحة، كالذي حدث في غزوة أحد، حين أُشيع خبر مقتل النبي ٣، فأدى ذلك لانهازم بعض المسلمين وتراجعهم (2).

ويندرج تحت هذا الضابط: المصادقية في الطرح والعرض، والأمانة مع اختيار الوقت المناسب، وعدم الانجرار وراء الإشاعات والأباطيل، والدقة في معرفة التفاصيل، مما يساعد في تلخيص الأفكار وترتيبها، ومعرفة الحدود التي يشتمل عليها الموقف (3).

رابعاً: الثبات وتقوية الروح المعنوية

الانفعال والتوتر من أبرز الانفعالات التي تظهر أوقات الأزمات والحروب، رغم أن المفترض في مثل تلك الأوقات أن يكون المرء على قدر من الهدوء والثبات؛ لأن في ذلك إفساح المجال للتفكير وحسن التدبير، إضافةً إلى كيد العدو وغيظه.

أما ظهور الانفعالات، فيؤدي نتيجةً عكسية، بل قد تضيق معه الحقائق، لذلك كان من أبرز سمات القيادات الإعلامية الواعية "عدم التوتر والانفعال الزائد أمام الأحداث الجسيمة، مهما كانت التداعيات للحادث، فالاحتفاظ بالأعصاب ضرورة خاصة في تلك المواقف...، أما حالة الانهيار يترتب عليها إصابة العديد بالتوتر وانفلات الأعصاب، فتتراكم الأخطاء، ويصبح الموقف سيئاً، ويتعذر تدارك مثل هذه التداعيات" (4).

وتتعدد صور الانفعالات، منها: الصوت المرتفع، التناول أو عدم التماسك في الحديث.

وهذا الثبات واليقين، ينبع من ذكر الله سبحانه، حيث قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا

لَقِيْتُمْ فِئَةً فَاثْبُتُوا وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (الأنفال: 45).

(1) انظر: أسباب النزول - السيوطي - (ص: 52).

(2) انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 175)، دراسات في السيرة - د. طالب أبو شعر وآخرون - (ص: 306).

(3) انظر: الاتصالات والتقارير الأمنية - اللواء سراج الدين الروبي - (ص: 41).

(4) انظر: المرجع السابق - (ص: 43).

ومن أبرز ضوابط الإعلام أن يعمل على تقوية الروح المعنوية للمقاومين المقاتلين، وللشعب عامةً، من خلال عرض الصورة بكافة جوانبها، فإن كان هناك ضرر وألم يتعرض له المسلمون، فكذلك عدوهم، (إِنْ يَمَسُّكُمْ قَرْحٌ فَقَدْ مَسَّ الْقَوْمَ قَرْحٌ مِّثْلُهُ وَتِلْكَ الْأَيَّامُ نُدَاوِلُهَا بَيْنَ النَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَيَتَّخِذَ مِنْكُمْ شُهَدَاءَ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الظَّالِمِينَ) (آل عمران: 140).

خامساً: الغلظة في القول:

ينبغي على الإعلام أن يلتزم في رسالته الإعلامية بالرفق واللين، واليسر والسهولة، سواءً من ناحية الرسالة الإعلامية، أو من ناحية التعامل مع الجمهور والضيوف. لكن هذا الضابط، يُستثنى منه حالات الحروب والأزمات، حيث ينبغي حينها على الإعلام أن يستخدم الغلظة في القول؛ لما يترتب عليها من إرهاب العدو وزلزلة أقدامه، وقد جاء الأمر بهذه الغلظة في آيات عديدة، من بينها قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدِ الْكُفَّارَ وَالْمُنَافِقِينَ وَاغْلُظْ عَلَيْهِمْ وَمَأْوَاهُمْ جَهَنَّمُ وَبِئْسَ الْمَصِيرُ) (التحریم: 9)، وقد تكرر هذا النص القرآني في سورة التوبة، في الآية الثالثة والسبعين منها.

وتحقيقاً لهذا الغرض أيضاً، يقول تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قَاتِلُوا الَّذِينَ يَلُونَكُمْ مِنَ الْكُفَّارِ وَلِيَجِدُوا فِيكُمْ غِلْظَةً وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ) (التوبة: 123).

ففي سبيل حماية الجماعة المسلمة، ودفع العدو وكيد، لا بد من الغلظة، في القول والفعل، في العرض والنقاش، غلظة تزلزل الأقدام، وتحبط معنويات العدو، وتجمع الآية بين الكفار والمنافقين في الأمر بجهادهم والغلظة عليهم؛ لأن كلا من الفريقين يؤدي دوراً مماثلاً في تهديد المعسكر الإسلامي، وتحطيمه أو تفتيته، فجهادهم هو الجهاد الواقعي من النار، وجزاؤهم هو الغلظة عليهم من رسول الله والمؤمنين في الدنيا⁽¹⁾.

سادساً: الخداع وعدم خشية العدو

إن المطالع للقرآن الكريم، ولسنة النبي ﷺ يلاحظ أن الحديث جاء عن الخداع والتضليل في حالات الحروب.

هذا الخداع قد يمارسه أعداء الإسلام، كما في قوله تعالى: (وَإِنْ يُرِيدُوا أَنْ يَخْدَعُوكَ فَإِنَّ حَسْبَكَ اللَّهُ هُوَ الَّذِي أَيْدِكَ بِنَصْرِهِ وَبِالْمُؤْمِنِينَ) (الأنفال: 62).

كما أنه قد يُمارَس من قبل المسلمين أنفسهم، فالحرب خدعة، كما حدث في غزوة الأحزاب بحفر الخندق حول المدينة المنورة، وهو نوع من التقنية الخداعية، والاستحداث

(1) في ظلال القرآن - سيد قطب - 3621/28.

لأساليب لم تكن معروفة لدى المشركين، أو بالتفرقة بين صفوف العدو، كما فعل نعيم بن مسعود في نفس الغزوة⁽¹⁾.

والخداع والقتال جائز مشروع، ولهذا يجوز التولي يوم الزحف رغم كونه من الكبائر؛ إن كان فيه خداع للعدو، وهذا جلي في قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيتُمُ الَّذِينَ كَفَرُوا زَحَفًا فَلَا تُولُوهُمُ الْآدْبَارَ وَمَنْ يُولِهِمْ يُؤَمِّنْهُمْ دَبْرَهُ إِلَّا مَتَحَرِّفًا لِقِتَالٍ أَوْ مَتَحِيضًا إِلَىٰ فِتْنَةٍ فَقَدْ بَاءَ بِغَضَبٍ مِنَ اللَّهِ وَمَأْوَاهُ جَهَنَّمُ وَبِئْسَ الْمَصِيرُ) (الأنفال: 15، 16).

وهذا الخداع يُعد من تكتيكات الحرب، التي أقرتها الشريعة الإسلامية كما أوضحنا فيما سبق، وأقرها كذلك القانون الدولي، في المادة 2/37 من البروتوكول الإضافي رقم (1) لعام 1977م، والذي تم إلحاقه باتفاقية جنيف التي عقدت عام 1949م، حيث نص على أن: "خدع الحرب ليست محظورة، وتعتبر من خدع الحرب الأفعال التي لا تعد من أفعال الغدر"⁽²⁾.

هذا ويجوز اللجوء على الخدع والتضليل الإعلامي في الحروب، بسبب:

- (1) سلوك المتحاربين جرى إلى اتباعها منذ القدم.
 - (2) إنها لا تشكل نقضاً لعهد، أو غدرًا بالخصوم.
 - (3) إنها وسيلة لكسب النصر، والإسراع في إنهاء القتال؛ بغرض القصد في إهدار الدماء من كلا الطرفين المتحاربين⁽³⁾.
- وإن كان الخداع مشروعاً مباحاً، إلا أنه ينبغي ألا يكون سبباً لنقض العهود، أو تجاوز الحد في القتل، أو عدم المعاملة بالمثل⁽⁴⁾.

ومن أمثلة الخداع في الحروب، ما حدث في حرب أكتوبر 1973م، بين مصر وإسرائيل، حيث سربت مصر بعض الأخبار التي احتوت على جزء ضئيل من الصحة، ضمن عملية (الخداع الاستراتيجي)، وعلى أساسها قام العدو الصهيوني بعمل خطط معينة، كانت نتيجتها هزيمته⁽⁵⁾.

(1) انظر: فقه السيرة النبوية - د. محمد سعيد رمضان البوطي - (ص: 213).

(2) الإعلام بقواعد القانون الدولي والعلاقات الدولية في شريعة الإسلام - د. أحمد أبو الوفا - 175/10.

(3) انظر: المرجع السابق - 177/10، الجهاد والقتال في السياسة الشرعية - د. محمد خير هيكل - 1294/2.

(4) انظر: آثار الحرب في الفقه الإسلامي - د. وهبة الزحيلي - (ص: 141)، النظم الإسلامية نشأتها وتطورها - د. صبحي الصالح - (ص: 524).

(5) انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 6 - حسن علي العنبيسي - (ص: 911) - جمادى الآخرة 1406هـ / فبراير ومارس 1986م.

ويندرج تحت هذا الضابط: ضرورة الحذر في وسائل الإعلام، من خلال الحذر من عرض المواد الإعلامية المستوردة من الغرب، والتي تصور دوماً المجني عليه بأنه الجاني، والعكس صحيح⁽¹⁾.

كما حدث في مدرسة الفاخورة خلال حرب الفرقان الأخيرة على قطاع غزة، والتي أظهرت فيها بعض وسائل الإعلام الغربية صاروخاً ينطلق من محاذة هذه المدرسة، فكانت النتيجة قصف الجيش الإسرائيلي للمكان؛ حفاظاً على حمايته، فتحول الأبرياء إلى قتلة، والقتلة إلى أبرياء.

وحتى يتحقق الخداع، لا بد من الانضباط لدى العاملين في وسائل الإعلام؛ لأن العبرة ليست بالمدفع، ولكن بالرجال الذين يقفون وراء هذا المدفع، ويتحقق الانضباط فيمن كان لديه ضمير ورفيق ذاتي داخلي، ووازع ديني؛ مما يجعله يندفع لأداء واجبه وسماع الأوامر وتنفيذها حتى عند انعدام الرقابة، بقوة ذاتية نابعة من داخله⁽²⁾.

(1) انظر: دور الوسائل التقنية والإعلامية في مكافحة الجريمة في عصر العولمة - د. عبد الحميد بن عبد الرحمن السحبياني - بحوث مؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة الذي نظّمته كلية الشريعة والقانون الإماراتية 6 - 8 مايو 2001م - 643/1.

(2) انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإنسان في نظر العسكرية الإسلامية - اللواء أركان حرب محمد جمال الدين محفوظ - (ص: 1126) - رجب 1405هـ/ إبريل 1985م.

الفصل الثالث
أساليب الإعلام وآثاره في ضوء
القرآن الكريم

? المبحث الأول:

الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن الكريم

? المبحث الثاني:

آثار الإعلام في ضوء القرآن الكريم

تمهيد

نزل القرآن الكريم من السماوات العلا، من لدن حكيم خبير؛ لذا فإنه يقف على قمة العمل الإعلامي الإسلامي؛ وسبب ذلك كونه "ينفرد بطريقته في عرض الوقائع، وتقرير الأحداث، وله أسلوب خاص متفرد في التعليم والتوجيه" (1).

والناظر إلى القرآن الكريم، يلاحظ أنه نوع في استعمال الأساليب خلال الحوار، مما يجعلنا نقول وبلا شك أن القرآن سبق إلى استخدام أساليب الإعلام الحديث. هذه الأساليب المتنوعة، جعلت أعداء الإسلام يحاولون مواجهتها، فلجئوا لأساليب إعلامية، يمكننا أن نطلق عليها اسم: (الإعلام المضاد).

ولكن، بحمد الله وتوفيقه، فقد ظهرت خلال الأعوام الأخيرة مجموعة من الفضائيات، بحيث أصبح هناك قرابة خمس عشرة فضائية إسلامية، بتوجهاتها المختلفة، إضافة إلى عشرات من الإذاعات والمطبوعات الإسلامية، ومئات المواقع الإسلامية على الانترنت، بل إن الإحصائيات تشير إلى ما يقارب من أربعين ألف مدونة عربية، عدد لا بأس منها يديره إسلاميون أو محافظون (2).

وكي تحقق هذه الوسائل الهدف الذي رسمته لنفسها، ينبغي عليها أن تسعى بجد لإنتاج خطاب إعلامي حديث ومتميز، بعيداً عن الحشو والتقليد، الذي بات سمةً غالباً على المواد الإعلامية المطروحة.

(1) مقال: أخلاقيات الإعلام في القرآن الكريم - <http://forum.tfa9el.com/7688.html>

(2) انظر: مقال: الإعلام الإسلامي والخطاب الجديد - أحمد شهاب -

www.annabaa.org/nbanews/66/008.htm

المبحث الأول

الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن الكريم

? المطلب الأول:

أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن

? المطلب الثاني:

أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن

? المطلب الثالث:

الأعداء وأساليبهم الإعلامية

? المطلب الرابع:

الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية

المطلب الأول

أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن

القرآن الكريم كتاب هداية وإعجاز، وهو أساس العمل الإعلامي كذلك، ولما كان غرضه التأثير والتوجيه، كان لا بد من تنوع الأساليب المستخدمة؛ لأن تنوعها يؤدي إلى مزيد التأثير بها.

هذا ويقصد بالأسلوب القرآني: "الطريقة الخاصة التي انفرد بها القرآن في إفادة المعاني بالألفاظ"⁽¹⁾.

وبالنظر على القرآن الكريم والأساليب الإعلامية التي استعملها، نلاحظ أنها لم تتجاوز ما قيل عن الأسلوب القرآني، من كون هدفها إنما هو إفادة المعنى عن طريق الألفاظ، وتنوع طرق العرض، فمن الأساليب التي استعملها القرآن الكريم ما يلي:

أولاً: الأسلوب القصصي

من المعلوم أن المتلقي يهفو إلى الحادثة المرتبطة بالأسباب والنتائج، فإذا تخللها مواطن العبرة، كان حب الاستطلاع لمعرفة من أقوى العوامل على رسوخ عبرتها في النفس، والقصص الصادق يمثل هذا الدور في الأسلوب العربي، ويصوره في أبلغ صورته قصص القرآن الكريم.

وقصص القرآن أصدق القصص؛ لمطابقتها التامة للواقع، وأحسن القصص؛ لاشتمالها على أعلى درجات البلاغة وجلال المعنى، وأنفع القصص؛ لقوة تأثيرها في القلوب والأعمال والأخلاق، قال تعالى: (نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ وَإِنْ كُنْتَ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنَّ الْغَافِلِينَ) (يوسف: 3).

والقصص في القرآن الكريم على ثلاثة أنواع:

- (1) قصص الأنبياء: دعوتهم لأقوامهم، ومراحل دعوتهم، ومعجزاتهم، وعقوبة أقوامهم.
- (2) قصص قرآني يتعلق بحوادث غابرة: كقصص الذين أخرجوا من ديارهم وهم ألوف حذر الموت، وطالوت وجالوت، وأصحاب الأخدود، وأصحاب الفيل، ونحوهم.
- (3) قصص يتعلق بالحوادث التي وقعت في زمن رسول الله: كغزوة بدر، وغزوة حنين⁽²⁾.

(1) أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 3).

(2) انظر: بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 185)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 306).

وللقصص القرآني فوائد، أهمها:

- (1) إيضاح أسس الدعوة إلى الله، وبيان أصول الشرائع التي يبعث بها كل نبي.
 - (2) تثبيت قلب رسول الله، وقلوب الأمة المحمدية على دين الله، وتقوية ثقة المؤمنين بنصرة الحق وجنده، وخذلان البطل وأهله.
 - (3) تصديق الأنبياء السابقين وإحياء ذكراهم وتخليد آثارهم.
 - (4) إظهار صدق الدعوة وما فيها من أخبار الماضين⁽¹⁾.
 - (5) مقارنة أهل الكتاب بالحجة فيما كتموه من البيئات والهدى، وتحديدهم بما كان في كتبهم قبل التحريف والتبديل.
- وليس القرآن الكريم كتاباً أنشئ من أجل القصة قصداً، ولكن يُنظر إليه وإلى القصة من الزاوية التي تحقق أهدافه العامة⁽²⁾.
- وإذا جئنا للإعلام الإسلامي، فإن بإمكانه أن يستفيد من هذا الأسلوب القصصي في رسالته الإعلامية، فكثيرة هي القضايا والأخبار التي يكون تأثيرها أبلغ وأكبر عند عرضها بأسلوب قصصي مؤثر، شريطة أن تتوفر فيها مجموعة من الأمور، هي:
- (1) اختيار القصة المناسبة؛ لأن هناك كثيراً من القصص تفسد مشاعر الفرد، وتحبب إليه الجريمة والفاحشة.
 - (2) استغلال بعض الأفلام الهادفة، وعرضها عبر وسائل الإعلام، في محاولة لمواجهة الأفلام الماجنة التي تعرضها وسائل الإعلام الهدامة.
- على سبيل المثال: في حرب الفرقان على قطاع غزة، تعددت المجازر التي ارتكبت بحق عائلات بأكملها، وكانت الأخبار تتوارد عبر مختلف وسائل الإعلام عن ذلك، لكن وقع هذه الأخبار كان أكثر تأثيراً من خلال عرضها في أسلوب قصصي، يحكي كيف كانت تلك العائلة تقضي وقتها، وكيف انقلب الحال فجأة، مع من نجوا من تلك المجازر، فكان التأثير والصدى أقوى وأشد في الأسلوب القصصي، وهذا ما ينبغي الاستفادة منه، فالجمهور بعادته ينجذب للقصص، ويتعد عن الأحاديث الطويلة المملة.

(1) انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد حاتم عبد القادر - (ص: 255)، التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 144)، بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم إبراهيم - (ص: 185)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 307).

(2) انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 35)، التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 155)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 310).

ثانياً: أسلوب المثل القرآني

المثل: قسم من الحكم، يرد في واقعة؛ لمناسبة اقتضت وروده فيها، ثم يتداولها الناس في الوقائع التي تشبهها، دون أي تغيير؛ لما فيه من الإيجاز، والدقة في التعبير، ويعمل على إبراز المعنى في صورة حسية تكسبه روعةً وجمالاً⁽¹⁾.

وقد جاء القرآن الكريم مشتملاً على الأمثال؛ بغرض العبرة والعظة، فقال تعالى: (لَوْ أَنْزَلْنَا هَذَا الْقُرْآنَ عَلَى جَبَلٍ لَرَأَيْتَهُ خَاشِعًا مُتَصَدِّعًا مِّنْ خَشْيَةِ اللَّهِ وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ) (الحشر: 21).

وتتجلى أهمية هذا الأسلوب وفوائده في:

(1) قدرتها التأثيرية على النفوس، وبراعتها في التصوير، وقدرتها على التشخيص والحركة القوية، مما يستنهض المشاعر والأحاسيس للإقبال نحو تحقيق الغرض والغاية من المثل.

(2) تقريب المعقول إلى المحسوس فيتقبله العقل، ويدركه ويفهمه؛ فبالأمثال يستطيع الإعلامي أن يقرب المعنى إلى الإفهام.

(3) كشف الحقائق وإيضاح المعنى في عبارة موجزة بليغة.

(4) ضرب الأمثال من أنجح الوسائل في الترغيب كما أنه وسيلة نافعة للتفكير⁽²⁾.

وحين يكون الحديث عن استخدام الأمثال في الوسائل الإعلامية، فينبغي عليها أن

تراعي:

(1) استعمال الأمثال بحكمة.

(2) أن تكون معانيها على مستوى فهم الجمهور، وعلى قدر عقولهم.

وبهذا يمكن القول: إن الأمثال القرآنية تعتبر مقاييس عقلية، وقواعد عامّة، تصلح أن يُقاس عليها، حيث إنها تدور حول محور واحد، هو الإنسان، بعقله، وروحه، وإحساسه؛ تحقيقاً لتطلّعاته إلى سعادته في الدنيا والآخرة.

ووسائل الإعلام بإمكانها الاستفادة من المثل؛ لتقريب الصورة إلى ذهن المتلقي، فالمثل يكسر جمود العبارات، ويضفي نوعاً من المرح، شريطة أن يُستخدم في مكانه الملائم.

(1) انظر: بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 190)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 282).

(2) انظر: الإتيان في علوم القرآن - السيوطي - 31/4، الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 279)، الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها - د. يحيى علي الدجني - (ص: 273)، بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 193)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 287).

ثالثاً: تنوع أسلوب الخطاب

إن الناظر إلى الأسلوب القرآني، يلاحظ تنوع الأسلوب الخطابى الموجود فيه، وهذا من الجمال الذي ينبغي تلمسه والفخر به في الخطاب الإسلامي؛ لما يترتب عليه من تعدد للرؤى، وتوسيع للأفاق.

وقد يكون الخطاب القرآني متعلقاً بالأحكام الفقهية، أو الأمور العقائدية، وربما الثقافية، والاجتماعية، وغيرها، ومهما يكن، فالتنوع فيه هو سر التميز والتألق والإبداع.

والمهم للإعلام الإسلامي، أن يستفيد من هذا التنوع في أسلوب الخطاب القرآني، من خلال استخدامه وتوظيفه في وسائل الإعلام؛ لكسر الجمود والنقلد في الخطاب الموجود فيها، حيث بالإمكان توظيف الخطاب القرآني لصالح القضايا الكبرى، ومن خلال استخدامه تباعد وسائل الإعلام عن الجدل السلبي والحوارات العقيمة.

ونظرة إلى القرآن الكريم، تبرز لنا عدة أنواع من الخطاب القرآني، منها:

- (1) خطاب عام: مثل: (خَلَقَكُمْ).
- (2) خطاب خاص: مثل: (أَكْفَرْتُمْ).
- (3) خطاب الجنس: مثل: (يَا أَيُّهَا النَّاسَ).
- (4) خطاب النوع: مثل: (يَا بَنِي آدَمَ).
- (5) خطاب العين: مثل: (يَا آدَمَ).
- (6) خطاب المدح: مثل: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا).
- (7) خطاب الذم: مثل: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ كَفَرُوا).
- (8) خطاب الكرامة: مثل: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ).
- (9) خطاب التودد: مثل: (يَا ابْنَ أُمَّ).
- (10) خطاب الجمع بلفظ الواحد: مثل: (يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمِ) (الانفطار: 6)، والمراد هنا من الإنسان البشر كافة.
- (11) خطاب الواحد بلفظ الجمع: مثل: (وَإِنْ عَاقَبْتُمْ فَعَاقِبُوا بِمِثْلِ مَا عُوقِبْتُمْ بِهِ وَلَئِنْ صَبَرْتُمْ لَهُوَ خَيْرٌ لِّلصَّابِرِينَ) (النحل: 126)، والخطاب هنا للنبي ٣.
- (12) خطاب الواحد بلفظ الاثنين: مثل: (أَلْقِيَا فِي جَهَنَّمَ كُلَّ كَفَّارٍ عَنِيدٍ) (ق: 24).
- (13) خطاب الاثنين بلفظ الواحد: مثل: (...فَمَنْ رَبُّكُمَا يَا مُوسَى) (طه: 49)، فقد كان هارون موجوداً مع موسى، لكنه خصص موسى بالذكر فقط.

(14) خطاب العين والمراد به الغير: مثل: (فَإِنْ كُنْتَ فِي شَكٍّ مِمَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ فَاسْأَلِ الَّذِينَ يَقْرَأُونَ الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكَ ...) (يونس: 94)، فمن المعلوم أن النبي 3 ليس في شك مما ينزل عليه، وأن المشركين هم المخاطبون بالآية.

(15) خطاب التلو: وهو ثلاثة أوجه:

- أحدها: أن يخاطب ثم يخبر: مثل: (... وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ) (الروم: 39).
- الثاني: أن يخبر ثم يخاطب: مثل: (... وَسَقَاهُمْ رَبُّهُمْ شَرَابًا طَهُورًا & إِنَّ هَذَا كَانَ لَكُمْ جَزَاءً وَكَانَ سَعْيُكُمْ مَشْكُورًا) (الإنسان 21، 22).
- الثالث: أن يخاطب عيناً ثم يصرف الخطاب إلى الغير: مثل: (إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا & لِيُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ...) (الفتح: 8، 9)، وهذا على قراءة ابن كثير وأبي عمرو فإنهما قرءا بالياء (1).

هذه الأنواع من الخطاب يزيد بها جمالاً ورونقاً أسلوب الالتفات الموجود في القرآن الكريم، وهو على أنواع:

- (1) الالتفات من ضمير الخطاب إلى ضمير الغيبة: نحو قوله تعالى: (هُوَ الَّذِي يُسَيِّرُكُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ حَتَّى إِذَا كُنْتُمْ فِي الْفُلِكِ وَجَرِينَ بَحْرًا مَبْرُوحًا وَقَدْ رَجَعْتُمْ إِلَى الْغَيْبَةِ) (يونس: 22)، حيث خاطبهم الله سبحانه بقوله: (كنتم)، وتغير الأسلوب إلى الغيبة (وجرين بهم).
- (2) الالتفات من الغيبة إلى الخطاب: نحو قوله تعالى: (الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ & الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ & مَالِكِ يَوْمِ الدِّينِ & إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ) (الفاتحة: 2 - 5).
- (3) الالتفات من التكلم إلى الخطاب: نحو قوله تعالى: (... قَالَ يَا قَوْمِ أَتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ & اتَّبِعُوا مَنْ لَا يَسْأَلُكُمْ أَجْرًا وَهُمْ مَهْتَدُونَ & وَمَا لِي لَا أَعْبُدُ الَّذِي فَطَرَنِي وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ) (يس: 20 - 22)، فقد جاء بكلامه على طريق التكلم، ثم انتقل إلى الخطاب فقال: (وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ)، وكان السياق يقتضي أن يقول (وإليه أرجع).
- (4) الالتفات من الخطاب إلى التكلم: نحو قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَمَا مَنِ الْمُؤْمِنِينَ) (سورة الأعراف: 158).

(1) انظر: الإتيان في علوم القرآن - السيوطي - 49/3، البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 455)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 65).

(5) الالتفات من الغيبة إلى التكلم: نحو قوله تعالى: (وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيَّاحَ فَتُثِيرُ سَحَابًا فَسُقْنَاهُ إِلَى بَدَلٍ مَيِّتٍ فَأَحْيَيْنَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا كَذَلِكَ النُّشُورُ) (فاطر: 9)، جرى الكلام على طريق الغيبة: (وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيَّاحَ)، ثم انتقل إلى طريق التكلم: (فَسُقْنَاهُ)، وكان مقتضى السياق أن يقول: (فساقه)؛ لكنه انتقل للتكلم ليحدث إيقاظاً ولفناً عند هذا المقطع المهم من مقاطع المعنى.

(6) الالتفات من التكلم إلى الغيبة: نحو قوله تعالى: (إِنَّا أَعْطَيْنَاكَ الْكَوْثَرَ & فَصَلِّ لِرَبِّكَ وَأَنْحَرِ) (الكوثر: 1، 2)، فقد جاء بالكلام على طريقة التكلم، ثم التفت إلى طريقة الغيبة في قوله تعالى: (فَصَلِّ لِرَبِّكَ)، ومقتضى السياق أن يقول (فصل لنا) (1).

إن الذي ينبغي استثماره إعلامياً من خلال الأسلوب الخطابي في القرآن الكريم هو تطوير الخطاب الإسلامي، من خلال:

(1) تجديد طرق الفهم ومناهج التحصيل العلمي، وإشاعة روح الشريعة المتمثلة في اليسر والرحمة.

(2) نشر الخطاب المتسامح الداعي إلى الفضيلة، والمحترم للأخلاق والقيم، بعيداً عن التشنجات والعنف اللفظي.

(3) ألا يلغي هذا التنوع في الخطاب التخصص، والتخصص أيضاً لا يلغي القدر المشترك من الخطاب؛ كما أن هناك جمهوراً مشتركاً ينتظر القول والحكم والرأي، ومعرفة كل إنسان بقدراته وجمهوره سيجعله يؤدي رسالته ويتمثل دوره.

(4) الخطاب الإسلامي اليوم مطالب بأن يكتشف قبل أن يكتشف، وأن يعتبر تجربته عبر الفضائيات والإنترنت، خير محفز له للتقدم بسرعة الزمن وتحولاته، كما أنه مطالب بالقوة والتكتل؛ ليوافق تحديات المستقبل مادياً ومعنوياً.

(5) ألا يكون الخطاب التقليدي أو المتشدد مزعجاً، أو عائقاً أمام نشاط وتمدد الخطاب المعاصر المتجدد، بل يجب اعتباره نوعاً مغايراً من الخطاب، لا يخلو من تأصيلات مفيدة، دون الانشغال بالرد والنقض له؛ لأن في ذلك تعطيل للرسالة، وتغييب للأهداف (2).

(1) انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 820).

(2) انظر: مقال: إيجابية التنوع في الخطاب الإسلامي - محمد بن صالح الدحيم -

www.islamtoday.net/nawafeth/artshow-40-7906.htm

رابعاً: الأسلوب الاستفهامي

الاستفهام في القرآن الكريم يستمد بلاغته وإعجازه من بلاغة القرآن الكريم وإعجازه، فهو فن من فنون القول يسري في أنماط الكلام، وله فوائده العديدة، المتمثلة في الكشف عن المعاني والأسرار، وعرضها بطريقة رائعة. والاستفهام من أساليب القرآن الكريم، يأتي لطلب الفهم بأدوات مخصوصة، وليس الاستفهام حالة طارئة على التراكيب، كما أن دلالاته ليست مقتصرة على نوع الأداة المستعملة، وإنما تأتي قيمته من موضعه في الحوار.

وقد ورد الاستفهام في القرآن الكريم على صورتين:

(1) الأولى: ورد على أصل معناه: وهو طلب الفهم والمعرفة، نحو قوله تعالى: (يَسْأَلُونَكَ عَنِ السَّاعَةِ أَيَّانَ مُرْسَاهَا) (النازعات: 42).

(2) الثانية: خروج الاستفهام عن أصل وضعه: لمعان أخرى تفهم من السياق، ومنها:

- الاستفهام التقريري: ويهدف إلى جعل المخاطب معترفاً ومُقراً بأمر ما، كقوله تعالى: (أَلَمْ يَجْعَلْ كَيْدَهُمْ فِي تَضْلِيلٍ) (الفيل: 2)، فالمراد إثبات جعل كيد أصحاب الفيل في ضلال.
- الاستفهام الإنكاري: الذي يهدف لجعل المخاطب يجيب بالنفي، كقوله تعالى: (... فَمَنْ يَهْدِي مَنْ أَضَلَّ اللَّهُ ...) (الروم: 29)، أي: لا أحد يهدي من أضل الله.
- الاستفهام التوبيخي: ويهدف لجعل المخاطب يفكر ويقتنع بأن ما حدث لم يكن ينبغي حدوثه، ومنه قوله تعالى: (... أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَسِعَةً فَتُهَاجِرُوا فِيهَا ...) (النساء: 97)، أي: الصواب كان في أن تهاجروا.
- الاستفهام التعجبي: الذي يهدف لبيان تعجب المتكلم من المخاطب، كقوله تعالى: (أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (البقرة: 44).
- الاستفهام التهويلي: وهدفه تهويل أمر ما في نفس المخاطب؛ ليخافه، ويتيقن حدوثه، كقوله تعالى: (الْحَاقَّةُ & مَا الْخَاقَّةُ & مَا أَدْرَاكَ مَا الْخَاقَّةُ) (الهاقّة: 1 - 3).
- الاستفهام التحضيضي: الهادف لتشويق المخاطب لفعل أمر معين، وترغيبه فيه، كقوله تعالى: (... هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَى تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ) (الصف: 10).
- الاستفهام التنبيهي: بغرض تنبيه المخاطب على أمر غير مهتم به، كقوله تعالى: (أَلَمْ تَرَ إِلَى رَبِّكَ كَيْفَ مَدَّ الظِّلَّ وَلَوْ شَاءَ لَجَعَلَهُ سَاكِنًا ثُمَّ جَعَلْنَا الشَّمْسَ عَلَيْهِ دَلِيلًا) (الفرقان: 45).

- الاستفهام المراد به الأمر: ويهدف للأمر بشيء معين، وجاء بصيغة استفهامية لا طلبية؛ كي لا يثير العناد في نفوس المخاطبين به، كما في قوله تعالى: (إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ) (المائدة: 91)، أي: انتهوا⁽¹⁾.

ووسائل الإعلام عليها أن تفهم هذه الأنواع للاستفهام، وتجيد استخدامها وطرحها في برامجها أو نشراتها الإخبارية، فالاستفهام له فوائده، وقدرته على استنباط المعلومات من الشخص المقابل، لاسيما إذا كان المحاور حاذقاً وبارعاً في إدارة الحوار، وصياغته بأكثر من طريقة حتى يواجه الضيف في حال محاولة التهرب من الإجابة.

ومما ينبغي مراعاته أثناء الرسالة الإعلامية: وجوب البعد عن الأسئلة المغلقة، وهي الأسئلة التي تكون إجاباتها (نعم) أو (لا)؛ لأن فيها تضييقاً للحوار، ويجب الانتباه لكل كلمة تقال أثناء الحوار والإجابة على التساؤلات؛ لأن السؤال قد يتفرع عنه أسئلة أخرى، تتولد جميعها من الإجابات.

خامساً: أسلوب التذكير والدعوة للتفكير والتأمل

فقد جاء في القرآن الكريم تذكير الجمهور المخاطب والمتلقي بجملة من الأمور، ودعوته للتفكير والتدبر فيها، فالتفكير والتدبر سبيل الوصول للمعرفة، ومن هذه الدعوات للتفكير والتفكير:

- (1) التذكير بنعم الله على الناس: كما في قوله تعالى: (وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ) (آل عمران: 103).
- (2) التذكير بآيات الله في الخلق والكون: كما في قوله تعالى: (إِنَّ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِلْمُؤْمِنِينَ & فِي خَلْقِكُمْ وَمَا يَبُتُّ مِنْ دَابَّةٍ آيَاتٍ لِقَوْمٍ يُوقِنُونَ & وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ رِزْقٍ فَأَحْيَا بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَتَصْرِيفِ الرِّيَّاحِ آيَاتٍ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ) (الجاثية: 2 - 5).
- (3) التذكير بعقوبة الغير وهلاكهم: كما في قوله تعالى: (وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ فَمِنْهُمْ مَنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَنْ حَقَّتْ عَلَيْهِ الضَّلَالَةُ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِّبِينَ) (النحل: 36).

(1) انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 515)، الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 240).

(4) التذكير بمعية الله ونصره: كما في قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قَاتِلُوا الَّذِينَ يَلُونَكُمْ مِنَ الْكُفَّارِ وَلْيَجِدُوا فِيكُمْ غِلْظَةً وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ) (التوبة: 123) (1).

ووسائل الإعلام تقع عليها مهمة تذكير الجمهور بالعديد من الأمور، سواءً في النواحي الدينية، أو الصحية، أو الاجتماعية، أو غيرها.

كما أن عليها دعوة المتلقي للتفكير والتأمل فيما حوله، وفي أحداث العالم، وهذا يتحقق من خلال برامج تأملية، كالتي تبث على بعض الشاشات الفضائية، أو برامج تحليل الأخبار، مثل: (مع الحدث، ما وراء الخبر)، وغير ذلك.

فالتأمل، والتحليل، مرتبط بالتذكير؛ لأن بعض الأحداث قد يظنها الناس جديدة، فإذا ما فكروا فيها وتأملوها، وعادوا بذاكرتهم إلى الوراء، وجدوا أن لها مثيلاً، أو أن أحداث الماضي كانت مقدمة لها، ولحدوثها.

سادساً: أساليب الدعوة

الإعلام الإسلامي هو امتداد للدعوة الإسلامية، وهذه الدعوة تحتاج إلى الأساليب الجيدة الرقيقة؛ حتى تساعد الدعاة والإعلاميين في الوصول إلى نفوس المدعوين وقلوبهم.

وقد جاء في القرآن الكريم الأمر باستخدام مجموعة من الأساليب في الدعوة إلى الله، مجموعة في قوله تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ) (النحل: 125).

والإعلام الإسلامي فيه جدلية أخذ وعطاء، وحوار داخلي وخارجي، مبني على الحكمة، والجمال، والموعظة، وهو ما جمعه الآية السابقة، بل إن الجدل الذي أوصى به الإسلام خير وسيلة لوضع نظام إعلامي، تكون أرضيته صلبة، نابعة من الدين الإسلامي وقيمه ومبادئه (2).

وبيان أساليب الدعوة يتمثل فيما يلي:

أولاً: أسلوب الحكمة

وتعني: الإصابة في القول والعمل والاعتقاد، ووضع كل شيء موضعه بإحكام وإتقان (3).

(1) انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 229)، مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الكلمة ومكانتها في الإعلام الإسلامي - عبد الله زنجير - (ص: 74) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

(2) انظر: الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر - عبد الله قاسم الوشلي - (ص: 47)، مهارات الاتصال - راشد علي عيسى - (ص: 73)، مجلة الإسلام اليوم - مقال: سياسة الإعلام في الإسلام - عبد الهادي بو طالب - العدد (4) - (ص: 13) - 1406هـ / 1986م.

(3) انظر: المدخل إلى علم الدعوة - محمد أبو الفتوح البيانوني - (ص: 244).

والحكمة على نوعين:

- (1) حكمة علمية: وتعني: الاطلاع على بواطن الأشياء، ومعرفة ارتباط الأسباب بمسبباتها.
- (2) حكمة عملية: وهي: وضع الشيء في موضعه الصحيح.

وقد أمر الله باستخدام الحكمة؛ لأن مراعاتها يساعد في تحقيق أهداف الدعوة⁽¹⁾.

ومن أبرز ملامح أسلوب الحكمة:

- (1) اتباع منهج السلف الصالح في الدعوة، من خلال الحرص على التأصيل الشرعي.
- (2) اغتنام نقاط الاتفاق الموجودة؛ للبدء في الحوار، ثم الانطلاق بعدها إلى المختلف عليه من الأمور.
- (3) إنزال الناس منازلهم، ومراعاة أحوالهم وقدراتهم العقلية المتفاوتة، أثناء توجيه الخطاب إليهم، مع اختيار الوسائل والأساليب التي تناسبهم⁽²⁾.

ثانياً: أسلوب الموعدة الحسنة

وهذا الأسلوب من أساليب الرسل والأنبياء في تبليغ دعوتهم إلى الله، كما في قوله تعالى: **(قُلْ إِنَّمَا أَعِظُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مِثْلَىٰ خِزْفٍ وَمَنْ يَنْصُرْكُمْ فَإِنَّ يَدَيْكُمْ مَعَهُ وَمَنْ يَصِرْ بِكُمْ كُفْرًا فَلاَ يَكُونُ لَهُ جِزَاءٌ مِنْهُ سِوَاِ لِقَاؤِ رَبِّهِ إِنَّهُ لاَ يُضِلُّ شَيْئاً) (سبأ: 46)**.

ويشترط لتطبيق هذا الأسلوب مجموعة من الضوابط، على النحو التالي:

- (1) استخدام الأسلوب الرقيق الذي يستميل القلوب أثناء النصيحة، واقتزان الموعدة بالشعور بالمحبة والعطف، ويأتي هذا من خلال اختيار الدعاة أصحاب الرفق واللين في دعوتهم، والمحبوبين من الجمهور.
- (2) اختيار الوقت المناسب الذي تكون النفوس فيه هادئة، ويرتبط هذا في وسائل الإعلام بالدورات البرمجية، وتوزيع البرامج على فترات البث.
- (3) عدم الإطالة المملة أو الاختصار المخل أو التكرار الزائد في الموعدة.
- (4) المبادرة بالموعدة عند ملاحظة أي انحراف في السلوكيات والتصرفات، مع مراعاة البدء بالأهم فالأقل أهمية⁽³⁾.

(1) انظر: مجلة البيادر السياسي - مقال: الحكمة في الدعوة إلى الله المفهوم والتطبيق - الشيخ جمال بواطنة - العدد (846) - (ص: 39) - 2004م.

(2) انظر: مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعدة الحسنة - الشيخ علي خالد شرجي - (ص: 70) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

(3) انظر: مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعدة الحسنة - الشيخ علي خالد شرجي - (ص: 71) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

ثالثاً: أسلوب الجدل بالحسنى

الجدال: هو دفع المرء لخصمه عن إفساد قوله بحجة، أو شبهة، أو يقصد به تصحيح كلامه⁽¹⁾.

والجدال نوعان:

- (1) **الجدال المحمود:** الهادف لإظهار الحق وتقريره.
 - (2) **الجدال المذموم:** الذي يكون لنصرة الباطل وإخفاء الحق، ومنه قوله تعالى: (وَيُجَادِلُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ وَاتَّخَذُوا آيَاتِي وَمَا أُنذِرُوا هُزُوًا) (الكهف: 56)⁽²⁾.
- ورجل الإعلام عليه أن يتسلح بالنوع الأول منهما، وهو الجدل المحمود، حتى مع المخالفين له، فقد قال تعالى: (وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَقُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْنَا وَأُنزِلَ إِلَيْكُمْ وَإِلَهُنَا وَإِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ) (العنكبوت: 46).
- فمن خلال الاستدلال المنطقي، والحوار الهادئ، يتم كشف الحقائق، وإقناع الآخرين بها، وبالتالي الوصول إلى الحق بأوضح طريق وأقصره.

ويتميز هذا النوع من الأساليب ببعض الملامح، منها:

- (1) الدعوة إلى استخدام العقل، والأدلة العقلية خلال الحوار والجدال.
- (2) التدرج في الحوار والمناظرة.
- (3) استعمال أسلوب المقارنة بين المتناقضات؛ حتى يتوصل لبيان الصحيح من الضلال.
- (4) تضمين أسلوب الموعظة الحسنة مع أسلوب المجادلة بالحسنى⁽³⁾.

سابعاً: أسلوب القدوة الحسنة

وهو من أهم الأساليب وأنجح الوسائل المؤثرة على كافة النواحي، وتبرز أهميته في تربية الفرد وتنشئته على أسس سليمة في مراحل حياته المختلفة؛ لأن الناس لديهم حاجة نفسية إلى أن يشبهوا الأشخاص الذين يحبونهم ويقدرونهم، ويتضح ذلك من خلال محاولة تقمص بعض الشخصيات.

ولأهمية أسلوب القدوة الحسنة، جاء القرآن مؤكداً له، من خلال بيان نماذج صالحة للقدوة، فقال تعالى: (لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا)

(1) انظر: المدخل إلى علم الدعوة - محمد أبو الفتح البيانوني - (ص: 263).

(2) انظر: المرجع السابق - (ص: 264).

(3) انظر: بحوث منهجية في علوم القرآن - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 202)، مباحث في علوم القرآن -

مناع القطان - (ص: 296)، مجلة الوعي الإسلامي - مقال: الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة - الشيخ علي خالد شرجي - (ص: 71) - رمضان 1414هـ / فبراير 1994م.

(الأحزاب: 21)، وقال أيضاً: (قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ... (الممتحنة: 4) (1).

ولما كانت القدوة عاملاً مهماً في صلاح الأجيال أو فسادهم، وجب الاهتمام بهذا الأسلوب عبر وسائل الإعلام التي بات لها أكبر الأثر على الجمهور، فبدلاً من أن تعرض لهم نماذج المطربين والممثلين وغيرهم، بات لزاماً عليها أن تعرض نماذج للصالحين، فلماذا نعرض حياة المطرب إذا كان لدينا المنشد، ولماذا نقدم الطالح ونحن لدينا الصالح.

فالرسالة الإعلامية في غاية الخطورة والأهمية؛ لهذا ينبغي عليها استخدام أفضل الأساليب، وتطبيقها على الوجه الأكمل الأتم.

ثامناً: أسلوب الترغيب والترهيب والإنذار والتحذير

وهو أسلوب يتفق مع طبيعة الإنسان في كل المجتمعات؛ لأن الفرد إذا زاد شوقه لشيء ما، زاد اهتمامه به، والعكس صحيح.

وقد أشار القرآن الكريم إلى هذا الأسلوب، وكيفية استخدامه بالصورة الصحيحة؛ ليحقق الغرض المطلوب منه، فقال تعالى: (فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّارًا & يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا & يُمِدِّدُكُمْ بِأَمْوَالٍ بَنِينَ وَيَجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَيَجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَارًا) (نوح: 10 - 12).

فقد دعاهم هنا للاستغفار، ورغبتهم فيه من خلال ما يترتب عليه من آثار طيبة، فالتشجيع أو الترغيب قد يكون من خلال أمور مادية كالهدايا وغيرها، أو معنوية كالثناء والمدح، وثانيهما هو الأفضل في الاتباع (2).

وقد طبّق القرآن الكريم هذا الأسلوب، من خلال الترغيب في الجنة ونعيمها، والترهيب من النار وجحيمها، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ كَذَبُوا بِآيَاتِنَا وَاسْتَكْبَرُوا عَنْهَا لَا تَفْتَحُ لَهُمْ أَبْوَابُ السَّمَاءِ وَلَا يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ حَتَّى يَلِجَ الْجَمَلُ فِي سَمِّ الْخِيَاطِ وَكَذَلِكَ نَجْزِي الْمُجْرِمِينَ & لَهُمْ مِنْ جَهَنَّمَ مِهَادٌ وَمِنْ فَوْقِهِمْ غَوَاشٍ وَكَذَلِكَ نَجْزِي الظَّالِمِينَ & الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا أُولَئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ & وَنَزَعْنَا مَا فِي صُدُورِهِمْ مِنْ غَلٍّ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهِمُ الْأَنْهَارُ وَقَالُوا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ لَقَدْ جَاءَتْ رَسُولَنَا بِالْحَقِّ وَنُودُوا أَنْ تُلْكُمُ الْجَنَّةُ أُورِثْتُمُوهَا بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ & وَنَادَى أَصْحَابُ الْجَنَّةِ أَصْحَابَ النَّارِ أَنْ قَدْ وَجَدْنَا مَا وَعَدَنَا رَبُّنَا حَقًّا فَهَلْ وَجَدْتُمْ مَا وَعَدَ رَبُّكُمْ حَقًّا قَالُوا نَعَمْ فَأَذَّنَ مُؤَذِّنٌ بَيْنَهُمْ أَنْ لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ) (الأعراف: 40 - 44).

(1) انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 282).

(2) انظر: المرجع السابق - (ص: 295).

تاسعاً: استخدام الأحداث والظروف والمواقف

ويمكن تعريف هذا الأسلوب بأنه: استغلال حدث معين لإعطاء توجيه معين. من الطبيعي أن كل فرد يتعرض لموقف في الحياة، يظل تأثيره موجوداً في نفسه، وهذه الأحداث وآثارها تعتبر فرصة مناسبة يجب استغلالها لغرس بعض القيم والمفاهيم. فهذا الأسلوب يأتي عقب أحداث تهز النفس، فتجعلها أكثر قابلية للتأثر، ويكون التوجيه أعمق وأشد أثراً في النفوس.

وقد ظهر هذا الأسلوب جلياً في القرآن الكريم، حيث كان نزوله منجماً حسب الظروف والحوادث، وكان يسوق مع كل هزيمة عبرة، ومع كل نصر درسا، ولكل موقف تحليلاً (1).

ومثال ذلك: في حادثة الإفك، حيث جاء الحديث ليس عن الحادثة نفسها، رغم أنها استمرت شهراً كاملاً، عاشت فيه المدينة كلها حالة من القلق والاضطراب، وبعدها نزلت سورة النور، التي عملت على تربية المجتمع، وتطهيره من الفساد، فقال تعالى: (إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ & وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ & يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ & وَيُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَاتِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ & إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ & وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ وَأَنَّ اللَّهَ رَؤُوفٌ رَحِيمٌ & يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ وَمَنْ يَتَّبِعْ خُطُواتِ الشَّيْطَانِ فَإِنَّهُ يَأْمُرُ بِالْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ مَا زَكَا مِنْكُمْ مِنْ أَحَدٍ أَبَدًا وَلَكِنَّ اللَّهَ يُزَكِّي مَن يَشَاءُ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ) (النور: 15 - 21).

وهكذا ينبغي أن تكون وسائل الإعلام، يقظة لكل ما يحدث من مواقف، مستغلة لها في توجيهه والتأثير.

وختاماً كل ما سبق:

إن الأساليب التي استعملها القرآن الكريم كثيرة، جميعها لها أوقات استعمالها الملائمة، ونتائجها الجليلة، وبالتالي، فمن الواجب علينا "أن نغير الأسلوب النقائلاً كبيراً، فننظر إليه نظرة صحيحة، وندرسه دراسة عميقة مستنيرة، فالأسلوب ليس شيئاً رخيصاً، ولا شيئاً ممتناً، بل يجب على حامل الدعوة أن يتقن الأسلوب كل الإتقان، فبه تنتشر الدعوة، وتوضح الطريقة، وبحسن استخدامه تقاد الأمة" (2).

ولا شك أن وسائل الإعلام اليوم بحاجة لمعرفة مرتكزات أصيلة في أساليب الحوار والدعوة، سواء مع المخالفين أو مع الموافقين؛ حتى تحقق أفضل الثمرات، وأجل الفوائد.

(1) انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 320).

(2) صفات الداعية وكيفية حمل الدعوة - سميح عاطف الزين - (ص: 72).

المطلب الثاني

أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن

تتعدد الأساليب الإعلامية وتتنوع، وتختلف طرق ومجالات استعمالها في الوسيلة الإعلامية الواحدة، وما بين وسيلة إعلامية وأخرى.

وحين يكون الحديث عن الأساليب الإعلامية، فلا بد من وقفة توضّح الأهداف من استعمال هذه الأساليب؛ لأن معرفة الهدف وتحديده يُعدّ أمراً واجباً ضرورياً، من أجل تسهيل المهمة الإعلامية، وتحديد الأسلوب الأنسب الذي يجب اتباعه.

وبالتدقيق فيما سبق من أساليب إعلامية، نلاحظ أنها تهدف إلى:

أولاً: الأهداف الدعوية الدينية

ويتحقق ذلك عن طريق السير على الأساليب الإعلامية المختلفة التي رسمها القرآن الكريم، وكان المصدر التعليمي الأول لها؛ بغرض بناء أمة واحدة في رسالتها وقضاياها واهتماماتها، من خلال الجمع بين القواعد الرئيسية التي تحتاجها الدعوة الإسلامية والعمل الإسلامي كله في مختلف ميادين نشاطه، وهذا لا يتحقق إلا من مناهج الله، ثم من حاجة المجتمع، فقد قال تعالى: (وَأَنْ أَحْكَمَ بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَاحْذَرْهُمْ أَنْ يَفْتِنُوكَ عَنْ بَعْضِ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ إِلَيْكَ...) (المائدة: 49).

وهذه الحاجات لا تلبى إلا من خلال التنوع في الأساليب، على سبيل الجذب للجمهور، وكسر الجمود والتقليد⁽¹⁾، فمن خلال الأساليب المتنوعة، يتم التوصل إلى:

- (1) الدعوة إلى الله ورسوله.
- (2) التربية والبناء والإعداد والتدريب.
- (3) الجهاد في سبيل الله بمعناه الحقيقي الرباني المنهجي.
- (4) بناء الأمة المسلمة الواحدة.
- (5) عمارة الأرض بحضارة الإيمان⁽²⁾.

(1) انظر: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 86).

(2) انظر: بناء الأمة المسلمة الواحدة - د. عدنان علي رضا النحوي - (ص: 154).

ثانياً: الأهداف التربوية التعليمية

فالإعلام رسالة وكلمة ينبغي أن تصل إلى الجمهور؛ حتى تعدل من سلوكياته وتصرفاته، ولهذا فإنه يضع أهدافاً عامة يسعى لتحقيقها.

ومن المفترض ألا تظل هذه الأهداف مجرد نظريات وتعريفات ومصطلحات لا تطبق على أرض الواقع، بل يجب أن تمتد إلى الميادين التطبيقية العملية⁽¹⁾.

ولما كانت الأهداف تتنوع وتتعدد؛ تبعاً لتنوع المجالات والقضايا التي يتحدث عنها الإعلام، كان لا بد من دراسة الأساليب، وتنوعها وتعددتها؛ حتى يتم اختيار الوسيلة الملائمة لكل هدف؛ وبالتالي تتحقق الأهداف، وتؤدي الرسالة الإعلامية ثمارها الطيبة، ويؤدي الإنسان رسالته الكاملة على هذه الأرض، (الَّذِينَ إِنْ مَكَّنَّا لَهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ وَلِلَّهِ عَاقِبَةُ الْأُمُورِ) (الحج: 41).

ثالثاً: الأهداف التوضيحية

تهدف الأساليب الإعلامية المختلفة إلى إبراز الخصائص التي يتميز بها الإعلام الإسلامي عن غيره، والتي من بينها:

- (1) إنه يحمل المسؤولية في الدنيا والآخرة.
- (2) إنه متوازن، عادل، دقيق، أمين.
- (3) إنه يسعى بشكل دائم إلى نمو الإتيقان والإحسان.
- (4) إنه مرتبط بذكر الله واللجوء إليه.

ولهذا، لا بد من رسم السياسات الإعلامية، واختيار أفضل الأساليب؛ لإبراز هذه الخصائص وإيضاحها⁽²⁾، (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ) (إبراهيم: 4).

رابعاً: الأهداف المرحلية التقويمية

تهدف الأساليب الإعلامية المختلفة إلى وجود خطط دورية للإعلام الإسلامي، سواءً أكانت خططاً سنوية، أو شهرية، أو دورية، وتختلف هذه الخطط من مرحلة إلى أخرى، فكل مرحلة تستخدم فيها الأساليب الملائمة لها⁽³⁾.

وبعد انتهاء كل مرحلة، لا بد من عملية تقويمية، فهي عملية ضرورية لكل نشاط ولكل خطوة ومسيرة، إذ ينبغي أثناء سير العملية الإعلامية أن يكون هناك إشراف ومراجعة وتوجيه،

(1) انظر: بناء الأمة المسلمة الواحدة - د.عدنان علي رضا النحوي - (ص: 154).

(2) انظر: التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام - محمود كرم سليمان - (ص: 90).

(3) انظر: بناء الأمة المسلمة الواحدة - د.عدنان علي رضا النحوي - (ص: 156).

فإذا انتهت المرحلة، كان لا بد من مراجعة المسيرة كلها وتقويمها؛ للتوصل إلى مدى نجاح الأساليب الإعلامية التي تم استخدامها خلال تلك الفترة من تحقيق الأهداف، وكسب الجمهور، والتأثير فيه.

فالتقويم ما هو إلا عملية تهدف إلى تحديد الخطأ حتى يُجتنب، وتحديد الصواب حتى يُتبع، وتحديد مستوى الإتقان فيما هو صواب.

خامساً: الأهداف الإنسانية

وتعني: الاهتمام بالإنسان، سواءً في ذلك المسلمون وغير المسلمين، فجميعهم بشر، وجميعهم لهم الحق في التوجيه والإرشاد، وتصحيح معتقداتهم وأفكارهم.

ولهذا، تتنوع الأساليب الإعلامية بهدف إنقاذ أكبر عدد من البشر؛ لأن الرسالة الإسلامية عامة للناس كافة⁽¹⁾، وهدفها الرحمة بالجميع، (قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ يُحْيِي وَيُمِيتُ فَأَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ وَاتَّبِعُوهُ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ) (الأعراف: 158).

(1) انظر: الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف - د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 71).

المطلب الثالث

الأعداء وأساليبهم الإعلامية

إذا تحدثنا عن أساليب الإعلام، نلاحظ أن القرآن الكريم حدثنا عن مجموعة من الأعداء، منهم المنافقين، وأهل الكتاب، والمشركين، وكان لكل منهم أساليبه التي اتبعها للتأثير على من حوله.

وإن كان هؤلاء موجودين سابقاً، فإن لهم أتباعاً وأذناً مستمرون حتى عصرنا الحاضر، ولهم أساليبهم في التأثير على الغير.

ولهذا، يمكننا القول إن الإعلام ينقسم في القرآن الكريم إلى قسمين:

الأول: الإعلام الإيجابي: وهو ما يمثله الأنبياء والرسل والصالحون.

الثاني: الإعلام السلبي: الذي بات يُعدّ وسيلةً للاستكبار العالمي والسيطرة على الشعوب.

وجولة سريعة بين آيات القرآن الكريم، كفيلة بأن تكشف لنا الأساليب التي اتبعها

الأعداء في إعلامهم ومواجهتهم للمسلمين، ومنها:

ما ورد في قوله تعالى: (وَلَا ضَلَّيْنَهُمْ وَلَا مَنِّينَهُمْ وَلَا مَرْنَهُمْ فَلْيَبْتِكُنْ أذَانَ الْأَنْعَامِ وَلَا مَرْنَهُمْ فَلْيَغْيِرَنَّ خَلْقَ اللَّهِ وَمَنْ يَتَّخِذِ الشَّيْطَانَ وَلِيًّا مِّنْ دُونِ اللَّهِ فَقَدْ خَسِرَ خُسْرَانًا مُّبِينًا & يَعِدُهُمْ وَيُمْنِيهِمْ وَمَا يَعِدُهُمُ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا) (النساء: 119، 120).

وكذلك قوله تعالى: (وَاسْتَفْزِرْزِرْ مَنْ اسْتَطَعَتْ مِنْهُمْ بِصَوْتِكَ وَأَجْلِبْ عَلَيْهِمْ بِخَيْبِكَ وَرَجِلِكَ وَشَارِكُهُمْ فِي

الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ وَعَدَّهُمْ وَمَا يَعِدُهُمُ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا) (الإسراء: 64).

أولاً: التضليل الإعلامي الضكري

وبعني: عملية غرس بعض المفاهيم التي تؤدي بالخصم للاقتناع بأفكار معينة، لا تعبر

عن الحقيقة، ولكن من مصلحة من يقوم بعملية التضليل أن يقتنع خصمه بها.

وله وسائل متعددة، منها: افتعال الأزمات، نشر ثقافة العنصرية، الكذب وإخفاء الحقائق،

نشر الكتب المضللة، عرض الأفلام والمسرحيات والرسوم الكرتونية المسيئة.

ويتم التسلل لبعض الحقول بغرض التضليل الإعلامي من خلالها، مثل: المدارس

والجامعات، الأندية، الهيئات السياسية والاجتماعية، وسائل الإعلام المختلفة، الجمعيات،

وغيرها (1).

(1) انظر: أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها - عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني - (ص: 229)، الحرب النفسية

الحديثة - د. خليل إبراهيم حسونة ود. مروان حمدان الصالح - (ص: 201).

ثانياً: الإغواء والوعود الكاذبة

فالإعلام المضلل يؤمل الجمهور بالوعود والإغراءات وطرق الإغواء الكاذبة، حيث يعدهم بالأمني الزائفة والأموال الخيالية، ويؤملهم بالبقاء وطول الأمل، وكل هذا إنما هو باطل وغرور.

وضمن الإغواء الكاذب، يأتي التلون والتملق، فالعدو مكلف بأداء دور معين، يسعى لتحقيقه بأي أسلوب، فلا مانع لديه من الخضوع لهذا، أو مدح من لا يستحق المدح، وغير ذلك؛ حتى يحقق مهمته بنجاح، حتى وإن كان ذلك على حساب كرامته، هذا إن كان لديه كرامة⁽¹⁾.

ثالثاً: الاستفزاز

ويعني: الإزعاج والاستهزاء بخفة وإسراع، وذلك أن العدو يخترع أساليب تجعل المتلقي لا يتعامل معها بعقل ولا بحكمة، وهذا عن طريق:

- الصوت: ومنه: الإعلام المرئي والمسموع الذي أصبح من أهم وأخطر أسلحة الشيطان.
- التضليل وتشويه الحقائق: كما يحصل في الفضائيات التي تتحدث عن وقائع دون أخرى.
- تزييف الحقائق وإظهارها للعالم مخالفة للواقع⁽²⁾.

رابعاً: الإجلاب

ويعني: جمع ما يقدر عليه من المكائد والحيل، ويتم من خلال القوى العسكرية التي تستخدم لإرهاب الشعوب والسيطرة عليها، ومنه بحر الدماء الذي يجري في العراق وفلسطين وأفغانستان وغيرها، على يد الجيش الأمريكي والإسرائيلي، بحجة القضاء على الإرهاب، وهي في حقيقتها حرب على الإسلام وأهله⁽³⁾.

خامساً: المشاركة في الأموال والأولاد

وهذا يشمل جانبين:

- الجانب الاقتصادي: المتمثل في موارد الطبيعة المختلفة، وتزيينها للبشر، (زِينَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَآبِ) (آل عمران: 14)⁽⁴⁾.
- الجانب الاجتماعي التربوي: ويشمل الأولاد، من خلال محاولة إفساد عقول الأجيال الصاعدة، وجعلهم أتباعاً للغرب، حتى صاروا يقلدونهم تقليداً أعمى، بدعوى الموضة

(1) انظر: مقال: الإعلام في القرآن الكريم - الشيخ مؤيد الخزرجي -

<http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>

(2) انظر: المرجع السابق.

(3) انظر: المرجع السابق.

(4) انظر: أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها - عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني - (ص: 238).

والحرية وغيرها، وذلك يتحقق من خلال نشر الثقافة التي يتبناها الغرب، وطمس حضارة الإسلام، ومحو العادات والتقاليد المنظمة للسلوك الاجتماعي، وغير ذلك.

سادساً: نشر الشائعات

والشائعة هي: محض اختلاق يتناوله الناس من مصدر لا أساس له من الواقع، أو تعمد المبالغة والتهويل، والتشويه في عرض خبر بأسلوب مغاير للحقيقة⁽¹⁾.

وليست كل شائعة سيئة، ولكن أخطر ما في إشاعة السوء، سرعة انتشارها بالتناقل الشفوي؛ بهدف إحداث تأثير معنوي في الآخرين لتحقيق غرض معين.

أما وسائل نقل الشائعات: فأقواها الكلمة، ثم الحركة، ولها في معظم الأحيان وقع أشد من الكلمة، كحركات النفي القاطع، والبناء الجازم، والتهديد والوعيد والخبر السعيد⁽²⁾.

وقد حرم الإسلام إشاعات السوء، فقال تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ) (النور: 19).

والشائعات على ثلاثة أنواع:

- 1) شائعات الخوف: والتي تهدف لإثارة الذعر والقلق بين الناس، وهي أخطر أنواع الإشاعات، وقد تؤدي إلى الذعر الكامل، مثل: إشاعة مقتل النبي ٣ يوم أحد.
- 2) شائعات الأمل أو الرغبة: التي ينشرها الحاقدون؛ للحط من قدر من يقاوم باطلهم، ولإيقاع بينهم، وقد تمس هذه الإشاعات أحداثاً أو أشخاصاً، ومن أمثلتها: ما أشاعه المشركون بين المهاجرين إلى الحبشة من تحسين الأحوال، والمصالحة بين المشركين والمسلمين في مكة زوراً وبهتاناً، وما أشاعوه في عمرة القضاء من ضعف المسلمين وهزلهم، فأمرهم النبي ٣ بالهرولة في السعي والطواف؛ إظهاراً للقوة، وقد لا تكون هذه الشائعات ضارة، لكنها غير سارة؛ لاندراجها تحت دائرة الحرب النفسية.
- 3) شائعات الكراهية أو الحقد: ومن أوضحها ما افتترته قريش على النبي ٣ وأصحابه، حين اتهموه باتهامات باطلة، وافتراءات كاذبة، امتدت لتشمل زوجه السيدة عائشة ؓ في حادثة الإفك، (إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُم بَلْ هُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ لِكُلِّ امْرِئٍ مِّنْهُمْ مَا اكْتَسَبَ مِنَ الْإِثْمِ وَالَّذِي تَوَلَّى كِبْرَهُ مِنْهُمْ لَهُ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (النور: 11).

(1) انظر: استراتيجية الإعلام العربي - د. السيد عليوة - (ص: 189)، استراتيجية الإعلام الإسلامي - د. جمال النجار - (ص: 43)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 131)، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع - محمد بن دغش سعيد القحطاني - (ص: 12).

(2) أساليب الغزو الفكري - د. علي محمد جريشة ومحمد شريف الزبيق - (ص: 70).

- (4) **الشائعات الوهمية:** كالإعلان عن أعداد مبالغ فيها من القتلى والجرحى في الحرب (1).
- عوامل انتشار الشائعات:**
- (1) عدم ثبات المجتمع المعاصر وتغييره، أدى لزيادة انتشار الشائعات، خاصةً مع انتشار الجرائد وغيرها.
 - (2) قلة المعلومات المتوافرة عن موضوع معين أو انعدامها، لاسيما في أوقات الحروب.
 - (3) أن تمس أوجاع الشعب وطموحاته وآماله حول قضية معينة.
 - (4) أن تتضمن محوراً أو أكثر يركز على حدث صحيح في المجتمع.
 - (5) التعرض لبعض الأزمات والضغط الخارجي، مع افتقاد الحكمة في معالجة هذه الأمور، وإخراج الأمة من أزمته.
 - (6) أهمية الموضوع عند الناقل والمنقول إليه وهما قطبا العملية الترويجية.
 - (7) مدى التطابق بين موضوع الشائعة والاهتمام الفكري أو العاطفي للأفراد والجماعات، فالرجال مثلاً أكثر تصديقاً لشائعات الغلاء، والنساء أكثر تجاوباً مع ما يذاع عن الأرياء.
 - (8) مقدار الثقة بالناقلين تبعاً للصدقة والتآلف معهم، فيزداد التصديق حال المحبة، والعكس صحيح (2).
- موقف الإعلام الإسلامي من شائعات السوء:**
- ظهور الشائعات يأتي نتيجة للإعلام غير المشبع، وصعوبة الوصول المباشر إلى مصادر الإعلام، وفقدان الثقة، أو وجود رقابة سيئة.
- والموقف الإسلامي من شائعات السوء، ونشر أخبار الجريمة، موقف واضح وصريح، فهو يرفض تلك الشائعات رفضاً قاطعاً، ويفرض الرقابة عليها من خلال:
- (1) التأكد من شخصية الناقل للشائعة: كما جاء في قوله تبارك وتعالى: **(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)** (الحجرات: 6).
 - (2) تشكيل عيادات للشائعات: من خلال تشكيل لجان، مهمتها الكشف عن الشائعات، ومواجهتها.

(1) انظر: الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع - محمد بن دغش سعيد القحطاني - (ص: 46).

(2) انظر: الحرب النفسية الحديثة - د. خليل إبراهيم حسونة ود. مروان حمدان الصالح - (ص: 110)، علم اجتماع الاتصال والإعلام - د. غريب سيد أحمد - (ص: 183، 191)، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع - محمد بن دغش سعيد القحطاني - (ص: 55).

(3) سحاء الأجهزة الرسمية ببث معلومات تفصيلية: وينبغي لهذه المعلومات أن يكون بإمكان الجمهور الاطلاع عليها بسهولة.

(4) تجهيز حملة ضد نقل الشائعات: وذلك بوصفها أداة ماهرة في دعاية العدو، تهدف لتحطيم الروح المعنوية (1).

سابعاً: تشويه الحقائق والتشكيك فيها

وهي نقطة مهمة يركز عليها الأعداء، حيث يظهر الحقائق الناصعة والتحركات الإسلامية بمظهر مشوه، ويحاولون توجيه أنظار الناس إلى سلبيات تطفو على السطح؛ نشأت لأسباب غير مقصودة، أو بصورة طبيعية، أو لأخطاء لم تكن في الحسبان، أو قد يتناولون قضية عقائدية فيها مجال للتأويل، فيثيرون الشبهات حولها بطريقة لا تجلب الانتباه إلى سوء نياتهم، مما يؤدي إلى خلق عنصر الشك والارتياب في النفوس (2).

ومن هذا التشكيك، ما كانوا يتبعونه مع الرسل والأنبياء سابقاً، من حيث التشكيك فيهم وفي صدق رسالتهم: (قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ اسْتَكْبَرُوا مِنْ قَوْمِهِ لِلَّذِينَ اسْتُضْعِفُوا لِمَنْ آمَنَ مِنْهُمْ أَتَعْلَمُونَ أَنَّ صَاحِبًا مُرْسَلًا مِنْ رَبِّهِ قَالُوا إِنَّا بِمَا أُرْسِلَ بِهِ مُؤْمِنُونَ) (الأعراف: 75).

ويندرج تحت هذا: دس الأفكار المنحرفة والمفاهيم الخاطئة: حيث يحاولون تقديم الإسلام إلى الناس بصورة مشوشة، ومفاهيمه بشكل محرف، ويسيرونها في تحقيق ذلك بخطى هادئة، يُدخلون شيئاً أو يُخرجون شيئاً من الحقائق، ثم يتوسعون بعد أن يعتاد الناس على الشكل الجديد في تحريف المفهوم، وعند نهاية المطاف تصبح الفكرة الإسلامية بصياغة متعارضة مع الصياغة الإلهية.

ثامناً: إثارة الاختلاف والنزاعات بين العناصر الإسلامية

حيث يعمل المنافقون على تفتيت القوى المتحدة، وتبديد الطاقات المؤمنة، وإثارة الخلافات الجانبية فيما بينها، ولو نجح هذا الأسلوب، فإنه سيؤدي إلى هزيمة شديدة بالمسلمين، يصبح بعدها العدو هو المسيطر بلا منازع.

(1) انظر: مقال: الإعلام في القرآن وموقفه من شائعات السوء: محمد محمود كمالو،

www.dahsha.com/viewarticle.php?id=6710

(2) انظر: المنهج الحركي للسيرة النبوية - منير محمد الغضبان - (ص: 56)، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي ضرورة - عادل رفاعي خفاجة - (ص: 1423) - ذو الحجة 1423هـ/ فبراير 2003م، مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي في مواجهة الدائرة الدعائية الثانية، دعاية أهل الكتاب - أ.حسن علي العنبيسي - (ص: 638) - جمادى الأولى والآخرة 1403هـ/ فبراير ومارس 1983م.

لهذا كان التركيز الرباني الدائم على الوحدة، وعدم إطاعة هذا العدو: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ تَطِيعُوا الَّذِينَ كَفَرُوا يَرُدُّوكُمْ عَلَىٰ أَعْقَابِكُمْ فَتَنْقَلِبُوا خَاسِرِينَ) (آل عمران: 149) (1).
كما قد يضاف إلى هذه الأساليب القرآنية ما يلي:

أولاً: استخدام الجواسيس والقوى الباطنة

إذ إن بعض الغرب، لا يظهرون مباشرةً على الساحة، بل يجعلون غيرهم في الواجهة، ويقوم بعرض أفكارهم، وهؤلاء يمثلون القوى الباطنة والجاسوسية للغرب، بحيث يعتمدون عليهم في تمرير مخططاتهم، وترسيخ ملكهم وسلطانهم (2).

ومثال ذلك: قناة الحرة، التي ظهرت بين القنوات الإعلامية المختلفة، ناطقة بالعربية، ويعمل فيها المذيعون العرب، لكنها تخدم الأهداف الأمريكية الصهيونية؛ وكي تجذب الصحفيين والإعلاميين للعمل فيها، فإنها تعرض عليهم مبالغ ضخمة من الأموال كأجور شهرية، مقابل العمل فيها.

ثانياً: الحرب النفسية أو العبث النفسي

ويرى الكتاب الغربيون أن الحرب النفسية ظاهرة نتجت عن الحروب العالمية، لاسيما الحرب العالمية الثانية، ويعتبر (غلوبز) وزير إعلام هتلر هو المؤسس لهذه الحروب (3).
وهذه الحرب لها مكانة خاصة في الاستراتيجيات التي يضعها العدو اليوم، ومثال ذلك: ما يتم ترويجه عن الجيش الإسرائيلي بأنه الجيش الذي لا يُقهر، وتشكيك الفلسطينيين وغيرهم في القدرة على الانتصار عليه.

وقد ظهر ذلك في حرب الفرقان، حين كان الإعلام الصهيوني يخترق موجات إذاعة فضائية الأقصى، فيبث بياناته العسكرية، وينشر صوراً لقادة حماس مشيراً أن وقت مقتلهم قد اقترب، أو نشر صور لدخان أبيض ينتشر، ثم كلام يكتب بأن المقاومين لم يستعدوا لمثل هذه القوة، في إشارة إلى القنابل الفسفورية التي تم استعمالها.

ومن وسائل الحرب النفسية:

(1) الأهزوجة والشعارات الهجومية: وتعتبر من أهم العوامل التي تقوّي معنويات الجيش، وتضعف معنويات العدو.

(1) انظر: مقال: النفاق والمنافقون - مقدار محمد - www.balagh.com/mosoa/tafg/xp0o32hc.htm

(2) انظر: مقال: الإعلام في القرآن الكريم - الشيخ مؤيد الخرجي - <http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>

(3) انظر: الحرب النفسية الحديثة - د. خليل إبراهيم حسونة ود. مروان حمدان الصالح - (ص: 1).

(2) الشعر المقاتل والحماسي: فمن النادر أن يكون هناك حرب في تاريخ الإسلام لم يستخدم فيها الشعر أداةً لأضعاف معنويات العدو.

(3) التظاهر بالقوة: نهى القرآن الكريم عن الكبر والخيلاء، كقوله تعالى: **(وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَن تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَن تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا)** (الإسراء: 37)، لكن هذا يعتبر محموداً في المواجهة مع العدو، ومن هذا سلوك أبي دجانة الذي أتى عليه النبي ﷺ، حين ربط رأسه في إحدى الغزوات بالعصبة الحمراء، وأخذ يمشي متبختراً في مشيته. وإن كان هذا الأسلوب مشروعاً في الإسلام، إلا أن العدو استغله لمهاجمة المسلمين، وإضعاف روحهم المعنوية، والسيطرة عليهم⁽¹⁾.

ثالثاً: الدعاية

حيث يعمل العدو على ترويح الدعاية والإعلان في عالم الاقتصاد والمعيشة، فيدعون مثلاً أن زيتهم صاف وليس كغيره من الزيوت العكرة، مستخدمين في ذلك العبارات، والصور المؤثرة، والموسيقى وغير ذلك، مما يجذب الكبار والصغار، ويظل عالقاً على ألسنتهم يرددونه باستمرار.

وقد تكون هذه الدعاية من خلال الصحافة والرسوم الكاريكاتيرية الساخرة، التي تبلغ حدَّ السلاح في المعارك، مثل: (جريدة المضحك المبكي) في سوريا، و(جريدة البعكولة) في مصر. وتختلف الدعاية عن الإعلام، ففي حين يسعى الإعلام إلى اليقظة والنمو والتكيف الحضاري غالباً، فإن الدعاية لا يهتما سوى تحقيق غايات معينة، قد تكون من خلال تخدير الجمهور، والعبث بهم عن طريق القصص الخرافية، والصور العارية، والأكاذيب المتكررة⁽²⁾.

(1) انظر: استراتيجية الإعلام العربي - د. السيد عليوة - (ص: 183)، الإعلام الدولي في العصر الحديث - د. عبد الله محمد زلطة - (ص: 43)، أجنحة المكر الثلاثة وخوافيها - عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني - (ص: 232).

(2) انظر: استراتيجية الإعلام العربي - د. السيد عليوة - (ص: 168)، الإعلام الدولي في العصر الحديث - د. عبد الله محمد زلطة - (ص: 29)، الحرب النفسية الحديثة - د. خليل إبراهيم حسونة ود. مروان حمدان الصالح - (ص: 60)، مدخل إلى علم الاتصال والإعلام - د. زاهر زكار - (ص: 133)، مدخل إلى علم الاتصال - د. منال طلعت محمود - (ص: 175).

المطلب الرابع

الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية

لما كان القرآن الكريم كتاباً سماوياً من لدن حكيم خبير، فقد جاء في أبلغ الأساليب وأجملها، حاملاً بين آياته وكلماته تاليفاً منقطع النظير، وتركيباً في غاية الحسن والرونق. ولما كنا قد تحدثنا فيما سبق عن الأساليب التي استعملها القرآن الكريم، والأهداف من هذه الأساليب، كان لا بد لنا من وقفة حتى تتكامل الصورة، ويتكامل الخطاب، هذه الوقفة مع الملامح الجمالية والجوانب الفنية في الأساليب القرآنية الإعلامية. ولما كان القرآن الكريم أسمى من أن تحيط به علوم البشر وجهودهم، فإن الصفحات التالية تسلط الضوء على بعض الملامح والجوانب الفنية وطرق التأثير في السياسات الإعلامية، والتي يمكن بيانها فيما يلي:

أولاً: القسم في القرآن

تكرر القسم في القرآن الكريم بصورة كبيرة، وهو يعني: الحلف، ويؤتي به لأجل تحقيق المقسم عليه، وتأكيد له للشاك أو المتردد أو المنكر. وللقسم أركان، تتمثل في: المقسم، والمقسم عليه، والمقسم به، وأداة القسم، والغرض من القسم.

وقد تعدد المقسم به في القرآن الكريم، فتارةً كان القسم بالذات الإلهية، ومرةً أخرى كان ببعض الكواكب أو النجوم أو الأوقات، وأحياناً كان القسم بالنبي ٣، وغير ذلك كثير. ومن لطائف القسم في القرآن الكريم، وجود علاقة ترابطية بين المقسم به والمقسم عليه، استلزمت ارتباطهما، ومثال ذلك: قوله تعالى: (وَالنَّجْمِ إِذَا هَوَىٰ & مَا ضَلَّ صَاحِبُكُمْ وَمَا غَوَىٰ) (النجم: 1، 2).

فقد أقسم تعالى بالنجم، أي الكوكب الذي يضيء السماء ليلاً ويختفي نهاراً، أما المقسم به فكان نفي الضلال والغي عن النبي ٣، ووجه الصلة بينهما أن النجم عند الميل (إِذَا هَوَىٰ)، يهتدي به الساري، كما أن النبي ٣ يهتدي به الناس؛ لأنه لا ينطق عن الهوى، بل هو وحي يوحى (1).

(1) انظر: الإتيان في علوم القرآن - السيوطي - 36/4، البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 542)، بحوث منهجية في علوم القرآن الكريم - موسى إبراهيم الإبراهيم - (ص: 197)، مباحث في علوم القرآن - مناع القطان - (ص: 290).

وأسلوب القسم من وسائل تأكيد المعلومات، لاسيما مع الشاك والمتردد والمنكر كما قدمنا، ولكن شريطة ألا يكثر استعماله؛ كي لا يقع مستخدمه في الزلل والخطأ.

وقد ذكرنا سابقاً أن المسؤولية الملقاة على عاتق وسائل الإعلام تتطلب منهم عدم الإكثار في القسم⁽¹⁾؛ حتى لا يكونوا كمن قال تعالى فيهم: (وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخَلاً بَيْنَكُمْ فَتَزِلَّ قَدَمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا وَتَذُوقُوا السُّوءَ بِمَا صَدَدْتُمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ وَلَكُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (النحل: 94).

ثانياً: التكرار في القرآن

التكرار هو: تواتر لفظي أو معنوي، من خلال عرض المعلومات المتصلة بموضوع معين بأساليب ووسائل مختلفة؛ بهدف جذب انتباه الناس، والتأثير عليهم⁽²⁾. وقد جاء التكرار في القرآن الكريم بصورة فنية بلاغية، لها فوائدها الجليّة، وأنواعها العديدة، ومنها:

- (1) تكرار الجملة الواحدة أكثر من مرة في نفس السورة: كما في سورة الرحمن من تكرار قوله تعالى: (فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ) (الرحمن: 13)، فقد تكررت واحداً وثلاثين مرة.
- (2) تكرار الشرط: مثل تكرار (إذا) في النصف الأول من سورة التكوير: (إِذَا الشَّمْسُ كُوِّرَتْ & إِذَا النُّجُومُ انْكَدَرَتْ & إِذَا الْجِبَالُ سُيِّرَتْ & إِذَا الْعِشَارُ عُطِّلَتْ & إِذَا الْوُحُوشُ حُشِرَتْ & إِذَا الْبِحَارُ سُجِّرَتْ & إِذَا النُّفُوسُ زُوِّجَتْ & إِذَا الْمَوْءُودَةُ سُئِلَتْ & بِأَيِّ ذَنْبٍ قُتِلَتْ & إِذَا الصُّحُفُ نُشِرَتْ & إِذَا السَّمَاءُ كُشِطَتْ & إِذَا الْجَحِيمُ سُعِّرَتْ & إِذَا الْجَنَّةُ أُزْلِفَتْ) (التكوير: 1 - 13).
- (3) تكرار مفردة: كما في تكرار لفظ (الناس) في قوله تعالى: (قُلْ أَعُوذُ بِرَبِّ النَّاسِ & مَلِكِ النَّاسِ & إِلَهِ النَّاسِ & مِنْ شَرِّ الْوَسْوَاسِ الْخَنَّاسِ & الَّذِي يُوَسْوِسُ فِي صُدُورِ النَّاسِ & مِنَ الْجِنَّةِ وَالنَّاسِ) (الناس: 1 - 6).
- (4) تكرار الصوت في الآية الواحدة، مثل: (... وَخَشَعَتِ الْأَصْوَاتُ لِلرَّحْمَنِ فَلَا تَسْمَعُ إِلَّا هَمْسًا) (طه: 108)، فقد تكررت الأصوات المهموسة (حثة شخص فسكت)؛ بما يتناسب مع مشهد الخشوع والهمس بالصوت الرقيق.
- (5) تكرار الأساليب أو ما يسمى (أسلوب الفترة): إذ إن هناك بعض الأساليب التي تتكرر في السور المكية ولا تتكرر في السور المدنية، كالقسم والشرط، حتى صار هذا من ضوابط معرفة المكي والمدني.

(1) انظر: الفصل التمهيدي - المبحث الثالث - (ص: 26).

(2) انظر: الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 264).

(6) تكرار القصة: فقصة آدم وإبليس تتكرر مرات عدة في القرآن، وكذلك قصة موسى التي كانت أكثر القصص تكراراً في القرآن الكريم، وفي كل مرة كان هناك بعض الجوانب الفنية والمعنوية والعبر، التي تختلف عن سابقتها.

ويلحق بالتكرار: أسلوب الجناس التام، حيث إن فيه تكراراً للكلمة الواحدة، مثل قوله تعالى: **(وَيَوْمَ تَقُومُ السَّاعَةُ يُقْسِمُ الْمُجْرِمُونَ مَا لَبِثُوا غَيْرَ سَاعَةٍ كَذَلِكَ كَانُوا يُؤْفَكُونَ)** (الروم: 55) ⁽¹⁾.

ووسائل الإعلام يمكنها الاستفادة من التكرار في عملها، فالنشرات الإخبارية ما هي إلا تكرار للأنباء طوال اليوم، إلا ما يستجد من أخبار عاجلة في أثناء النهار أو الليل، وموضوعات البرامج قد تتداخل فيما بينها، بل إن بعض البرامج يتم تكرارها في الدورات البرمجية المختلفة، أو يتم بيعها من محطة فضائية إلى أخرى.

والتكرار في حد ذاته ليس عيباً، لكن العيب أن يكون التكرار بصورة تقليدية جامدة، بنفس العبارات والأنماط دون ابتكار أو تجديد فيها.

ثالثاً: التناسق الفني في القرآن

ويقصد به: التناسق في أسلوب نظم الكلمات والعبارات؛ حتى تكون متلائمة على نسق واحد، ونظام واحد، متناسقة في النظم ومتناسبة في الفقرات، لها إيقاع وجرس موسيقي حسن ⁽²⁾.

وقد شغل العلماء بهذا الموضوع، الذي تعددت أنواعه في القرآن، فكان منها:

- (1) التناسق في رسم إطار السورة مع موضوعها: كما في سورة الضحى، وتناسب جو الحنان والرحمة مع كلمات تلك السورة وفواصلها ⁽³⁾.
- (2) التناسق بين المشهد ومدة عرضه: من ناحية استخدام حروف العطف التي تقيّد الترتيب والتعقيب في المشاهد القصيرة، وحروف العطف التي تقيّد الترتيب والتراخي في المشاهد الطويلة ⁽⁴⁾.

(1) انظر: الإعلام نشأته أساليبه وسائله ما يؤثر فيه - د. يوسف محيي الدين أبو هلاله - (ص: 25)، الإعلام في القرآن الكريم - د. محمد عبد القادر حاتم - (ص: 265).

(2) انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 49).

(3) انظر: التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 125)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 49).

(4) انظر: التصوير الفني في القرآن - سيد قطب - (ص: 123)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 50).

(3) تتاسق الكلمات مع سياق الآية: وهذا يرتبط بالدقة في استعمال الألفاظ، وقد تم الحديث عنه وبيانه فيما سبق (1).

(4) التناسق بين فاصلة الآيات وموضوعها: وهذا على أنواع:

• علاقتها بقرينتها: وهو على أربعة أقسام: التمكين، التصدير، الإيغال، التوشيح.
علاقتها بالمقطع الذي وردت فيها: وهذا على نوعين: الختام بطريقة معينة من خلال تكرار بعض اللزمات، كما في سور القمر، والرحمن، والمرسلات، أو علاقة الإيقاع الموسيقي الذي يقتضيه سياق الآيات.

علاقتها بالسورة: من خلال تعلق فاصلة آخر السورة بالجو العام لها، أو تعلق ختام السورة ببدايتها، أو تعلقها موسيقياً بجو السورة.

• علاقتها بمجموع القرآن الكريم: من خلال:

أولاً: غلبة فواصل النون الساكنة المتبوعة بواو أو ياء.

ثانياً: غلبة الوقف على السكون على سائر الفواصل الأخرى.

ثالثاً: اطراد بعض الفواصل في سور القرآن وآياته جميعاً (2).

هذا ولم تفصل الباحثة في الحديث عن هذه الأقسام، وضرب أمثلة لها من القرآن الكريم؛ نظراً لوجود العديد من الكتب، والرسائل الجامعية، التي باتت تتناول موضوع الفاصلة القرآنية بالتفصيل والتحليل، فمن أردا الاستزادة فليرجع إليها في مواطنها.

وبالانتقال إلى وسائل الإعلام، فإن عليها أن تستنبط ملامحها الجمالية من القرآن الكريم، فتسعى لإيجاد عناوين مرتبطة ومتناسقة مع الموضوعات المطروحة سواءً في الأخبار أو في البرامج، وأن تراعي جوانب التناسق بين طول العنوان وطول الخبر أو مدة الحلقة، وبين كلمات العنوان فيما بينها، وهكذا.

ولا مانع في أن تختار العناوين للبرامج أو الحلقات، بل وحتى الأخبار ذات جرس موسيقي؛ لأنه أكثر جذباً للسامع، ولو كان فيه عيباً لما استخدمه القرآن الكريم. ويرتبط بهذا، أن تتعمق وسائل الإعلام والقائمين عليها في الدلالات اللغوية والصوتية؛ لتستفيد من وقع الأصوات في اختيار الكلمات، وانتقاء العبارات المتلائمة مع الموضوع.

(1) انظر: الفصل الثاني - المبحث الأول - المطلب الثاني - (ص: 98).

(2) انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 65)، التصوير الفني في القرآن - سيد قطب -

(ص: 108)، أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 52).

رابعاً: المدخل المثير للانتباه والبداية الملمتة

وحتى نترك المقصود من هذا المظهر الجمالي، نتوقف مع كيفية استفتاح السور في القرآن الكريم، والذي كان على النحو التالي:

(1) الاستفتاح بالثناء: وهو نوعان:

• إثبات لصفات المدح: نحو (الحمد لله) في خمس سور، هي: (الفاتحة، الأنعام، الكهف، سبأ، فاطر)، و(تبارك) في سورتين، هما: (الفرقان، تبارك).

• نفي وتنزيه من صفات النقص: نحو: (سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ...) (الإسراء: 1)، وقوله أيضاً: (سَبِّحْ اسْمَ رَبِّكَ الْأَعْلَى) (الأعلى: 1).

(2) الاستفتاح بحروف التهجي: وذلك في تسع وعشرين سورة من سور القرآن، نحو: (الم، حم، عسق، ق، ص، ... إلخ).

(3) الاستفتاح بالنداء: وذلك في عشر سور من القرآن، نحو: (يأيها الذين آمنوا، يأيها النبي، .. إلخ).

(4) الاستفتاح بالجمل الخبرية: وقد جاء في ثلاث وعشرين سورة، مثل: (عَبَسَ وَتَوَلَّى) (عبس: 1)، وقوله أيضاً: (أَلْهَاكُمْ التَّكَاثُرُ) (التكاثر: 1).

(5) الاستفتاح بالقسم: في خمس عشرة سورة، مثل: (وَالسَّمَاءِ ذَاتِ الْبُرُوجِ & وَالْيَوْمِ الْمَوْعُودِ & وَشَاهِدٍ وَمَشْهُودٍ) (البروج: 1 - 3)، وقوله أيضاً: (وَالْتَيْنِ وَالزَّيْتُونِ & وَطُورِ سِينِينَ & وَهَذَا الْبَلَدِ الْأَمِينِ) (التين: 1 - 3).

(6) الاستفتاح بالشرط: وقد ورد في سبع سور، منها: (إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَكَاذِبُونَ) (المنافقون: 1).

(7) الاستفتاح بالأمر: في ست سور، منها: (قُلْ يَا أَيُّهَا الْكَافِرُونَ) (الكاغرون: 1).

(8) الاستفتاح بالاستفهام: في ست سور، منها: (أَلَمْ نَشْرَحْ لَكَ صَدْرَكَ) (الشرح: 1).

(9) الاستفتاح بالدعاء: في ثلاث سور، منها: (تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ) (المسد: 1).

(10) الاستفتاح بالتعليل: في موضع واحد، هو قوله تعالى: (لَا يَلِفُ قُرَيْشٍ) (قريش: 1) (1).

وهذا التنوع والتعدد في طرق الاستهلال أمر طبيعي؛ لبيان إعجاز القرآن الكريم، وإظهار الجانب الفني في براعة الاستهلال، إضافة إلى مراعاة الجذب والتشويق لما يأتي بعدها (2).

(1) انظر: البرهان في علوم القرآن - الزركشي - (ص: 117)، مدخل إلى الإعلام - د.سيد محمد ساداتي الشنقيطي - (ص: 49).

(2) انظر: الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها - د.يحيى علي الدجني - (ص: 274).

فمن المعلوم أن البشر تمل من سماع نفس البداية، أو نفس الخاتمة، وقد تحفظها مع تكرار سماعها أكثر من مرة.

وبالانتقال من القرآن الكريم إلى وسائل الإعلام، نلاحظ أنها استفادت من هذا التنوع في الاستهلال، فتعددت المقدمات التي تُبدأ بها البرامج، على النحو التالي:

(1) **المقدمة الحوارية:** وتقوم على محاولة خلق نوع من الصراع بين أطراف الخبر، مثل: مواطن ومسئول.

(2) **المقدمة المجازية:** وتقوم على استخدام المجاز، مثل: (الملف الأسود لحكومة شارون).

(3) **مقدمة الحكمة:** وتعتمد على مثل شعبي، أو حكمة مأثورة، مثل: (إذا أفلس التاجر فتش في دفاتره القديمة، هذا هو حال وزارة التموين بعد التعديل الوزاري الأخير).

(4) **المقدمة المباشرة:** وتتكون من جملة قصيرة مفاجئة، تشد الانتباه وتجذب اهتمامات القارئ، مثل: (مرشح يطلق الرصاص على الأهالي عند تأديتهم لواجبهم الانتخابي).

(5) **مقدمة الحدث (المقدمة القنبلة):** وتستخدم للأخبار ذات الأهمية والقوة، خاصة خبر المانشيت في الصفحة الأولى، حيث تستخدم الكلمات القوية والمؤثرة، مثل: أخبار الحروب، والاكتشافات، والانجازات.

(6) **المقدمة الإذاعية (الخطاب المباشر):** وتعتمد على توجيه الكلام مباشرةً إلى المتلقي؛ بهدف حمله على التضامن المباشر والتفاعل السريع مع المادة المعروضة، وغالباً ما تبدأ بـ (لو أنك فكرت، شاهدت، قرأت، سمعت، ... إلخ).

(7) **مقدمة الصورة:** وتعتمد على رسم صورة حية للشخص الرئيس في القصة؛ حتى يتمكن المتلقي من تخيل الصورة بسهولة.

(8) **مقدمة الوصف:** وتختلف عن سابقتها في أنها تهتم برسم صورة للمكان الذي وقع فيه الحادث أو القصة، إذا كان أهم من الأشخاص.

(9) **المقدمة الظرفية:** وتقوم على تصوير الحدث، مثل الوصف التفصيلي للمباريات، حيث يقوم المحرر الصحفي بإحاطة القارئ بجو المباراة، وكذلك في الاحتفالات والأمسيات الشعرية.

(10) **المقدمة الملخصة:** وتقوم على تلخيص أهم المعلومات بالقصة الخبرية، حيث تنصدر أهم معلومة في الخبر المقدمة.

(11) **المقدمة المتناقضة (مقدمة المفارقات أو المقارنة):** وتقوم على معاني تتصادم مع طبيعة البيئة، مثل: (متسول يموت أمام فندق رمسيس ومعه ثلاثة ملايين دولار).

- 12) مقدمة الغرابة والطرافة: وتشتمل على عنصر الطرافة، ويحمل الخبر حدثاً نادراً، مثل: (امرأة تتزوج عشرة رجال في أسبوع واحد).
- 13) المقدمة المقتبسة (الاقتباسية): حيث يقوم الصحفي باقتباس فقرة، أو جملة من تصريح مسؤل؛ لتكون هذه الفقرة هي مقدمة الخبر.
- 14) مقدمة الإثارة (المقدمة الساخنة): وتعتمد على استثارة العواطف الإنسانية ومشاركة القارئ وجدانياً؛ ليقف مع الموضوع المطروح أو ضده، وتستخدم القصص الإنسانية بكثرة، مثل: وصف حادث دموي متعمد راح ضحيته أبرياء.
- 15) مقدمة الاستفهام (المقدمة التساؤلية): وتبدأ بالمعلومات المهمة في شكل تساؤل أو مجموعة تساؤلات، مثل: (هل كانت الرصاصات فعلاً موجهة إلى القضاة؟، ولماذا لم يتقدم الحرس ليمنعوا الجناة؟)⁽¹⁾.
- وتعتمد هذه المقدمة على قاعدة (5w and 1h)، أو (الشقيقات الخمس والأخت السادسة)؛ وبيان ذلك: أن هذه المقدمة تعتمد على أسئلة ستة، هي: (من who، ماذا what، لماذا why، متى when، أين where، كيف how)⁽²⁾.
- وتعتبر هذه التساؤلات الست هي أهم التساؤلات، فمن خلالها تُعرف تفاصيل الحدث أو الخبر أو الموضوع.

خامساً: التهكم والهزاء

نزل القرآن الكريم بلسان العرب، مستخدماً أساليبهم، بل أساليب أفصح منها، وكان من ضمن هذه الأساليب أسلوب التهكم والسخرية.

وقد وردت السخرية في القرآن الكريم بألفاظ عديدة، من بينها: (هزواً، الاستخفاف، الضحك، السخرية)، إضافةً إلى بعض ألوان الجدِّية؛ بهدف ردع المضلين عن باطلهم وضلالهم، وسعيًا لإرشادهم إلى طريق الصواب والحق.

وقد ورد هذا الجانب في القرآن بصور كثيرة، منها:

- (1) التهديد بلفظ التبشير: كما في قوله تعالى: (... بَشِّرِ الْمُنَافِقِينَ بِأَنَّ لَهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا) (آل عمران: 21)، ومعلوم أن العذاب لا يبشِّرُ به.
- (2) الاستخفاف بالعقل؛ لردعه عن الغواية: كما في قوله تعالى: (... قُلْ تَمَتَّعْ بِكُفْرِكَ قَلِيلًا إِنَّكَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ) (الزمر: 8)، والعاقل صاحب الفطرة السليمة لا يتمتّع بشيء يقوده إلى النار.

(1) انظر: الأساليب الفنية في التحرير الصحفي - د. عبد العزيز شرف - (ص: 160).

(2) انظر: المرجع السابق - (ص: 156).

3) ما يأتي في صورة التهديد: كقوله تعالى: **(ذُقْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْكَرِيمُ)** (الدخان: 49). ويندرج تحت هذا الجانب الفني، استخدام القرآن الكريم للرسوم الكاريكاتورية من خلال عباراته وألفاظه الدقيقة، التي ترسم الصورة في مخيلة السامع أو المتلقي بكل دقائقها وحذافيرها. ومثال ذلك: ما ورد في قوله تعالى: **(... إِنْ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ لَنْ يَخْلُقُوا ذُبَابًا وَلَوْ اجْتَمَعُوا لَهُ وَإِنْ يَسْلُبْهُمُ الذُّبَابُ شَيْئًا لَا يَسْتَنْقِذُوهُ مِنْهُ ضَعْفَ الطَّالِبِ وَالْمَطْلُوبِ)** (الحج: 73) ⁽¹⁾. فهذه صورة من أقسى الصور التهكمية بالمشركين وما عبدوا، تصور مدى ضعفهم وعجزهم، حتى عن خلق الذباب، أو استرداد ما يأخذ منهم، رغم حقارة الذباب وضآلة حجمه. والألفاظ المستخدمة في الآية، ودقة تصويرها، تجعل المتلقي يسرح بفكره، ويحيا في ظلال الآية، ويتخيل ما يقرؤه أو يسمعه، فتبدو الصورة مرسومة في مخيلته.

سادساً: التنعيم والتلوين

بالنظر إلى القرآن الكريم، نلاحظ أنه أشبع كل الأشواق البشرية، والتطلعات الشعورية والانفعالية، إلى جانب الناحية الموضوعية. ومن أجل بيان هذين الجانبين، جاء الأمر بترتيل القرآن الكريم بطريقة صحيحة؛ ليظهر ما فيه من تفاوت المستويات الموضوعية والانفعالية المختلفة، فقال تعالى: **(... وَرَتِّلِ الْقُرْآنَ تَرْتِيلًا)** (المزمل: 4).

وما نريد الحديث عنه هنا، أن القرآن الكريم وجه الأنظار إلى التنعيم والتلوين واختلاف النبرات، كأحد الجوانب الفنية المؤثرة، من خلال ألفاظه وتعبيراته، وهذا ما قد تغفل عنه بعض وسائل الإعلام، رغم أهميته في التأثير.

ومثال ذلك: قوله تعالى: **(فَلَمَّا وَضَعَتْهَا قَالَتْ رَبِّ انِّي وَضَعْتُهَا أُنْثَىٰ وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعْتَ وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنْثَىٰ وَإِنِّي سَمِيئُهَا مَرِيمَ وَإِنِّي أُعِيذُهَا بِكَ وَذَرَيْتَهَا مِنَ الشَّيْطَانِ الرَّجِيمِ)** (آل عمران: 36).

"الآية ليست جميعها من كلام أم مريم، بل جمعت الآية مستويين موضوعيين مختلفين، عبر الأول عن كلام أم مريم، بينما اعترض كلامها جملة تعقيبية من الله عز وجل **(وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعْتَ)**، والتي هي بمثابة مستوى موضوعي أعلى، والخطورة هنا هي في عدم تحديد الحدود الفاصلة بين كلام أم مريم وكلام الله، فإذا ما اعتقدنا بوحدة المستوى الموضوعي بين **(وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعْتَ)** **(الذِّكْرُ كَالْأُنْثَىٰ)** بوحدة القائل، أصبحت الآية وكأنها إقرار من الله بعدم تكافؤ الذكر والأنثى، لكننا إذا ما رددنا **(وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنْثَىٰ)** ليعود على أم مريم - أي إلحاقها بمستوى موضوعي يعود على أم مريم -، فسيكون في ذلك الكثير من الإنصاف في فهم النص...، وما يهمنا هنا هو أن نشير إلى ضرورة إخلاف نبرة القراءة بين المستويين المذكورين؛ ليعبرا عن

(1) انظر: أساليب البيان في القرآن والسنة - د. عصام زهد ود. زكريا الزميلي - (ص: 19).

اختلاف المستويات الموضوعية التي تحدثنا عنها، فالآية (وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِمَا وَضَعْتَ) تقرأ بطريقة تعبر عن مستوى موضوعي يليق بجلال القائل، وهو الله عز وجل، بينما (وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنثَى) تقرأ بطريقة تعبر عن مستوى موضوعي آخر مختلف، يتناسب مع المستوى الموضوعي لأم مريم" (1).

(1) من أسرار البناء الداخلي في القرآن الكريم - محمد السويركي - (ص: 102).

المبحث الثاني آثار الإعلام في ضوء القرآن الكريم

? المطلب الأول:

أثر الإعلام في ترسيخ العقيدة

? المطلب الثاني:

أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات

? المطلب الثالث:

أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة

? المطلب الرابع:

أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأعداء

المطلب الأول

أثر الإعلام في ترسيخ العقيدة

إن الكلمة مسئولية كبيرة، لا يعرف قدرها إلا عاقل فطن، والمؤمن بطبيعته كيّس فطن، وليس بإنسان يغرف بما لا يعرف، بل على العكس تماماً، يراقب الكلمات التي تخرج من فمه، ويرى ما قيمتها وما أثرها، ولماذا يتلفظ بها.

لهذا، لما سُئِل أحد التابعين عن سر كلامه القليل بين الناس، قال: إنني أقوم بعرض كلماتي على عقلي، ثم أنظر وأسأل: هل كلمتي تلك ستوضع في ميزان حسناتي فأقولها، أم أنها ستوضع في ميزان السيئات فلا أقولها، فرأيت أن جُلّ كلامي سوف يوضع لي في ميزان سيئاتي، فتروني صامتاً أكثر الوقت (1).

من هذا المنطلق، لا بد للحديث عن التأثير الإعلامي، من خلال ما يقدمه ويعرضه للجمهور، فإن له رسالة كبيرة، وعليه مسئولية عظيمة؛ نظراً لعمق تأثيره، هذا التأثير الذي لم يعد مقتصرًا على جانب بعينه، بل امتدَّ ليشمل كافة مناحي الحياة، والتي منها: الجانب العقائدي.

والعقيدة هي: الإيمان بمجموع قضايا غيبية مجزوم بها، جاءت عن طريق الخبر الثابت، الذي لا يتعارض مع مقتضيات العقل الصحيح، وهي أمور يجب على الناس أن يؤمنوا بها، ويذعنوا لها (2).

وحين كان الحديث عن خصائص الإعلام الإسلامي، أوضحت الباحثة أن من خصائصه، أنه إعلام عقائدي (3)، وحتى تتحقق هذه الخاصية، فإن العقيدة تصبح مهمةً لرجل الإعلام؛ لما لها من سلطان قوي على الفكر، وتوجيه السلوكيات.

ومن أجل هذا الأثر العظيم، نلاحظ أن القرآن الكريم على مدار سنوات تنزله في مكة المكرمة، والتي بلغت ثلاثة عشر عاماً، كان يركز على جهة واحدة، وبُعد هام في بناء الإنسان، هو إيجاد الواقع العقائدي الفعلي، ثم انطلق بعد ذلك إلى كافة الجوانب الأخرى، التي تتضمن التعليمات، والشرائع، والأحكام، وتنظيمات المجتمع، والسياسة، والقيادة، والدولة، وغير ذلك.

(1) انظر: حلقة بعنوان (الإعلام والكلمة) من برنامج (أخلاقنا في الميزان) - د. وجددي غنيم - قناة الرسالة - بتاريخ 2008/12/6م.

(2) انظر: القضايا الإيمانية في العقيدة الإسلامية - د. زكريا عبد الرزاق المصري - (ص: 13)، ادع إلى سبيل ربك - د. مصلح سيد بيومي - (ص: 26).

(3) انظر: الفصل الأول - المبحث الأول - المطلب الثالث - (ص: 43).

فكان التركيز بدايةً على توحيد الألوهية، والإيمان بالأمور الغيبية، والتركيز على أركان الإيمان وأركان الإسلام كاملةً، فحين نقرأ في القرآن الكريم، نطالع قوله تعالى: (قُلْ أَيُّ شَيْءٍ أَكْبَرُ شَهَادَةً قُلِ اللَّهُ شَهِيدٌ بَيْنِي وَبَيْنَكُمْ وَأُوحِيَ إِلَيَّ هَذَا الْقُرْآنُ لِأُنذِرَكُمْ بِهِ وَمَنْ بَلَغَ أَنتُمْ لَتَشْهَدُونَ أَنَّ مَعَ اللَّهِ آلِهَةً أُخْرَى قُلْ لَا أَشْهَدُ قُلْ إِنَّمَا هُوَ إِلَهُهُ وَاحِدٌ وَإِنِّي بَرِيءٌ مِمَّا تُشْرِكُونَ) (الأنعام: 19)، وقوله تعالى: (وَنَضَعُ الْمَوَازِينَ الْقِسْطَ لِيَوْمِ الْقِيَامَةِ فَلَا تُظْلَمُ نَفْسٌ شَيْئًا وَإِنْ كَانَ مِثْقَالَ حَبَّةٍ مِّنْ خَرْدَلٍ أَتَيْنَا بِهَا وَكَفَى بِنَا حَاسِبِينَ) (الأنبياء: 47)، وكذلك قوله: (ثُمَّ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا تَتْرًا كُلٌّ مَّا جَاءَ أُمَّةً رَسُولُهَا كَذَّبُوهُ فَاتَّبَعْنَا بَعْضَهُمْ بَعْضًا وَجَعَلْنَاهُمْ أَحَادِيثَ فَبَعْدًا لِّقَوْمٍ لَّا يُؤْمِنُونَ) (المؤمنون: 44).

فهذه آيات عديدة، جميعها من سور مكية، وجميعها ركزت على العقيدة، ففي حين ركزت الآية الأولى على قضية التوحيد، جاءت الآية الثانية لتقرر البعث والحساب يوم القيامة، وأوضحت الآية الثالثة وجود الرسل، وكل ما سبق هو من أركان الإيمان التي ينبغي التسليم بها، ولا يكتمل الإيمان إلا بها.

إضافةً إلى ما سبق، فقد استعمل القرآن الكريم طرقاً متعددة لعرض القضايا العقائدية، فتارةً كان يعرضها من خلال قصص السابقين وجهاد أنبيائهم لهم، وتارةً أخرى كان يعرضها في خطاب مباشر، وتارةً ثالثةً من خلال ضرب الأمثال، وهكذا⁽¹⁾.

ولأن الإعلام الإسلامي إعلام عقائدي، فإن من مهامه العظيمة العمل على ترسيخ العقيدة في النفوس، بحيث تُخلق برامج ضمن آفاق العقيدة ذاتها، ولذلك نرى دعاة الإعلام الشيوعي وغيره، لا يخرجون عن مجالات عقائدهم؛ كي لا يُعْثُوا خارجين عما يُراد لهم، وتبقى القضية الآن: أين هو موضع العقيدة في وسائل الإعلام لاسيما الإسلامية منها؟!.

إنَّ نظرةً بسيطةً على ما أوجبه الشريعة الإسلامية في مجال العقيدة، وواقع البرامج الإعلامية، يوضح حجم الهوة بين ضرورة العقيدة وواقع التفريط بها بوضوح، سواءً أكان مقصوداً أم لا.

فحين نلقي نظرةً سريعةً على ما تعرضه وسائل الإعلام، من برامج تلفزيونية، أو دراما، بل وما يتابعه الأطفال من الرسوم المتحركة، نلاحظ ما يرد في بعضها من اعتماد على تعاويد وكائنات خرافية بهدف تحقيق الانتصار على الشر، دون التنويه لخالق الكون ووجوب الاعتماد عليه، إضافةً إلى دس السم في العسل، عبر الحديث عن وحدة الأديان، وغير ذلك.

ومما يرتبط بناحية العقيدة، قضية الولاء والبراء، التي باتت ممتهنةً بصورة كبيرة في معظم وسائل الإعلام، فالولاء في الإسلام يكون لله الواحد، والرسول ٣ والمؤمنون،

(1) انظر: مجلة الأزهر - مقال: الإعلام الإسلامي الأسس والمبادئ 4 - أ.حسن علي العنيسي -

(ص: 1726) - شوال 1405هـ/يونيو ويوليو 1985م.

(إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ & وَمَنْ يَتَوَلَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْغَالِبُونَ & يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الَّذِينَ اتَّخَذُوا دِينَكُمْ هُزُؤًا وَلَعِبًا مِّنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِن قَبْلِكُمْ وَالْكَفَّارَ أَوْلِيَاءَ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ) (المائدة: 55 - 57).

فمسألة الولاء والبراء تؤثر بشكل أو بآخر، وبما أنه لا يمكن القضاء على ولاء الإنسان، فمن الممكن العمل على تعديله، وتوجيهه الوجهة السليمة، من خلال دراسة الظروف والعوامل التي تساعد على تكوين ولاءه (1).

ولما كان الإعلام دعوةً، وكانت الدعوة إعلاماً، أصبح من الواجب على الإعلاميين المسلمين الانتباه إلى أن عملهم الإعلامي إنما هو رسالة، وليس شهرةً أو كسباً مادياً فقط، وبالتالي فإن عليهم مسئوليات عظيمة، أولها ترسيخ العقائد في النفوس، وهذا يتحقق من خلال انتقاء البرامج ذات الفائدة، التي لا تحتوي على إشراك بالله، أو حديث عن السحر وغيره، بل تسعى مقابل ذلك إلى غرس التوحيد بالله، والإيمان والإسلام بكامل أركانهما، وينبغي أن يكون هذا الحديث عن العقيدة موجهاً للصغار قبل الكبار؛ لأنهم نواة التغيير لمستقبل، مما يوجب مزيد العناية والاهتمام بهم.

وحتى يتحقق الجانب العقائدي على أكمل وجه في وسائل الإعلام الإسلامي، ينبغي عليها التفرد والتميز وعدم اتباع الآخرين، من خلال فهم وإدراك الهوية الإسلامية الإعلامية، وأن تميزها يتحقق من استقلاليتها وابتعادها عن أهداف اليهودية والنصرانية، وما سواهما، فإذا كان إعلامنا اليوم متأثراً بغيره من وسائل الإعلام الغربية وغيرها، فماذا تبقى من عقيدتنا وهويتنا؟! إن التمسك بالعقيدة الإسلامية واتخاذها لوناً وحيداً للإعلام الإسلامي، يضمن متابعة كبيرة لهذه الوسائل، وقد ازداد فعلياً عدد المتابعين للقنوات الفضائية الإسلامية، مثل: المجد، والفجر، وقرأ، والحكمة، وغيرها، بدليل ازدياد عدد هذه القنوات يوماً تلو آخر؛ تلبيةً لحاجات الجمهور ورغباته.

وأخيراً:

فإن العمل الإعلامي داخل إطار العقيدة الإسلامية، وبيان العقائد الفاسدة، يحصن الأمة ضد الدعوات الاستعمارية، ويُبَعِّدُهَا عن أي تبعية لهذه العقائد التي لا تريد صرف المسلمين عن عقيدتهم فحسب، بل مسحهم كلياً من الوجود، فليحذر الإعلاميون المسلمون أن يؤتى الإسلام من قبلهم، بتضييعهم لأمانة الكلمة، وشخصية الأمة، وسيرهم على خطى الآخرين وتقليدها تقليداً أعمى.

(1) انظر: مقال: الولاء والبراء المضاد - ماجد الغريباوي -

www.balagh.com/mosoa/tafg/ut11pvql.htm

المطلب الثاني

أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات

لما كان لوسائل الإعلام عظيم الأثر في ترسيخ العقيدة في النفوس، بات واضحاً أن لها أثراً أيضاً في نشر الأخلاق وضبط المعاملات بين الناس، فمن كانت عقيدته سليمة، حسن تصرفه، واستقام سلوكه.

وحيث يكون الحديث عن الإعلام وأثره في نشر الأخلاق، لا يمكننا أن نتحدث عن ذلك بمنأى عن أخلاقيات الإعلام نفسها.

فقد كثُر الحديث حول الأخلاقيات التي ينبغي أن يلتزم بها الإعلام، وتعالى الأصوات المنادية بميثاق شرف إعلامي، يحكم العملية الإعلامية بمختلف وسائلها، المسموعة، والمقروءة، والمرئية؛ بهدف تنظيم العمل الإعلامي، وحمايته من الغوغائية والتحرير، والحفاظ على مصداقيته.

ومعلوم أن تطبيق الأخلاق الحميدة والفاضلة يؤدي إلى وجود العدل، والاستقرار، والأمان في المجتمع، والعكس صحيح، إضافة إلى أن هذه الأخلاقيات إن التزم بها الإعلام، فهي خطوة أولى في سبيل التزام المجتمع كله بالأخلاق؛ نظراً للتأثير العميق لوسائل الإعلام، وحب الجمهور لتقليد بعض الإعلاميين، لاسيما البارزين منهم.

وبغض النظر عن التزام وسائل الإعلام بالأخلاقيات، وأثر ذلك في نشر الأخلاق، فإن عليها أن تقوم بنشر الأخلاق من خلال برامجها، وأخبارها، بل وحتى الرسوم المتحركة التي تعرضها للأطفال والصغار.

فالإعلام مهما كان تخصصه، هو رسالة إنسانية، لا بد له من أن يدعم الخير، والتعاون، ويذكر بالضعيف، بل وبالإنسان عموماً وما له من حقوق، والدعوة للعدل والمحبة، والبعد عن النزاع والظلم، وغير ذلك من الأخلاق؛ لأن الإعلام رسالة ودعوة، مفادها الأمر بالعدل والإحسان، بما يتفرع عنهما من مكارم الأخلاق المختلفة: **(إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ)** (النحل: 90).

وعندما جاءت الشرائع السماوية المختلفة، الإسلامية والنصرانية واليهودية، وغيرها من الشرائع، كانت جميعها تدعو للأخلاق، وتسعى لتصحيح النهج الإنساني، ومن قبل ذلك كله توحيد الله U وعبادته.

وبتخصيص الحديث عن المسلمين، نلاحظ أنهم كانوا في صدر الإسلام نموذجاً للحق والخلق القويم، فانتشر العدل والرخاء عليهم وعلى غيرهم ممن عاشوا تحت لوائهم، فالإسلام عندما جاء "أحدث انقلاباً شاملاً في المبادئ والمفاهيم الأخلاقية، إنه ألغى قيماً قديمة، وأوجد قيماً جديدة، كل ذلك بقصد إيجاد الرجل الكامل، والمجتمع الكامل" (1)، وعندما ابتعد المسلمون عن هذه الأخلاق، وانحرفوا عن الطريق، مالت بهم السفينة، وترنحت في بحر أمواجه متلاطمة، حتى وصلت بهم الحال إلى ما وصلت إليه.

والأخلاق تنصب أولاً وأخيراً في إطار المعاملات؛ لذا فإن الإعلام عامةً والإعلام الإسلامي خاصةً لا يمكنه نشر الأخلاق، بمعزل عن ضبط المعاملات، ولهذا فإن من أبرز آثار الإعلام: العمل على نشر الخلق الحسن، وضبط المعاملات في المجتمع.

وإذا أردنا الحديث عن الأخلاق ونشرها، والمعاملات وضبطها، نلاحظ أن كليهما أمور مكتسبة، تُكتسب من خلال:

(1) التدريب العملي والرياضة النفسية.

(2) الانغماس في البيئة الصالحة.

(3) القدوة الحسنة (2).

وبالنظر إلى وسائل الإعلام، نلاحظ أن بإمكانها نشر الأخلاق من خلال الأمور الثلاثة مجتمعة، حيث يبدأ العمل على رجل الإعلام بنفسه، من خلال تدريبها وممارستها العملية للأخلاق في بادئ الأمر، وقسر النفس على غير ما تهواه من الأمور، فيصل به الأمر بعد فترة إلى تقويم نفسه وتركيبها: **(وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا & فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا & قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا & وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا)** (الشمس: 7 - 10).

وبعد اكتساب رجل الإعلام للأخلاق، فإنه يسعى لتطبيق التزامه الأخلاقي على الجمهور، من خلال التواصل معهم عبر مختلف الوسائل الإعلامية، وعرض تجربته، وما لديه من نصائح ومعلومات، وإرشادات وتوجيهات، وربطها كلها بالجانب الديني.

كما يعمل على نشر الأخلاق من خلال دعوته لكل فرد في المجتمع باختيار البيئة الصالحة التي يعيش فيها، فيرشد الوالدين لأفضل الطرق التي تجعلهم بيئةً صالحةً لأبنائهم، ويساعد الطالب على اختيار الصحبة الصالحة في مدرسته، والفرد في مجتمعه، فمتى تحققت البيئة الصالحة، ساهم ذلك في نشر الأخلاق.

(1) من قضايا الفكر في وسائل الإعلام - حمد بكر العليان - (ص: 106).

(2) انظر: الأخلاق الإسلامية وأسسها - عبد الرحمن حبنكة الميداني - (ص: 196).

كما أن وسائل الإعلام نفسها تعتبر بيئةً مؤثرةً، فوسائل الإعلام الإسلامية وسيلة لنشر الأخلاق الحميدة، كما أن وسائل الإعلام الغربية هي طريقة لنشر الرذائل، وإفساد الأخلاق، من خلال النماذج التي تعرضها، ومن خلال العاملين فيها أيضاً.

فالمرء بطبيعته يميل للتقليد، لاسيما للشخصيات البارزة المشهورة، وهنا ينبغي الحرص على عرض النماذج الصالحة الطيبة، وإظهار رجال الإعلام الملتزمين، المتمسكين بدينهم وأخلاقهم والمطابقين لهما، مع الحث على الاقتداء بهم، فنحن نرى في القرآن الكريم عرضاً لنماذج طيبة، والتعقيب عليهم بقوله تعالى: (أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمْ أَقْتَدِهِ...) (الأنعام: 90).

وباختصار

فإن الأخلاق في الإسلام تشمل كافة مناحي الحياة، وجميع جوانب النشاط الإنساني، والمجتمع اليوم في أمس الحاجة إلى إبراز هذه القيم الأخلاقية التي جاء بها الإسلام، كالصدق، والوفاء، والأمانة، والكرم، وغير ذلك من قيم وأخلاق الكثير، من خلال الأحاديث البرمجية المباشرة، أو عن طريق الدراما الهادفة، أو الأسلوب التمثيلي الجذاب، والقصص الهادفة، والرسوم المتحركة الناطقة، بصورة سهلة تسهم في بلوغ الهدف، وتؤدي في النهاية إلى تدعيم الأخلاق، والوقوف أمام ما يواجهه المسلمون من محاولات لزعة أخلاقهم، ومعاملاتهم، ومبادئهم.

المطلب الثالث

أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة

لما جاء الدين الإسلامي، جاء داعياً للوحدة، منبهاً على العوامل التي تدعو للتوحد، فقال تعالى: (إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ) (الأنبياء: 92)، بل إنه كان دائم التذكير للمسلمين بنعمة الله عليهم في توحيدهم: (واعتصموا بحبل الله جميعاً ولا تفرقوا وأذكروا نعمة الله عليكم إذ كنتم أعداء فألف بين قلوبكم فأصبحتم بنعمته إخواناً...) (آل عمران: 103)، كما ذمّ ونعى على الذين تفرقوا واختلّفوا، (... ولا تكونوا من المشركين مع من الذين فرّقوا دينهم وكانوا شيعاً كل حزب بما لديهم فرحون) (الروم: 31، 32).

والوحدة الإسلامية هي أهم عامل يجب توفره في الأمة الإسلامية، وبدونها ستنقى الأمة لُقمة سائغة بيد أعدائها.

من أجل ما سبق، وضع الدين الإسلامي قواعد تُبرز أهمية الوحدة وضرورتها، من خلال إقامة العلاقات التاريخية على أسس واحدة، وتوحيد المنطلقات الإنسانية والأهداف، وإقامة دوائر متداخلة من العلاقات الإنسانية، إضافةً إلى التركيز على الترابط في المشاعر والأحاسيس، ورابطة الأخوة.

لكن الناظر إلى واقع الأمة الإسلامية في أيامنا هذه، يلاحظ غياب مفهوم الأخوة والتضامن والتعاون، رغم أن الدين الإسلامي جعلها الأساس الذي يجب أن تُبنى عليه علاقات المسلمين مع بعضهم، في داخل الأسرة الواحدة، والمجتمع الواحد. وفي العصر الراهن، أصبح للثورة التكنولوجية دور كبير في العمل على تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة، أو العكس من ذلك.

فقد بات واضحاً أن وسائل الإعلام الغربية تسعى لإبقاء المسلمين في حالة ضعف وانقسام دائم، عبر مخططاتها الإعلامية، التي تهتم بعرض المعلومات والبرامج في قالب جذاب، يجعل المتلقي منبهرًا بما يسمع دون الانتباه لما يتضمنه من سموم.

وأمام هذا الدور من الإعلام الغربي، بات على المسلمين أن يهتموا بمواجهة هذا التيار الهادف للفرقة والنزاع، من خلال العمل على ترسيخ مبدأ الوحدة، وتحقيق التماسك الاجتماعي، ابتداءً من الأسرة كنواة للمجتمع، ووصولاً إلى الأمة المسلمة بأكملها.

فوسائل الإعلام الإسلامية عليها دور كبير في توحيد المسلمين، من خلال:

أولاً: بيان المفهوم الصحيح للوحدة

ويتحقق هذا من خلال بيان الروابط الاجتماعية التي تجمع بين البشر كافة، والتميز فيما بينها، فقد قال تعالى: (قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ) (التوبة: 24).

فقد جمعت الآية الروابط العائلية، والمالية، والقومية، والوطنية، ثم فضّلت عليها جميعها الرابطة الدينية؛ لأن الوحدة التي تقام على غير الرابطة الدينية، ليس لها من الوحدة إلا الاسم فقط، فالتاريخ خير شاهد على أن الوحدة القائمة على القومية أو الحزبية جميعها تؤدي لمزيد من الفرقة، وبالتالي فإن على الإعلام دور كبير في الدعوة إلى محو العوامل التي تؤدي إلى تفرقة الأمة وتشتتها.

ويتحقق هذا البيان الصحيح للوحدة ومفهومها، من خلال بيان المقومات التي ينبغي أن تقوم عليها الوحدة الإسلامية، وهي: وحدة الهدف، ووحدة المنهج، والشعور السائد بضرورة الوحدة، إضافةً إلى الثقة المتبادلة بين الأطراف⁽¹⁾.

ثانياً: دفع شبهات الأعداء وبيان الصورة الصحيحة لما يحدث

إن الإعلام المعاصر بشكل عام يُشكل خطراً على وحدة الأمة الإسلامية؛ لأنه يسعى جاهداً لتشويه الإسلام، ويعمل على بث الأفكار الإلحادية العلمانية، مما يؤدي لتمزيق المسلمين فكرياً، وعقائدياً، فقد قال تعالى: (يُرِيدُونَ أَنْ يُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى اللَّهُ إِلَّا أَنْ يُتِمَّ نُورَهُ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ) (التوبة: 32).

وبالتالي، فإن الدور الملقى على عاتق وسائل الإعلام الإسلامية هو دور عظيم بالغ الأهمية؛ لأن الأعداء كثيراً ما يثيرون الشبهات والافتراءات والأكاذيب حول منهج الإسلام في الحياة، وهنا يبرز الدور الملقى على عاتق وسائل الإعلام الإسلامية، إذ يجب عليها العمل على إيضاح الموقف الصحيح من الأحداث الجارية؛ كي لا ينخدع الجمهور المتلقي بما تقدمه وسائل الإعلام الغربية، وما تثيره من شبهات حول القضايا المختلفة، فوسائل الإعلام والقائمون عليها، إنما هم امتداد لمهمة الرسل، المتمثلة في البيان والإيضاح، والتبليغ والإرشاد، في مواجهة الباطل بأساليبه المختلفة: (هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَى وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ) (التوبة: 33).

(1) انظر: وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة - محمد موفق الغلابيني - (ص: 105).

"وفي حال غياب مؤسسة إعلامية إسلامية، تأخذ على عاتقها مواجهة هذه المخططات، وتقوم بتفنيد كافة المزاعم، وتصحيح الأخطاء والادعاءات التي تُلصق بالإسلام، وترد على مختلف الأسئلة والاستفسارات التي تُثار هنا وهناك، فإن الإسلام سوف يكون مجالاً خصباً لهذه الطوائف الحاقدة والكارهة والمعادية، التي تُسهم في تكوين الصورة الذهنية غير الصحيحة عن الإسلام لدى العالم" (1).

ثالثاً: بيان مواطن القوة في الأمة الإسلامية

حيث يجب على وسائل الإعلام من أجل تحقيق التماسك الاجتماعي وتحقيق الوحدة الإسلامية، أن تعمل على إيضاح جوانب القوة في الأمة الإسلامية، من خلال القرآن الكريم، والسنة النبوية التي سعت للوحدة بشتى الطرق، إضافة إلى الماضي المشرق لهذه الأمة، وموقعها الجغرافي المتميز، وثوراتها العديدة في كافة الجوانب، ومن أهمها النفط والبتترول، حيث يُعدُّ هذا البيان لمواطن القوة من أبرز العوامل في استعادة الأمة لمكانتها وقيادتها.

ويتحقق ذلك أيضاً، من خلال بيان المبشرات التي حملها القرآن الكريم منذ القدم، بنصر هذه الأمة وتحقيق خلافتها في الأرض، (وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِينَ مِن قَبْلِهِمْ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِينَهُمُ الَّذِي ارْتَضَى لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُم مِّن بَعْدِ خَوْفِهِمْ أَمْنًا يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا وَمَن كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ) (النور: 55).

رابعاً: تحقيق عالمية الرسالت وعالمية الخطاب

فالدين الإسلامي لم يكن للمسلمين فقط، بل جاء للناس كافة، (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ) (سبأ: 28)، ومن هنا ينبغي على وسائل الإعلام ألا تقتصر في خطابها على المسلمين، وألا يكون خطابها باللغة العربية وحدها، بل عليها أن تمتد لتشمل كافة اللغات الأخرى، وأن توجه إلى العالم كافة؛ انطلاقاً من عالمية هذا الدين.

ذلك أن الخاسر الأكبر في تفرق المسلمين وتشتتهم، هم المسلمون أنفسهم، حيث أصبحوا أتباعاً لا متبوعين، وإن عملية توحيدهم هي عملية في منتهى الصعوبة؛ لأنها عملية إنشاء وبناء، "ولكنه ليس بناء عمارة مهما عظمت وعلت، إنه بناء الإنسان مع الإنسان، وإنه أصعب عملية في تاريخ البشرية، وأشدّها معاناةً وصبراً وبذلاً، إن بناء الأمة المسلمة الواحدة ليس عملاً ارتجالياً عفويًا، ولا هو جمع شعارات وزخارف، ولا هو تجمع طارئ تتصارع فيه الأهواء والمصالح، إنه عمل منهجي، يمضي من مرحلة إلى مرحلة...، إنه عمل من مسئولية الطاقة البشرية المؤمنة، فهي مكلفة به، محاسبّة عليه" (2).

(1) الدعوة الإسلامية والإعلام الدولي - د. محيي الدين عبد الحلیم - (ص: 148).

(2) بناء الأمة المسلمة الواحدة - د. عدنان علي رضا النحوي - (ص: 242).

المطلب الرابع

أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأعداء

سعى أعداء الإسلام منذ القدم إلى هدم الإسلام وإزالتها من الوجود، وقد بيّن لنا القرآن الكريم ذلك، فقال تعالى: (يُرِيدُونَ لِيُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَاللَّهُ مُتِمُّ نُورِهِ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ) (الصف: 8).

حتى إن بن غوريون رئيس وزراء الكيان الصهيوني السابق، قال: "إن أخشى ما نخشاه أن يظهر في العالم العربي محمد جديد، نحن لا نخشى الاشتراكيات ولا الثوريات ولا الديمقراطيات في المنطقة، نحن فقط نخشى الإسلام، هذا المارد الذي نام طويلاً وبدأ يتململ من جديد" (1).

ومن أجل هذه الخشية من الإسلام، سعى أعداء الدين إلى استغلال التكنولوجيا، وما أفرزته من وسائل الإعلام، في التأثير على المسلمين وتشكيكهم بدينهم. لكن القرآن الكريم اهتمّ بالموالجة الإعلامية؛ من حماية الجمهور من كيد الأعداء، وتوجيهه إلى الطريق السليم، وذلك من خلال:

أولاً: كشف الزيف والإشاعات وبيان الكذب والتناقض فيها

وقد برز ذلك واضحاً في الدفاع عن الدعوة الإسلامية وقائدها، حيث قال تعالى: (أَمْ حَسِبَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ أَنْ لَنْ يُخْرِجَ اللَّهُ أَضْغَانَهُمْ & وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكَهُمْ فَلَعَرَفْتَهُمْ بِسِيمَاهُمْ وَلَتَعْرِفَنَّهُمْ فِي لَحْنِ الْقَوْلِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ أَعْمَالَكُمْ) (محمد: 29، 30).

ثانياً: الإسقاط

من خلال مخاطبة الخصوم والأعداء بنوع من السخرية والاستهزاء، التي تحبطهم وتهزمهم نفسياً، وبالتالي لا يقدرّون على استكمال المواجهة، حيث قال تعالى: (وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِنَ الْجِنَّ وَالْإِنْسِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أُولَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أُولَئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ) (الأعراف: 179).

(1) انظر: مقال ظاهرة التركيز القرآني على اليهود الأسباب والدلالات - عبد السلام زين العابدين -

www.balagh.com/mosoa/tafsir/fu0rrhtw.htm

ثالثاً: الإهمال

ويعني عدم الاهتمام بالعدو؛ حتى يشعر بفشله في إثارة الطرف الآخر، وبالتالي وفشله في الهجوم والمواجهة، كقوله تعالى: (وَقِيلِهِ يَا رَبِّ إِنَّ هَؤُلَاءِ قَوْمٌ لَا يُؤْمِنُونَ & فَاصْفَحْ عَنْهُمْ وَقُلْ سَلَامٌ فَسَوْفَ يَعْلَمُونَ) (الزخرف: 88، 89).

رابعاً: الاستمالة والتأثير بالحسنى

وتهدف هذه الوسيلة في المواجهة إلى التأثير الوجداني في الجمهور المتلقي، من خلال الخطاب اللين الجذاب، حيث قال تعالى: (وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ) (فصلت: 34).

خامساً: الموضوعية والإقناع المنطقي

بُني الفكر الإسلامي على الإقناع المنطقي، والعقلانية الموضوعية، وكان ذلك من وسائل المواجهة لأساليب العدو وافتراءاتهم، ومن أمثلة هذه الطريقة، قوله تعالى: (قُلْ إِنَّمَا أَعِظُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مِثْلَىٰ شِئْرِ فِرْعَوْنَ وَتُفَكِّرُوا مَا بِصَاحِبِكُمْ مِّنْ جِنَّةٍ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ لَّكُمْ بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ) (سبأ: 46).

سادساً: تحطيم الرموز المعادية

لأنها تمثل القوة المركزية، والموجهة للجماعة والأمة؛ فإذا اختلت ثقة الأمة في رموزها تحطمت وسهل هزيمتها، ومن ذلك ما ورد في حق الوليد بن المغيرة، حيث قال تعالى: (عُتِلُّ بَعْدَ ذَلِكَ زَيْمٌ & أَنْ كَانَ ذَا مَالٍ وَبَنِينَ & إِذَا تُتْلَىٰ عَلَيْهِ آيَاتُنَا قَالَ أَسَاطِيرُ الْأَوَّلِينَ & سَنَسِمُهُ عَلَى الْخُرطومِ) (القلم: 13 - 16) ⁽¹⁾.

سابعاً: حسن الإعداد والتوكل

فقد قال تعالى: (إِنَّ عِبَادِي لَيْسَ لَكَ عَلَيْهِمْ سُلْطَانٌ وَكَفَىٰ بِرَبِّكَ وَكِيلًا) (الإسراء: 65)، وقد جاءت هذه الآية بعد بيان بعض أساليب الإعلام المضلل، التي تمثلت في الاستفزاز، والإجلاب، والمشاركة في الأموال والأولاد، والوعود الكاذبة، وجاءت لبيان الطريقة السديدة للتعامل مع هذا الإعلام المضلل، وبيان الأسلوب المضاد لأساليبهم، ويتحقق هذا من خلال:

(1) أن نكون عباداً لله (عِبَادِي)، فيجب أن يكون لنا صوت إعلامي صادق، يدعو للرسالة والمنهج القويم الحق.

(2) أن نكون جماعة، على أتم الاستعداد لمواجهة قوى الشيطان ووسائله في كل لحظة، (وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَأَخْرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ...) (الأنفال: 60).

(1) انظر: مقال: مرتكزات أساسية في الإعلام القرآني - www.balagh.com/matboat/qbook/71

(3) ألا ندع مجالاً لأحد بحيث يشاركنا في تربية أولادنا، أو في أموالنا، فيجب متابعة الأبناء فيما تبثه لهم وسائل الإعلام، وانتقاء الأفضل من بين ما يُعرض، ومتابعة الوسائل الحقة دون الوسائل المضلة.

(4) أن نتوكل على الله في كل أمورنا، وكفى بالله وكيلاً ونصيراً: (... وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ قَدْ جَعَلَ اللَّهُ لِكُلِّ شَيْءٍ قَدْرًا) (الطلاق: 3) (1).

ثامناً: التحذير من موالاة الأعداء، وما يترتب على موالاتهم من مضار

حيث ينبغي على وسائل الإعلام أن تعمل على بيان أن من يتبع وسائل الإعلام المضلة فكأنه موال لها، وهذا ما ذمّه القرآن الكريم، فقال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَى أَوْلِيَاءَ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ وَمَنْ يَتَوَلَّهُمْ مِنْكُمْ فَإِنَّهُ مِنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ & فَتَرَى الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ يُسَارِعُونَ فِيهِمْ يَقُولُونَ نَخْشَى أَنْ تُصِيبَنَا دَائِرَةٌ فَعَسَى اللَّهُ أَنْ يَأْتِيَ بِالْفَتْحِ أَوْ أَمْرٍ مِنْ عِنْدِهِ فَيُصِيبِحُوا عَلَى مَا أَسْرَوْا فِي أَنْفُسِهِمْ نَادِمِينَ) (المائدة: 51، 52)، وقد اتضح هذا الذم من خلال مواطن عديدة في الآية، هي:

(1) وصف اللاهثين وراء المضلين بأنهم (... فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ...)، وهذا تعبير في غاية الدقة، فيه بيان لسبب الوهن والضعف لديهم.

(2) قوله: (... يُسَارِعُونَ فِيهِمْ...) تعبير يبين مدى تفاعلهم وانسجامهم مع الأعداء والمضلين.

(3) قوله: (... نَخْشَى أَنْ تُصِيبَنَا دَائِرَةٌ...) قد يكون مجرد عذر لتبرير تلك المسارعة إلى الأعداء، كما يحتمل أن يكون عذراً حقيقياً لما يشعر به هؤلاء المرضى من رعب أمام قوة الأعداء.

(4) هذه المسارعة سرعان ما تفشل في تحقيق ما سعت إليه، بل إن الموالين للأعداء سرعان ما يعضوا أصابع الندم على فعلتهم عند ظهور الحق وانكشافه (... فَعَسَى اللَّهُ أَنْ يَأْتِيَ بِالْفَتْحِ أَوْ أَمْرٍ مِنْ عِنْدِهِ فَيُصِيبِحُوا عَلَى مَا أَسْرَوْا فِي أَنْفُسِهِمْ نَادِمِينَ).

إن أشد ما تواجهه وسائل الإعلام الإسلامية، هو الغزو الإعلامي الغربي، الذي يشكل كياناً معادياً، يدس سُمّه في العسل، فيجب عليها إيقاظ الأمة من غفلتها، وتبنيها على خطورة هذا العدو، وهو أمر يحتاج لبذل الجهد، والطاقة، من أجل رد العدوان الإعلامي الغربي ومواجهته.

(1) انظر: مقال: الإعلام في القرآن الكريم - الشيخ مؤيد الخزرجي -

<http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>



الخاتمة والتوصيات

أولاً: الخاتمة:

الحمد لله وكفى، والصلاة والسلام على عباده الذين اصطفى، ومن سار على دربهم ونهجهم إلى يوم الدين واقتفى، أما بعد:

فإن الإعلام الإسلامي موضوع في غاية الأهمية، كان لا بد من التطرق إليه والحديث عنه من خلال القرآن الكريم؛ لإيضاح أنه ما من شيء ارتبط به إلا وجاء النص القرآني متحدثاً عنه، كيف لا والقرآن الكريم شامل لكل مناحي الحياة وموضوعاتها، حيث قال تعالى: (... وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِّلْمُسْلِمِينَ) (النحل: 89).

ونتيجةً للأثر الإعلامي البالغ في حياتنا، وظهور العديد من وسائل الإعلام التي أطلقت على نفسها اسم (الإعلام الديني) أو (الإعلام الإسلامي) مع ما بينهما من فروقات، كان لا بد من وقفة مع الإعلام في القرآن الكريم، مقوماته، وضوابطه، وأساليبه.

ومن خلال دراسة الموضوع، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، كان من

أهمها:

- 1) الإعلام واجب شرعي وضرورة إنسانية؛ لإنقاذ العالم والبشرية جمعاء من التخبط والضياع.
- 2) الإعلام ليس وليد اللحظة، بل إنه موجود منذ القدم، نابع من طبيعة الإنسان الاجتماعية، ورغبته في التواصل.
- 3) وسائل الإعلام تختلف وتتوسع في كل عصر وفي كل مصر، فليست أمراً وقفياً على وسيلة دون أخرى، أو عصر دون آخر.
- 4) الوسائل الإعلامية تتدرج ضمن وسائل الاتصال، وهي في تطور مستمر، بما بات يعرف باسم (تكنولوجيا الاتصال).
- 5) الوسائل الإعلامية المعاصرة (صحافة، إذاعة، تلفزيون، فضائيات، كمبيوتر، إنترنت) هي وسائل إنسانية عالمية، تناسب عالمية الرسالة الإسلامية.
- 6) الإعلام الإسلامي لا يمكن أن يقوم أو ينتشر إلا بالأخذ بوسائل البلاغ والإنذار.
- 7) مستقبل الرسالة الإسلامية سيكون مستقبلاً عالمياً، عند الاستخدام الصحيح لهذه الوسائل الإعلامية العالمية المعاصرة، وذلك بتسخيرها في الدعوة إلى الله تعالى.
- 8) تقع على عاتق الإعلام الإسلامي مسؤولية عظيمة، لاسيما إذا ازدادت الوظائف، وسمت الأهداف.

- (9) الإعلام الإسلامي هو عملية اتصالية يتم من خلالها تعميم الاتصال الإيجابي؛ بهدف نشر مبادئ الدين الإسلامي في كافة الميادين، وبكافة الوسائل المباحة؛ لتحقيق كافة الأهداف المشروعة.
- (10) ورود مادة (علم) ما يزيد عن 850 مرة في القرآن الكريم، منها 473 موضعاً في الآيات المكية، مقابل 375 في الآيات المدنية، يحمل دلالةً عظيمةً على أهمية الإعلام وتأثيره.
- (11) يقوم الإعلام الإسلامي على جملة من المقومات، كالمقوم العلمي والفني وغيرهما، وقد تواجهه مجموعة من المعوقات الداخلية أو الخارجية، ينبغي عليه أن يواجهها بالثبات على مبادئه التي أرساها القرآن الكريم.
- (12) الإعلام عملية اتصالية، قد يحدث فيها بعض التزييف والخداع؛ لذا فإنها بحاجة إلى مجموعة من الضوابط التي تحكم سير هذه العملية بمختلف مكوناتها، وتتضاعف أهمية الالتزام بهذه الضوابط حال السلم والحرب.
- (13) أرسى القرآن الكريم مجموعةً من الأساليب المختلفة المتنوعة، التي يؤدي التزامها والتنويع في استخدامها إلى تعميق التأثير في الجمهور المتلقي للرسالة الإعلامية.
- (14) في مقابل الأساليب الإعلامية المتبعة، يلجأ الأعداء إلى أساليب التضليل والتشويه والحرب النفسية، مما يجعل الواجب مضاعفاً على وسائل الإعلام الإسلامية في مواجهته ومنعه من تحقيق أهدافه.

ثانياً: التوصيات:

- بعد البحث والنظر في الموضوعات التي كُتبت حول الإعلام: مقوماته، وضوابطه، وأساليبه في القرآن الكريم، وما يشكله هذا الموضوع من أهمية، فإن الباحثة توصي بما يلي:
- (1) تأهيل فريق متكامل من الإعلاميين وتفريغهم للقيام بواجب الدعوة إلى الله من خلال الوسائل الإعلامية المعاصرة، والعمل على الارتقاء بهم علمياً ودعواً وإعلامياً.
 - (2) تفعيل دور أجهزة الإعلام الإسلامي في التصدي للحملة الغربية، التي تستهدف النيل من الإسلام وتشويه صورته، و عزله عن الحياة المعاصرة.
 - (3) زيادة مساحة البرامج الإسلامية في أجهزة الإعلام، وأن يتم تقديمها في أوقات مناسبة لمستمعها.
 - (4) العمل على إعداد منظومة من الآليات متضافرة الجهود، تبدأ بإنشاء مركز إسلامي إعلامي، ووكالة إعلام إسلامية متخصصة.

- (5) حسن انتقاء العاملين في وسائل الإعلام الإسلامية، واختيارهم بناءً على معرفة كافية بالموازن الشرعية، والأسلوب المؤثر، والمنهج الوسطي المعتدل.
- (6) تخصيص فترات بث في وسائل الإعلام الإسلامية باللغات المختلفة؛ من أجل مخاطبة الآخر بالإسلام، وتعريفه بحقيقته ومبادئه السمحة.
- (7) الخروج عن الأنماط التقليدية والجمود، والعمل على التفاعل مع الجمهور، وعرض احتياجاتهم ومطالبهم الأساسية.

وفي ختام هذه الدراسة:

فإن الحمد لله Y على ما هداني ووفقني في هذه الدراسة، سائلةً المولى U أن يجعلها في ميزان حسناتي وحسنات كل من ساهم في إنجاحها وخروجها إلى النور، ولو بدعوة في ظهر الغيب.
كما أسأله تعالى أن ينفع بها كل طلاب العلم الشرعي أينما كانوا، إنه ولي ذلك والقادر عليه.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

الفهارس

? أولاً:

فهرس الآيات القرآنية

? ثانياً:

فهرس الأحاديث النبوية

? ثالثاً:

ثبت المصادر والمراجع

? رابعاً:

فهرس الموضوعات

أولاً: فهرس الآيات القرآنية

الصفحة	رقم الآية	الآية
سورة الفاتحة		
155	5 - 2	(الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ...)
سورة البقرة		
98	13 - 11	(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ قَالُوا إِنَّمَا نَحْنُ مُصْلِحُونَ ...)
100	23 - 21	(يَا أَيُّهَا النَّاسُ اعْبُدُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ وَالَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ ...)
4	30	(وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ...)
87 ، 4	31	(وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ ...)
55 ، 4	32	(قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَا إِنَّكَ أَنْتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ)
62 ، 4	33	(قَالَ يَا آدَمُ أَنْبِئْهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ فَلَمَّا أَنْبَأَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ ...)
،88 ،72 157	44	(أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ)
99 ، 98	60	(وَإِذِ اسْتَسْقَى مُوسَى لِقَوْمِهِ فَقُلْنَا اضْرِبْ بِعَصَاكَ الْحَجَرَ ...)
119	71	(... وَلَا تَسْقِي الْحَرْثَ مُسَلِّمَةً لَا شَيْءَ فِيهَا ...)
،87 ،69 101	83	(... وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا ...)
117	91 - 89	(وَلَمَّا جَاءَهُمْ كِتَابٌ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ مُصَدِّقٌ لِمَا مَعَهُمْ وَكَانُوا مِنْ قَبْلُ ...)
141	101	(وَاقْتُلُوهُمْ حَيْثُ ثَقِفْتُمُوهُمْ وَأَخْرِجُوهُمْ مِنْ حَيْثُ أَخْرَجَكُم ...)
56	102	(... وَمَا يَعْلَمَانِ مِنْ أَحَدٍ حَتَّى يَقُولَا إِنَّمَا نَحْنُ فِتْنَةٌ فَلَا تَكْفُرْ ...)
98	104	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَقُولُوا انظُرْنَا وَاسْمَعُوا ...)
63	119	(إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا ...)
65 ، 28	143	(وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ ...)
85	159	(إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَى مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ ...)
85	160	(إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا وَأَصْلَحُوا وَبَيَّنَّاهُ فَأُولَئِكَ أَتُوبُ عَلَيْهِمْ وَأَنَا التَّوَّابُ الرَّحِيمُ)
108	165	(وَمَنْ النَّاسُ مِنْ يَتَّخِذُ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَنْدَادًا يُحِبُّونَهُمْ كَحُبِّ اللَّهِ ...)
116 ، 58	170	(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلِ نَتَّبِعُ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ عَلَيْهِ آبَاءُنَا ...)

85	174، 175	(إِنَّ الدِّينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ الْكِتَابِ وَيَشْتُرُونَ بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا...)
103	181	(فَمَنْ بَدَلَهُ بَعْدَ مَا سَمِعَهُ فَأِنَّمَا إِثْمُهُ عَلَى الَّذِينَ يُبَدِّلُونَهُ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ)
141، 136	193	(وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينَ لِلَّهِ...)
115	204 - 206	(وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يُعْجِبُكَ قَوْلُهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشْهَدُ اللَّهُ عَلَى مَا فِي...)
126	208، 209	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السَّلَامِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ...)
9	216	(كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كَرْهٌ لَكُمْ...)
142	217	(يَسْأَلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ قِتَالٍ فِيهِ قُلْ قِتَالٌ فِيهِ كَبِيرٌ...)
143	244، 245	(وَقَاتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ...)
111، 69	256	(لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ...)
66، 59	259	(أَوْ كَالَّذِي مَرَّ عَلَى قَرْيَةٍ وَهِيَ خَاوِيَةٌ عَلَى عُرُوشِهَا...)
59	260	(وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُحْيِي الْمَوْتَى قَالَ أُولِمُ تَأْمِنُ قَالَ بَلَى...)
71	282	(... وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيَعْلَمَكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ)
سورة آل عمران		
168	14	(زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ...)
58	19	(إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ...)
68	20	(... فَإِنْ أَسْلَمُوا فَقَدِ اهْتَدَوْا وَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ)
180	21	(... بَشَرِ الْمُنَافِقِينَ بَأَنَّ لَهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا)
181	36	(فَلَمَّا وَضَعَتْهَا قَالَتْ رَبِّ انِّي وَضَعْتُهَا أُنْثَى...)
67	64	(قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ...)
87	66	(هَآأَنْتُمْ هَؤُلَاءِ حَآجَجْتُمْ فِيمَا لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ...)
21، 128، 190، 158	103	(وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا...)
9، 20	104	(وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ...)
65، 46، 43	110	(كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ...)
126	118	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بَطَانَةَ مَنْ دُونِكُمْ لَا يَأْتُونَكُمْ خَبْرًا...)
145	140	(إِنْ يَمْسَسْكُمْ قَرْحٌ فَقَدْ مَسَّ الْقَوْمَ قَرْحٌ مِثْلُهُ...)
171	149	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ تَطِيعُوا الَّذِينَ كَفَرُوا يَرُدُّوكُمْ عَلَى أَعْقَابِكُمْ...)
77، 101، 112	159	(فِيمَا رَحْمَةً مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَلْمِزْكُمْ لَمَلَكٌ مَغْلُوبٌ يَلْمِزُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ...)

98	169	(وَلَا تَحْسِبَنَّ الَّذِينَ قُتِلُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَمْواتًا بَلْ أَحْيَاءٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ يُرْزَقُونَ)
79	200	(... اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)
سورة النساء		
57	28	(... وَخَلَقَ الْإِنْسَانَ ضَعِيفًا)
81	58	(إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا ...)
109	59	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ ...)
92	63 - 61	(وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ تَعَالَوْا إِلَىٰ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَإِلَىٰ الرَّسُولِ رَأَيْتُ الْمُنَافِقِينَ ...)
141	76	(الَّذِينَ آمَنُوا يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ...)
6، 51، 63، 127	83	(وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ...)
143، 73	94	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا ضَرَبْتُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَتَبَيَّنُوا ...)
157	97	(... أَلَمْ تَكُنْ أَرْضُ اللَّهِ وَاسِعَةً فَتُهَاجِرُوا فِيهَا ...)
54	113	(... وَعَلِمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا)
167، 11	119	(وَلَا ضَلَنَّهُمْ وَلَا مَنِينَهُمْ وَلَا مَرْنَهُمْ ...)
167	120	(يَعِدُّهُمْ وَيَمْنِيهِمْ وَمَا يَعِدُّهُمْ الشَّيْطَانُ إِلَّا غُرُورًا)
83	135	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ ...)
114	140	(وَقَدْ نَزَّلَ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ أَنْ إِذَا سَمِعْتُمْ آيَاتِ اللَّهِ يُكْفَرُ بِهَا ...)
45	148	(لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا)
40	165	(رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِنَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ ...)
سورة المائدة		
21، 10	2	(وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ...)
55	4	(... وَمَا عَلَّمْتُمْ مِنَ الْجَوَارِحِ مُكَلِّبِينَ ...)
110، 83	8	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ...)
164	49	(الَّذِينَ إِنْ مَكَانَهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ ...)
195، 126	51	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا الْيَهُودَ وَالنَّصَارَىٰ أَوْلِيَاءَ ...)
195	52	(فَتَرَى الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ يُسَارِعُونَ فِيهِمْ ...)
186	57 - 55	(إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا ...)
63، 61	67	(يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ ...)

10	79، 78	(لَعْنِ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ بَنِي إِسْرَائِيلَ عَلَى لِسَانِ دَاوُدَ وَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ...)
31	83	(... مِمَّا عَرَفُوا مِنَ الْحَقِّ ...)
158	91	(إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ...)
22	99	(مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ)
55	110	(وَإِذْ عَلَّمْتُكَ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَالتَّوْرَةَ وَالْإِنْجِيلَ...)
51	116	(... إِنْ كُنْتَ قَلْتَهُ فَقَدْ عَلِمْتَهُ ...)
سورة الأنعام		
185	19	(قُلْ أَيُّ شَيْءٍ أَكْبَرُ شَهَادَةً قُلِ اللَّهُ شَهِيدٌ بَيْنِي وَبَيْنَكُمْ...)
61	38	(... مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ ثُمَّ إِلَى رَبِّهِمْ يُحْشَرُونَ)
72	55	(وَكَذَلِكَ نَفُصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ)
114	68	(وَإِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخُوضُونَ فِي آيَاتِنَا فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ...)
31	73	(... عَالِمُ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ هُوَ الْحَكِيمُ الْخَبِيرُ)
189	90	(أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهِدَاهُمُ اقْتَدِهْ...)
55	91	(... وَعَلَّمْتُمْ مَا لَمْ تَعْلَمُوا أَنْتُمْ وَلَا آبَاؤُكُمْ...)
58	97	(وَهُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ النُّجُومَ لِتَهْتَدُوا بِهَا فِي ظُلُمَاتِ الْبَرِّ وَالْبَحْرِ...)
69	104	(... فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ)
93	106	(اتَّبِعْ مَا أُوحِيَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ لَنَا إِلَهٌ إِلَّا هُوَ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ)
130	108	(وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ...)
25	112	(وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا شَيَاطِينَ الْإِنْسِ وَالْجِنِّ...)
26	114 - 116	(أَفَغَيْرَ اللَّهِ أَبْتَغِي حَكْمًا وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ مُفَصَّلًا...)
100	148	(سَيَقُولُ الَّذِينَ أَشْرَكُوا لَوْ شَاءَ اللَّهُ مَا أَشْرَكْنَا وَلَا آبَاؤُنَا وَلَا حَرَمْنَا مِنْ شَيْءٍ...)
43	153	(وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السَّبِيلَ...)
43	161	(قُلْ إِنِّي هَدَانِي رَبِّي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ دِينًا قَبِيمًا...)
سورة الأعراف		
72	31	(يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ...)
162	44 - 40	(إِنَّ الَّذِينَ كَذَبُوا بِآيَاتِنَا وَاسْتَكْبَرُوا عَنْهَا لَا تَفْتَحُ لَهُمْ أَبْوَابُ السَّمَاءِ...)
77	59	(يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرُهُ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ عَذَابَ يَوْمٍ عَظِيمٍ)
171	75	(قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ اسْتَكْبَرُوا مِنْ قَوْمِهِ لِلَّذِينَ اسْتَضَعُّوا...)

166 ، 155	158	(قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا ...)
99 ، 98	160	(وَقَطَعْنَا لَهُم مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِمْ سَبِيلًا وَمَا تَجِدُ عَلَيْهِمْ طَرِيقًا فَرْجًا وَلَا سَبِيلًا إِلَىٰ مَوْسَىٰ ...)
193 ، 42	179	(وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنِّ وَالإِنسِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا ...)
114	203	(... قُلْ إِنَّمَا أَتَّبِعُ مَا يُوحَىٰ إِلَيَّ مِنْ رَبِّي هَذَا بَصَائِرٌ مِّنْ رَبِّكُمْ ...)
سورة الأنفال		
78	2	(إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ إِذَا ذُكِرَ اللَّهُ وَجِلَتْ قُلُوبُهُمْ ...)
146	16 ، 15	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيتُمْ الَّذِينَ كَفَرُوا زَحَفًا فَلَا تُلُوهُمُ الْأَدْبَارَ ...)
26	27	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ ...)
98	35	(وَمَا كَانَ صَلَاتُهُمْ عِنْدَ الْبَيْتِ إِلَّا مَكَاءً وَتَصَدِيَةً ...)
143	36	(إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصُدُّوا عَن سَبِيلِ اللَّهِ ...)
144 ، 136	45	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا لَقِيتُمْ فِئَةً فَاثْبُتُوا ...)
137	57	(فَمَا تَتَّقِنَهُمْ فِي الْحَرْبِ فَشَرَّدَ بِهِمْ مَن خَلْفَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَدْكُرُونَ)
د ، 60 ، 128 ، 142 ، 135 ، 194	60	(وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِّن قُوَّةٍ ...)
31	61	(... لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ ...)
145	62	(وَإِنْ يُرِيدُوا أَنْ يَخْدَعُوكَ فَإِنَّ حَسْبَكَ اللَّهُ ...)
123	63	(وَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَلَّفْتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ ...)
سورة التوبة		
136	15 ، 14	(قَاتِلُوهُمْ يُعَذِّبُهُمُ اللَّهُ بِأَيْدِيكُمْ وَيُخْرِجُهُمْ مِّنْ دِينِهِمْ ...)
191 ، 117	24	(قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ ...)
117	26 ، 25	(لَقَدْ نَصَرَكُمُ اللَّهُ فِي مَوَاطِنَ كَثِيرَةٍ وَيَوْمَ حُنَيْنٍ إِذْ أَعْجَبَتْكُمْ كَثْرَتُكُمْ ...)
191	32	(يُرِيدُونَ أَنْ يُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ ...)
191	33	(هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ ...)
143	35 ، 34	(... وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ ...)
41	47	(... وَفِيكُمْ سَمَاعُونَ لَهُمُ وَاللَّهُ عَلَيْهِمُ الْظَالِمِينَ)
98	61	(وَمِنْهُمْ الَّذِينَ يُؤَدُّونَ النَّبِيَّ وَيَقُولُونَ هُوَ أُذُنٌ قُلْ أُذُنٌ خَيْرٌ لَّكُمْ ...)
107	71	(وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ ...)

31	78	(... وَأَنَّ اللَّهَ عَلَّامُ الْغُيُوبِ)
53، 52	101	(... وَمَنْ أَهْلُ الْمَدِينَةِ مَرَدُوا عَلَى النَّفَاقِ لَا تَعْلَمُهُمْ نَحْنُ نَعْلَمُهُمْ ...)
48، 27	105	(وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسِيرَى اللَّهِ عَمَلِكُمْ وَرَسُولِهِ وَالْمُؤْمِنُونَ ...)
84، 67، 44	119	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ)
22	122	(وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرْنَا مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ ...)
159، 145	123	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قَاتِلُوا الَّذِينَ يَلُونَكُمْ مِنَ الْكُفَّارِ ...)
سورة يونس		
155	22	(هُوَ الَّذِي يُسِيرُكُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ ...)
114	35	(قُلْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ قُلْ اللَّهُ يَهْدِي لِلْحَقِّ ...)
155	94	(فَإِنْ كُنْتَ فِي شكٍّ مِمَّا أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ فَاسْأَلِ الَّذِينَ يَقْرَأُونَ الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكَ ...)
111	99	(وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَأَمَنَّ مِنَ فِي الْأَرْضِ كُلَّهُمْ جَمِيعًا ...)
سورة هود		
66	13	(أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَاتَّبِعُوا عَشْرَ سُوَرٍ مِثْلَهُ مُفْتَرِيَاتٍ ...)
87	46	(... فَلَا تَسْأَلْنِ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنِّي أَعِظُكَ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْجَاهِلِينَ)
52	49	(تِلْكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهَا إِلَيْكَ مَا كُنْتَ تَعْلَمُهَا أَنْتَ وَلَا قَوْمُكَ ...)
88، 72	88	(وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَى مَا أَنْهَاكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ ...)
سورة يوسف		
151	3	(نَحْنُ نَقُصُّ عَلَيْكَ أَحْسَنَ الْقَصَصِ بِمَا أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ هَذَا الْقُرْآنَ ...)
104	15	(وَجَاءَتْ سَيَّارَةٌ فَأَرْسَلُوا وَارِدَهُمْ فَأَدْلَى دَلْوَهُ قَالَ يَا بُشْرَى هَذَا غَلَامٌ ...)
55	21	(... وَلِنَعْلَمَهُ مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ...)
54	37	(... ذَلِكَمَا مِمَّا عَلَّمَنِي رَبِّي ...)
105	40، 39	(يَا صَاحِبِي السِّجْنِ أَرَبَابٌ مُتَّفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمِ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ & ...)
55	101	(رَبِّ قَدْ آتَيْتَنِي مِنَ الْمَلِكِ وَعَلَّمْتَنِي مِنْ تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ...)
71، 13، 10	108	(قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ ...)
سورة الرعد		
40	7	(... إِنَّمَا أَنْتَ مُنذِرٌ وَلِكُلِّ قَوْمٍ هَادٍ)
سورة إبراهيم		
165، 4	4	(وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ ...)
ب	7	(وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ...)

81	26 - 24	(أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ ...)
61	52	(هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَهُ وَاحِدٌ ...)
سورة الحجر		
90	42 - 28	(وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي خَالِقٌ بَشَرًا مِنْ صَلْصَالٍ مِنْ حَمَإٍ مَسْنُونٍ ...)
121	85	(... وَإِنَّ السَّاعَةَ لَأْتِيَةٌ فَاصْفَحِ الصَّفْحَ الْجَمِيلَ)
92	99 - 94	(فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ ...)
سورة النحل		
4	16	(وَعَلَامَاتٍ وَبِالنَّجْمِ هُمْ يَهْتَدُونَ)
158	36	(وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ...)
30	43	(... فَاسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ)
48	44	(... وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ)
41	78	(وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا ...)
107	84	(وَمَا أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ إِلَّا لِتُبَيِّنَ لَهُمُ الَّذِي اخْتَلَفُوا فِيهِ ...)
46، 39، 197	89	(... وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيَانًا لِكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَى لِلْمُسْلِمِينَ)
187، 86	90	(إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ ...)
106، 26، 175	94	(وَلَا تَتَّخِذُوا أَيْمَانَكُمْ دَخَلًا بَيْنَكُمْ فَتَزِلَّ قَدَمٌ بَعْدَ ثُبُوتِهَا ...)
67، 44	105	(إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكُذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ)
106، 41، 159	125	(ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ...)
154	126	(وَإِنْ عَاقَبْتُمْ فَعَاقِبُوا بِمِثْلِ مَا عُوقِبْتُمْ بِهِ ...)
71	128	(... إِنَّ اللَّهَ مَعَ الَّذِينَ اتَّقَوْا وَالَّذِينَ هُمْ مُحْسِنُونَ)
سورة الإسراء		
178	1	(سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ ...)
104	15	(... وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَى ...)
94	32	(وَلَا تَقْرَبُوا الرِّثَا إِنَّهُ كَانَ فَاحِشَةً وَسَاءَ سَبِيلًا)
87، 28، 113	36	(وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ ...)

172	37	(وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَن تَخْرِقَ الْأَرْضَ ...)
167	64	(وَاسْتَفْزِزْ مَنْ اسْتَطَاعَتْ مِنْهُمْ بِصَوْتِكَ ...)
194	65	(إِنَّ عِبَادِي لَيْسَ لَكَ عَلَيْهِمْ سُلْطَانٌ وَكَفَىٰ بِرَبِّكَ وَكِيلًا)
122، 69	70	(وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ ...)
107	82	(وَنُنزِّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ ...)
63	105	(وَبِالْحَقِّ أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَلَ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا)
سورة الكهف		
42	2، 1	(الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَىٰ عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا ...)
86	34	(... وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا)
161	56	(... وَيُجَادِلُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ ...)
59	65	(فَوَجَدَا عَبْدًا مِنْ عِبَادِنَا آتَيْنَاهُ رَحْمَةً مِنْ عِنْدِنَا وَعِلْمَنَاهُ مِنْ لَدُنَّا عِلْمًا)
55، 54	66	(قَالَ لَهُ مُوسَىٰ هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَنْ تُعَلِّمَ مِنِّي مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا)
73	70 - 66	(قَالَ لَهُ مُوسَىٰ هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَنْ تُعَلِّمَ مِنِّي مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا ...)
112	95	(... فَأَعِينُونِي بِقُوَّةٍ أَجْعَلْ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَهُمْ رَدْمًا)
101	108 - 103	(قُلْ هَلْ نُنَبِّئُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا ...)
سورة مريم		
77	47 - 41	(وَأذْكَرْ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا ...)
57	64	(... وَمَا كَانَ رَبُّكَ نَسِيًّا)
102	97	(فَإِنَّمَا يَسِرُنَا بِاللِّسَانِ لِنُبَشِّرَ بِهِ الْمُتَّقِينَ وَنُنذِرَ بِهِ قَوْمًا لَّدَا)
سورة طه		
89	28، 27	(وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي ...)
112	35 - 29	(وَاجْعَلْ لِي وِزِيرًا مِنْ أَهْلِي ...)
101، 78	44، 43	(أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ...)
154	49	(... فَمَنْ رِيكُمَا يَا مُوسَىٰ)
175	108	(... وَخَشَعَتِ الْأَصْوَاتُ لِلرَّحْمَنِ فَلَا تَسْمَعُ إِلَّا هَمْسًا)
73، 30	114	(... وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا)
سورة الأنبياء		
100	24	(أَمْ اتَّخَذُوا مِنْ دُونِهِ آلِهَةً قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ هَذَا ذِكْرٌ مِنْ مَعِي ...)

185	47	(وَنَضَعُ الْمَوَازِينَ الْقَسَطَ لِيَوْمِ الْقِيَامَةِ ...)
190	92	(إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ)
47	107	(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ)
سورة الحج		
76	9، 8	(وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ ...)
87	24	(وَهُدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهُدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ)
44	30	(... فَاجْتَنِبُوا الرِّجْسَ مِنَ الْأَوْثَانِ وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ)
165، 48	41	(الَّذِينَ إِن مَّكَّنَاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ ...)
181	73	(... إِنَّ الَّذِينَ تَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ لَنْ يَخْلُقُوا ذُبَابًا وَلَوْ اجْتَمَعُوا لَهُ ...)
سورة المؤمنون		
67	8	(وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ)
185	44	(ثُمَّ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا تَتْرًا ...)
سورة النور		
169	11	(إِنَّ الَّذِينَ جَاءُوا بِالْإِفْكِ عُصْبَةٌ مِّنْكُمْ لَا تَحْسَبُوهُ شَرًّا لَّكُمْ ...)
163	21 - 15	(إِذْ تَلْقَوْنَهُ بِالسِّنِّتِمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ ...)
169، 44	19	(إِنَّ الَّذِينَ يَجِبُونَ أَنْ تَشِيْعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ ...)
93	30	(قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ...)
94، 93، 53	31	(وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ ...)
192	55	(وَعَدَ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِي الْأَرْضِ ...)
سورة الفرقان		
105	32	(وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْلَا نُزِّلَ عَلَيْهِ الْقُرْآنُ جُمْلَةً وَاحِدَةً ...)
68	33	(وَلَا يَأْتُونَكَ بِمَثَلٍ إِلَّا جِئْنَاكَ بِالْحَقِّ وَأَحْسَنَ تَفْسِيرًا)
157	45	(أَلَمْ تَرَ إِلَى رَبِّكَ كَيْفَ مَدَّ الظِّلَّ وَلَوْ شَاءَ لَجَعَلَهُ سَاكِنًا ...)
141	52	(فَلَا تُطْعِ الْكَافِرِينَ وَجَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا)
93	63	(وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا ...)
سورة الشعراء		
89، 74	13	(وَيَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسِلْ إِلَى هَارُونَ)
119	89	(إِلَّا مَنْ آتَى اللَّهُ بِقَلْبٍ سَلِيمٍ)
53	112	(قَالَ وَمَا عَلِمِي بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ)

53	197	(أَوَلَمْ يَكُنْ لَهُمْ آيَةٌ أَنْ يَعْلَمَهُ عُلَمَاءُ بَنِي إِسْرَائِيلَ)
سورة النمل		
55	16	(... وَقَالَ يَا أَيُّهَا النَّاسُ عِلْمُنَا مَنْطِقَ الطَّيْرِ ...)
108، 62	23 - 20	(وَتَفَقَّدَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِيَ لَا أَرَى الْهَدْيَ أَمْ كَانَ مِنَ الْغَائِبِينَ ...)
108	27 - 24	(وَجَدْتُهُمْ وَاقِفَةً يُسْجِدُونَ لِلشَّمْسِ مِنْ دُونِ اللَّهِ ...)
67	27	(... سَنَنْظُرُ أَصْدَقْتِ أَمْ كُنْتِ مِنَ الْكَاذِبِينَ)
53	66	(بَلْ أَدَارِكْ عَلَيْهِمْ فِي الْآخِرَةِ ...)
71	79	(فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّكَ عَلَى الْحَقِّ الْمُبِينِ)
سورة القصص		
89، 74	34	(وَإِخِي هَارُونَ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلَهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي ...)
51	38	(وَقَالَ فِرْعَوْنُ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ مَا عَلِمْتُ لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرِي ...)
32	51	(وَلَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ)
122، 93	55	(وَإِذَا سَمِعُوا اللَّغْوَ أَعْرَضُوا عَنْهُ وَقَالُوا لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ ...)
65	77	(وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ...)
سورة العنكبوت		
54	43	(وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ لَضَرِبِهَا لِلنَّاسِ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ)
161، 109	46	(وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ...)
سورة الروم		
97، 58	22	(وَمِنْ آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ السِّنِّكُمْ وَالْوَالِدَاتِ اللَّاتِي لَكُمْ مِنْكُمْ ...)
157	29	(... فَمَنْ يَهْدِي مَنْ أَضَلَّ اللَّهُ ...)
190	32، 31	(... وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ...)
155	39	(... وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ)
176	55	(وَيَوْمَ تَقُومُ السَّاعَةُ يُقْسِمُ الْمُجْرِمُونَ مَا لَبِثُوا غَيْرَ سَاعَةٍ ...)
سورة لقمان		
ب	14	(... أَنْ اشْكُرْ لِي وَلِوَالِدَيْكَ إِلَيَّ الْمَصِيرُ)
73	18	(وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرْحًا ...)
91	19	(وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ...)
76	21، 20	(أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ ...)

سورة السجدة		
41	9	(... وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ)
سورة الأحزاب		
ج، 124، 161	21	(لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ...)
95	33، 32	(... فَلَمَّا تَخَضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعِ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا...)
61	36	(وَمَا كَانَ لِمُؤْمِنٍ وَلَا لِمُؤْمِنَةٍ إِذَا قَضَى اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَمْرًا أَنْ يَكُونَ لَهُمُ الْخِيَرَةُ...)
94	59	(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لَأَزْوَاجِكُمْ وَبَنَاتِكُمْ وَنِسَاءَ الْمُؤْمِنِينَ...)
68، 45	71، 70	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا...)
68، 47، 28	73، 72	(إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا...)
سورة سبأ		
57	3	(عَالِمِ الْغَيْبِ لَا يَعْزُبُ عَنْهُ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ فِي السَّمَاوَاتِ وَلَا فِي الْأَرْضِ...)
102	24	(... وَإِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَى هُدًى أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)
63، 15، 192	28	(وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا...)
194، 160	46	(قُلْ إِنَّمَا أَعْظَمُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مِثْلَ خِيَلٍ مُّتَبَرِّجِينَ...)
سورة فاطر		
156	9	(وَاللَّهُ الَّذِي أَرْسَلَ الرِّيحَ فَتُثِيرُ سَحَابًا فَيَسْقِيهِ إِلَىٰ بَلَدٍ مَّيِّتٍ...)
سورة يس		
155	22 - 20	(... قَالَ يَا قَوْمِ أَتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ...)
31	81	(... وَهُوَ الْخَلَّاقُ الْعَلِيمُ)
سورة ص		
76	7، 6	(وَانطَلِقِ الْمُلَا مِنْهُمْ أَنْ أَمْشُوا وَاصْبِرُوا عَلَىٰ آلِهَتِكُمْ إِنَّ هَذَا لَشَيْءٌ يُرَادُ...)
62	68، 67	(قُلْ هُوَ نَبَأٌ عَظِيمٌ...)
سورة الزمر		
180	8	(... قُلْ تَمَتَّعْ بِكُفْرِكَ قَلِيلًا إِنَّكَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ)
115	18	(الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ...)
63	23	(اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُّتَشَابِهًا مَّثَانِيَ...)

41	27	(وَلَقَدْ ضَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ)
68 ، 25	33	(وَالَّذِي جَاءَ بِالصِّدْقِ وَصَدَّقَ بِهِ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ)
54	46	(قُلِ اللَّهُمَّ فَاطِرَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ ...)
سورة غافر		
79	52 ، 51	(إِنَّا لَنَنْصُرُ رُسُلَنَا وَالَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيَوْمَ يَقُومُ الْأَشْهَادُ ...)
سورة فصلت		
113	22 - 19	(يَوْمَ يُحْشَرُ أَعْدَاءُ اللَّهِ إِلَى النَّارِ فَهُمْ يُوزَعُونَ ...)
111 ، 75	26	(وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ)
194 ، 123	34	(وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ...)
سورة الشورى		
67	15 ، 14	(... وَإِنَّ الَّذِينَ أُوْرَثُوا الْكِتَابَ مِنْ بَعْدِهِمْ لَفِي شَكٍّ مِنْهُ مُرِيبٍ ...)
112	38	(وَالَّذِينَ اسْتَجَابُوا لِرَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ ...)
68	48	(فَإِنْ أَعْرَضُوا فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا أَنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ ...)
سورة الزخرف		
194	89 ، 88	(وَقِيلِهِ يَا رَبِّ إِنَّ هَؤُلَاءِ قَوْمٌ لَا يُؤْمِنُونَ ...)
سورة الدخان		
56	14	(ثُمَّ تَوَلَّوْا عَنْهُ وَقَالُوا مُعَلِّمٌ مَجْنُونٌ)
181	49	(ذُقْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْكَرِيمُ)
سورة الجاثية		
158	5 - 2	(إِنَّ فِي السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِلْمُؤْمِنِينَ ...)
سورة محمد		
193	30 ، 29	(أَمْ حَسِبَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ أَنْ لَنْ يُخْرِجَ اللَّهُ أَضْغَانَهُمْ ...)
سورة الفتح		
155	9 ، 8	(إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ...)
52	25	(... وَلَوْلَا رِجَالٌ مُؤْمِنُونَ وَنِسَاءٌ مُؤْمِنَاتٌ لَمْ تَعْلَمُوهُمْ أَنْ تَطَّوُّوهُمْ ...)
سورة الحجرات		
6 ، 45 ، 83 ، 170 ، 125	6	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا ...)

86، 44	11	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ ...)
85	12	(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ ...)
122، 3	13	(يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِّنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ ...)
32	16	(قُلْ أَتَعْلَمُونَ اللَّهَ بِدِينِكُمْ ...)
سورة ق		
24	18	(مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ)
154	24	(أَلْقِيَا فِي جَهَنَّمَ كُلَّ كَفَّارٍ عَنِيدٍ)
سورة الذاريات		
103	39، 38	(وَفِي مُوسَىٰ إِذْ أَرْسَلْنَاهُ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ بِسُلْطَانٍ مُّبِينٍ ...)
سورة النجم		
174	2، 1	(وَالنَّجْمِ إِذَا هَوَىٰ ...)
سورة الرحمن		
57	4 - 1	(الرَّحْمَنُ ...)
116	9	(وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ)
175	13	(فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ)
سورة القمر		
103	2	(وَإِن يَرَوْا آيَةً يُعْرَضُوا وَيَقُولُوا سِحْرٌ مُّسْتَمِرٌّ)
102، 78	17	(وَلَقَدْ يَسْرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِن مُّدْكِرٍ)
62	28	(وَنَبِّئُهُمْ أَنَّ الْمَاءَ قِسْمَةٌ بَيْنَهُمْ كُلُّ شَرْبٍ مُّحْتَضِرٌ)
سورة الحديد		
117، 116	25	(لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ ...)
سورة المجادلة		
24	7	(... مَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ ...)
126	22	(لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادُّونَ مَنْ حَادَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ...)
سورة الحشر		
153	21	(لَوْ أَنْزَلْنَا هَذَا الْقُرْآنَ عَلَىٰ جَبَلٍ لَّرَأَيْتَهُ خَاشِعًا مُّتَصَدِّعًا مِّنْ خَشْيَةِ اللَّهِ ...)
سورة الممتحنة		
161، 72	4	(قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ ...)
51	10	(... فَإِنْ عَلِمْتُمُوهُنَّ مُؤْمِنَاتٍ فَلَا تَرْجِعُوهُنَّ إِلَى الْكُفَّارِ ...)

سورة الصف		
193	8	(يُرِيدُونَ لِيُطْفِئُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ...)
157	10	(... هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَى تِجَارَةٍ تُنْجِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ)
سورة الجمعة		
72	5	(مَثَلُ الَّذِينَ حَمَلُوا التَّوْرَةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا...)
سورة المنافقون		
178	1	(إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ...)
سورة الطلاق		
195	3	(... وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ إِنَّ اللَّهَ بَالِغُ أَمْرِهِ...)
سورة التحريم		
145	9	(يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدِ الْكُفْرَ وَالْمُنَافِقِينَ وَاغْلُظْ عَلَيْهِمْ...)
سورة الملك		
41	23	(قُلْ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَكُمْ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ)
سورة القلم		
194	16 - 13	(عُتِلَ بَعْدَ ذَلِكَ زَنِيمٍ...)
سورة الحاقة		
157	3 - 1	(الْحَاقَّةُ...)
سورة نوح		
162	12 - 10	(فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّارًا...)
سورة المزمّل		
181	4	(... وَرَتَّلِ الْقُرْآنَ مُرْتَبِلًا)
سورة الإنسان		
45	10	(إِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ لِنَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَوَلَا شُكُورًا)
155	21,22	(... وَسَقَاهُمْ رَبُّهُمْ شَرَابًا طَهُورًا...)
سورة النازعات		
101	19 - 17	(أَذْهَبَ إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى...)
157	42	(يَسْأَلُونَكَ عَنِ السَّاعَةِ أَيَّانَ مُرْسَاهَا)
سورة عبس		
178	1	(عَبَسَ وَتَوَلَّى)

سورة النكوير		
177	13 - 1	(إِذَا الشَّمْسُ كُوِّرَتْ ...)
سورة الانفطار		
154	6	(يَا أَيُّهَا الْإِنْسَانُ مَا غَرَّبَكَ بِرَبِّكَ الْكَرِيمِ)
سورة البروج		
178	3 - 1	(وَالسَّمَاءَ ذَاتِ الْبُرُوجِ ...)
سورة الأعلى		
178	1	(سَبِّحْ اسْمَ رَبِّكَ الْأَعْلَى)
سورة الشمس		
188	10 - 7	(وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا ...)
سورة الشرح		
178	1	(أَلَمْ نُشْرَحْ لَكَ صَدْرَكَ)
سورة التين		
178	3 - 1	(والتِّينِ وَالزَّيْتُونِ ...)
سورة العلق		
43	5 - 1	(اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ...)
سورة البينة		
71	5	(وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ ...)
سورة التكاثر		
178	1	(أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ)
سورة الفيل		
156	2	(أَلَمْ يَجْعَلْ كَيْدَهُمْ فِي تَضْلِيلٍ)
سورة قريش		
178	1	(لَا إِلَافَ قُرَيْشٍ)
سورة الكوثر		
156	2، 1	(إِنَّا أَعْطَيْنَاكَ الْكَوْثَرَ ...)
سورة الكافرون		
178	1	(قُلْ يَا أَيُّهَا الْكَافِرُونَ)

سورة المسد		
178	1	(تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ)
سورة الناس		
175	5 - 1	(قُلْ أَعُوذُ بِرَبِّ النَّاسِ ...)

ثانياً: فهرس الأحاديث النبوية

م.	الحديث	الراوي	الحكم	أخرجه	الصفحة
1	بلغوا عني ولو آية ...	عبد الله بن عمر	صحيح	البخاري	10
2	والذي نفسي بيده لتأمرنّ بالمعروف ...	حذيفة بن اليمان	حسن	الترمذي	11
3	أنتم أعلم بشئون دنياكم	أنس بن مالك	صحيح	مسلم	14
4	لا تحاسدوا، ولا تناجشوا، ...	أبو هريرة	صحيح	البخاري ومسلم	44
5	عليكم بالصدق، فإن الصدق يهدي ...	عبد الله بن مسعود	صحيح	البخاري ومسلم	45
6	سمع النبي ٣ رجلاً يثنني على رجل ...	أبو موسى الأشعري	صحيح	البخاري ومسلم	46
7	إن العبد ليتكلم بالكلمة ...	أبو هريرة	صحيح	البخاري ومسلم	48
8	لعن رسول الله ٣ في الخمر عشرة ...	أنس بن مالك	غريب	الترمذي	59
9	يسروا ولا تعسروا ...	أنس بن مالك	صحيح	البخاري ومسلم	102

ثالثاً: ثبت المصادر والمراجع

• القرآن الكريم.

× أولاً: التفاسير:

- 1) إرشاد العقل السليم إلى مزايا الكتاب الكريم: القاضي محمد بن محمد بن مصطفى العمادي الحنفي، تحقيق: الشيخ محمد صبحي حسن حلاق، دار الفكر للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.
- 2) الأساس في التفسير: سعيد حوى، دار السلام - مصر، الطبعة السادسة، 1424هـ/2003م.
- 3) التحرير والتنوير: الشيخ محمد الطاهر بن عاشور، دار سحنون للنشر والتوزيع، تونس، 1997م.
- 4) التسهيل لعلوم التنزيل: الشيخ أبو القاسم محمد بن أحمد بن جزي الكلبى، ضبط وتصحيح: محمد سالم هاشم، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1415هـ/1995م.
- 5) التفسير الكبير: الإمام تقي الدين بن تيمية، تحقيق: الدكتور عبد الرحمن عميرة، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1408هـ/1988م.
- 6) التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج: الأستاذ الدكتور وهبة الزحيلي، دار الفكر العربي المعاصر، لبنان، الطبعة الأولى، 1411هـ/1991م.
- 7) الجامع لأحكام القرآن: أبو عبد الله محمد بن أحمد القرطبي، تحقيق: هشام سمير البزازي، دار عالم الكتب، الرياض - السعودية، 1423هـ/2003م.
- 8) الدر المنثور في التفسير المأثور: الإمام جلال الدين عبد الرحمن السيوطي، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1411هـ/1990م.
- 9) السراج المنير: الشيخ الخطيب الشربيني، دار المعرفة للطباعة والنشر، لبنان، الطبعة الثانية.
- 10) الفتوحات الإلهية بتوضيح تفسير الجلالين للدقائق الخفية: سليمان بن عمر العجيلي الشافعي الشهير بالجمل، دار إحياء الكتب العربية، مصر.
- 11) الكشف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه التأويل: أبو القاسم جار الله محمود الزمخشري، شرح وضبط ومراجعة: يوسف الحمادي، مكتبة مصر، القاهرة - مصر.

- (12) المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز: القاضي أبو محمد عبد الحق بن غالب بن عطية الأندلسي، تحقيق: المجلس العلمي بفاس، 1399هـ/1979م.
- (13) المقتطف من عيون التفاسير: العلامة مصطفى الخيري المنصوري، تحقيق: محمد علي الصابوني، دار السلام للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 1417هـ/1996م.
- (14) النكت والعيون: أبو الحسن علي بن محمد بن حبيب الماوردي، مراجعة وتعليق: السيد بن عبد المقصود بن عبد الرحيم، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1412هـ/1992م.
- (15) أيسر التفاسير لكلام العلي الكبير: أبو بكر جابر الجزائري، الطبعة الأولى، 1414هـ/1993م.
- (16) بحر العلوم: أبو الليث نصر بن محمد بن أحمد السمرقندي، تحقيق: الشيخ علي محمد معوض وآخرون، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1413هـ/1993م.
- (17) تفسير الشعراوي: محمد متولي الشعراوي، مطابع دار أخبار اليوم، مصر.
- (18) تفسير القرآن العظيم: أبو الفداء بن كثير دمشقي، مكتبة مصر، مصر.
- (19) تفسير آيات الأحكام: الشيخ محمد علي الصابوني، دار الصابوني للطباعة والنشر، مصر، الطبعة الأولى، 1420هـ/1999م.
- (20) تيسير الكريم الرحمن في تفسير كلام المنان: عبد الرحمن بن ناصر السعدي، دار الفجر للتراث، مصر، الطبعة الأولى، 1424هـ/2003م.
- (21) شذرات من تفسير سورة الكهف: الشيخ عبد الكريم الكحلوت، 1424هـ.
- (22) روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني: العلامة الألوسي البغدادي، دار إحياء التراث العربي، بيروت - لبنان، الطبعة الرابعة، 1405هـ/1985م.
- (23) زاد المسير في علم التفسير: أبو الفرج جمال الدين بن عبد الرحمن الجوزي، تحقيق: محمد بن عبد الرحمن عبد الله، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 1407هـ/1987م.
- (24) زهرة التفاسير: الإمام محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي.
- (25) صفوة التفاسير: محمد علي الصابوني، دار الفكر، بيروت - لبنان، 1421هـ/2001م.
- (26) عمدة التفسير عن الحافظ بن كثير: اختصار وتحقيق أحمد محمد شاكر، 1375هـ/1956م.

- (27) فتح الرحمن في تفسير القرآن: الأستاذ الدكتور عبد المنعم أحمد تعيلب، دار السلام للطباعة والنشر، مصر، الطبعة الأولى، 1416هـ/1995م.
- (28) فتح التقدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير: محمد بن علي بن محمد الشوكاني، دار الفكر للطباعة والنشر، القاهرة - مصر.
- (29) في رحاب التفسير: عبد الحميد كشك، المكتب المصري الحديث، مصر.
- (30) في ظلال القرآن: سيد قطب، دار الشروق، القاهرة - مصر، الطبعة السابعة والثلاثون، 1429هـ/2008م.
- (31) مجمع البيان في تفسير القرآن: الشيخ أبو علي الفضل بن الحسن الطبرسي، دار الفكر للطباعة والنشر، لبنان، 1414هـ/1994م.
- (32) محاسن التأويل: محمد جمال القاسمي، تصحيح وتعليق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء الكتب العربية، القاهرة - مصر.
- (33) مدارك التنزيل وحقائق التأويل: الإمام أبو البركات عبد الله بن أحمد بن محمود النسفي، تحقيق: سيد زكريا، مكتبة نزار مصطفى الباز، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1421هـ/2000م.
- (34) مفاتيح الغيب: الإمام فخر الدين الرازي، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1411هـ/1990م.
- (35) نظم الدرر في تناسب الآي والسور: برهان الدين أبو الحسن إبراهيم البقاعي، تحقيق: عبد الرزاق غالب المهدي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان، 1415هـ/1995م.
- (36) ورقات في معاني سورة الحجرات: الشيخ عبد الكريم الكحلوت، 1424هـ.

× ثانياً: علوم القرآن:

- (37) أسباب النزول: الإمام جلال الدين السيوطي، تحقيق: حامد أحمد الطاهر، دار الفجر للتراث، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1423هـ/2002م.
- (38) أساليب البيان في القرآن والسنة: الدكتور عصام العبد زهد والدكتور زكريا إبراهيم الزميلي، دار المقداد للطباعة، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 1428هـ/2007م.
- (39) الإتيان في علوم القرآن: الإمام جلال الدين السيوطي، خرج أحاديثه: أحمد بن شعبان بن أحمد، مكتبة الصفا، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1427هـ/2006م.
- (40) البرهان في علوم القرآن: الإمام بدر الدين محمد الزركشي، تحقيق: أبو الفضل الدمياطي، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1427هـ/2006م. 00

- (41) الترجمان والدليل لآيات التنزيل: الشيخ المختار أحمد محمود الشنقيطي، عالم الكتاب، لبنان، الطبعة الأولى، 1422هـ/2001م.
- (42) التصوير الفني في القرآن: سيد قطب، دار الشروق، مصر، الطبعة التاسعة عشرة، 2007م.
- (43) التفسير الموضوعي بين النظرية والتطبيق: الدكتور صلاح عبد الفتاح الخالدي، دار النفائس، الأردن، الطبعة الأولى، 1418هـ/1997م.
- (44) الدليل المفهرس لألفاظ القرآن الكريم: الدكتور حسين محمد فهمي الشافعي، دار السلام، مصر، الطبعة الثانية، 1422هـ/2002م.
- (45) الفهرس الموضوعي لآيات القرآن الكريم: محمد عوض العائدي، مركز الكتاب للنشر، مصر، الطبعة الأولى، 1424هـ/2004م.
- (46) القصة في القرآن الكريم: الدكتور محمد سيد طنطاوي، نهضة مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2001م.
- (47) القصص الهادف كما نراه في سورة الكهف: الشيخ محمد محمد المدني، المجلس الأعلى للشئون الإسلامية، 1384هـ/1964م.
- (48) بحوث منهجية في علوم القرآن: موسى إبراهيم الإبراهيم، دار عمار، عمان - الأردن، الطبعة الثانية، 1416هـ/1996م.
- (49) بصائر ذوي التمييز في لطائف الكتاب العزيز: مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز آبادي، تحقيق: الأستاذ محمد علي النجار، لجنة إحياء التراث الإسلامي، الإمارات، 1389هـ/1969م.
- (50) بلاغة الكلمة في التعبير القرآني: الأستاذ الدكتور فاضل صالح السامرائي، شركة العاتك لصناعة الكتاب، مصر، الطبعة الثانية، 1427هـ/2006م.
- (51) جامع البيان في القراءات السبع: أبو عمرو عثمان بن سعيد الداني، تحقيق: الأستاذ عبد الرحيم الطرهوني والدكتور يحيى مراد، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1427هـ/2006م.
- (52) خواطر قرآنية: الأستاذ عمرو خالد، دار الإباء للنشر والتوزيع، القدس - فلسطين، الطبعة الأولى، 1424هـ/2004م.
- (53) مباحث في التفسير الموضوعي نظريةً وتطبيقاً: الدكتور عبد السلام اللوح والدكتور عبد الكريم الدهشان، الطبعة الثانية، 1427هـ/2006م.

(54) مباحث في علوم القرآن: مناع القطان، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الخامسة والثلاثون، 1419هـ/1998م.

(55) من أسرار البناء الداخلي في القرآن الكريم: محمد السويركي، الطبعة الأولى.

× ثالثاً: الحديث الشريف وعلومه:

(56) الجامع المختصر من السنن عن رسول الله ﷺ ومعرفة الصحيح والمعلول وما عليه العمل (سنن الترمذي): أبو عيسى محمد بن عيسى بن سورة، تحقيق: صدقي محمد جميل العطار، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، 1414هـ/1994م.

(57) الجامع المسند الصحيح المختصر من أمور رسول الله ﷺ وسننه وأيامه (صحيح البخاري): الحافظ أبو عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري، الزهراء للإعلام العربي، مصر، 2006م.

(58) سنن ابن ماجة: الحافظ أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، تخريج وعناية: صدقي جميل العطار، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.

(59) سنن أبي داود: الإمام الحافظ أبو داود سليمان بن الأشعث السجستاني الأزدي، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1408هـ/1988م.

(60) صحيح مسلم: الإمام أبو الحسن مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوي، دار الكتب العلمية، لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.

× رابعاً: الفقه الإسلامي:

(61) آثار الحرب في الفقه الإسلامي دراسة مقارنة: الدكتور وهبة الزحيلي، دار الفكر، دمشق - سوريا، الطبعة الثالثة، 1419هـ/1998م.

(62) الجهاد والقتال في السياسة الشرعية: الدكتور محمد خير هيكل، دار البيارق، دمشق - سوريا، الطبعة الثانية، 1417هـ/1996م.

(63) اللباس والزينة في الشريعة الإسلامية: الدكتور محمد عبد العزيز عمرو، مؤسسة الرسالة، سوريا، الطبعة الثانية، 1405هـ/1985م.

(64) الموسوعة الفقهية: وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت، مطابع دار الصفاة، مصر، الطبعة الرابعة، 1414هـ/1993م.

(65) سبل السلام شرح بلوغ المرام من جمع أدلة الأحكام: الشيخ محمد بن إسماعيل الصنعاني، تحقيق: عصام الدين الصبايطي وعماد السيد، دار الحديث، القاهرة - مصر، 1425هـ/2004م.

(66) فقه السنة: السيد سابق، دار الفتح للإعلام العربي، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1420هـ/1999م.

× خامساً: المعاجم اللغوية:

- (67) الأداء القاموس العربي الشامل: دار الراتب الجامعية، لبنان، الطبعة الأولى، 1997م.
- (68) الأفعال في القرآن الكريم: الدكتور عبد الحميد مصطفى السيد، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2004م.
- (69) البستان: الشيخ عبد الله البستاني، مكتبة لبنان، لبنان، الطبعة الأولى، 1992م.
- (70) القاموس المحيط: الإمام مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان.
- (71) الكليات معجم في المصطلحات والفروق اللغوية: أبو البقاء أيوب بن موسى الحسيني الكفوي، تحقيق: الدكتور عدنان درويش ومحمد المصري، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الثانية، 1413هـ/1993م.
- (72) المحيط في اللغة: صاحب إسماعيل بن عباد، تحقيق: الشيخ محمد حسن آل ياسين، عالم الكتب، لبنان، الطبعة الأولى، 1414هـ/1994م.
- (73) المعجم العربي الأساسي للناطقين بالعربية ومتكلميها: جماعة من كبار اللغويين العرب، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم.
- (74) المعجم الفريد لمعاني كلمات القرآن المجيد: الأستاذ الشيخ كامل محمد الجرار، الطبعة الأولى، 1427هـ/2006م.
- (75) المعجم الوجيز لألفاظ القرآن الكريم: الدكتور نبيل عبد السلام هارون، دار نجم، الطبعة الأولى، 1417هـ/1997م.
- (76) المفردات في غريب القرآن: أبو القاسم الحسين بن محمد الراغب الأصفهاني، تحقيق: محمد سيد كيلاني، دار المعرفة، بيروت - لبنان.
- (77) تهذيب اللغة: أبو منصور محمد بن أحمد الأزهرى، تحقيق: الأستاذ محمد علي النجار، الدار المصرية للتأليف والترجمة.
- (78) جمهرة اللغة: أبو بكر محمد بن الحسن بن دريد، تحقيق: الدكتور رمزي منير بعلبكي، دار العلم للملايين، لبنان، الطبعة الأولى، 1987م.
- (79) لسان العرب: أبو الفضل جمال الدين محمد بن منظور، دار صادر، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1410هـ/1990م.
- (80) محيط المحيط: المعلم بطرس البستاني، مكتبة لبنان، لبنان، 1998م.

(81) معجم أمهات الأفعال معانيها وأوجه استعمالها: أحمد عبد الوهاب بكير، دار الغرب الإسلامي، لبنان، الطبعة الأولى، 1997م.

(82) معجم تفسير مفردات ألفاظ القرآن الكريم: سميح عاطف الزين، الدار الإفريقية العربية ومجمع البيان الحديث.

× سادساً: الثقافة العامة:

(83) أجنحة المكر الثلاثة: عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، دار القلم، دمشق - سوريا، الطبعة الثامنة، 1420هـ/2000م.

(84) إحياء علوم الدين: أبو حامد محمد بن محمد الغزالي، دار المعرفة، لبنان.

(85) آداب البحث والمناظرة: محمد الأمين الشنقيطي، دار ابن تيمية للطباعة والنشر، القاهرة - مصر.

(86) أدب الحوار في الإسلام: الدكتور محمد سيد طنطاوي، دار النهضة للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1997م.

(87) ادع إلى سبيل ربك: الدكتور مصلح سيد بيومي، المكتبة التوقيفية، مصر، الطبعة الثانية، 1379هـ/1979م.

(88) أساليب الغزو الفكري للعالم الإسلامي: الدكتور علي جريشة ومحمد شريف الزبيق، دار الاعتصام، مصر.

(89) استراتيجية الإعلام الإسلامي: الدكتور جمال النجار، دار السعادة للطباعة، مصر، الطبعة الأولى، 1416هـ، 1995م.

(90) استراتيجية الإعلام العربي: الدكتور السيد عليوة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 1978م.

(91) أصول الإعلام الإسلامي: الدكتور إبراهيم إمام، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر.

(92) أضواء على الإعلام في صدر الإسلام: الدكتور محمد عجاج الخطيب، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1405هـ/1985م.

(93) الاتصال الاجتماعي في الخدمة الاجتماعية: الدكتور محمد محمود مهدي، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005م.

(94) الاتصال الشخصي في عصر تكنولوجيا الاتصال: الدكتورة فؤادة عبد المنعم البكري، عالم الكتب، مصر.

(95) الاتصالات والتقارير الأمنية: اللواء سراج الدين الروبي، الدار المصرية اللبنانية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2000م.

- 96) الأخلاق الإسلامية وأسسها: عبد الرحمن حبنكة الميداني، دار القلم، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 1399هـ/1979م.
- 97) الأساليب الفنية في التحرير الصحفي: الدكتور عبد العزيز شرف، دار قباء، القاهرة - مصر، 2000م.
- 98) الأسس العلمية لنظريات الإعلام: الدكتورة جيهان أحمد رشتي، دار الفكر العربي، مصر.
- 99) الإسلام عقيدة وشريعة: الإمام محمود شلتوت، دار الشروق، القاهرة - مصر، الطبعة السادسة، 1972م.
- 100) الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع: محمد بن دغش سعيد القحطاني، دار طويق، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1418هـ/1997م.
- 101) الإعلام الإسلامي الأهداف والوظائف: الدكتور سيد محمد ساداتي الشنقيطي، دار عالم الكتب، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1411هـ/1991م.
- 102) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر: عبد الله قاسم الوشلي، الطبعة الثانية، دار عمان للنشر والتوزيع، اليمن، 1414هـ/1993م.
- 103) الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية: الدكتور محيي الدين عبد الحلیم، مكتبة الخانجي، القاهرة - مصر، الطبعة الثانية، 1984م.
- 104) الإعلام الأمني: الدكتور أديب خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 2002م.
- 105) الإعلام الأمني المفهوم والتعريف: علي عجوة، الندوة العلمية الخامسة والأربعون، جامعة الأزهر، القاهرة - مصر، 1997م.
- 106) الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق: الدكتور جاسم خليل ميرزا، مركز الكتاب للنشر، الطبعة الأولى، 1426هـ/2006م.
- 107) الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث: حمدي شعبان، أكاديمية الشرطة، القاهرة - مصر، 1997م.
- 108) الإعلام الدولي في العصر الحديث: الدكتور عبد الله محمد زلطة، دار النشر للجامعات، مصر، 1421هـ/2001م.
- 109) الإعلام العربي المعاصر مفهومه ورسالته وقضاياها: الدكتور أحمد كامل، مكتبة المكتبة، أبو ظبي - الإمارات، النسخة الأخيرة.
- 110) الإعلام الشرطي بدولة الإمارات العربية المتحدة: محمد خليفة، مركز بحوث شرطة الشارقة، الشارقة - الإمارات، 1999م.

- 111) الإعلام العسكري الأردني: العميد الركن محمد خلف الرقاد، المطابع العسكرية، الأردن، 2006م.
- 112) الإعلام بقواعد القانون الدولي والعلاقات الدولية في الشريعة الإسلامية، الدكتور أحمد أبو الوفا، دار النهضة العربية، مصر، الطبعة الثانية، 1428هـ/2007م.
- 113) الإعلام في العالم الإسلامي الواقع والمستقبل: سهيلة زين العابدين حماد، مكتبة العبيكات، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1424هـ/2003م.
- 114) الإعلام في ضوء الإسلام: الدكتور عمارة نجيب، مكتبة المعارف، الرياض - السعودية، الطبعة الأولى، 1400هـ/1980م.
- 115) الإعلام في القرآن الكريم: الدكتور محمد عبد القادر حاتم، مكتبة الأسرة، مصر، 2003م.
- 116) الإعلام له تاريخه ومذاهبه: الدكتور عبد اللطيف حمزة، 1965م.
- 117) الإعلام نشأته وأساليبه ووسائله وما يؤثر فيه: الدكتور يوسف محيي الدين أبو هلاله، مكتبة الرسالة الحديثة، الأردن، الطبعة الأولى، 1408هـ/1987م.
- 118) الإعلام والاتصال بال جماهير والرأي العام: الدكتور سمير محمد محسن، عالم الكتب، مصر، الطبعة الأولى، 1984م.
- 119) الإعلام والبيت المسلم: الأستاذ فهمي قطب الدين النجار، شركة النشر للشعاع، الكويت، الطبعة الأولى، 1405هـ/1985م.
- 120) الأمن وإدارة أمن المؤتمرات: محمد غالب بكزادة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، الطبعة الثانية، 2000م.
- 121) البعد الديني في السياسة الأمريكية تجاه الصراع العربي الصهيوني: يوسف الحسن، مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، 1990م.
- 122) التثبث والتبين في المنهج الإسلامي: الدكتور أحمد محمد العليمي، دار ابن حزم، لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2000م.
- 123) التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام: الدكتور محمود كرم سليمان، دار الوفاء، مصر، الطبعة الأولى، 1409هـ/1988م.
- 124) التعايش السلمي بين المسلمين وغيرهم داخل دولة واحدة: سورحمن هدايات، دار السلام، مصر، الطبعة الأولى، 1421هـ/2001م.
- 125) التفسير الإعلامي للسيرة النبوية: الدكتور عبد المنعم خفاجي والدكتور عبد العزيز شرف، دار الجبل، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1412هـ/1992م.

- 126) الثقافة الإسلامية: الدكتور رمضان الزيان وآخرون، مكتبة ومطبعة دار المنارة، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 1428هـ/2007م.
- 127) الثقافة الإسلامية: الدكتور عبد الملك عودة وآخرون، منشورات جامعة صنعاء، صنعاء - اليمن، الطبعة الرابعة، 1411هـ/1990م.
- 128) الحرب النفسية الحديثة: الدكتور خليل إبراهيم حسونة والدكتور مروان حمدان الصالح، مكتبة الأمل التجارية، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 2004م.
- 129) الحوار أصوله وضوابطه وأثره في الدعوة الإسلامية: الأستاذ يوسف فرحات، مركز العلم والثقافة، فلسطين، 1427هـ/2007م.
- 130) الخطابة أصولها وتاريخها في أزهر عصورها عند العرب: الإمام محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي، مصر، الطبعة الأولى، 1934م.
- 131) الدعوة إلى الله أصولها ووسائلها وأساليبها: الدكتور يحيى علي يحيى الدجني، مكتبة آفاق، غزة - فلسطين، الطبعة الثانية، 1428هـ/2007م.
- 132) الدعوة الإسلامية منهجها ومعالمها: الدكتور أحمد عمر هاشم، مكتبة غريب، مصر.
- 133) الرأي العام في الإسلام: الدكتور محيي الدين عبد الحليم، مكتبة الخانجي، القاهرة - مصر، الطبعة الأولى، 1403هـ/1982م.
- 134) الرأي العام والإعلام والدعاية: الدكتور هاني الرضا والدكتور رامز محمد عمار، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1418هـ/1998م.
- 135) السلام العالمي والإسلام: سيد قطب، دار الشروق، القاهرة - مصر، الطبعة السابعة، 1403هـ/1983م.
- 136) السهل الممتع مهارات التفاوض وفنون الحوار والاتفاق: الدكتور علي الحمادي، دار ابن حزم، لبنان، الطبعة الأولى، 1421هـ/2000م.
- 137) السيرة النبوية والإعلام الإسلامي: أمينة الصاوي وآخرون، مكتبة مصر، مصر.
- 138) السيرة النبوية عرض وقائع وتحليل أحدث: الدكتور علي محمد الصلابي، دار الفجر للتراث، مصر، الطبعة الأولى، 1424هـ/2003م.
- 139) الصحة الإسلامية بين الاختلاف المشروع والتفرق المذموم: الدكتور يوسف القرضاوي، مؤسسة الرسالة، الطبعة الثالثة، 1414هـ/1993م.
- 140) العلاقات الدولية في الإسلام: الشيخ محمد أبو زهرة، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر.

- 141) العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع: الدكتور حسين عبد الحميد رشوان، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997م.
- 142) القضايا الإيمانية في العقيدة الإسلامية: الدكتور زكريا عبد الرزاق المصري، دار بيروت المحروسة، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 2002م.
- 143) المدخل إلى علم الدعوة: محمد أبو الفتح البيانوني، مؤسسة الرسالة، لبنان، الطبعة الثالثة، 1420هـ/1999م.
- 144) المدخل إلى وسائل الإعلام: الدكتور عبد العزيز شرف، دار الكتاب المصري، مصر، الطبعة الثانية، 1409هـ/1989م.
- 145) المسؤولية الإعلامية في الإسلام: الدكتور محمد سيد محمد، دار الرفاعي، الطبعة الأولى، 1983م.
- 146) المنهج الحركي للسيرة النبوية: منير محمد الغضبان، دار الوفاء، مصر، الطبعة العاشرة، 1419هـ/1998م.
- 147) النظم الإسلامية نشأتها وتطورها: الدكتور صبحي الصالح، دار العلم للملايين، لبنان، الطبعة الرابعة، 1978م.
- 148) بناء الأمة المسلمة الواحدة والنظرية العامة للدعوة الإسلامية: الدكتور عدنان علي رضا النحوي، دار النحوي، السعودية، الطبعة الأولى، 1417هـ/1997م.
- 149) حقوق الإنسان بين تعاليم الإسلام وإعلان الأمم المتحدة: الشيخ محمد الغزالي، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر، الطبعة الثامنة، 1984م.
- 150) دراسات في السيرة: الدكتور طالب أبو شعر وآخرون، مطبعة الرنتيسي، غزة - فلسطين، الطبعة الأولى، 1422هـ/2002م.
- 151) صفات الداعية وكيفية حمل الدعوة: سميح عاطف الزين، دار الكتاب اللبناني، لبنان.
- 152) علم اجتماع الاتصال والإعلام: الأستاذ الدكتور غريب سيد أحمد، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1996م.
- 153) علم اجتماع الإعلام: الدكتور جبارة عطية جبارة، دار الوفاء، مصر.
- 154) علم اجتماع الإعلام رؤية سوسيولوجية مستقبلية: الدكتور حميد جاعد الدليمي، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، 2006م.
- 155) فقه الدعوة إلى الله وفقه النصح والإرشاد والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: عبد الرحمن حسن حبنكة الميداني، دار القلم، دمشق - سوريا، الطبعة الأولى، 1417هـ/1996م.

- 156) فقه الحوار في ضوء السنة النبوية: الأستاذ الدكتور أحمد عبده عوض، ألفا للنشر والإنتاج الفني، مصر، الطبعة الأولى، 1429هـ/2008م.
- 157) فقه السيرة النبوية: الدكتور محمد سعيد رمضان البوطي، دار الفكر المعاصر، بيروت - لبنان، الطبعة الحادية عشرة، 1991م.
- 158) كبرى اليقينيّات الكونية: الدكتور محمد سعيد رمضان البوطي، دار الفكر المعاصر، بيروت - لبنان، 1421هـ/2000م.
- 159) كيف تحاور: طارق بن علي الحبيب، دار المسلم، الرياض - السعودية، 1994م.
- 160) مائة سؤال عن الإعلام: طلعت همام، مؤسسة الرسالة، بيروت - لبنان، الطبعة الأولى، 1403هـ/1983م.
- 161) مدخل إلى الإعلام: الدكتور سيد محمد ساداتي الشنقيطي، دار عالم الكتب، الرياض - السعودية، الطبعة الثانية، 1417هـ/1996م.
- 162) مدخل إلى الإعلام الإسلامي: الدكتور صلاح الدين إبراهيم حماد والدكتور أحمد إبراهيم حماد، مكتبة المكتبة، فلسطين، 2008م.
- 163) مدخل إلى الإعلام والرأي العام: الدكتور محمد عبد الملك المتوكل، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة - مصر.
- 164) مدخل إلى الدراسات الإعلامية: الدكتور تيسير مشارفة، بيت المقدس، فلسطين، الطبعة الأولى، 2002م.
- 165) مدخل إلى علم الاتصال: الدكتور منال طلعت محمود، المكتب الجامعي الحديث، مصر.
- 166) مدخل إلى علم الاتصال والإعلام: الدكتور زاهر زكار، مركز الإشعاع الفكري للدراسات والبحوث، فلسطين، الطبعة الثانية، 2004م.
- 167) مدخل لدراسة الحوار والمناظرة في الإسلام، الدكتور سعد عبد الله عاشور، الطبعة الأولى، 1428هـ/2007م.
- 168) مقالات في الدعوة والإعلام الإسلامي: نخبة من المفكرين والكتاب، مؤسسة الخليج للنشر والطباعة، قطر، الطبعة الأولى، 1411هـ.
- 169) مقومات رجل الإعلام الإسلامي: تيسير محبوب الفتياي، دار عمان للنشر، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 1987م.
- 170) من توجيهات الإسلام: الإمام محمود شلتوت، دار القلم، مصر، 1966م.
- 171) من قضايا الفكر في وسائل الإعلام: حمد بكر العليان، السعودية، الطبعة الأولى، 2007م.

- (172) مهارات الاتصال: راشد علي عيسى، وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية في قطر، الطبعة الأولى، 1425هـ/2004م.
- (173) نحو إعلام إسلامي: الدكتور صلاح الدين إبراهيم حماد، مكتبة آفاق، غزة - فلسطين، 2003م.
- (174) نحو إعلام إسلامي إعلامنا إلى أين؟: المستشار الدكتور علي جريشة، مكتبة وهبة، مصر، الطبعة الأولى، 1409هـ/1989م.
- (175) وسائل الاتصال: عبد الرحمن محمد المبيضين، دار البركة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001م.
- (176) وسائل الاتصال الجماهيري في الإسلام: أسامة يوسف شهاب، دار المعرفة، عمان - الأردن، 1402هـ/1982م.
- (177) وسائل الاتصال السياحي: الدكتور نعيم الظاهر والدكتور عبد الجابر تيم، دار اليازوري، عمان - الأردن، الطبعة الأولى، 2001م.
- (178) وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة: محمد موفق الغلابيني، دار المنارة للنشر والتوزيع، جدة - السعودية، الطبعة الأولى، 1405هـ/1985م.

× سابعاً: الدوريات:

- v أولاً: مجلة الأزهر: دورية تصدر عن مجمع البحوث الإسلامية بالأزهر:
- (179) مقال (الإعلام الإسلامي في مواجهة الدائرة الدعائية الثانية: دعاية أهل الكتاب): الأستاذ حسن علي العنيسي، جمادى الأولى 1403هـ/ فبراير 1983م.
- (180) مقال (الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية بالتطبيق على إثيوبيا): حمدي الليثي، محرم 1404هـ/ أكتوبر 1983م.
- (181) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 1): الأستاذ حسن علي العنيسي، ربيع أول 1405هـ/ ديسمبر 1984م.
- (182) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 2): الأستاذ حسن علي العنيسي، ربيع آخر 1405هـ/ يناير 1985م.
- (183) مقال (الإنسان في نظر العسكرية الإسلامية): اللواء أركان حرب محمد جمال الدين محفوظ، رجب 1405هـ/ إبريل 1985م.
- (184) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 4)، الأستاذ حسن علي العنيسي، شوال 1405هـ/ يونيو ويوليو 1985م.

185) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 5): الأستاذ حسن علي العنبيسي، ذو الحجة 1405هـ / سبتمبر 1985م.

186) مقال (الإعلام الإسلامي: الأسس والمبادئ 6): الأستاذ حسن علي العنبيسي، جمادى الآخرة 1406هـ / فبراير ومارس 1986م.

187) مقال (أزمة اللغة العربية في الإعلام والإعلان وعلاجها): الأستاذ عبد الحفيظ نصار، ذو الحجة 1407هـ / أغسطس 1987م.

188) مقال (أهمية الكلمة في الإعلام الإسلامي): الأستاذ الدكتور أحمد عبده عوض، شوال 1421هـ / يناير 2001م.

189) مقال (الإعلام الإسلامي ضرورة): عادل رفاعي خفاجة، ذو الحجة 1423هـ / فبراير 2003م.

v مجلة الإسراء: دورية تصدر عن دار الفتوى والبحوث الإسلامية بالقدس:

190) مقال (دور المرأة في الإعلام الإسلامي): سمية الشيخ علي، العدد الثامن عشر، جمادى الأولى والآخرة 1419هـ / أيلول وتشيرين أول 1998م.

191) مقال (الحوار والتفاعل الحضاري): الدكتور عبد العزيز بن عثمان التويجري، العدد العشرون، رمضان وشوال 1419هـ / شباط 1999م.

192) مقال (الإعلام الإسلامي في ظل العولمة): الأستاذ عارف سليم، العدد الخامس والخمسون، رجب وشعبان 1425هـ / أيلول 2004م.

193) مجلة الإسلام اليوم: دورية تصدرها المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة إيسيسكو، مقال (الإعلام الإسلامي في واقعه الجديد قوة دفع للعمل الإسلامي المشترك): عبد الهادي بوطالب، العدد السابع، السنة السابعة، 1409هـ / 1989م.

v مجلة الأمة: تصدر عن رئاسة المحاكم الشرعية والشئون الدينية بقطر:

194) مقال (الدور التربوي لوسائل الإعلام إيجاباً وتعميقاً): حسن فضل المولى دفع الله، العدد السادس والخمسون، شعبان 1405هـ / إبريل 1985م.

195) مقال (حاجة العصر ومسئولية الأمة): أبو الحسن علي الحسيني الندوي، العدد السادس والخمسون، شعبان 1405هـ / إبريل 1985م.

196) مقال (الإعلام الإسلامي والتحدي الحضاري المعاصر): الدكتور محمد سيد محمد، العدد الثامن والخمسون، شوال 1405هـ / يونيو 1985م.

197) مجلة البيادر السياسي: مقال (الحكمة في الدعوة إلى الله: المفهوم والتطبيق): الشيخ جمال محمد بواطنة، العدد 846، كانون الثاني 2004م.

- 198) **مجلة البيان**: دورية تصدر عن مركز البيان للثقافة والإعلام في فلسطين: مقال (الإعلام الإسلامي الواقع والطموح): ماهر أبو زر، العدد الرابع عشر، رمضان 1417هـ/ يناير 1997م.
- v مجلة الوعي الإسلامي**: دورية تصدر عن وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية بالكويت: 199) مقال (الإعلام الإسلامي الدولي بين النظرية والتطبيق): عاطف شحاتة زهران، العدد 306، جمادى الثاني 1410هـ/ يناير 1990م.
- 200) مقال (الدعوة إلى الإسلام بالحكمة والموعظة الحسنة): الشيخ علي خالد شرجي، العدد 377، رمضان 1414هـ/ فبراير 1994م.
- 201) مقال (الكلمة ومكانتها في الإعلام الإسلامي): عبد الله زنجير، العدد 377، رمضان 1414هـ/ فبراير 1994م.
- 202) **مجلة منبر الإسلام**: دورية تصدر عن المجلس الأعلى للشئون الإسلامية ووزارة الأوقاف بالقاهرة، مقال (حاجة المجتمع إلى الإعلام الإسلامي): عبد الرسول الزرقاني، رجب 1405هـ/ إبريل 1985م.
- 203) **مجلة هدي الإسلام**: دورية تصدر عن إدارة الأوقاف والشئون والمقدسات الإسلامية بالقدس، مقال (الإعلام الإسلامي نحو منهج علمي متميز): الدكتور كرم شلبي، ربيع الثاني 1909هـ.

× **ثامناً: الدراسات والأبحاث:**

- 204) الإعلام الإسلامي في العهد الأموي (رسالة ماجستير): زكي محمد القرمان، إشراف الدكتور أحمد فرحات، 1402هـ.
- 205) الإعلام ضوابطه وأحكامه الشرعية (رسالة ماجستير): حسام خليل عايش، إشراف الدكتور مازن إسماعيل هنية، 1428هـ/ 2007م.
- 206) الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي (رسالة ماجستير): إيمان محمد بركة، إشراف الدكتور مازن إسماعيل هنية، 1429هـ/ 2008م.
- 207) دور الإعلام في انتشار الجرائم: الدكتور نور الدين هندواي، بحث مقدم لمؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة، كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات، 2001م.
- 208) دور الإعلام في زيادة وتيرة الانحراف الناتج عن العولمة والاختلاط بالانترنت: الأستاذ الدكتور محمد توهيل فايز عبد إسماعيل، بحث مقدم لمؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة، كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات، 2001م.

209) دور الوسائل التقنية والإعلامية في مكافحة الجريمة في عصر العولمة: الدكتور عبد الحميد بن عبد الرحمن السحبياني، بحث مقدم لمؤتمر الوقاية من الجريمة في عصر العولمة، كلية الشريعة والقانون بجامعة الإمارات، 2001م.

× **تاسعاً: مواقع الإنترنت:**

- (210) أخلاقيات الإعلام في القرآن الكريم: www.forum.tfa9el.com/7688.html
- (211) أخلاقيات الإعلام الإسلامي: الدكتورة صباح عبد الوهاب، www.basaernews.i8.com/13/study.htm
- (212) الإعلام الإسلامي والخطاب الجديد: أحمد شهاب: www.annabaa.org/nbanews/66/008.htm
- (213) الإعلام في القرآن الكريم: الشيخ مؤيد الخرجي: <http://alahadnews.com/ar/modules.php?name=News&file=article&sid=458>
- (214) الإعلام في القرآن وموقفه من شائعات السوء: محمد محمود كالمو، www.dahsha.com/viewarticle.php?id=6710
- (215) الأهمية التي يكتسبها الإعلام الإسلامي: www.startimes2.com/f.aspx?t=1579464
- (216) الجهاد في القرآن الكريم: www.balagh.com/mosoa/tafsir/m40n4iyu.htm
- (217) الحوار بالتالي هي أحسن: د. يوسف القرضاوي: www.balagh.com/mosoa/tablg/ws1czjie.htm
- (218) العلاقة بين الإعلام الإسلامي والجهاد: www.e3lami.com/articles.php?articleid=175&id=39
- (219) النفاق والمنافقون: مقداد محمد: www.balagh.com/mosoa/tablg/xp0o32hc.htm
- (220) الولاء والولاء المصداق: ماجد الغريبي: www.balagh.com/mosoa/tablg/ut11pvql.htm
- (221) إيجابية التنوع في الخطاب الإسلامي: محمد بن صالح الدحيم: www.islamtoday.net/nawafeth/artshow-40-7906.htm
- (222) ظاهرة التركيز القرآني على اليهود الأسباب والدلالات: عبد السلام زين العابدين: www.balagh.com/mosoa/tafsir/fu0rrhtw.htm
- (223) مرتكزات أساسية في الإعلام القرآني: www.balagh.com/matboat/qbook/71

• **عاشراً: صوتيات:**

(224) برنامج أخلاقنا في الميزان: الدكتور وجدي غنيم، قناة الرسالة الفضائية، حلقة بعنوان (الإعلام والكلمة)، بتاريخ 2008/12/6م.

رابعاً: فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ	الإهداء
ب	الشكر والتقدير
ج	المقدمة
الفصل التمهيدي ... مدخل إلى الإعلام	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الإعلام نشأته وتطوره
10	المبحث الثاني: أهمية الإعلام، ومكوناته، ومجالاته
10	أولاً: أهمية الإعلام
12	ثانياً: مكونات الإعلام
16	ثالثاً: مجالات الإعلام
19	المبحث الثالث: المسؤولية الإعلامية بين الأهداف والوظائف
19	أولاً: أهداف الإعلام
21	ثانياً: وظائف الإعلام
23	ثالثاً: المسؤولية الإعلامية
الفصل الأول ... تعريف الإعلام ومقوماته	
30	تمهيد
31	المبحث الأول: تعريف الإعلام وعلاقته بالقرآن
32	المطلب الأول: تعريف الإعلام لغة واصطلاحاً
32	أولاً: الإعلام لغة
34	ثانياً: الإعلام اصطلاحاً
37	ثالثاً: الإعلام الإسلامي
40	المطلب الثاني: القرآن أساس الإعلام
43	المطلب الثالث: خصائص الإعلام في القرآن الكريم
49	المبحث الثاني: مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن
50	المطلب الأول: ورود مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن الكريم

57	المطلب الثاني: اللطائف المستفادة من ورود مادة "علم" ومشتقاتها في القرآن
61	المطلب الثالث: الإعلام بين التصريح والتلميح في القرآن الكريم
64	المبحث الثالث: مقومات الإعلام ومعوقاته في القرآن
65	المطلب الأول: المبادئ التي قام عليها الإعلام الإسلامي
71	المطلب الثاني: مقومات العملية الإعلامية في القرآن
75	المطلب الثالث: معوقات العملية الإعلامية في القرآن
الفصل الثاني ... ضوابط الإعلام في القرآن الكريم	
81	تمهيد
82	المبحث الأول: الضوابط بين الإرسال والتلقي
83	المطلب الأول: ضوابط المرسل
97	المطلب الثاني: ضوابط الرسالة
107	المطلب الثالث: ضوابط الوسيلة
113	المطلب الرابع: ضوابط المتلقي
118	المبحث الثاني: الإعلام زمن السلم وضوابطه
119	المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمن السلم
121	المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمن السلم
125	المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمن السلم
131	المبحث الثالث: الإعلام زمن الحرب وضوابطه
132	المطلب الأول: حقيقة الإعلام زمن الحرب
135	المطلب الثاني: أهداف الإعلام زمن الحرب
141	المطلب الثالث: ضوابط الإعلام زمن الحرب
الفصل الثالث ... أساليب الإعلام وأثاره في ضوء القرآن الكريم	
149	تمهيد
150	المبحث الأول: الأساليب الإعلامية في ضوء القرآن
151	المطلب الأول: أنواع الأساليب الإعلامية في القرآن
164	المطلب الثاني: أهداف الأساليب الإعلامية في القرآن
167	المطلب الثالث: الأعداء وأساليبهم الإعلامية

174	المطلب الرابع: الجوانب الفنية وطرق التأثير في الأساليب الإعلامية
183	المبحث الثاني: آثار الإعلام في ضوء القرآن
184	المطلب الأول: أثر الإعلام في ترسيخ العقيدة
187	المطلب الثاني: أثر الإعلام في نشر الأخلاق وضبط المعاملات
190	المطلب الثالث: أثر الإعلام في تماسك النسيج الاجتماعي ووحدة الأمة
193	المطلب الرابع: أثر الإعلام الناجح في تقويض أهداف الأعداء
196	الخاتمة والتوصيات
الفهارس	
201	فهرس الآيات القرآنية
217	فهرس الأحاديث النبوية
218	ثبت المصادر والمراجع
234	فهرس الموضوعات
A	Abstract



Abstract

Praise be to Allah, Lord of the Worlds, and prayers and peace be upon the most honorable of all prophets and messengers, Muhammad bin Abdullah, the most honest and truthful.

This research is talking about the controls, ingredients and methods of media, through the Holy Koran; as a result of its clear impact in all walks of life, especially in the light of the technological advances and the revolution in communication.

This study consisted of four chapters: □

The Introductory chapter: was an entry to this study through the three inquiries, which were talking about the emergence of media, its development, the importance of media, its fields and the main components which dealt with.

Then it talked about the objectives pursued by the media for their achievement, and functions that should be undertaken, and the consequent responsibilities of both.

The first chapter: tackled the definition of media and its components, and how that media is different from the Islamic and Religious media, both of which the Holy Koran talked about, and a group of properties, in addition to the obstacles that may stand in its way.

The second chapter: talked about controls of media in the Holy Quran, in normal times, and then controls in times of peace and treaties, and in times of wars and crises, all these controls were derived from the Koran.

The third chapter: dealt with the methods of media in the Holy Quran and its effects, it talked about both positive and constructive, destructive and negative media, the aim of these methods, and then explained the implications of these media messages, the methods used in the impact of various aspects of life, in terms of beliefs, ethics and the role of media to unite the nation, and the demolition of schemes of its enemies.

Finally, this study presented some results, such as media as a legal duty and a humanitarian necessity; to save the world, human confusion and blindness.

While the recommendations focused on activating the role of the media in spreading the call, to address the enemies, through the new form, but not a traditional pattern