

الأكاديمية العربية الدولية



الأكاديمية العربية الدولية
Arab International Academy

الأكاديمية العربية الدولية المقررات الجامعية

الإعلام الإسلامي

ماهيته، خصائصه، أدواته،
واقعه،
وإشكالياته الراهنة

إعداد الطالب
محمد غياث مكتبي

مقدمة :

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أقام الإسلام بالقرآن عالماً جديداً، تربطه بخالقه أقوى وأعظم الصّلات، وشهد المنصفون في العالم أن ذلك العالم كان أقرب المجتمعات التي شهدتها الإنسانية، وهي ترنو إلى المثل الأعلى والكمال.

وخلال مدة وجيزة شهد العالم حضارة الإسلام، حيث دخلت أنواره إلى شتى بقاع المعمورة، وما كان ليتم ذلك إلا بالبلاغ والدعوة والإعلام.

وكان البلاغ الذي يعني الإعلام، هو كل ما أمر الله رسوله به. مصداق ذلك قوله تعالى: (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتي هي أحسن إن ربك هو أعلم بمن ضل عن سبيله وهو أعلم بالمهتدين)⁽¹⁾.

وبهذه الروح القرآنية السمحة، وهذا التوجيه الرباني السامي، مضت الدعوة في طريقها تكسب لها كل يوم أنصاراً وأتباعاً، وتتجاوز كل العقبات في طريقها لتمضي إلى غايتها المرجوة، ولذلك كان لابد من الصبر والتحمل، قال تعالى: (فاصبر على ما يقولون وسبح بحمد ربك قبل طلوع الشمس وقبل غروبها ومن أناء الليل فسبح وأطراف النهار لعنك ترضى)⁽²⁾.

ولذلك وعى الرعيل الأول منهج الدعوة والتبليغ والإعلام، وفهموا أن مهمتهم ليست في إجبار الناس على الدخول في الإسلام، إنما مهمتهم حمل مشاعر النور إلى الناس كافة، ذلك لأن قرآنهم عالمي، ورسولهم صلوات الله عليه بعث للناس كلهم، وكل تشريعاتهم رحمة للعالمين، وبالتالي فالدين كله دعوة لكل البشر من أجل تحقيق الحياة الأفضل، قال تعالى: (تبارك الذي نزل الفرقان على عبده ليكون للعالمين نذيراً)⁽³⁾.

التعريف بموضوع البحث والدراسة:

إن بحثنا هذا يتضمن الحديث عن بيان كيفية تزويد الجماهير من الناس المعلومات حول حقائق الإسلام، المستمدة من القرآن والسنة، بصفة عامة، سواء كان ذلك بأسلوب مباشر أو غير مباشر ومن خلال أداة إعلامية متخصصة قد تكون وسيلة دينية وربما تكون عامة، عن طريق خبير إعلامي يقوم بإيصال الرسالة وهو ذو علم وتمكن بموضوع الرسالة التي يتناولها وكل ذلك بهدف تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية ويدركها ويتأثر بها في معتقداته، وعباداته، ومعاملاته.

وكذا بيان الحق بكل طريقة ووسيلة مشروعة وممكنة مع كشف وجوه الباطل وتقبيحه بالطرق ذاتها؛ بقصد دعوة العقول إلى الحق وإشراك الناس في نوال خير الإسلام وهديه

(1) النحل: 125.

(2) طه: 130. «وسبح بحمد ربك» صلّ وأنت حامدٌ لربك. «أناء الليل»: ساعاته.

(3) الفرقان: 1. «تبارك»: تعالى وتمجد. «الفرقان»: القرآن الفاصل بين الحق والباطل.

وإبعادهم عن الباطل أو إقامة الحجة عليهم. وهذا البحث يظهر ما يتضمنه حول الإعلام الإسلامي بصورة شاملة موسوعية مستوعبة لجوانب الموضوع وتفرعاته وتفصيلاته.

موضوع البحث هو: (الإعلام الإسلامي .. ماهيته، خصائصه، أدواته، واقعه، وإشكالياته الراهنة) وجعلته في مقدمة وثلاثة أبواب وخاتمة، وفهرس. ففي المقدمة تم الإشارة إلى أهمية البحث وأهدافه، ثم التعريف بموضوعه، كما ذكرت فيها المنهجية العلمية المعتمدة والمتبعة.

أما الباب الأول فيتناول مفهوم الإعلام والإعلام الإسلامي، وأهم سماته وخصائصه، ويتضمن الفصول والمباحث التالية:

الفصل الأول: ماهية الإعلام. وفيه المباحث التالية:

المبحث الأول : الإعلام لغة.

المبحث الثاني: الإعلام اصطلاحاً.

المبحث الثالث: الإعلام في الزمان القديم، قبل الإسلام.

المطلب الأول :الإعلام في الزمان القديم

المطلب الثاني : مجالات الإعلام في الجزيرة العربية

المبحث الرابع : تعريف الإعلام الإسلامي.

الفصل الثاني: علاقة الإعلام بالعلوم الأخرى.

الفصل الثالث: خصائص الرسالة الإعلامية الناجحة، من خلال مباحثه التالية:

المبحث الأول : المقصود بالرسالة الإعلامية.

المبحث الثاني : الخصائص الإعلامية للرسائل الناجحة.

الفصل الرابع: مدى تأثير ملكية وسائل الإعلام على الوظائف الإعلامية، من خلال

مباحثه التالية:

المبحث الأول : الجانب الإيماني، طبيعته، وأثره في تحديد نمط الملكية.

المبحث الثاني : الجانب السياسي، طبيعته، وأثره في تحديد نمط الملكية.

المبحث الثالث : الجانب الاقتصادي، وتأثيره في تحديد طبيعة الملكية.

المبحث الرابع : الجانب الاجتماعي ، وتأثيره في تحديد الملكية.

المبحث الخامس : ملكية هيئات وسائل الإعلام في الإسلام .

الفصل الخامس: مشروعية الإعلام في الإسلام ويحتوي على المباحث التالية:

المبحث الأول : الإسلام دين أنزله الله تعالى لهداية البشرية كافة.

المبحث الثاني: كل من اعتنق هذا الدين مسؤول عن إبلاغه لغيره.

المبحث الثالث: مهمة النبي والدعاة من بعده منحصرة في الإعلام دون الهداية.

المبحث الرابع : خصائص الرسالة الإعلامية الإسلامية وأدواتها ووسائلها.

الفصل السادس: خصائص الإعلام الإسلامي

المبحث الأول: عمومية الإعلام الإسلامي.

المبحث الثاني : استقلالية الإعلام الإسلامي.

المبحث الثالث: ثبات الإعلام الإسلامي.

المبحث الرابع: إيجابية الإعلام الإسلامي.

أما الباب الثاني فقد تناولت فيه الحديث عن المسيرة التاريخية للإعلام، وذلك من خلال الفصول والمباحث التالية:

الفصل الثاني: الإعلام في العهد المكيّ

المبحث الأول: إعداد الرسول صلى الله عليه وسلم ليكون الداعية الأول.

المبحث الثاني: رسول الله صلى الله عليه وسلم ودوافع الإعلام في مكة.

الفصل الثالث: الإعلام في العهد المدني

المبحث الأول: توسع دائرة الإعلام في المدينة المنورة.

المبحث الثاني: أساليب الإعلام في صدر الإسلام ووسائله.

المبحث الثالث: صلح الحديبية نموذج إعلامي .

المبحث الرابع: الحرب النفسية في عهد النبوة.

المبحث الخامس: الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم.

المبحث السادس: الإعلام في عهد الصحابة رضي الله عنهم.

المبحث السابع: الإعلام في العهد الأموي.

المبحث الثامن: الإعلام في العهدين العباسي والفاطمي.

المبحث التاسع: الإعلام في العصور الوسطى.

وذلك في الفصول والمباحث التالية:

الفصل الأول: القرآن الكريم ونظرية الإعلام الإسلامي

ويحتوي على بيان معنى كون الرسالة الإسلامية افتتحت بـ (إقرأ) .

الفصل الثاني: أساليب الإعلام في القرآن الكريم، وفيه:

المبحث الأول: (الجريمة والجنس) نموذج للإعلام القرآني.

المبحث الثاني: أساليب الإعلام في القرآن الكريم.

الفصل الثالث: بعض عناصر الإعلام القرآني

المبحث الأول: القرآن الكريم عقيدة وأخلاق وشرعية.

المبحث الثاني: رسول الله صلى الله عليه وسلم بصفته الإعلامي الأول يحمل مؤهلات

كبيرة.

المبحث الثالث: ما يتعلق بالوسائل الإعلامية.

المبحث الرابع: أساليب الدعوة التي وردت في القرآن الكريم.

الفصل الرابع: عقل الإنسان هو هدف الإعلام القرآني

المبحث الأول: استخدام العقل بالبحث والاجتهاد.

المبحث الثاني: رؤية مستقبلية نحو إعلام إسلامي وتتضمن النتائج والمقترحات.

وألحقت الفهارس العلمية العامة لهذه الدراسة في آخر البحث .



أهمية البحث و أهدافه:

تتبع أهمية هذا البحث؛ من كونه رسالة تعريف بالإعلام الإسلامي في وقت غدا فيه العالم كالقريبة الصغيرة التي تُعرف أخبارها مباشرة من جميع أفرادها، والدراسة إذ تُسهم بمحاولة توضيح صورة الإعلام الإسلامي للعالم، تنطلق من الإيمان بأهميته وأنه يحمل رسالة السلام للبشرية جمعاء.

ومن أهمية البحث بَيِّن كيف يكون الإعلام سلاحنا لخدمة دعوتنا وقضيتنا في المجالات المختلفة وبخاصة في ظل هذه الاندفاعة التكنولوجية الهائلة التي تضعنا في موقف الحائر والمتردد؟ أي: هل نتفاعل مع الإعلام وأجهزته وميادينه واتجاهاته أم نقف عند مجالنا وفي حدود الماضي وأساليبه تحت دعوى مقاطعة الوافد غرباً أو شرقاً؟

وجاء هذا البحث لتأصيل المنهج العلمي الذي يتم التخطيط للإعلام الإسلامي على أساسه . وهذا يعني أن جهودنا مهما تعاضمت تظل قاصرة عن الوصول إلى الهدف المنشود وأن طاقتنا التي تبذل أكثر بكثير من العائد الناتج عنها ، ويظل سعينا من أجل إعلام إسلامي مؤثر، مجرد صيحة في وادٍ لا نعرف كيف ولا أين نوجهها؟! لهذا لا بد من طرح المنهج الذي يتوجب على الإعلاميين العرب سواء أكانوا مسلمين أم غير مسلمين ما داموا يعيشون في ظل وطن واحد يستوعب جميع فئات الناس على اختلاف عقائدهم وتوجهاتهم، ففي بحثي هذا بينت أسس المنهج الإسلامي في قضايا الإعلام ، وقارنت بينه وبين أنواع الإعلام الأخرى ، والتي هي بدورها تُهدف إلى تحقيق هدف الإعلام السامي وهو إيصال المعلومة والخبر إلى الناس بكل أمانة وموضوعية، وتوظيفه بالشكل المطلوب الذي يرقى بالبشرية جمعاء.

كما تتبع أهمية هذا البحث؛ من كونه يعرض مشكلات المجتمع الإعلامية وجهة نظر إسلامية، من خلال رجل الإعلام الذي يتمتع بمعرفة واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وصولاً إلى تكوين رأي عام صائب يعي ويدرك حقائق الدين الإسلامي اعتقاداً وعبادة ومعاملة.

وأخيراً..لما كانت القيم الدينية لازمة للناس لزوم الماء والهواء للكائن الحي وما يستطيع مجتمع أن يتحرك دونها؛ فلا شك بأن الأجهزة الإعلامية تمثل تلك الروح بالنسبة لحركة

الجماهير من الناس ولا يمكن أن يعبر عنها إلا من خلال رسائله الإعلامية التي تتوجه بدورها نحو المجتمع ليتعلم كيف يقترب من تراثه الحقيقي ويعود إلى أصالة الروح فيه ويحيي فيه الأمل لتحقيق مطالبه العليا وعلى رأسها القيم الفاضلة من أجل هذا جاء البحث.

أهداف البحث:

إن لهذا البحث أهدافاً كثيرة، أهمها بيان ميزات وخصائص الإعلام الإسلامي من حيث عموميته وشموليته وأنه نابع من ديننا الحنيف ومن رسالته الخالدة المتمثلة بالقرآن الكريم وسنة النبي صلى الله عليه وسلم؛ من خلال بيان أهمية المساجد والمراكز والمعاهد العلمية في نشر الدعوة، وبالتالي تظهر عالمية الإعلام الإسلامي على مستوى العالم وذلك يؤدي إلى تقوية الإعلام حيث هو عصب الدعوة ونشر الدين الإسلامي.

ومن هذه الأهداف بيان قوة الإعلام الإسلامي في مواجهة الحملات المعادية للإسلام. وكذلك يبين هذا البحث مدى استقلالية المؤسسة الإعلامية في الإسلام التي بذلك تحقق هدفها في الدعوة إلى دين الله تعالى دون تحكم النظريات الموضوعية من قبل الناس؛ إذ هي تستمد مادتها من مصدر الشريعة الإسلامية الأول وهو القرآن الكريم ثم من السنة النبوية ثم من اجتهادات العلماء. ويخلص هذا البحث إلى بيان هدف الإعلام الإسلامي الأسمى ألا وهو عقل هذا الإنسان حيث يخاطب بشتى وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية ووسائل الاتصال الأخرى كالإنترنت وغيرها، فإن الإعلام بهذه الوسائل يصب في عقل الإنسان أخيراً وهو أعلى مخلوق خلقه الله تعالى وكرمه بقوله عز من قائل: (ولقد كرمنا بني آدم)⁽¹⁾.

المنهجية العلمية المتبعة في هذا البحث:

لقد اتبعت في هذه الدراسة المنهج الاستقرائي، والوصفي، والاستدلالي؛ إذ هي المناهج الملائمة في كتابة مثل هذه الأبحاث، حيث قمت باستقراء كامل للإعلام الإسلامي، واطلعت على ما كتب عنه في القديم والحديث، ووضعت في هذا البحث ملامح الإعلام الإسلامي، وكان اعتمادي الأكبر في ذلك على كتاب الله عز وجل، ثم في سيرة المصطفى صلى الله عليه وسلم، ثم المصادر الإسلامية التي تطرقت إلى هذا الموضوع.

أما بالنسبة للمنهج الوصفي فلا بد من استخدامه في الدراسة؛ لإعطاء صورة حقيقية عن إعلامنا الإسلامي وعلاقته بغيره من العلوم ومقارنته بالإعلام الغربي وبيان عظمة ديننا الإسلامي؛ من خلال بيان سمو أهدافه وغاياته التي يطمح بتحقيقها. أما استخدام المنهج الاستدلالي في الدراسة فلا بد منه؛ إذ أن قواعد الشريعة الإسلامية تفرض علينا إثبات ما ندعيه في دراستنا هذه بذكر الدليل عليها من مصادر التشريع المعتمدة، وعلى رأسها القرآن الكريم.

مصادر البحث ومراجعته: اعتمدت في كتابة الأطروحة على مراجع ومصادر قديمة وحديثة، كثيرة جداً، ذكرتها في آخر الأطروحة ضمن الفهارس.

الدراسات السابقة:

(1) الإسراء: 70.

لم أطلع فيما توافر لي من مصادر ومراجع على بحث علمي أكاديمي يحمل العنوان نفسه، ولكن اطلعت على الكثير من الكتب والبحوث والمقالات المنشورة التي لها الاسم نفسه أو قريب منه، وعلى سبيل المثال منها:

- الإعلام الإسلامي والرأي العام، محمد محمود متولي.
 - الإعلام الإسلامي: الأهداف والوظائف ، سيد محمد ساداتي الشنقيطي.
 - العولمة والإعلام الإسلامي، د.انتصار عباس إبراهيم.
 - الإعلام الإسلامي خصائصه، رسالته، حريته ، د. وليد غفوري البدري.
 - كيف نبني إعلاماً إسلامياً ناجحاً ، حسن محمود الجبوري.
- وأما الدراسة التي بين أيدينا فقد جاءت لتجمع بين الكثير من البحوث المتناثرة بين طيات الكتب السابقة، وتبين بشكل علمي ماهية، وخصائص، وأدوات، وواقع، وإشكاليات الإعلام الإسلامي الراهنة، لتكون دليلاً يستفيد منه كل من أراد العمل في حقل الإعلام الإسلامي.

* * *

الباب الأول

مفهوم الإعلام، والإعلام الإسلامي، وأهم سماته وخصائصه

الفصل الأول: ماهية الإعلام

الفصل الثاني: علاقة الإعلام بالعلوم الأخرى

الفصل الثالث: خصائص الرسالة الإعلامية الناجحة

الفصل الرابع: مدى تأثير ملكية وسائل الإعلام على الوظائف الإعلامية

الفصل الخامس: مشروعية الإعلام في الإسلام

الفصل الأول ماهية الإعلام

المبحث الأول الإعلام لغة

الإعلام⁽¹⁾: من مادة علم، والعلم: نقيض الجهل، وعلم علماء، وعلم هو في نفسه تعليمًا.
- أذن بالشيء إذناً وأذناً وأدانة: علم به.

(1) الجوهرى، الصحاح. ابن منظور، لسان العرب. الزبيدي، تاج العروس. الطاهر الزاوي، ترتيب القاموس المحيط: مادة (علم).

- وفي التنزيل العزيز: (فَادْثُبُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ)⁽²⁾.
- واذنه الأمر واذنه به: أعلمه.
- وقد قرأى، (فَادْثُبُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ) معناه: أي أعلموا كل مَنْ لم يترك الربا بأنه حرب من الله ورسوله.
- ويقال: قد اذنته بكذا وكذا، أو ذنبه إيداناً وإذناً إذا أعلمته، وأذنت: أكثرت الإعلام بالشيء.
- والأذان: الإعلام.
- واذنتك بشيء: أعلمتكه.
- واذننه: أعلمته.
- قال الله عز وجل: (فَقُلْ أَذَنْتُكُمْ عَلَى سَوَاءٍ)⁽³⁾ وقال سبحانه: (وَأَذَانٌ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ إِلَى النَّاسِ)⁽⁴⁾ أي: إعلام.
- والأذان والأذنين والتأذين: النداء إلى الصلاة، وهو إعلام بها وبوقتها.
- قال ابن الأثير: وقد ورد في الحديث ذكر الأذان: وهو الإعلام بالشيء.
- وقوله عز وجل: قيل: تأذن: أعلم، وهو قول (وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ)⁽⁵⁾.
- وفرق سيبويه بينهما فقال: علمت كأذنت، وأعلمت كأذنت، وعلمته الشيء فتعلم.
- ويقال: استعلم خبر فلان، وأعلمنيه حتى علمه، واستعلمني الخبر فأعلمته إياه، وعلم الأمر وتعلمه: تيقنه.
- وإذا نظرنا إلى المعنى اللغوي في الدعوة وجدنا فيه معنى النداء للمشاركة في شيء، وأنه يفيد المحاولات القولية والفعلية من أجل تحقيق هدف أو عمل، وكذلك إذا نظرنا إلى المعنى اللغوي للإعلام وجدنا فيه المعنى نفسه مما يدل على أن الدعوة هي الإعلام، والإعلام هو الدعوة، ولا فرق بينهما من حيث اللغة في جانبها التبليغي.
- ولعلنا لا نتجاوز الإطار العلمي حيث نذهب إلى أن المفهوم العربي لكلمة (بلاغة) يقترب من المفهوم الحديث لعملية الاتصال، فالبلاغة تنبأى عن الوصول والانتهاى.
- يقال: بلغ فلان مراده إذا وصل، وبلغ الركب المدينة إذا انتهى إليها، وبلغه هو إبلاغاً وبلغه تبليغاً، ومنه قول أبي قيس بن الأسلت السلمي:
- قالت ولم تقصد لقل الخنا
مهلاً فقد أبلغت أسماعي
- أي: قد انتهيت فيه.
- وتبلغ الشيء: تكلف البلوغ إليه حتى وصله.
- والبلاغ: ما يتبلغ ويتوصل به إلى الشيء المطلوب.
- وفي التنزيل: (إِلَّا بِلَاغًا مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ)⁽¹⁾ أي لا أحد منجى إلا أن أبلغ عن الله ما أرسلت به.

(2) البقرة: 279.

(3) الأنبياء: 109.

(4) التوبة: 3.

(5) إبراهيم: 7.

(1) الجن: 23.

ومن الدلالة العربية للبلاغة يتبين ما نقصده من اقترابها من الدلالة الحديثة للاتصال⁽¹⁾ من حيث هو (عملية يتم فيها تبادل المفاهيم بين الأفراد وذلك باستخدام نظام الرموز المتعارف عليها)⁽²⁾ ومن هنا يتبين لنا أن اللفظ العربي للإعلام يحمل في تضاعيفه عدة معانٍ، متقاربة تارة ومتباعدة تارة أخرى، فهو بمفهومه المعاصر يعني الاستعلام عن الحوادث والأخبار، ويعني الخبر والرواية، كما يشير إلى الدعاية والتوجيه والإرشاد.

* * *

(1) تؤكد دائرة المعارف البريطانية على خاصية التفاعل التي تميز الإعلام عن غيره، من حيث النتائج والآثار وردود الأفعال التي يمكن تقديرها، والتي تهدف إلى إحداث تجاوب بين المرسل والمستقبل.
(2) المدخل إلى وسائل الإعلام، د. عبد العزيز شرف، ص 74.

المبحث الثاني الإعلام اصطلاحاً

- عرّف الباحثون الإعلام تعريفات كثيرة، نختار منها أشهر التعريفات التالية:
- 1 - تعريف أتوجروت، حيث قال: (الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت)⁽¹⁾.
 - 2 - ويعرفه بعضهم بأنه: (الأسلوب المنظم للدعاية السياسية أو ترويج الأفكار في وسط مهياً نفسياً لاستقبال السيول الفكرية التي تقذفها المصادر؛ التي تتحكم بالرأي العام، وتمسك زمام الأمور بيد من حديد)⁽²⁾.
 - ولعل هذا التعريف يصدق على الواقع الإعلامي المعاصر.
 - 3 - ويعرفه آخرون بأنه: (نشر الحقائق والأفكار والآراء بين جماهير الشركة أو المؤسسة بوسائل الإعلام، كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات، والمعارض والحفلات وغيرها، وذلك بغية التفاهم والإقناع، ولجلب التأييد)⁽³⁾.
 - وهذا التعريف يقصر الإعلام على أمور إعلامية جزئية، ولا يصلح ليكون تعريفاً عاماً للإعلام.
 - 4 - ويعرفه آخرون بأنه: (إدخال حقائق موضوعية ومواد ثقافية وآراء لها بعض التأثير على معتقدات وسلوك من تنقل إليهم)⁽⁴⁾.
 - 5 - ويعرفه السيد هادي نعمان الهيتي بأنه: (عملية تزويد الناس بالأخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة، أو هو إطلاع الرأي العام في الداخل والخارج على ما يدور من أحداث ووقائع، وبث الثقافة والوعي بين صفوفه)⁽⁵⁾.
 - 6 - ويعرف «رايت» الإعلام بقوله: (هو العملية التي ينتقل بمقتضاها معنى بين الأفراد)⁽⁶⁾.
- وبالنظر إلى هذا التعريف نجد أنه يقصر الإعلام على الأفراد، ولم يذكر الجماعات. وبعد عرض التعريفات السابقة يتبين لنا أن المفكرين قد اختلفوا في وضع تعريف دقيق لمفهوم الإعلام، وكذلك تختلف الدول حسب أنظمة الحكم القائمة في فهم الإعلام وتفسيره حسب فلسفة المجتمع، ونظراته لمختلف الشؤون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فيه، ومن

(1) المصدر السابق، ص 27.

(2) زهير الأعرجي، الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية: ص 9.

(3) د. إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام: ص 186.

(4) تقرير منظمة اليونيسكو، التدريب الإعلامي: ص 5.

(5) هادي نعمان الهيتي، الإعلام العربي والدعاية الصهيونية: ص 21.

(6) د. إسحاق القطب، البحث العلمي والإعلام، نظريات وتطبيقات: ص 1.

خلال عرضنا لهذه التعريفات المتعددة نجد أن علماء الإعلام يجتهدون في وضع تعريف أمثل لهذا المصطلح الحديث.

إن ثمة شبه اتفاق لا يختلف عليه أحد - تقريباً - في أساسيات العمل الإعلامي، وفي المبادئ والأسس التي يقوم عليها الإعلام، وفي:

- 1 - الحقائق التي تدعمها الأرقام والإحصاءات.
- 2 - التحلي بالموضوعية والتجرد من الذاتية في عرض الحقائق.
- 3 - الصدق والأمانة في جمع ونقل البيانات من مصادرها الأصلية.
- 4 - التعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام.

وهذا يعني ما يلي:

1 - أن الإعلام الذي لا يقوم على أساس من الواقع، بل على الخيال والافتراضات، ينفى

عنه مفهوم الإعلام.

2 - أن رجل الإعلام الذي يضيف وجهة نظره الشخصية التي تملئها عليه أهواؤه على

المعلومات التي يزود بها الجمهور، ويلون هذه المعلومات حسب ما يراه، يفقد صفته كرجل إعلام.

3 - إذا لم يكن الصدق والأمانة منهاجاً في الحصول على البيانات واستقائها من

مصادرها، فإن الإعلام يفقد أهم دعامة له، وهي الصدق.

4 - إذا لم يأت الإعلام معبراً تعبيراً صادقاً وأميناً عن تراث الأمة وعادات الجماهير

وتقاليدها التي يتوجه إليها، وأن يناسب ثقافات وتفكير الجماهير وروح الأمة، فإنه سوف لا يلائم جمهوره، وبالتالي لا يستطيع الناس فهمه أو التجاوب معه.

* * *

المبحث الثالث الإعلام في الزمان القديم، قبل الإسلام

المطلب الأول : الإعلام في الزمان القديم

يجدر بنا عند الحديث عن الإعلام قبل الإسلام أن نتعرف إلى صور الإعلام في بعض المجتمعات القديمة بصفة عامة، ثم إلى صورته في المجتمع العربي القديم بصفة خاصة، وذلك تأسيساً على أن الإعلام هو حقيقة اجتماعية قديمة قدم الإنسان ذاته.

ولكن وسائله وأساليبه هي التي تخضع للتطور والتغير عبر العصور والأجيال. وقد بدأ الإعلام في المجتمعات القديمة بثلاث صور هي صورة المراقب الذي يتولى عملية المراقبة من فوق قمم الجبال، وإنذار عشيرته أو قبيلته بالأخطار المقبلة أو الكوارث التي توشك أن تلحق بها، وإبلاغها بذلك لتأخذ أهبتها لمواجهة العدو والدفاع عن نفسها. وهذا يمثل في عصرنا الحديث وظيفة الإخبار التي تقوم بها وسائل الإعلام اليوم، مما يؤكد أن وظيفة الإخبار أو الإبلاغ قديمة قدم الإنسان كما قلنا.

والصورة الثانية هي صورة الحكيم المشير، وكان أكبر رجال القبيلة سناً وأكثرهم خبرة وأغزرهم معرفة بحوادث الأيام ومغازيها، والأساطير السائدة في البيئة، والمعتقدات، والتقاليد... وإليه يلجأ أفراد القبيلة للاستشارة وطلب النصح، وهذا الحكيم المشير يمثل في عصرنا هذا وظيفة الموجه المرشد الداعية التي تحتل مكانة كبيرة في التحليل الوظيفي لوسائل الإعلام.

والصورة الثالثة هي صورة المعلم المربي، وكان يختار من بين أكثر أفراد القبيلة علماً لكي يقوم بتربية الأطفال وتنشئتهم النشأة الاجتماعية، على النحو الذي يجعلنا نقول: إن وظيفة التنشئة الاجتماعية من بين وظائف الإعلام المعاصر كان يقوم بها المعلم المربي في العصور البدائية.

أ - الإعلام في مصر القديمة:

لم تلبث هذه الصور الإعلامية أن اتخذت أشكالاً أكثر تطوراً تبعاً لتطور الحضارات القديمة، فكانت في مصر الفرعونية أعياداً واحتفالات دينية تقدم فيها عظات ومسرحيات ورقصات وإخباريات تستقطب اهتمام الناس، كما كانت هذه الصور تسجل على جدران المعابد وأوراق البردي، وكان البعض منها متعلقاً بالقوانين وإجراءات وشكل العلاقات داخلها... وتناولت أيضاً توجيهات تحذر الشعب من الأمراض الاجتماعية الخطيرة.

يقول العالم الشهير (جيمس برستد): إن المصريين القدماء عرفوا صوراً متقدمة من الإعلام الحربي، فهم لم يشيدوا الأهرامات والمعابد الضخمة من أجل الاحتفاظ بجثثهم

وممارسة الطقوس الدينية فحسب، ولكنهم أقاموها ليسيطروا على جدرانها أمجادهم الحربية وانتصاراتهم في المعارك المختلفة⁽¹⁾.

ويقول جيمس برستد أيضاً: إن المجلات المصرية كانت تمثل إحدى الوسائل الإعلامية، بما كان يسجل عليها من مفاخر حضارية إلى جوار ما تؤديه من وظيفة دينية.

ويعتبر فك رموز الهيروغليفية المصرية بعد الحملة الفرنسية على مصر، وحل رموز المسماة بالاشورية البابلية فتحاً جديداً في تاريخ العالم ذلك لأنها كشفت عن تقدم في فنون الإعلام في الحضارت القديمة التي عرفت الكتابة، واعتمدت عليها في الإعلام.

ويقول علماء المصريات كذلك: إن الفراعنة عرفوا الصحافة من 37 قرناً خلت، وكانوا

يسجلونها على أوراق البردي التي تعتبر بمثابة الصحف في عصرنا... فظهرت عندهم صحيفة (القصر) وكانت صحيفة هزلية تسخر من بعض أوضاع المجتمع وتتعرض لها بالنقد، بل إنها كانت تتناول أعمال الملوك والفراعنة الكبار، وتناقشها في أسلوب فكاهي ساخر⁽²⁾.

ب - الإعلام عند الإغريق:

كانت الصور الإعلامية عند الإغريق تتخذ شكل الخطابة السياسية والملاحم والأعمال الدرامية، وقد سجلت الإلياذة والأوديسا ملاحم البطولات الحربية في أشعار حماسية تلهب مشاعر الجماهير.. وكانت مسرحيات سوفكليس ويوربيدس وإيسكيلوس تمثل شكلاً من أشكال الاتصال الجماهيري بما تقدمه من عروض تراجيدية وكوميديية يستعرض فيها الكاتب أمجاد الماضي والواقع المعاش وتقاليد المجتمع، ويقوم بعرض المشكلات التي يعاني منها الناس، وي طرح حلولاً مقترحة لها، كما يسخر من الأوضاع الاجتماعية المناقضة للعادات والتقاليد، كذلك فإن الكتاب المسرحيين كانوا يبشرون بمستقبل أفضل ينبع من تصوراتهم ورؤاهم الخاصة.

أما أبوقراط وأفلاطون وأرسطو وغيرهم من الفلاسفة الإغريق، فإنهم كانوا من المنظرين الرواد في الإعلام كنتيجة لازدهار الكلمة وتأثير المسرح والخطابة في الجماهير... وعلى الرغم من أن سقراط كان يتوسل بالجدل في الاتصال بالناس، إلا أن أفلاطون وأرسطو كانا أكثر اهتماماً بحقيقة الاتصال وجديته.. فقد كان أفلاطون يرى أن المجتمع وحدة متكاملة تشبه الجسد الحي الذي لا ينقص منه ولا يزداد عليه، ويرى أن العلاقات بين الأفراد هي التي تربط بين أجزاء المجتمع ويقول: (إذا كانت القوى الحاكمة تشبه العقل في الإنسان، فإن القوى الحارسة التي تتمثل في الجند تشبه الانفعالات - أو القوى الغضبية - أما القوى العاملة في المجتمع فهي تمثل النزوات والشهوات).

ومن أهم عناصر الاتصال في نظر أفلاطون - القيادة والزعامة والفن - وخاصة الشعر والموسيقا. ويشترط أفلاطون أن يكون القائم بالقيادة أو الزعامة والمنتج للفن سواء كان شعراً

(1) أجهزة الإعلام والتنمية الوطنية، ولبورشرام: ص 22 - 32.

(2) انظر: قضايا الفكر السياسي والقوة: د. ملحم قربان: ص 261.

أو موسيقياً أن يكون من الجادين الدارسين لأحوال المجتمع، الراغبين في إصلاحه، البعيدين كل البعد عن التضليل وإثارة الأهواء⁽¹⁾.

ج - الإعلام عند الرومان:

أما الصور الإعلامية عند الرومان فقد استخدمت بعض الأشكال الإغريقية والأشكال التي استوردتها من بعض البلاد التي احتلوها، وفي مقدمتها مصر، ثم ركزت على الإعلام الرياضي. وكان هذا التركيز ضرورياً كوسيلة لصرف أنظار الشعب عن المشكلات الحكومية، وتوجيه اهتمامه إلى الأخبار الرياضية على اختلاف أشكالها. فإن الجمهور الروماني يحتشد في الساحات العامة لمشاهدة الأبطال الرياضيين والمصارعين، كما يحضر الحفلات التي كانت تقام لمصارعة الحيوانات المفترسة⁽²⁾.

د - الإعلام في حضارة الفرس:

دلت البحوث الأثرية الأخيرة عند أكياتانا عاصمة المعديين على أن المعديين ابتدعوا حروفاً هجائية جديدة تبلغ تسعاً وثلاثين علامة مسمارية، وكانوا يستخدمون هذه الحروف في كتابة اللغة الفارسية على القطع الفخارية، كما استخدموها أيضاً كلما أرادوا أن يسجلوا وقائع إعلامية على المباني الحجرية، وهكذا بدأ الفرس - وكما يقول برسد - والذين ظلوا فترة طويلة دون علم بالكتابة - فكانوا يسجلون وقائع إعلامية ووثائق تاريخية لتخلد بعدهم على مر الدهور. وتعتبر هذه الآثار أقدم ما وصل إلينا من وثائق معدية أو فارسية⁽¹⁾.

وترجع أهمية المدونات المسمارية الفارسية إلى أنها هي التي مكنتنا من حل الرموز وقراءة النقوش المسمارية في غرب آسيا.

وكانت هذه المدونات وسيلة من وسائل الإعلام القديم وشأناً من شؤون فن العمارة؛ الذي أخذ البنائون الفرس يتعلمونه من الشعوب الشرقية القديمة التي خضعت لإمبراطوريتهم، فاقتبسوا المدرجات الهائلة التي كانت تقوم عليها القصور الفارسية عن البابليين، كما اقتبسوا النيران المجنحة التي تقوم أمام أبواب القصر والسلالم المؤدية إليها عن آشور، أما باقي الأعمدة التي تمتد أمام القصور وتملأ أبهاءها، والتي كانت تميز الردهات، والتي بنيت في آسيا، فإنهم اقتبسوها من مصر، إذ كانت أقدم ردهات النيل موجودة منذ أكثر من ألفين من السنين قبل ذلك التاريخ، كذلك جدران القصور الزاهية الألوان والتي بنيت على طراز خاص، فإنها جاءت إلى بلاد الفرس من الغرب⁽¹⁾.

(1) المسرح في الشرق (فوبون باورز) ترجمة أحمد رضا: ص 14.

(2) انظر: المصدر السابق ص 15. والرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، د. محمد عبد القادر حاتم: ص

(1) العرب قبل الإسلام، جورج زيدان: ص 106، نقلاً عن هيرودوت. والرأي العام وتأثره بالإعلام

والدعاية، د. محمد عبد القادر حاتم: ص 24. والحياة الأدبية، محمد خفاجي: ص 162.

(1) الإعلام تاريخه ومذاهبه: ص 44.

هـ - الإعلام في الهند:

يعتبر كثير من الباحثين الهند هي البلد الذي نشأ فيه المسرح كوسيلة للاتصال، وأنها كانت منبعاً لمعظم المسارح في اسيا التي تتميز عن المسارح الأوروبية والإفريقية وغيرها، وكان للهند القديمة تأثير كبير سجله التاريخ على بلاد اسيا في المجالات الثقافية والدينية، فقد ظهر فيها قبل المسيح بعدة قرون أمير هندي عرف فيما بعد باسم [جاوتامابوذا]. وكانت الديانة التي نبعث من حياته وتعاليمه حية قوية حتى لقد انتشرت وذاعت فامتدت إلى الصين واليابان شمالاً، وإلى أقصى الجزر الإندونيسية شرقاً⁽²⁾.

وقد عرفت هذه الديانة أساليب اتصالية استخدمتها في التبشير بها عن طريق المبشرين البوذيين، الذين نقلوا معهم في حلهم وترحالهم الأخلاق والتقاليد الهندية.

وكانت اللغة التي يتحدثون بها هي لغة (راكيت ق) وقبل ميلاد المسيح بقرن من الزمان وإلى عشرة قرون تالية، كان جنوب الهند يتسع ويمتد إلى ما وراء البحار بوسيلة اتصال أخرى، فتارة كان هذا الاتساع يتم بالغزو المسلح كما في حالة سيلان، حيث كان ملوك جنوب الهند الأقوياء الذين يحملون لقب (تاميل) يبعثون جيوشهم مرة بعد أخرى... بيد أن هذا التوسع كان يتم في أغلب الأحيان بدافع الرغبة في ممارسة التجارة.

وقد عرفت الهند فن الملاحم في الإعلام القديم، فهناك الملحمتان الكبيرتان: الراماينا والمهابهاراتا، في مقابل الإلياذة والأوديسة في الغرب عند الإغريق. وهي أيضاً قصص مغامرات طويلة تتناول الالهة والبشر والأبطال العظام والحيوانات العجيبة صانعة المعجزات، وتزخر بالحكم والأقوال المأثورة⁽¹⁾.

و - الإعلام في الصين:

تعتبر الحضارة الصينية من أكبر الحضارات المتجانسة في العالم، حيث تربط بين جميع بقاع هذه الكتلة الأرضية الشاسعة وسيلة اتصال مشتركة في الكتاب والأدب والإعلام.

وتنقسم بلاد اسيا من الوجهة الثقافية، وبصفة عامة بين الصين والهند، حيث تنتمي بعض البلاد من الناحية الجمالية إلى الهندوسية في الهند، بقصائدها القديمة ذات المغزى الديني، والسّمات الفنية الخاصة، والرقص الذي اتخذته وسيلتها التعبيرية الرئيسية... وبإشراق الحضارة الصينية القوية القادرة بالفعل على تمدد الشعوب؛ أخذ نفوذ الهند الذي كان ينبسط ويغزو البلاد البعيدة يتضاءل ويضعف، وبدأت حضارة الصين تغشى فيتنام وهونج كونج وكوريا وأوكيناوا واليابان.

(2) الآثار الباقية، للببيروني: ص 218. والتاج في أخلاق الملوك، للجاحظ، تحقيق أحمد زكي باشا: ص 148.

(1) المسرح في الشرق (فوبون باورز) ترجمة أحمد رضا: ص 14. وتاريخ اليعقوبي، لليعقوبي: 304/1. و: ادي شير، تاج كلدو واشور: ص 37.

وجرى تبادل منظم إلى حد ما ولفترة طويلة بين مجالي النفوذ الهندي والصيني عن طريق المناوشات على الحدود، والحجاج والطوافين والعلاقات الدبلوماسية، وقد تغلغت العقلية البوذية الهندية في الصين والبلاد المتاخمة لها منذ ألفي عام بالحماسة نفسها التي انتشرت بها في بلاد جنوب شرق آسيا. وقد كان الوعي المسرحي في المنطقة الصينية يمثل مظهراً اتصالياً مهماً⁽²⁾.

- اتصال العرب بالحضارات القديمة:

وكان للعرب قبل الإسلام اتصال بهذه الحضارات القديمة ونظمها الاتصالية، وهناك إشارة إلى العرب في الكتابات الآشورية، وهي الإشارة التي وردت في كتابات الملك شلمنصر الثالث ملك آشور⁽¹⁾، فقد كان هذا الملك أول من أشار إلى العرب في نص من النصوص التاريخية التي وصلت إلينا، وهو تسجيل لانتصار عسكري تم له في السنة السادسة من حكمه، ثم توالت الإشارات إلى العرب في أخبار الحملات الآشورية، وفيها أسماء لمواضع عربية معروفة قديماً... وأسماء لشخصيات عربية أيضاً هي أقدم أسماء معروفة لنا، وقد وردت في نصوص عربية مثل زببية وشمس والباسق.

ولما كان العرب يجاورون البابليين، وكانوا قد ساعدوهم في نزاعهم مع آشور، فليس من المستبعد أن يكون هنالك بين العرب والكلدانيين صلات خاصة وقد تحدث الإخباريون عن غزو بختنصر سنة 604 إلى سنة 561 ق. م للعرب في أيام معد بن عدنان، ووصله إلى موضع (ذات عرق)⁽¹⁾.

وقد حدثتنا الكتابات البابلية أن بختنصر أرسل في السنة السادسة من ملكه الموافقة لسنة 99 ق. م حملة على القبائل العربية التي تسكن البادية، نهبت فيها أملاكهم ومواشيهم كما نهبت الهتهم، والهدف من سرقة الالهة كان إكراه تلك القبائل على الاستسلام والخضوع، وهذا أسلوب من أساليب الحرب النفسية من وجهة نظر الإعلام في عصرهم، فالاعتداء على المعبود يمثل اغتصاباً للعقيدة، وهو يقابل في عصرنا عمليات غسيل المخ وأساليب التلقين المذهبي التي لا تخرج عن كونها تطورات حديثة للسيطرة على معتقدات الإنسان والتحكم في سلوكه... ومن ذلك ما يخضع له الأسرى في عصرنا من ضغطٍ بهدف التلقين والتأثير على عقولهم لتغيير أفكارهم، وتحويلهم من عقيدة إلى أخرى⁽²⁾.

* * *

(2) تاريخ الأمم والملوك ، أبو جعفر محمد بن جرير الطبري: ص 47 ، 48.

(1) ادي شير، تاج كلدو واشور: ص 39 - 41.

(1) قصة العرب قبل الإسلام ، عمر أبو النصر: ص 128. وأسواق العرب في الجاهلية ، سعيد الأفغاني:

ص 280 - 282.

(2) الإعلام في صدر الإسلام ، د. عبد اللطيف حمزة: ص 35. والعرب قبل الإسلام ، جورجي زيدان: ص

101 ، نقلاً عن هيرودوت.

المطلب الثاني : مجالات الإعلام في الجزيرة العربية

لا بد من تناول الإعلام في الجزيرة العربية، وبشيء من التفصيل؛ لما في ذلك من أهمية بالغة ، فلقد شاع بين الناس أن العرب في جاهليتهم كانوا أمة منعزلة عن العالم ؛ يعيشون في صحراء محصورة غير متصلة بغيرها من الأمم أي اتصال ، ولا تقتبس منهم أدباً ولا علماً، والحق أن هذه فكرة خاطئة، فلقد كان العرب على اتصال بمن حولهم مادياً وأدبياً، وإن كان هذا الاتصال أضعف مما كان بين الأمم المتحضرة في ذلك العهد ؛ بسبب موقعها الجغرافي ولحالتها الاجتماعية.

وهذا الاتصال كان على نوعين:

الأول: كان بين العرب أنفسهم.

والثاني: كان بين العرب وغيرهم.

أما النوع الأول فكان يتمثل فيما يلي:

1 - القصيدة الشعرية.

2 - الخطبة والخطباء.

3 - المناداة.

4 - الأعياد.

5 - الأسواق.

6 - الندوة.

7 - إشعال النار على رؤوس الجبال.

8 - الكتب الدينية.

9 - العهود والمواثيق والأحلاف.

10 - الرسائل الخاصة.

11 - بيوت العبادة.

12 - القصص.

13 - الأمثال.

وغير ذلك من الطرق.

وأما النوع الثاني فكان يتمثل في عدة طرق، أهمها:

1 - التجارة.

2 - إنشاء المدن العربية المتاخمة لفارس والروم.

3 - البعثات اليهودية والنصرانية التي كانت تتغلغل في الجزيرة.

4 - الغزوات الاستعمارية.

ولا بد من توضيح ما سبق بشيء من الإيجاز؛ لارتباط الموضوع الوثيق بالإعلام

الإسلامي؛ لأنه يعتبر امتداداً للإعلام في صدر الإسلام.

- المسألة الأولى: الإعلام عند العرب أنفسهم:

1 - القصيدة الشعرية:

إن الشعر في العصر الجاهلي كاد أن يكون الوسيلة الوحيدة من وسائل الإعلام والدعاية، فله المنزلة الأولى دائماً؛ إذ كان يقوم بوظيفة الإعلام للقبيلة، ولعل أكبر دليل على أهمية القصيدة أنهم كانوا يختارون أجود القصائد ويكتبونها بماء الذهب، وكانوا يعلقونها على أستار الكعبة أو في بيوت الملوك، ومن أشهرها المعلقة السبع⁽¹⁾ وكان الفخر كل الفخر للقبيلة التي يفوز شعراؤها وخطباؤها بالقدح المُعلّى، لا سيما إذا نالت قصيدة أحدهم شرف التعليق على الكعبة في عداد المعلقات المشهورة المأثورة⁽²⁾.

ولقد شهد التاريخ أن القصيدة الشعرية قامت بوظيفتها في العصر الجاهلي خير قيام، وأن الشعر إذا ظهر في قبيلة من القبائل هُناً أفرادها بعضهم بعضاً، وهنأتهم القبائل الأخرى بذلك الحدث السعيد، والسبب في ذلك أن الشاعر في القبيلة كان يقوم مقام الصحيفة بالنسبة للأحزاب في الوقت الحاضر، فهو الناطق بلسانها، وهو المناضل عنها بشعره، وهو الحافز لهما في أوقات الحروب، وهو المصور لأخلاقها وعاداتها ومكانتها بين القبائل الأخرى⁽³⁾.

2 - الخطبة والخطباء:

الخطبة كان يقصد بها صاحبها التأثير في نفوس السامعين؛ ولذا كان يهتم بصياغتها وجمال أدائها، والخطبة أقدر من الشعر على إظهار الأفكار وعلى التعبير عن الرأي وعلى الإفصاح عن علم ومعرفة؛ لكونها كلاماً مرسلأ حراً لا يتقيد بقيود، خالية من الوزن والقافية ومن المحافظة على القوالب؛ إلا أن الخطبة دون الشعر في التأثير في النفوس وفي اللعب بالعواطف⁽⁴⁾. وقد كان الخطباء يقومون بما قام به الشعراء من الوظائف الاجتماعية والسياسية، وخاصة في أوقات الفتن والحروب والقتل⁽⁵⁾.

3 - المناداة:

كان الناس يمارسون هذه الطريقة الإعلامية بأشكال مختلفة، ومن أهمها الأصوات التي ترتفع بها حناجر المنادين في القرى والمدن، وهي من أقدم الطرق الفطرية، ووجدت في جميع البيئات القديمة دون استثناء، وكان النداء الوسيلة المثلى لنشر الأخبار والقيام بكثير من الأغراض الإعلامية.

وما زال كثير من هذه الأشكال سائداً في البيئات العربية إلى يومنا هذا، وأضيف إليها أشكال أخرى منها إطلاق الأعيرة النارية في الأفراح أو البشائر؛ كالإعلان عن نجاح مرشح في الانتخابات، أو الإعلان عن نجاح شاب في بعض الأسر وحصوله على شهادة علمية، أو كالإعلان عن حفل زفاف.

وهذا، وإن تسببت هذه الوسيلة بنتائجها السلبية، وحوادثها المؤسفة في مختلف الأماكن والأزمان.

(1) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: 25.

(2) د. محمد عبد القادر حاتم، الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية: ص 22.

(3) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 26.

(4) د. سعيد إسماعيل علي، تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 128.

(5) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 27.

ومن هذه الأشكال ما يرى في بعض البلاد الإسلامية حين يختتم واحد منهم القرآن الكريم حفظاً وتلاوة؛ فإنهم يركبونه على حصان، ويطوفون به إعلماً بذلك⁽¹⁾.

4 - الأعياد:

عرفت البشرية الأعياد في جميع عصورها، وعرف العرب في الجاهلية كثيراً من الأعياد، ومنها على سبيل المثال:

عيد الشباب: فقد كان شباب كل قبيلة يجتمعون تحت شجرة كبيرة، ويأتي شاب منهم فيعلق سيفه على غصن من أغصان الشجرة، ويحتفل الجميع بهذا اليوم ويطلقون على تلك الشجرة اسم: (ذات أنواط) وكانوا يفعلون ذلك من قبيل الفخر بالقوة، وكان هذا الفخر في ذاته يتفق وطباع الجاهلية⁽²⁾.

5 - الأسواق:

لم تكن الأسواق في الجاهلية مراكز للمبادلات التجارية فقط، ولكنها كانت معرضاً للبضائع الفكرية والأدبية أيضاً، ففي الأسواق كانت تُفضُّ المنازعات القبلية، وفيها كانت تعلن القبيلة الحرب على قبيلة أخرى، وفيها كان يحدث التعارف بين الناس، وقد يؤدي هذا التعارف إلى عقد الزواج بين بعض الرجال والنساء، وفيها كان يأتي من كل قبيلة شاعر ليعرض شعره على الناس، ويحتكم فيه إلى المحكمين في نقد الشعر (كالنابغة) وغيره. وفيها كان يأتي الخطباء ليخطبوا الناس في مختلف الشؤون الحياتية، ومن هذه الأسواق على سبيل المثال لا الحصر:

أ - سوق دومة الجندل:

وهي سوق تجارية بحتة، يحل موعدها كل عام في أول ربيع الأول، وتقطنه قبيلتا كلب وحويلة طيأى، ويشرف على موسمه أمراء من العرب، وكان (أكيدر) صاحب دومة الجندل يرعى الناس ويقوم بأمرهم في أول يوم.

ب - سوق المشقر: [بكسر الميم وتشديد القاف].

وهي حصن قرب هجر، وتنزل هذه السوق أخلاط من جميع العرب، وكان امرؤ القيس ينزلها، وفيها حصن كسرى بن تميم، وقد أغلق عليهم باب الحصن ثم قتل الجند وسبى الذراري.

ج - سوق هجر:

هي سوق تجارية تشتهر باللؤلؤ والنخيل، وفيها تروج تجارات الهند وفارس، ويدير أمورها (المنذر بن ساوى) ملك البحرين.

د - سوق عكاظ:

وعكاظ هي المعرض العربي العام أيام الجاهلية، وهي من أشهر أسواق العرب، وتعتبر مجمعاً أدبياً لغوياً رسمياً، وفيها محكمون تضرب عليهم القباب فيعرض شعراء كل قبيلة عليهم شعرهم وأدبهم، وحول هذه القباب الرواة والشعراء من عامة الأقطار ليتناقلوا ما يحكم بفوزه الحكام في جميع أنحاء الجزيرة، ولذا كان للشاعر في هذه السوق مكانة تزيد كثيراً عن مكانة

(1) د. عبداللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 27.

(2) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 28.

التاجر فيها؛ لما في الشعر من أثر في الحياة الاجتماعية العامة. وهي أيضاً ندوة سياسية عامة تقضى فيها أمور كثيرة بين القبائل، فمن أراد تخليد نصر لحيه فَعَلَ فَعَلَ عمرو بن كلثوم، حيث رحل إلى عكاظ وخلده فيها شعراً، ومن أراد إجارة أحد هتف بذلك في عكاظ حتى يسمع عامة الناس، ومن أراد إعلان حرب على قوم أعلنه في سوق عكاظ⁽¹⁾. وكان عكاظ مجمعاً لأهل اللسان من شعراء وخطباء مرموقين معروفين أو مغمورين أو طلاب شهرة، وتؤكد الروايات: أن حظ المفاخرة والمباهاة والتمدح والذم لم يكن بأقل حظاً من البيع والشراء في سوق عكاظ.

ويقال: إن الشاعر الشهير النابغة الذبياني كان يحضر سوق عكاظ، فتضرب له قبة من أدم يجلس تحتها، فيفد إليه من الشعراء من يريد أن يفتخر بشعره على غيره؛ لينشد أمامه شعره، فيحكم على شعره برأيه؛ لما لرأيه

(1) سعيد الأفغاني، أسواق العرب في الجاهلية: ص 280 - 282.

من أثر في الناس، (وأول من أنشده الشعر الأعشى، ثم حسان بن ثابت، ثم أنشدته الخنساء...) (1).

ووقف رسول الله ﷺ بعد مبعثه بثلاث سنين في عكاظ يدعو الناس إلى الخير والهدى والسعادة والإيمان ويقول: «يا أيها الناس، قولوا: لا إله إلا الله؛ تفلحوا وتنجحوا». ويتبعه رجل له غدירתان وهو يقول: يا أيها الناس إن هذا ابن أخي كذاب فاحذروه، فعرف الناس أن هذا الصّاد عن سبيل الله هو عمه (أبو لهب) يكذبه كلما قال كلمة الحق، وعاود الرسول ﷺ الدعوة مراراً فلم يستجب له ولم ييأس، فكان يقول للحبي في موسم عكاظ: «لا أكره منكم أحداً على شيء، من رضي الذي أدعوه إليه قبله ومن كرهه لم أكرهه، إنما أريد أن تجوزوني مما يراد بي من القتل حتى أبلغ رسالات ربي، ويغفر الله لي ولمن صحبني بما شاء» (2).

- هـ - أسواق متفرقة:

ولقد ذكر الالوسي (3) كثيراً من هذه الأسواق ومواقيتها، ونذكر منها ما يلي:

- 1 - سوق عمان: كانوا يرتحلون من سوق هجر إليها، فنقوم بها سوقهم إلى أواخر جمادى الأولى.
- 2 - سوق ضمار: تقوم لعشرين يمضين من رجب لمدة خمسة أيام.
- 3 - سوق الشجر: تقوم في النصف من شعبان.
- 4 - سوق صنعاء: تقوم في النصف الثاني من رمضان.
- 5 - سوق مجنة: (بتشديد النون) وهو موضع بقرب مكة، تقوم سوقها أيام الحج، ويحضرها كثير من قبائل العرب.
- 6 - سوق ذي المجاز: ورد ذكرها كثيراً في شعر العرب وخاصة شعراء هذيل؛ لأنها من أسواقهم الكبرى.

6 - الندوة:

ولعل من أقوى طرق الاتصال بين العرب في الجاهلية - عدا الأسواق - الندوة، وهي مكان يجتمع فيه أهل الرأي في الأوقات التي تحتاج إلى تبادل الرأي. ومن الأمثلة عليها (دار الندوة) قرب الكعبة، وهي الدار التي اجتمع فيها رؤساء القبائل العربية ومنهم بنو هاشم وأخذوا يتشاورون، جاء في «سيرة النبي ﷺ» لابن هشام (4)، قال ابن اسحاق: ولما رأت قريش أن رسول الله ﷺ قد صارت له شيعة وأصحاب من غيرهم بغير بلدهم، ورأوا خروج أصحابه من المهاجرين إليهم؛ عرفوا أنهم قد نزلوا داراً وأصابوا منهم منعة، فحذروا خروج رسول الله ﷺ إليهم، وعرفوا أنه قد أجمع لحربهم، فاجتمعوا له في دار

(1) الأغاني: 6/11.

(2) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 33.

(3) الالوسي، بلوغ الأرب: 65/1.

(4) ابن هشام، سيرة النبي ﷺ: 93/2. عبد السلام هارون، تهذيب سيرة ابن هشام: ص 119.

الندوة (وهي دار قصي بن كلاب التي كانت قريش لا تقضي أمراً إلا فيها)، يتشاورون فيها ما يصنعون في أمر رسول الله ﷺ حين خافوه.

وكان العرب ينتهزون فرصة اجتماعهم بالأسواق، ويعقدون فيما بينهم ندوة، يتباحثون فيها في شتى المشكلات التي تعرض لهم، ويخرجون بحل لكل مشكلة⁽¹⁾.

7 - إشعال النار على رؤوس الجبال:

كان من وسائل الإعلام في الجاهلية وسيلة فطرية لا تكلفهم شيئاً من الجهد أو المشقة، وهي إشعال النيران فوق رؤوس الجبال يخبرون بها عن عدو يريد الإغارة على القبيلة، أو يعلنون بها عن وليمة كبيرة وهكذا، وحول هذه النار تَحَلَّقُ العرب ومعهم ضيفانهم وهم الذين من أجلهم أوقدوها. وكثيراً ما يكون بين القوم شاعر ينفعل بهذا المجلس ويمدح صاحب النار ويصفه بالكرم والجود، فإذا رُوي هذا الشعر أصبحت لصاحب النار شهرة كبيرة.

وتحدثنا كتب الأدب عن رجل اسمه المحلق كانت له بنات لم يتزوجن وعلت به السن، وفي ذات ليلة من الليالي جاءه شاعر من الشعراء فأوقد له النار وبالغ في إكرامه وطعامه وشرابه، ونظم الشاعر قصيدة في مدح هذا الرجل الذي أشعل النار، وسارت هذه القصيدة وعلم الناس بأخبار الرجل وبناته، فتقدم للزواج منهن خير شباب العرب⁽²⁾.

8 - الكتب الدينية:

يروى أن رسول الله ﷺ تصدى لسويد بن صامت عندما قدم مكة حاجاً أو معتمراً فدعاه إلى الله وإلى الإسلام، فقال له سويد: (فلعل الذي معك مثل الذي معي)، فقال له رسول الله ﷺ: (وما الذي معك؟) قال: (مجلة لقمان) يعني: حكمة لقمان، فقال له رسول الله ﷺ: (اعرضها علي)، فعرضها عليه، فقال له: (إن هذا الكلام حسن والذي معي أفضل من هذا، قران أنزله الله تعالى عليّ هو هدى ونور) فتلا عليه رسول الله ﷺ القرآن ودعاه إلى الإسلام فلم يبعد عنه وقال: (إن هذا القول أحسن)⁽³⁾.

من هذه الرواية يتبين لنا أن العرب في الجاهلية كانت لهم كتب دينية، ولا يخفى علينا كذلك أن بعض العرب كان يهودياً والبعض الآخر كان مسيحياً، ومن المنطق أن يكون لهؤلاء كتب دينية تشرح لهم تعاليم الدين وتبين لهم أحكامه وتحكي لهم القصص والحكم والأمثال⁽⁴⁾، فالكتب وسيلة من وسائل الإعلام.

9 - العهود والمواثيق والأحلاف:

كان العرب يعتمدون كثيراً على المشافهة في عهودهم ومواثيقهم وأحلافهم، ولكن كانت هناك عهود ومواثيق وأحلاف مكتوبة تعظيماً للأمر ودرءاً لما قد يسببه النسيان لها من اختلاف وتنازع⁽⁵⁾، وهذه كانت تحتاج إلى إعلان وإبلاغ حتى يعلم بها الناس، وهي وسيلة من وسائل الإعلام في العصر الحديث.

(1) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 35.

(2) الإعلام في صدر الإسلام: ص 35.

(3) ابن هشام، السيرة النبوية: 36/2.

(4) د. سعيد علي، تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 97.

(5) تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 98.

10 - الرسائل الخاصة:

وهي التي يتبادلها الأفراد لتناقل الأخبار، ومما يشير إلى ذلك أنه قدم على الحارث بن مارية الغساني الجفني رجلاً من بني فهر يقال لهما: حزن وسهل ابنا رزاح.

وكان عندهما حديث من أحاديث العرب فاجتباها الملك، ونزلاً بالمكان الأثير عنده، فحسدهما زهير بن جناب، فقال: أيها الملك، هما والله عين لذي القرنين عليك (يعني المنذر الأكبر جد النعمان بن المنذر) وهما يكتبان إليه بعورتك وخلل ما يريان فيك⁽¹⁾. وهذا يدل على وجود الرسائل الخاصة بين الأفراد لنقل الأخبار، وهي وسيلة من وسائل الإعلام في ذلك الوقت.

11 - بيوت العبادة:

كانت بيوت العبادة عند الجاهليين ثلاثة أنواع:

1 - بيوت عبادة خاصة بالمشركين عبدة الأصنام، وهم الكثرة الغالبة.

2 - بيوت عبادة خاصة باليهود.

3 - بيوت عبادة خاصة بالنصارى.

وغني عن البيان أن بيت الله الحرام بمكة المكرمة، هو أشهر وأعظم بيوت العبادة في العصر الجاهلي، يحج إليه العرب من مختلف البقاع، وكان لهذا أثره الإعلامي الكبير، فهم يأتون من كل جهة، وقد امتلأت جُعبُهُم بالأخبار، وذاكرتهم بالأشعار والخطب والكلمات الممتازة، واكتظت أذهانهم بمختلف الصور والمشاهد، الأمر الذي ساعد على تقريب أساليب التربية العربية، وتوحيد اللغة وتصفيتها.

ولما كانت مكة بلداً في واد غير ذي زرع، تعتمد في حياتها على ما يجلب إليها من الخارج، وما يستطيع أهلها أن يحققوه لأنفسهم من منافع عن طريق البيع والشراء والتبادل من الواردين عليها والمارين بها في رحلات القوافل التجارية، أو القادمين إلى الأسواق التي تقام فيها وحولها، وما يقدمه الحجاج إلى بيتها من هدايا ونذور، فقد كان لا بد أن يصنع أولئك لأنفسهم وللقادمين إليه أنظمة وقوانين يعلمونها ويعلنونها للجميع لتنظيم الحياة وتوفير الأمن وحفظ الحقوق وحماية من يفد إليه من الأذى⁽²⁾.

ولم تكن المعابد مواضع عبادة وتقرب إلى الأصنام فحسب، بل كانت مصادر معلومات يقصدها أهل الآلهة عما عندهم من مشكلات، أو عما سيخبئه لهم المستقبل من أمور، أو عن أعمال يريدون القيام بها أو ما شابه ذلك من طلبات⁽³⁾.

12 - القصص:

جاء في «سيرة ابن هشام»⁽⁴⁾ أن النضر بن الحارث كان إذا جلس رسول الله ع مجلساً ودعا إلى الله تعالى، وتلا فيه القرآن الكريم، وحذر قريشاً مما أصاب الأمم الخالية؛ خلفه في

(1) د. سعيد علي، تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 99 - 100 نقلاً عن كتاب الأغاني: 118/5.

(2) تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 121، نقلاً عن: أحمد شريف، كتاب مكة والمدينة: 187.

(3) تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 121، نقلاً عن كتاب المفصل: 409/6.

(4) سيرة ابن هشام: 381/1.

مجلسه إذا قام، فحدثهم عن رستم السنديذ⁽¹⁾ وعن أسفنديار وملوك فارس ثم يقول: والله ما محمد بأحسن حديثاً مني وما حديثه إلا أساطير الأولين اكتبها كما اكتبها، فأنزل الله فيه: (وقالوا أساطير الأولين اكتبها فهي تُملَى عليه بكرةً وأصيلاً)⁽²⁾ الآيات.

ومن هذه الرواية يتبين لنا بأنه كان للعرب قصص، وأنه باب كبير من أبواب أدبهم، وفيه دلالة كبيرة على مدى التأثير في الناس. وهذه القصص في الجاهلية أنواع، منها⁽³⁾:

1 - أيام العرب: وهي تدور حول الوقائع الحربية التي وقعت في الجاهلية بين القبائل كيوم داحس والغبراء، ويوم الفجار، ويوم كلاب، أو بين العرب وأمم أخرى كيوم ذي قار، وكان بين بني شيبان والفرس، وانتصر فيه العرب.

وكانت هذه القصص موضوع العرب في سمرهم، في جاهليتهم، وفي إسلامهم.

2 - أحاديث الهوى: وهذا كثير في كتب الأدب، كالذي رواه من قصة المنخل اليشكري والمتجرده زوج النعمان، وما كان بينهما من علاقة، وما قيل في ذلك من قصص، وما روي من أشعار.

3 - هناك نوع من قصص العرب أخذوه من أمم أخرى، وصاغوه في قالب يتفق وذوقهم، كقصة شريك مع المنذر، وقد عرف العرب في الجاهلية قصصاً كثيرة عن الفرس، وكانوا يروونها ويتسامرون بها.

ونحن نعلم ما للقصة من أهمية إعلامية وتربوية حيث يتشرب الإنسان من خلالها العديد من القيم والاتجاهات والتقاليد، وقد ساعد العرب على الاهتمام بالقصص: أوقات فراغهم الواسعة، وخصوصاً في الليل حيث السمر. ولقد كان القاصُّ يفيض من خياله وفنه على القصص حتى يسهر سامعيه، ويملك عليهم قلوبهم.

13 - الأمثال:

نجد في كتب الأدب وكتب الأمثال أمثالا وضعت لأغراض يغلب عليها الطابع الإعلامي، أي إعلام من يقرأها على أنها حكمة الحياة وتجارب الماضي حتى يستفيد ويتعظ، وهذه الأمثال بعضها نابع من محيط البداوة، ومن الطبيعة الأعرابية، وبعضها تجارب عملية عامة تنطبق على كل الناس، وتصلح لكل الأوقات.

وقد وردت كلمة (مثل)، و(الأمثال) في مواضع كثيرة من القرآن الكريم، وفي ورود الكلمتين بهذه الكثرة دلالة بالطبع على ما كان للمثل من أهمية كبرى عند الجاهليين.

وللأمثال ميزة على الشعر، ذلك أن الشعر تعبير طبقة من الناس يعبرون في مستوى أرقى من مستوى العامة، فالشعراء يعبرون عن شؤون القبيلة التي ارتسمت في أذهانهم الراقية

(1) السنديذ: قال أبو ذر: (السنديذ بلغة فارس طلوع الشمس، وهم ينسبون إليه كل جميل).

(2) الفرقان: 5. «أساطير الأولين»: أكاديبهم المسطورة في كتبهم. «بكرة وأصيلاً»: أول النهار وآخره، أي: دائماً.

أحمد أمين، فجر الإسلام: ص 66 - 3.67

- نوعاً من الرقي - وهم يعبرون بألفاظ مصقولة صقلاً يستوجبه الشعر، أما الأمثال فكثيراً ما تنبع من أفراد الشعب نفسه، وتعبّر عن عقلية العامة، ولذلك تجد كثيراً منها غير مصقول⁽¹⁾.

المسألة الثانية: الإعلام بين العرب وغيرهم:

أو ما يمكن تسميته بالإعلام الخارجي.
وهذا النوع كان يتمثل فيما يلي:

- 1 - التجارة.
- 2 - المدن المجاورة للفرس والروم.
- 3 - البعثات اليهودية والنصرانية.
- 4 - الغزوات.

1 - التجارة:

منذ القدم كانت جزيرة العرب طريقاً عظيماً للتجارة، وكان فيها طريقان عظيمان للتجارة بين الشام والمحيط الهندي، أحدهما يسير شمالاً من حضرموت إلى البحرين على الخليج ومن ثم إلى صور، والثاني يبدأ من حضرموت ويسير محاذياً للبحر الأحمر مروراً بمكة المكرمة⁽²⁾.

وهذه الطرق التجارية أفادت العرب فائدة كبيرة، فقد كان في الجزيرة منتجات فائضة عن حاجة الناس لا بد من تصريفها، كما كان العرب محتاجين إلى كثير من منتجات البلاد الخارجية، لذا نشطت التجارة منذ القدم في الجزيرة، ووجدت مراكز تجارية مهمة في الشمال والجنوب والوسط، وعبرتها القوافل التجارية طويلاً وعرضاً وصيفاً وشتاءً⁽³⁾.
ويصعب علينا أن نظن أن هذه التجارة اقتصرت على تبادل العروض والنقود، ولم تتعداها إلى الأمور الإعلامية والمعنوية والأدبية، فإننا نرى أن العرب استفادوا فوق تجارتها المادية شيئاً من مدنية الفرس والروم وأدبهم، وهذا طبيعي، فالرحلات إلى الأمم المتمدنة تجعل دائماً تحت أعين الراجلين مدنية جديدة، يقنّبسون منها على قدر استعدادهم⁽⁴⁾.
فالتجار في الجزيرة العربية - كما في البلاد الأوربية - كانوا ينقلون الأخبار، ويقبسون بعض مظاهر المدنية وينقلونها من مكان إلى مكان⁽⁵⁾.

(1) أحمد أمين، فجر الإسلام، ص 60.

(2) أحمد أمين، فجر الإسلام، ص 15.

(3) د. سعيد إسماعيل علي، تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية، ص 58.

(4) أحمد أمين، فجر الإسلام، ص 15.

(5) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام، ص 22.

ويؤكد هذا الرأي ما جاء في كتاب أحمد أمين «فجر الإسلام»⁽¹⁾ حيث قال: (ولكن يجب أن لا ننسى أن من بين الذين كانوا ينتقلون بالتجارة أعظم قريش ثروة وعقلاً، ومنهم من كان له يد في إدارة شؤون الأمة في الإسلام من بعد، وهم أكثر استعداداً لنقل المدنية بما يرون من نظام في المعيشة ومبانٍ ضخمة ومعابد وبما يرون من حكومة تشرف على الأسواق، وتجبي الضرائب، ونحو ذلك، وبما يسمعون من قصص وأدب إذا فرغوا من تجارتهم وتنادموا).

وساق أحمد أمين دليلاً آخر، وهو ما أخذه العرب في جاهليتهم من كلمات كثيرة فارسية ورومانية ومصرية وحيشية نقلها هؤلاء التجار وأمثالهم، وأدخلوها في لغتهم، وجعلوها جزءاً منها، وأخضعوها لقوانينها، ونطق بها القرآن⁽²⁾.

2 - إنشاء المدن والإمارات المجاورة للفرس والروم:

إذا نظرنا إلى جزيرة العرب وجدناها تقع بين أعظم جارتين فارس شرقاً والروم غرباً، ولقد حاول الفرس

والروم أن يخضعوا العرب لحكمهم اتقاء لغزوهم وسلبهم، ولكنهم كانوا يعدلون عن ذلك لما يستلزمه فتح جزيرة صحراوية من ضحايا في الأنفس والأموال، ولأن طبيعة المعيشة العربية جعلتهم لا يخضعون لقوة واحدة إذا تغلب عليها المحارب خضعت له الأمة، بل هناك عصابات وقوات متعددة لا بد لإخضاع البلاد من الاستيلاء عليها جميعاً، وليس ذلك باليسير، من أجل هذا رأى الفرس والروم، أن خير وسيلة لدفع شر العرب أن يساعدوا بعض القبائل المجاورة على أن يُقروا على التخوم، ويزرعوا ويتحضرروا، ثم يكونوا رذءاً لهم يصدون غارة البدو الذين يغزون وينهبون، فتكونت إمارة الحيرة على تخوم فارس وإمارة الغساسنة على تخوم الروم⁽³⁾، وكانت هذه الإمارات أو المدن الجديدة هي همزة الوصل بين العرب من جهة والأمم المجاورة لهم من جهة ثانية⁽⁴⁾.

3 - الديانات اليهودية والمسيحية:

من الوسائل الإعلامية الخارجية انتشار اليهودية والمسيحية:

أ - اليهودية: انتشرت في جزيرة العرب قبل الإسلام بقرون، وتكونت فيها مستعمرات يهودية وأشهرها يثرب، وكان يهود يثرب ثلاث قبائل: بني النضير، وبني قينقاع، بني قريظة.

وقد اشتهر اليهود في جزيرة العرب حيث عُرفوا بمهارتهم في الزراعة،

كما اشتهروا أيضاً بالصناعة وخاصة الحدادة والصياغة وصنع الأسلحة⁽⁵⁾.

وكان اليهود حَمَلَة الثقافة اليونانية إلى الجزيرة العربية؛ لأنهم نزحوا إليها من مراكز هذه الثقافة بالشام والإسكندرية⁽⁶⁾ بعد إخماد الثورات التي قامت في وجه الإمبراطور [هارديان] ملتجئين إلى جزيرة العرب، فاختلط كثير من القبائل بهم⁽¹⁾.

(1) أحمد أمين، فجر الإسلام: ص 15.

(2) أحمد أمين، فجر الإسلام: ص 16.

(3) أحمد أمين، فجر الإسلام: ص 16.

(4) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 24.

(5) أحمد أمين، فجر الإسلام: ص 23 - 24.

(6) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 22.

كذلك عمل اليهود على نشر ديانتهم جنوبي الجزيرة؛ حتى تهوّد كثير من قبائل اليمن، ومن أشهر هؤلاء المتهودين ذو نواس، وقد اشتهر بتحمسه لليهود، واضطهاده لنصارى نجران⁽²⁾.

ب - المسيحية: تسرب إلى الجزيرة فرقتان كبيرتان من المسيحية، هما: النساطرة، واليعاقبة، فكانت النسطورية منتشرة في الحيرة، واليعقوبية في غسان وسائر قبائل الشام، كذلك كانت هناك صوامع أخرى في وادي القرى.

4 - الغزوات:

تعرض العرب في الجاهلية لغزوات خارجية كبيرة، حملت معها كثيراً من ثقافتها وإعلامها، ومن ذلك الغزو الحبشي لليمن في عام 525 م، وكان بتشجيع من الدولة البيزنطية، ولما أراد سيف بن ذي يزن إخراج الأحباش استعان بالفرس الذين تم لهم بالفعل فتح اليمن وطرد الأحباش،

وكان من شروط الفرس أن يتزوج الفرس من نساء اليمن، ولا يتزوج اليمنيون من نساء فارس⁽³⁾.

وفي الفترة من القرن الأول قبل الميلاد إلى أوائل القرن الأول بعد الميلاد حاول الرومان الاستيلاء على المملكة التي كونها الأنباط جنوب الشام عدة مرات، إلى أن استطاعوا ذلك في عهد (تراجان)⁽⁴⁾، إلى غير ذلك من الغزوات التي أفادت العرب إعلامياً وثقافياً⁽⁵⁾.



المبحث الرابع

تعريف الإعلام الإسلامي

نريد أن نعرّف الإعلام الإسلامي اصطلاحاً، ولقد سعيت جاهداً للحصول على تعريف عام ومحدد للإعلام الإسلامي، غير أنني وجدت تعريفين فقط أذكرهما فيما يلي:

(1) د. سعيد إسماعيل علي، تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 60.

(2) أحمد أمين، فجر الإسلام: ص 24.

(3) د. سعيد إسماعيل علي، تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية: ص 61 نقلاً عن عبد العزيز سالم: ص 82.

(4) تمهيد لتاريخ التربية الإسلامية، نقلاً عن كتاب فيليب حتي: ص 40.

(5) للتوسع يراجع: تيسير الفينتاني، مقومات رجل الإعلام: ص 48 - 60.

- التعريف الأول:

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

- التعريف الثاني:

(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 نوال خير الإسلام وهدية وإبعادهم عن الباطل أو إقامة الحجة عليهم)⁽²⁾. ولعلّ هذين التعريفين من أفضل وأوسع وأشمل التعاريف لمصطلح الإعلام الإسلامي؛ وذلك بسبب النظرة الشمولية المستوعبة لجوانب الموضوع، وتفرداته، وتفصيلاته.

ولابد هنا من التذكير بوجود مصطلحات إعلامية تدل على طبيعة ونوعية الإعلام مثل الإعلام الجماهيري، والإعلام السوري، والإعلام اللبناني، والإعلام الأمريكي أو الغربي وغير ذلك؛ لذا قلما نجد استخداماً شائعاً لمصطلح (الإعلام الإسلامي).

فلماذا لا نجد تداولاً للمصطلحات الإعلامية الإسلامية في الوسائل المختلفة المقروءة منها والمسموعة والمرئية وحتى على شبكة الإنترنت؟

إن السبب الرئيسي والمباشر لذلك هو التجزئة والفرقة التي نراها في العالم الإسلامي، المنقسم إلى دول متعددة ضعيفة بأنظمتها السياسية والاجتماعية وهي الأمة التي خاطبها ربها سبحانه وتعالى بقوله: (وإن هذه أمتكم أمة وحدة وأنا ربكم فاعبدون)، في الوقت الذي لانرى فيه إعلاماً مسيحياً، أو بوذياً... إلخ؟

نقول هذا الكلام دون أن ننسى أن القرآن الكريم والسنة النبوية المطهرة قد احتوت واستخدمت كثيراً من المصطلحات الإعلامية، نحو الرسائل التي كان يبعثها رسول الله صلى الله عليه وسلم إلى الأمراء والملوك ويدعوهم فيها إلى الإسلام. ونحو قوله لأصحابه: بلغوا عني ولو آية.

ولقد استخدم القرآن كذلك الكثير من المصطلحات الإعلامية، نجد منها على سبيل المثال لا الحصر:

- يا أيها الرسول بلغ ما أنزل إليك من ربك. ونحو:

- وما على الرسول إلا البلاغ. ونحو:

- وقال الملك انتوني به فلما جاءه الرسول.... إلخ.

والمتتبع لمصطلحات الإعلام والدعوة والإخبار والتبليغ في القرآن والسنة يجدها قد استخدمت بدقة وعبرت عن حقيقة هذه الدعوة والهدف التي ترمي إليه.

(1) د. محيي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية: 154.

(2) د. عمارة نجيب، الإعلام في ضوء الإسلام: 17 - 18، وللتوسع يراجع: تيسير القباني، مقومات

رجل الإعلام: ص 17 - 22.

وإن هذه الدعوة لا تؤتي ثمارها حتى يكون لها طرائق ووسائل يستخدمها كل رجل إعلامي إسلامي ، وذلك يختلف من زمان إلى زمان ويتطور بتطوره فكانت وسائل الإعلام في عهد النبي : الأذان ، والخطبة ، والرسالة المكتوبة أو الاتصال الشفهي ، والقدوة الشخصية .

* * *

الفصل الثاني علاقة الإعلام بالعلوم الأخرى

هناك علاقة عضوية بين علم الإعلام والعلوم الأخرى، ومن باب الاختصار نأخذ علماً واحداً ونسلط الأضواء عليه ألا وهو الأمن، لنرى كيف تكون العلاقة بين الأمن والإعلام. فقد أكد القرآن الكريم في كثير من آياته على نعمة الأمن، وعلى أهميته في حياة الناس، مثال ذلك قوله تعالى: (الَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُهْتَدُونَ) (1). وقوله عز وجل: (لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ (1) إِيْلَافِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ (2) فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا النَّبِيِّ (3) الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ) (2). وقوله سبحانه: (وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ) (3). هذا ولقد اختصر التاريخ، وكادت أن تُلغى الجغرافية، حتى بات الإنسان يرى العالم ويسمعه من مقعده، ولم يقتصر ذلك على اختراق الحدود السياسية، والسودد الأمنية، وإنما بدأ يتجاوز أشياء كثيرة، حتى وصل الأمر إلى إلغاء الحدود الثقافية، ويتدخل في الخصائص النفسية، وتشكيل القناعات العقديّة، فيغيّر بناءها وفق الخطط المرسومة لصاحب الخطاب الأكثر تأثيراً، والبيان الأكثر سحراً، والتحكم الأكثر تقنية.

ولبيان دور الإعلام في حفظ الأمن والاستقرار، ومدى الترابط القوي بين الإعلام والأمن؛ نسوق هذين المثالين:

مثال أول: عندما نشير عبر وسائل الإعلام العربية إلى تحريم الإرهاب والسرقة وقتل النفس التي حرّم الله إلا بالحق وتحريم الزنى، وأكل أموال الناس بالظلم والعدوان. ونوضح أن هذه الأفعال محرمة، ويعاقب الله عليها عقاباً شديداً في الآخرة، بالإضافة إلى العقوبة الدنيوية، حينما يتم القبض على المجرم وتثبت الجريمة في حقه، تُرى ما النتائج الأمنية لهذه المواد الإعلامية؟! إنها وكما يبدو ستكون إيجابية.

مثال آخر يتعلّق بنشر الجريمة في ظلال الإسلام: إذا كانت الجريمة لم تثبت شرعاً، فلا يجوز نشرها أو إشاعتها بطريقة مثيرة، لما في ذلك من تجريح لأعراض الناس، ولما في نشر السوء من زعزعة الثقة في المجتمع، قال تعالى:

وقد ساق - سبحانه - قبل ذلك وهو يتحدث تفصيلاً عن حادثة الإفك - قوله: (إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ) (1) وَلَوْلَا إِذْ

(1) الأنعام: 82.

(2) قريش: 1-4.

(3) النحل: 112.

سَمِعْتُمُوهُ فَلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهِذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَانٌ عَظِيمٌ *يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ
أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ (النُّور: 15-17)، لكن وبعد ثبوت الجريمة وصدور الحكم يمكن
إعلان الحكم مع التنفيذ، ولكن ليس بوصف الجريمة وصفاً تفصيلياً، وبشكل يلحق الضرر
ويمسّ الأخلاق ويخدش الحياء، وإنما يعلن الحكم لكي يرتدع الآخرون.

ولا مانع من التعليق على الجريمة وبشاعتها، وتحذير الناس من الوقوع في مثلها،
وتوضيح ما حلّ بالجاني من العقوبة جزاء ما اقترفه، لكي يرتدع المجرمون أو من يفكر في
الإجرام، وهذا هو الغرض الأساس من نشر الجريمة، كما قال تعالى: (وَلَكُمْ فِي الْقِصَاصِ حَيَاةٌ
يَأُولِي الْأَلْبَابِ) [البقرة: 179]، من هنا يتبين لنا أن الإعلام الإيجابي ضرورة اجتماعية
وأمنية ومطلب لا يمكن الاستغناء عنه، وبشكل آخر: فكلما زادت معرفة الجمهور بسياسات
النظام السياسي وأهدافه، كلما كانوا أكثر انقياداً وطاعة له، لهذا نجد وسائل الإعلام تقوم بنشر
وإذاعة بعض الحوادث، حيث إنها تعتبر أن من حق الجمهور أن يتعرف ويطلع على مثل هذه
الحوادث، ويُدرك مدى كفاءة أجهزة الأمن بكشف تلك الجرائم والقبض على مرتكبيها.
هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تقوم بتقوية الرادع لديه، ومنعه من ارتكاب مثل تلك
الجرائم، أو حتى مجرد التفكير بارتكابها.

إذن:

إن التأثير بين الإعلام والأمن تأثير متبادل، فكما أن للإعلام الأثر الإيجابي والسلبي؛
فإن توافر الأمن كذلك لرجل الإعلام، أو عدمه له آثار إيجابية وسلبية على المواقف.
وبالتالي، فإن حدّر رجل الأمن من الإعلامي، وتخوّف الإعلامي من رجل الأمن يضرّ
بمصلحة التعاون بين الطرفين، ولذلك كان التنسيق والتعاون مطلباً ملحاً بين الجهتين، إذ إنه
يعبر عن العلاقة التكاملية بين سائر أنواع السياسات الإعلامية والسياسات الاقتصادية
والاجتماعية والثقافية حتى يكون الإعلام إيجابياً ويحقق أهدافه على كل صعد المجتمع ويربط
كل مؤسساته معاً.

فالإعلام الناجح الهادف إلى تحقيق تنمية شاملة في المجتمع لا بد أن يستفيد ويوظف
سائر العلوم لخدمته وتحقيق غايته وهي في النهاية تصب في هدف واحد هو التنمية البشرية
الشاملة لكل المجتمع.

وأكبر دليل على كون الإعلام جزء من المنظومة الاجتماعية الكبرى لا يمكن يسير
مستقلاً، هو الهدف والغاية منه فالإعلام يهدف إلى محاربة الآفات الاجتماعية والاقتصادية
كالفقر والامية والإرهاب بل والفكرية وهي أخطر آفة يحاربها الإعلام بكل وسائله المتاحة.
ومن هنا لا بد من التأكيد على العلاقة التبادلية التكاملية بين السياسات الإعلامية والاقتصادية
الاجتماعية والثقافية.

* * *

الفصل الثالث

خصائص الرسالة الإعلامية الناجحة

أ - ما المقصود بالرسالة الإعلامية؟

المقصود بالرسالة الإعلامية: (كل مادة ذات صفة إعلامية، مقروءة أو سمعية، أو بصرية سمعية، أو مرئية أو شفوية، يقصد منها التأثير على المتلقي، ويمكن قياس نتائجها بالنسبة لأهداف محددة سابقاً).

فقولنا: رسالة: الهدف منها بيان المسار الإعلامي الذي تتجه إليه وفيه المادة المقدمة، وهو أنها في اتجاه معين إلى هدف أو موضوع معين، وليست مجرد لغو يطلق حينما اتفق، وكيفما اتفق، وبلا هدف محدد واضح جليّ.

وقولنا: إعلامية: الهدف منها توضيح الطبيعة المفروضة في المادة الإعلامية، وهي أنها ليست كالرسالة الموجهة إلى فرد بعينه، بل لها صفة الشمول لفئة أو طبقة أو أمة بأكملها، وقد تكون صفتها شخصية من حيث ذاتها، ولكن في الوقت نفسه يتم إعداد الكثير من نسخها ليتم إرسالها أيضاً إلى الأفراد العديدين.

وقولنا: مقروءة أو سمعية... إلخ الهدف منها بيان الوسائط الإعلامية التي تُعدُّ أداة التوصيل للرسالة الإعلامية إلى المرسل إليه، وهي تختلف بحسب طبيعة الرسالة، وشخصية المتلقي، وظروف الإرسال، وعوامل أخرى ثانوية.

وقولنا: يقصد منها التأثير: الهدف من ذلك: بيان أن لكل رسالة إعلامية غموضاً معيناً، وإذا لم يكن لدى رجل الإعلام غرض يبتغيه من رسالته، سقطت رسالته من مجال الإعلام بمعناه الحديث.

وقولنا: يمكن قياس نتائجها: الهدف من هذا بيان أهمية المتابعة في مجال الإعلام، وكيفية تقويم الرسالة الإعلامية بالنظر إلى النتائج التي حققتها.

ولرجال الاتصال وسائل معينة يعرفون بها اتجاهات الرأي العام، ومدى بلوغ الرسالة الإعلامية هدفها في تشكيلة ما، أو التأثير في المتلقي أيّاً كان.

ب - الخصائص الإعلامية للرسائل الناجحة:

1 - أن تكون ذات معنى في حياة المتلقي:

ومعنى كونها ذات معنى: أن تكون متصلة بحياة الجمهور ومعبرة عنه، ومغيرة ومؤثرة في سلوكه واتجاهاته، وفي سلوك واتجاهات من يتصل به من أهل وعشيرة في البيئة نفسها التي يحيا فيها.

وقد دلت التجارب الكثيرة على أن المتلقي لا يهتم في كثير أو قليل - أن يبذل جهداً في متابعة أو مشاهدة رسالة إعلامية لا تمت إليه بصلة، فهو يعرض عنها إلى غيرها من وسائل الترفيه، أو يبحث عن مادة أخرى يجد فيها ما يربطه بوسيلة الاتصال، وأساس ذلك كله: أن الإعلام عملية اختيارية وليست إجبارية، فكل إنسان يحس بحريته الكاملة في أن يقتنع بما يقرأ

أو يسمع أو يشاهد، وكل إنسان كذلك يتمتع بالحرية المطلقة في أن يحول اقتناعه إلى سلوك عملي.

ولكن الرسالة الإعلامية الناجحة: هي التي تفلح في تحقيق هذه المعادلة: (الفهم + الإقناع) = السلوك العملي، ومن الواضح أن الفهم في مجال الإعلام مقدمة للإقناع، وهذا أمر يتعلق بإعداد الرسالة وتهيئتها لتكون واضحة بالنسبة للمرسل إليه، وحيث إن الوضع أمر نسبي - فقد يكون واضحاً بالنسبة لك ما ليس واضحاً بالنسبة لي - فإن الأمر يقتضي أن يتعرف رجل الاتصال على طبيعة المتلقي وميوله ومستوى ثقافته، قبل أن يتصدى له بالرسالة الإعلامية الموجهة.

كما أن الوسيلة الإعلامية نفسها تمارس دوراً مهماً في جعل الرسالة ذات معنى بالنسبة للمجتمع، تلك هي نقطة البداية في «العمل الإعلامي».

(2) أن تكون قادرة على كسب ثقة المتلقي:

بمعنى أن تكون الرسالة خالية من المبالغة في إعدادها، ومن التهويل في طريقة تقديمها، دون أن يتصف مقدمها بالتفريط أو الإفراط في إبداء انفعالاته.
- ولكن لماذا تعدُّ ثقة المتلقي شرطاً في نجاح الرسالة؟

لأن ذلك يؤثر في مدى تقبل الجمهور للرسالة الإعلامية التي يقدمها رجل الاتصال، وقد يحرك عدم الثقة عوامل المقاومة المضادة لعناصر الرسالة، ومن ثم فإن رجل الإعلام مطالب في المقام الأول بأن يكون ما يقدمه للجمهور معقول المعنى، مبرراً بدرجة كافية، خالياً من عنصر التهديد والوعيد، لأن النفس أميل إلى نبذ ما يهددها، وتجاهل ما يخدعها، وطرح ما يجلب لها التوتر والانزعاج.

فكيف يكون في الرسالة الإعلامية القائمة على الود والتواصل ما يقلب نهارنا ليلاً وسلامنا ويلاً؟ (إنَّ فِي ذَلِكَ لَذِكْرَى لِمَنْ كَانَ لَهُ قَلْبٌ أَوْ أَلْقَى السَّمْعَ وَهُوَ شَهِيدٌ) [ق: 37]..

(3) أن تتبع الترتيب السيكولوجي:

هذه ناحية مهمة جداً في إعداد المادة الإعلامية، ولا يعد كل من افتقد هذه الحاسة الفنية الإعلامية إعلامياً ناجحاً، لاسيما من يمارسون مهنة التحرير الصحفي، والإعداد الإذاعي والتلفزيوني.

والمقصود: أن المادة الإعلامية تتصف بما يشبه الوحدة العضوية، ولكن رجل الإعلام لا يقدم المادة كما هي، بل يقدمها كما يستطيع المتلقي أن يتأثر بها في أفضل حالة ممكنة، هذا هو المقصود بالترتيب السيكولوجي، أي الترتيب النفسي كما يكشفه العلم.

وبعبارة أخرى: نحن مطالبون بأن نقيس حركة النبض النفسي لدى المتلقي.

مطالبون بأن نسايره ونسير معه في إحساسه بالمادة الإعلامية.

مطالبون بأن نقدم له المادة بقدر ما تمنحه طاقته النفسية من الفهم والتقبل والامتناع والحماس أيضاً.

مطالبون بأن نستثير عاطفته قبل أن نخاطب عقله.

وإليك هذه التجربة التي أجراها (هارتمان)، وتحدث عنها في صحيفة علمية متخصصة.

(أ) ففي إحدى النشرات الحزبية: استخدمت طريقة الاستمالة العاطفية في الدعاية

لمرشحي الحزب، من إغراء، وإثابة، وإثارة... إلخ.

(ب) وفي دوائر أخرى: وزعت نشرات تتبع طريقة (الاقتناع المنطقي) التي تقوم على تقديم الأفكار العقلية، ومناقشتها بطريقة منطقية بحثة.
(ج) وفي دوائر أخرى: لم تكن هناك نشرات من أي من النوعين، ولا غيرهما. وكانت النتيجة العجيبة:

- زيادة نسبة الناخبين بمقدار 50% عن ذي قبل، بالطريقة العاطفية.
- زيادة نسبة الناخبين بمقدار 35% عن ذي قبل بالطريقة المنطقية.
- زيادة نسبة الناخبين بمقدار 24% عن ذي قبل، بالطريقة الثالثة.
اجعل مخاطبتك للعاطفة وسيلة إلى إقناعك للعقل واجعل للمادة الإعلامية مناطق إثارة، ومناطق إقناع، وليكن لكل منها أسلوبه المناسب.
اتبع في أداء كل جزء من المادة ما يناسبه، فالتلويح في الأداء وسيلة جاذبية، ودليل على الاقتناع بالرسالة الإعلامية.
الرسالة الإعلامية تحلق بجناحين من العاطفة والعقل، دون أن يجور أحدهما على الآخر.
أما إذا تعارضت الرسالة الإعلامية مع غيرها: فإما أن تكون متوافقة معها، أو مضادة لها:

أ - في حال كونها متوافقة معها، فإن المتلقي لها لا يرى ضياع جهده ووقته في استقبال مادة إعلامية مكررة؛ لأنه في هذه الحالة يميل إلى استقاء معلومات جديدة، وقد تلقاها من الرسالة الأولى.

وقد تزيد المادة المكررة نوعاً من التأكيد لما سبق ذكره، ولكن التأكيد وحده، شأنه شأن كل النوافل الثانوية في حياة الإنسان، لا يحتل المكانة الأولى من اهتمام الفرد بشؤون ديناه. وهذا يؤكد ضرورة الاهتمام بالتنسيق في إدارة المطبوعات على مستوى الدولة كلها، بل على مستوى المنطقة الإسلامية الممتدة، لأن كثيراً من المطبوعات يهددها التكرار: فنرى كتاباً قد صدر في موضوع معين، يتلوه كتاب آخر في الموضوع نفسه في الدولة نفسها أو دولة تجاورها، وهذا يضاعف من نسبة الفاقد في الجهد والمال أيضاً.

وأرى أن تسعى وسائل الإعلام للتعاون فيما بينها، لاسيما في مجال التحرير والطبع والنشر؛ لأن التعاون يعود بالفائدة الجلى على المتلقي، وعلى الناشر بوجه خاص؛ ففي التعاون قوة، ومنعاً للتكرار، وإبرازاً للجانب المشرق من الكتابات، وتوجيه للمؤلفين لتطوير قدراتهم، وإفادة للقارئ بأسلوب جديد، بعيداً عن الغموض، أو عن تكرار طبع الكتاب الذي يُعدُّ خبزاً يومياً للمكتبات.

وما من شك أن هذه الطريقة ذاتها هي مفتاح للجودة الإعلامية، مما يسمح بالإفادة منها بمختلف اللغات الأخرى، وتصديرها للإذاعات الإسلامية وصحفها أيضاً، لأن كثيراً من أجهزة الإعلام الإسلامية تحتاج إلى المساعدة الإعلامية حتى تقوى في مداها وفي برامجها، وبذلك تصبح ذات ثقل تأثيري على شعوبها، وعلى عاتق الدول الإسلامية المتقدمة في مجال الخبرة الفنية والعلمية دور كبير في هذا أيضاً.

ب - أما إذا كانت الرسالة الإعلامية الأخرى مضادة للأولى - فهنا يكمن الخطر كل الخطر، فإن من شأن الرسائل الإعلامية المتعارضة أن توقع المتلقي في ارتباك وحيرة شديدين - أيهما يصدق: الأولى أو الثانية؟! إن تفضيل رأي على رأي، أو رسالة على رسالة،

أو مضمون فكرة إعلامية على مضمون فكرة إعلامية أخرى أمر لا يجعله مرشداً، أو مرفهاً، ولا يتوقع منه أن يضعه موضع الغرض لمجموعةٍ من السهام الطائشة، وإذا كان التعارض بين رأيين يؤدي لإسقاط أحدهما للآخر، فإن معارضة الحجة بأخرى يجعل المتلقي يطرح الحجتين أيضاً.

وصفوة القول في هذا المقام: إن مستقبل الرسالة الإعلامية يحتاج إلى ما يقدمه إليه رجل الاتصال من جانب واحد، غير متعارض ولا متناقض، مدفوعاً إلى ذلك بالثقة من جهة، ومجارة رأي الأغلبية من جهة أخرى.

وهناك ملاحظة أخرى تتعلق بإعداد الرسالة الإعلامية؛ لتكون ذات حصانة قوية ضد ما يحتمل أن يعارضها من الرسائل الإعلامية، ألا وهي ضرورة البرهنة على مضمون المادة، فمن الأفضل أن تصاغ المادة بطريقة تذكر معها الأدلة والحجج، حيث يتعذر مقاومتها أو معارضتها بغيرها، لأن الرسالة الإعلامية باعتبارها شكلاً من الأشكال الأدبية من حيث الصياغة، أو العلمية من حيث المضمون، ينبغي أن تكون مستوفاة من ناحية الإقناع العاطفي والمنطقي معاً.

ومن الجدير بالذكر هنا: أن البرهنة القائمة على حقائق الحياة الواقعية أكثر ثباتاً وعمقاً في النفوس من البرهنة القائمة أو المستندة على الآراء الشخصية أو الشهادات المنقولة. وهذا هو ما أسفرت عنه التجارب العلمية؛ التي أجريت في هذه الناحية المهمة المتعلقة بأساليب الإقناع الإعلامي.

(4) أن يكون للرسالة الإعلامية مطلب واضح، وهدف محدد:

ماذا يريد رجل الإعلام من توجيه رسالته الإعلامية؟

- هل يقصد بذلك تحقيق هدف محدد، لا يكشف عنه الستار، بل يتركه إلى ذكاء المتلقي قارئاً كان أو مستمعاً أو مشاهداً؟

أم من الضروري تركيز الضوء الإعلامي على الهدف، بحيث لا يتعب المتلقي في البحث عن الهدف المتوفى وراء مضمون الرسالة؟

وإذا كان رجل الإعلام يعرض في رسالته قضية من القضايا ذات الصلة السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية... فهل يقدم وجهات النظر المتعددة حولها فحسب، أو يهتم بإبراز وجهة نظره هو أيضاً؟

ما القول الفصل في هذا الموضوع؟

إن أمامنا تجربة عملية تقدم لنا الجواب الشافي عن هذه التساؤلات جميعاً، وكل ما علينا فعله هو أن نتذكر جيداً، لأنها ذات دلالات علمية وإعلامية في غاية الأهمية:

(عرض الباحثان ماندال، وهوفلاند عينة مختارة من الطلبة وهي تسجيلان لبرنامجين، من المفروض أنهما مأخوذان من برنامج إذاعي يستحسن إعادة تقييم العملة.

كان البرنامجان متماثلين تماماً، باستثناء أن:

أحدهما ذكر نتائجه بوضوح وتحديد.

في حين ترك البرنامج الثاني نتائجه ضمنية لكي يستنتجها الجمهور.

وقد وصلت نسبة التغيير بين أفراد المجموعة التي سمعت البرنامج الذي ذكر أهدافه

بوضوح 94%.

في حين بلغت نسبة التخيير 31% فقط، بين أفراد المجموعة الثانية، التي استمعت إلى البرنامج الذي لم توضح أهدافه بل كانت تلك الأهداف ضمنية⁽¹⁾.

ماذا نستفيد من هذه التجربة؟

نستفيد أنه: كلما كانت أهداف الرسالة الإعلامية واضحة محددة، تقبلها الجمهور وتفهمها، وعمل بما فيها أكثر.

هناك قضية أخرى ترتبط بتحديد الهدف من الرسالة: ألا وهي اهتمام مقدم الرسالة بالكيفية التي يتم بها تحقيق هدف الرسالة الإعلامية، فقد يكون هدف الرسالة واضحاً، وقد يكون أيضاً مفهوماً، ولكن عائقاً واحداً يقوم دون وضع هذا الهدف موضع التنفيذ؛ ألا وهو الكيفية التي يمكن بها إنجازه، وهذا مثال نوضح به القضية:

قد يتوجه خبير الاتصال إلى الجمهور برسالة إعلامية هادفة كالدعوة إلى التبرع بالدم مثلاً، ويأتي بكل الدلائل المقوية لدعوته، وما لها من آثار حميدة في إنقاذ الجرحى وتقديم المعونة لهم، لاسيما إذا كان ذلك في وقت الحرب، ويصبح المتلقي في ذروة الاقتناع الذي يوشك أن يتحول إلى نزوع عملي.

ولكن ما الذي ينقص رسالة كهذه؟

ينقصها أن يشرح رجل الاتصال للمستمع طريقة التبرع بالدم: من حيث المكان الذي يتم فيه ذلك، والزمان المناسب لتقديم هذه الخدمة، والكيفية التي يتم بها الحصول على الكمية المطلوبة، بشرط ألا تكون منفرة، وبشرط أن لا يكون هذا كله مما يشق على المتطوع: من بعد المكان أو تأخر الزمان، أو تعقيد الكيفية، أو صعوبة الاهتداء إلى مركز الخدمة التطوعية. فقد استنتج الباحث كارتريت، بعد دراسة الاستمالات التي تشجع شراء سندات الحرب أنه:

كلما تم تحديد أسلوب العمل المطلوب لتحقيق الهدف بدقة، في الرسائل الإعلامية؛ زاد احتمال إقدام الجمهور على السلوك المطلوب لتحقيق ذلك الهدف، وقد وجد الكابتن والزرزفيلد بالمثل أنه:

(كلما كان الاقتراح الذي يقدمه القائم بالاتصال محدداً، ازداد احتمال اتباع النصيحة)⁽¹⁾.

- احترام مُعدِّ الرسالة الإعلامية للآراء والاتجاهات السائدة:

لا يعني هذا أن يلتزم معد الرسالة بحرفية الاتجاهات والآراء السائدة لدى الجماهير، وأن يجعل منها نقطة البدء في اختيار موضوعاته، ولكن محور العمل بهذه الخاصية الإعلامية:

(1) للتوسع يراجع: نظرية الإعلام، أمينة الصادي: ص 22 - 33. والرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، د. محمد عبد القادر حاتم: ص 32. وأصول الإعلام الحديث، إبراهيم سرسيق: 62 - 65

(1) الرأي العام وتأثره بالإعلام والدعاية، د. محمد عبد القادر حاتم: ص 39. وأصول الإعلام الحديث، إبراهيم سرسيق: 68. ونظرية الإعلام، أمينة الصادي: ص 37.

أن رجل الإعلام يستطيع من خلال الاتجاهات السائدة أن يتبنى اتجاهات جديدة لدى الجماهير، ويستفيد استفادة ذكية مما يوجد لديها بالفعل، وهذا عنصر مهم من العناصر التي قامت عليها الدعاية الألمانية في عهد

(جوبلز).

فإذا كان لدى الجماهير اتجاه أساس نحو المحافظة على النفس والوقاية من الأمراض ، فإنه يمكن ربط الكثير من الرسائل الإعلامية بهذا الاتجاه الأساس .

(وهذا مشروط في أي حال؛ أن يكون لدى رجل الإعلام معيار خلقي يتحرك على أساسه في حرفة الإعلام⁽¹⁾ وهو أمر مفروغ منه، بل إن أهميته لتعلو على سائر الأهميات، لا في الإعلام وحده بل في سائر المهن النظرية العلمية).

وفي سبيل الإصلاح: يمكن لرجل الإعلام أن يستخدم الصيغ الكلية هذه استخداماً دعائياً؛ ليثبت منه إلى تحريك عناصر المجتمع كلها - من أكثرية وأقلية - ليضعها تحت الرقابة الشاملة والتوجيه الإصلاحي العام.

وماذا تكون رسالة الإعلام إلى القيادة الحية الذكية الواعية؛ التي يمكنها أن تمسك بزمام الصفة وتقوم الناس كافة إلى واحة الفردوس الحضاري القائم بالدرجة الأولى على الوعي الديني؟⁽²⁾

* * *

(1) ومن هنا يخلو للكثيرين في سائر المهن على اختلافها أن يجتمعوا لوضع ميثاق شرف المهنة، وهو أمر لا بأس به على كل حال، شريطة ألا يقتصر الجهد المبذول على شراء المداد والكتابة (يأئها الذين آمنوا لا تلجأوا شعائر الله ولا الشهر الحرام ولا الهدى ولا القلائد ولا أمين البيت الحرام يبتغون فضلاً من ربهم ورضواناً وإذا حللتم فاصطادوا ولا يجرمنكم شنآن قوم أن صدوكم عن المسجد الحرام أن تعتدوا وتعاونوا على البر والتقوى ولا تعاونوا على الإثم والعدوان واتقوا الله إن الله شديد العقاب*) [المائدة: 2]، ثم طرح المداد والميثاق في السلة المعروفة.

(2) للتوسع يراجع: إبراهيم سرسيق، أصول الإعلام الحديث: 65 - 75.

الفصل الرابع مدى تأثير ملكية وسائل الإعلام على الوظائف الإعلامية

لا بد من دراسة هذا الموضوع المهم، وذلك من خلال عدة محاور، أهمها ما يلي:

المبحث الأول الجانب الإيماني: طبيعته وأثره في تجديد نمط الملكية

أثر الإيمان في ملكية وسائل الإعلام:

جعل الله - سبحانه وتعالى - الأرض كلها ميراثاً لعباده المؤمنين، ومن ثم فهُم أولى الناس بالحقوق فيها، فالمؤمنون أكمل الناس حقوقاً وأرفعهم منزلة عند الله؛ بخلاف غيرهم من الكفار والمشركين كما قال سبحانه: (وَلَقَدْ كَتَبْنَا فِي الزَّبُورِ مِنْ بَعْدِ الذِّكْرِ أَنَّ الْأَرْضَ يَرثُهَا عِبَادِيَ الصَّالِحُونَ)⁽¹⁾ فإذا كان الإيمان سبباً في وراثة الأرض، فهذا يعني أن له شأناً عظيماً في ملكية وسائل الإنتاج والانتفاع بها.

وفي ضوء ما سبق من تعريف وبيان لحكم الإيمان، يمكن التعرف على أثره في ملكية وسائل الإعلام من جانبين:

أحدهما: الواجبات الشرعية التي يستلزمها معنى الإيمان على المسلم: فمن خلال الواجبات الشرعية ذات الصلة بوظائف وسائل الإعلام في المجتمع المسلم، يمكن التوصل لمعرفة أثر الإيمان في تقرير حق ملكية هذه الوسائل، ومن يشمله هذا الحق من فئات المجتمع.

الأخر: درجات الناس في ميزان الإيمان: ومن خلال ذلك يمكن التعرف إلى أثر الإيمان في تحديد معايير وضوابط من يحق له تملك وسائل الإعلام من الأفراد في المجتمع المسلم.

(1) الأنبياء: 105. «الزبور»: الكتب المنزلة. «الذكر»: اللوح المحفوظ.

المطلب الأول: أثر الواجبات الإيمانية في تقرير حق ملكية وسائل الإعلام.

تنطوي مهمة الإعلام في الإسلام على واجب شرعي، يقوم به المسلمون تجاه دينهم ويأثمون إذا تركوه أو قصرُوا فيه، وهو واجب محكوم في مضمونه بالقاعدة النبوية الشريفة: «ومن كان يؤمن بالله واليوم الآخر فليقل خيراً أو ليصمت» متفق عليه⁽¹⁾، فليس العمل الإعلامي في الإسلام قائماً على رغبة شخصية مجردة، أو لهوى أو غرض دنيوي، أو رغبة في التسلط وتحقيق المصالح الشخصية والمادية، أو الأهواء الضالة، كما هو الحال في واقع حياة الناس اليوم ونظمها الإعلامية المختلفة.

ومن الواجبات الشرعية التي يستلزمها إيمان العبد بربه، ما له صلة بالإعلام ووسائله، كواجبات القول المتعددة التي تعد مسوغات شرعية لتملك وسائل الإعلام من أجل القيام بها، فضلاً عن توقف القيام بها على الوجه المطلوب في بعض الحالات على تملك تلك الوسائل؛ مما يحيل ملكية الوسائل من المقام المباح إلى مقام الواجب.

ومن تلك الواجبات، الواجبات القولية التالية:

أولاً: واجب نشر الدين والدعوة إليه والدفاع عنه:

فهذا الواجب من الواجبات الشرعية التي تجب على أفراد المسلمين وجماعاتهم قاطبة، فضلاً عن ولاية أمرهم، كل بحسبه، كما قال سبحانه وتعالى: (وإذ أخذ الله ميثاق الذين أتوا الكتاب لتبيننه للناس ولا تكتمونه)⁽²⁾، وقال ع: «نصّر الله امرأ سمع منا حديثاً فحفظه حتى يبلغه غيره»⁽³⁾، وفي رواية: «سمع مقالتي فوعاها ثم أداها إلى من لم يسمعها، فربّ حامل فقه لا فقه له، وربّ حامل فقه إلى من هو أفقه منه... الحديث»⁽⁴⁾.

والبيان والتبليغ لدين الله يتطلب جهداً ووسيلة، ومن أبرز مظاهر هذا الجهد البيان بالقول، وأما الوسيلة فلكل زمان وسيلته، يقول ابن تيمية في شرط تبليغ الرسالة: (الشرط أن يتمكن المكلفون من وصول ذلك إليهم، ثم إذا فرطوا فلم يسعوا في وصوله إليهم، مع قيام فاعله بما يجب عليه، كان التفريط منهم لا منه)⁽⁵⁾.

فإبلاغ الدين بما يمكّن الناس من وصوله إليهم ومعرفتهم له شرط في تحقيق البلاغ، وخلو الذمة من المسؤولية والحرص، وقد يسر الله سبحانه وتعالى وسائل الإعلام المعاصرة لتحقيق أكبر قدر ممكن من البلاغ، والتكليف الشرعي مرتبط بالوسع (لا يُكَلَّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا)⁽⁶⁾، والوسع هو الطاقة⁽⁷⁾، أي: على المكلف أن يبذل وسعه وطاقته لأداء التكليف الواجبة عليه، فيكون تملك وسائل الإعلام للقيام بهذا الواجب الشرعي بالنسبة للقادر عليه، من الواجبات الشرعية (وما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب)، إذ إن من المتعذر على كثير من

(1) رواه البخاري (6018) ومسلم (47).

(2) آل عمران: 187.

(3) رواه أبو داود (3660) والترمذي (2658) وابن ماجه (230) وأحمد (183/5).

(4) رواه ابن ماجه (230) وأحمد (80/4) ومجمع الزوائد (139/1).

(5) شيخ الإسلام ابن تيمية، الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر: ص 14 - 15.

(6) البقرة: 286.

(7) انظر: الإمام القرطبي، الجامع لأحكام القرآن: 429/3.

الناس والأمم اليوم الوصول إلى الحق ومعرفته، لاسيما مع قيام الحدود والأنظمة السياسية التي تتحكم في الناس، فيبقى واجب المسلمين في تيسير ذلك صور؛ يتمكن الناس بها من الوصول إلى الحق.

وقد بلغ رسول الله ﷺ بما أتيح له من وسائل في عصره. فما أوحاه الله إليه من القرآن والسنة بلغه لمن حوله مشافهة كلاماً غير منقوص. وبلغه بفعله، فحج مع المسلمين وقال ﷺ: «لتأخذوا مني مناسككم»⁽¹⁾ وصلى أمامهم وقال: «صلوا كما رأيتموني أصلي»⁽²⁾.

كما بلغه بوسائل التبليغ المتاحة لمن لم يبلغهم بصوته، فكتب الملوك، وأرسل الرسل إليهم يدعوهم إلى الإسلام، ويبين لهم دين الله⁽³⁾.

والقول والفعل والكتابة أسس العمل الإسلامي، ووسائل البلاغ الإعلامي لا تخرج عن هذه الأساليب الثلاثة، فالوسائل المسموعة في مجملها تعتمد على القول، وتعتمد الوسائل المرئية على الفعل والقول، كما تعتمد الوسائل المطبوعة بدرجة أولى على الكتابة.

وعليه فوسائل الإعلام الحديثة من أهم وسائل البلاغ لدين الله ونشره بين العالمين، وإقامة الحجة عليهم بذلك، ولما تتميز به من قدرة على تخطي الحواجز المادية والمعنوية، وأداء للبلاغ المبين في أروع صورة وأقواها؛ بما يتاح فيها من إمكانات فنية متنوعة، تعين على تزيين الحق وتجميله، وعرضه في صور زاهية جميلة، تكفل وصوله للناس.

وإذا كان بيان دين الله وتبليغه لا يتم في عالم مثل عالمناء، متشابك المصالح، متباعد الأطراف والنواحي، معقد العلاقات، إلا بمثل هذه الوسائل التي تستطيع تجاوز كل تلك العقبات، وتحقق الكثير من المصالح، فإن تملك أفراد المسلمين وجماعاتهم لها من أجل هذه الغاية من أعظم المهمات وأوجب الواجبات، انطلاقاً من القاعدة الفقهية: (ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب).

ومن المؤسسات الإعلامية المسموعة: إذاعات القرآن الكريم، والتي يُبث من خلالها كتابُ الله متلوّاً؛ إضافة إلى البرامج اليومية مثل: (نور على الدرب) والأسبوعية مثل: (مجالس العلماء) و(ركن الدعوة والإفتاء)، إضافة إلى البرامج الإسلامية في الإذاعات العامة، وكذا البرامج الموسمية مثل مناسبة رمضان، والحج. وتأتي الصحف اليومية والأسبوعية والشهرية والفصلية والحولية، لتصبّ في حقل الكلمة والقول.

ثانياً: واجب الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر:

وهو واجب شرعي على الأمة أفراداً وجماعات، كما قال الله سبحانه وتعالى: (وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ)⁽⁴⁾،

(1) رواه مسلم (1297) وأبو داود (1944). والترمذي (886) والنسائي (258/5) وابن ماجه (3023).

(2) رواه البخاري (6008) وأحمد (53/5).

(3) انظر: الإمام ابن القيم، زاد المعاد في هدي خير العباد: 117/1 وبعدها.

(4) آل عمران: 104.

قال ابن كثير - رحمه الله - : (المقصود من هذه الآية أن تكون فرقة من هذه الأمة متصدية لهذا الشأن، وإن كان ذلك واجباً على كل فرد من الأمة بحسبه، كما في «صحيح مسلم» عن أبي هريرة قال: قال رسول الله ع: «من رأى منكم منكراً فليغيره بيده، فإن لم يستطع فبلسانه، فإن لم يستطع فبقلبه، وذلك أضعف الإيمان» وفي رواية: «وليس وراء ذلك من الإيمان حبة خردل»⁽¹⁾⁽²⁾.

وفي الحديث الآخر عن أنس رضي الله عنه أن رسول الله ع قال: «جاهدوا المشركين بأموالكم وأنفسكم وأسننكم»⁽³⁾.

فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر مسؤولية جماعية، وواجب فردي، وهو في أصله قول، لكن تغيير المنكر يكون بالفعل، ويكون بالقول، ويكون كذلك بالقلب، كل ذلك حسب الاستطاعة - كما في الحديث السابق.

ووسائل الإعلام وسائل قول وبيان، تتيح - بما لها من إمكانيات فنية واتصالية - أفضل السبل لأداء الأمر والنهي، كما تتيح أفضل سبل التوصيل والإبلاغ لمضمون الأمر والنهي. فهي وسائل للأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، يبلغ عن طريقها الحق ويؤمر به، ويصحح الخطأ وينهى عنه، ويعدل المعوج ويقوم، ويؤكد على الخير وينشر بين الناس، فهي تملك المقدرة على إقامة الحجة بالبلاغ، وتيسير الحق لمن يريده، ومواجهة المنكرات القولية والعملية، بالنهي عنها وإنكارها، وبيان فسادها، وحماية الناس من شرها.

وهذا كله مسوغ لتملك المؤمنين - أفراداً وجماعات - الوسائل الإعلامية، من أجل القيام بهذه الشعيرة العظيمة، لاسيما وأن أكثر وسائل الإعلام في العالم قد أصبحت منابر للباطل، ومصدراً للمنكرات القولية والعملية، ولا يكفي في مواجهة مثل هذه المنكرات وسيلة الخطبة أو المحاضرة التي لا يتعرض لها إلا عدد محدود من الناس، بينما تنتشر وسائل الإعلام منكراتها على جماهير الناس، مما يتطلب أن يواجه الباطل بمثل وسائله، وإذا استعلن المنكر وظهر لزم إنكاره وتغييره في العلن، حتى يرتدع أصحابه، ويتبين للناس الحق، ولا يندفعوا بالباطل. بل تملك أفراد الأمة وهيئاتها لهذه الوسائل قد يدخل في باب الواجبات العينية، إذا توافرت القدرة، وتعين الأمر والنهي ولم يتم القيام به على الوجه المطلوب، كما تقرره القاعدة الشرعية: (الوسائل لها أحكام المقاصد)⁽⁴⁾.

إن إنكار المنكر، وقمعه هو مهمة الأفراد العاديين، والعلماء، وولاة الأمر، كل في موقعه. فمهمة العالم الكلمة والإرشاد، ومهمة راعي الأمة الضرب بقوة على منابع الشر والفساد، ودحر الضلال أينما كان. ومن قصر في هذا الباب، يُنظر إليه بارتياب.

ثالثاً: النصيحة:

وهي من الحقوق الشرعية الواجبة بين المسلمين، كما قال رسول الله ع: «حق المسلم على المسلم خمس» وفي رواية «ست»، قيل: ما هن يا رسول الله؟ قال: «إذا لقيته فسلم عليه، وإذا دعاك فأجبه، وإذا استنصحك فانصح له.... الحديث»⁽¹⁾.

(1) رواه مسلم (49) والترمذي (2172) وابن ماجه (1275) والنسائي (111/8 و112).

(2) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم: 390/1.

(3) رواه أبو داود (2504) والنسائي (7/6) وأحمد (12271).

(4) الشيخ ابن سعدي، رسالة في القواعد الفقهية: 30 - 31.

والنصيحة من الواجبات القولية، ومعناها شامل لجميع أمور الدين، كما في الحديث عن رسول الله ﷺ قال: «الدين النصيحة «ثلاثاً» قلنا: لمن؟ قال: لله ولكتابه ولرسوله ولأئمة المسلمين وعامتهم» رواه مسلم⁽²⁾، ويبين ذلك الإمام النووي في شرحه الحديث حيث قال: «أما النصيحة لله فمعناها مصروف إلى الإيمان به، ونفي الشرك عنه، واجتناب معصيته، وجهاد من كفر به، فأما النصيحة لكتابه سبحانه فالإيمان بأنه كتاب الله تعالى، والذبُّ عنه لتأويل المحرفين وتعرض الطاعنين، ونشر علومه والدعاء إليه، وأما النصيحة لرسول الله ﷺ فتصديقه على الرسالة، والإيمان بجميع ما جاء به، وبت دعوته ونشر شريعته، ونفي التهمة عنها، واستثارة علومها والتفقه في معانيها، والدعاء إليها، وأما النصيحة لأئمة المسلمين فمعاونتهم على الحق وطاعتهم فيه، وأمرهم به وتنبيههم وتذكيرهم برفق ولطف، وإعلامهم بما غفلوا عنه.....»⁽³⁾.

وكل ما ذكر داخل في باب الواجبات القولية؛ التي يمكن أن تؤدي عن طريق وسائل الإعلام الصحفية والإذاعية بكل كفاءة وقوة.

رابعاً: واجب التكافل بين المسلمين:

وهو واجب ينطوي على كثير من الواجبات القولية التي يمكن أن تؤدي من خلال وسائل الإعلام، فالرسول ﷺ يقول: «ومن كان في حاجة أخيه كان الله في حاجته» متفق عليه⁽⁴⁾، ومفهوم التكافل واسع بقدر سعة حاجات المسلمين، وهي حاجات متعددة، يدخل فيها حاجة المسلمين للتعليم والأخبار، وتفسير الأحداث تفسيراً صحيحاً، والتوجيه، والدعوة والنصيحة، وكذلك حاجات المسلمين المستضعفين في كل مكان، ينشر أخبارهم، ويقوم بالدفاع عن قضاياهم، وكل هذه حاجات ضرورية لا تقل عن حاجتهم للمأكل والملبس، إن لم تُفَقَّها في بعض الأحيان، ولاشك أن تملك وسائل الإعلام من أجل القيام بهذه الواجبات يأخذ حكمها في المشروعية والوجوب إذا تعين.

وفي هذه السنوات العجاف، التي تمالأ فيها أعداء المسلمين عليهم، وحاربوهم في كل مكان، وأظهروا الحقد، وقاموا بالقتل والتعذيب... في مثل هذه الحال يزداد واجب وسائل الإعلام في الكشف عن مخططات الأعداء، والدفاع عن قضايا المسلمين، وردّ الحوار بالحوار، والندوة بالندوة، والبرنامج بالبرنامج، حتى يسمع العالم كله أن هناك مظلومين لا بد من إنصافهم، وأن هناك مضطهدين يجب رفع الظلمة عنهم.

هذه بعض الواجبات الشرعية التي يفرضها الإيمان على المؤمنين، وهي - كما ظهر - واجبات قولية يمكن أن تؤدي من خلال وسائل الإعلام، فهي في أقل أحوالها مسوغات شرعية تجعل تملك المسلمين - أفراداً وجماعات - لهذه الوسائل الإعلامية حقاً من حقوقهم الشرعية في المجتمع المسلم، فضلاً على أنها قد تكون سبباً للوجوب والإلزام، وذلك إذا تعين الواجب، وتوافرت الاستطاعة المادية والمعنوية.

(1) رواه البخاري (1240) ومسلم (2162).

(2) رواه مسلم (55) وأبو داود (4944).

(3) الإمام النووي، شرح صحيح مسلم «على حاشية إرشاد الساري»: 356/1 - 359 بتصرف.

(4) رواه البخاري (2442) ومسلم (2580).

وكما أنها واجبات فردية وجماعية، فإن واجب الدولة المسلمة في مثل هذه الأمور أكثر تعيناً وإلزاماً، فلا يعني القول بواجب أفراد المجتمع وهيئاته في ذلك أن الدولة خارجة عن ذلك الواجب، بل الواجبات في حقها عينية، بسبب طبيعة مهماتها التي نصبت من أجلها.

المطلب الثاني: منازل الناس في الإيمان وأثرها على تملكهم وسائل الإعلام:
قبل أن أتناول منازل أو درجات الناس في الإيمان وأثره في ملكية وسائل الإعلام، لابد من التعرف على شيء مهم قبل ذلك، وهو: ما معيار تحديد درجات الناس في الإيمان؟ ثم: هل لذلك أثر على حقوق الناس المدنية في المجتمع المسلم؟
والإجابة على السؤال الأول تساعد على رسم منهج التناول في هذا الجزء من المبحث بصورة دقيقة، كما تدل إجابة السؤال الثاني على أثر الإيمان في تملك وسائل الإعلام من جهة درجات الناس فيه، وذلك أن ملكية الوسائل الإعلامية نوع من الحقوق المدنية للأشخاص.

* * *

المبحث الثاني الجانب السياسي: طبيعته وتأثيره في تحديد نمط الملكية

تمهيد:

الإسلام كل متكامل في نظمه وتشريعاته، ومتميز في كل جوانبه السياسية والاجتماعية والاقتصادية والأخلاقية وأموره الأخرى كلها، وقد جاء الله بهذا الدين ليكون نظاماً للحياة، ولمن فيها من البشر في صلتهم بربهم وصلاتهم فيما بينهم، وربط الله سبحانه وتعالى بين صلات الناس فيما بينهم وبينه، وصلات الناس فيما بين بعضهم البعض، ومن ثم فلا فرق في الإسلام في مفهوم العبادة بين أن تصلي لله، وبين أن تؤدي عملاً عسكرياً أو سياسياً على وجه مشروع تبتغي به وجه الله سبحانه وتعالى، فكل ذلك عبادة لله عز وجل، إذ (العبادة اسم جامع لكل ما يحبه الله ويرضاه من الأقوال والأعمال الظاهرة والباطنة)⁽¹⁾ فالنظام السياسي في الإسلام جزء من الدين في أحكامه وطبيعته وسماته.

والإمامة إذا قصد منها الإمامة العظمى فهي والخلافة بمعنى واحد، قال الإمام القرطبي في تفسير قوله سبحانه وتعالى: (إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً)⁽²⁾ (هذه الآية أصل في نصب إمام خليفة يسمع له ويطاع، وتنفذ به أحكام الخليفة)⁽³⁾ فعطف الخليفة على الإمام، وهذا العطف إما بيان أو بدل.

وقال الماوردي: (الإمامة موضوعة لخلافة النبوة في حراسة الدين وسياسة الدنيا)⁽⁴⁾. وفي هذا ما يدل على الترابط بين المعنيين، فالإمام خليفة رسول الله ع، وهذا هو معنى الخلافة، أي خلافة الرسول ع في حراسة الدين وسياسة الدنيا)⁽⁵⁾. وقال الإمام الجويني: (الإمامة رياسة تامة، وزعامة تتعلق بالخاصة والعمامة في مهمات الدنيا)⁽⁶⁾.

وقد استدرك الأمدي على هذا التعريف، فقال: (وينتقض ذلك بالنبوة، فالحق أن الإمامة عبارة عن خلافة شخص من الأشخاص للرسول ع في إقامة قوانين الشرع، وحفظ حوزة الملة، على وجه يجب اتباعه على كافة الأمة)⁽⁷⁾.

(1) شيخ الإسلام ابن تيمية، العبودية: ص 38.

(2) البقرة: 30.

(3) الإمام القرطبي، الجامع لأحكام القرآن: 264/1.

(4) الإمام الماوردي، الأحكام السلطانية: ص 3.

(5) انظر: أبو يعلى، الأحكام السلطانية: ص 27.

(6) الإمام الجويني، غياث الأمم في التياث الظلم: ص 15.

(7) الامدي، الإمامة: ص 69.

المطلب الأول: طبيعة النظام السياسي الإسلامي وأثرها في ملكية وسائل الإعلام:
للنظام السياسي في الإسلام طبيعته الخاصة به، وهي طبيعة تنبثق من أصول الإسلام ومبادئه القائمة على الإيمان بالله عز وجل وبرسوله ﷺ، والالتزام بالكتاب والسنة، وفق منهج سلف الأمة من صحابة رسول الله ﷺ ومن سار على نهجهم بإحسان إلى يوم الدين، ولهذه الطبيعة أثر كبير على ملكية وسائل الإعلام، وحتى نصل إلى معرفة مداخل وحقائق هذه الطبيعة أعرض باختصار ملامح هذه الطبيعة، ثم أتبعها بما يمكن استنتاجه من أثر لها على ملكية وسائل الإعلام، وأخص هذه الطبيعة من خلال الملامح التالية:

أولاً: الطاعة لله عز وجل:

فالطاعة والسيادة في النظام السياسي الإسلامي هي لشرع الله سبحانه وتعالى، فمنه تؤخذ الأحكام، وإليه

يرجع عند التنازع والتخاصم (يَأْتِيهَا 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)⁽¹⁾.

ثانياً: مبدأ الإيمان بالله وملائكته وكتبه ورسله واليوم الآخر وبالقدر:

فهي ليست قائمة على مفاهيم المادة، فلا تؤمن إلا بالمحسوس، أو لا ترى إلا في إطار هذه الحياة الدنيا، وإنما تعتبر الدنيا ممراً ومعبراً للآخرة، قال سبحانه: (أذن للذين يقاتلون بأنهم ظلموا وإن الله على نصرهم لقدير* الذين أخرجوا من ديارهم بغير حق إلا أن يقولوا ربنا الله ولولا دفع الله الناس بعضهم ببعض لهدمت صوامع وبيع وصلوات ومساجد يذكر فيها اسم الله كثيراً ولينصرن الله من ينصره إن الله لقوي عزيز* الذين إن مكناهم في الأرض أقاموا الصلاة وآتوا الزكاة وأمروا بالمعروف ونهوا عن المنكر والله عاقبة الأمور)⁽²⁾.
ومن لوازم هذا المبدأ أن تكون خاضعة لمفهوم الثواب والعقاب الأخروي قبل الدنيوي، الحاكم فيها والمحكوم على حد سواء، قال رسول الله ﷺ: «ما من عبد استرعاه الله رعية فلم يحطها بنصحه إلا لم يجد رائحة الجنة»⁽³⁾.

ثالثاً: أنها تستوعب جميع الناس على اختلاف أديانهم:

فحق الرعاية في الدولة الإسلامية للمسلمين ولغيرهم من أهل الذمة، ولكل الأجناس على اختلاف ألوانهم ولغاتهم، فليست دولة مغلقة على فئة معينة، أو عنصر من البشر، فالدولة الإسلامية تضمن لكل مواطنيها حقوقهم كاملة ما لم يخلوا بواجباتهم، ويخرجوا عن المنهج والنظام العام.

رابعاً: حقوق الناس في الدولة الإسلامية مرتبطة بالدين الذي يعتنقونه:

(1) النساء: 59.

(2) الحج: 39 - 41.

(3) رواه البخاري (7150) ومسلم (142).

إذا جاز أن نقسم الحقوق إلى قسمين: حقوق خاصة مثل التكسب والتملك والمتاجرة، والتدين وحفظ الحرمات الشخصية في العرض والحياة الخاصة، وحقوق عامة، وهي المتعلقة بالأمة والمجتمع، مثل الولايات والاستشارة، وما يتعلق بمصالح الناس كافة من أمور سياسية أو إدارية أو نحو ذلك، فإن المسلم يتمتع بحقوقه الخاصة والعامة، ما لم يجرح عدالته فتتأثر حقوقه العامة بذلك، أما الذمي فإن له حقوقه الخاصة، لكنه لا يتمتع بالحقوق العامة، كالولايات الشرعية، والاشتراك في اختيار الإمام، وتملك وسائل الإعلام.

خامساً: أن مهمة الإمام مهمة تنفيذية، ينفذ ما شرعه الله سبحانه وتعالى؛ وشرعه رسوله ع وصلاحيته في هذا الجانب صلاحيات مطلقة وكاملة:

يتضح هذا من استعراض واجبات الإمام التي ذكرها العلماء، فهي تشمل تعيين القضاة والوزراء، وعقد الأولوية، وتسيير الجيوش، كما تشمل حماية الدين ونشر العدل، وإقامة الحدود، والانتصاف للمظلومين، وغير ذلك من الولايات والواجبات، ف (النظام الإسلامي يعتبر الخليفة مسؤولاً ومسؤولية كلية عن تطبيق الشريعة)⁽¹⁾.

ولهذه الملامح أثرها على طبيعة ملكية وسائل الإعلام، فلها أثرها في حق الحكومة في تملك وسائل الإعلام، كما أن لها أثرها في حق أفراد المجتمع وهيئاته في تملك هذه الوسائل، فقيام الدولة في الإسلام على مبدأ الطاعة لله عز وجل، والإيمان برسوله وملائكته وكتبه واليوم الآخر والقدر، يجعل العلاقة بينها وبين الناس محكومة بنظر الشرع لا بهدي السلطة ورغبتها، ولا بضغط الرأي العام وسطوته، وبهذا يلغى مبدأ التسلط الذي قادت به النظم التسلطية سيطرتها على وسائل الإعلام، وقادت به النظم الليبرالية حرمات الدولة من تملك وسائل الإعلام خشية تمكثها من التسلط⁽²⁾، ويتأكد بدلاً منه مبدأ الحقوق المشتركة بين الدولة وأفراد المجتمع وفئاته، فيكون للدولة حقها الذي لا يلغى حق الأفراد، وللأفراد حقهم الذي لا يلغى حق الدولة.

ويضفي على هذا الحق المشترك في قوته ونقائه واستمراره، روح المودة المشتركة والحب القائم بين الحكومة وأفراد المجتمع الذين يجمعهم رباط الإيمان، والولاء والطاعة القائمة على أساس من طاعة الله عز وجل.

كما ترسم تلك الطباع معيار الممارسة الإعلامية المحكوم بشريعة الله وهدى رسوله ع. سواء على مستوى الدولة أو على مستوى الأفراد والهيئات الاجتماعية، وتؤكد حق الدولة في الرقابة على وسائل الإعلام كجزء من مهمتها في تطبيق شرع الله وحمايته، والمحافظة على دين المجتمع وأخلاقه.

المطلب الثاني: أحكام الإمامة وأثرها في ملكية وسائل الإعلام:

تكلم العلماء عن أحكام الإمامة في كثير من كتبهم على نحو ما بينته في أول المبحث، وتمثل أحكام الإمامة ما يعبر عنه في الدراسات المعاصرة بفلسفة النظام السياسي، وهي على صلة وثقى بملكية وسائل الإعلام - كما ظهر عملياً أثناء دراسة الأنظمة الوضعية في الفصل الأول - وسيتبين مزيد من تلك العلاقة فيما يأتي - إن شاء الله -.

وسوف أتناول فيما يلي أهم ما ذكره العلماء عن تلك الأحكام في ضوء ما يلي:

(1) د. محمد النعمان، نظام الحكم في الإسلام: ص 464.

(2) انظر: أحمد جلال حماد، حرية الرأي في الميدان السياسي: ص 73.

- حكم الإمامة، وأثر ذلك في ملكية وسائل الإعلام.
- شروط الإمام، وأثر ذلك في ملكية وسائل الإعلام.
- حقوق الإمام، وأثر ذلك في ملكية وسائل الإعلام.

أولاً: حكم الإمامة، وأثر ذلك في ملكية وسائل الإعلام.

قال الإمام القرطبي في حكم عقد الإمامة: (ولا خلاف في وجوب ذلك بين الأمة ولا بين الأئمة، إلا ما روي عن الأصم⁽¹⁾ حيث كان عن الشريعة أصم).

ودليل وجوبها القرآن والسنة والإجماع.

فمن القرآن آيات لأولي الأمر، ومنها ما سماها شيخ الإسلام ب (اية الأمراء)⁽²⁾، وهي قوله سبحانه وتعالى: (إن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات إلى أهلها وإذا حكمتكم بين الناس أن تحكموا بالعدل إن الله نعماً يعظكم به إن الله كان سميعاً بصيراً* يا أيها الذين آمنوا أطيعوا الله وأطيعوا الرسول وأولي الأمر منكم فإن تنازعتم في شئ فردوه إلى الله والرسول إن كنتم تؤمنون بالله واليوم الآخر ذلك خير وأحسن تأويلاً)⁽³⁾.

ووجه الدلالة من الآية: أمر الله سبحانه لأولي الأمر بأداء الأمانات والحكم بالعدل بين الناس، وأمره سبحانه الناس بطاعتهم⁽⁴⁾.

ومن السنة الأحاديث الواردة في البيعة والجماعة، وطاعة أولي الأمر من الأمراء في المنشط والمكروه، ونصيحتهم والجهاد معهم، وأحاديث الصبر ولزوم الجماعة، ومنها حديث أبي هريرة، عن النبي ع قال: «كانت بنو إسرائيل تسوسهم الأنبياء، كلما هلك نبي خلفه نبي وإنه لا نبي بعدي، وسيكون خلفاء فيكثر، قالوا: فما تأمرنا؟ قال: فوا بيعة الأول فالأول، ثم أعطوهم حقهم، فإن الله سائلهم عما استرعاهم»⁽⁵⁾.

(وأجمعت الصحابة على تقديم الصديق بعد اختلاف وقع بين المهاجرين والأنصار في سقيفة بني ساعدة في التعيين، حتى قالت الأنصار: منا أمير ومنكم أمير، فدفعهم أبو بكر وعمر والمهاجرون عن ذلك، وقالوا لهم: إن العرب لا تدين إلا لهذا الحي من قريش، وردوا لهم الخبر في ذلك، فرجعوا وأطاعوا لقريش، فلو كان فرض الإمامة غير واجب لا في قريش ولا في غيرهم لما ساغت هذه المناظرة والمحاورة عليها، ولقال قائل: إنها ليست بواجبة لا في قريش ولا في غيرها، فما لتنازعهم وجه ولا فائدة في أمر ليس واجب)⁽⁶⁾.

(1) الأصم: من كبار المعتزلة، واسمه أبو بكر، وقد قال: - كما يذكر الإمام القرطبي - وإنما الإمامة غير واجبة في الدنيا بل يسوغ ذلك، وإن الأئمة متى أقاموا حجهم وجاهدهم وتناصفوا فيما بينهم، وبذلوا الحق من أنفسهم وقسموا الغنائم والفيء، والصدقات على أهلها، وأقاموا الحدود على من وجبت عليه أجزاءهم ذلك، ولا يجب عليهم أن ينصبوا إماماً يتولى ذلك. قلت: وهذه مشاغبة عقلية، وإلا فهل الوصول إلى هذه الحالة ممكن عقلاً أو حساً؟

(2) ابن تيمية، السياسة الشرعية: ص 12.

(3) النساء: 58 - 59.

(4) انظر: الامدي، الإمامة: ص 73 - 75.

(5) رواه البخاري (3455) ومسلم (1842).

(6) الإمام القرطبي، الجامع لأحكام القرآن: 264/1.

ونخرج من هذا بأهمية الدولة في الإسلام، وأنها من مهمات الدين وفرائضه، وذلك يعود لمنافعها في إقامة الدين وحماية الأعراض والأنفس والأموال، فهي ليست شراً لابد منه وليست واجباً مرحلياً ؛ لهذا فإن لها حقوقاً وعليها واجبات، تملئها طبيعة المنافع التي تحققها والمصالح التي ترعاها والواجبات التي تقوم بها، وهذا يعد مدخلاً من مداخل حقها في تملك وسائل الإعلام، والإشراف عليها.

* * *

المبحث الثالث الجانب الاقتصادي وتأثيره في تحديد طبيعة الملكية

المطلب الأول: الملكية في الإسلام: حكمها - أسبابها - تقسيماتها - قواعدها.

أولاً: حكم الملكية:

التملك في أصله من الأمور المباحة، بل من الفطرة التي فطر الله الناس عليها حتى يعمر الكون وتقوم الحياة⁽¹⁾، قال الله سبحانه وتعالى: (زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ)⁽²⁾ وقال سبحانه: (وَإِنَّهُ لِحُبِّ الْخَيْرِ لَشَدِيدٌ)⁽³⁾. والمقصود بالخير هنا: المال⁽⁴⁾. ويقول القرافي في ذلك: (الملك إباحة شرعية في عين أو منفعة تقتضي تمكن صاحبها من الانتفاع بتلك العين أو المنفعة، أو أخذ العوض عنهما)⁽⁵⁾. فلم تكن الملكية في أصلها محل بحث من علماء الإسلام - كما هو الشأن في الدراسات والنظريات الوضعية الحديثة - كالليبرالية والشيوعية ونحوهما، وذلك على اعتبار أنها مباحة في الأصل، وإنما انصبَّ كلام علماء الإسلام على الأحكام المتعلقة بها، أو بالشيء المملوك ذاته.

وملكية الأشياء (لا تثبت إلا بإثبات الشارع لها وتقديره وهذا أمر متفق عليه بين فقهاء الشريعة الإسلامية، لأن الحقوق كلها - ومنها حق الملكية - لا تثبت إلا بإثبات الشارع لها وتقديره أسبابها، فالحق ليس ناشئاً عن طبائع الأشياء، ولكنه ناشئ عن إذن الشارع وجعله السبب منتجاً لمسببه، وذلك لأن الأصل أن كل شيء مباح المنفعة بخلق الله، لا يختص به أحد عن أحد إلا بإذن الله حقيقة أو حكماً)⁽⁶⁾.

المطلب الثاني: أثر الملكية الخاصة في الإسلام على ملكية وسائل الإعلام:

إن الملكية الخاصة لوسائل الإعلام بشقيها «الفردية والمشاركة» ممكنة ومشروعة، وإن الأصل فيها المشروعية، إلا أن النظر إلى واقع وسائل الإعلام، وما آلت إليه صناعتها من تعقيد وتشابك في المهام والتخصصات والوظائف التي تقوم بها في المجتمع المحلي والعالمي يُبرز بعض التساؤلات حول إمكانية تحقيق هذه الوسائل - في وضعها الفردي - لواجباتها تجاه المجتمع والأمة بأكملها.

(1) انظر: حمد بن عبد الرحمن الجنيد، التملك في الإسلام: ص 23.

(2) آل عمران: 14، «حب الشهوات»: المشتبهات بالطبع. «المقنطرة»: المضاعفة، أو المحكمة المحصنة. «المسومة»: المعلمة، أو المطهمة الحسان. «الحرث»: المزروعات.

(3) العاديات: 8.

(4) انظر: ابن كثير، تفسير القرآن العظيم: 542/4.

(5) القرافي، الفروق: 215/3.

(6) حمد الجنيد، التملك في الإسلام: ص 24.

فوسائل الإعلام لم تعد مؤسسات صغيرة يُمكن إدارتها من قبل شخص أو أشخاص معدودين، وإنما تحولت إلى مؤسسات ضخمة يتبعها الآلاف من الموظفين والمراسلين والفنيين وغيرهم.

كما لم تعد موجهة إلى جمهور محدد بإطار جغرافي أو إقليمي، وإنما أصبحت جماهيرية بالمعنى الواسع لكلمة «جماهير» وذلك بما تيسر من وسائط النقل، كالطائرات والسيارات والقطارات، أو الوسائل الإلكترونية كالأقمار الصناعية والكابلات المحورية، وموجات البث المختلفة، التي أتاحت مزيداً من إمكانية الاتصال بأكبر عدد ممكن من الجمهور في مختلف بقاع الدنيا، حيث مكنت الأقمار الصناعية من طباعة الصحف في كل مكان، ومكنت الكابلات من الاتصال عبر المحيطات بكل سهولة ووضوح، زيادة على ما تمتلكه الإذاعة من قدرة على تخطي الحواجز الجغرافية والإقليمية والسياسية عن طريق موجاتها القصيرة والمتوسطة. وقد طبع هذا الواقع وسائل الإعلام بطابع مختلف عما كانت عليه قبل ذلك، فانتسعت اهتماماتها بعد أن كانت في إطار حدودها الإقليمية أو الوطنية، ليصبح العالم كله ميداناً لتوجهاتها، ومن ثم احتاجت إلى أن تكون على صلة بالعالم كله، باعتباره مصدراً للمعلومات، وسوقاً جماهيرية لمادتها الإعلامية، وقد نتج عن ذلك ارتفاع تكاليف إنشاء الوسائل الإعلامية، وازدياد مسؤولياتها ومهامها المنوطة بها، وتحولت وسائل الإعلام بذلك إلى مؤسسات ضخمة في الإمكانيات والتأثير وعدد العاملين.

والسؤال الذي يطرح نفسه هنا، هو: ما أثر ذلك الوضع على حق الأفراد في تملك وسائل الإعلام؟ إذ سيكون من نتيجة ذلك الوضع المتضخم لوسائل الإعلام، أن تكون في أيدي القادرين مادياً فقط، حتى ولو لم يكونوا مؤهلين للقيام على هذه الوسائل، ثم إن ذلك سينافس الملكيات الصغيرة لهذه الوسائل، مما يؤدي إلى احتكار وسائل الإعلام لدى فئة القادرين مادياً دون سواهم.

وللإجابة عن هذا التساؤل نبيّن:

1 - إن التملك الفردي في الإسلام ليس له حد يقف عنده، ومن ثم فليس هناك ما يمنع أن تصبح الملكيات الخاصة بشقيها الفردي والمشارك لوسائل الإعلام ملكيات ضخمة وكبيرة، ما دامت هذه الوسائل منضبطة بالضوابط الشرعية، وتقوم تحت رعاية الدولة ونظرها، والإشكال الذي وقعت فيه النظرية الإعلامية الليبرالية بعد تحول وسائل الإعلام إلى هذا الوضع المتضخم، هو أنهم اعتبروا الملكية الفردية لوسائل الإعلام خياراً واحداً، فلما تحولت هذه الملكيات إلى مؤسسات ضخمة، وكادت تنتفي عنها الصورة الفردية، فقدت النظرية الليبرالية أملها في أن تقوم هذه الوسائل بمواجهة سلطة الدولة، ونشر الحقيقة وإتاحتها لجميع الناس. أما في الإسلام فليس الأمر كذلك، إذ إن الملكية الفردية لوسائل الإعلام ما هي إلا صورة واحدة من بين صور أخرى، كل منها يقوم بواجب معين، ولا تلغي إحداها الأخرى، ومن ثم فهذه الملكيات خاضعة لضوابط الشرع التي ترعاها الدولة المسلمة القائمة عليه، وتطبق أحكامه.

2 - إن هذا الوضع المتضخم لوسائل الإعلام لم يُلغ وجود ملكيات صغيرة لوسائل الإعلام، ففي كثير من دول العالم هناك وسائل إعلامية مملوكة لأفراد محدودة إمكانياتهم المادية، وتقوم بدور معين في مجتمعاتها، ولهذه الوسائل أهميتها وتأثيرها في تلك المجتمعات،

وعلى سبيل المثال، ففي المملكة العربية السعودية مجالات إعلامية يملكها أفراد، ولا زالت مستمرة في صدورها، وتحظى بانتشار طيب على المستوى المحلي والخارجي، مثل مجلة المنهل، ومجلة الدراسات الفقهية المعاصرة، والمجلة العربية، وفي دولة أخرى كذلك يوجد مثل هذا النوع من الوسائل ذات الملكية الفردية.

3 - إن القول بأن الملكية الفردية لوسائل الإعلام ستتحول- بالضرورة - إلى ملكيات ضخمة تكتسح الملكيات الصغيرة، مما يدعو إلى القول بمنع هذا النوع من الملكية بحيث لا تكون لدينا إلا ملكية عامة فقط، أو ملكية مشتركة فقط دون الملكية الفردية. والخيار الأول «الملكية العامة فقط» هو خيار محدود، وخروج عن السعة التي شرعها الله سبحانه بإباحة التملك للأفراد.

أما الخيار الثاني فإنه تقييد لا دليل عليه، وليس هناك ما يبرره تبريراً شرعياً، فإن الله سبحانه أباح التملك للفرد؛ دون تحديد للحد الأعلى للتملك - كما سبق ذكره - . وبهذا تنتفي الحساسية والخوف من تضخم وسائل الإعلام، وتحول صناعة الإعلام إلى ما سمي بـ «إمبراطوريات الإعلام» فالفيصل في كل ذلك هو الالتزام بالمعايير القانونية والعلمية .

* * *

المبحث الرابع الجانب الاجتماعي وتأثيره في تحديد الملكية

المطلب الأول: أثر الجانب الاجتماعي في تملك وسائل الإعلام:

تأثرت ملكية وسائل الإعلام في النظم الوضعية بطبيعة الجانب الاجتماعي المؤسسي، ومن تقع عليه مسؤولية الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام، ومن يتولى القيام بها، فرأت النظرية الليبرالية أن هذه الوظيفة من مهمة الأفراد، وأن الدولة يجب أن تكون بمنأى عنها، وبررت ذلك بأن الوسائل الإعلامية المملوكة ملكية فردية هي وحدها القادرة على (أن تقوم بتنوير الجماهير، وخدمة النظام السياسي، والمحافظة على الحقوق المدنية، فحسبها الصحافة الحرة وحدها، والتي لا تدين بفضل الحكومة أو أي جماعة في المجتمع هي التي تستطيع أن تخدم قضية الحقيقة، وفي نهاية الأمر حقوق الأفراد والصالح العام)⁽¹⁾.

أما وفق النظرية الاشتراكية، واعتبارها أن هو الممثل الحقيقي للمجتمع، وأنه يجب على وسائل الإعلام أن (تعمل في حدود الخط العام لسياسته الحزب واستراتيجيته وتكتيكه)⁽²⁾، وذلك بناءً على النظرة الإعلامية القائمة على اعتبار الإعلام (قوة اجتماعية أساسية يجب تكيفها لتسهيل تحقيق الأهداف التي وضعها المجتمع، وحيث إن الحزب هو الذي يحدد أهداف المجتمع، فإنه يقوم بالسيطرة على الإعلام، وينتظر أن يلتزم الإعلام بالولاء الشديد للحزب)⁽³⁾، ومن ثم فهو الذي يحدد طبيعة الوظائف الاجتماعية، وكيفية عرضها ومعالجتها، واعتبرت على هذا الأساس ملكية الوسائل الإعلامية خاصة بالدولة فقط، وبنت ذلك أيضاً على مفهوم، أن العمل الذي يعتبر الدولة ممثلاً حقيقياً للمجتمع هو بمنزلة (وضع يدها على أساليب الإنتاج باسم المجتمع)⁽⁴⁾ بحجة إلغاء الطبقة ورأس المال، إلا أن هذا المفهوم قد طرأ عليه تغييرات مهمة.

وإن أردنا أن نتصور مبدأ ما، أو نظرية ما لطبيعة الوظيفة الاجتماعية، وكذلك من هو المخول بالقيام بهذه الوظيفة ورعايتها وتوليها؛ عامل مؤثر في تحديد طبيعة الملكية لوسائل الإعلام على النحو الذي وضحته.

وكذلك جوانب الوظيفة الاجتماعية المختلفة، سواء المتعلق منها بالجانب التعليمي، أو التربوي، أو الإخباري ومهمة البلاغ، أو الإرشادي، أو ما هو متعلق بالجانب الاقتصادي أو السياسي أو غير ذلك، كلها تسري عليها القاعدة السابقة بجانبها الفردي والجماعي.



(1) وليام ريفرز وزملاؤه، وسائل الإعلام والمجتمع الحديث: ص 107.

(2) د. جيهان رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات الاشتراكية: ص 29.

(3) خضور، النظرية العامة في الصحافة: ص 47.

(4) د. ملحم قربان، قضايا الفكر السياسي والقوة: ص 251.

المبحث الخامس ملكية هيئات وسائل الإعلام في الإسلام

لقد أكدت الشريعة الإسلامية على التعاون والاجتماع على الخير فيما بين أفرادها، ومصداق ذلك قوله تعالى: (وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَيُطِيعُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ⁽¹⁾).

إن تمكُّن وسائل الإعلام في المجتمع المسلم يحقق غايات وأهدافاً معينة، مثل:

أ - تحقيق صورة من صور التعاون على الخير والبر والتقوى بين المسلمين كافة.

ب - يحقق ما لا يستطيع الأفراد منفردين القيام به من الواجبات الشرعية المشتركة.

ج - يكمل جهود الدولة في الإسلام.

د - أنه أقدر على الاستمرار من العمل الفردي، وأقدر كذلك على التوسُّع من العمل الحكومي.

وبالتالي فهناك أسس وضوابط تتعلق بملكية الهيئات لوسائل الإعلام، منها:

- أن تكون قائمة على ما أمر الله به، وحثَّ عليه رسوله ﷺ.

- وأن تهدف إلى فتح باب الدعوة إلى الله عز وجل بالحكمة والموعظة الحسنة.

- قيام هيئات مختصة بالعمل الإعلامي، وهذا يشتمل على الأسلوب والوسائل والمناهج والغايات، مما يجعلها تصنّف ضمن الواجبات والفرائض الكفائية، والتي يقول عنها الفقهاء: إذا ما قام بها البعض سقط الإثم عن الباقين.

وكما هو معروف، فإن القاعدة الفقهية تنصّ على (أن الوسائل لها أحكام المقاصد)، فوسائل الإعلام التي تمتلكها تلك الهيئات من أجل خدمة هذه الغايات والمصالح التي تعمل من أجلها، تأخذ حكم هذه المصالح.

ومن أهم الضوابط التي تلحق بهذا النوع من الملكية ما يلي:

- اعتبار المال والأعيان التي تمتلكها الهيئات ليست أموالاً ولا أعياناً خاصة، بل هي شبيهة بالأموال العامة، وهم في مقام الوكيل أو المؤتمن على هذه الأموال.

- للوسائل الإعلامية المملوكة لهذه الهيئات حدود خاصة، سواء في مضمونها، أو في مداها الجغرافي، لكن ذلك يرتبط بالوظائف التي أنشئت من أجلها الهيئة، وطبيعة عملها الذي تزاوله.

وأما ما يتعلق بأهم الأسس التي تقوم عليها ملكية الدولة لوسائل الإعلام في نطاق الإعلام الإسلامي، فنجملها فيما يلي:

- أ - الأسس التي ترجع إلى طبيعة النظام السياسي في الإسلام، وأهمها:
- 1 - كون منصب الإمامة العظمى في الدولة الإسلامية (الخلافة) نيابة عن النبي ﷺ.

(1) التوبة: 71.

- 2 - كون الطاعة المطلقة والسيادة فيها لله عز وجل ولرسوله ع.
- 3 - كون نظام الخلافة يقضي بأن يستمرّ الخليفة في منصبه مدّة حياته، ما لم يطرأ على ذلك مانع شرعي، وأن الذي يتولّى ترشيحه وانتخابه هم قادة الأمة، وأهل الحلّ والعقد فيها.
- ب - الأسس التي ترجع إلى طبيعة واجبات الدولة والحاكم، وأهمها:
- 1 - شمول واجبات الإمام لوظائف وسائل الإعلام: كالجهد ضد الأعداء، وحفظ الدين على الأصول التي أجمع عليها السلف الصالح من هذه الأمة.
- 2 - انتفاء مبرر حصر ملكية وسائل الإعلام في الملكية الخاصة، كما في الليبرالية مثلاً.
- 3 - واجب الدولة في الاحتساب على المنكرات واجبٌ عيني.
- 4 - واجب الدولة في التغيير والإصلاح الاجتماعي.
- ج - الأسس التي ترجع إلى طبيعة حقوق الدولة والحاكم، وأهمها:
- 1 - حق الردّ إلى ولاية الأمر، وهم هنا الولاة والحاكم.
- 2 - امتلاك الدولة لما هو من لوازم السلطة، كالسلاح ونحوه.

3 - مشروعية مبدأ تملك الدولة.

أما ما يتعلق بطبيعة ملكية الدولة لوسائل الإعلام في الإسلام، فتحدّد من خلال عنصرين اثنين، هما:

- طبيعة ملكية الدولة لأعيان الوسائل الإعلامية، فملكيتها اعتبارية، أي ليست ملكية اختصاص، وإنما هي ملكية أمانة ومسؤولية، كما قال الإمام ابن تيمية رحمه الله: وليس لولاة الأموال أن يقسموها بحسب أهوائهم، كما يقسم المالك ملكه، فإنما هم أمناء ونواب ووكلاء، وليسوا ملاكاً⁽¹⁾.

- طبيعة ملكية الدولة لمنفعة الوسائل الإعلامية: تأتي من جنس ملكيتها لبقية الأعيان والأموال، ولذلك فهي وسائل للوصل والاتصال بين الدولة والأمة، ووسائل تحديد لشخصية الأمة، ورسم لها ولمكانتها، وبسط لرؤيتها في مختلف قضايا الناس، وهذا ما يحقق مصالح المسلمين.

وبالتالي، لا توجد صورة واحدة تحصر ملكية الدولة الإسلامية لوسائل الإعلام، فقد تمتلك الدولة جزءاً من أسهم المؤسسة الإعلامية، وقد تدعمها من بيت مال المسلمين، وقد تختصّ الدولة بملكية نوع من أنواع الإنتاج الإعلامي... إلخ⁽²⁾.



(1) السياسة الشرعية: ص 15 - 16.

(2) للتوسع يراجع: محمد الخرعان، ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية: ص 217 -

الفصل الخامس مشروعية الإعلام في الإسلام

تنبثق مشروعية الإعلام الإسلامي من منطلقات أساسية، تركز عليها الشريعة الإسلامية الخالدة.
ويمكن ذكر هذه المنطلقات الأساسية في ثلاث مباحث:

المبحث الأول :

إن الإسلام دين أنزله الله تعالى لهداية البشرية كافة

فهو ليس ديناً مقصوراً على جنس دون جنس، ولا خاصاً بشعب دون شعب، ولا لأمة هي أربى من أمة، وإنما هو دين أنزله الله تعالى لهداية البشر أجمعين.
والله تعالى يصف ذاته في أم الكتاب بأنه (الرحمن الرحيم) [الْفَاتِحَةَ: 2]، (قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا)⁽¹⁾ (رَبِّ الْعَالَمِينَ)⁽²⁾، وأم الكتاب سورة من سور الكتاب المبين، تتردد على لسان المسلم في كل يوم سبع عشرة مرة في الفرائض المكتوبات وحدها - فكيف بالنوافل؟ وهي ذات مضمون فكري عالمي، مؤداه: أن الله تعالى هو رب العوالم كلها من أنسية وجنية، نباتية وحيوانية، علوية وسفلية، تعيش معنا فوق هذا الكوكب الأرض، أو تسبح في أجواء الفضاء المترامي، أو تمخر عباب الماء في قاع المحيطات المتلاطمة الأمواج، أو تعمر بعض الأجرام السماوية الأخرى.

فهذه العوالم المتعددة ذات الطبائع المتغايرة؛ تتناغم كلها باسم الحق الواحد الأحد العظيم القدرة، النافذ الإرادة، وتتنادى لتسبح الحي الذي لا يغفل ولا ينام، وتتوافت جميعها بدعوة الحق، من لدن كانت سراً من أسرار الملائكة الأعلى إلى أن ظهرت على مسرح الكون الواسع.
(وَإِذْ أَخَذَ رَبُّكَ مِنْ بَنِي آدَمَ مِنْ ظُهُورِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَأَشْهَدَهُمْ عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ أَلَسْتُ بِرَبِّكُمْ قَالُوا بَلَىٰ سَهِدْنَا)⁽³⁾.

(تسبح له السماوات السبع والأرض ومن فيهن وإن من شيء إلا يسبح بحمده ولكن لا يفقهون تسبيحهم إنه كان حليماً غفوراً)⁽⁴⁾.

(1) الأعراف: 158.

(2) الفاتحة: 2.

(3) الأعراف: 172.

(4) الإسراء: 44.

* * *

المبحث الثاني كل من اعتنق هذا الدين مسؤول عن تبليغه لغيره

إنها لمسؤولية الوجوب العيني بالنسبة للتبليغ على إطلاقه .
ومسؤولية الوجوب الكفائي بالنسبة للتفقه في الدين باعتباره الوسيلة المثلى للتبليغ، وهذه بعض النصوص الواردة في ذلك:

- (ولقد بعثنا في كل أمة رسولا أن اعبدوا الله)⁽¹⁾ .
- (كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر)⁽²⁾ .
- (قل تعالوا اتل ما حرم ربكم عليكم)⁽³⁾ .
- (ولا تلبسوا الحق بالباطل وتكتموا الحق وأتمتع تعلمون)⁽⁴⁾ .
- (هذا بلاغ للناس ولينذروا به وليعلموا أنما هو إله واحد)⁽⁵⁾ .
- (ولكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون)⁽⁶⁾ .
- (فلولا نفر من كل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا في الدين ولينذروا قومهم إذا رجعوا إليهم لعلهم يحذرون)⁽⁷⁾ .
- (ادع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة وجادلهم بالتتي هي أحسن)⁽⁸⁾ .
والأحاديث الشريفة في هذا المعنى كثيرة جداً، وكلها متفقة على وجوب تبليغ الدعوة للناس كافة، لهدايتهم، ونيل الثواب العظيم المترتب على هذا التبليغ، ومنها قوله ع:
- «بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً»⁽⁹⁾ .
- «نَضَّرَ اللَّهُ امْرَأً سَمِعَ مَقَالَتِي فَوَعَاها، وَبَلَّغَهَا كَمَا سَمِعَهَا، فَرُبَّ مَبْلَغٍ أَوْعَى مِنْ سَامِعٍ»⁽¹⁰⁾ .

(1) سورة النحل: 36.

(2) آل عمران: 110.

(3) الأنعام: 151.

(4) البقرة: 42 «ولا تلبسوا»: لا تخلطوا، أو لا تستروا.

(5) إبراهيم: 52.

(6) آل عمران: 104.

(7) التوبة: 122.

(8) النحل: 125.

(9) رواه البخاري (3461) والترمذي (2669) وأحمد (6484).

(10) رواه البزار (141) وابن حبان (679) ينظر مجمع الزوائد (137/1).

- «من دعا إلى هدى كان له من الأجر مثل أجور من تبعه، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئاً»⁽¹⁾.
- «لأن يهدي الله بك رجلاً واحداً خير لك من حُمُر النَّعَم»⁽²⁾.

* * *

(1) رواه مسلم (2647) وأبو داود (4609) والترمذي (2674).
(2) رواه البخاري (2942).

المبحث الثالث

مهمة النبي ﷺ والدعاة من بعده منحصرة في الإعلام دون الهداية

وهذا واضح تمام الوضوح بنص قوله تعالى: (إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ)⁽¹⁾، وقوله تعالى: والهدى المقصود هنا هو هدى (إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ مَنْ يَضِلُّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ)⁽²⁾ إلى الدين الحق، أما الهدى بمعنى الإرشاد إلى الحق والدلالة عليه فتلك وظيفته ﷺ المثبتة له في قوله تعالى: (وَإِنَّكَ لَتَهْدِي إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ* صِرَاطِ اللَّهِ الَّذِي لَهُ مَا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ أَلَا إِلَى اللَّهِ تَصِيرُ الْأُمُورُ)⁽³⁾.
والدليل على ذلك أيضاً قوله تعالى:

- (ما على الرسول إلا البلاغ)⁽⁴⁾.

- (فإن توليتم فاعلموا أنما على رسولنا البلاغ المبين)⁽⁵⁾.

- (فهل على الرسل إلا البلاغ المبين)⁽⁶⁾.

- إن التقصير في الإعلام بالإسلام والدعوة إليه معصية يعاقب عليها الله سبحانه، لأنه

من باب كتمان العلم المنهي عليه:

ودليل ذلك من كتاب الله تعالى: (وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَّهُمْ بَلْ هُوَ شَرٌّ لَّهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ)⁽⁷⁾ قال الشوكاني: (قيل: معناه أنهم يلزمون أعمالهم كما يلزم الطوق العنق، يقال:

طَوَّقَ فلان عمله طَوَّقَ الحمامة؛ أي: ألزم جزاء عمله)⁽⁸⁾. وأخرج ابن جرير وابن أبي حاتم عن ابن عباس في قوله تعالى: قال: هم أهل الكتاب بخلوا أن يبينوه للناس.

- ويقول الحق تبارك وتعالى:

(وَإِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَاشْتَرَوْا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَبُئِسَ مَا يَشْتَرُونَ)⁽⁹⁾.

(1) القصص: 56.

(2) الأنعام: 117.

(3) الشورى: 52 - 53.

(4) المائدة: 99.

(5) المائدة: 92.

(6) النحل: 35.

(7) آل عمران: 180.

(8) الإمام الشوكاني، فتح القدير: 404/10.

(9) آل عمران: 187.

وإن المسلم مطالب بالإعلام والدعوة لدين الله ما دام فيه نفس يتردد، لا يُماري في ذلك
عدو أو جهول، ولقد تجلت جهود المسلمين الأوائل في الإعلام بدين الله وتحمل المكائد
والمصائب في سبيل الله، وعدم التواني عن المجاهدة والمكابدة رغم مؤامرات الأعداء،
ومناصبتهم العداء للإسلام وأهله، وبحسبنا أن نشير إلى سير الصحابة رضوان الله عليهم،
وما تكبدوه من مشاق في سبيل التبليغ بكل مراتب التبليغ؛ حتى تقدم موكب الإسلام الزاحف
عبر الأراضي الشاسعة والبلدان الواسعة، كل ذلك يشهد لهؤلاء الدعاة والأبطال أنهم كانوا
إعلاميين ناجحين، بل دعاة مجاهدين.

* * *

المبحث الرابع خصائص الرسالة الإعلامية الإسلامية وأدواتها ووسائلها

أدوات ووسائل الإعلام الإسلامي:

سبق الحديث عن الخصائص الرسالة الإعلامية الناجحة في الفصل الثالث ، ونشير هنا بإيجاز إلى أدوات ووسائل الإعلام الإسلامي. لقد عرفت أدوات التأثير الآتية في حقل الإعلام الإسلامي:

1 - الأذان:

للأذان خصائص إعلامية رفيعة الدرجة في التأثير من الناحية الإعلامية فهو يتميز إعلامياً:

1 بالتكرار.

2 - وبتريد مبادئ إسلامية بقصد تعميقها في القلب.

3 - وجمعه للمسلمين في أماكن معينة لتحقيق التعارف، والترابط، والتواصل.

4 - وبوصول تأثيره إلى جهات جغرافية متعددة.

5 - وبتجرد المؤذن من دوافع المادة، حيث من الأفضل أن يكون متطوعاً.

وفي «صحيح البخاري» برواية المازني عن أبيه أنه أخبره: أن أبا سعيد الخدري قال له: «إني أراك تحب الغنم والبادية، فإذا كنت في غنمك أو باديتك، فأذنت بالصلاة، فارفع صوتك بالنداء، فإنه لا يسمع مدى صوت المؤذن جن ولا إنس ولا شيء إلا شهد له يوم القيامة»، قال أبو سعيد: سمعته من رسول الله ﷺ⁽¹⁾.

2 - الخطبة:

وهي أيضاً وسيلة إعلامية ممتازة، لها صفة التكرار والتجدد، وقوة المناسبة للأحداث الجارية، هذا قبل أن تتجمد على أيدي أصحابنا من خطباء الورق، وإلا فإن المرء ليمتألى إعجاباً بالأسلوب النبوي المفعم قوة وفتوة وحماساً في أداء الخطبة، لا ترتيلها من قرطاس أصم.

عن جابر بن عبد الله رضي الله عنهما قال:

«كان رسول الله ﷺ إذا خطب احمرت عيناه، وعلا صوته، واشتد غضبه، حتى كأنه منذر جيش يقول: صَبَّحكم ومَسَّكم... ويقول: أما بعد، فإن خير الحديث كتاب الله، وخير الهدي هدي محمد، وشر الأمور محدثاتها، وكل بدعة ضلالة...»⁽²⁾.

(1) رواه البخاري (609) ومالك في الموطأ (66) وابن ماجه (723) وأحمد (11325).

(2) رواه مسلم (867) والنسائي (188/3) وابن ماجه (45).

من هنا كان النكير الشديد على من يلغو أثناء الخطبة؛ لأن المطلوب هنا تحقيق عمل اتصالي كامل: يتطلب اكتمال العناصر الأربعة في عملية الاتصال وهي: المرسل/ المرسل/ إليه/ الرسالة/ الوسيلة وعن ابن عباس رضي الله تعالى عنهما قال: قال رسول الله ﷺ: «من تكلم يوم الجمعة والإمام يخطب فهو كمثل الحمار يحمل أسفاراً... والذي يقول له: أنصت، ليست له جمعة»⁽¹⁾.

3 - الرسالة المكتوبة:

لقد كانت هذه الأداة سلاحاً إعلامياً خطيراً، استخدمه النبي ﷺ استخداماً مؤثراً من ناحيتين:

- أ - الناحية البلاغية في الإعداد والصيغة.
- ب - الناحية المعنوية في عرض الفكرة بقوة وثقة من نصر الله، وبيان لأثرها في سعادة الدارين بالنسبة للمرسل إليه.
- فكتابه إلى (أكيدر دومة الجندل) يتميز بالقوة والفحولة وجزالة الأسلوب؛ لأنه موجه إلى أساطين البلاغة وفصاحة الأسلوب.
- وخطابه إلى (هرقل) ملك الروم، يناقش علاقة الحاكم بالمحكوم ومسؤولية الحاكم عن تجاهل مصلحة الرعية، ويبيّن الخطر الذي يصيبها إذا تنكّب بها طريق الهدى، واستمرراً سبيل الغواية والردى، وهذه العلاقة كانت الشغل الشاغل في كل المجتمعات الرومية القديمة.
- وخطابه إلى المقوقس صاحب مصر، يثير مسألة الوحدة بين الأديان بالنسبة لمصدر الهداية الأول، ويذكر بتبشير نبي الله عيسى عليه السلام بمحمد ﷺ وهو يدعو أهل الكتاب إلى كلمة سواء.

4 - الاتصال الشفهي:

وفيه من خصائص النجاح الإعلامي ما تقدم ذكره في الباب الأول، ولعل لتفضيل النبي ﷺ للاتصال الشخصي في الدعوة حكمة مقررّة، وهي تحقيق الإيجابية الإعلامية، وتنشيط الداعي إلى العمل، وتوليد العلاقة الحميمة بين المرسل والمرسل إليه... إلخ، وما أثبتته علم الاتصال الحديث من فوائد عظيمة كذلك، وفي «صحيح مسلم»: «لا تكتبوا عني، ومن كتب عني غير القرآن فليحمه، وحدثوا عني ولا حرج»⁽²⁾.

وكم تحمل النبي الكريم ﷺ في ذلك من ألوان الأذى وبذل المجهود، لاسيما إذا تذكرنا أنه ﷺ فعل ذلك وهو في العقد الخامس من عمره، وقد اقترب من الشيخوخة وضعف السن، إلا أنه بفضل الله قد نجح نجاحاً بارزاً، حيث كان يعرض نفسه على قبائل العرب في موسم الحج وغيره، تحقيقاً للمزايا النفسية التي تتأكد عن طريق الإعلام الشخصي.

(1) رواه أحمد (230/1) والبخاري (644) ينظر مجمع الزوائد (184/2)، وإسناد أحمد لا بأس به.

(2) رواه مسلم (3004) والنسائي في فضائل القرآن (33) والدارمي (456) وأحمد (11101).

وكان ع يسأل عن القبائل ومنازلها قبيلة قبيلة، فيقول: «أيها الناس! قولوا: لا إله إلا الله تفلحوا، وتملكوا بها العرب، وتدين لكم بها العجم، فإذا مُتُّم كنتم ملوكاً في الجنة»⁽¹⁾.

5 - القدوة الشخصية:

وهل هناك من مصدر إعلامي كالمؤثر الشخصي، والقدوة الحسنة؟! إن جميع المبشرين يضجون من هذا المصدر بالذات، وقوته في نشر الإسلام، إذ ما يكاد المسلم ينزل في بقعة ما، ويشرع في أداء عباداته اليومية من طهارة ووضوء وصلاة، حتى يلتف من حوله الكثيرون تأملاً له، وإعجاباً ورغبة في اعتناق دينه، والكثير من كتابات المستشرقين تصرح بدهشتهم من هذا التأثير المباشر للإسلام، وما له من قوة خارقة على الدعوة لنفسه بنفسه، رغم الجهود الضارية التي تبذلها تلك القوى المتعددة، في محاربة دين الله، في كل مكان.

بيد أننا نود الإشارة هنا إلى قضية مهمة، تميز الإعلام الإسلامي عن غيره، فبعضهم يظن أن رجل الإعلام وظيفته قاصرة على عرض المادة الإعلامية دون التزام بها، ولا إلزام. ولا توجد خدعة أسوأ من هذه الخدعة في عالم الاتصال، أفيكون رجل الإعلام، مُبلغاً لفرضية الصلاة وهو لا يصلي؟ أو يقدم رسالة إعلامية مبلغاً عن (التوحيد) وهو قبوري مخرف؟ أو يستعرض تاريخ الرسالة الإسلامية في محاربة المسكرات، وإبطال أضرارها وهو سِكِّير مدمن؟ كيف يستقيم هذا في منطق العقل؟

يا أيها الرجل المعلم غيره	هلا لنفسك كان ذا التعليم
تصف الدواء لذي السقام وذي الضنى	كيما يصحّ به وأنت سقيم
ابداً بنفسك، فأنهها عن غيرها	فإذا انتهت عنه فأنت حكيم

إننا نطالب رجال الإعلام المسلمين: أن يؤثروا بسلوكهم قبل أن يؤثروا بأقوالهم. نطالبهم أن يكونوا أمثلة صادقة حية لما يبليغون به الناس... فالقدوة الشخصية هي أقوى وسيلة إعلامية في التاريخ، وبها انتشر الإسلام في أركان الأرض السبعة لا على أيدي علماء متخصصين، ولا إعلاميين مدربين، ولكن على أيدي تجار مخلصين دأبوا على العبادة والطاعة، وجمعوا بين الدين والدنيا، وأخلصوا لله النية والعمل، فاتاهم الله ثواب الدنيا وحسن ثواب الآخرة.

* * *

(1) رواه أحمد (492/3 و 341/4) والطبراني في المعجم الكبير (4582) وذكره الهيثمي في مجمع الزوائد (22/6).

الفصل السادس خصائص الإعلام الإسلامي

هناك عدد كبير من الخصائص والميزات التي تختص بالإعلام الإسلامي، ولكن يمكن ضبطها بعدد محدد من الميزات، أهمها ما يلي:

المبحث الأول

عمومية الإعلام الإسلامي

كلنا يعلم مدى شمولية الشريعة الإسلامية لجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان، فيأخذ عنها ويترك ما ورد في الشريعة الخالدة، مصداق ذلك قوله تعالى: (أَفَتُؤْمِنُونَ بِبَعْضِ الْكِتَابِ وَتَكْفُرُونَ بِبَعْضٍ فَمَا جَزَاءُ مَنْ يَفْعَلُ ذَلِكَ مِنْكُمْ إِلَّا خِزْيٌ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيَوْمَ الْقِيَامَةِ يُرَدُّونَ إِلَى أَشَدِّ الْعَذَابِ وَمَا اللَّهُ بِغَافِلٍ عَمَّا تَعْمَلُونَ)⁽¹⁾. وتتضح عمومية الإسلام في كثير من المواطن، منها:

أ - كونه ديناً للناس أجمعين، فلا يخصّ قوماً دون قوم، ولا زماناً دون زمان، بل هو للناس كافة، قال الله تعالى عن رسوله الخاتم ع: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ)⁽²⁾

وقال سبحانه عن القرآن: (إِنَّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِّلْعَالَمِينَ)⁽³⁾.

ب - عمومية الأحكام الإسلامية: أي تشمل على كل سلوك الإنسان وشؤونه.

ج - عمومية الجزاء: فالكل سيحاسب على الخير والشر، في الصغيرة والكبيرة.

د - عمومية التبليغ: فكل مسلم ومسلمة مسؤول عن تبليغ دينه بالقدر الذي يستطيع، وهذا عملٌ إعلامي بحت.

وما دام القرآن قد بيّن لنا أن الأسوة والقدوة لنا هو رسول الله ع: (لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ)⁽⁴⁾ فهو قد عاش حياة إعلامية حافلة، وذلك ابتداءً منذ نزل عليه الوحي بقوله تعالى: (فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ)⁽⁵⁾ وقوله سبحانه: (يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ * قُمْ فَأَنْذِرْ)⁽⁶⁾.

واستمر ذلك العمل الدؤوب إلى أن انتقل إلى الرفيق الأعلى، بحيث لم يدع فرصة إلا انتهازها لصالح الدعوة والإبلاغ والإعلام، خاصة مواسم الحج، إضافة إلى إرساله للوفود، وللدعاة، وللسفراء.

(1) البقرة: 85. «خزي»: هوان، وفضيحة، وعقوبة.

(2) سبأ: 28.

(3) التكويد: 27.

(4) الأحزاب: 21.

(5) الحجر: 94.

(6) المدثر: 1 - 2. «المدثر»: المتغشّي بثيابه (النبي ع).

والقرآن قد ضبط المسألة بأن النبي ﷺ ليس عليه هداية الناس، إنما عليه فقط تبليغهم الرسالة السماوية، قال تعالى: (فَإِنْ أَعْرَضُوا فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا إِنْ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ)⁽¹⁾. وقال سبحانه: (فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ وَعَلَيْنَا الْحِسَابُ)⁽²⁾.

وبالتالي، فمهمة تبليغ الدعوة - أي الإعلام - هي مهمة يتحملها بعض فئات المجتمع الإسلامي لا كله، ولذلك ذكر العلماء أن ذلك يُعدُّ من فروض الكفاية، بحيث إذا قام به بعضهم سقط عن الكل، لكن إذا لم يقم به أحد أثم المجموع، ولذلك وردت الايات والأحاديث التي تشجّع وتحضُّ على الدعوة إلى الله، وإبلاغ الناس أمور دينهم، لكن دون قسوة ولا شدة ولا غلظة، قال الله تعالى: (وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ)⁽³⁾. أما عمومية الإعلام الإسلامي فيمكن تصنيفها إلى عدة أمور، هي:

أولاً - على النطاق العام:

1 - المقرؤون: حيث يقوم حملة القرآن بنشر الدين الحنيف، كما فعل (مصعب بن عمير) رضي الله عنه في بدايات الدعوة الإسلامية في المدينة المنورة، وهذا معنى قوله تعالى: (إِنَّمَا أَمِرتُ أَنْ أَعْبُدَ رَبَّ هَذِهِ الْبَلَدَةِ الَّذِي حَرَّمَهَا وَلَهُ كُلُّ شَيْءٍ وَأَمِرتُ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْمُسْلِمِينَ * وَأَنْ أَتْلُو الْقُرْآنَ فَمَنْ اهْتَدَى فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَقُلْ إِنَّمَا أَنَا مِنَ الْمُنذِرِينَ)⁽⁴⁾.

2 - الجهاد في سبيل الله تعالى: ذلك أن الحرب في الميزان الشرعي ليست من أجل سفك الدماء، والاعتداء على الآخرين، بل هي عبارة عن فتح الطريق أمام الدعوة إلى الحق والتوحيد، قال الله تعالى: (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ)⁽⁵⁾ وقال عز وجل: (وَقَاتِلُوهُمْ حَتَّى لَا تَكُونَ فِتْنَةٌ وَيَكُونَ الدِّينُ لِلَّهِ فَإِنْ انْتَهَوْا فَلَا عُدْوَانَ إِلَّا عَلَى الظَّالِمِينَ)⁽⁶⁾.

3 - المساجد: بحيث اعتبرت الشريعة الإسلامية كل مسجد مركزاً إعلامياً، ذلك لأن المسجد لم يوجد لإقامة الشعائر الدينية فقط، بل هو مكان لتبليغ الدعوة، ورفع راية العدل في المجتمعات.

4 - خطبة الجمعة: حيث يجتمع غالبية المسلمين في بيوتات الله، ليستمعوا إلى الخطباء دون كلام ولا لغو ولا رفث، وهذا نوع من أنواع الإعلام الناجح. وهذا يتطلب من الخطباء أن يكونوا على قدر متميز من التأثير، والقدرة على التبليغ؛ ليستطيعوا التأثير على الحاضرين، وبالتالي يتغير سلوكهم نحو الأفضل. وما خرج من القلب وقع في القلب، وما خرج من اللسان لم يتجاوز الآذان؛ لذا فإن الإخلاص عند الخطيب أمر مهم للغاية.

(1) الشورى: 48.

(2) الرعد: 40.

(3) فصلت: 33.

(4) النمل: 91 - 92.

(5) البقرة: 256.

(6) البقرة: 193.

5 - الأذان: وهو نوع آخر من أنواع الإعلام الإسلامي، ففي اليوم الواحد يسمع المسلم خمس مرات نداءً يذكره بالتوجه إلى المسجد، وذلك من أجل إقامة ركن من أركان الإسلام، وهو الصلاة. ومن جهة أخرى فإن الأذان، ونتيجة تكراره؛ يرسخ في الأذهان جملة من المرتكزات الرئيسية. فمثلاً يفهم من مفردات الأذان أشياء من صميم العقيدة، فعندما يقول المؤذن: (الله أكبر) يفهم من خلالها: أن كل ما عدا الله أصغر.

6 - الحج: وهو مؤتمر عالمي دعوي، يلتقي فيه المسلم مع إخوانه المسلمين من أنحاء المعمورة، وشعارهم هناك «لبيك اللهم لبيك، لبيك لا شريك لك لبيك، إن الحمد والنعمة لك والملك، لا شريك لك لبيك، وإن الخير كله في يدك، لبيك».

وعلى عاتق القائمين على أمور الحج تقع مسؤولية إعلام الناس بكل ما يحدث للمسلمين من ويلاتٍ ونكبات، وعليهم أن يتنازل كلُّ منهم عن عنجهيته.. وأهوائه وما إلى هنالك، وتتشابك في ذلك الأيدي، ويتفق الجميع من أجل تحقيق هدف واحد هو النهوض بالأمة إلى حالٍ أحسن.

7 - الجامعات والمنظمات والمراكز والجمعيات والمعاهد ونحو ذلك: ولها دور كبير في الإعلام الإسلامي، وخاصة فيما يتعلق بتخريج الدعاة والمتخصصين، ونحو ذلك.

8 - المؤتمرات والندوات: وعليها أن تركز على فقه الواقع وحركة الإنسان في نواحي الحياة، لا أن تكون المؤتمرات والندوات لتقديس الأشخاص والمذاهب والأقوال...!!.

9 - وسائل الإعلام: من حيث إنها أسلحة ذات حدّين، فإذا استُخدمت لصالح الدعوة بالحسنى، كانت الحياة رغيدة وهنية، وإلا عاش المجتمع في شقاءٍ ما بعده شقاء.

ثانياً - الإعلام على النطاق الجماعي:

1 - الدعوة الجماعية: حيث تقوم غالبية الجمعيات الدينية، والأحزاب الإسلامية بنشر الدعوة بين أفرادها أولاً، ثم بين الآخرين ثانياً، ولذلك العمل أثر كبير في مجالات الإعلام الإسلامي، والنهوض به إلى أرقى المستويات.

2 - الدروس والمحاضرات: مثل التي تُعقد في المساجد، كما يحدث في شهر رمضان وغيره، ولذلك يجب ضبط تلك النشاطات بالضوابط العلمية والشرعية، كي لا يدخل على خط التبليغ جماعة نشر المنامات والحكايات غير الموثقة، إنما لا بدّ أن نقدّم المعلومة الصحيحة الصريحة الميسرة.

3 - الاحتفالات: وما أكثرها في حركة حياة المسلمين، مثل حفلات الأعراس والحفلات الموسمية الدينية، وهذه الاحتفالات في الواقع هي سلاح ذو حدّين، فيمكن استخدامه للتسلية وتقطيع الأوقات وتسطيح الفكرة، ويمكن استخدامه بشكل هادف ومركّز، بحيث يكون من خلاله دور كبير للتربية والدعوة إلى الله.

ثالثاً: على النطاق الفردي:

1 - الدعوة الفردية: وهذا أمرٌ يستطيع فعله أي مسلم، بحيث يرى الناس سلوكه ويتعاملون معه بالدرهم والدينار، ويرصدون تحركاته أثناء مزاحه وأثناء غضبه، ويعرفون أقواله وأفعاله من خلال التعامل.

فإذا رأوا فيه الأخلاق الفاضلة... والتعامل الحسن.. والاندفاع إلى عمل الخيرات...
والحب لكل عباد الله... أيقنوا أن الفكر الذي يحمله، والعقيدة التي يدين بها هي الحق...، وإلا
كان عكس ذلك تماماً.

يقول عبد الرزاق نوفل: (وقد انتشر الإسلام في جزر الفلبين بوساطة عالم مسلم هو
(كريم المخزومي)، إذ وجد فيه القوم رجلاً صادقاً أميناً سمحاً، لا يسرق ولا يزني ولا يشرب
الخمير، ويؤدي فرائض ربه في أوقاتها، وجمع كل مكارم الأخلاق، فاعتنقوا الإسلام إيماناً
منهم بأن هذا الدين هو سبيل الخلق الحسن الكريم)⁽¹⁾.

2 - مسؤولية الأب تجاه الأسرة: حيث يقوم بالإشراف عليها، تربيةً وأخلاقاً وتعاملاً،
لذلك يتصل بأفراد الأسرة يومياً.. ويراقب تحركاتهم ساعة تلو ساعة، فيذكر بالأخطاء وينبه
إليها لتجنبها، ويشجع على الأمور الصحيحة ويكافئ عليها.

والمواقع يؤكد - بلا ريب - أن التعاون بين الأب والأم، وبين الأولاد يؤدي إلى إقامة أسرة
رائعة، وهذا ما ألمح إليه المصطفى ع بقوله: «كلكم راع ومسؤول عن رعيته، الإمام راع وهو
مسؤول عن رعيته، والرجل في أهله راع وهو مسؤول عن رعيته، والمرأة في بيت زوجها
راعية وهي مسؤولة عن رعيته، والخادم في مال سيده راع، وهو مسؤول عن رعيته»⁽²⁾!
إن الإسلام يملك قوة هائلة في الإعلام، وعلى جميع المستويات، وهذا يؤكد على عمومية
الإعلام الإسلامي وعالميته.

لذلك على كل مسلم في هذا الزمن العصيب أن يتحمل قسطاً من تبليغ الدعوة للاخريين،
وليوقن المسلم أن قرانه عالمي، ونبيه ع عالمي، وكل ما في الشريعة الإسلامية عالمي.
صحيح أن الأمة تواجه طائفة من الحملات المنظمة والمدعومة، كالتبشير والتنصير،
لكن بالمقابل فامتنا تختزن مخزونات كبيرة، روحية.. واقتصادية... وبشرية ونحو ذلك، وفوق
هذا وذاك ففوة الله معنا إذا كنا مع الله سبحانه.

* * *

(1) الدعوة إلى الإسلام: ص 74.

(2) الإمام أحمد بن حنبل، المسند: (6026).

المبحث الثاني استقلالية الإعلام الإسلامي

ذلك لأن الإسلام - عقيدةً وشريعةً - نظام مستقل متكامل متميز، وهو ينادي الناس كافة للدخول في الدين، قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ)⁽¹⁾.

(من أول مفاهيم هذه الدعوة أن يستسلم المؤمنون بكليتهم لله، في ذواتهم وأنفسهم، وفي الصغير والكبير من أمرهم، أن يستسلموا الاستسلام الذي لا تبقى بعده بقية ناشزة من تصوّر أو شعور، ومن نية أو عمل، ومن رغبة أو رهبة لا تخضع لله، ولا ترضى بحكمه وقضائه، استسلام الطاعة الواثقة المطمئنة الراضية، الاستسلام لليد التي تقود خطاهم وهم واثقون أنها تريد بهم الخير والنصح والرشاد، وهم مطمئنون إلى الطريق والمصير، في الدنيا والاخرة سواء)⁽²⁾.

وهذا يعني وحدة اتجاه المسلمين نحو دينهم، ونبذ كل نظام جاهلي، وعدم اتباع أي نهج غير الإسلام، وهذا جوهر استقلالية الإسلام كله. ولذلك لا يؤمن الإسلام بأنصاف الحلول، ولا يوقن بمنهج بين بين، إنما يقول: إما أن تكون مع الحق، وإما أن تكون مع الضلال، إما أن تكون مع الله، وإما أن تتبع خطوات الشيطان.

ومن الأمثلة العديدة التي توضح استقلالية منهج الإعلام الإسلامي:

1 - المصدر الرئيس للتشريع:

هناك آيات كثيرة وأحاديث نبوية كثيرة أيضاً تطالب المسلمين بالتمسك بالمصدرين الأصليين وهما القرآن والسنة، مصداق ذلك قوله تعالى: (قُلْ لَا يُؤْمِنُونَ حَتَّىٰ يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لَا يَجِدُوا فِي أَنفُسِهِمْ حَرَجًا مِّمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيمًا)⁽³⁾.

وعلى جميع أفراد المجتمع المسلم أن يتبعوا الطريق الذي رسمه الله تعالى لهم، ولا يتبعوا السبل والأفكار التي تخالف المنهج القويم، قال تعالى في ذلك: (وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ ذَلِكُمْ وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ)⁽⁴⁾.

ولذلك يجب أن يصطبغ الإعلام الإسلامي بالصبغة الإسلامية البحتة، دون تأثر بمذهبٍ مادي، أو اتجاه حزبي، أو نظرية غربية أو شرقية، وفي الإسلام أصل كل خير وارشاد

(1) البقرة: 208.

(2) في ظلال القرآن: 206/1.

(3) النساء: 65. «شجر بينهم»: أشكل والتبس عليهم من الأمور. «حرجاً»: ضيقاً أو شكاً.

(4) الأنعام: 153.

لأصول الإعلام وأركانه، وبالإمكان معرفة ما يلزم الإعلامي منه دون أن يكون عالية على كتابات الغربيين، يتطّقل على موائدهم وإن كان علماً جديداً..!
ومن الأمثلة الكثيرة التي توضح لنا بجلاء استقلالية الإعلام الإسلامي، من خلال استقلالية مصادر التشريع الإسلامي، ما يلي:

1 - روى الإمام أحمد في «مسنده» وغيره، عن جابر بن عبد الله رضي الله عنه قال: نسخ عمر رضي الله عنه كتاباً من التوراة بالعربية، فجاء به إلى النبي ﷺ، فجعل يقرأ، ووجه رسول الله يتغير.

فقال له رجل من الأنصار: ويحك يا ابن الخطاب! ألا ترى وجه رسول الله؟ فقال الرسول ﷺ: «لا تسألوا أهل الكتاب عن شيء، فإنهم لن يهدوكم وقد ضلّوا، وإنكم إما أن تكذبوا بحق أو تصدقوا بباطل، والله لو كان موسى بين أظهركم ما حلّ له إلا أن يتبعني».

2 - الإسرائيليات: وهي العقائد والأساطير التي دسّها اليهود في الدين الإسلامي، منذ القرن الأول الهجري.

وللعلماء في تقسيمها كلام كثير، لكن يمكن ضبطها بثلاثة أقسام، هي:

- موافقة لما في شريعتنا: وهي مقبولة.

- مخالفة لما في شريعتنا: وهي مردودة.

- مسكوت عنها: وليس في شريعتنا ما يؤيدها، ولا ما ينقضها.

أما في هذا العصر، وقد انتشرت العلوم، وصنّفت، وهُدّبت، فيجب التشدّد كثيراً في قبول الخبر، والبحث بشكل دقيق عن شروط صحته.

أما الظن... والخيالات... والمنامات.. فذاك الذي أدّى بأهل الكتاب إلى الضلال والانحراف، قال تعالى: (إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَإِنْ هُمْ إِلَّا يَخْرُصُونَ)⁽¹⁾ ولذلك أمر الإسلام أتباعه باجتنباب الظن، والبحث عن الحق، قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ)⁽²⁾، ومن هنا، فيجب اتخاذ مصدر مستقل للمعلومات بالمسلمين، ومن الأدلة على ذلك:

أ - قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)⁽³⁾.

أي: لا يكون الخبر صحيحاً إذا كان المصدر المستقى منه كاذباً، وهنا مصدر الأنباء رجل فاسق، أي غير ملتزم بشروط نقل الخبر، وهي الثقة والأمانة والصدق، وقد قطع الإسلام التاويلات على مستقبلتي هذه الأخبار.

ب - قول الله تعالى: (إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَكَاذِبُونَ * اتَّخَذُوا أَيْمَانَهُمْ جُنَّةً فَصَدُّوا عَن سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّهُمْ سَاءَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ)⁽⁴⁾.

(1) الأنعام: 116.

(2) الحجرات: 12.

(3) الحجرات: 6.

(4) المنافقون: 1 - 2. «جُنَّة»: وقاية لأنفسهم وأموالهم.

ج - قول المعصوم صلوات الله عليه: «من أتى عرافاً أو كاهناً فصدّقه بما يقول فقد كفر بما أنزل على محمد»⁽¹⁾.

وقوله ع: «من أتى عرافاً فسأله عن شيء لم تقبل له صلاة أربعين يوماً»⁽²⁾. وهذه دعوة واضحة إلى الإعلام الإسلامي على أن يكون ملتزماً بالصدق، حذراً من المنافقين والكذابين.

أما ما نراه من غالبية وسائل الإعلام الوضعية، فما يؤسف له أنها لا تلتزم الصدق أحياناً. مبررة ذلك بقول: (الوسيلة تبرر الغاية) والمهم هو السبق الصحفي.... والأرباح الفاحشة أولاً وأخيراً.

وهذا ما يستدعي من شباب الأمة أن ينطلقوا نحو اللغات الأخرى، فيتعلموها ويتقنوها، وذلك من أجل فهم ما يدور عندهم ضدنا، وأن لا يكون الاعتماد في نقل الأخبار إلا على ملة الإسلام، وإلا كيف يأمن المسلم عدوه...؟!

2 - بين الإعلام الإسلامي والإعلام المضل:

بيّنت الشريعة الإسلامية منهج التفكير والسياسة الإعلامية التي يتبعها أهل الباطل من أجل طمس الحق وتضليل الآخرين، وهذا هو الفارق الكبير بين الإعلام الإسلامي والإعلام الآخر.

أ - فوجهة الإعلام المضل تبينها كثير من الايات القرآنية، منها قول الله تعالى: (الْم تَر إِلَى الَّذِينَ أَوْتُوا نَصيبًا مِّنَ الْكِتَابِ يَشْتُرُونَ الضَّلَالَةَ وَيُرِيدُونَ أَن تَضِلُّوا السَّبِيلَ)⁽³⁾. وقوله عز وجل: (وَمَا تُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ وَيُجَادِلُ الَّذِينَ كَفَرُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ وَاتَّخَذُوا آيَاتِي وَمَا أُنذِرُوا هُزُوًا)⁽⁴⁾. وقوله سبحانه وتعالى: (وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا شَيَاطِينَ الْإِنسِ وَالْجِنِّ يُوحِي بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ زُخْرَفَ الْقَوْلِ غُرُورًا)⁽⁵⁾.

وقوله عز وجل: (وَإِنَّ مِنْهُمْ لَفَرِيقًا يَلُودُونَ أَلْسِنَتَهُم بِالْكِتَابِ لِتَحْسَبُوهُ مِنَ الْكِتَابِ وَمَا هُوَ مِنَ الْكِتَابِ وَيَقُولُونَ هُوَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَمَا هُوَ مِنْ عِنْدِ اللَّهِ وَيَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ وَهُمْ يَعْلَمُونَ)⁽⁶⁾. وقوله سبحانه: (وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَيَتَّبِعُ كُلَّ شَيْطَانٍ مَّرِيدٍ * كُتِبَ عَلَيْهِ أَنَّهُ مَن تَوَلَّاهُ فَأَنَّهُ يُضِلُّهُ وَيَهْدِيهِ إِلَى عَذَابِ السَّعِيرِ)⁽⁷⁾.

ب - ومن الايات التي بيّنت ضلالهم ما يلي:

قال الله تعالى: (بَلْ قَالُوا إِنَّا وَجَدْنَا آبَاءَنَا عَلَىٰ أُمَّةٍ وَإِنَّا عَلَىٰ آثَارِهِم مُّهُتَدُونَ)⁽⁸⁾.

(1) الحاكم، المستدرک علی الصحیحین: ص 1 - 8.

(2) صحیح مسلم برقم (2230).

(3) النساء: 44.

(4) الکہف: 56. «لیدحضوا»: لیبطلوا ویزیلوا. «هزوا»: استهزاء وسخریة.

(5) الأنعام: 112. «زخرف القول»: باطله المموه المزوق. «غروراً»: خداعاً وأخذاً علی غرّة.

(6) آل عمران: 78. «یلوون ألسنتهم»: یمیلونها عن الصحیح إلى المحرّف.

(7) الحج: 3 - 4. «مرید»: متمرد عاتٍ متجرد للفساد. «تولاه»: اتخذه ولیاً، وتبعه.

(8) الزخرف: 22. «علی أمة»: علی دین وطریقة تؤمّ وتُقصد.

وقال سبحانه: (وَمَا تَقْرَفُوا إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْعِلْمُ بَعِيًّا بَيْنَهُمْ)⁽¹⁾.
 وقوله عز وجل: (مَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ * أَفَلَا تَذَكَّرُونَ * أَمْ لَكُمْ سُلْطَانٌ مُبِينٌ * فَأْتُوا
 بِكِتَابِكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ)⁽²⁾.
 وقوله سبحانه: (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لَا تَغْلُوا فِي دِينِكُمْ غَيْرَ الْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ
 ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا وَضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ)⁽³⁾.
 ج - لذلك جاء التنبيه والتحذير، لئلا يقع البسطاء في الفخ، خاصة وقد فضح الإسلام
 أساليبهم الإعلامية، ومناهج تفكيرهم.
 من ذلك قوله تعالى: (فَلِذَلِكَ فَادِّعْ أَسْتَقِمَّ كَمَا أَمَرْتُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَقُلْ أَمَنْتُ بِمَا أَنْزَلَ
 اللَّهُ مِنْ كِتَابٍ وَأَمَرْتُ لِأَعْدِلَ بَيْنَكُمْ اللَّهُ رَبُّنَا وَرَبُّكُمْ لَنَا أَعْمَالُنَا وَلَكُمْ أَعْمَالُكُمْ لَا حُجَّةَ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ
 اللَّهُ يَجْمَعُ بَيْنَنَا وَإِلَيْهِ الْمَصِيرُ)⁽⁴⁾.
 ومن الإيجابية الواضحة للإعلام الإسلامي أن دعاهم إلى الدين الحق، مثال قوله تعالى:
 (قُلْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ قُلْ اللَّهُ يَهْدِي لِلْحَقِّ أَفَمَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ أَحَقُّ أَنْ يُتَّبَعَ
 أَمْ لَّا يَهْدِي إِلَّا أَنْ يَهْدَىٰ فَمَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ)⁽⁵⁾.
 د - وما أكثر الآيات التي تدلُّ بكل وضوح على استقلالية الإعلام الإسلامي، وعلى نهج
 الوسطية وسمو المقصد، ومنها قوله تعالى: (لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ
 وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ)⁽⁶⁾.
 ومنها قوله سبحانه: (أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ
 وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ * تُؤْتِي أُكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ
 يَتَذَكَّرُونَ)⁽⁷⁾.
 وهكذا، يشتري البعض بإعلامهم الضلالة، ويجادلون بالباطل، بينما يسطع نجم الإعلام
 الإسلامي رافعاً لواء الحقيقة المجردة، مسخراً كل وسائله الإعلامية لبيان القول الطيب والعمل
 الصالح، كل ذلك ضمن شخصية مستقلة، وخصائص مميزة، وهذا هو عين وحقيقة وجوهر
 الإسلام الحق.

* * *

(1) الشورى: 14. «بعياً بينهم»: عداوة، أو طلباً للدنيا.

(2) الصافات: 154 - 157.

(3) المائدة: 77. «لا تغلوا»: لا تجاوزوا الحد، ولا تفرطوا.

(4) الشورى: 15.

(5) يونس: 35.

(6) الحديد: 25. «الميزان»: العدل.

(7) إبراهيم: 24 - 25.

المبحث الثالث ثبات الإعلام الإسلامي

يضمن الثبات في مقومات التصور الإسلامي وقيمه للحياة الإسلامية خاصة (الحركة داخل إطار ثابت حول محور ثابت، فيضمن للفكر الإسلامي، وللحياة الإسلامية مزية التناسق مع النظام الكوني العام، ويقيه شر الفساد الذي يصيب الكون كله لو اتبع أهواء البشر بلا ضابط من قاعدة ثابتة لا تتأرجح مع الأهواء.

ولا ضير بعد ذلك من الحركة، والتغيير، والتطور، والنمو، والترقي، بل تصبح كلها مطلوبة، وتصبح كلها مأمونة، وتصبح كلها تلبية للفطرة القائمة على الحركة داخل إطار ثابت... حول محور ثابت، ولكنها حركة راشدة واعية، مدركة للغاية الثابتة التي تتجه إليها، في خط متزن، مستقيم راسخ، وهذا هو ضمان الحياة الطويلة المدى، المتناسقة التصميم.

وهكذا تسبح العلوم في فلك الإسلام، وتتفرع الأحكام في نظامه، ويقيس العلماء الأمور بعضها على بعض، ما دام الأصل ثابتاً، وما دامت المبادئ موجودة.

وبالتالي، فيعتبر الإعلام الحارس الأمين لهذه المبادئ والأحكام، فهو مسخر لأن يحمل هذه الدعوة ويقدمها نقيّة - دون تغيير أو تشويه - عبر الوسائل الإعلامية، وبأسلوب علمي توثيقي، لتلقى القبول والمكانة اللائقة بها. لكن هناك مسائل تشريعية ثابتة، وهناك ما هو قابل للتجديد ومنها ما هو قابل للتبديل.

* * *

المبحث الرابع إيجابية الإعلام الإسلامي

لقد تقرر لدينا سابقاً أنه ما دام هناك إسلام، فإن ذلك يعني أن هناك إعلاماً إسلامياً، لأن الإسلام دين دعوة وبلاغ. وما دام هناك مسلمون، يعني أن هناك إعلاميين إسلاميين، لأن المسلم داعية إلى عقيدته وشريعته بمجرد كونه مسلماً ملتزماً. وبالتالي، فإيجابية الإعلام الإسلامية وحيويته تنبعان من الأحكام الشرعية القابلة للتطبيق، والصالحة لكل زمان ومكان.

من هنا يأتي التساؤل: أين تبدو إيجابية الإعلام في الإسلام؟ وما هي مظاهره الحيوية؟

1 - المرونة والتكيف في الأحكام:

وردت في الشريعة قواعد ومبادئ عامة، تتضمن أحكاماً عامة يمكن بسهولة ويسر تطبيقها في كل زمان ومكان، وقد صيغت بكيفية تمكّنها من سهولة هذا التطبيق ويسره، كما أن معناها الحق لا يمكن أن يتخلى عن أي مستوى عالٍ يبلغه أي مجتمع، ومن ثم يتسع لكل مصلحة حقيقية جديدة للناس، كما أن هذه القواعد والمبادئ تعتبر كالأساس لما يقوم عليها من أحكام جزئية، ولما يتفرّع عنها من فروع، ومن تلك القواعد الإعلامية:

أ - مبدأ الشورى:

من المبادئ الثابتة والقواعد الكلية التي لا تتبدل ولا تتغير، قوله تعالى: (وَأْمُرْهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ)⁽¹⁾، لكن من عظمة الشريعة الإسلامية أن تركت كيفية تطبيق هذه القاعدة للزمن والحياة، أي وسائل تطبيق القاعدة حسب ما يناسب الزمان والمكان، وحسب الأصلح من تجارب البشرية.

أي: مقصد الشريعة الإسلامية تطبيق قاعدة الشورى، ومن ثمّ فليكن التطبيق بأيّ وسيلة كانت، وبأي صورة أو هيئة ارتاها أهل الحلّ والعقد. وبالتالي، فالشورى هي الطريق الصحيح لمعرفة أصوب الآراء للوصول إلى الحقيقة وجلاء الأمور، وهي أثر طبيعي لاحترام العقل، كما أنها من مقتضى تكريم الله للإنسان، وهي مظهر من مظاهر المساواة وحرية الرأي والنقد والاعتراف بشخصية الفرد.

والشورى تربية للفرد على أداء وظيفته الاجتماعية، عن طريق تهيئة الفرصة له لأن يبرز في المجتمع، فيرَبِّي ملكاته، وينمِّي قدراته حتى يكون أهلاً للمشورة، وهذا بدوره يدعو إلى الاستزادة من العلم والمعرفة، وذلك أن انفراد شخص بالرأي في أمر عام يتعلّق بالجميع ودون اعتبار للآخرين فيه ظلم وإجحاف، وهو يتضمّن نوعاً من تعظيم النفس واحتقار الرأي العام.

(1) الشورى: 38.

والشورى سبيل لمعرفة الرأي الصائب عن طريق مناقشة الآراء وظهور أفضلها، وهي سبب لقلّة الخطأ، وبها يُستفاد من جهود الآخرين وخبراتهم، وهي عصمة لوليّ الأمر من الإقدام على أمور تضرّ الأمة ولا يشعر هو بضررها، وهي تذكير للأمة بأنها صاحبة السلطان، وتذكير لرئيس الدولة بأنه وكيل عنها في مباشرة السلطان.

أما وسائل الإعلام الإسلامي فمن أهم مسؤولياتها إشاعة مناخ الشورى، وروح الحوار البناء والمناقشة الإيجابية، إسهاماً منها في الوصول إلى أحكم القرارات، وخاصة عن طريق تربية الأفراد وتدريبهم على روح المشاورة، وهكذا تُتيح وسائل الإعلام الإسلامي الفرصة لاجتماع آراء المؤمنين وأفكارهم وتفتيحها وتصنيفها، وبذلك يسمو الفكر وتترقى العقول وتتفاعل الآراء، ويخفّ حجاب الغفلة، وتشدّ الأذهان، وتتجاوز العقول، فتتضح ويتبين الصواب، ويتضح سبيل الحق.

والإعلام بذلك يشيع روح التعاون والتناصح والمحبة، ويؤلف بين القلوب، ويشعر الجميع بأن مصلحتهم واحدة، فتنبّه الأذهان للأفكار الصالحة، والتصرفات الموافقة للشريعة، مما يؤدي إلى اتخاذ أصوب الأفكار المبنية على أفضل الآراء وأحكمها، وهكذا يتكوّن الرأي العام الإسلامي على أساس الشورى، ومن خلالها.

وفي كل ذلك يتخذ الإعلام ضوابطه من قيم الإسلام الأصيلة وأساليبه الرفيعة وأهدافه السامية ووسائله الشريفة، وكلها تصدر عن الدّين وتذكّر بحقائقه، وتؤكد ضرورة السّعي لتحقيق مقاصده، مع التصدي لأعداء الدّين وردّ مكائدهم، وإيضاح الحقائق لتصل إلى جميع الأذان البشرية في عرض شائق جدّاب، تتوافر له عناصر القوة والموضوعية والسّداد، مع حرص على الوضوح والعمق والإقناع والبعد عن الإملال، وبذلك يتحقق مناخ الشورى المؤدي إلى سلامة الرأي وعمومه...⁽¹⁾.

ب - مبدأ العدالة والمساواة:

أيضاً هذا مبدأ كليّ من مبادئ الإسلام، ثابت وبارز، ودليل ذلك قوله تعالى: (وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ)⁽²⁾.

وأما وسائل تطبيق العدالة والمساواة فمتروكة لتغيير الأزمان والأحوال، وبالتالي ما أكثر الصور التي تعطي مردوداً حسناً في مجالات وسائل الإعلام، منها مثلاً:

- تقديم صور من عدالة الإسلام وسماحته في شكل قصص للأطفال، وذلك لتربيتهم وتنشئتهم على حبّ هذا المبدأ والتحلّي به.

- استخلاص هذا المبدأ من السيرة العطرة للرسول ع، ومن سيرة الخلفاء الراشدين ومن تلاهم⁽³⁾.

- يحفل التاريخ بأخبار أمراء وقضاة وعلماء كانت لهم مواقف بطولية نادرة في قول كلمة الحق والقضاء به، دون خوف من ظالم أو محاباة لقريب، فما أجمل أن يُجعل من ذلك مسلسلات وأفلام، تسجّل وتصور بأسلوب مشوق وإخراج جميل.

(1) يراجع: إبراهيم إمام، أصول الإعلام الإسلامي: ص 230 - 231.

(2) النساء: 58.

(3) للتوسع يراجع: الدكتور محمد عمر الحاجي، سيرة سيّد الأنام: 115/3 - 187.

أما فيما يتعلق بالأخبار، فيجب استخدام العدل في الإعلام وانتقاء الأخبار، وعلى الإعلام أن يلتزم بالعدل ويَزن بالقسط، مهما كانت الظروف والأحوال، ومصدق ذلك قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَآلَهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىٰ أَن تَعْدِلُوا وَإِن تَلَوُوا أَوْ لَعَنُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا)⁽¹⁾.

حتى إذا تناول الإعلام قضايا الخصوم والأعداء، فعليه أن يسير على منهج العدل والإنصاف، كما قال 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)⁽²⁾.

ج - قاعدة (لا ضرر ولا ضرار):

ومما يدلّ على عطاء هذه الشريعة وتجديدها المستمرّ على مدى الزمان والأيام، أنها أتت بقواعد تشريعية ميسرة مستنبطة من استقراء النصوص وأسباب النزول ووقائع الأحداث ومقاصد الشريعة، مثل قاعدة (لا ضرر ولا ضرار)، وهي حديث نبوي⁽³⁾.

ومعناها: أن الضرر مرفوع بحكم الشريعة، أي لا يجوز لأحدٍ إيقاع الضرر بنفسه أو بغيره، وبالتالي (فالضرر لا يُزال بالضرر) لأنه عبثٌ وإفساد لا معنى له، وهكذا تتوالى القواعد الحكيمة في هذا الجانب:

(الضرر يُزال).

(يتحمّل الضرر الخاص لدفع الضرر العام).

(الضرورات تبيح المحظورات).

(ما أبيح للضرورة يقدر بقدرها).

(درء المفسدة يقدر على جلب المصلحة)⁽⁴⁾.

وهناك فروع وأحكام كثيرة بُنيت على هذه القاعدة، منها: تقرير حقّ الشفّعة، ومنع التعسّف في استعمال الحق، وحق السلطة في اتخاذ الإجراءات الوقائية لمنع الضرر عن الناس، كحجر المرضى والقادمين إلى البلاد في محاجر خاصة، والتسعير في ظروف معينة...⁽⁵⁾

وما أحوج الإعلام اليوم للالتزام بهذه القواعد والمبادئ، بحيث لا يقدر أيّة مادة إعلامية فيها ضرر بالأمة...!!

(1) النساء: 135. «أن تعدلوا»: كراهة العدول عن الحق. «تلوا»: تُحرفوا في الشهادة. «تعرضوا»: تتركوا إقامتها أصلاً.

(2) المائدة: 8. «شهداء بالقسط»: شاهدين بالعدل. «لا يجرمنكم»: لا يحملنكم، أو لا يكسبنكم. «شنان قوم»: بغضكم لهم.

(3) الإمام مالك، الموطأ: 745/2.

(4) للتوسّع يراجع: الشيخ أحمد الزرقاء وولده مصطفى، شرح القواعد الفقهية.

(5) للتوسّع يراجع: عبد الكريم زيدان، أصول الدعوة: ص 63 - 65.

أما ما يُقدّم الآن ففيه الكثير من الضرر للأفراد والمجتمعات على حد سواء، وذلك عبر وسائل الإعلام المختلفة.

2 - المخالطة والمعاشرة والخدمات الاجتماعية:

لا شك أن الشريعة الإسلامية لا تطرح الشعرات الجوفاء، دون أن تنزل بها إلى أرض الواقع، لذلك على الداعية والإعلامي أن يكون الواحد منهم صورة مصغرة عن الرسول ﷺ، ليرى الناس فعله وهو يطابق قوله، وهذه المخالطة والمعاشرة للاخرين توقّر في الواقع جواً مناسباً للدعوة.

ذلك لأن المخالطة من ضروريات الدين، وأما اعتزال الناس، واعتزال جماعاتهم وجمعهم فيؤدي إلى أمراض نفسية وجسدية، وبالتالي يؤدي إلى زعزعة أواصر الجماعة المسلمة، مصداق ذلك قوله ﷺ: «المسلم الذي يُخالط الناس، ويصبر على أذاهم، خير من الذي لا يخالط الناس، ولا يصبر على أذاهم»⁽¹⁾.

وقدوتنا في ذلك سيرة الحبيب محمد ﷺ، فقد كان يخالط الفقراء والمساكين، والضعاف والأقوياء، والأغنياء والسادة، والعبيد والبدو، والنساء والأطفال..، يغشى مجالسهم، ويدعوهم، ويحذرهم من الوقوع في براثن الجاهلية، ويدلّهم على الفضائل والمحبة. ولذلك، فعلى الداعية أن يدرك واقع بيئته التي يعيش فيها، عسى أن يتوقف عند سلبياتها وإيجابياتها، فيأخذ ما هو مفيد ويتعد عن كل ما فيه ضرر، له أو لغيره.

وعليه أيضاً إدراك الدعوات الأخرى المحيطة به، ومعرفة ماهيتها وحدودها وما فيها من سقطات وتغييرات..، ومثلها مسألة التيارات الفكرية المعاصرة، وواقع الحركات الإسلامية المعاصرة، بل وإدراك أحداث الحياة اليومية ووقائعها، وبالتالي أن تصبح بين الداعية الإعلامي وبين جمهوره إلفة ومودة وحب، وأن يكون ذلك أمراً راسخاً رسوخ الجبال الرواسي.

وهكذا، فالمسألة - كما يرى الشيخ محمد أبو زهرة - أن الدعوة الاحادية كانت تبلغ بطرق ثلاثة، هي:

أولها: الاختلاط والانتلاف، فالأليف يقرب أليفه ويدنيه.
ثانيها: التبيين، وذلك من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، مع تأليف القلوب والموعظة الحسنة.

ثالثها: إزالة الأوهام التي تسيطر على الناس فيما يتعلق بالأوثان⁽²⁾.
وهكذا، فالإعلام بالدين ليس باللسان وحده، بل إن السيرة الحسنة، والتعاون المثمر، والتزاور، والخدمات الاجتماعية، وإقامة المنشآت الخيرية... كل هذا وغيره دعوة عملية للناس، وتركيز واهتمام على النواحي الخيرة لإصلاح المجتمع، قال تعالى: (وَأَفْعَلُوا الْخَيْرَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)⁽³⁾.

(1) سنن الترمذي: (2509).

(2) للتوسع يراجع: الدعوة إلى الإسلام: ص 90 - 91.

(3) الحج: 77.

3 - العناصر الحيوية في العلم والدعوة:

وتبرز إيجابية الإعلام الإسلامي في هذا المجال، من خلال ثلاثة أمور رئيسة، هي:
أ - الترغيب في العلم: إن الإسلام يركز على العلم، ولا يقصر ذلك في عهد معين، ولا لأفراد معينين، بل يفتح المجال واسعاً أمام الجميع.
ثم تندب الشريعة الأتباع إلى تعليم الناس كل ما تعلمه الفرد، أي تكلفه بالتبليغ والإعلام، وذلك من أجل أن تعم الفائدة، أما إذا تعلم العلم ثم كتمه ولم يبلغه للناس، فقد ارتكب وزراً عظيماً، مصداق ذلك قوله تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ)⁽¹⁾.

وقوله صلوات الله عليه: «من سئل عن علم فكتمه، ألجم بلجام من نار»⁽²⁾ وهذا هو بحق بيان أمر الإيجابية في الإعلام: تعلم العلم، وتعليمه.

كيف لا؟! والإسلام يفاخر على الآخرين في أن أول ما نزل في دستوره الخالد (اقرأ)⁽³⁾ ثم بين القرآن الفارق الشاسع بين المتعلم والجاهل، فقال تعالى: (قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ)⁽⁴⁾.

وركز على قيمة العلماء، فقال تعالى: (يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ)⁽⁵⁾.

ب - المراكز العلمية: وقد كانت منتشرة في مكة والمدينة ودمشق واليمن و...، وقد تخرج فيها الكثير الكثير.

ج - الوسائل والأساليب الإعلامية في الدعوة الإسلامية: تعتبر الشريعة الإسلامية الوسائل الإعلامية ذات أهمية كبرى في نشر الدعوة، وبالتالي فمنها ما هو وسائل مباشرة، مثلاً عن طريق المسجد، ومنها غير مباشرة، كتأليف الكتب.

وهكذا، نرى الفارق الكبير بين المناهج الإسلامية وبين المناهج الغربية، فالإسلامية ربانية ثابتة لا تحتاج إلى نظريات وضعية جديدة، أما الغربية منها فهي اجتهادات بشرية، قد تصيب وقد تخطئ.



(1) البقرة: 159. «يلعنهم الله»: يطردهم من رحمته.

(2) الترمذي: (2651).

(3) العلق: 1.

(4) الزمر: 9.

(5) المجادلة: 11.

الباب الثاني المسيرة التاريخية للإعلام

- الفصل الأول: الإعلام في العهد المكيّ.
- الفصل الثاني: الإعلام في العهد المدني.
- الفصل الثالث : الإعلام في عهد الصحابة رضي الله عنهم.
- الفصل الرابع: الإعلام في العهد الأموي.
- الفصل الخامس: الإعلام في العهدين: العباسي والفاطمي.
- الفصل السادس: الإعلام في العصور الوسطى.
- الفصل السابع : الإعلام في العصر الحديث.

الفصل الأول الإعلام في العهد المكيّ

المبحث الأول إعداد الرسول ع ليكون الداعية الأول

أولاً: الإعداد قبل البعثة:

أعد الله سبحانه وتعالى نبيه محمداً ع إعداداً يتناسب مع شرف وعظمة الرسالة التي كلفه بها، وحمّله إياها. قال تعالى: (إِنَّا سَأَلْنَاكَ إِلاَّ رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) [الأنبياء: 107]، وقال سبحانه: (وَلَكِن رَّسُولَ اللّهِ وَخَاتَمَ النَّبِيِّينَ) [الأحزاب: 40]. ولأن المهمة عظيمة، والرسالة قدرها جليل عالٍ، وإبلاغها يتطلب جهداً غير عادي، فقد أعد الله عز وجل لها من يتحملها ومن هو أهل لإبلاغها، وأهل لأن يكون أسوة حسنة، وقدوة صالحة، ليس فقط لأهل مكة، وليس فقط لأصحابه وفي حياته، وإنما للبشرية كلها في كل زمان وفي كل مكان، لأنها الرسالة الخاتمة ولأنه ع آخر الرسل.

قال الله عز وجل: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلاَّ رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) [الأنبياء: 107]، وقال سبحانه: (وَلَكِن رَّسُولَ اللّهِ وَخَاتَمَ النَّبِيِّينَ) [الأحزاب: 40].

وبذلك فقد أعد سبحانه نبيه محمداً ع إعداداً يتناسب مع هذه الرسالة العظيمة، فزوّده بصفات اتصف بها في طفولته وفي صباه، وفي شبابه قبل بعثته، وكانت بمثابة عوامل جذب الانتباه ولفت الأنظار إليه، لتكون شاهدة له إذا ما جهر بدعوته، وبلغ رسالته، وقد شهد له بذلك الرهبان والكهان وأهل الكتب والباحثون في الأديان السابقة.

فالإعداد الذي كان قبل البعثة كان إعداداً يميزه عن أقرانه من أطفال مكة وشبابها، ويجعل الأصابع تشير إليه شاهدة له بأن له شأناً عظيماً، خاصة وأن اليهود والنصارى كانوا يخبرون الناس في ذلك الوقت بأن نبياً سيبعث، هو نبي آخر الزمان، وقد أظل زمانه، وأنه مبعوث من هذا المكان (مكة).

وأما عوامل الإعداد في بداية البعثة فكانت ضرورية ليتحمل محمداً ع هذا الأمر المستغرب لأنه بشر من الناس، ولأنه كسائر البشر يغضب ويرضى؛ فلا بد من إعداده إعداداً يؤهله لتحمل نقطة التحول هذه في تاريخ البشرية كلها.

لقد أعد الله عز وجل قبل البعثة بصفات أهمها: رجاحة العقل، وحسن الخلق، والصدق والأمانة، والشجاعة والإقدام، واختاره من أعرق البيوت في مكة.

(1) المزمّل: 5. «قولاً ثقيلاً»: شاقاً على المكلفين (القرآن).

1 - رجاحة العقل:

أعد الله سبحانه وتعالى نبيه محمداً ع بأهم صفة يجب أن يتزود بها رجل الإعلام القدير، وهي رجاحة العقل. فمع ما نعلم من تأثير البيئة على نشأة الإنسان، وعلى إكسابه طريقة معينة في التفكير تتناسب مع هذه البيئة، إلا أن النبي ع لم يتأثر بالمجتمع الذي نشأ فيه، ولم يكن منقاداً لغيره من العظماء أو الأشراف أو السادة، الذين نشأ وتربى بينهم وفي كنفهم ورعايتهم وتحت أعينهم، فقد تربى أولاً في كنف عبد المطلب جدّه، ثم في كنف عمه أبي طالب. وكان لهؤلاء جلساؤهم من أشراف مكة وسادتها.

وكان محمد ع يراهم يسجدون للأصنام ويشربون الخمر، ويقسون على العبيد، ويشقون على الضعفاء، ويستحلون النساء واللّهو.

ومع ذلك عصمه الله عز وجل، وزوده برجاحة العقل وحسن التفكير، فلم يتأثر بشيء من ذلك، بل رأى أن كل ما ينداح في ساحة الباطل ضلال وغي، لا يتفق مع الفضائل والصفات الحميدة.

وقد ورد في قصة بحيرى: أنه لما أطمع ركب التجار الذين كان النبي ع معهم في صباه، وهم في طريقهم إلى الشام؛ قال له بحيرى: (يا غلام أسألك بحق اللات والعزى إلا ما أخبرتني عما أسألك عنه! وإنما قال له ذلك لأنه سمع قومه يحلفون بهما. فقال له رسول الله ع: لا تسألني باللات والعزى شيئاً، فوالله ما أبغضت شيئاً قط بغضهما. قال بحيرى: فبالله إلا ما أخبرتني عما أسألك عنه. فقال له: سلني عما بدا لك.

فجعل يسأله عن أشياء من حاله: من نومه وهيئته وأموره، فجعل رسول الله ع يخبره، فوافق ذلك ما عند بحيرى من صفته، ثم نظر إلى ظهره، فرأى خاتم النبوة بين كتفيه⁽¹⁾.

وهذا يدل دلالة قاطعة على كراهية محمد ع للأصنام منذ صباه، فلم يسجد لها، ولم يلتمس منها البركة لعدم اعتقاده بنفعها؛ فقد رأى برجاحة فكره وحصافة عقله أنها لا تضر ولا تنفع.

(ومن الواجب أن تنبه إلى ثناء القرآن الكريم على أخلاق النبي ع في آيات مبكرة جداً في النزول، وهي آيات سورة القلم: (ن والقلم وما يسطرون * ما أنت بنعمة ربك بمجنون * وإن لك لأجراً غير ممنون * وإنك لعلى خلق عظيم)⁽²⁾.

ويدل دلالة حاسمة على أنه ع لم يكن يتورط في عادة أو سلوك جاهلي ينبو عنه الذوق السليم، والخلق الكريم، ولا يتسق مع انصرافه إلى الله وحده في اعتكافه ورياضته الروحية، من مثل أكل الميتة وشرب الخمر، ومقارفة الزنى والقمار، وتقريب القرابين للأوثان، والاشتراك في الحفلات والطقوس وعبادتها وتكريمها... إلخ)⁽³⁾.

2 - حسن الخلق:

من الأشياء المسلم بها أن النبي ع كان حسن الخلق، لئِن الجانب، حلو الحديث، حيث شهد له بذلك أعداؤه وأصحابه وكل من عرفه وراه أو خالطه من البشر، وحيث وصفه ربه عز وجل بذلك في كثير من مواضع القرآن الكريم.

(1) ابن هشام، الجزء الأول، مرجع سابق: ص 196.

(2) القلم: 1 - 4.

(3) محمد عزة دروزة، سيرة الرسول، الجزء الأول: ص 39.

قال تعالى: (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ)⁽¹⁾.

وقال تعالى: (لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَحِيمٌ)⁽²⁾.

وقد كانت هذه الصفات بعد بعثة النبي ﷺ تكليفاً من الله عز وجل له بإبلاغ الرسالة، فكيف كانت أخلاقه ﷺ قبل البعثة؟

إن الروايات التاريخية تثبت أنه ﷺ كان حسن الخلق منذ نشأته. ولكن صبر النبي ﷺ على الأذى طوال ثلاثة عشر عاماً في مكة مع أنه من أشرفها وسادتها، ومع ما كان يلقي من حماية عمه أبي طالب والحمزة وبنو هاشم جميعاً له، ومع رؤيته لما يلقي أصحابه من ألوان العذاب، ومع ثقته على أنه على الحق وأعداؤه على الباطل. كل ذلك يدل على حسن خلق أصيل نشأ وتربى عليه، وأعداه الله عز وجل به منذ صباه إلى شبابه إلى رجولته إلى أن لقي وجه ربّه؛ ليكون سلاحاً له كرجل إعلام قدير، يبلّغ الناس برسالة ربهم سبحانه وتعالى. فهي رسالة عظيمة القدر، وهو مأمور بإبلاغها إلى امتداد زمني ومكاني لا يعلم مداه إلا الله سبحانه وتعالى، حيث هي آخر الرسالات السماوية، وهو ﷺ آخر الرسل.

ومن ذلك ما حدث معه في طفولته من حفظ الله عز وجل له في صغره وأمر جاهليته فقد روي عنه ﷺ أنه قال: «لقد رأيتني في غلمان قریش ننقل حجارة لبعض ما يلعب به الغلمان، كلنا قد تعرّض، وأخذ إزاره فجعله على رقبتيه يحمل عليه الحجارة، فإني لأقبل معهم كذلك وأدبر؛ إذ لکمني لاکم ما أراه لکمة وجیعة، ثم قال: شد عليك إزارك. قال: فأخذته وشدته عليّ، ثم جعلت أحمل الحجارة على رقبتني، وإزاري عليّ من بين أصحابي»⁽³⁾.

وقد ربي الله عز وجل أنبياءه على عادة الحياء والستر هذه، وعدم انكشاف عوراتهم أمام الناس إلا لضرورة تتناسب مع تدعيم مركزهم وبيان إكرام الله عز وجل لهم، وقد حدث مع موسى بن عمران عليه وعلى نبينا الصلاة والسلام ما يؤيد ذلك. «عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ: إن موسى كان رجلاً حياً وذلك قوله - تعالى -: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ آدَوْا مُوسَى فَبَرَّأَهُ اللَّهُ مِمَّا قَالُوا وَكَانَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ غَافِقًا) [الأحزاب: 69]. قال: فذلك قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ آدَوْا مُوسَى فَبَرَّأَهُ اللَّهُ مِمَّا قَالُوا وَكَانَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ غَافِقًا)⁽⁴⁾⁽⁵⁾.

يتطلب إعداد رجل الإعلام القدير بعض الصفات؛ التي تدعم ما سبق أن تحدثنا عنه من صفات: رجاحة العقل، وحسن الخلق، والصدق، والأمانة.

(1) آل عمران: 159 «فبما رحمة» فبرحمة عظيمة. «لنت لهم»: سهلت لهم أخلاقك، ولم تُعنفهم. «فظاً»: جافياً في المعاشرة قولاً وفعلاً. «لانفضوا»: لتفرقوا، وتفرّوا.

(2) التوبة: 128. «عزيز عليه»: صعب، وشاق عليه. «ما عنتم»: عننكم ومشقتكم.

(3) ابن هشام، الجزء الأول، مرجع سابق: ص 197.

(4) أبو الفداء إسماعيل بن كثير، تفسير القرآن العظيم: 520/2.

(5) الأحزاب: 69. «وجيهاً»: ذا جاه وقدر مستجاب الدعوة.

وهذا يدل على أن الله عز وجل يُعِدُّ أنبياءه بحسن الخلق، ومن حسن الخلق الحياء.

ثانياً: الإعداد في بداية البعثة:

كانت عملية إعداد النبي ﷺ ليتحمل أعباء الإعلام برسالة الله عز وجل في بداية البعثة تختلف قليلاً عن عملية الإعداد في العصر السابق للبعثة، والذي سبق الحديث عنه، وقد كان هذا الاختلاف يرجع إلى عملية التغير الزمني ذاتها، فالإعداد في العصر السابق للبعثة إنما كان الهدف منه - كما رأينا - عملية إثارة انتباه المجتمع المكي حول شخص محمد ﷺ منذ نشأته، وبيان أنه ليس فرداً عادياً، وأنه متميز منذ صباه عن أقرانه وعن سائر أفراد المجتمع الذي نشأ فيه، وترعرع وسطه.

أما عملية إعداد النبي ﷺ للإعلام بالدعوة في بداية البعثة، فقد كانت تختلف عن مجرد إثارة الانتباه إلى شخصه، وإنما تعدت ذلك إلى نوعين من الإعداد، كل منهما يكمل الآخر، أما النوع الأول فهو إعداد البيئة المناسبة والمناخ الملائم من حيث الزمان والمكان، حتى تصبح البيئة مناسبة ومهيأة لأن يقوم النبي ﷺ بممارسة الإعلام بدين الله عز وجل ورسالته، وأما النوع الثاني من عملية الإعداد في بداية البعثة؛ فهو إعداد شخص النبي ﷺ لتحمل أعباء الإعلام برسالة الله تعالى، وهذا الإعداد في هذه المرحلة مبني في ذاته على الإعداد السابق الحديث عنه، وهو الإعداد قبل البعثة، وما اتصف به من صفات ميزته عن غيره من أفراد المجتمع المكي، ولفتت إليه أنظار هذا المجتمع، وجعلته مثار إعجاب وإكبار الكبير والصغير والحر والعبد في هذا المجتمع.

وتفيد دراسة هذه النواحي من حيث إعداد الإعلامي، وإعداد المجتمع الذي يمارس فيه رسالته الإعلامية، تفيد في بيان أن الإعلام ليس بالشيء الذي يمارس هباءً، أو بطريقة عشوائية، وإنما يجب أن يركز على دراسات واعية ومستنيرة للمجتمع والجمهور، ويجب أن تتم عملية إعداد وافية ومدروسة للقائم بالإعلام، حتى يستحق الإعلام بعد ذلك أن يوصف بأنه إعلام إسلامي، بمعنى أن الإسلام قد علم كيفية إعداد الإعلامي وتعليمه طرق الإعلام وكيفية ووسائله وأساليبه، كما علم كيفية دراسة المجتمع، وإعداده لتلقي الجهد الإعلامي حتى يكون مؤشراً ومثيراً للاستجابة، فالمجتمع إذا ما فوجأ برسالة إعلامية دون أن يكون قد تمت تهيئته لتلك الرسالة، فإنها تلقى الإعراض من جانب أفراد المجتمع قاطبة ولو كانت تلك الرسالة فيها فائده وإنفاذه من الهلاك، وسوف نرى أن عملية إعداد المجتمع المكي لتلقي الرسالة أدت إلى إيمان بعض الأفراد برسالة محمد ﷺ لأول وهلة، هؤلاء الأفراد وإن كانوا قلة من الرجال النساء والصبية والأحرار والعبيد؛ إلا أنهم كانوا الإعلاميين الأوائل الذين ساندوا النبي ﷺ وقاموا معه بجهد الإعلام برسالة الله عز وجل، كما أن هذا الإعداد أدى إلى أن المقاومين للرسالة التي كان يدعو إليها محمد ﷺ كانوا يعلمون على الأقل بينهم وبين أنفسهم من ناحية وبينهم وبين بعضهم من ناحية أخرى مدى كذبهم، ومدى صدق محمد ﷺ ومدى صحة إعلامه ورسالته.

وستعرض لكل من هذين النوعين من الإعداد بشيء من التفصيل لبيان مدى إفادة ذلك، وللوقوف على أهميته.

1 - تهيئة البيئة المناسبة والمناخ الملائم:

حدثت في المجتمع المكي قبل الإسلام - والمسمى بالعصر الجاهلي - بعض الإرهاصات التي كانت تشير إلى أن تغييراً ما على وشك الحدوث في هذا المجتمع، فمع أن هذا المجتمع كان يضح بالفوضى، ويمتلاً بأحداث الغزو والسلب والنهب، والرقيق والنساء وغير ذلك، إلا أن أشخاصاً قد برزوا في هذا الوقت السابق قليلاً لبعثة النبي ﷺ والمصاحب له، وقد أذنوا بأن هذا عصر نبي قد أظلم زمانه، وبأن هذه العقائد التي يدينون بها إنما هي باطلة، وبأن الهتهم هذه لا تضر ولا تنفع.

والعجيب أن هؤلاء الأشخاص الذين أذنوا بذلك لم يكونوا من المهملين في قومهم، وإنما كانوا من أهل المجد أو من أهل الكهانة، ومعروف أن هذا المجتمع كان يقيم للكهانة وزناً يحيطها بما له من القدسية والمهابة والعظمة، كما كان بعض هؤلاء الأشخاص أيضاً من أهل الكتاب، وقد كان العرب يعلمون أن أهل هذه الكتب لديهم علم من علوم الأولين ليس لغيرهم، فكانوا يقفون أمام كلامهم احتراماً ومهابة، ولا يسفّهون شيئاً منه. وقد رأينا من قبل ما كان من بحيري - الراهب -، الذي كان على طريق الشام وما أخبر به عن محمد ﷺ، ورأينا ما كان من غيره أيضاً من أهل الكتاب، كما تعرفنا لبعض ما ذكره ورقة بن نوفل.

وقد كانت هذه الإرهاصات محلها إعداد المجتمع المكي لتلقي هذه الرسالة التي سيحملها إليه محمد ﷺ، وحتى لا تكون مفاجأة غير متوقعة له، أو بغير سابق إنذار، فهذه النذر قد سبقت وتكررت منذ سنوات قبل البعثة وحتى بدايتها وبداية عصرها الزاهر. كان أول هذه الإرهاصات التي بدأت تأخذ دورها في إعداد البيئة الملائمة للإعلام النبوي، ما حدث من هواتف الجن تنبؤ الكهّان بأن تغييراً ما حدث في هذا الزمان، وأن هذا زمان نبي يبعث، وقد حددت هذه الهواتف صفات هذا النبي وزمانه ومكانه، وقد أخبر هؤلاء الكهّان المجتمع المكي بذلك، مما أدى إلى الترقب والانتظار لذلك النبي ورسالته.

2 - الإعداد الشخصي للرسول في بداية البعثة:

أعد الله عز وجل محمداً ﷺ في بداية بعثته بصفات جسمية وروحية، يمكن أن نطلق عليها مجتمعة: الصفات الشخصية، وهذه الصفات كانت من عوامل التحمل، وتمكين النبي ﷺ من ممارسة الإعلام بدين الله، وإعلان رسالته، ذلك أن هذه الرسالة لعظمتها، وفضلها ومالها من شأن لا يبارى ولا يجارى، كان لا بد لها من شخصية عظيمة تتحملها، وهذه الشخصية لا بد من إعدادها إعداداً جيداً، يتناسب مع قيمة هذه الرسالة، وعلى مراحل متعددة، قد رأينا أن الله عز وجل قد نشأ نبيه محمداً ﷺ على صفات جميلة، وخصال حميدة، وخلق حسن، يختلف عما كان عليه المجتمع المكي، ليثير الانتباه إليه كما عرفنا من قبل، ومع اقتراب وقت القيام بالمهمة الإعلامية، كان الإعداد الشخصي للنبي ﷺ.

وهذا الإعداد نفسه يجب أن يتناسب مع قيمة وحجم الرسالة التي سوف يقوم بها الإعلامي، وما لها من شأن، ذلك أن الدين الإسلامي كله إنما هو التعليم والاستفادة، وعلى البشر أن يستفيدوا - كلٌّ في مجاله - من هذا الدين، ومن سيرة النبي ﷺ وما حدث فيها، فقد كان في قدرة الله عز وجل أن يجعل نبيه قادراً على ممارسة هذا الإعلام بهذا الدين دون خطوات الإعداد هذه التي رأيناها، أي بالفطرة، ولكن الله تعالى يعلم عبادَه ويضرب لهم الأمثلة اللازمة لهم في حياتهم بالنبي ﷺ نفسه، فكما حدث في حادث الهجرة من مكة إلى المدينة أن جعل الله نبيه ينتقل

بحذر، ويختبأ في الغار، ويركب الناقة، ويسلك طريقاً غير مألوف، وكان في قدرة الله تعالى أن ينقله من مكة إلى المدينة في لمح البصر ودون عناء، كما حدث ليلة الإسراء والمعراج، ولكن الله عز وجل يربي عباده ويعلمهم الجهاد، وكيفية الإعداد، حتى يسيروا على نهج نبيهم ع.

وقد تمثل إعداد النبي ع من أجل القيام بجهد الإعلام بالإسلام، في أنه حُبب إليه الخلاء، والتنسك في الغار والانقطاع عن الناس، وكان أول ما بدأ به: الرؤيا الصالحة، بالإضافة إلى أنه كان ع أمياً لا يقرأ ولا يكتب، وهذه هي الصفات الشخصية أو الإعداد الشخصي للنبي ع، وقد حدثت هذه في بداية نزول الوحي أو قبله بوقت قليل، لتكون مهيئة له لتحمل أعباء الإعلام بالإسلام.

(قال الإمام أحمد: حدثنا أبو النضر، قال: حدثنا الفرج بن فضالة، قال: حدثنا لقمان بن عامر، قال: سمعت أبا أمامة قال: قلت: يا رسول الله! ما كان بدء أمرك؟ قال: «دعوة أبي إبراهيم، وبشرى عيسى، ورأت أمي أنه يخرج منها نور أضاءت له قصور الشام»، ومعنى هذا أنه أراد بدء أمره بين الناس واشتهار ذكره وانتشاره، فذكر دعوة إبراهيم الذي تنسب إليه العرب، ثم بشرى عيسى الذي هو خاتم أنبياء بني إسرائيل، يدل هذا على أن بينهما من الأنبياء من بشروا به أيضاً⁽¹⁾).

وتذكر كتب السيرة أن مبعث رسول الله ع كان وهو في سن الأربعين، وهذا هو سن اكتمال العقل ونضوجه، ويعتبر هذا السن أول ما أعد الله به نبيه في فترة بداية الوحي للقيام بجهد الإعلام بالإسلام، وهو اكتمال العقل ونضجه، بعد أن عرف في المجتمع المكي بأسره بما عرف به من صفات طوال هذا العمر الماضي له من قبل وسط هذا المجتمع وأهله.

(قال ابن هشام: فلما بلغ محمد رسول الله ع أربعين سنة بعثه الله تعالى رحمة للعالمين، وكافة للناس بشيراً، وكان الله تعالى قد أخذ الميثاق على كل نبي بعثه قبله بالإيمان به، والتصديق له، والنصر له على من خالفه، وأخذ عليهم أن يؤدوا ذلك إلى كل من امن بهم وصدقهم، فأدوا من ذلك ما كان عليهم من الحق فيه، يقول الله تعالى لمحمد ع: أي: ثقل (وإذ أخذ الله ميثاق النبيين لما آتيتكم من كتاب وحكمة ثم جاءكم رسول مصدق لما معكم لتؤمنن به ولتنصرنه قال أقررتم وأخذتم على ذلكم إصري) [الأحزاب: 69] حملتكم من عهدي، فأخذ الله ميثاق النبيين جميعاً بالتصديق (قالوا أقررنا قال فاشهدوا وأنا معكم من الشاهدين) [آل عمران: 81]، والنصر له ممن خالفه، وأدوا ذلك إلى من امن بهم، وصدقهم من أهل هذين الكتابين⁽²⁾).

* * *

(1) ابن هشام، السيرة النبوية، تحقيق محمد فهمي السرجاني 238/1.

(2) ابن كثير، البداية والنهاية، 306/2.

المبحث الثاني رسول الله ﷺ ودوافع الإعلام في مكة

أولاً: الرسول يمارس الإعلام سراً في مكة:

بدأ النبي ﷺ الإعلام بدعوة الحق؛ بعد أن اطمأن قلبه إلى أن ما يأتيه من الوحي إنما هو خبر السماء، وبعد أن أيقن أنه مأمور ببلاغ تلك الرسالة العظيمة - في ذاتها وفي غايتها - إلى الناس كافة إلى يوم القيامة.

ولكن كيف يكون ذلك؟ إنه مأمور بالإبلاغ، نعم وللبشرية بأكملها على امتداد الزمان واتساع المكان، ولكن القضية التي واجهته في بداية الأمر، هي كيفية البدء بأمر الإبلاغ، خاصة وأن المجتمع المكي كان كما عرفنا من قبل، له معتقدات وعادات وتقاليد، وكان مليئاً بالزعماء والزعامات، فكيف يبدأ بالإعلام برسالة ربه في هذا المجتمع بما فيه، وإلى من فيه؟ استعان النبي ﷺ بالصفات والمؤهلات التي أعده الله عز وجل بها والتي سبق الحديث عنها، فاستعمل حسن خلقه وفصاحته وحسن بيانه، وتسليح بالصفات النفسية والروحية والشخصية التي أعده الله تعالى بها، وبدأ بالإعلام برسالة ربه سبحانه وتعالى.

اختار النبي ﷺ أن يبدأ الإعلام برسائله سراً، حتى يكون ذلك أكثر فائدة من عدة وجوه:

أولها: أن يعود النبي ﷺ ذاته طرقَ الإعلام إلى أفراد هذا المجتمع، فقد كانت فترة الممارسة السرية للإعلام بالرسالة، فترة تدريب عملي على ممارسة الإعلام إلى بعض الشخصيات المكية.

ثانيها: أن تزيد من حماس النبي ﷺ، فالمعروف أن وقوف المرسل على رد الفعل لرسائله يؤدي إلى الاستمرار في إرسال رسائله الإعلامية، ويدفع بعجلة الاتصال إلى استمرار الدوران، فإذا وقف الإعلامي على رد فعل عارضٍ بعض توقعاته، أدى ذلك به إلى إعادة النظر في أسلوب رسالته أو في الوسيلة التي تم استخدامها لإبلاغ رسالته، أو في التوقيت المناسب للإعلام بالرسالة ونحو ذلك، وإذا وقف الإعلامي على رد فعل اتفق مع توقعاته أدى ذلك إلى زيادة حماسه، وزيادة رسائله الإعلامية، وتعددها، وتنوعها.

كما أن معنى نجاح رسائله الإعلامية أنها أثرت في المستقبلين لها، وبالتالي أدت إلى استجابتهم.

وهذا معناه كسب بعض الأنصار لدعوته، وهؤلاء بدورهم يمكن أن يصبحوا رجال إعلام جدد إلى جانبه، ينشرون دعوته في أماكن أكثر اتساعاً، وإلى عدد أكثر من الأفراد، كما أنهم يشدون من أزره ويساندونه، ويقفون إلى جواره، يتبادل معهم الرأي، ويتشاور في الأمور المهمة.

وهذا ما حدث مع النبي ﷺ في بداية الإعلام لرسائلته، ومما يدل على أنه رجل إعلام قدير مارس الإعلام بصورة عملية علمية، ورسم أسسها وقواعدها وأصولها لكل إعلامي من بعده.

ومما يدل على صحة هذا الاتجاه في ممارسة الإعلام أن موسى عليه السلام، طلب من ربه عز وجل أن يعطيه بعض الصفات التي تعينه على إبلاغ دعوته، كما طلب أيضاً من ربه أن يعينه بأخيه ليكون معيناً له وشريكاً في الرأي، قال تعالى: (اذهب إلى فرعون إنه طغى * قال رب اشرح لي صدري * ويسر لي أمري * واحلل عقدة من لساني * يفقهوا قولي * واجعل لي وزيراً من أهلي * هارون أخي * اشدد به أزري * وأشركه في أمري * كي نسبحك كثيراً * ونذكرك كثيراً * إنه كنت بنا بصيراً * قال قد أوتيت سؤلك يا موسى) (1).

وبذلك كانت بداية الإعلام الذي مارسه رسول الله ع في المرحلة السرية. (فحينما أمر الله تعالى سيد الدعوة ع بالتبليغ والإنذار، اقتضت حكمته أن يلهمه التزام السرية في دعوته، وأن يبدأ بها أقرب الناس إليه، فأخذ ع يُسرُّ بأمره إلى من يطمئن إليهم من أهله، فكانت السيدة خديجة رضي الله عنها أول من امن به من النساء، وتبعها علي بن أبي طالب رضي الله عنه وهو في العاشرة من عمره، فكان أول من امن به من الصبيان، ثم زيد بن حارثة رضي الله عنه مولى رسول الله ع، فكان أول من امن به من الموالي، وبذلك انتهى سيد الدعوة ع من تبليغ الدعوة لأهل بيته، وأكرمه الله تعالى بهدايتهم جميعاً). ومن الصعوبة بمكان تحديد طول فترة المرحلة التي مارس فيها النبي ع الإعلام سرّاً، فلا خلاف ولاجدال حول أنها بدأت مع بداية نزول الوحي على النبي ع، والأمر إليه بإبلاغ أمته .

فإذا ما تتبعنا أحداث التاريخ وجدنا قريشاً وبني هاشم قد أدخلهما النبي ع في عشيرته الأقربين يوم أن سعد على الصفا، وجعل ينادي: «يا معشر قريش - أوكلمة نحوها - اشتروا لأنفسكم لا أغني عنكم من الله شيئاً، يا بني عبد مناف، لا أغني عنكم من الله شيئاً، يا عباس بن عبد المطلب، لا أغني عنك من الله شيئاً، ويا فاطمة بنت محمد، سليني ما شئت من مالي، لا أغني عنك من الله شيئاً».

قال ابن حجر في شرح الحديث: دعا رسول الله ع قريشاً، فعمّ وخصّ فقال: «يا معشر قريش، أنقذوا أنفسكم من النار، يا معشر كعب كذلك يا معشر بني هاشم كذلك، يا معشر بني عبد المطلب كذلك»، وقد ذكر صاحب «السيرة الحلبية»: أنهم بنو هاشم وبنو المطلب وبنو عبد شمس وبنو نوفل.

فكان ذلك عوناً لي أن أجعل قريشاً وبني هاشم - المذكورين في الحديث السابق - مرحلة واحدة داخلة ضمن قوله تعالى: وعلى هذا فأطوار الدعوة في مكة زمنياً [الشُّعْرَاء: 214] (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ *)

- 1 - الدعوة وهي في ظل العمل السري ومدتها ثلاثة أعوام.
 - 2 - الدعوة وهي في ظل العمل الجهري ومدتها عشرة أعوام.
- ومراحل تبليغها أربع:

(1) طه: 24 - 36.

«طغى»: جاوز الحد في العتو والتجبر. «وزيراً»: معيناً. «أزري»: قوتي. «أوتيت سؤلك»: أعطيت مطلوبك.

1 - مرحلة واحدة في دور العمل السري، وهي مرحلة إعداد القيادة، وثلاث مراحل بعد قوله تعالى: (فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ)⁽¹⁾ وهي:

2 - (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ)⁽²⁾.

3 - (لِيُنذِرَ أُمَّ الْقُرَى وَمَنْ حَوْلَهَا)⁽³⁾.

4 - (لتخرج الناس من الظلمات إلى النور)⁽⁴⁾.

وهذا الرأي السابق في هذا التقسيم هو رأي الدكتور رؤوف شلبي، وهو يتفق مع التسلسل المنطقي لأمر الله عز وجل لنبيه بالإعلام لرسالاته، وإن كان يتحدث عن رسالة النبي ع بلفظ الدعوة، إلا أنه من الأفضل أن نتحدث عنها بلفظ الإعلام لأنه أشمل وأعم، ورسالة النبي ع من صفاتها الشمولية والعموم، لسعة انتشارها وطول امتدادها، لأنها آخر رسالة من الله عز وجل إلى البشر.

ويتفق ابن هشام مع هذا الرأي حيث يذكر أن النبي ع أسراً بدعوته ثلاث سنين يقول: (وكان بين ما

أخفى رسول الله ع أمره واستتر به إلى أن أمره الله تعالى بإظهار دينه ثلاث سنين - فيما بلغني - من مبعثه.

ثم قال الله تعالى له: [الحجر: 94] (فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ*)، وقال تعالى: [الشعراء: 214-215] (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ*) وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ*)

وكان أصحاب رسول الله ع - في هذه الفترة السرية - إذا صلوا، ذهبوا في الشعاب فاستخفوا بصلاتهم من قومهم)⁽⁵⁾.

وقد كان النبي ع يمارس الإعلام برسالة الله عز وجل سراً في مكة في بداية الأمر، تمشياً مع الظروف الزمانية والمكانية المحيطة به وبالذين امنوا معه، وقد اتخذوا من دار الأرقم بن أبي الأرقم مقراً لهم، وبذلك كانت دار الأرقم أول مؤسسة إعلامية إسلامية انتشرت منها رسائل الهداية للبشرية إلى كل مكان، وتعلم فيها الجيل الأول من الإعلاميين على يد رسول الله ع وتربى فيها الجيل الأول من القادة، فتعلموا فيها ما هي الرسالة، وامنوا بها، وتعمق إيمانهم، وبدؤوا العمل الإعلامي برسالة الله ولها، وبالطريقة السرية أيضاً حتى أذن الله عز وجل لرسوله ع بأن يمارس الإعلام جهراً في مكة.

وكان أول من أسلم وامن برسول الله ع وبرسالته ال بيته وهم خديجة وعلي بن أبي طالب الذي تربى في بيئته، ومولاه زيد بن حارثة، وكان بعدهم مباشرة أبو بكر الصديق رضي الله

(1) الحجر: 94.

(2) الشعراء: 214.

(3) الشورى: 7.

(4) إبراهيم: 1.

(5) ابن هشام: السيرة النبوية، تحقيق محمد فهمي السرجاني: 265/1.

عنه، وفي إسلامه يقول النبي ﷺ: «ما دعوت أحداً إلى الإسلام إلا كانت عنده كبوة وتردد ونظر إلا أبا بكر ما عكّم حين ذكرته، ولا تردد فيه»⁽¹⁾.

وهناك فارق بين قيام النبي ﷺ بالإعلام برسالة الله عز وجل في المرحلة السرية، وبين علم أهل مكة بما يدعو إليه محمد من عيب دينهم، وسبّ آلهتهم.

فليس المقصود بالمرحلة السرية أن الدعوة ذاتها لم تكن معروفة لدى المجتمع المكي وأهله، ولكن المقصود بالممارسة السرية في هذه السنوات الثلاث هي عملية شرح الرسالة وأهدافها، وقد كان النبي ﷺ يمارس هذا الجهد الإعلامي بطريقة سرية في بداية الأمر، وخلال هذه السنوات الثلاث من بداية بعثته مع من يتوسم فيهم الخير، وفي قلوبهم الرحمة، ومع من يراهم منكربين لبعض تقاليد وطقوس المجتمع المكي، فقد مارس هذا الجهد مع أبي بكر على سبيل المثال، وقد كان أبو بكر من المعروفين في المجتمع المكي بعدم معاقرتهم للخمر ولا للنساء وكراهيتهم للأصنام.

وقد كانت هذه المرحلة من مراحل الإعلام التي مارسها رسول الله ﷺ حتى تقوى دعوته، ويتزايد عدد المؤمنين برسالته فيمكنهم الاستمرار، ومع ذلك لم يخل الأمر من تعذيب هؤلاء، فقد كان أهل مكة يتتبعون أخبار محمد والمؤمنين برسالته باهتمام بالغ، وكانوا يذيقونهم ألوان العذاب طوال هذه السنوات الثلاث، فقد تعرض أبو بكر وعمر وبلال وأبو ذر للتعذيب الجسدي والنفسي من كفار مكة، ومع ذلك استمروا مسلمين ورجال إعلام للإسلام من الطراز الأول. (لقد ارتفع المسلمون الأوائل بدعوة الإسلام إلى أرفع مستوى، تهون دونه الحياة: نفيسها وجليها).

لقد كانت غايتهم القصوى هي الله وحده وقائدهم المعصوم هو محمد ﷺ، لا غيره، وكان القرآن دستورهم المفدى، ولقد استعذبت أرواح هؤلاء الأوائل رسالة الإسلام، فمحوها النفس والنفيس، واثروها على كل الوجود، وسمّوا بأنفسهم فوق المجتمع الجاهلي بماديته ومعنوياته).

وكان من خصائص الإعلام الإسلامي في هذه المرحلة السرية في مكة: أنه نوع في الجمهور الذي وُجه إليه، حيث كان جمهوره الحر والعبد، والمكي والغفاري والدوسي والجهيني. فأسلم أبو بكر وبلال، وهم حر وعبد من أهل مكة، وأسلم بعدهم غيرهم، وعلى يديهم أسلم الكثيرون من أهل مكة، وأسلم الطفيل بن عمرو الدوسي من قبيلة الدوس، وذهب رجل إعلام بالإسلام إلى قومه، وأسلم أبو ذر الغفاري وبعد أن عُذب في مكة ذهب رجل إعلام بالإسلام إلى قبيلته بني غفار. وأسلم عمرو بن مرة الجهيني وذهب رجل إعلام بالإسلام إلى قومه، وأسلم عمرو بن عبسة السلمي وأرسله النبي ﷺ إلى قومه.

وهكذا أراد الله عز وجل أن يتنوع الجمهور الذي مارس معه النبي ﷺ الإعلام في هذه المرحلة السرية، حتى يكتب للإسلام الانتشار والذيع أكثر إذا ما بدأت المرحلة الجهرية.

(هذه القيادة التي رباها سيدنا محمد ﷺ، لتتحمل نشر الدعوة الإسلامية - أو جهد الإعلام الإسلامي - أريد لها أن تنتشر في ربوع الجزيرة، والإسلام ما زال في مكة يسير بين

(1) ابن كثير، البداية والنهاية، 2/3. وقوله ﷺ: «ما عكّم» أي: ما تأخّر، «لسان العرب»، لابن منظور: (عكم).

الأصفياء المختارين، حتى إذا ما ظهرت الدعوة جهراً، وأذن للنبي ﷺ بأن يصدع بها، كانت القيادة في شتى أنحاء الجزيرة العربية وخارجها أعلام هداية، تساند وتؤيد وتصدق وتنشر دعوة الله، فتظهر رقعة العمل للدعوة على مساحة شاسعة مترامية الأطراف، وقد وجدت في كل ناحية منها داعية يُوثق بصدقه في رسالته، ويجاهد بصدق لنشر دعوته، فتشتعل الجزيرة ساعتئذ بمشاعل من النور والإيمان، تتلاقى مع صوت الحق الذي يصدع به رسول الله ﷺ في مكة [أم القرى] ومركز الإرشاد لتجميع الإعلاميين برسالة الله عز وجل.

وهنا نجد قيادة الدعوة بعد أن أعدت القادة كمنهج للعمل مع الجماعة؛ أمرت بعضهم بالتوجه إلى ديارهم يدعون إلى الإسلام، حتى يسمعون بظهور النبي ﷺ فيلحقوا به). وسوف نتعرض لبعض النماذج من قيام المسلمين الأوائل بالجهد الإعلامي برسالة الله عز وجل؛ في المرحلة التي مارس فيها رسول الله ﷺ الدعوة سرّاً في مكة، وهي السنوات الثلاث الأولى من بعثته ﷺ.

وكان من أبرز رجال الإعلام الإسلامي في هذه المرحلة - وعلى الدوام - أبو بكر الصديق رضي الله عنه، فما إن أسلم وتفهم الإسلام، حتى بدأ يمارس الإعلام بدين الله سبحانه وتعالى وله، فأسلم على يديه كثير من المسلمين الأوائل.

وكلنا يعرف مدى انشغال أبي بكر الصديق بالجهد الإعلامي للدعوة، فقد كان أول خطيب في الإسلام يبلغ الناس هذه الرسالة، ولاقى الأذى، ومع ذلك كان لا يشغله إلا السؤال عن رسول الله ﷺ، ولما لقيه طلب منه أن يدعو أمه للإسلام.

وكان من نتائج جهد أبي بكر الإعلامي للإسلام في هذا اليوم أن تعاطف بنو تيمم معه، وخافوا عليه، وأخافوا المشركين، ولعل من نتائج جهد أبي بكر أن أسلم حمزة بن عبد المطلب في هذا اليوم، وهذا نصر للإسلام والمسلمين.

وكان من الذين قاموا بالجهد الإعلامي في الإسلام من هؤلاء الذين أسلموا في البداية، ومارسوا ذلك في المرحلة السرية أيضاً بعض أهل القبائل المتباعدة والمتناثرة حول مكة، أمثال الطفيل بن عمرو الدوسي، وأبي ذر الغفاري، وعمرو بن مرة الجهيني، وعمرو بن عبسة السلمي.

أسلم الطفيل بن عمرو الدوسي، وكان من سادة دوس، ومن المطاعين فيها، وما إن أسلم حتى حمّل نفسه مسؤولية الإعلام برسالة الله عز وجل إلى قومه.

حيث طلب ذلك من رسول الله ﷺ، ورجع إلى قومه يخبرهم ويُعلمهم، ويعلمهم الإسلام، وما رأى من رسول الله ﷺ، وقد حدث الطفيل عن نفسه وما حدث له في ذلك⁽¹⁾.

وبذلك نرى أن النبي ﷺ ضرب أروع الأمثلة في تاريخ البشرية كلها؛ لما يجب أن يكون عليه رجل الإعلام القدير خاصة في مثل هذه الظروف الصعبة، وعلم رجال الإعلام في كل زمان ومكان كيف يبدأون العمل الإعلامي، وتحت أي ظروف، وفي مواجهة أي مجتمع، وتجاه أي فكر يقابلهم، فلا مجتمع أقسى بكل المعايير من المجتمع المكي، كما رأينا بمعتقداته ومقدساته وعاداته وتقاليده، وصلابة الرأي لدى قادته، وقوة الشكيمة والعزيمة التي كانوا يتصفون بها، ومع ذلك كله يبدأ رسول الله ﷺ الإعلام برسالته وسط كل هذه الظروف، معلماً

(1) ابن كثير، البداية والنهاية، 319/2، 320.

البشرية كلها كيف يكون التخطيط الإعلامي، وكيف يكون التنفيذ وتحت أي ظروف، وبأي وسائل متاحة، وبالأساليب المحببة والمرغبة في الرسالة والرسول وأصحابه. وقد تعلم المسلمون الأوائل من رسول الله ﷺ، فمارسوا الإعلام بالرسالة العظيمة كل في موقعه، وكلٌ حسب استطاعته، فمنهم من مارسها في مكة، ومنهم من مارسها خارج مكة، ومنهم من مارسها في مكة وخارجها، وهم يعملون والرسول ﷺ يعمل، والإعلام بالإسلام يسير في كل هذه المحاور، ويسلك كل تلك الطرق، ويتخذ كل الأساليب الممكنة بكل الوسائل المتاحة⁽¹⁾.

ثانياً: الرسول يمارس الإعلام جهراً في مكة:

حينما نبدأ الحديث عن ممارسة النبي ﷺ للإعلام برسالة الله عز وجل بصورة جهرية، يطرح تساؤلاً: هل بدأت هذه المرحلة بقوله عز وجل: (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ)⁽²⁾؟ أم قوله عز وجل: (فاصدع بما تؤمر وأعرض عن المشركين * إنا كفيناك المستهزين)⁽³⁾؟ فالآية الأولى تأمر بإنذار عشيرته الأقربين، وما سبق من حديث يدلنا على أن أسرته الصغيرة قد استجابت للدعوة وأسلمت، وهم أهل بيته: خديجة وعلي ومولاه زيد، فالأمر إذن في الآية ينصبُّ على عائلته بالمفهوم الأوسع أو الأشمل، وهم بنو عبد المطلب أو بنو هاشم، والآية الثانية: تأمر النبي ﷺ بإبلاغ الدعوة إلى الناس أجمعين. وحيث إن الأمر قد خرج من طور الخاصة إلى العامة، ومن طور الأتباع إلى غيرهم، فقد خرج من طور السرية إلى العلانية، ومن طور الخاصة إلى العامة، ومن طور الأتباع إلى غيرهم، وعلى هذا يمكن اعتبار دعوة بني عبد المطلب - وهم العشيرة الأقربون - هي بداية المرحلة الجهرية من الإعلام بالرسالة، حيث يتفق ذلك مع ترتيب الآيات في النزول، وحيث هو إعلام على ملاء من القوم، وليس لخاصة الأفراد كما كان في المرحلة السرية... فقد كان النبي ﷺ في المرحلة السرية يمارس الإعلام بصورة خاصة، أي لأفراد محدودين؛ حتى إن المسلمين من الوافدين، أي من غير أهل مكة مثل أبي ذر وعمرو بن عبسة السلمي يظن الواحد منهم أنه رابع من دخل الإسلام، بينما يكون قد دخل غيره قبله، وهم كثيرون كما ذكر من قبل، وعلى هذا فالمرحلة الجهرية من الإعلام النبوي بالرسالة تبدأ من دعوته ﷺ لعشيرته الأقربين الذين هم بنو عبد المطلب.

قال ابن كثير في تفسير قوله تعالى: (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ * وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ * فَإِنْ عَصَوْكَ فَقُلْ إِنَّي بَرِيءٌ مِمَّا تَعْمَلُونَ) [الشعراء: 214-216]. (هذه النذارة الخاصة لا تنافي النذارة العامة، بل هي فرد من أجزائها، كما قال تعالى: (لِيُنذِرَ قَوْمًا مَّا أُنذِرَ آبَاؤُهُمْ فَهُمْ غَافِلُونَ *) [يس: 6].

وقال تعالى: (وَلِيُنذِرَ أُمَّ الْقُرَى وَمَنْ حَوْلَهَا) [الأنعام: 92].

وقال تعالى: (وَأَنْذِرْ بِهِ الَّذِينَ يَخَافُونَ أَنْ يُحْشَرُوا إِلَىٰ رَبِّهِمْ) [الأنعام: 51].

(1) محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، الطبعة الأولى: ص 45، 46.

(2) الشعراء: 214.

(3) الحجر: 94 - 95.

وقال تعالى: (لِنُبَشِّرَ بِهِ الْمُتَّقِينَ وَنُنذِرَ بِهِ قَوْمًا لُدًّا) [مريم: 97].

وقال تعالى: (لَا نُذِرْكُمْ بِهِ وَمَنْ بَلَغَ) [الأنعام: 19]، وقد وردت أحاديث كثيرة في نزول هذه الآية الكريمة، منها ما رواه الإمام أحمد عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: لما أنزل الله عز وجل: أتى النبي ﷺ الصفا فصعد عليه ثم نادى: [وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ *] [الشعراء: 214 صباحاه]، فاجتمع الناس إليه بين رجل يجيء إليه ورجل يبعث رسوله، فقال رسول الله ﷺ: «يا بني عبد المطلب، يا بني فهر، يا بني لؤي! أرأيتم لو أخبرتكم أن خيلاً بسفح هذا الجبل تريد أن تغير عليكم صدقتموني؟»، قالوا: نعم، قال: «فإني نذير لكم بين يدي عذاب شديد»، فقال أبو لهب: تبا لك سائر اليوم، أما دعوتنا إلا لهذا؟ وأنزل الله: (تَبَّتْ يَدَا أَبِي لَهَبٍ وَتَبَّ * [المسد: 1]).

روى الإمام أحمد أيضاً عن أبي هريرة رضي الله عنه قال: لما نزلت هذه الآية: دعا (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ * [الشعراء: 214] الله ﷻ قريشاً فعم وخص فقال: «يا معشر قريش، أنقذوا أنفسكم من النار، يا معشر بني عبد المطلب، أنقذوا أنفسكم من النار، يا فاطمة بنت محمد أنقذي نفسك من النار، فإني والله لا أملك لكم من الله شيئاً، إلا أن لكم رحماً سألها ببلالها»⁽¹⁾.

انطلق رسول الله ﷺ بعد ذلك يخبر الناس بدعوته ورسالته، ويشرح لهم أهدافها، ويعلمهم طريقها ويرشدهم ويوجههم إلى فوائدها، وانطلق بكل قوته وحماسه داخل مكة وخارجها، ووسط تجمعات أهلها: في المسجد، وفي الأسواق، يقرأ القرآن، ويدير الحوار والنقاش، ويصد الأذى عن نفسه وعن أصحابه؛ ذلك أن أهل مكة من الكفار لم يكونوا تاركيه يفعل ذلك دون أن يصدوا أهله وأصحابه مدافعين عن عقائدهم وأصنامهم وعاداتهم وتقاليدهم وسكرهم ومجونهم. هكذا بدأ رسول الله ﷺ يبلغ رسائله الإعلامية برسالة الله عز وجل في كل مكان فيه تجمع لقريش وغيرها، وهو يوجز رسالته الإعلامية في كلمات واضحة عميقة المعنى، تجمع كل ما يريد إبلاغه وقوله، ودعوة الناس إليه، كما أن قريشاً تفهمه جيداً، فقد كان يعلم أنهم على درجة من الذكاء، والقدرة على الفهم لهذه العبارة الموجزة: «يا أيها الناس، قولوا: لا إله إلا الله تفلحوا» فهي رسالة إعلامية مركزة تثير الفكر، وتدعو إلى أعمال العقل، كما أنه ﷺ كان يدرك - منذ البداية - أن هذا الجمهور سوف يتصدى له، ويقطع عليه كلامه، لذا لا بد من رسالة قصيرة مركزة، تجمع كل ما يريد قوله، وفي ذات الوقت لا بد أن تكون واضحة ومفهومة وهي المعادلة الإعلامية الصعبة.

كيف نعطي الجمهور أكبر قدر من المعلومات في أقل حيز من الزمان أو المكان، وبأوضح أسلوب؟ وعلماء الإعلام في العصر الحديث قد حاولوا حل هذه المعادلة عن طريق المؤلفات المطولة في فنون الخبر والتحرير الإعلامي بأشكاله المختلفة، صحفية كانت أو إذاعية أو غيرها.

وهنا نرى: أن رسول الله ﷺ قد سبقهم بممارسته الإعلامية الواعية والمستنيرة، فقدم رسالته الإعلامية بما يناسب الزمان والمكان، وجمع بين التركيز والوضوح، وإثارة الفكر، فهو يعلم أنه لن يستطيع إطالة الكلام في بداية أمره، ولذا يركز على ما يريد في جملة واحدة:

(1) ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، 3/349، 350.

«يا أيها الناس! قولوا: لا إله إلا الله تفلحوا»، فهو يفهم جمهوره جيداً، ويفهم الظروف المحيطة برسالته.

ويفهم أنه لا يستطيع الإطالة والشرح، وإن فعل ذلك قطع عليه المعاندون من الأعداء الحديث، ولَمَّا تفهَّم الناس في السوق أو المسجد أو في موسم الحج ماذا يريد الرجل أن يقوله، لكنه كان يقولها جملة واحدة حفظها الكثيرون، وفهموها، وانفعلوا بها، وفكر بعضهم فيها، فأسلم بعد ذلك.

وبذلك نرى أن النبي ﷺ يرسِّي قواعد الإعلام وأسسها، ويعلمها للناس جميعاً، كيف يواجهون الجمهور، وكيف يفهمون الجمهور، وما هي الأساليب والوسائل المناسبة لكل موقف، وكيف تصاغ الرسالة الإعلامية المناسبة للجمهور والمواقف، وللزمان والمكان.

* * *

الفصل الثالث الإعلام في العهد المدني

المبحث الأول توسّع دائرة الإعلام في المدينة المنورة

وبقدر ما ضاقت الوسائل الإعلامية الإيجابية للإعلام في فترة الاضطهاد الديني - أو في العهد المكي المتأخر - اتسعت أمام الرسول عليه السلام مجالات الإعلام بالطرق الإيجابية الجديدة، ومنها:

- طريقة الأذان لإقامة الصلاة.
- إقامة العلاقات الودية بين الرسول ﷺ واليهود في داخل المدينة بقصد التعايش السلمي.
- إقامة العلاقات الودية كذلك بين الرسول ﷺ والقبائل العربية المجاورة للمدينة، وذلك تأميناً للمسلمين في داخل المدينة، وتمهيداً لدخول الإسلام في هذه القبائل.
- اتخاذ الاحتياطات الإعلامية التي لا بد منها في ظروف الحرب، كالأرصاد والعيون التي تأتي الرسول ﷺ بأخبار العدو.
- بعثات الرسول ﷺ إلى الملوك والأمراء ليدعوهم إلى اعتناق الإسلام، وهي حركة إعلامية لا توازيها في مجال الإعلام إلا حركة الهجرة.
- استقبال الرسول ﷺ للوفود العربية التي وفدت عليه بالمدينة لكي تسلم على يديه، وكان النبي ﷺ يبعث مع كل وفد من هذه الوفود بالقراء والمعلمين الذين يفقهونهم في الدين، ويفسرون لهم آيات القرآن الكريم.
- التهامس بين الناس في أخبار الرسول ﷺ وأخبار هذا الدين الجديد، وأوضح ما كان ذلك في حادثة الهجرة، وفي فترات الصلح بين المشركين، كما كان الأمر في صلح الحديبية.
- غزوات النبي ﷺ باعتبارها إعلاناً كبيراً عن الإسلام، فقد أمسك النبي ﷺ بالقرآن في إحدى يديه، وأمسك بالسيف كما أمره القرآن في يده الأخرى.
- سرايا النبي ﷺ وبعوثه الحربية إلى تخوم الروم تأميناً لحدود المسلمين بالمدينة من جهة، وإنذاراً لأعداء الإسلام من الغرب وغيرهم بقوة هذا الدين الجديد وهيبته، حتى لا يفكروا في الإغارة على حدوده.

وهذا فضلاً عن الخطب النبوية، وحركة الإخاء التي بدأ بها النبي ﷺ حياته بمقره الجديد في المدينة المنورة.

ويذهب التفسير الإعلامي للسيرة النبوية الشريفة إلى أن القرآن الكريم كان أكبر الوسائل الإعلامية على الإطلاق منذ بداية الرسالة، كما كانت للأحاديث النبوية قوة إعلامية ليس هناك أعظم منها في حياة الرسول ﷺ وحياة الخلفاء الراشدين، وحياة العصور الإسلامية التي تلتها إلى يومنا هذا، والسبب في ذلك أن أظهر صفة من صفات الرسول الكريم ﷺ هي قدرته الإعلامية على التأثير في الآخرين، وقد كانت هذه الصفة تشكل أكبر خطر واجهه المشركون في مكة، كما كان الاتصال الشخصي والجمعي من أنجح وسائل الإعلام في عهد الرسول ﷺ، وكذلك القدوة الحسنة، والقصاص غير القرآني.

وليس معنى ذلك أن الإعلام في عهد الرسول عليه الصلاة والسلام حصر نفسه في هذه المجالات، واحتفظ لنفسه في المجالات السابقة التي مارسها الرسول ﷺ قبل عهد الاستقرار، ولكن معناه أن هذه المجالات، مضافاً إليها مجال الخطب والأحاديث والقدوة الحسنة وغيرها، ليست إلا أمثلة من النشاط الإعلامي على يد الرسول ﷺ في عهد الاستقرار.

تلاحق المهاجرون إلى رسول الله ﷺ في المدينة، ولم يبق بمكة أحد إلا مفتون أو محبوس، ومن البيوت التي هاجر أهلها جميعاً إلى المدينة: بنو مطعون، وبنو جحش، وبنو البكير، فإن دور هؤلاء بمكة أغلقت لهجرة جميع أهلها إلى المدينة.

أ - أول خطبة خطبها رسول الله ﷺ في المدينة⁽¹⁾:

مضت أول خطبة خطبها رسول الله ﷺ في قباء، وهذه أول خطبة خطبها في المدينة، حمد الله وأثنى عليه بما هو أهله، ثم قال:
«أما بعد:

أيها الناس، فقدموا لأنفسكم، تعلمن ليصعقن أحدكم، ثم ليدعن غنمه ليس لها راع، ثم ليقولن له ربه - وليس له ترجمان ولا حاجب يحجبه دونه -: ألم يأتك رسولي فبلغك، وأتيتك مالاً وأفضلت عليك، فما قدمت لنفسك؟

فينظر يميناً وشمالاً فلا يرى شيئاً، ثم ينظر قدامه فلا يرى غير جهنم. فمن استطاع أن يقي وجهه من النار ولو بشق من تمره فليفعل. ومن لم يجد فبكلمة طيبة، فإن بها تجزى الحسنة إلى عشرة أمثالها، إلى سبعمئة ضعف. والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته».

(1) يروي الطبري (115/2) نص خطبة أخرى خطبها الرسول (ص) في أول جمعة له.

- خطبة ثانية:

ثم خطب رسول الله ﷺ مرة أخرى، فقال: «إن الحمد لله أحمدته وأستعينه، نعوذ بالله من شرور أنفسنا وسيئات أعمالنا. من يهده الله فلا مضل له، ومن يضلل فلا هادي له. وأشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له. إن أحسن الحديث كتاب الله تبارك وتعالى. قد أفلح من زينه الله في قلبه، وأدخله في الإسلام بعد الكفر، واختاره على ما سواه من أحاديث الناس.

إن أحسن الحديث أبلغه.

أحبوا ما أحب الله.

أحبوا الله من كل قلوبكم.

ولا تملوا كلامه وذكره.

ولا تفسُ عنه قلوبكم.

فإنه من كل ما يخلق الله يختار ويصطفى، وقد سماه الله خيرته من الأعمال، ومصطفاه من العباد، والصالح من الحديث، ومن كل ما أوتي الناس من الحلال والحرام. فاعبدوا الله ولا تشركوا به شيئاً، واتقوه حق تقاته، واصدقوا الله صالح ما تقولون بأفواهكم، وتحابوا بروح الله بينكم، إن الله يغضب أن ينكث عهده، والسلام عليكم».

ب - مخاطبة رسول الله ﷺ لليهود:

وكتب رسول الله ﷺ كتاباً - أو معاهدة - وادع فيه اليهود، وعاهدهم، وأقرهم على دينهم وأموالهم، ومما جاء فيه:

(بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ)

«هذا كتاب من محمد النبي ﷺ بين المؤمنين والمسلمين من قريش ويثرب، ومن تبعهم

فلحق بهم وجاء معهم.

إنهم أمة واحدة من الناس، المهاجرون من قريش على ربعتهم⁽¹⁾ يتعاقلون بينهم، وهم يقدون عانيهم⁽²⁾ بالمعروف والقسط بين المؤمنين.

(1) أي: على الحال التي جاء الإسلام وهم عليها.

(2) العاني: الأسير.

ج - دعوة رسول الله الملوك والأمراء إلى الإسلام⁽¹⁾:

منذ ذي الحجة من عام ستة من الهجرة.

1 - بعث رسول الله ﷺ في ذي الحجة عام ستة من الهجرة رسله إلى الملوك والأمراء يحملون رسائله إليهم يدعوهم فيها إلى الإسلام، وذلك بعد الحديبية.
وقيل: كانت بعثة الرسول لرسالته فيما بين الحديبية ووفاته ﷺ.

2 - **فبعث حاطب بن أبي بلتعة في وفد إلى المقوقس** صاحب الإسكندرية، وقد رد المقوقس على رسالة رسول الله ﷺ رداً جميلاً، وبعث معه جارية اسمها مارية فتزوجها رسول الله ﷺ، وجارية أخرى اسمها سيرين أهداها الرسول ﷺ إلى حسان فتزوجها، وولدت ابنه عبد الرحمن بن حسان⁽²⁾.

وبعث دحية الكلبي إلى قيصر وهو هرقل ملك الروم، فأجاز قيصر دحية بمال وكساه كسئاً جميلة، فأقبل حتى إذا كان بحسمى لقيه ناس من جذام فقطعوا الطريق عليه⁽³⁾، فلم يتركوا معه شيئاً.

وبعث رسول الله ﷺ عبد الله بن حذافة السهمي إلى كسرى برسالة، فمزقها كسرى، وقال: يكتب إليّ هذا وهو عبدي؟ فدعا عليه رسول الله ﷺ أن يمزق ملكه، وكتب كسرى إلى باذان واليه على اليمن بأن يبعث إلى الحجاز رجلين يأتيانه بمحمد، فبعث باذان رجلين إلى المدينة، فأخبرهما رسول الله ﷺ بأن الله سلط على كسرى ابنه شرويه فقتله⁽⁴⁾.

وبعث رسول الله ﷺ عمرو بن أمية الضمري إلى النجاشي، فصدق رسالة رسول الله ﷺ وبعث ابنه في وفد من الحبشة في سفينة، غرقت بهم في البحر⁽⁵⁾.

وبعث شجاع بن وهب الأسدي إلى الحارث بن أبي شمر الغساني ملك دمشق، وقيل: بل إلى جبلة بن الأيهم الغساني، وقيل: إنه توجه له رقل مع دحية.

وبعث سليط بن عمرو العامري بن عامر بن لؤي إلى هوزة الحنفي صاحب اليمامة وإلى ثمامة بن أثال الحنفي، وهو صاحب جانب من اليمامة.

وبعث العلاء بن الحضرمي إلى المنذر بن ساوى أخي بني عبد القيس وصاحب البحرين.
وبعث عمرو بن العاص إلى صاحبي عمان، وهما جيفر وعبد ابنا الجلندى، فأسلما.

(1) لم يتحدث ابن هشام عن رسائل رسول الله إلى الملوك والأمراء - وذكر الطبري رسل رسول الله إلى الملوك والأمراء 2/ 288 - 20297 الطبري.

(2) وقيل: بعث المقوقس بأربع جوار إلى رسول الله.

(3) : 286 الطبري - وكان دحية من أجمل الصحابة الموجودين في المدينة، فقد كان جبريل ربما نزل في صورته (2: 398 سير أعلام النبلاء) وكان كذلك جرير بن عبد الله أجمل الناس، وتوفي عام 54 هـ (2: 381 - 384 سير أعلام النبلاء).

(4) كان ذلك في 10 جمادى الأولى سنة سبع 629 م - راجع 2/ 297 الطبري، ج 5: 2 سير أعلام النبلاء.

(5) 2/ 295 الطبري، وراجع: 1: 62 زاد المعاد.

وبعث الحارث بن عمير إلى عامل هرقل على بصرى شرحبيل بن عمرو، فقتل الحارث رسول رسول الله ﷺ، مما كان سبباً في غزوة مؤتة.

هذا وقد بعث عبد الله بن حذافة السهمي إلى كسرى، وهو الذي أسره الروم في معارك الشام في عهد عمر، وبالغوا في تعذيبه، وامتحنه قيصر امتحاناً شديداً، فلما بعث عمر إلى قيصر يهدده طالباً لإطلاق سراحه، أطلقه وأطلق معه ثلاثمائة أسير، وأجازه بثلاثين ألف دينار وثلاثين وصيفة وثلاثين وصيفاً⁽¹⁾.

وبعث رسول الله ﷺ عياش بن أبي ربيعة المخزومي بكتاب إلى الحارث ونعيم بن عبد كلال⁽²⁾.

وقيل: إنه بعث المهاجر بن أبي أمية المخزومي إلى الحارث بن عبد كلال الحميري ملك اليمن، وبعث مسعود بن سعد إلى الجذامي عامل قيصر على معان، فأسلم وكتب إلى رسول الله ﷺ بإسلامه، وبعث إليه بهدية وبغلة شهباء وفرس وحمار وقباء سندس مخصّص بالذهب وأثواب.

وقيل: إنه بعث عمرو بن أمية الضميري إلى مسيلمة الكذاب.

3 - رسالة رسول الله ﷺ إلى النجاشي⁽³⁾:

بعث رسول الله ﷺ عمرو بن أمية الضميري إلى النجاشي ملك الحبشة في شأن جعفر بن أبي طالب وأصحابه، وكتب معه كتاباً هذا نصه:

بسم الله الرحمن الرحيم: «من محمد رسول الله إلى النجاشي ملك الحبشة: سلم⁽⁴⁾ أنت فإني أحمد الله إليك الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن، وأشهد أن عيسى ابن مريم روح الله وكلمته ألقاها إلى مريم البتول الطيبة الحسنة، فحملت بعيسى فخلق الله من روحه ونفخه كما خلق آدم بيده ونفخه. وإني أدعوك إلى الله وحده لا شريك له، والموالاتة على طاعته، وإن تتبعتني وتؤمن بالذي جاءني فإني رسول الله، وقد بعثت إليك ابن عمي جعفرأ ونفراً معه من المسلمين، فإذا جاؤوك فأقرهم ودع التجبر، والسلام على من اتبع الهدى...».

وبلاغة رسول الله ﷺ مضرب الأمثال في روعتها وعظمتها وسمو منزلتها وصدق حكمتها، وهي تلي بلاغة القرآن الكريم في سمو المنزلة ورفعة الشأن، وقد كان ﷺ لا ينطق عن الهوى، ومن ثم جاءت بلاغته إلى الخير والحق، وتقريباً لشريعة القرآن وادابه ومثله.

وفي هذه الرسالة النبوية البليغة المعجزة التي بعث بها صلوات الله عليه إلى ملك الحبشة، تتجلى الحكمة الرائعة والمعاني السامية والأسلوب المشرق والإيجاز المحكم.

بدأ رسول الله صلوات الله عليه بهذا التعبير الرائع (سلم) أي سلام، ثم حمد الله وأثنى عليه، ثم ذكر عيسى ووصفه بما وصفه القرآن الكريم، وقد كانت الحبشة تدين بدين عيسى عليه السلام.

(1) راجع 2: 8 سير أعلام النبلاء - وراجع 1: 62 زاد المعاد في شأن رسول الله.

(2) 1: 63 زاد المعاد.

(3) 2: 294 الطبري.

(4) المعنى: سلام.

ثم دعا ملك الحبشة وقومه إلى الإسلام، وإلى إكرام ضيوفه، ونصحهم، ثم ختم الرسالة بقوله ع: والسلام على من اتبع الهدى.

4 - وكتب ع إلى هرقل ملك الروم:

«من محمد رسول الله إلى هرقل عظيم الروم، سلام على من اتبع الهدى، أما بعد، فإني أدعوك بدعاية الإسلام، أسلم تسلم يؤتك الله أجرك مرتين، فإن توليت فإن عليك إثم الأريسيين⁽¹⁾»، (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّنْ دُونِ اللَّهِ فَإِن تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ⁽²⁾).

5 - رسالة الرسول إلى المقوقس⁽³⁾:

«بسم الله الرحمن الرحيم، من محمد عبد الله ورسوله إلى المقوقس عظيم القبط.

سلام على من اتبع الهدى، أما بعد:

فإني أدعوك بدعاية الإسلام، أسلم تسلم يؤتك الله أجرك مرتين، فإن توليت فعليك إثم كل القبط، (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّنْ دُونِ اللَّهِ فَإِن تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ...) محمد رسول الله.

6 - وكتب في صلح الحديبية⁽⁴⁾ بينه وبين قريش:

«باسمك اللهم، هذا ما اصطح عليه محمد بن عبد الله وسهيل بن عمرو، اصطلحا على وضع الحرب عن الناس عشر سنين يأمن فيهن الناس ويكف بعضهم عن بعض، على أن من أتى محمداً من قريش بغير إذن وليه رده عليهم، ومن جاء قريشاً ممن مع محمد لم يردوه عليه، وأن بيننا عيبة مكفوفة⁽⁵⁾، وأنه لا إسلال ولا إغلال⁽⁶⁾، وأنه من أحب أن يدخل في عقد محمد وعهده دخل فيه، ومن أحب أن يدخل في عقد قريش وعهده دخل فيه، وأنتك ترجع عنا عامك هذا فلا تدخل علينا مكة، فإذا كان عام قابل خرجنا عنها فدخلتها بأصحابك فأقمت بها ثلاثاً، وأن معك سلاح الراكب والسيوف في الركب فلا تدخلها بغير هذا».

7 - كتاب الرسول ع إلى المنذر بن ساوى:

«من محمد رسول الله إلى المنذر بن ساوى: سلام عليك فإني أحمد الله الذي لا إله إلا هو، وأشهد أن لا إله إلا الله وأن محمداً عبده ورسوله، أما بعد فإني أذكرك الله عز وجل، فإنه من ينصح فإنما ينصح لنفسه، وأنه من يطع رسلي ويتبع أمرهم فقد أطاعني، ومن نصحهم فقد نصح لي، وأن رسلي قد أثنوا عليك خيراً، وأني قد شفعتك في قومك فاترك للمسلمين ما

(1) الأريسيون: الفلاحون والعمال، فهم تبع لساداتهم وكبرائهم.

(2) الطبري: 261/2.

(3) أورد الطبري والقلقشندي أيضاً نصاً اخر لهذا الكتاب بمخالفة يسيرة في بعض الألفاظ كقوله: [فإن توليت فإنما عليك إثم الأريسيين].

(4) الحديبية: قرية صغيرة بينها وبين مكة مرحلة، فنزل بها النبي عليه الصلاة والسلام سنة ست للهجرة قادماً مكة لزيارة الكعبة معتمراً، فأرادت قريش منعه من الدخول مخافة العار... وبعد تراسل بينهما تصالحا على مافي هذه الصحيفة.

(5) العيبة: موضع السر أو الخريطة للملابس، والمراد الأمن.

(6) الإسلال: السرقة الخفية والرشوة، والإغلال: الخيانة.

أسلموا عليه، وعفوت عن أهل الذنوب فاقبل منهم، وأنتك مهما تصلح فلن نعزلك، ومن أقام على يهوديته أو نصرانيته فعليه الجزية».

8 - كتابه ع إلى كسرى أبرويز:

«بسم الله الرحمن الرحيم:

من محمد رسول الله إلى كسرى عظيم فارس، سلام على من اتبع الهدى وامن بالله ورسوله، وأدعوك بدعاية الله عز وجل، فإني أنا رسول الله إلى الناس كافة لأنذر من كان حياً ويحق القول على الكافرين، وأسلم تسلم، فإن توليت فإنما إثم المجوس عليك».

9 - كتابه ع لبني ضمرة بالموادعة:

«هذا كتاب من محمد لبني ضمرة بأنهم امنون على أموالهم وأنفسهم، وأن لهم النصر على من ناوأهم، وأن لا يحاربوا دين الله ما بلّ بحرٌ صوفة، وأن النبي ع إذا دعاهم لنصره أصابوه، عليهم بذلك ذمة الله وذمة رسوله، ولهم النصر على من برّ منهم واتقى».

ز - وفد ثقيف إلى رسول الله في 21 رمضان من العام التاسع:

بعد حصار الطائف قدم عروة بن مسعود الثقفي إلى رسول الله ع فلقى الرسول ع في الطريق قبل أن يصل رسول الله ع إلى المدينة، فأسلم وسأله أن يرجع إلى قومه بالإسلام فأذن له الرسول ع، وخرج يدعو قومه إلى الإسلام فرموه بالنبل فقتلوه. وأقامت ثقيف بعد قتل عروة أشهراً، ثم رأوا أنه لا طاقة لهم بحرب محمد ع وأصحابه فأسلمت وبايعت.

بعثت ثقيف إلى رسول الله ع وفداً من ستة، رئيسه عبد ياليل بن عمرو بن عمير، فقدموا المدينة، وكان خالد بن سعيد بن العاص هو الذي يمشي بينهم وبين رسول الله ع، وكانوا لا يطعمون طعاماً يأتيهم من عند رسول الله ع حتى يأكل منه خالد...

وسألوا رسول الله ع أن يدع لهم اللات لا يهدمها ثلاث سنين، فأبى رسول الله ع ذلك عليهم، وبعث بأبي سفيان والمغيرة بن شعبة ليهدهما.

وسألوا رسول الله ع فيما سأله أن يعفيهم من الصلاة ومن كسر أوثانهم بأيديهم، فقال لهم رسول الله ع: أما كسر أوثانكم بأيديكم فسنعفيكم منه، وأما الصلاة فإنه لا خير في دين لا صلاة فيه.

فلما أسلموا وكتب لهم رسول الله ع كتاباً، أمر عليهم عثمان بن أبي العاص، وبعث معهم أبا سفيان والمغيرة لهدم الطاغية.

فخرجا مع القوم، وقادهم المغيرة يضرب بها بمعول، وخرجت نساء ثقيف يبكين عليها ويندبنها، وأبو سفيان يقول والمغيرة يهدمها: واهاً لك، واهاً لك!

وأخذ المغيرة مال اللات وحلبها فبعث به إلى رسول الله ع.

وكان كتاب رسول الله ع الذي أعطاه وفد ثقيف هو:

«بسم الله الرحمن الرحيم:

من محمد النبي رسول الله إلى المؤمنين، إن عضاه «وجج» وصيده لا يعضد ولا يقطع، من وجد يفعل شيئاً من ذلك فإنه يجلد وتنزع ثيابه، فإن تعدى ذلك فإنه يؤخذ فيبلغ به النبي

محمدًا، وإن هذا أمر النبي محمد رسول الله ﷺ، وكتب خالد بن سعيد بأمر الرسول محمد بن عبد الله، فلا يتعدى أحد فيظلم نفسه فيما أمره به محمد رسول الله ﷺ».

ويروى أن الوفد لما قدموا على رسول الله ﷺ قالوا: يا محمد، إنا أخوالك وأصهارك وجيرانك، إن حاربناك حاربك من بعدنا، وإن سالمناك سالمك من بعدنا، ثم قالوا: فاجعل لنا ألا نعشر ولا نحشّر... إلخ⁽¹⁾.

وبعد هذا العرض لعدد من الرسائل المتبادلة بين النبي صلى الله عليه وسلم وبين ملوك وأمراء وعظماء الأمم الأخرى، لا بد من الإشارة بإيجاز إلى أن هذه الرسائل كانت تعبر عن أساليب الدعوة إلى هذا الدين وكيفية تطبيق النبي لما طلبه منه ربه سبحانه من التبليغ والدعوة، وهي حركة إعلامية لا توازيها في مجال الإعلام إلا حركة الهجرة، فقد كانت دعوة قائمة على تثبيت العلاقات الودية بين المسلمين وغيرهم؛ ممن لم يعتنق هذا الدين، وكانت دعوة مباشرة صريحة، حيث أن النبي كان يعرض الإسلام على أولئك الحكام والملوك بطريق الموعظة والحكمة، وليست قائمة على الغدر والتآمر والسلب شأن العلاقات بين العرب قبل بعثته صلى الله عليه وسلم.

وحيثما نستعرض نصوص ومواد الرسائل وما تحويه من عبارات الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة، نجد أنها دعوة حوارية قائمة على مناقشة الآخر ودعوته إلى أعمال الفكر والعقل، وهي قائمة على الإقناع والإقناع لا على الإكراه والإجبار. ومن هنا نجحت الدعوة إلى هذا الدين حيث كانت بمخاطبة العقل والفكر لا بالقوة والاعتداء؛ وهذا من سماتها التي تميزت به إضافة إلى كونها واضحة ومباشرة.

* * *

(1) أبو هلال: الأوائل: ص 83.

المبحث الثاني أساليب الإعلام في صدر الإسلام ووسائله

مارس العصر الجاهلي وسائل الإعلام الفطرية المعروفة عند الأمم المختلفة، وذكرنا سابقاً أن أهم هذه الوسائل التي مارسها الجاهليون القصيدة الشعرية والخطب والندوات والأسواق والمناداة وغيرها، وعندما أرسل الرسول ﷺ ليكون رحمة للعالمين اهتم بوسائل الإعلام المعروفة عند العرب ولم يهملها، ولكنه عمل على تعديل مسارها وتطوير أهدافها لخدمة الإسلام بعد أن كانت تتوجه لبيت الخلفاء وإثارة القلاقل وإشعال نار الفتن، كما أصبح للإعلام صورة جديدة لم يعرفها العرب من قبل والتي منها القرآن الكريم والحديث الشريف والمسجد وغيرها.

وعندما نتحدث عن الإعلام الإسلامي في صدر الإسلام نجده ماثلاً بالآية الكريمة: (هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)⁽¹⁾.

ونريد أن نذكر بعض الصور أو الوسائل التي اهتم بها الرسول ﷺ سواء مارسها الجاهليون أو الصور الجديدة التي لم يعرفها الجاهليون، والتي من أبرزها، وقد تحدثت عنها سابقاً:

1 - القصيدة الشعرية:

2 - الخطبة:

3 - القرآن الكريم:

4 - الحديث الشريف:

5 - القدوة الحسنة:

6 - الاتصال الشخصي والجمعي:

إن الذي لا شك فيه أن الاتصال الشخصي في ذاته أساس لجميع العمليات الإعلامية، وأكثر ما يؤثر الاتصال في ميدانين خطيرين هما ميدان الدعوة وميدان الدعاية، والقدرة على ممارسة الاتصال الذي من هذا النوع شرط في نجاح العمليات الإعلامية، لأنه يلعب دوراً خطيراً في الإعلام على جميع المستويات، ومن الجدير بالذكر أن اتجاهات البحوث الحديثة تؤكد أهمية الاتصال الشخصي، وأن له مقدرة عظيمة على التأثير في الناس أكثر بكثير من بقية وسائل الإعلام العامة⁽²⁾.

(1) الجمعة: 2.

(2) د. عبد الحليم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير: ص 10.

ولعل أبرز الشواهد على اهتمام الرسول ﷺ بهذه الوسيلة واعتماده عليها واهتمامه بها ما يلي:

أ - الاتصالات السرية التي كان يجريها مع أصدقائه وخلصائه وأفراد أسرته في مراحل الدعوة الأولى.

ب - لقاءاته الشخصية مع أفراد القبائل التي تقف إلى مكة في مختلف المواسم، وأشهرها لقاءه مع طائفة من أهل الخزرج، حيث تمت بيعة العقبة الأولى ثم بيعة العقبة الثانية. جرحلته الشهيرة إلى الطائف لعله يجد من يستجيب للدعوة من أهل ثقيف⁽¹⁾.

أما الاتصال الجمعي فأظهر ما يكون في مجال الخطابة، حيث كان يجتمع الرسول ﷺ بالمسلمين وغيرهم فيخطب بهم، أو لقاءاته مع الوفود التي كانت تأتي من خارج المدينة⁽²⁾.

- الهجرات:

يتجلى أثر الهجرات في نشر الإسلام والإعلام به بما توجهه من الاختلاط والاحتكاك والمصاهرات والترابط واللقاءات المتكررة بين الداعي والمدعو؛ مما يوجد الفرص لبث التعاليم والتوجيهات.

ولقد هاجر المسلمون أولاً إلى الحبشة، ثم هاجروا مع الرسول ﷺ إلى المدينة وبهذه الهجرة تمكن الإسلام من الوقوف في وجه أعدائه، ومن الزحف في كل مكان لينشر هدايته ورحمته للعالمين.

ومن هنا حدث الإسلام على الهجرة والسير في الأرض طلباً للعلم والرزق وللإعلام بالدعوة فقال تعالى: (وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَآءًا كَثِيرًا وَسَعَةً وَمَنْ يَخْرُجْ مِنْ بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكْهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ)⁽³⁾.

ونشير هنا إلى الصعوبات التي كانت تواجه المسلمين في بداية الدعوة الإسلامية وأهم تلك العقبات هي العداء المستحكم بين قبائل العرب المتناحرة والبعد المادي والمعنوي فيما بينهم ، ولهذا العداء تكبير زعماء قريش عن الدخول في هذا الدين الجديد .

وهكذا أصبح العرب فريقين فريق الإيمان بهذا الدين، وفريق مناقض له، ولكل من الفريقين حلفاء ومناصرون ، من كل القبائل العربية آنئذ . فإذا بهم يتحولون إلى معسكرين يقاتل كل منهم الآخر ، فكان لهذا الانقسام أثره الكبير في عدم ممارسة المسلمين للدعوة بحرية كاملة مما أدى إلى البطء في دخول الناس في هذا الدين إلى ما بعد فتح مكة ، فقد تأثر الإعلام الإسلامي بهذه العقبات من التعصب القبلي والديني ، وهذه الدعوات الضالة ، والرموز المهتزة التي يتضمنها الإعلام الجماهيري لا يمكن أن تكون مخلصاً أمينة ؛ لأنها قائمة على التعصب الذميمة للتراث أو اللون أو العرق ، ومن الأمور التي تميز الثقافة الجماهيرية أنها تجعل الجمهور يهتم بالرموز التي تتناول الأشياء العامة ، والاهتمامات البعيدة ، وأنها تعتمد على تلك الأشياء والاهتمامات مثل القومية ، والنعرات المتطرفة ، والحب الشديد للوطن ونسيان الله تعالى .

(1) د. محيي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية: ص 159 - 160.

(2) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام في صدر الإسلام: ص 80.

(3) النساء: 100.

* * *

المبحث الثالث صلح الحديبية نموذج إعلامي

المطلب الأول: خطة إعلامية هادفة

1 - خطة احترازية :

بعد الأخبار التي وصلت إلى النبي ﷺ بشطط قريش وصلفها وطغيانها وإصرارها على منع المسلمين من زيارة البيت الحرام بالقوة المسلحة، وأن أساطينها بمكة قد اتخذوا قراراً بعد اجتماع عقوده في دار الندوة، باستنفاً جميع قواتهم الضاربة وطلب النجدة من حلفائهم قبائل ثقيف والأحابيش، حسبما جاء في رواية ابن سعد؛ حيث قال: (وبلغ المشركين خروجه فأجمعوا رأيهم على صده عن المسجد الحرام، وعسكروا ببلدهم، وقدموا منتي فارس إلى كراع الغميم⁽¹⁾ وعليهم خالد بن الوليد⁽²⁾).

لذا فإن النبي ﷺ مع كراهيته للحرب وعدم رغبته في خوضها، فإنه قد اتخذ جميع الاحتياطات الضرورية تمهيداً للطوارئ، فقد أمر بقية الصحابة الكرام بأن يكونوا في حالة استعداد تام وهم في حالة الإحرام لمواجهة الموقف المتجدد.

2 - الأثر الإعلامي الناتج عن تغيير خط سير الرحلة:

لا شك أن ذلك التصرف الحكيم الذي قام به رسول الله ﷺ بتغيير خط سير الرحلة المباركة؛ تحاشياً للصدام المسلح مع قوات خالد بن الوليد، والعمل على تجنب سفك الدماء دون مبرر، وإحلال أسلوب التفاهم والإقناع بالحجة والبرهان على أسلوب الحرب والقتال، لدليل كبير على حسن النية التي كانت لدى رسول الله ﷺ، غير أن قريشاً المتعطرسة التي تفتخر بكبريائها الوثني لم تكن تفهم هذا الأسلوب الإنساني النبيل في التعامل في أكثر الأحوال على حقيقته الصادقة.

وكان لهذه الخطة أبعاده الكبيرة في المفهوم العسكري والإعلامي.

وعلى هذا الأساس فإن خطة التغيير هذه تحمل في طياتها معاني ذات أبعاد ومفاهيم متعددة الجوانب والاتجاهات، ومعلوم أن الخطط الحربية والتكتيكات العسكرية تتوقف في تنفيذها ونجاحها على التعاون المشترك بين الجهازين العسكري والإعلامي، ومن هنا فإن خطة التغيير هذه لم تكن كما يتصوره بعضهم: خوفاً من قريش أو من قوات خالد بن الوليد،

(1) كراع الغميم: قال ياقوت الحموي: هو موضع بين مكة والمدينة، وقيل: قوله: (الغميم: هو موضع بين رابغ والجحفة). معجم البلدان: 214/4.

(2) ابن سعد، الطبقات الكبرى: 2: 95.

فالذي يخاف من عدوه يرجع إلى الوراثة عودة بدئه، ولا يتقدم باتجاه قاعدته الأصلية ومركز قوته.

يقول اللواء الركن محمود شيت خطاب: (لم يكن العمل الذي قام به رسول الله ﷺ بتركه للطريق الرئيسي إلى طريق جانبي آخر خوفاً من قريش، فالذي يخاف من عدوه لا يقترب من قاعدته الأصلية، وهي مركز قواته، بل يحاول الابتعاد عنها حتى يطيل من صعوبة مواصلات العدو، وبالتالي يجعل فرصة النصر أمامه أقل)⁽¹⁾.

لذا فإن هذه الخطة تُعتبر بمثابة عملية للتنموية والتغطية الإعلامية وإثارة الحرب النفسية، ولفت الأنظار، وتوجيه الأفكار إلى ما يخدم أغراض وأهداف هذه الرحلة، ولقد كان الرسول ﷺ في كثير من غزواته لا يُعلن عن وجهته الحقيقية، بل كان عليه الصلاة والسلام إذا أراد جهة معينة، فإنه يتوجه إلى مكان آخر غير الذي يقصده⁽²⁾ حتى إذا كان قد ابتعد بجيشه مسافة يكون فيها بعيداً عن الأنظار، فإنه يتحول بجيشه إلى جهته الحقيقية التي يقصدها فعلاً، وذلك لوجود المنافقين في المدينة المنورة، وكذلك لاحتمال وجود عيون لقريش أو لخيرها في تلك المناطق تراقب تحركات المسلمين، وهذه الخطط التي يتم فيها التعاون الفعلي بين الجهازين العسكري والإعلامي، هي الخطط الممتازة.

ولاشك أن الرسول ﷺ كان يعلم - بوساطة التقرير الإخباري الذي تلقاه من رجل الإعلام بسر بن سفيان الخزاعي - مكان تواجد القوات القرشية وحليفاتها في وادي بلدح، وبالجملة فإن صدى هذه العملية الناجحة خاضع من قبل قريش لجميع الاحتمالات من الناحيتين النفسية والعسكرية، وهي تعتبر في مضمونها ونتائجها غاية في الحنكة العسكرية والإعلامية، وقد أدت أغراضها كافة بنجاح كبير.

ومن هنا تتضح طبيعة المعركة التي يخوضها الإسلام؛ لتبين للناس جميعاً بأنها معركة تنطلق من رؤية فكرية شاملة، وذات طبيعة استراتيجية ثابتة، تلتزم بمنهج فكري معين، ليس القتال إلا بعض صورها ووسائلها.

والجدير بالذكر أن حادثة بروك الناقاة - تلك الحادثة الخارقة والإشارة البالغة - كان لها الأثر بأن منع الله سبحانه ذلك البلد الأمين من أن يكون مسرحاً للحرب وسفك الدماء والمنازلات العسكرية. قال تعالى: (وَهُوَ الَّذِي كَفَّ أَيْدِيَهُمْ عَنْكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ عَنْهُمْ بِبَطْنِ مَكَّةَ مِنْ بَعْدِ أَنْ أَظْفَرَكُمْ عَلَيْهِمْ وَكَانَ اللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرًا)⁽³⁾.

ولاشك أن هذه الدعوة الإسلامية التي جاءت لهداية البشرية قاطبة، وقد خرجت من وادي مكة وهو بيت الله الحرام، تلك البقعة المباركة التي كانت وستظل مركزاً لاستقطاب قلوب الملايين، لا من أبناء الجزيرة العربية وحسب ولا من أبناء الأقطار المجاورة لها، بل من أبناء الشعوب الإسلامية الذين لا يرتبطون بهذا البيت العظيم بمصالح مادية أو دنيوية أخرى، بل برابطة العقيدة الدينية المحضة، قال تعالى: (فليعبدوا رب هذا البيت * الذي أطعمهم من جوع وأمنهم من خوف).

(1) اللواء الركن محمود شيت خطاب، الرسول القائد: 186.

(2) من حديث كعب بن مالك قوله رضي الله عنه: لم يكن رسول الله (ص) يريد غزوة إلا ورى بغيرها -

باب التوبة - رياض الصالحين. ذكر غزوة تبوك: 15.

(3) الفتح: 24.

ولهذا فإن المكانة التي يتميز بها هذا البلد الأمين وهذا البيت العظيم ترمز إلى وحدة العقيدة ووحدة العبادة لدى المسلمين جميعاً، فمن الواجب صيانة هذه الأماكن المعظمة من العبث.

وإذا كانت العلاقات قبل الإسلام قائمة على العداوة والبغضاء التي يلتمس عندها النصر، وبما تتقى الهزيمة، وإليها يكون التوجه، وعليها يكون التوكل، فإذا أراد الله تبارك وتعالى نصر المؤمنين - إذا هم عملوا بشريعته والتزموا بدعوته، وأعدوا أمره ولم يخالفوا حكمه، وتوكلوا عليه وحده دون سواه، وأخذوا للأمر أهميته، وأعدوا له عدته - فلا غالب لهم من الناس قال تعالى: (إِن يَنْصُرْكُمُ اللَّهُ فَلَا غَالِبَ لَكُمْ)⁽¹⁾.

معجزة للرسول ع في الحديبية:

ومن جهة أخرى فإن المسلمين بعد أن جنحوا إلى طريق فرعي آخر، عقب حادثة بروتك الناقاة، حيث انتهى بهم ذلك الطريق إلى سهل الحديبية على حدود الحرم الشريف من أسفل مكة، وهناك أمر النبي ع أصحابه بالنزول، فقبل له كما جاء في رواية ابن هشام: (يا رسول الله! ما بالوادي ماء ينزل عليه، فأخرج سهماً من كنانته فأعطاه رجلاً من أصحابه فنزل به في قلب من تلك القلوب، فغرز في جوفه، فجاش بالرواء حتى ضرب الناس عنه بعتن)⁽²⁾ وقد جاء مثل ذلك في كتب أخرى⁽³⁾.

ولقد كان ذلك الفيض الرباني الكريم علامة فرج واستبشار للرسول الكريم ع وأصحابه الكرام، وهذه هي سنة الله في خلقه ينصر عباده المؤمنين الذين ينصرونه ويتوكلون عليه حق التوكل، ويخلصون النية والعمل له، ويسلمون أمورهم بيده، مع الأخذ بالأسباب التي أمر الله سبحانه وتعالى بها، قال تعالى: (إِنَّا لَنَنْصُرُ رُسُلَنَا وَالَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ هَادٍ)⁽⁴⁾.

وقد أصبح المسلمون في منطقة الحديبية هذه يقفون وجهاً لوجه مع أعدائهم القرشيين؛ الذين يقيمون مع حلفائهم من قبائل ثقيف والأحابيش في بلدح.



(1) سورة آل عمران: 160.

(2) ابن هشام، السيرة النبوية، 266/3 و267.

(3) راجع الكتب التالية:

أ - السيرة الحلبية: 693/2.

ب - المقرئزي، إمتاع الأسماع: ص 384.

د - الواقدي، المغازي: 590/2.

ج - السيوطي، الخصائص الكبرى: 25/2.

(4) غافر: 51.

المطلب الثاني الوفد الإعلامي الأول يصل إلى الحديبية

1 - مجيء الوفد إلى رسول الله ع:

لقد ذكر معظم المؤرخين⁽¹⁾ وكتاب السير أن أول وفد قدم إلى الحديبية، للتوسط في الإصلاح بين النبي ع وقريش، كان وفد قبيلة خزاعة، برئاسة بُديل بن ورقاء الخزاعي. قال الواقدي في روايته: (فلما اطمأن رسول الله ع بالحديبية جاءه بُديل بن ورقاء في ركب من خزاعة، وهي عيبة نصح⁽²⁾ لرسول الله ع بتهامة، منهم المسلم ومنهم الموادع لا يخفون عليه بتهامة شيئاً، فأناخوا عند رسول الله ع، ثم جاؤوا فسلموا عليه فقال بُديل: جنناك من عند قومك كعب بن لؤي وعامر بن لؤي، قد استنفروا لك الأحابيش ومن أطاعهم، معهم العود المطافيل، والنساء والصبيان، يقسمون بالله لا يُخلون بينك وبين البيت حتى تبيد خضراؤهم⁽³⁾).

فقال النبي ع: «إنا لم نأت لقتال أحد وإنما جننا لنطوف بهذا البيت، فمن صدنا عنه قاتلناه، يا ويح قريش لقد أضرت بهم الحرب ونهكتهم فإن شأؤوا ماددتهم مدة يأمنون فيها، ويخلون فيما بيني وبين الناس، والناس أكثرهم منهم، فإن ظهر أمري على الناس كانوا بين أن يدخلوا فيما دخل فيه الناس أو يقاتلوا؛ وقد جمعوا، والله لأجهدن على أمري هذا حتى تنفرد سالفتي أو ينفذن الله أمره».

وأضاف الواقدي قائلاً: فوعى بُديل مقالة النبي ع ثم ركب وركب الوفد المرافق له إلى قريش حتى هبطوا على كفار قريش، وهم مجتمعون هم وحلفاؤهم؛ من قبائل ثقيف بقيادة عروة بن مسعود الثقفي، وقبائل بني كنانة تحت قيادة الحُليس بن زبان، ويقال: الحليس بن علقمة في المعسكر الذي أقاموه في منطقة بلدح⁽⁴⁾.

وما من شك أن الرسالة الشفوية التي صرح بها رسول الله ع والتي حملها بُديل بن ورقاء الخزاعي إلى قريش، كانت تحمل كل معاني الحصافة والمرونة وبعد النظر، مع الإعلان بالثقة الكاملة بنصر الله عز وجل، والاستعداد التام لجميع الاحتمالات التي يتطلبها الموقف المتجدد. وسمع بُديل بن ورقاء ما جاء في أقوال الرسول ع ووعاه وتأثر به غاية التأثر، وذلك بوصفه رجلاً محايداً جاء للتوسط في حل النزاع القائم بين النبي ع وقريش، هذا ولقد تأثر

(1) ابن هشام، السيرة النبوية: 268/3، تاريخ الطبري: 625/2.

(2) عيبة نصح: أصحاب سره كما جاء في رواية ابن هشام: 268/3.

(3) الخضراء: الجماعة، مغازي الواقدي: 593/2.

(4) مغازي الواقدي: 593/2 - 594، هذا وقد جاء في رواية المقرئ م مثل ذلك، وانظر: إمتاع الأسماع:

285/1 - 286.

بذلك عمرو بن سالم الخزاعي⁽¹⁾ - الذي كان أيضاً ضمن الوفد الخزاعي - بما سمع من رسول الله ع من دعوة صادقة إلى السلام إلى درجة أنه كان يقول، وهو عائد مع بديل، وكأنه يخاطب قريشاً: «والله لا تتصرن على من يعرف هذا أبداً»، يعني ذلك العرض السلمي الذي عرضه رسول الله ع لبديل بن ورقاء الخزاعي⁽²⁾.

بديل بن ورقاء في معسكر قريش:

وصل الوفد الخزاعي إلى معسكر قريش وحلفائها في بلدح حاملاً رسالة الرسول ع الإعلامية إلى زعماء قريش، وقد حاول بعض المتطرفين من سادات قريش الشباب حمل قريش على مقاطعة وفد الوساطة الخزاعي، وتحريض قريش على المضي قدماً في موقفها الحربي، وذلك لأنهم أدركوا أن وفد خزاعة هذا إنما جاء للعمل على إحلال السلام ومنع نشوب الحرب.

فقد ذكر الواقدي في «مغازيه» قال: (فعندما أقبل بديل وأصحابه على قريش، قال أناس منهم: هذا بديل وأصحابه إنها جاؤوكم يريدون أن يستجروكم، فلا تسألوهم عن حرف واحد، فلما رأى بديل وأصحابه أنهم لا يستخبرونهم، قال بديل: إنما جنناكم من عند محمد، أتحبون أن نخبركم؟ قال عكرمة بن أبي جهل والحكم بن العاص وبعض المتطرفين: لا والله ما لنا حاجة أن نخبرنا عنه، ولكن أخبره عنا: أنه لا يدخلها علينا عامه هذا أبداً حتى لا يبقى منا رجل واحد)⁽³⁾، وكان عروة بن مسعود سيد ثقيف حاضراً يسمع ما يدور من حديث بين وفد خزاعة المحاييد، الذي يدعو إلى الصلح بين الأهل والعشيرة، وبين المتطرفين من قريش، وعروة بن مسعود هذا كان قد جاء من الطائف على رأس قوات قبائل ثقيف العسكرية، ليساند قريشاً في نزاعها المسلح ضد المسلمين إذا ما نشبت الحرب بينهما، وذلك على أثر الدعاية الكاذبة التي بثتها قريش في جميع القبائل العربية من أن محمداً ع وأصحابه قد جاؤوا للهجوم على قريش في عقر دارها، يريدون انتهاك الحرمات واستباحة المقدسات، مما حمل حلفاء قريش من القبائل المجاورة أن يهرعوا مستنفرين جميع قواتهم المسلحة لنجدة قريش، والدفاع عن مكة ومقدساتها، وعلى رأس هذه القوات قوات قبائل ثقيف بزعامة عروة بن مسعود الثقفي، وقبائل الأحابيش بزعامة الحليس بن زبّان.

وكان سيد ثقيف هذا حاذقاً محنكاً مطاعاً في قومه، ذا عقل راجح وتجارب عديدة. فقد استهجن صنيع عكرمة بن أبي جهل وبعض المتطرفين من الشباب القرشي المتهور فقال: (والله ما رأيت كاليوم رأياً أعجب، وما تكرهون أن تسمعوا من بديل وأصحابه، فإن أعجبكم أمراً قبلتموه، وإن كرهتم شيئاً تركتموه، لا يفلح قوم فعلوا هذا أبداً)⁽⁴⁾.

2 - التحليل الإعلامي لرسالة بديل الشفوية:

(1) هو عمرو بن سالم الخزاعي من سادات خزاعة، كان صديقاً لسعد بن عباد وأهداه جزوراً في الحديبية، وجاء سعد بن عباد وعمرو بن سالم إلى رسول الله (ص) فقال النبي: «وعمرو قد أهدى لنا ما ترى، فبارك الله في عمرو» الواقدي، المغازي: 592/1، وكذا عند المقرئزي: 285/1 في إمتاع الأسماع.

(2) الواقدي، المغازي: 594/2.

(3) مغازي الواقدي: 594/2، عالم الكتب ببيروت. وكذلك: المقرئزي، إمتاع الأسماع: 286/1.

(4) المقرئزي، إمتاع الأسماع: 286/1.

نستطيع القول: إن رسالة بديل الشفوية هذه قد حققت جميع أغراضها الإعلامية بنجاح كامل، وكان لها أحسن النتائج الإعلامية، فقد سمع زعماء قريش وزعماء القبائل الحليفة الأقرب إلى ما قاله بديل، وهو ينقل لهم رسالة النبي ع الإعلامية الشفوية؛ التي تتضمن رغبة المسلمين الأكيدة الصادقة بنبذ الحرب وحقن الدماء واحترام المقدسات، وأنه وأصحابه لم يأتوا يريدون قتالاً، وإنما جاؤوا عُمَّاراً معظمين لهذا البيت، وإن حقهم في ذلك كسائر العرب. هذا ولقد استعمل بديل أسلوب المقدمة الشاملة لخاصة الخبر الإعلامي في جملة واحدة، وذلك عندما قال لزعماء قريش:

يا معشر قريش، إنكم تعجلون على محمد...
فقد استهلَّ بديل كلامه بهذه البداية المحركة للانتباه بانتظار لما سيأتي بعدها من عبارات مكملة لها، ثم أضاف قائلاً: إن محمداً لم يأت لقتال أحد... وهذه العبارة الثانية مكملة لمعنى العبارة الأولى، بالنسبة لتسلسل هذه الرسالة الشفوية، ثم انتهى إلى المقصود بقوله: (إن محمداً جاء لزيارة هذا البيت وتعظيمه).

هذه العبارات الثلاث التي ذكرها بديل - حسب تسلسلها الإعلامي - تحمل أرقى معاني الاتصال الشفوي، وذلك في عرضه للموضوع، وتنسيقه للعبارات بطريقة فنية ومرتبطة. وذلك لأن الحجج المهمة التي تقدم في بداية الرسالة الإعلامية تترك تأثيراً كبيراً لدى المستقبلين لهذه الرسالة الإعلامية.

يقول الدكتور عبد العزيز شرف: (إن المقدمة في الخبر الإعلامي هي تقديم الحجج أو العناصر الرئيسية في البداية وما يليه في الأهمية بعد ذلك، فهي تتبع ترتيباً هرمياً يقوم على تقديم الحجج الرئيسية في البداية)⁽¹⁾.

والجدير بالذكر أن بديلاً قد بدأ عباراته بلوم قريش على عملها مبيناً لها خطأ ما قامت به من عمل، لأن هذه الاستعدادات العسكرية ليس لها ما يبررها ما دام أن محمداً ع لم يأت لقتالهم، وإنما جاء زائراً معظماً للبيت، شأنه في ذلك شأن بقية العرب.

وبهذا السرد المباشر فإن بديلاً يكون قد أنجز رسالته الإعلامية الشفوية بأقصر العبارات الممكنة، وذلك عندما ابتداءً بعرض أكثر عناصر الرسالة أهمية في المقدمة، ثم انتقل إلى العناصر المكملة الأخرى ذات المدلول الإعلامي الواضح، وهذا مما يتعارف عليه الإعلاميون اليوم بأسلوب الهرم المقلوب.

يوضح لنا ذلك الدكتور إبراهيم إمام بقوله: (إن الخبر الإعلامي الحديث له قوالبه الجديدة القائمة على السرد المباشر، وإعطاء كل الحقائق بأقصر العبارات الممكنة، والابتداء بالعقدة أو أهم عناصر الخبر في البداية مباشرة، وهذا ما يسمى بأسلوب الهرم المقلوب)⁽²⁾.

وإن مما لا شك فيه: أن عوامل النجاح الإعلامي لرسالة بديل الإعلامية يكمن في أسلوب العرض المنظم، وعوامل الاختصار للخبر الإعلامي المباشر.

فلقد كان الإعلان الذي استخدمه بديل في رسالته الإعلامية الشفوية إيجازاً ذا معاني ودلالات إعلامية هادفة، فكل عبارة من تلك العبارات كانت تحمل في طياتها معاني سابقتها من أجزاء تلك الرسالة الشفوية المختصرة، وبهذا التنظيم لمضمون الخبر الإعلامي، فإنه

(1) الدكتور عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي: ص 166.

(2) الدكتور إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير: ص 129.

يمكننا القول: إن تأثير هذه الرسالة الإعلامية كان مباشراً على قريش وحلفائها المجتمعين معها في بلدح، وذلك بعد أن سمع زعماء هذه القبائل المتحالفة مع قريش بأن الرسول ع وأصحابه الكرام قد جاؤوا زائرين للبيت الحرام معظمين له، وليس كما قالت قريش وادعت بأن محمداً ع وأصحابه جاؤوا لغزو قريش في عقر دارها، والاعتداء على المقدسات، الأمر الذي أدى إلى تصديع جبهة قريش الداخلية وخلختها، بعد أن اتضح الموقف الحقيقي للجميع.

ومن هنا فإن المضمون الإعلامي لرسالة بديل وأساليب تنظيم أجزاء هذه الرسالة، وطريقة عرضها، تكون قد أدت دورها بنجاح كامل، يقول الدكتور عبد العزيز شرف: (إن مما لا شك فيه أن المضمون الإعلامي، وأساليب تقديمه، وتنظيم أجزاء الرسالة الإعلامية؛ من أهم عوامل النجاح الإعلامي)⁽¹⁾.

وأما فيما يتعلق بالهيكل الإعلامي لتركيبة رسالة بديل الإعلامية، فإن هذا الهيكل يتكون في ترتيبه من مقدمة الخبر الإعلامي، فالبرهان، ومن ثم الهدف المقصود، أو الخاتمة. هذا الهيكل يمثل من وجهة النظر الإعلامية أجزاء تلك الرسالة في عرض الحالة الراهنة، والبرهنة عليها.

يقول الدكتور محمد غنيمي هلال: (إن لكل كلام جزءان جوهريان: هما عرض الحالة ثم البرهنة عليها، ولا يمكن الاستغناء عن أحدهما بالآخر، ولا تقديم ثانيهما على أولهما، لأن البرهان لا بد أن يلي الحالة التي يراد أن يبرهن عليها، وبهذا تكون أجزاء القول بالرسالة عامة ثلاثة هي:

1 - المقدمة.

2 - الغرض: ويقصد به ما يشمل عرض الحالة والبرهنة عليها.

3 - الخاتمة: وتقضي بوحدة العمل الفني وإدراك الموضوع بما يتضمنه من أفكار، ثم تنظيم المعاني أو وحدات المضمون بحيث تكون مرتبة ومنسقة لتتجلى وحدتها)⁽²⁾.
وتأسيساً على هذا الفهم، فقد اشتملت رسالة بديل الإعلامية هذه على جميع تلك الأجزاء الثلاثة المذكورة في قول الدكتور هلال.

قريش تبعث بأحد زعمائها إلى الحديبية:

ذهب مكرز بن حفص مبعوث قريش الأول إلى رسول الله ع في الحديبية للالتقاء بالنبي ع والاستفسار منه عن سبب مجيئه إلى مكة، وتبادل وجهات النظر، والتعرف على آراء المسلمين الحقيقية، وعندما وصل هذا المبعوث إلى الحديبية، وراه النبي ع مقبلاً من بعيد قال، كما ذكرت لنا كتب السيرة: «إن هذا الرجل هو رجل غادر»⁽³⁾ إلا أن النبي ع قد استقبله في مقر قيادته في الحديبية، ولم يرفض مقابلاته بالرغم من علمه بأنه من النوع الغادر الذي لا يوثق به.

(1) الدكتور عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي: ص 159.

(2) الدكتور محمد غنيمي هلال، المدخل إلى النقد الأدبي الحديث: ص 242.

(3) الواقدي، المغازي: 599/2، ابن هشام، السيرة النبوية: 360/3.

وقد أجرى مكرز محادثات مع النبي ع حول مجيئه هو وأصحابه الكرام إلى مكة، ويبدو أن مكرزاً قد نقل إلى النبي ع وجهة نظر قريش التي تقضي بعدم رغبتهم بالسماح لرسول الله ع بدخول مكة هو وأصحابه هذه السنة، وأن قريشاً قد صممت على هذا الرأي، ولو أدى ذلك إلى وقوع الحرب بين الفريقين.

غير أن مكرزاً لم يسمع جواباً من النبي ع على كل ما قاله أكثر من الذي أبلغه إلى رئيس وفد خزاعة بُديل بن ورقاء الخزاعي، وهو أنه لم يأت يريد قتالاً وإنما جاء زائراً للبيت معظماً له، ولكنه إذا ما فرضت عليه الحرب فإنه سيقاتل من يقاتله. وقد أشار عليه الصلاة والسلام - أثناء حديثه مع مكرز - بأن قريشاً لها تجارب سابقة مع النبي ع فإذا ما ركبت رأسها وقررت القتال، فإنها سوف تجد أمامها رجالاً لا يعرفون إلا الشهادة أو النصر، وأن النبي ع مصرٌّ على موقفه هذا مهما كانت النتائج.

عاد مكرز بن حفص إلى قريش ثم توجه إلى مقر القيادة العامة في بلدح ليلبغ زعماء قريش وحلفاءها نص الرسالة الإعلامية الشفوية التي تلقاها من النبي ع رداً على رسالتهم إليه باستفسارهم عن سبب قدومه وصحبه إلى مكة، وقد سمع قادة قريش وقادة القوات الحليفة من مكرز بن حفص ما دار بينه وبين النبي ع حول موضوع مجيء النبي ع بأصحابه الكرام إلى مكة المكرمة، وكما ذكر ابن إسحاق⁽¹⁾: (بأن ما قاله إلى مكرز بن حفص لم يكن يختلف عما قاله ع إلى بُديل بن ورقاء الخزاعي من قبل).

وبهذا التأكيد فقد بدا واضحاً أمام هؤلاء القادة، وعلى رأسهم الحُليس بن زبان قائد قوات الأحابيش، وعروة بن مسعود الثقفي قائد قوات قبائل ثقيف، بأن قريشاً هي التي افتعلت هذه المشكلة القائمة برمتها، وأن موقف قريش قد يجر المنطقة إلى ويلات حرب لا يعلم مداها إلا الله وحده ودون أي مبرر، الأمر الذي جعل هؤلاء القادة يحاولون الذهاب بأنفسهم إلى النبي ع والوقوف على الحقيقة قبل أن يتخذوا أي إجراء من شأنه أن يقرر مصير وجودهم بقواتهم في تلك المنطقة، وذلك لذهاب الأسباب التي أدت إلى مجيئهم بقواتهم إلى هناك، وكذلك لعدم وجود الأسباب الكافية والمقنعة التي تبرر بقاء ووقوفهم إلى جانب قريش المعتدية، ناهيك عن أن هذه الحرب هي ضد أهلها وأبنائها من الطرف الآخر، وأنها تدور في البلد الحرام وفي الشهر الحرام، نتيجة للحميّة والعصبية الجاهلية، لذلك فقد قرر الحُليس بن زبان أن يذهب إلى النبي ع من أجل أن يقف بنفسه على الحقيقة المجردة، وأن يسمع من الرسول ع القصة كاملة.

* * *

(1) ابن هشام، انظر السيرة النبوية: 360/3.

المطلب الثالث

الوفد الإعلامي الثاني برئاسة الحليس بن زبان

1 - مجيء الوفد ورجوعه إلى قريش منكرًا عليها اعتراضها على النبي ﷺ وأصحابه: توجه الحليس⁽¹⁾ بن زبان إلى الحديبية حيث يربط النبي ﷺ بأصحابه الكرام، على حدود الحرم الشريف خارج مكة المكرمة، بانتظار ما يستجد من أمور، وما ستسفر عنه الرسالتان الشفويتان اللتان أبلغهما رئيس وفد خزاعة بديل بن ورقاء، ومبعوث قريش مكرز بن حفص. وعندما أقبل الحليس بن زبان على معسكر المسلمين وراه رسول الله ﷺ قادمًا، فقد عمل عليه الصلاة والسلام على الاستفادة من هذه الميزة لدى الحليس، وذلك بعمل خطة إعلامية محكمة الجوانب تحقق للمسلمين تحويل الموقف لصالحهم. فقد أمر عليه الصلاة والسلام المسلمين برفع الأصوات بالتلبية، وإظهار الهدى⁽²⁾ أمام الحليس حتى يراه.

فلما رأى الحليس الهدى يسيل عليه من عرض الوادي في قلائده في ذلك المكان المجدب، حيث لا يوجد ماء ولا توجد مراعى، وقد أكل الهدى أوباره من طول الحبس عن محله⁽³⁾.

ورأى المسلمين وقد استقبلوه رافعين أصواتهم بالتلبية وهم في زي الإحرام، وقد شعثوا من طول المكوث على إحرامهم... استنكر تصرف قريش بشدة.

وقد انصرف سيد بني كنانة عائداً من حيث أتى دون أن يفتح النبي ﷺ بشيء، أو أن يفاوضه كما كان مقرراً من قبل، وكان متأثراً جداً بما رأى، ومقتنعاً كل الاقتناع بأن قريشاً غير محقة في تصرفها إزاء المسلمين، وأن عملها هذا هو عمل عدواني ضد زوار بيت الله الحرام، ولا يجوز لأحد أن يناصرها على ذلك.

وبهذه النتيجة الطيبة تكون أول ثمار هذه العملية الإعلامية قد تحققت، وذلك في تفويت الفرصة على قريش من أن تحقق أي نجاح في كسب الحليس ووقوفه بقواته إلى جانبها، وبإحباط مخططاتها العدوانية.

والجدير بالذكر أن هذه العملية الإعلامية التي نفذها رسول الله ﷺ قد جاءت نتيجة للضرورات الملحة؛ إذ لم يكن إيجاد هذه الوسيلة الإعلامية خاضعاً لرد فعل معين بقدر ما هو

(1) الحليس (بضم الحاء وفتح اللام) هو سيد الأحابيش وزعيم بني كنانة، كان سيداً مطاعاً في قومه راجح العقل، ذا نزعة دينية، ولم أجد له ذكراً في كتب تراجم الصحابة، فيعتقد بأنه مات على الشرك.

(2) الهدى (بفتح الهاء وسكون الدال): هي الإبل والغنم والماعز التي تساق لنحرها في الحرم تقرباً إلى الله سبحانه وتعالى.

(3) محله: أي موضعه الذي ينحر فيه من الحرم.

عامل استحداث لوسيلة إعلامية، حاول رسول الله ﷺ أن يترجم الكلمات إلى رموز إعلامية هادفة، وقد نجحت هذه العملية في إحداث تفاعل داخل الفرد المستقبل نفسه، مما أدى إلى رد فعل يتفق وتحقيق الهدف، وهذه الحالة هي ما يتعارف عليه الإعلاميون في عصرنا برجع الصدى.

وتشير إلى ذلك الدكتورة جيهان رشتي بقولها: (حينما يبدأ المرسل في تلقي المعلومات يتفهم المنبهات، ثم يبدأ عملية وضع فكرة في [كود]⁽¹⁾، تتطوي هذه العملية على اختبار المنبهات التي تتفق مع وجهات نظره، أي تناسبه، واستبعاد تلك المنبهات التي لا تناسبه، ويعمل الطرف الذي يحدث فيه الاتصال كمؤثر يحدد المعنى الفعلي للفكرة، بوسائل تحمل الرسالة إلى المتلقي، فيفهم المتلقي منبهات الرسالة ويستوعبها ويفك [كودها] لكي يقوم بتفسيرها.

وبعد أن يفسر المتلقي الرسالة، سوف يستجيب عليها، وهذه الاستجابة هي رجع الصدى أو التأثير المرتد، الذي يعرف المرسل بفضلته وصول الرسالة إلى هدفها.

التحليل الإعلامي للعملية:

لقد كانت العملية الإعلامية التي وضعها الرسول ﷺ في مواجهة زعيم الأحابيش، تقوم على أربع نقاط متداخلة:

- 1 - دراسة تحليلية لشخصية الحُليس ونفسيته.
 - 2 - عمل خطة إعلامية تتناسب تناسباً كلياً مع المبادئ التي يؤمن بها الحُليس.
 - 3 - طبيعة الوسيلة الإعلامية التي استخدمها النبي ﷺ لهذا الغرض.
 - 4 - النجاح الذي حققته هذه الخطة الإعلامية.
- وفيما يتعلق بالنقطتين الأولى والثانية فإن الرسول ﷺ عندما أخبر الصحابة الكرام بقوله: (إن هذا هو من قوم يتألهون)، وأمرهم بأن يبعثوا الهدى في وجهه، فالواضح من خلال هذه المعلومات أن الرسول ﷺ كان على معرفة تامة بهذا الرجل، وأنه بحكم هذه المعرفة قد درس شخصيته دراسة موضوعية، وذلك بما كان عنده من حب شديد لتعظيم الحرمات والمقدسات، والعمل على الاستفادة الكاملة من هذا الجانب في كسب المعركة، وعلى هذا الأساس فقد قام عليه الصلاة والسلام بوضع خطة إعلامية مناسبة تقضي بوضع الحقائق كاملة أمام هذا الرجل، وإظهار موقف المسلمين السلمي بصورة واضحة وجلية، ومن ثم استمالته إلى جانب المسلمين، أو على الأقل وقوفه على الحياد في هذا الصراع.

أما فيما يتعلق في هذا الجانب من الدراسات النفسية، فقد اهتمت كثير من الجامعات العالمية في السنوات الأخيرة بهذه الدراسات، وقد خصصت لها بحوثاً ميدانية وغير ميدانية، وذلك من أجل قياس درجة التأثير النفسي المطلوب، ولنستمع إلى الدكتور إبراهيم إمام وهو ينقل لنا نتائج بحوث جماعة هوفلايد بقوله: (ومن بحوث جماعة هوفلايد في جامعة بيل دراسة نفسية هامة عن قابلية الأفراد للاقتناع والتأثر، وعلاقة ذلك بتكوين الشخصية) ثم يتساءل الدكتور إمام قائلاً: (فهل هناك سماتٌ معينة تجعل الشخصية أكثر تأثراً بالمواد الإعلامية من

(1) كود: بمعنى الرمز المعين، وهي كلمة إنجليزية، وقد استخدمت بلفظها ومعناها.

غيرها؟) ويجب عن السؤال فيقول: (لقد أجريت تجارب عن مدى التأثير بموضوعات محددة، ولكي تتضح آثارُ عوامل الشخصية نفسها، أو العوامل الواقعة بين المثير والاستجابة، وهي الحالة النفسية الوسيطة، كان لا بد من اختيار مجموعة من ذوي الشخصية السوية، ومجموعة أخرى من المصابين بالأمراض العقلية، وقد أثبتت التجارب أن هناك علاقة وثيقة بين سمات الشخصية ودرجة القابلية للإقناع والتأثر)⁽¹⁾.

وتأسيساً على هذا الفهم فإن الدراسة التي قام بها رسول الله ﷺ للسمات الشخصية والنفسية للحليس بن زبان، ومن ثم تهيئته هذه السمات للطرق الإعلامية الفعالة والمؤثرة، وتوفير المناخ الملائم لبث العملية الإعلامية، والذي أدى إلى إنجاحها، وذلك في جعل الحليس يفسر ظواهر هذه العملية ومدلولاتها الإعلامية التفسير الذي يخدم الأغراض التي وضعت من أجلها هذه العملية الإعلامية، فمن الحق القول إذن: إن هذه الخطة الإعلامية قد أدت دورها، وحققت أغراضها بنجاح تام.

ومن هنا يتضح لنا مقدار تأثير الحليس بهذه الحركة الإعلامية، ومقدار الذكاء الذي كان يتمتع به هذا الرجل.

وتفسر لنا الدكتورة جيهان رشتي ظاهرة الذكاء هذه من وجهة النظر الإعلامية فنقول: (إن الأفراد ذوي الذكاء المرتفع يتأثرون؛ لأنهم أقدر على الخروج باستنتاجات؛ حينما يتعرضون لرسائل إقناعية تعتمد أساساً على حجج منطقية مؤثرة، حجج زائغة غير منطقية أو غير متصلة أساساً لأن قدراتهم النقدية أقل)⁽²⁾.

وجدير بالقول: إن رسول الله ﷺ في حركته الإعلامية هذه، كان يركز على الناحية الدينية التي يتميز بها الحليس، وذلك عندما بدأ العمل على استمالاته وإقناعه بتغيير ما كان يحمله من أفكار وآراء إلى أفكار وآراء معاكسة تماماً، وذلك عن طريق الرموز الإعلامية ذات المفاهيم الدينية.

فالاختصاصي لا يمكن أن يمارس عملية؛ إلا أن يكون قد عرف جميع الظواهر النفسية والاجتماعية والروحية التي لها تأثير على مواقف الفرد واتجاهاته)⁽³⁾.

ولا بد من الإشارة هنا - ونحن نستفيد من هذه الدروس العظيمة - إلى أنه على الدعاة والعاملين في حقل الدعوة الإسلامية، الاستفادة من هذه الدروس والعمل على إيجاد الدراسات العملية والنفسية للأشخاص قبل مبادأتهم بالدعوة، وذلك من أجل أن يكون لدى الداعية المسلم الخلفية المناسبة للأشخاص الذين تعمل الدعوة على كسبهم إلى صفوفها، والله الموفق والهادي إلى سواء السبيل.

2 - الوسيلة الإعلامية:

أما بخصوص النقطة الثالثة من هذا التحليل الإعلامي، فهي تتعلق بالوسائل الإعلامية التي استخدمها الرسول ﷺ في رسالته الإعلامية الموجهة إلى الحليس بطريقة الرمز الإعلامي الهادف، وهذه الوسائل الإعلامية هي:

- (1) الدكتور إبراهيم إمام، الإعلام والاتصالات بالجماهير: ص 54.
- (2) الدكتورة جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام: ص 545.
- (3) الدكتور محمود الهواري، الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية: ص 77 - 78.

1 - زيُّ تقليد الهدي.

2 - زي الإحرام.

3 - رفع الأصوات بالتلبية.

ولا شك أن الطريقة المتقنة التي استخدمت هذه الوسائل الإعلامية بها، كانت طريقة مؤثرة وهادفة، مما أدى إلى وجود نتائج إيجابية جيدة.

تقول الدكتورة جيهان رشتي: (تهدف أغلب وسائل الإعلام والرسائل الإعلامية إلى التأثير، فالهدف من أي رسالة أن تتعاون على بناء أو إفهام ظرف ما لشخص آخر، والتأثير عليه ليقوم بعمل معين، أو يشعرَ بمشاعر معينة)⁽¹⁾.

ومما يذكر أن الرسول ع عندما قام باستخدام هذه الوسائل الإعلامية على شكل رموز إعلامية هادفة، إنما كان مبدعاً في هذا الفن، غير مقلدٍ فيه، ومن ناحية أخرى فإن هذه الرموز الإعلامية، كانت رموزاً عرفية تقليدية، إذ إنه من المتعارف عليه في الجزيرة العربية: أن هذه الرموز الإعلامية لا تستعمل إلا في حالة الحج أو العمرة فقط، فالإحرام والهدي والتلبية، كلها رموزٌ إعلامية. ويستعرض [أولمان] مسألة تقسيم الرموز الإعلامية ومدلولاتها من وجهات النظر المتعددة، فيقول: (إنه من الطبيعي أن يكون السمعُ والرؤيةُ أعظمها منزلة، إذ إن أعضاءهما أكثر الأعضاء رقياً، وقد وجد من وجهة نظر أخرى أن الرموز: إما طبيعية أو تقليدية عرفية.

فالرموز الطبيعية لها نوعٌ من الصلة الذاتية بالشيء الذي ترمز إليه، فالهلالُ يعدُّ رمزاً طبيعياً للإسلام، والصفارة هي أداة لضبط الوقت والإنذار.

وإن استعمال اللون الأسود علامةً للحزن، وهز الرأس دليل للرفض، ثم يخلصُ إلى القول: إن هذه الرموز كلها ما هي إلا وسائل ورموز تقليدية عرفية، وتصبح غير مفهومة خارج البيئة التي وجدت فيها)⁽²⁾.

ومن جهة أخرى فإن المعنى الدلالي للرموز الإعلامية التي استخدمها الرسول ع، يتضح من المعنى الطبيعي والتقليدي المجرد لها، إذ إن الشخص الذي يتعرض للنظر إلى هذه الرموز يستطيع أن يكونَ رأيه القاطع ضمن إطار الرموز الدلالي.

وتوضح لنا هذا المفهوم الدكتورة جيهان رشتي، عندما تقول: (يعتمد أي كائن حي على العلامات الطبيعية التي تحيط به، ولكن البشر يعتمدون بالإضافة إلى العلامات الطبيعية على المعاني المجردة، أو الرموز الهامة التي يعطونها معاني يتفقون عليها ويتصلون بها، وبفضل العلامات الطبيعية والرموز الهامة يكونُ الفرد إطاره الدلالي)⁽³⁾.

هذا ويتحدث الدكتور عبد العزيز شرف من وجهة نظره عن تأثير الدلالة الإعلامية، وعن مدى قدرتها في تغيير حالة قائمة، فيقول: (إن معيار الدلالة الإعلامية، يقوم على النظرية المتعلقة بجوهر الإعلام كأساس عام للقيم الإعلامية وكل ماله قيمة إعلامية، مما يغير

(1) الدكتورة جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام: ص 590.

(2) ستيفن أولمان، دور الكلمة في اللغة: ص 19، الترجمة العربية للدكتور بشر.

(3) الدكتورة جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام: ص 603.

حالة قائمة أو يندز بتغييرها، إنما يترتب على حوادث وقعت فعلاً أو هي في سبيل أن تقع، وهي حوادث تتميز بدلالة تقوم على الصراع ومراكز الاهتمام الإنساني.

ففي المجتمع ألوان شتى من الصراع، ولمعظمها أهمية إخبارية⁽¹⁾.

ولما كانت هذه الدلائل الإعلامية تعتبر ذات أثر إعلامي فعال في التأثير على الحالة النفسية لشخص ما، أو لأشخاص كثيرين في تغيير سلوكهم، فإن استخدام هذه الوسائل والتحكم في استعمالها، بما يحقق الاستجابة المطلوبة، ليس من الأمور السهلة.

ويوضح لنا ذلك الدكتور إبراهيم إمام بقوله: (يهتم الإعلاميون بالدلالة لأنها الحالة النفسية التي تتوسط التأثير بالرمز والاستجابة له، فالإنسان يتأثر بمنبه من المنبهات التي حوله، ثم يستجيب لهذا المنبه وفقاً لدلالته بالنسبة له، إذ إن الدلالات تختلف من حضارة إلى حضارة، ومن بيئة إلى بيئة أخرى، بل من شخص لآخر.

ولما كانت الدلالات هي التي تتحكم في تصرفات الناس وأساليب سلوكهم، فإن من يستطيع تغيير هذه الدلالات يمكنه أن يغير السلوك أو يعدله، ومن الواضح أن فنون الاتصال بالجمهير من دعاية وإعلام وتعليم وعلاقات عامة وغيرها ترمي إلى تعديل السلوك بطرق مختلفة، وليس تعديل الدلالات والمفاهيم بالأمر الهين، كما يبدو لأول وهلة⁽²⁾.

ويحدثنا صاحب «البرهان» عن الدلالة الإعلامية من الناحية البلاغية، أو ما يطلق عليه: بيان الأشياء بذواتها، فيقول: (فالأشياء تبين للناظر المتوسم، والعاقل المتبين بذواتها، وبعبارة تركيب الله فيها، واثار صنعته في ظاهرها).

* * *

(1) د. عبد العزيز شرف، فن التحرير الإعلامي: ص 125.

(2) الدكتور إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجمهير: ص 123.

المطلب الرابع الحرب النفسية في مفاوضات عروة بن مسعود

1- الحرب النفسية:

هناك العديد من المصطلحات والتعاريف للحرب النفسية، نقل منها ما جاء في أقوال بعض رجال الإعلام عن هذا الموضوع: يستعرض الدكتور عبد القادر حاتم الحديث عن الحرب النفسية بصورة تفصيلية وموسعة، شارحاً فنون هذه الحرب وأساليبها وأهدافها، ثم ينتهي إلى وضع بعض التعاريف لهذه الحرب، والتي يراها من وجهة نظره بأنها تعاريف شاملة ودقيقة. ننقل منها هذا التعريف الذي جاء في كتابه:

(يعرّف الأمريكيون الحرب النفسانية بأنها سلسلة الجهود المكتملة للعمليات الحربية العادية عن طريق استخدام وسائل الاتصال، وتعميم وتنفيذ الخطط الاستراتيجية الحربية والسياسية على أسس نفسانية مدروسة، وإذا كانت الحرب النفسانية التي سميت كذلك بحرب الأعصاب، تشتمل على قدرة أقوى من المدافع - كما يقولون - فإن استعمالها صعب إلى حد بعيد، ولا يمكن استعمال مفاتيح العوامل النفسية إلا بكثير من المهارة، هذا وتحاول الحرب النفسانية كسب الحرب دون استعمال وسائل العنف)⁽¹⁾.

هذا ويتحدث صلاح نصر عن صعوبة إيجاد تعريف محدّد للحرب النفسية، وذلك بعد أن ناقش العديد من التعريفات التي وضعها العسكريون لهذه الحرب، فيقول: (ليس من السهل بحال أن نضع تعريفاً محدداً للحرب النفسية، أو أن نحدد مجالها، وحتى وقتنا هذا، فإن الحرب النفسية غير واضحة في أذهان الكثيرين على الرغم من الكتابات الأجنبية العديدة التي عالجت هذا الموضوع، فالحرب النفسية تبدو في أذهان الكثيرين من الناس بمفاهيم مختلفة ومتغيرة، ولم يتمكن حتى هؤلاء الذين تخصصوا في هذا الموضوع أن يضعوا لها اصطلاحاً في إطار واضح المعالم)⁽²⁾.

ثم يورد التعاريف المختلفة لهذه الحرب، وذلك للتدليل على وجهة نظره في هذا الموضوع، نختار منها ما يلي: (الحرب النفسية: هي استخدام أي وسيلة بقصد التأثير على الروح المعنوية، وعلى سلوك أي جماعة لغرض عسكري معين)⁽³⁾. وهناك تعريف آخر للحرب النفسية باعتبارها استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول، للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعة عدائية أو

(1) د. عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية: ص 187.

(2) صلاح نصر، الحرب النفسية: ص 91 - 92 - 93.

(3) صلاح نصر، الحرب النفسية، : ص 92.

محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها ومواقفها وسلوكها بطريقة تُعينُ على تحقيق سياسة وأهداف الدولة المستخدمة أو الدول المستخدمة⁽¹⁾.

ثم ينتهي إلى القول بتعريفه لهذه الحرب: (بأنها شكل من أشكال الصراع بين الدول، يسعى كل جانب فيه إلى أن يفرض إرادته على خصومه بطرق غير طريقة القوات المسلحة، ومن الناحية العملية يمكن أن نقول: إن السلاح الرئيسي للحرب السياسية هي عملية مشتركة بين الدبلوماسية والدعاية)⁽²⁾.

- أهداف وأساليب الحرب النفسية:

لا شك أننا نستطيع من خلال استعراضنا للروايتين التاريخيتين لابن هشام والواقدي أن نستنتج بأن عروة بن مسعود قد عمل على تحقيق الأهداف الرئيسية للحرب النفسية، وذلك في حصر مفاوضاته التي أجراها مع رسول الله ﷺ في الحديبية لتبدو بمظهر القوي الذي لا يُقهر، وإضعاف ثقة القيادة الإسلامية بقوتها وقواتها.

وأخيراً لإظهار المسلمين بمظهر المعتدي على الأهل والحرمة المقدسة، وتعنيفهم ولومهم على ذلك، وتصوير المعركة بأنها إذا ما نشبت، فإنها ستنتهي بغير صالحهم لا محالة.

وهذه الأهداف الأربعة هي الأهداف الرئيسية للحرب النفسية من وجهة نظر رجال الإعلام، ويوضح لنا ذلك الدكتور إبراهيم إمام بقوله: (وقد ثبت من تجارب الحرب النفسية، أن هناك أربعة أهداف رئيسية ينبغي على الدولة المحاربة بلوغها، وهي:

- أولاً: إثارة روح الانقسام في صفوف العدو، وتحطيم معنوياته والحض على كراهيته.
- ثانياً: تقوية الجبهة الداخلية ورفع الروح المعنوية، وتعميق الإيمان بقضية الوطن وتأبيدها.

- ثالثاً: كسب ودّ الدول المحايدة، وإقناعها بعدالة القضية التي تحارب من أجلها، وتأكيد الإيمان بالنصر.

- رابعاً: توثيق أواصر الصداقة والإيفاء مع الدول الحليفة)⁽³⁾.
والجدير بالذكر أن هناك أساليب وأهدافاً أخرى تُستخدم لتغذية أغراض الحرب النفسية لكسب المعركة، وهذه الأساليب جميعها تهدف في النهاية إلى الوصول إلى تحقيق الأهداف الرئيسية لهذه الحرب في خدمة الميدان والسيطرة على نفسية العدو وأعصابه.

ومن هذه الأساليب: أسلوب الشتم والتحدي والتهديد والشعر الحماسي، أو الشعر الذي يوهن من قوة العدو، إلى غير ذلك من الأساليب الأخرى التي تستخدم في هذه الأغراض.

ولنستمع إلى ما يقوله الدكتور إمام وهو يتحدث عن هذه الأساليب بقوله: (والحقيقة أن أسلوب الشتم أسلوبٌ معروفٌ في الحرب النفسية منذ أقدم العصور.

وقد استُخدمت قصائد المدح وأشعار الهجاء، كأساليب للحرب النفسية في المجتمع العربي وغيره من المجتمعات الأخرى القديمة منذ آلاف السنين... ثم يستشهد الدكتور إمام

(1) صلاح نصر، الحرب النفسية، ص 92.

(2) صلاح نصر، الحرب النفسية، ص 96.

(3) الدكتور إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بال جماهير: ص 254 - 255.

بأبيات من قصيدة الشاعر اليوناني هوميروس في وصفه للقتال الذي دار بين اليونانيين والطرواديين سنة 8000 قبل الميلاد⁽¹⁾.

2 - هل نجحت الحرب النفسية أمام العقيدة الإسلامية؟

إن الجواب عن هذا السؤال يكمن في قول الله سبحانه وتعالى في هذه الآية الكريمة، قال تعالى: (الَّذِينَ قَالَ لَهُمُ النَّاسُ إِنَّ النَّاسَ قَدْ جَمَعُوا لَكُمْ فَاخْشَوْهُمْ فَزَادَهُمْ إِيمَانًا وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ * فَانقَلَبُوا بِنِعْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ وَفَضْلٍ لَّمْ يَمَسَّهِنَّ سَوَاءٌ وَأَتَّبَعُوا رِضْوَانَ اللَّهِ وَاللَّهُ ذُو فَضْلٍ عَظِيمٍ)⁽²⁾.

وقال تعالى: (وَإِنْ يَرِيدُوا أَنْ يَخْدَعُوكَ فَإِنَّ حَسْبَكَ اللَّهُ هُوَ الَّذِي آيَّدَكَ بِنَصْرِهِ وَبِالْمُؤْمِنِينَ * وَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ لَوْ أَنْفَقْتَ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مَا أَلْفَتَ بَيْنَ قُلُوبِهِمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ أَلَّفَ بَيْنَهُمْ إِنَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ)⁽³⁾.

وتأليف الله سبحانه بين قلوب المؤمنين؛ أساسه هذه العقيدة.

وقال تعالى: (مِنَ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَّنْ قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا)⁽⁴⁾.

وقال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قُيِّمْتُمْ فَنَّةً فَاتَّبِعُوا وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ)⁽⁵⁾.

(هُوَ الَّذِي يُسِيرُكُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ)⁽⁶⁾.

وقال تعالى: (وَلَا تَنَازَعُوا فَنَفْسُكُمُ وَاللَّهُ يَكْتُمُ)⁽⁷⁾.

(يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ تَنَصَرُوا لِلَّهِ يَنْصُرْكُمْ وَيُثَبِّتْ أَقْدَامَكُمْ)⁽⁸⁾.

وهذه هي متطلبات العقيدة التي عمل بها رسول الله ﷺ في إعداد المؤمنين إعداداً فريداً، وتربيتهم التربية الروحية، وتقوية معنوياتهم، الأمر الذي جعلهم في جميع مواقفهم ومعاركهم يؤمنون بأن النصر إنما يكون من عند الله، ومع إيمانهم بهذه الحقيقة الراسخة فإنهم كانوا يؤمنون كل الإيمان بأن الموت في سبيل الله هو طريقهم وغايتهم التي ينشدونها، قال تعالى: (قُلْ لَنْ يُصِيبَنَا إِلَّا مَا كَتَبَ اللَّهُ لَنَا هُوَ مَوْلَانَا وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ * قُلْ هَلْ تَرَبَّصُونَ بِنَا إِلَّا إِحْدَى الْحُسَيْنَيْنِ وَنَحْنُ نَتَرَبَّصُ بِكُمْ أَنْ يُصِيبَكُمْ اللَّهُ بِعَذَابٍ مِّنْ عِنْدِهِ أَوْ بِأَيْدِينَا فَتَرَبَّصُوا إِنَّا مَعَكُمْ مُتَرَبَّصُونَ)⁽⁹⁾.

وأخيراً إذا كانت هذه التسمية - الحرب النفسية - جديدة في العالم المعاصر، إلا أن المفهوم قديم قدم البشرية ذاتها، ذلك أن الإنسان حاول منذ القدم أن يهزم خصمه بالعقل إلى جانب القوة، وحاول أن يهزم خصمه بالخوف والبلبلة وإشاعة الفتن قبل الاف السنين، والأمثلة

(1) الدكتور إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير: ص 257.

(2) آل عمران: 173 - 174.

(3) الأنفال: 62 - 63.

(4) الأحزاب: 23.

(5) الأنفال: 45.

(6) يونس: 22.

(7) الأنفال: 46.

(8) محمد: 7.

(9) التوبة: 51 - 52.

التاريخية في استخدام الحرب النفسية أكثر من الحصر، وعندما يتحدث صلاح نصر في الفصل الثاني من كتابه [الحرب النفسية معركة الكلمة والمعتقد] عن مصطلح غسيل المخ يذكر تعبير [ميرللو] العالم النفسي الهولندي لهذه العملية وهو: [قتل العقل] فالحرب النفسية قائمة إزاء على الدعاية والدعاية المضادة لها كأحد أوجه النشاط الإعلامي . وبعد ذلك على الفور تبدأ عملية غرس الأفكار الجديدة والمعتقدات التي تحل محل اليقين القديم ، وباستمرار العلم تثبت الأفكار الجديدة والمعتقدات التي تمَّ غرسها ، ويتصرف الفرد أو الجماعة وفق هذا الغرس الجديد.

* * *

المبحث الرابع الحرب النفسية في عهد النبوة

لم يكن اصطلاح الحرب النفسية موجوداً في عصر النبوة، ولكن مضمون الحرب النفسية كان قائماً وكان سابقاً لكل العصور، فهو جزء من حرب الإنسان التي واكبت رحلة البشرية على ظهر الأرض، وإذا نظرنا الآن إلى مفهوم الحرب النفسية نجد سَيِّلاً من المسميات الغامضة والمخيفة: لغسيل الأدمغة، حرب الأعصاب، والطابور الخامس، والحرب السياسية، النضال من أجل الحصول على عقول الرجال وإراداتهم، حرب الأفكار، الحرب الباردة، حرب الكلمات، والعدوان غير المباشر، وسَيِّلاً من الوسائل التي تستخدمها هذه المسميات منها: الإداعات السرية، الشائعات، المنشورات المجهولة المصدر، الدعاية السافرة الكاذبة، وسَيِّلاً من النتائج منها: البلبلة، وتحطيم الجيوش والنفوس من الداخل، وبعثرة جهود الأمم، وتسميم المناخ الاجتماعي والسياسي، وشتات الأمور، والقلق، والحجر على التفكير، وتعويق التقدم.

فما هي حقيقة هذه المسميات؟ وكيف يمكن تجنب أضرارها؟ وما هي أنسب السبل إلى إبعاد أثرها السيِّئ عن عقول الناس وأفكارهم ونفوسهم؟ وكيف كانت الحرب النفسية في عصر النبوة؟ وكيف واجهها رسول الله ﷺ ومعهم المؤمنون؟ وما هي الدروس المستفادة لنا في كشف هذه المسميات الغامضة؟

إن جوهر الحرب النفسية بدأ يتحدد، كما بدأ التعريف نفسه يقترب من دلالاته، حين بدأت كليات الإعلام والصحافة وأسانذة الاتصال يعكفون على هذا البحث كجزء من تأثير النظرية الإعلامية في الحرب والسلم معاً.

ولا يمكن أن نصل إلى تعريف محدد للحرب النفسية دون أن ندخل من باب علم السياسة أولاً، ثم من باب علم النفس ثانياً، وأخيراً من باب وسائل الاتصال في نهاية الأمر. وبتمازج هذه الفروع الثلاثة، وتأثير بعضها في بعض، وتأثر بعضها ببعض يمكن أن نصل إلى تحديد علمي لمعنى الحرب النفسية.

أساليب الحرب النفسية في عصر النبوة:

- 1 - التكذيب.
 - 2 - الاتهام بالسحر والشعر والكهانة.
 - 3 - طلب المعجزات.
 - 4 - السب والشتائم.
 - 5 - الغمز واللمز.
 - 6 - السعي الدائب في العداة وإشعال الفتنة.
 - 7 - المنافسة.
 - 8 - الأسئلة التي لا إجابة لها.
 - 9 - المجادلة بالمغالطة.
 - 10 - حملات التينيس.
 - 11 - صرف الناس بتلفيق التفسيرات واختلاقها.
 - 12 - التصدي لمن يتبع الإسلام ومحاولة رده.
 - 13 - الحسد والحقد.
 - 14 - محاولة فتنة الرسول ع نفسه.
 - 15 - استغلال الأخطاء الفردية وتعميمها وتكبيرها.
 - 16 - التشفي والقتل.
 - 17 - التفكير في نبش القبور.
 - 18 - بث روح التخاذل.
 - 19 - محاولة الغواية.
 - 20 - محاولة أنصاف الحلول.
 - 21 - تشويه الصورة لدى المجتمع الخارجي.
 - 22 - التشكيك في صلب العقيدة ومحاولة تشويهها أو جعلها عرجاء.
 - 23 - حملات التشكيك المستمرة.
 - 24 - الحصار الاقتصادي والمقاطعة الشاملة.
- وقائع الحرب النفسية في عصر النبوة:
تبرز في وقائع الحرب النفسية في عصر النبوة وقائع هامة أبرزها ما يلي:
- 1 - محاولات الاغتيال.
 - 2 - زواج السيدة زينب بنت جحش.
 - 3 - غزوة الخندق.
 - 4 - وقائع غزوة بني المصطلق:
- أ - محاولة الفتنة بين المهاجرين والأنصار. ب - حديث الإفك.
- 5 - مسجد الضرار.
 - 6 - ادعاءات النبوة.

* * *

المبحث الخامس الجانب الإعلامي في خطب الرسول ﷺ

مهمة الرسول من الجانب الإعلامي:

الرسول ﷺ مهمته التذكير والإرشاد وتصحيح المفاهيم في أمور الدين.

وهنا إعلان عن وظيفة الرسول ﷺ التعليمية.

يقدم الإرشاد والتوجيه في الوقت المناسب، وتكون النفوس مستعدة لتقبل النقد ومعرفة الصواب من الخطأ، واختيار لحظة التأثير المناسبة لبث الخبر في الوقت المناسب، هذا ما يصنعه الإعلام المعاصر اليوم، وقد قعد الرسول ﷺ لهذه القاعدة، وسبق الإعلام المعاصر منذ أربعة عشر قرناً.

- ما تميزت به الخطب النبوية الطارئة:

- 1 - مواجهة الحدث فور وقوعه، وعدم ارتباصها بزمان معين.
- 2 - وضع الحل الفوري لما يطرأ من قضايا تتعلق بالعقيدة.
- 3 - يتوقف طولها وقصرها على نوع الحدث الذي تواجهه.
- 4 - تتنوع بتنوع الأحداث والوقائع، كما هو واضح من تعدد مواضيع الخطب المعروضة.

5 - ليس لها قاعدة معينة، ولا يلتزم فيها الرسول ﷺ بهيئة معينة ولا بمكان معين.

- الجوانب الإعلامية في الخطب الطارئة:

فيما يلي نلخص الجوانب الإعلامية في بعض الخطب الطارئة:

- 1 - الإعلان برفض الإسلام للرشوة في أي صورة كانت، [موضوع الرشوة].
- 2 - الإعلان بتكامل المسلمين بعضهم بعضاً [موضوع الحث على الصدقة].
- 3 - تقديم خبر يشغل الناس يليه خبر آخر يراد تبليغه أو بثه [موضوع خسوف الشمس والقمر].
- 4 - الإعلان بإقامة حدود الله على من ارتكبها بعد التأكد من صحة الواقعة [موضوع إقامة حد الزنى على من تخلف من الغزاة].
- 5 - الإعلان عن الآداب الإسلامية عند دخول منازل الغير [النهى عن الدخول على المغيبة].

6 - الإعلان عن عدالة الإسلام في تنفيذ أحكامه برفض الشفاعة في حدود الله.

7 - الإعلان عن طاعة المسلمين لولي الأمر ونبذ ما نبذ، والالتزام بما يأمر به شريعة إلا يكون أمره في معصية، والإعلان أيضاً بأن يكون ولي الأمر قدوة لرعيته، فإذا أمر بشيء التزم به، وإذا نهى عن شيء منع نفسه منه.

8 - الإعلان بأن الدين ليس فيه حياء [فلا حياء في الدين].

- 9 - الإعلان عن القصاص في الإسلام للقتل العمد، والدية لأهل القتل في القتل الخطأ.
- 10 - عدم الإعلان عن الخبر إلا بعد التأكد من صحته كما في [الإخبار عن ليلة القدر في العشر الأواخر].

* * *

المبحث السادس الإعلام في عهد الصحابة رضي الله عنهم

حمل الصحابة رضوان الله عليهم أمانة الإعلام بالدعوة بعد لحوق الرسول ﷺ بالرقيق الأعلى، وحفظها من كيد أعدائها، وقاموا بنشرها في مختلف البقاع، تنفيذاً لأمر الله تعالى وأمر رسوله ﷺ متخذين من منهجه ﷺ منهجاً لهم يسرون عليه، فزاد بذلك أتباع الإسلام وزادت أراضيه، ودخلت فيه أمم شتى وأجناسٌ مختلفة انضوت كلها تحت راية الإسلام. ولقد قام الصحابة الكرام بإعداد التابعين ليحملوا بدورهم الأمانة إلى من بعدهم، وليزحفوا بدورهم بالدعوة إلى آفاق جديدة، ويكونوا دولة عظيمة لها الكلمة المسموعة في قارات ثلاث هي آسيا وإفريقية وأوربية⁽¹⁾.

لقد قام الصحابة رضوان الله عليهم بجهد عظيم في نشر الإسلام، وكانوا يرسلون الدعاة والمعلمين إلى مختلف البلاد لتعليم الناس الدين وتحفيظهم القرآن الكريم، وتعريفهم بالسنة النبوية وحياة الرسول ﷺ، كان هذا منهم حيطة واتقاء حتى لا تحدث بدع في الدين وعدم معرفة الأصول له؛ وخاصة أن كثيراً من الجماعات دخلت في دين الله أفواجاً بسرعة مذهلة، ومن هنا نرى الخليفة عمر بن الخطاب يعين في كل بلد معلمين مهنتهم أن يعلموا الناس القرآن ويفقهوهم في الدين، وكذلك أمر العمال أن يستيقنوا من أن جميع المسلمين يواظبون على حضور صلاة الجماعة، وخصوصاً أيام الجمع وفي شهر رمضان، ولقد كانت شخصية هؤلاء المعلمين لا تقل أهمية عن شخصية من عهد إليهم بالولاية على بيت المال⁽²⁾.



(1) د. أبو المجد نوفل، الدعوة إلى الله تعالى: ص 211.

(2) د. أبو المجد نوفل، الدعوة إلى الله تعالى: ص 223.

المبحث السابع الإعلام في العهد الأموي

لم يتغير نهج الإعلام بالدعوة في العهد الأموي في كثير من الأمور الأساسية، فالقرآن والسنة هما على رأس مقومات الدعوة، ثم الأساليب والوسائل التي كانت في عهد الرسول ﷺ وصحابته الكرام لم يطرأ عليها جديد... إلا أنه حدثت حوادث وفتن تحول بعدها الحكم الإسلامي من البيعة والانتخاب إلى الحكم الوراثي؛ مما أدى إلى تكوين الفرق والطوائف التي نشأت بينها الحروب المسلحة، فأضعفت من قوة المسلمين، وصرفتهم عن الاشتغال بالدعوة إلى الله تعالى كما ينبغي.

ومن أجل هذا طرأ على المفاهيم الإعلامية للدعوة في هذا العصر مفاهيم جديدة مثل الدعوة إلى الحكم الوراثي، وتأييد الحكم الأموي مما سبب بعض الوهن في صفوف المسلمين، وعلى كل حال لا ينسينا هذا ما قام به الأمويون من أعمال مجيدة في ميدان الدعوة، وهم الذين قاموا بالجهاد في سبيل الله، ووسعوا رقعة الدولة الإسلامية، وأدخلوا أمماً كثيرة في الإسلام، وكان منهم الدعاة الذين أمروا بتدوين السنة النبوية، وأحسنوا اختيار الولاة والقضاة وأصحاب الخراج الأمراء، ومنعوا اضطهاد الشيعة وأنشؤوا دوراً لإطعام الفقراء، وأنفقوا على أهل الذمة من بيت المال، ومنهم عمر بن عبد العزيز؛ وهو صاحب القولة المشهورة لعامله على الخراج في مصر: (وضع الجزية عمن أسلم فإن الله قد بعث محمداً هادياً ولم يبعثه جابياً)، بهذا الأسلوب وهذه السياسة دخل الكثيرون في الإسلام، وعاد إلى الأذهان عهد الراشدين رضوان الله عليهم⁽¹⁾.

ولا بد من الذكر هنا أنه نتيجة للأحداث والحروب والفتن التي حدثت في الدولة الأموية؛ نشأت فرق وطوائف كثيرة أثرت كثيراً في ميدان الدعوة إلى الله تعالى، حيث كان لكل فرقة منهجها وأسلوبها في الدعوة ونشر مذهبها ورأيها، ولكن ظهرت هذه الأمور بوضوح أكثر في الدولة العباسية.

ومن ذلك ما كان بعد حادثة مقتل الحسين⁽²⁾ رضي الله عنه وما صاحبها من تداعيات شقت عصا المسلمين، وما كان للطابور الخامس من الأثر السيء في ذلك.

* * *

(1) د. أبو المجد نوفل، الدعوة إلى الله تعالى : ص 226.

(2) هذه الحادثة المروعة كانت مرتعاً خصباً للإعلام عن طريق الوسطاء.

المبحث الثامن الإعلام في العهدين: العباسي والفاطمي

تكونت الدولة العباسية على أنقاض الدولة الأموية، وتفتح المسلمون على ثقافات كثيرة متنوعة منها الفارسية والرومانية والهندية... وغيرها، ونشط المسلمون في مختلف العلوم في المجتمعات المختلطة، ونشطت الحركة العلمية، وازدهر الفقه والحديث، وظهر كبار المؤرخين وكتاب السير والفلاسفة وعلماء اللغة، حيث بقي للمسلمين قدم السبق في تلك القرون الثلاثة الأولى من العهد العباسي والقرون التي تلتها.

ثم يأتي الضعف والوهن فيعيش في الدولة العباسية، ويحدث التفكك السياسي نتيجة للشعبوية وتمرد الفرس واستبداد الترك بالخلافة؛ مما أدى إلى الحركات الانفصالية، وتكوين دويلات داخل الدولة الكبيرة؛ مما أضعف من شأنها وأطاح بقوتها، واستمر الحال حتى ضرب المغول الدولة الضربة القاصمة، ثم استولى عليها الصليبيون فساموا المسلمين سوء العذاب بدءاً من الأندلس وانتهاءً ببلاد الشام، ونتيجة لهذا الحال لم تجد الدعوة إلى الله تعالى رعاية كافية سوى بعض المجهودات الفكرية، والتي كان من أثرها انتشار الإسلام في كثير من البقاع، ودخل في الإسلام شعوب كثيرة، وأعلموا الناس بالدعوة في بلاد فارس وخراسان، وبلاد ما وراء النهر وبلاد الديلم، وفي أفريقية، وأوروبا، ولقد كانت وسيلتهم في هذا هي الاختلاط بالناس يتألفونهم ويصاحبونهم ويتعاملون معهم، ويظهرون لهم عملياً محاسن الإسلام، فكانوا السبب في نشر الإسلام في أندونيسيا وبلاد الشرق الأقصى والصين، ولقد ساعدتهم في ذلك يسر الإسلام ووضوح مبادئه، حتى إن المسلمين الجدد كانوا يسارعون في إعلام إخوانهم وذويهم وأهاليهم بالإسلام، وكان عدد الداخلين في الإسلام عن هذا الطريق أكثر من عدد المسلمين الذين دخلوا الإسلام عن طريق الفتح الإسلامي لبلادهم⁽¹⁾.

- وأما ما يتعلق بالعهد الفاطمي :

فتعتبر الدولة الفاطمية صاحبة نظام إعلامي فريد لم تسبقها إليه دولة من الدول، حيث يعتمد الإعلام في الدولة الفاطمية على الداعية وتكوينه والإنفاق عليه بسخاء كبير، وإعداد المدارس المختصة مثل دار الحكمة لإعداده إعداداً علمياً خاصاً.

وكان للفاطميين أجهزة إعلامية لنشر مذهبهم في إحكام ودقة، وكان من هذه الأجهزة: ديوان الإنشاء: ويعتبر سجلاً لأحداث الدولة، وهو الذي يحيط الناس بالأحداث، ولهذا الجهاز كُتاب ولهم رئيس، وهو الذي يرفع كل شيء إلى الخليفة في وثائق تاريخية مصوغة في أسلوب أدبي، وبعد عرضها على الخليفة تحفظ في مكان أمين باعتبارها وثائق تاريخية.

(1) د. أبو المجد نوفل، الدعوة إلى الله تعالى : ص 227.

ومن هذه الأجهزة [القصر الفاطمي] و[دور العلم والحكمة] وتعد فيهما المجالس العلمية حسب المستويات المختلفة، وفوق هذه المجالس يوجد المجلس الأعلى الذي يضم كبار رجال الدعوة.

وفيه تدار الشؤون الخاصة والسرية في الدعوة، ولقد قام الفاطميون على تقسيم العالم الإسلامي إلى اثني عشر جزيرة، ولكل جزيرة مسؤول أو حجة، ولكل هؤلاء مسؤول واحد يدعى داعي الدعوة ومرتبته بعد الإمام مباشرة.

والدعاة عندهم درجات، ولقد قسموهم مثل أيام السنة وشهورها وساعاتها، فداعي الدعوة يمثل عندهم السنة، ورؤساء الجزائر يمثلون شهور السنة، والدعاة يمثلون نظام الشهر، وأما الساعات فتمثل أربعاً وعشرين داعياً مأذوناً يقومون بإزالة وتحطيم عقائد الناس، ووضع العقيدة الباطنية مكانها.

والإمام يختار داعي الدعوة ليشرف على الدعوة في الجزر، ويرأس مجالس الحكمة، ويرسم منهج الدعوة.

ودعاة الجزيرة عملهم هداية الناس، وأخذ العهد عليهم أن يخلصوا للدعوة الفاطمية. والدعاة المستشارون يقومون بوظيفة التشكيك بين صفوف العامة، ويوهمونهم بأنهم في حاجة إلى تصحيح عقائدهم، وما يزالون بهم حتى يطلب العامي تصحيح عقيدته وهدايته إلى الصواب، فإذا تم ذلك بعث به إلى داعي الجزيرة الذي يلقي عليه درساً منظماً في العلوم الباطنية، فإذا نجح الطالب هنا يرسل إلى داعي الدعوة ليتلقى دروساً أعلى في الباطنية، ويؤخذ عليه العهد والميثاق لحفظ أسرار الدعوة ونشرها بكل قوة⁽¹⁾.

ولا ريب أن الخلافة الفاطمية كانت ترمي ببث هذه الدعوات لغايات سياسية أكثر منها دينية، وهي حشد المستنيرين والخاصة تحت لواء الخلافة الفاطمية، ولجعل إمامها زعيماً دينياً للعالم الإسلامي يحرك العامة لتأييد كلمتها وتوطيد سلطاتها وتنفيذ غاياتها⁽²⁾.

* * *

(1) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه: ص 52 وما بعدها.

ود. أبو المجد نوفل، الدعوة إلى الله تعالى: ص 236 وما بعدها.

(2) د. محمد عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية: ص 28.

المبحث التاسع الإعلام في العصور الوسطى

إن تاريخ الصحافة بدأ حقيقة في الغرب عند ظهور الأنباء في القرن الثالث عشر، وهذه الأنباء كانت صفحات مخطوطة تحمل أخباراً، وقد انتشرت خاصة في إيطاليا (إنيزي) وألمانيا (زيتونفن) وكانت تُدبج لمصلحة الكبار، وأغنياء التجار، ورجال المصارف⁽¹⁾. ثم كان لاكتشاف المطبعة دور حاسم في تقرير الإعلام في أوربة الغربية؛ والتي تم اكتشافها على يد جوتنبرج عام 1436 م وتقدمت خلال القرن الخامس عشر، إلا أن مردود المؤسسات الطباعية كان قليلاً نظراً للتكلفة الباهظة، فلجأ أصحاب هذه المؤسسات إلى تغذية فضول الناس، وذلك بنشر أخبار الأحداث السياسية الكبرى (كتهديدات الغزو والاكتشافات البحرية الكبيرة والحروب) ثم في نشر الأفكار والنزاعات الناشئة عن النهضة والإصلاح الديني⁽²⁾.

وفي بداية القرن السابع عشر ولدت فكرة جمع الأخبار، وقام أصحاب المطابع بطبع النشرات الإخبارية، وظهرت أول صحيفة مطبوعة في أنغرس (ببلجيكيا) قام بها إبراهيم فيرهوتن في تلك المدينة⁽³⁾، وظهرت في ستراسبورغ سنة 1606 م إحدى أوائل الصحف في فرنسا ثم صحيفة الأغازيت سنة (1631م).

وفي القرن الثامن عشر بدأ الإعلام يتخذ شكلاً عصرياً أو شبه عصري، فلقد اهتم مؤسسو الدولة الأمريكية بالإعلام اهتماماً خاصاً؛ نتيجة لاهتمامهم برصد وقياس الرأي العالمي، ولقد فاض القرن الثامن عشر بأمثلة كثيرة عن الإعلام وأثره في نطاق الحرب والدبلوماسية واستتباب الحكم الداخلي⁽⁴⁾.

في القرن التاسع عشر تمشى الإعلام مع التطور الفني، فظهرت وكالات الأنباء المعروفة، فبين سنوات: 1840 - 1985 م تكونت الوكالات الرئيسية للأخبار ومن أولها وكالة فاس والتي ظهرت سنة 1835 م، ووكالة اسوشيتد برس والتي ظهرت سنة 1848 م، ومنذ ذلك الوقت تطور الفن الصحفي ذاته، فظهرت القنوات العريضة، وكثر عدد الأعمدة الصحفية، وشاعت الرسوم والصور ونحو ذلك، ثم في منتصف القرن التاسع عشر ظهرت الصورة الفوتوغرافية التي أحدثت في عالم الأخبار تقدماً هائلاً؛ كما هو معروف في تاريخ الصحافة⁽⁵⁾.

(1) فرناندترو، الإعلام: ص 13، ترجمة محمود الغندور.

(2) فرناندترو، الإعلام: ص 13، ترجمة محمود الغندور.

(3) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه: ص 13.

(4) د. محمد عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية: ص 30.

(5) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه: ص 13.

وفي القرن الحالي ظهرت وسائل إعلامية جديدة مثل السينما والراديو والتلفزيون، ففي سنة 1895 م فتحت أول دار للسينما في باريس.

وبين عام 1920 - 1921م سمعت الإذاعات الأولى في كل من إنجلترا والولايات المتحدة ثم في فرنسا، وفي الثالث من نوفمبر سنة 1925 م أصدرت أول صحيفة ناطقة في فرنسا، وفي سنة 1949م ظهر أول شريط تلفزيوني للأخبار، وهكذا تقدم الإعلام تقدماً كبيراً؛ حتى إن الخبر الذي يحدث على مسافة بعيدة جداً يصل إلينا بعد دقائق معدودات⁽¹⁾.

ولقد أصبح الإعلام في العصر الحديث جزءاً مهماً في حياة الناس من حيث نقل الأنباء والمعلومات والحقائق التي تساعد على الاشتراك في شؤون الناس.

* * *

(1) د. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه: ص 14.

الباب الثالث نظرية الإعلام في القرآن الكريم

- الفصل الأول: القرآن الكريم ونظرية الإعلام الإسلامي.
- الفصل الثاني: أساليب الإعلام في القرآن الكريم.
- الفصل الثالث: بعض عناصر الإعلام القرآني.
- الفصل الرابع: عقل الإنسان هو هدف الإعلام القرآني.

الفصل الأول

القرآن الكريم ونظرية الإعلام الإسلامي

الرسالة الإسلامية افتتحت بـ (اقرأ):

(اقرأ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ * خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ * اقرأ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ * الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ * عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ *⁽¹⁾)

بهذه الآيات الكريمة افتتحت الدعوة المحمدية، أو الرسالة الإسلامية التي حملها الله سبحانه وتعالى لرسوله الكريم محمد بن عبد الله ع، وكلفه بتبليغها للناس كافة، والإعلام عن الدين الحق والإله الواحد الذي لا شريك له ولا ولد.

وكان ذلك في ليلة القدر من شهر رمضان المبارك: (إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ فِي لَيْلَةِ الْقَدْرِ * وَمَا أَدْرَاكَ مَا لَيْلَةُ الْقَدْرِ * لَيْلَةُ الْقَدْرِ خَيْرٌ مِّنْ أَلْفِ شَهْرٍ * تَنْزِيلُ الْمَلَائِكَةِ وَالرُّوحِ فِيهَا بِإِذْنِ رَبِّهِمْ مِّنْ كُلِّ أَمْرٍ * سَلَامٌ هِيَ حَتَّىٰ مَطْلَعِ الْفَجْرِ)⁽²⁾.

وكان رسول الله ع قد خرج إلى غار حراء كعادته في تلك الفترة التي كان يعتزل الناس فيها، ويقضي الليالي ذات العدد متعبداً متحنثاً متأملاً في الكون مناجياً الله سبحانه وتعالى، ففاجأه جبريل عليه السلام بأمر الله جل جلاله، قال رسول الله ع:

«فجاءني جبريل وأنا نائم بنمط من ديباج فيه كتاب... فقال: اقرأ، فقلت: ما أقرأ؟ قال: فغطّني به حتى ظننت أنه الموت، ثم أرسلني فقال: اقرأ، فقلت: ما أقرأ؟ فغطّني به حتى ظننت أنه الموت، ثم أرسلني فقال: اقرأ، فقلت: ماذا أقرأ؟ فقال: (اقرأ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ *)، قال: فقرأتها، ثم انتهى فانصرف عني، وهببت من نومي فكأنما كتبت في قلبي كتاباً، قال رسول الله ع: فخرجت حتى إذا كنت في وسط من الجبل سمعت صوتاً من السماء يقول: يا محمد! أنت رسول الله وأنا جبريل، فرفعت رأسي إلى السماء أنظر؛ فإذا جبريل في صورة رجل صافٍ قدميه في أفق السماء يقول: يا محمد! أنت رسول الله وأنا جبريل، قال ع: فوقفت أنظر إليه فما أتقدم وما أتأخر، وجعلت أصرف وجهي عنه في أفق السماء فلا أنظر في ناحية منها إلا رأيت كذا، فما زلت واقفاً ما أتقدم أمامي وما أرجع ورائي؛ حتى بعثت خديجة رسلها في طلبي، فبلغوا أعلى مكة ورجعوا إليها وأنا واقف في مكاني ذلك، ثم انصرف عني»⁽³⁾.

(1) العلق: 1 - 5.

(2) القدر: 1 - 5.

(3) للتوسع يراجع: صحيح البخاري: 37/9، صحيح مسلم: 140/1، مسند الإمام أحمد: 223/6، سنن البيهقي: 51/7، مستدرک الحاكم: 183/3، طبقات ابن سعد: 194/1، عيون الأثر: 83/1، البداية والنهاية لابن كثير: 13/3، تاريخ الطبري: 298/2، سيرة ابن هشام: 257/1.

وقد أجمع المفسرون على أن قوله تعالى: أي: اقرأ مبتدئاً باسم [العَلَق: 1] (اقرأ باسم رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ*)، و أي الذي [العَلَق: 3] (اقرأ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ*) يُدَانِي كَرَمَهُ مَهْمَا كَانَ، و أرشد ووفق إلى الكتابة [العَلَق: 4] (الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ*)، وفي هذا تنبيه على فضل الكتابة، فما دَوَّنت العلوم ولا ضبطت كتب الله تعالى المنزلة إلا بالكتابة، ولولاها لما استقامت أمور الدين والدنيا و أي علمه [العَلَق: 5] (عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ*) لم يكن يعلم، أو عرفه ما لا يستطيع معرفته بقواه البشرية المحدودة، وإن من ينظر إلى الكهرباء واللاسلكي والصواريخ الموجهة بالطائرات التي تخرق حاجز الصوت والإذاعات المرئية المسموعة والأقمار الصناعية ورحلات الفضاء، وكل وسائل الاتصال وغيرها من خوارق الصناعات والمعلومات والتكنولوجيا الحديثة، يعلم حق العلم أن العقل البشري مهما سما، وارتفع، وتوغل في دنيا العلوم فهو عاجز قاصر؛ لا يستطيع أن يحقق شيئاً من المعرفة بغير إلهام وتعليم من العليم الخبير عز وجل.

ولا شك أن افتتاح الرسالة المحمدية بكلمة يعني التأكيد على اقتران [العَلَق: 1] (اقرأ) بالدين، وارتباطه بالدعوة والإعلام الإسلامي، وبيان أن العلم أساس للحقائق الكونية كلها، وأن العلم بالله أو معرفة الله سبحانه وتعالى هي رأس جميع الحقائق الكونية. إن الله يأمر بالقراءة التي هي أهم وسائل العلم وأولها، وقد كرر الأمر بالقراءة مرتين، وذكر العلم ثلاث مرات، وذكر القلم مرة في هذه السورة، ثم ذكره بعد ذلك عندما أقسم سبحانه قائلاً: (ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ)⁽¹⁾.

والعلم في الإسلام من وسائل تثبيت الإيمان، والعلماء هم أعرف الناس بالله، وأكثرهم خشية له جل جلاله: (إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ)⁽²⁾ وللعلماء عند الله مكانة لا يرقى إليها غيرهم، فهو سبحانه يقول: (شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُوا الْعِلْمِ)⁽³⁾. ولقد أمر الله رسوله الكريم ع أن يلجأ إليه داعياً أن يزيده علماً، فقال: (وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا)⁽⁴⁾.

والآيات القرآنية في فضل العلم، وفي الحضّ على التعلم، وفي تقدير العلماء كثيرة. والعلم الذي يدعو إليه الإسلام ليس قاصراً على الدين وحده، وإنما هو العلم بمعناه الواسع، والله سبحانه وتعالى يدعونا إلى التأمل في خلق السموات والأرض، وفيما سخره لنا من بحار وأنهار وجبال وسهول ووديان وأنعام وغيرها، وهو يقول عز من قائل: (وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَاوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ)⁽⁵⁾.

* * *

(1) القلم: 1 - 2.

(2) فاطر: 28.

(3) آل عمران: 18.

(4) طه: 114.

(5) الجاثية: 13.

الفصل الثاني أساليب الإعلام في القرآن

المبحث الأول (الجريمة والجنس) نموذج للإعلام القرآني

أولاً - أهمية الاداب القرآنية بالنسبة لقصص الجريمة:

إن ورود قصص الجريمة في القرآن الكريم إنما يدل دلالة قاطعة لا تدع مجالاً للشك أن نشر قصص الجريمة على جماهير القراء ليس بالأمر الممنوع، كما أنه ليس بالأمر المختلف فيه، وإنما هو أمر يجب أن تضعه وسائل الإعلام المختلفة - خاصة الصحف - في حساباتها لإفادة الجماهير، والحرص على وعظهم وتبغيض الجريمة لديهم.

فالجريمة ظاهرة اجتماعية، توجد مع الجماعة وتتطور بتطورها، وتخضع لما تخضع له من مؤثرات وعوامل، فالأمر الذي لا شك فيه أن الظاهرة الإجرامية لا توجد إلا حين يكون هناك مجتمع، ونتيجة لوجود المجتمع⁽¹⁾.

وإذا كانت هذه المهمة هي مهمة وسائل الإعلام المختلفة، على تنوعها وكثرتها، المسموع والمرئي والمطبوع منها، على اختلاف التقسيمات الداخلية الموجودة في كل وسيلة، فإن هذه المهمة تعتبر واحدة من أكبر مهام الإعلام الصحفي، وعلى وجه التحديد الصحف اليومية والأسبوعية، وذلك نظراً لما تتسم به هذه الصحف من أنها دورية ويُنْتَظَر موعدها، كما أنها تتسم بأنها إعلام مطبوع، ولا يخفى تأثير الإعلام المطبوع نظراً لما له من الأهمية، حيث إنه أكثر ثباتاً وأكثر بقاءً في يد القارئ، وبالتالي فإن سرعة صدور الصحف اليومية والأسبوعية يميز الصحيفة اليومية عن المجلة، وإن كان للمجلة في المقابل مميزات أخرى لا يمكن إغفالها.

كل هذا يحتم على الصحافة أن تكون وكالات للضبط الاجتماعي، تماماً كالمدارس والجامعات والهيئات الأخرى للتنشئة الاجتماعية، والتربية السياسية والثقافية، كما أنها بممارسات عديدة مؤسسات للوعي والدفاع الاجتماعي ضد السلوك المضاد، ويؤهلها دورها المجتمعي المميز أن تتوجه إلى أفراد المجتمع، لا كمصعب جامد لرسائلها الاتصالية، وإنما كمشارك أصيل في صنعها، أو على الأقل كرافد عريض لاستمرارها⁽²⁾.

لكن المشكلة أن هناك خلافاً كبيراً بين علماء الاجتماع وبين المسؤولين عن الإعلام حول مدى أهمية نشر قصص الجريمة في الصحافة، أو عدم نشرها.

(1) للتوسع يراجع: محمد ظفر الله خان، الإسلام والإنسان المعاصر: ص 230 - 231.

(2) سالم ساري، أخبار الجريمة في صحافة الإمارات، مجلة العلوم العدد 2 عام 1983: ص 65.

ثانياً - اختيار قصة الجريمة الصالحة للنشر:

هناك صحف تهتم اهتماماً بالغاً بأخبار الجريمة، والذي يحدّد اختيار الصحيفة لأخبار الجريمة عادةً هي المدرسة الصحفية... أو السياسة الإعلامية التي تنتمي إليها الصحيفة، إضافة إلى مدى درجة اهتمام الصحيفة بمسألة الجرائم...، وهذا يؤدي إلى الاهتمام بأخبار الجريمة من قبل الصحيفة، وينعكس أيضاً على أسلوب المحرر لقصة الجريمة وطريقة معالجته لها. ولذلك لا بدّ للصحيفة أن تكون حرّة غير مرتبطة بممولّ مادي أو جهة ما، وذلك لتحقيق رسالتها السامية، وتزوّد الجماهير بالحقائق، وتقدّم لهم النصح والإرشاد، وغالباً ما يفرض الممولّ رأيه، ويصبح بمثابة وصيّ على ما يُنشر في الصحيفة...، وهذا ما يؤكد على ضرورة استقلال الصحيفة استقلالاً مادياً، وذلك لتأخذ حريتها في الموقف والرأي وأداء الرسالة وممارسة الوظيفة وخدمة الأفراد والمجتمع.

وأهم أهداف اختيار قصص الجريمة المختارة للنشر على جمهور القراء في المجتمع - من خلال الصحافة - ما يلي:

1 - في الصحافة نفع للمصلحة العامة، سواء مصلحة الأفراد من حيث كونهم أفراداً، أو للمجتمع بأكمله، كأن تكون قصة الجريمة تحدّر من مجرم معين لم تستطع أن تصل إليه يد العدالة بعد، أو فرّ من يد العدالة، إضافة إلى اختيار قصص الجريمة التي تحدّر المجتمع من بعض الجرائم المعينة، أو من بعض الطرق التي ترتكب بها بعض الجرائم، وذلك لحماية الأفراد والمجتمعات من المجرمين، ومن جرائمهم التي ربما يستمرّ حدوثها، أو تكرار حدوثها طويلاً لو لم تنشر في الصحافة.

وهذا يؤدي إلى إلحاق الضرر بالأفراد والمجتمع كله، أما نشرها في الصحافة فإنه يؤدي إلى حماية المجتمع منها، وتجنّبه كثيراً من الخسائر المادية والمعنوية.

وفي سبيل تحقيق ذلك يجب أن تختار قصص الجرائم التي يمكن تحريرها وتقديمها عن طريق النشر للقراء في صورة وعظيمة، تؤدي إلى إيقاظ الضمائر، وزيادة الوعي الديني، والتحذير من الجريمة، وبيان الجزاء والأذى الذي يمكن أن يتعرّض له المجرم، كل ذلك لتبغيض الجريمة والتفجير منها.

وقصص القرآن الكريم تحدّر من قتل النفس، وتبغض الجريمة ولو لم تكن مقصودة لذاتها، وتبرز فاعل الفاحشة في صورته الحقيقية، والصورة السيئة البغيضة، لينفر الناس منها ويكرهوها.

2 - أن يكون هدف نشر قصة الجريمة إبرازها في صورة سيئة شاذة مستهجنة ممقوتة على جميع المستويات، مع ملاحظة الوعظ والتحذير منها، وبيان عاقبة الجريمة السيئة والوخيمة وما يعقبها من ندم.

مثال ذلك قصة ابني آدم (قابيل وهابيل)، حيث تحقق فيها تبغيض الجريمة، واتضح صورة المجرم (قابيل) السيئة، وذلك عندما أصرّ على قتل أخيه (هابيل)، بينما كان موقف (هابيل) هو الوعظ والتذكير بما سيلحقه من الآثام إذا هو وقع في جريمة قتل النفس⁽¹⁾.

ومثلها فعل قوم لوط عليه السلام، حيث ركز القرآن الكريم على بغض الجريمة وشذوذها بجلاء، وبيّن عاقبتها الوخيمة⁽¹⁾.

(1) يراجع: سورة المائدة: 27 - 31.

وهكذا في مسألة قتل موسى عليه السلام لرجل من جماعة فرعون، من غير أن يقصد ذلك، ثم ندم على ما فعل، واعتبر ذلك من عمل الشيطان⁽²⁾.
3 - أن يكون موضوع القصة المختارة للنشر في الصحافة، والخاصة بالجريمة، لا يؤدي إلى تمزيق شمل الأسرة، أو هتك عرض، أو سرّ خاص بأحد الأشخاص!!.

ثالثاً - مراعاة القيم الدينية:

لا بد للصحافة من تربية الضمائر وإيقاظها، والعمل على زيادة الوعي الديني، وبتث القيم الروحية لدى الأفراد بصورة غير مباشرة، وذلك كي تنهض الصحافة بمسئولياتها، وتؤدي رسالتها السامية في خدمة مجتمعها.

وبالتالي يمكن للصحافة أن تؤدي هذه المهمة من خلال ما تنشر من قصص الجريمة، حيث تستطيع استثمار المواقف التي تسردها من خلال تلك القصص، فتعطي جرعة وعظية للقراء، وفي مثل تلك الحالات سوف يكون التأثير مضاعفاً، لأن الموعظة هنا بأسلوب غير مباشر.

وتؤكد الوقائع على أن جرعة الوعظ التي تصل إلى القارئ في شكل غير مباشر تكون أكثر إفادة ونفعاً، وذلك لأنها تُثير تفكير القارئ وتدعوه إلى التأمل، وإلى إعادة مراجعة نفسه فيما يفعله وما يتعرض له من المواقف.

ويمكن للصحافة أن تقدّم للقارئ هذه القيم الدينية فيما تنشره من قصص الجريمة، وذلك من خلال الموعظة والتحذير والردع والتخويف، حتى يتجنب القارئ السلوك الإجرامي ويخافه ويحذره من ناحية، كما أنها تقدم للمذنب أيضاً طريق الأمل والتوبة والنجاة، وذلك حتى يستطيع العودة إلى صفوف المواطنين الصالحين، وأنه يمكنه أن يمارس حياته بصورة طبيعية، فالخطأ هو شأن البشر، وخير الخطائين التوابون، كما تهياؤ أذهان القراء ونفوسهم لعملية تقبل المذنب وحسن معاملته حتى لا يعود إلى صفوف المجرمين مرة أخرى، وبالتالي فالصحافة بذلك تنتزع المجرم من أحوال الجريمة من ناحية، وتؤمن المجتمع من شر مجرم خطير من ناحية أخرى، وقد فعل القصص القرآني ذلك على النحو التالي:

1 - الوعظ والتحذير والردع:

عرض القرآن الكريم في قصص الجريمة التي نشرها الوعظ والتحذير والتخويف من الله تعالى، ففي قصة ابني ادم نجد الوعظ في قوله تعالى: (إِنِّي أَخَافُ اللَّهَ رَبَّ الْعَالَمِينَ) وذلك على لسان المقتول الذي يحذر أخاه من هذا الفعل القبيح، إذ علم منه الإصرار على ذلك حينما قال له: (لَئِن بَسَطتَ إِلَيَّ يَدَكَ لِتَقْتُلَنِي مَا أَنَا بِبَاسٍ بِإِذْنِ إِلَهِكَ لَأَقْتُلَنَّكَ إِنِّي أَخَافُ اللَّهَ رَبَّ الْعَالَمِينَ) ثم يحذره من الجريمة قائلاً: (إِنِّي أُرِيدُ أَنْ نَبُوءَ بِإِثْمِي وَإِثْمِكَ فَتَكُونَ مِنْ أَصْحَابِ النَّارِ وَذَلِكَ جَزَاءُ الظَّالِمِينَ)⁽³⁾.

(1) يراجع: ابن كثير، قصص الأنبياء: ص 206 - 218.

(2) للتوسع يراجع: تفسير الطبري: 37/20، تفسير القرطبي: 269/13، تفسير الرازي: 241/24،

تفسير أبي السعود: 10/7، فتح القدير للشوكاني: 171/4.

(3) يراجع: المائدة: 27 - 31.

ثم تبين القصة جزاء الجريمة وبغض عاقبتها؛ ليكون ذلك رادعاً لمن يفكر في الإقبال على مثل هذا الفعل السيئ: (فَطَوَّعَتْ لَهُ نَفْسُهُ قَتْلَ أَخِيهِ فَقَتَلَهُ فَأَصْبَحَ مِنَ الْخَاسِرِينَ *فَبَعَثَ اللَّهُ غُرَابًا يَبْحَثُ فِي الْأَرْضِ لِيُرِيَهُ كَيْفَ يُؤَارِي سَوْءَةَ أَخِيهِ قَالَ يَا وَيْلَتَا أَعَجَزْتُ أَنْ أَكُونَ مِثْلَ هَذَا الْغُرَابِ فَأُوَارِي سَوْءَةَ أَخِي فَأَصْبَحَ مِنَ النَّادِمِينَ)⁽¹⁾.

وقد تكرر ذلك في قصة قتل موسى عليه السلام لرجل من آل فرعون، فمع أن القتل لم يكن مقصوداً، إلا أنه ندم على هذا الفعل: (قَالَ هَذَا مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ عَدُوٌّ مُضِلٌّ مُبِينٌ *قَالَ رَبِّ إِنِّي ظَلَمْتُ نَفْسِي فَاغْفِرْ لِي فَغَفَرَ لَهُ إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ)⁽²⁾.

ثم يبين عاقبة الجريمة مع كونها غير مقصودة، إلا أن صاحبها تعرض لجزاء مماثل، فلأنه لم يقصد الجريمة، كان الجزاء مخففاً: (فَأَصْبَحَ فِي الْمَدِينَةِ خَائِفاً يَتَرَقَّبُ)⁽³⁾.

ويتضح الوعظ والتحذير بجلاء في جرائم فعل الفاحشة وهتك العرض، ففي النهي عن الزنى يأمر الله عز وجل بعدم الرأفة بالزاني عند إقامة الحدّ عليه: (الزَّانِيَةُ وَالزَّانِي فَاجْلِدُوا كُلَّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا مِئَةَ جَلْدَةٍ وَلَا تَأْخُذْكُمْ بِهِمَا رَأْفَةٌ فِي دِينِ اللَّهِ)⁽⁴⁾ ويأمر بالتشهير بهما ليكون ذلك رادعاً وموضحاً لبعض ما ارتكبه من الإثم: (وَلْيَشْهَدْ عَذَابُهُمَا طَائِفَةٌ مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ)⁽⁵⁾.

والتشهير هنا لفائدة المجتمع، حيث يحميه من وقوع هذه الجريمة البشعة، ولا يضر من يُقام عليه الحدّ لأن أمره قد انتهى ولا شيء في ذلك، فهو يقام عليه حد الزنى وهو الرجم أو الجلد، والأول - أي: الرجم - يؤدي إلى الموت، والثاني - أي: الجلد - قد يؤدي للموت.

أيضاً في قصة يوسف عليه السلام مع زوجة العزيز بين ما تعرضت له زوجة العزيز - التي ارتكبت الجريمة - وبين ما تعرضت له من الخزي: (فَلَمَّا رَأَى قَمِيصَهُ فُدًّا مِنْ دُبُرٍ قَالَ إِنَّهُ مِنْ كَيْدِكُنَّ إِنَّ كَيْدَكُنَّ عَظِيمٌ)⁽⁶⁾.

ثم تعترف بفعاليتها في النهاية ليتضح موقفه البريء الناصع، ويتنصر بعد أن ظلم: (قَالَتْ امْرَأَةُ الْعَزِيزِ الْآنَ حَصْحَصَ الْحَقُّ أَنَا رَاوِدْتُهُ عَنْ نَفْسِهِ وَإِنَّهُ لَمِنَ الصَّادِقِينَ)⁽⁷⁾.

وهكذا أوضحت قصص الجريمة التي نشرتها آيات القرآن الموعظة، لتربية النفوس، وبت القيم الصالحة، وإيقاظ الضمائر، كما حذرت من الوقوع في المعصية والجريمة، وبينت مغبتها وعاقبتها الأليمة الوخيمة، ليحذر بها الناس، ويبتعدوا عن طريقها وعن التعرض لها.

ومن خلال ذلك عرضت آيات القرآن أن المجرم مهما أخذ من الحذر والحيلة فلا بدّ من أن ينكشف أمره، فهذه زوجة العزيز، هي سيّدة القصر، ولها حق الأمر على يوسف، وهي تراوده عن نفسه، وتحاول إغراءه بما تمتلك من أساليب الإغراء والقدرة على الفتنة، ثم هي تغلق الأبواب عليه، ومع كل ذلك ينكشف أمرها، وتتكشف جريمتها وتلوكها السنة النسوة في

(1) المائدة: 30 - 31.

(2) القصص: 15 - 16.

(3) القصص: 18.

(4) النور: 2.

(5) النور: 2.

(6) يوسف: 28.

(7) يوسف: 51.

المدينة، وبعد أن يشهد عليها شاهد من أهلها أمام زوجها، ثم في النهاية تعترف تفصيلاً بجريمتها، وتقرّ بذنبها.

إذن يجب أن نوضح أن قصص الجريمة التي تنشرها الصحف لا بدّ من استثمارها لتكون بمثابة الموعظة، والتحذير من الجريمة والتخويف من عاقبتها ببيان ما لاقاه المجرم من جزاء وعقاب، ومن عرض لبشاعة فعله السيأى الذي أقدم عليه، حتى يراجع نفسه من يفكر في ذلك، وحتى لا ينبهر بعض الشباب أو المراهقين بشخصية المجرم.

لكن - مما يُؤسف له - أن هذا الأدب مفتقد في صحفنا غالباً، فالصحف تنشر قصص الجريمة من غير وعظ ولا تحذير، ودون إشارة من قريب أو من بعيد إلى التخويف من الله تعالى، ولا من عقاب الآخرة، وما ينتظر من يفعل السيئات والذنوب والجرائم؛ إذ هو مذنب في حق الأفراد وفي حق المجتمع أيضاً.

ويجب أن تنشر الصحف العقوبة التي نالها المجرم من سجن أو إعدام أو نحو ذلك حتى يحذر الناس الجريمة، ويعلموا أن عاقبتها سيئة، كذلك فإنه لا بدّ من أن يوضح أن المجرم لا يمكن أن يفلت من العقوبة، وأنه مهما حاول إحكام خطته فلا بدّ من الوقوع في يد العدالة.

وكثيراً ما نجد الصحف التي تنشر قصص الجريمة لا تنشر ذات الفاعل المجهول، وهي بذلك تفعل عكس المطلوب منها، إذ توضح لضعاف النفوس أو من يفكرون في ارتكاب الجريمة أن بوسعهم الإفلات من العقوبة.

2 - فتح باب التوبة:

من الاداب التي يعلمها القرآن الكريم لكُتاب قصص الجريمة في الصحافة فتح باب التوبة أمام المذنب ليرجع عن ارتكاب الجرائم، فمن الأشياء التي تهدد أمن المجتمع وسلامته واستقراره: أن يصير المذنب على ارتكاب الجريمة، أو أن يصبح محترفاً للجريمة، ظناً منه أنه لا طريق أمامه غير ذلك، فكيف يكتسب قوته ولقمة عيشه بعد أن أصبح منبوذاً محترفاً في نظر الناس، وفي نظر المجتمع؟!

ومن الأخطاء الفادحة التي يقع فيها كُتاب قصص الجريمة في الصحف - بحسن نية غالباً - فضح المجرم وهتك أسرارهِ وإراقة ماء وجههِ، وذلك بذكر اسمه دون مبرر لذلك.

وعادة ما يؤدي هذا الخطأ - الذي تقع فيه الصحف - إلى أن يجاهر المذنب بذنبهِ وجريمتهِ، ويجعله يائساً من أن يجد طريقاً للنجاة أو الخلاص من احتقار المجتمع له، وبالتالي فإنه يفكر في اعتراف الجريمة، ويألف حياة السجون والمطاردة، إذ يظن أنه لا فكاك له من ذلك، حيث لا يستطيع التفاعل مع المجتمع والعيش بصورة طبيعية فيه، وقد ضرب القرآن الكريم المثل الأعلى في ذلك، إذ بيّن العاقبة والجزاء في مثل حالة القتل العمد الذي أقبل عليه ابن ادم ضد أخيه، من خلال تعقيبه على ذلك بقوله تعالى: (إِنَّمَا جَزَاءُ الَّذِينَ يُحَارِبُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَسْعَوْنَ فِي الْأَرْضِ فَسَادًا أَنْ يُقَتَّلُوا أَوْ يُصَلَّبُوا أَوْ تُقَطَّعَ أَيْدِيهِمْ وَأَرْجُلُهُمْ مِّنْ خِلَافٍ أَوْ يُنْفَوْا مِنَ الْأَرْضِ ذَلِكَ لَهُمْ خِزْيٌ فِي الدُّنْيَا وَلَهُمْ فِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ) (1).

(1) المائدة: 33.

ثم يفتح باب التوبة لكل مذنب أيضاً، قائلاً: (إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا مِنْ قَبْلِ أَنْ تَقْرُوا عَلَيْهِمْ فَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَفُورٌ رَحِيمٌ)⁽¹⁾.

وفي النهي عن الزنى وبيان حدوده يأمر بعدم الشفقة بالمجرم، فقال تعالى: (وَلَا تَأْخُذْكُمْ بِهِمَا رَأْفَةٌ فِي دِينِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَيَشْهَدُ عَذَابُهُمَا طَائِفَةٌ مِّنَ الْمُؤْمِنِينَ)⁽²⁾.

ثم يفتح باب التوبة مع ذلك قائلاً: (إِلَّا الَّذِينَ تَابُوا مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ وَأَصْلَحُوا فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ)⁽³⁾.

كما تبين القصص القرآنية أن باب التوبة مفتوح دائماً، فحينما استغفر موسى عليه السلام ربه كانت الإجابة بالمغفرة فوراً: (قَالَ رَبِّ إِنِّي ظَلَمْتُ نَفْسِي فَاغْفِرْ لِي فَغَفَرَ لَهُ)⁽⁴⁾. وقد تكرر هذا في كل قصص الجريمة التي نشرها القرآن الكريم، إذ يعقب على كل قضية بآيات التوبة التي تفتح باب الأمل والرحمة لكل مذنب ولكل مجرم ليرجع عن ذنبه، وليعود إلى نفسه ويثوب إلى رشده، وهذا يدفع إلى الندم على فعل الجريمة، مما يجعله ينصرف عنها ولا يفكر فيها مرة أخرى، وبالتالي يصبح المجتمع امنأ من بطش المجرمين وإصرارهم على ارتكاب الجرائم.

والحقيقة أن صحفنا تخلو تماماً من ذكر التوبة أو التذكير بها، وهذا الأدب من آداب نشر قصص الجريمة لا بدّ من مراعاته دائماً في كل قصص الجريمة التي تنشرها، وليس المطلوب أن يكون التذكير بالتوبة بصورة مباشرة، إذا كان هذا الأسلوب هو شأن الأسلوب القرآني فلأن القرآن الكريم إنما هو كتاب وعظ وتذكير بالله عز وجل وطريقه.

أما الصحافة فيمكنها أن تقوم بهذا الدور بصورة غير مباشرة، حتى يمكن للقارئ أن يُقبل على قراءتها وفهمها وإعمال الفكر فيها، ويمكن أن يحدث ذلك بذكر بعض القصص لأفراد قد تابوا بالفعل ورجعوا ليمارسوا حياتهم بصورة طبيعية في المجتمع وبين أفراد، وكيف أن المجتمع قد تقبلهم ورحّب بهم، ويمكن ذلك أيضاً بأن يجيء مثل هذا الكلام على لسان شخص من المسؤولين، يتحدث إليه المحرر الصحفي موجهاً أسئلة حول هذا المفهوم، فيعرض في إجابته لكيفية العودة عن هذا الطريق الخاطئ، وكيف يمكن للمجرم أن يصبح مواطناً عادياً في المجتمع، كما يحثّ المواطنين على تقبل هؤلاء ومساعدتهم، وفي هذا فتح لأبواب الأمل لهم ليعيشوا حياة شريفة حرة هائلة هادئة بعيدة عن الجريمة، حيث يوضح لهم متاعب ومصاعب حياة الجريمة، وكيف يمكنهم التخلص منها.

فليس المقصود هنا أن تتم الموعظة أو فتح أبواب التوبة بصورة خطابية أو لهجة وعظية مباشرة، وإنما المقصود أن يكون هذا الأدب موجوداً في ذهن المحرر خلال تحريره لقصة الجريمة التي سينشرها، وبالتالي فلن يعوزه أن يوصل ذلك إلى القراء بأساليب شتيّة غير مباشرة مفضلة لديهم، وبذلك تؤدي الصحافة رسالتها لخدمة المجتمع.

(1) المائة: 34.

(2) النور: 2.

(3) النور: 5.

(4) القصص: 16.

رابعاً - مراعاة القيم الخلقية:

تضطلع الصحافة بمهمة حيوية في المجتمع، وهي رعاية القيم والمثل الخلقية، وهذه وظيفة ورسالة مثلى من وظائف الصحافة، وترجع أهمية هذا الدور بالنسبة للصحافة إلى أنها تستطيع أن تؤدي هذه الوظيفة بطريقة بطيئة ومستمرة؛ مما يؤكد هذه القيم في الأفراد وفي المجتمع، ويجعل لها صفة الاحترام والقدسية، ويجعل الأفراد يؤدونها بصورة تقليدية، إذ يرتضونها ويسلكونها بشكل طبيعي، ويقفون أمامها بمهابة واحترام.

وتستطيع الصحافة أن تؤدي هذه الوظيفة المهمة من وظائفها من خلال نشرها لقصص الجريمة كالتالي تحدث في المجتمع، حيث تستطيع التأكيد على قيم الاحترام والحياء، وعدم الإثارة بالألفاظ أو بالصورة، وهي بذلك تؤكد على قيمة حيوية ومهمة، وهي الوفاق بين أفراد المجتمع بعضهم البعض، وذلك من خلال اختيار قصص الجريمة التي تنشرها؛ بحيث تكون مؤدية لهذه الأغراض ومحقة لرعاية هذه المثل والقيم، ثم من حيث مراعاة ذلك في أساليب التحرير والمعالجة الخاصة بهذه القصص التي تنشرها، ومن ذلك:

1 - اختيار قصص الجريمة التي ترعى القيم والمثل الخلقية:

يجب على المحرر أن يختار قصة الجريمة التي تحقق القيم الخلقية الخاصة بالحياء والاحترام والوقار، وبالتالي فإذا نشرها يجب أن لا تخدش الحياء العام، ونظرة إلى القرآن الكريم وقصصه نجد: أنها لم تذكر قصة محددة لجريمة الزنى، وإنما نزلت الآيات التي تنهى عن ذلك وتبغض الجريمة، وتحدد الحدود الخاصة بذلك، أما القصص التي وردت فإنها لا إثارة فيها ولا خدش للحياء، وإنما احترمت هذه القيم وأكدت عليها.

فقصة قوم لوط عليه السلام لا إثارة فيها، وإنما هي تبغض الجريمة وتنقر منها، وتبين شذوذ طبيعة هؤلاء القوم، حيث يأمرهم نبيهم بترك فعل الفاحشة، والاتجاه إلى الحلال، وذلك في قوله لهم: (أَتَأْتُونَ الذُّكْرَانَ مِنَ الْعَالَمِينَ * وَتَدْرُونَ مَا خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَنْتُمْ قَوْمٌ عَادُونَ)⁽¹⁾.

ولكنهم يرفضون النصيحة قائلين له: (قَالُوا لَنْ نَمُنَّ بِكَ يَا لُوطُ لَنْ كُونَنَّ مِنَ الْمُخْرَجِينَ)⁽²⁾. ويعود فيبين لهم مرة أخرى كراهيته ومقته لفعالهم: (قَالَ إِنِّي لِعَمَلِكُمْ مِنَ الْقَالِينَ * رَبِّ نَجِّنِي وَأَهْلِي مِمَّا يَعْمَلُونَ)⁽³⁾.

إذن: يجب أن يكون اختيار قصة الجريمة التي تنشرها الصحافة بعيدة عن مجال خدش الحياء العام، ملتزمة بالوقار والاحترام، ذلك أن الصحيفة توجد في محيط الأسرة، فيقرؤها الأب والأم والأبناء صغاراً وكباراً، وإذا ما نظر الأبناء فرأوا إعجاب آبائهم أو أمهاتهم ببعض قصص الجريمة ذات الأسلوب أو الموضوع المبتذل، فإن ذلك يخدش الحياء وينتزع من وجوههم، ويجعل نوعاً من عدم الاحترام في الصغير والكبير، كما أنه يجعل الجريمة مادة مفضلة للقراءة لدى هؤلاء الأبناء منذ حداثة أسنانهم، وربما كان لهذا تأثير سيئ على المدى الطويل.

(1) الشعراء: 165 - 166.

(2) الشعراء: 167.

(3) الشعراء: 168 - 169.

2 - أساليب المعالجة:

وبعد عملية الاختيار يأتي دور المحرر ليقوم بعملية صياغة أو تحرير أو معالجة تلك القصص، وذلك بأسلوب يحقق هذه القيم أيضاً ويؤكد عليها، من حيث الأسلوب الوقور الجذاب البعيد عن الإثارة اللفظية، والذي يختار الألفاظ الدقيقة التي لا تحتل المعاني الواسعة المرونة أو التي لا تقبل أكثر من تأويل حولها، كما أنه يجب اختيار الصور اللازمة فقط، والتي لا تُثير القارئ، بل تثري خياله بتوافه الأمور.

* * *

المبحث الثاني أساليب الإعلام في القرآن الكريم

هل يستطيع أحد أن يُحيط بأساليب القرآن الكريم في مجال من المجالات؟!
أبداً، فانه تعالى قال: (قُلْ لَوْ كَانَ الْبَحْرُ مِدَادًا لَكَلِمَاتِ رَبِّي لَنَفِدَ الْبَحْرُ قَبْلَ أَنْ تَنفَدَ كَلِمَاتُ رَبِّي وَلَوْ جِئْنَا بِمِثْلِهِ مَدَدًا)⁽¹⁾.

وبالتالي، فإن كل كلمة.. وكل آية من القرآن تعتبر نداءً، أو دعوةً، أو مناشدةً إلى الرسالة المنزلة من السماء.

وقد أعد الله رسوله ع، وهياً بالعلم والخلق العظيم والحكمة، وذلك من أجل حمل الرسالة الخاتمة، وتبليغها للناس كافة.

وكان ذلك حقاً، فعن طريقه صلوات الله عليه نهض دين التوحيد، وبه أخرج الناس من الشرك والجهالة، والبغي والظلم، وسعدوا بنور الإيمان، وتوحيد الله عز وجل.

ولذلك ففضل القرآن على الناس متصل بفضل الله العظيم عليهم، مصداق ذلك قوله سبحانه: (لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِن كَانُوا مِن قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)⁽²⁾.

وقوله عز وجل: (الر كِتَابٌ أَنزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ)⁽³⁾.

ومصداق ذلك قول المعصوم ع: «إن هذا القرآن أنزل امرأً وزاجراً وسنة خالية، ومثلاً مضروباً، فيه نبؤكم، وخبر ما قبلكم، ونبأ ما بعدكم، وحكم ما بينكم، لا يخلق على كثرة الرد، ولا تنقضي عجائبه، هو الحق ليس بالهزل، من قال به صدق، ومن حكم به عدل، ومن خاصم به فَلَاحٌ، ومن قسم به أقسط، ومن عمل به أجر، ومن تمسك به هُدي إلى صراط مستقيم، ومن طلب الهدى من غيره أضلّه الله، ومن حكم بغيره قصمه الله، هو الذكر الحكيم، والنور المبين، والصراط المستقيم، وحبل الله المتين، عصمة لمن تمسك به ونجاة لمن اتبعه»⁽⁴⁾.

ومن السمات العامة لأساليب القرآن للدعوة والإعلام ما يلي:
- اليسر والسهولة: مصداق ذلك قوله تعالى: (وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِن مُّدَكَّرٍ)⁽⁵⁾، وقوله سبحانه: (فَإِنَّمَا يَسَّرْنَاهُ بِلِسَانِكَ لِتُبَشِّرَ بِهِ الْمُتَّقِينَ)⁽¹⁾.

(1) الكهف: 109.

(2) آل عمران: 164.

(3) إبراهيم: 1.

(4) سبق تخريجه.

(5) القمر: 17.

وباليسر مضت الدعوة سهلة الفهم سريعة المدخل إلى عقول الناس وقلوبهم، لتخاطب فيهم الوجدان والعقل والفترة السليمة، وتستجيب لها تلك النفوس.

ولذلك نرى القرآن يخاطب جميع العقول، الحكماء والبسطاء، بعيداً عن المصطلحات المعقدة، قال تعالى: (وَهَذَا صِرَاطٌ رَبِّكَ مُسْتَقِيمًا قَدْ فَصَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَذَّكَّرُونَ)⁽²⁾.

وقال عز وجل: (أَفَعَيِّرَ اللَّهُ أَتَّبِعِي حَكَمًا وَهُوَ الَّذِي أَنْزَلَ إِلَيْكُمُ الْكِتَابَ مُفَصَّلًا وَالَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ يَعْلَمُونَ أَنَّهُ مُنَزَّلٌ مِّن رَّبِّكَ بِالْحَقِّ)⁽³⁾.

ويبين الله تعالى الأثر الوجداني والحسي لآياته البينات، فيقول: (اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُّتَشَابِهًا مّتَانِي تَقَشَعُ مِنْهُ جُلُودُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ ثُمَّ تَلِينُ جُلُودُهُمْ وَقُلُوبُهُمْ إِلَى ذِكْرِ اللَّهِ ذَلِكَ هُدَى اللَّهِ يَهْدِي بِهِ مَنْ يَشَاءُ وَمَنْ يُضِلِلِ اللَّهُ فَمَا لَهُ مِنْ هَادٍ)⁽⁴⁾.

- **الجدل والحوار:** وهو الأسلوب الذي يقدر كرامة الإنسان وحرية وعقله، ويحقق له الاستجابة الذاتية دون ضغط أو إرهاب فكري، ولذلك قال الله تعالى لرسوله ع: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ)⁽⁵⁾.

وقال عز وجل: (فَإِنْ حَاجُّوكَ فَقُلْ أَسْلَمْتُ وَجْهِيَ لِلَّهِ وَمَنِ اتَّبَعَنَ وَقُلْ لِلَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ وَالْأُمِّيِّينَ أَسْلَمْتُمْ فَإِنْ أَسْلَمُوا فَقَدِ اهْتَدَوْا وَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ وَاللَّهُ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ)⁽⁶⁾.

وبالتالي، فهداية الناس إلى الدعوة لا ترتبط بحدّة الجدل والضغط والإرهاب، ولكنها تتعلق بإرادة الله تعالى الذي هو أعلم بمن ضلّ عن سبيله، وهو أعلم بالمهتدين.
قال تعالى: (فَإِنْ أَعْرَضُوا فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِيظًا إِنَّ عَلَيْكَ إِلَّا الْبَلَاغُ)⁽⁷⁾.

وقال سبحانه: (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)⁽⁸⁾*

وعلى لسان رسوله ع يقول تعالى وهو يبيّن حقيقة موقف الداعية:
(مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ خَيْرٌ مِنْهَا وَهُمْ مِّنْ فَرَحٍ يَوْمَئِذٍ آمِنُونَ)* وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَكُبَّتْ وَجُوهُهُمْ فِي النَّارِ هَلْ تُجْزَوْنَ إِلَّا مَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ)* إِنَّمَا أُمِرْتُ أَنْ أَعْبُدَ رَبَّ هَذِهِ الْبَلَدَةِ الَّذِي حَرَّمَهَا وَلَهُ كُلُّ شَيْءٍ وَأُمِرْتُ أَنْ أَكُونَ مِنَ الْمُسْلِمِينَ)* وَأَنْ أَتْلُوَ الْقُرْآنَ فَمَنْ اهْتَدَى فَإِنَّمَا يَهْتَدِي

(1) مريم: 97.

(2) الأنعام: 126.

(3) الأنعام: 114.

(4) الزمر: 23.

(5) النحل: 125.

(6) آل عمران: 20.

(7) الشورى: 48.

(8) آل عمران: 64.

لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَقُلْ إِنَّمَا أَنَا مِنَ الْمُنذِرِينَ * وَقُلِ الْحَمْدُ لِلَّهِ سِيرِيكُمْ آيَاتِهِ فَتَعْرِفُونَهَا وَمَا رَبُّكَ بِغَافِلٍ عَمَّا تَعْمَلُونَ⁽¹⁾.

ولتأكيد حرية المتلقي للدعوة وحفاظاً على كرامته واحتراماً لإرادته وعقله؛ يمضي الأسلوب القرآني في طريقه بقول الله تعالى: (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنَ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ)⁽²⁾. ويفتح القرآن أوسع الأبواب حتى بالنسبة للذين أغلقوا أذانهم، وصدوا دعوته، فيقول الله تعالى لرسوله ع: (قُلْ لِلَّذِينَ كَفَرُوا إِنْ يَنْتَهُوا يُغْفَرْ لَهُمْ مَا قَدْ سَلَفَ وَإِنْ يَعُودُوا فَقَدْ مَضَتْ سُنَّةُ الْأُولَىٰ)⁽³⁾.

وهكذا، يمضي هذا الأسلوب القرآني الاسر للدعوة إلى غايته، بعيداً عن كل عنف، داعياً إلى الأخوة والمودة والعقل، يجمع ولا يفرق دون استعلاء أو ترقع، فيقول تعالى مخاطباً رسوله الكريم ع: (قُلْ لَا أَقُولُ لَكُمْ عِنْدِي خَزَائِنُ اللَّهِ وَلَا أَعْلَمُ الْغَيْبَ وَلَا أَقُولُ لَكُمْ إِنِّي مَلَكٌ إِنْ أَتَّبَعِ إِلَّا مَا يُوْحَىٰ إِلَيَّ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الْأَعْمَىٰ وَالْبَصِيرُ أَفَلَا تَتَفَكَّرُونَ)⁽⁴⁾.

(قُلْ لَا أَمْلِكُ لِنَفْسِي نَفْعًا وَلَا ضَرًّا إِلَّا مَا شَاءَ اللَّهُ وَلَوْ كُنْتُ أَعْلَمُ الْغَيْبَ لَأَسْتَكْتَرْتُ مِنَ الْخَيْرِ وَمَا مَسَّنِيَ السُّوءُ إِنْ أَنَا إِلَّا نَذِيرٌ وَبَشِيرٌ لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ)⁽⁵⁾.

الأسلوب القرآني في تصنيف الناس:

إذن: تحدث القرآن الكريم إلى عدّة أصناف من الناس - وهذه هي رسالته الإعلامية - حيث خاطب كلاً منهم بأسلوب معين، لكن من الملاحظ أن الايات التي تتحدث عن المنافقين هي أكثر الايات، ويأتي بالدرجة الأقل منها تلك الايات التي تتحدث عن الكفار، ثم تتلوها الايات التي تتحدث عن المؤمنين، ومن الأمثلة على ذلك قوله تعالى: (كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ وَأَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِيَحْكُمَ بَيْنَ النَّاسِ فِيمَا اخْتَلَفُوا فِيهِ وَمَا اخْتَلَفَ فِيهِ إِلَّا الَّذِينَ أُوتُوهُ مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَتْهُمْ الْبَيِّنَاتُ بَغْيًا بَيْنَهُمْ فَهَدَى اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا لِمَا اخْتَلَفُوا فِيهِ مِنَ الْحَقِّ بِإِذْنِهِ وَاللَّهُ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ)⁽⁶⁾.

فالأصل أن فطرة الناس واحدة، وكلهم مستعدون للهدى والضلالة، فمن اختار منهم الهداية هداه الله، والعكس صحيح أيضاً، قال تعالى: (فَأَمَّا الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَاعْتَصَمُوا بِهِ فَسَيُدْخِلُهُمْ فِي رَحْمَةٍ مِنْهُ وَقَضَلٍ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمًا)*⁽⁷⁾.

الأسلوب القرآني يخاطب كل ما في الإنسان:

خاطب القرآن الكريم عقل الإنسان وقلبه وجوارحه جميعاً، وبدأ بتوجيه عقل الإنسان إلى التفكير وإعمال العقل، والالتفات إلى أسس الدعوة وأصولها، مصداق ذلك قوله تعالى: (وَإِنْ

(1) النمل: 89 - 93.

(2) البقرة: 256.

(3) الأنفال: 38.

(4) الأنعام: 50.

(5) الأعراف: 188.

(6) البقرة: 213.

(7) النساء: 175.

كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِّمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِّن مِّثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِّن دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ * فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا وَلَنْ تَفْعَلُوا فَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ (1)

ومرة تلو مرة يؤكد القرآن الكريم على استدعاء العقل والفكر والقلب في الأسلوب القرآني للدعوة، وذلك من أجل تحرير العقل من الخرافات والشعوذات، من ذلك قوله تعالى: (وَمِن آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ * وَمِن آيَاتِهِ خَلْقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافُ أَسْمَتِكُمْ وَأَلْوَانِكُمْ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ * وَمِن آيَاتِهِ مَنَامُكُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَابْتِغَاؤُكُمْ مِّن فَضْلِهِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَسْمَعُونَ * وَمِن آيَاتِهِ يَرِيكُمُ الْبَرْقَ خَوْقًا وَطَمَعًا وَيُنزِلُ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَيُحْيِي بِهِ الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ (2)

وبالتالي، فالأسلوب القرآني للإعلام يعتبر بحق أسلوباً علمياً يدعو الإنسان إلى النظرة الحرة لواقع حياته وحياته مجتمعه؛ على أساس من العقل والإرادة الحرة، ومن الأساليب المختلفة التي استخدمها القرآن الكريم: أسلوب القصص، وسرد الأحداث الجارية، وضرب الأمثال للمقارنة بين موقف وموقف.

وبذلك تأقت الغايات الكبرى، والمثل العليا في الجانب الوجداني للإعلام القرآني على نحو معجز، لا مثيل له في تاريخ الدعوات التي شهدتها البشرية، لقد فتحت الأبواب على مصاريعها لينطلق الإنسان المقيد بأغلال القهر والوثنية، التائه في بيداء الضياع، ليخرج إلى الافاق الرحبة لرحمة الله ورضوانه، مصداق ذلك قوله تعالى: (وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا أُولَئِكَ أَصْحَابُ الْجَنَّةِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ * وَنَزَعْنَا مَا فِي صُدُورِهِمْ مِّنْ غَلٍّ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهِمُ الْأَنْهَارُ وَقَالُوا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ لَقَدْ جَاءتْ رَسُولٌ رَّبِّنَا بِالْحَقِّ وَتُودُوا أَنْ تُلَكُمُ الْجَنَّةَ أَوْرَثْتُمُوهَا بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (3)

وهذا الأسلوب القرآني معجز للغاية، حيث يزرع في وجدان الناس غايات سامية، ويضع لكل عمل ثمرة وجزاء، تهفو إليه كل نفس أحسَّت في الماضي بالضياع وفقدان الجدوى في كل شيء، مثال ذلك قوله تعالى: (إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي جَنَّاتٍ وَعُيُونٍ * ادْخُلُوهَا بِسَلَامٍ آمِينَ * وَنَزَعْنَا مَا فِي صُدُورِهِمْ مِّنْ غَلٍّ إِخْوَانًا عَلَىٰ سُرُرٍ مُّتَقَابِلِينَ * لَا يَمَسُّهُمْ فِيهَا نَصَبٌ وَمَا هُمْ مِنْهَا بِمُخْرَجِينَ * نَبِيُّ عِبَادِي أَنِّي أَنَا الْعَفْوَورُ الرَّحِيمُ (4)

وقوله سبحانه وتعالى: (وَسِيقَ الَّذِينَ اتَّقَوْا رَبَّهُمْ إِلَى الْجَنَّةِ زُمَرًا حَتَّىٰ إِذَا جَاؤُوهَا وَقِيحَتْ أَبْوَابُهَا وَقَالَ لَهُمْ خَزَنَتُهَا سَلَامٌ عَلَيْكُمْ طِبْتُمْ فَادْخُلُوهَا خَالِدِينَ * وَقَالُوا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي صَدَقْنَا وَعَدَّهُ وَأَوْرَثَنَا الْأَرْضَ نَتَّبِعُ مِنَ الْجَنَّةِ حَيْثُ نَشَاءُ فَنِعْمَ أَجْرُ الْعَامِلِينَ * (5)

(1) البقرة: 23 - 24.

(2) الروم: 21 - 24.

(3) الأعراف: 42 - 43.

(4) الحجر: 45 - 49. «غل»: حقد وضغينة وعداوة. «نصب»: تعب وإعياء.

(5) الزمر: 73 - 74.

إذن: يبقى الإنسان بحاجة إلى الوحي، ويبقى الأسلوب القرآني الإعلامي هو الأسلوب المعجز، وإلى يوم الدين⁽¹⁾.

* * *

(1) للتوسع يراجع: محمد حاتم، الإعلام في القرآن الكريم: ص 210 - 235.

الفصل الثالث بعض عناصر الإعلام القرآني

حدّد العلماء عدة عناصر للإعلام القرآني، يمكن حصرها وإيجازها بما يلي:

أولاً: القرآن الكريم عقيدة وأخلاق وشريعة:
وذلك لأنه كتاب من عند الله سبحانه، فيه العقيدة والشريعة والمنهج. مصداق ذلك قوله تعالى: (مَا فَرَطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ)⁽¹⁾.
وفي القرآن تحديد واضح لأهداف الرسالة، كما قال تعالى: (كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ)⁽²⁾.
ولذلك جاء التأكيد في أكثر من مرة على أن القرآن الكريم هو الرسالة العالمية، قال تعالى: (تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا)⁽³⁾.
والمتمدّب للقرآن يصل إلى قناعة تامة مفادها: أن المنهج الواضح للحياة كلها مبسوط في آيات القرآن الكريم، وصدق الله القائل: (يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِلْمُؤْمِنِينَ)⁽⁴⁾.

ثانياً: إن الرسول ع بصفته الإعلامي الأول يحمل مؤهلات كبيرة
وذلك لأن الله تعالى قد خصّه بصفات معينة، وأخلاق قرآنية حميدة، كل ذلك من أجل حمل رسالة السماء إلى الناس كافة، قال الله تعالى: (يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا * وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا)⁽⁵⁾.
وبالتالي فقد حدّدت مهمة الرسول ع بالإبلاغ، حيث لا دخل له بهداية الناس أو ضلالهم، وليست مهمته حمل الناس بالإكراه على أن يكونوا مؤمنين، مصداق ذلك قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ)⁽⁶⁾.
وقوله سبحانه: (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ)⁽¹⁾.

(1) الأنعام: 38.

(2) إبراهيم: 1.

(3) الفرقان: 1.

(4) يونس: 57.

(5) الأحزاب: 45 - 46.

(6) المائدة: 67.

وقوله عز وجل: (فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ * أَلَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ) (2).

ثالثاً: ما يتعلق بالوسائل الإعلامية:

فقد كانت في عهد المعصوم ع كلها عمل وقول وانتقال وخطابة، مع إرسال المبعوثين والدعاة إلى جهات مختلفة...، إضافة إلى الرسائل التي أرسلها الرسول ع إلى الملوك والأمراء، مثال ذلك ما ذكره الحافظ ابن قيم الجوزية:

(وكتب ع إلى النجاشي: «بسم الله الرحمن الرحيم، من محمد رسول الله إلى النجاشي ملك الحبشة، أسلم أنت، فإني أحمد إليك الله الذي لا إله إلا هو الملك القدوس السلام المؤمن المهيمن، وأشهد أن عيسى ابن مريم روح الله وكلمته ونفخه، كما خلق آدم بيده، وإني أدعوك إلى الله وحده لا شريك له، والموالاتة على طاعته، وأن تتبني، وتؤمن بالذي جاءني، فإني رسول الله، وإني أدعو جنودك إلى الله عز وجل، وقد بلغت ونصحت، فاقبلوا نصيحتي، والسلام على من اتبع الهدى» (3).

رابعاً: أساليب الدعوة التي وردت في القرآن الكريم، وأهمها:

1 - الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة، كما قال تعالى: (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) (4).

2 - الدعوة ليس فيها إكراه، كما قال الله تعالى: (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ) (5).

3 - اتباع أسلوب التدرج، مثال ذلك ما حدث في مسألة تحريم الخمر، ففي المرحلة الأولى بين لهم أن في الخمر بعض المنافع، ولكن الإثم المترتب عليها أكبر، قال تعالى: (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ) (6).

ثم صعد البيان الإلهي مسألة التحريم، فمنعهم من شرب الخمر قبيل الصلاة، قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْرَبُوا الصَّلَاةَ وَأَنْتُمْ سُكَارَى حَتَّى تَعْلَمُوا مَا تَقُولُونَ) (7).

ثم كانت المرحلة الأخيرة وهي التحريم المطلق، قال الله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رَجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ * إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ) (8).

(1) البقرة: 256.

(2) الغاشية: 21 - 22.

(3) زاد المعاد: 689/3، ابن سعد، الطبقات الكبرى: 258/1، صحيح مسلم: 1397/3، سنن الترمذي: 124/5.

(4) النحل: 125.

(5) البقرة: 256.

(6) البقرة: 219.

(7) النساء: 43.

(8) المائدة: 90 - 91.

4 - التبسيط في كل الأمور، وعدم التعقيد والتعسير، إنما الشعار الدائم هو «يسراً ولا تعسراً، وبشراً ولا تنقراً، تطوعاً ولا تخلفاً»، قال الله تعالى: (يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ)⁽¹⁾.

5 - أسلوب تصنيف الناس في المجتمع: حيث يجب مخاطبة كل فئة في المجتمع بأسلوب معين يُناسبها، فمخاطبة المؤمنين تختلف عن مخاطبة الكافرين.

6 - أسلوب المجادلة والحوار؛ كما في قول الله 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)⁽²⁾.

وبالتالي ليس في الحوار مقدسات، فلك أن تحاور في الدين والشريعة والمنهج! ولك الحق في أن تحاور حتى في العقيدة، بل وحتى في الأمور المتعلقة بالله سبحانه، وهذا منهج متحرر يفتح أمام العقول دروب النور والهداية، ولذلك ضرب لنا القرآن مثلاً رائعاً، يحكي فيه عن الحوار الذي تم بين الخالق سبحانه، وبين ألد أعدائه وهو إبليس!!

وفي الحكاية يقول الله تعالى: (ثُمَّ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا إِلَّا إِبْلِيسَ لَمْ يَكُنْ مِنَ السَّاجِدِينَ * قَالَ مَا مَنَعَكَ أَلَّا تَسْجُدَ إِذْ أَمَرْتُكَ قَالَ أَنَا خَيْرٌ مِنْهُ خَلَقْتَنِي مِنْ نَارٍ وَخَلَقْتَهُ مِنْ طِينٍ * قَالَ فَاهْبِطْ مِنْهَا فَمَا يَكُونُ لَكَ أَنْ تَتَّكِبَ فِيهَا فَاخْرُجْ إِنَّكَ مِنَ الصَّاغِرِينَ * قَالَ فَأَنْظِرْنِي إِلَى يَوْمِ يُبْعَثُونَ * قَالَ إِنَّكَ مِنَ الْمُنظَرِينَ * قَالَ فِيمَا أُغْوِيْتَنِي لِأَفْعُدَنَّ لَهُمْ صِرَاطَكَ الْمُسْتَقِيمَ * ثُمَّ لَا تَبْيَهُمُ مِنْ بَيْنِ أَيْدِيهِمْ وَمِنْ خَلْفِهِمْ وَعَنْ أَيْمَانِهِمْ وَعَنْ شَمَائِلِهِمْ وَلَا تَجِدُ أَكْثَرَهُمْ شَاكِرِينَ)⁽³⁾.

7 - كذلك فقد اتبع القرآن أسلوب الثواب والعقاب، فللمؤمنين الجنة كما قال تعالى: (وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ يُدْخِلْهُ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ)⁽⁴⁾ وللكافرين عذاب أليم، قال تعالى: (وَتَمَّتْ كَلِمَةُ رَبِّكَ لِأَمْلَأَنَّ جَهَنَّمَ مِنَ الْجِنَّةِ وَالنَّاسِ أَجْمَعِينَ)⁽⁵⁾.

8 - وأسلوب مناشدة الضمير الإنساني، بفتح الله لباب التوبة، فالإنسان فيما يبتهل به من معصية وذنوب مرجو للتوبة، فتكون توبته إقراراً بالذنب وعزماً على عدم الإصرار عليه، أو الرجوع إليه، كما قال تعالى: (قُلْ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ)⁽⁶⁾.

9 - أسلوب استقراء التاريخ وأحداثه، مثال ذلك قوله سبحانه: (وَقَالَ الرَّسُولُ يَا رَبِّ إِنَّ قَوْمِي اتَّخَذُوا هَذَا الْقُرْآنَ مَهْجُورًا * وَكَذَلِكَ جَعَلْنَا لِكُلِّ نَبِيٍّ عَدُوًّا مِنَ الْمُجْرِمِينَ وَكَفَىٰ بِرَبِّكَ هَادِيًّا وَنَصِيرًا)⁽⁷⁾.

(1) البقرة: 185.

(2) العنكبوت: 46.

(3) الأعراف: 11 - 17.

(4) النساء: 13.

(5) هود: 119.

(6) الزمر: 53.

(7) الفرقان: 30 - 31.

- 10 - أسلوب الأمثال، كما في قوله تعالى: (مَا يُقَالُ لَكَ إِلَّا مَا قَدْ قِيلَ لِلرُّسُلِ مِنْ قَبْلِكَ إِنَّ رَبَّكَ لَدُوٌّ مَعْفُورٌ وَدُوٌّ عِقَابٍ أَلِيمٌ)⁽¹⁾.
- 11 - يقدم القرآن الحديث عن الجنة، ويردده بحديثٍ عن النار، وكذلك في صفات الله، يورد التوبة ومعها العقاب.
- 12 - أسلوب تهذيب الأخلاق، كما في قوله تعالى: (وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ)⁽²⁾.
- 13 - الدعوة، حيث يوجه القرآن إلى آداب الدعوة وحملة الدعوة، كما في قوله تعالى: (وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ)⁽³⁾.
- 14 - أسلوب الجزاء، سواءً كان للمحسن أو للمسيء: (مَنْ عَمَلْ سَيِّئَةً فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَمَنْ عَمَلْ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أَنْتَى وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ يَرْزُقُونَ فِيهَا بغير حِسَابٍ)⁽⁴⁾.
- 15 - أسلوب التبشير والإنذار، كما قال تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا مُبَشِّرًا وَنَذِيرًا)⁽⁵⁾.
- 16 - التتابع في الرسالة حسب حاجات القلوب واستعدادها للتلقي: (لِنُنَبِّئَ بِهِ فُؤَادَكَ)⁽⁶⁾.
- وهكذا تكون أهداف الرسالة الإسلامية: إصلاح العباد أولاً فيما بينهم وبين ربهم، ثم إصلاحهم في خاصة أنفسهم، ثم إصلاح حال المجتمع، وهذا ما اتفق عليه جميع الأنبياء عليهم السلام: (أَنْ أَقِيمُوا الدِّينَ وَلَا تَتَفَرَّقُوا فِيهِ)⁽⁷⁾.



(1) فصلت: 43.

(2) القلم: 4.

(3) فصلت: 34.

(4) غافر: 60.

(5) الفرقان: 56.

(6) الفرقان: 32.

(7) الشورى: 13.

الفصل الرابع عقل الإنسان هو هدف الإعلام القرآني

المبحث الأول استخدام العقل بالبحث والاجتهاد

ميّز الله تعالى الإنسان عن سائر مخلوقاته بالعقل، واعتبر ذلك نوراً منه سبحانه، ينير للإنسان طريق المعرفة، ولذلك فالعقل يسيطر على كل شهوة، ويتدبّر به الإنسان كل الأمور، وكما قال أحدهم: لكل شيء أساس، وأساس الإنسان عقله، وبقدر عقله يكون دينه وعلمه. ولذلك فالإعلام القرآني موجّه إلى عقل الإنسان، ولهذا يحثنا الله سبحانه وتعالى لأن نستخدم العقل في كل أمورنا، فأحكام الإسلام لا تتناقض مع العقل، وواجب الإنسان أن يستخدم كل المعارف ليصلح من أحواله في المجتمع ويتصرّف بعقله ويفكر ويتدبّر كل أمر. وينمو هذا العقل بالبحث المستمر والاجتهاد في الحياة الدنيا، وإذا ما أطفأ الإنسان نور عقله فإنه ينساق كالأنعام ويتبع هواه، ويتعصّب لشهواته وللعادات القديمة الجامدة ويتخبّط في الحياة الدنيا. ولذلك يعاقب الله الإنسان إذا ما فعل شيئاً يؤثّر على عقله بالضرر، مثل شرب الخمر، فالسُّكر يفقد عقل الإنسان فيتصرّف في أمور الحياة بلا وعي ولا اتزان، وقد ذكر القرآن الكريم - وهو رسالة السماء - الذين يستخدمون عقولهم في الفكر السليم والعمل الجيد بأنهم عقلاء...أولو الألباب: (وَلْيَذَكِّرْ أُولُوا الألباب)⁽¹⁾.

إذن: إن الإعلام في القرآن يدعونا لاستخدام العقل وتنميته بالفكر والمعرفة والاجتهاد؛ ليكون سلوكنا متفقاً مع العقل السليم، والإنسان متكامل بجسمه وعقله. وكما يقول: إن العقل السليم في الجسم السليم، ولذلك يجب على الإنسان المحافظة على صحة جسمه.

وقد ورد ذكر العقل باسمه ومشتقاته في القرآن الكريم نحو خمسين مرة، وذكّر أولي الألباب أكثر من عشر مرات، كذلك ورد في سورة طه: (لأولي النهي)⁽²⁾. وفي المأثور: ما اكتسب رجل من فضل عقل يهدي صاحبه إلى هدى، ويردّه عن ردى، وما تمّ إيمان عبدٍ ولا استقام دينه حتى يكمل عقله. ومثله: إن لكل شيء مطية، ومطية المرء العقل، وأحسنكم دلالة ومعرفة بالحجّة أفضلكم عقلاً.

(1) إبراهيم: 52.

(2) طه: 54.

ومثله: لكل شيء دعامة، ودعامة المؤمن عقله، فبقدر عقله تكون عبادته، أما سمعتم
الفجار في النار: (وَقَالُوا لَوْ كُنَّا نَسْمَعُ أَوْ نَعْقِلُ مَا كُنَّا فِي أَصْحَابِ السَّعِيرِ)⁽¹⁾.
وقد روي عن أنس رضي الله عنه قال: أثنى قومٌ على رجلٍ عند النبي ﷺ حتى بالغوا،
فقال صلوات الله عليه: كيف عقل الرجل؟
فقالوا: نخبرك عن اجتهاده في العبادة وأصناف الخير، وتساءلنا عن عقله؟
فقال: «إن الأحمق يُصيب بجهله أكثر من فجور الفاجر، وإنما يرتفع العباد غداً في
الدرجات الزلّقى على قدر عقولهم».

* * *

(1) الملك: 10.

المبحث الثاني

رؤية مستقبلية (نحو إعلام إسلامي)

لا شك أن لدى المسلمين إعلاميين على مستوى عالٍ من الكفاءة، لكن - وللأسف - ليس لهؤلاء الإعلاميين إطار يضمهم، فيما يشبه الرابطة، ولذلك اختفى عن نشاطهم التخطيط وحسن التقدير.

وما نراه الآن هو ضرورة حشد هؤلاء الإعلاميين لخدمة الدعوة الإسلامية، وفي نطاق تخطيط إعلامي مدروس.

نحن المسلمون نملك أسمى دعوة عرفتها الإنسانية - ليس في ذلك شك - والعالم محتاج إلى مثل دعوتنا العليا، ونظمها القويمة لعلاج مشكلاته المزمنة، ولكن الأرض ليست مفروشة أمامنا بالورود، وهي لا تستقبلنا بالأحضان، فإن قوى الشر في العالم ما يزال لديها من السلطان ما يتيح لها أن تعوق مسيرة الخير إلى ضمائر الناس، وهذه هي المشكلة.

لقد اختلف المفكرون في وضع تعريف دقيق لمفهوم الإعلام، وكذلك اختلفت الدول بحسب أنظمة الحكم القائمة في فهم الإعلام وتفسيره حسب نظرتها بمختلف الشؤون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فيه وقد عرضنا لهذه التعريفات المتعددة ووجدنا أن علماء الإعلام يجتهدون في وضع تعريف أمثل لهذا المصطلح الحديث.

إلا أن هناك اتفاقاً في أساسيات العمل الإعلامي، وفي المبادئ والأسس التي يقوم عليها كالتحلي بالموضوعية والتجرد من الذاتية في عرض الحقائق. والصدق والأمانة في جمع ونقل البيانات من مصادرها الأصلية، والتعبير الصادق عن الجمهور الذي يتوجه إليه الإعلام.

بيد أننا نود الإشارة هنا إلى قضية مهمة وإشكالية تعترض سبيل الإعلام الإسلامي، فبعضهم يظن أن رجل الإعلام وظيفته قاصرة على عرض المادة الإعلامية دون التزام بها، ولا إلزام.

ولا توجد خدعة أسوأ من هذه الخدعة في عالم الاتصال، أيعقل أن يكون رجل الإعلام، مُبلغاً لفرضية الصلاة وهو لا يصلي؟ أو يقدم رسالة إعلامية مبلغاً عن (التوحيد) وهو مشرك بالله؟

ترى هل المطلوب حشد الإعلاميين الإسلاميين فيما يشبه المؤسسة التي تضطلع بمهمة الإعلام بالدعوة الإسلامية وبمبادئها عبر الأجهزة المتاحة، من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وغيرها من وسائل النشر المتطورة؟

أم يكون المطلوب هو انتماؤهم إلى ميثاق إعلامي للدعوة الإسلامية، مخطط المراحل في مرونة وفاعلية؟

والواقع أن كلا الحالين مطلوب من أجل تحقيق تقدّم في ميدان الإعلام الإسلامي، ذلك أن أعداء الإسلام يتلاعبون الآن بكرته، ومن الواجب تلقفها من بين أيديهم وأرجلهم، لتصحيح مسارها، وإثبات جدية القضية التي نعيش من أجلها.

والإعلام الإسلامي إعلام عام تنبع عموميته من شمولية الشريعة الإسلامية لجميع شؤون الحياة وسلوك الإنسان، وهو إعلام مستقل؛ ذلك لأن الإسلام - عقيدةً وشريعةً - نظام مستقل

متكامل متميز، حيث ينادي الناس كافة للدخول في الدين، كما أنه ثابت في مقومات التصور الإسلامي وقيمه للحياة الإسلامية، ومن خصائصه الإيجابية؛ لأن الإسلام دين دعوة وتبليغ. والإعلام كي يحقق أهدافه المرجوة؛ يتطلب اكتمال العناصر الأربعة في عملية الاتصال وهي المرسل والمرسل إليه و الرسالة والوسيلة لا بد له من أدوات، فالأذان للصلاة مثلاً له خصائص إعلامية رفيعة الدرجة في التأثير من الناحية الإعلامية، وكذلك الخطبة هي وسيلة إعلامية ممتازة، لها صفة التكرار والتجدد، وقوة المناسبة للأحداث الجارية، ونجد أيضاً الرسالة المكتوبة الاتصال الشفهي فقد كانت سلاحاً إعلامياً خطيراً، استخدمه النبي ﷺ استخداماً مؤثراً، وقد مرَّ بيان ذلك في البحث، وأخيراً هل هناك من مصدر إعلامي كالمؤثر الشخصي، والقوة الحسنة؟! إن جميع المبشرين يضجون في سبيل تأدية الرسالة الملقاة على عاتقهم، من هذا المصدر بالذات.

ولا بد لنا بعد هذا العرض لقضايا الإعلام الإسلامي ومسائله، من ذكر بعض الصعوبات والتحديات التي تحول دون تحقيق غاية الإعلام الإسلامي وهدفه الذي يسعى إليه ومن ذلك:

- دور الإعلام الصهيوني الغربي الذي حقق ويحقق كثيراً من أهدافه في العرب والمسلمين ولاسيما الفرقة بين المسلمين على اختلاف أطرافهم ومذاهبهم.
- تجزئة الأمة المسلمة التي حقق منها الاستعمار الغربي الحاقداً جزءاً كبيراً.
- مشكلة المرأة ودورها الإعلامي.
- دور أجهزة الإعلام في البلاد الإسلامية سطحي ومستهلك. إلى غير ذلك من المعوقات الكثيرة التي تواجه الإعلام الإسلامي في بلادنا المسلمة.

ولابدّ أيضاً من ذكر بعض التوصيات والاقتراحات، عسى أن يكون في ذلك حافزاً للمتخصصين والعاملين في مجال الإعلام؛ لتحقيق ما نصبوا إليه جميعاً، والهدف هو سعادة هذا الإنسان في الدنيا والآخرة، وهي هذه:

- إدخال مادة الإعلام الإسلامي في غالبية الجامعات، أو أفراد ذلك بكليات خاصة.
- تنظيم ندوات ومحاضرات ومؤتمرات تعنى بالجوانب الإعلامية، حيث يتم الحوار بين متخصصين في مجالات الشريعة مع متخصصين في المجالات الإعلامية.
- الاهتمام كثيراً بالبرامج التي تُقدّم للأطفال، خاصة في الأمور التي تتعلق بالعقيدة، لأن ما يراه الطفل، أو يسمعه، يرسخ في ذهنه حتى الموت.
- إرسال بعثات إلى أنحاء العالم، وذلك بهدف الاطلاع على أحدث وسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة.
- التأكيد على مسألة تفرغ ثلّة من الشباب والفتيات لدراسة اللغات الأجنبية، بغية تقديم ما عندنا من تراث إسلامي عبر القنوات الفضائية، شريطة أن تكون موجّهة للناطقين بغير العربية.
- الابتعاد عن إصاق التّهم جزافاً لكل ما له علاقة بالفيديو والتلفزيون والفن...، على أساس أن ذلك حرام، وما إلى هنالك من الفتاوى المعلّبة، والتي أكل عليها الدهر وشرب، والنظر إلى المسألة من باب: الحكمة ضالة المؤمن.

- أن يكون دور أجهزة الإعلام في البلاد الإسلامية التوحيد لا التفريق، والتعليم لا التجهيل، والفن الهادف الواعي، لا السطحية والابتزاز والاستهلاك!
- أن تركز وسائل الإعلام الإسلامي على الجوانب الخدمية الاجتماعية.
- ألا تُوجد وسائل الإعلام ثغرة بين الأصالة والمعاصرة، بل عليها أن تنظر إلى التراث الإسلامي بعين، وتنظر إلى العصر الحالي بعين أخرى.
- التكاثر على إخراج موسوعات معارف إسلامية ضخمة، تشمل أمهات العلوم، وبلغة مبسطة ومعاصرة.
- التصدي لكل المشاكل والصعوبات ، والإسهام الكبير في حلها وتبيين الحكم الشرعي فيها .

- البُعد عن الخطابات الإنشائية عبر وسائل الإعلام، وخاصة ما فيه تكلف وسجع وتقعّر، واستبدال ذلك بما يُناسب لغة العصر، وخاصة الإعجاز العلمي ونحو ذلك، فالمسألة كما قال الله تعالى: (لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا وَارْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ)⁽¹⁾.
وأخيراً: فقد مرّ معنا سابقاً ماهية الإعلام الإسلامي، وخصائصه، وبعض الإشكاليات إلا أنني أضيف هنا أيضاً بعض الإشكاليات الراهنة ومنها تلك الحملات المخططة المدروسة؟! فلقد هبّت رياح العولمة بكل أشكالها: الاقتصادية والعسكرية ، وعولمة الإعلام والثقافة ، وعولمة القهر ، وعولمة الإرهاب و... على العالم ، فأصابت نقاط الضعف فينا! فهذا من أعظم التحديات أمام الإعلام الإسلامي.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين

* * *

(1) البقرة: 286. «إصراً»: عبئاً ثقيلاً.

المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.
- أثر وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية ، جابر قميحة ، ط 1 1998م، نادي المدينة المنورة الأدبي.
- أحكام القرآن ، لأبي بكر محمد بن عبد الله المعروف بابن العربي ، تحقيق محمد عبد القادر عطا ، ط 1 دار الكتب العلمية ، بيروت.
- إرشاد العقل السليم إلى مزايا القرآن الكريم، لقاضي القضاة أبي السعود محمد العمادي ، ط 1 دار إحياء التراث العربي ، بيروت.
- أساليب القرآن الكريم في الردّ على الحملات الإعلامية ، نعيم رزق الدردساوي ، ط 1 2000م، دار الفرقان ، إربد.
- أصول الإعلام الإسلامي ، إبراهيم إمام، ط 1 1985م، دار الفكر العربي ، القاهرة.
- أصول الإعلام الإسلامي وتطبيقاته ، إبراهيم محمد سرسيق ، ط 1 نادي مكة الثقافي الأدبي ، مكة المكرمة.
- أضواء البيان في إيضاح القرآن بالقرآن ، محمد الأمين الشنقيطي ، ط 1 1995م، دار الفكر ، بيروت.
- إعلام الموقعين عن رب العالمين ، للحافظ ابن قيم الجوزية ط 1 1997م دار الأرقم بن أبي الأرقم، بيروت.
- إكمال المعلم بفوائد مسلم، للقاضي عياض اليعصبي ، تحقيق الدكتور يحيى إسماعيل ، ط 1 1998م، دار الوفاء ، مصر.
- الأحكام السلطانية والولايات الدينية ، للإمام أبي الحسن علي البصري البغدادي الماوردي ، تحقيق عصام الحرساني ومحمد الزغلي ، ط 1 1996م، المكتب الإسلامي ، بيروت.
- الاستذكار ، تصنيف الحافظ ابن عبد البر ، تحقيق الدكتور عبد المعطي قلنجي ، ط 1 1993م، دار الوعي ، حلب.
- الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون ، مروان كجك ، ط 1 1407هـ ، دار الكلمة الطيبة ، القاهرة.
- الأسس العلمية والتطبيقية للإعلام الإسلامي ، عبد الوهاب كحيل ، ط 1 1406هـ ، عالم الكتب ، بيروت.
- الإسلام والفن ، الدكتور يوسف القرضاوي ، ط 1 1996م، مكتبة وهبة ، القاهرة.
- الإعلام الإسلامي الطباعي في الدول غير الإسلامية ، مرعي مذكور ، ط 1 1985م، دار المعارف ، القاهرة.

- الإعلام الإسلامي النظري في الميزان ، سعيد صيني ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، ط 1997م، الرياض.
- الإعلام الإسلامي والرأي العام، محمد محمود متولي ، ط 1 1987م، شركة سعيد رأفت ، القاهرة.
- الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية ، محيي الدين عبد الحليم، ط 1 1979م، مكتبة الخانجي ، القاهرة.
- الإعلام الإسلامي وخطر التدفق الإعلامي ، مرعي مذكور ، ط 1 1988م، دار الصحوة ، القاهرة.
- الإعلام الإسلامي: الأهداف والوظائف ، سيد محمد ساداتي الشنقيطي ، ط 1 1411هـ ، دار عالم الكتب ، الرياض.
- الإعلام التعاوني في ظل عالم متغير ، نوال عمر وعبد الحميد شعري ، ط 1 1993م، دار العربي ، القاهرة.
- الإعلام الدولي (دراسة في الاتصال والدعاية الدولية) ، أحمد بدر ، ط 4 1998م، دار قباء ، القاهرة.
- الإعلام الشيعي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية ، الدكتور يوسف أبو هلاله ، ط 1 1987م، مكتبة الرسالة الحديثة ، الأردن.
- الإعلام العربي ، تحديات الحاضر والمستقبل ، تيسير أبو عرجة ، ط 1996م، دار مجدلاوي ، عمان.
- الإعلام العربي أمام التحديات المعاصرة ، علي محمود العائدي ، ط 1 1999م، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، أبو ظبي.
- الإعلام العربي على أبواب القرن الواحد والعشرين ، أديب خضور ، ط 1997م، المركز العربي للدراسات الاستراتيجية ، دمشق.
- الإعلام العربي وتحديات العولمة ، تركي صقر ، ط 1998م، منشورات وزارة الثقافة ، دمشق.
- الإعلام العربي وتحديات العولمة الإعلامية ، الدكتور عبد الملك رومان الدناني ، أطروحة غير منشورة.
- الإعلام الغربي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية ، الدكتور يوسف أبو هلاله ، ط 1 1987م، مكتبة الرسالة الحديثة ، الأردن.
- الإعلام اليهودي المعاصر وأثره في الأمة الإسلامية ، الدكتور يوسف أبو هلاله ، ط 1 1987م، مكتبة الرسالة الحديثة ، الأردن.
- الإعلام في العصر الحديث ودوره في تبليغ الدعوة الإسلامية ، محمد محمود متولي ، ط 1 1406هـ ، مكتبة ابن تيمية ، الكويت.
- الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، عبد اللطيف حمزة ، ط 1 1965هـ ، دار الفكر العربي ، القاهرة.

- الإعلام له تاريخه ومذاهبه ، عبد اللطيف حمزة ، ط 2002م، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة.
- الإعلام وأثره في نشر القيم الإسلامية وحمائتها ، محمد إبراهيم نصر ، ط 1 1398هـ ، دار اللواء ، الرياض.
- الإعلام والدعاية ، عبد اللطيف حمزة ، ط 2001م دار الفكر العربي ، القاهرة.
- الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي ، الدكتور عبد القادر طاش ، ط 1 1995م، مكتبة العبيكان ، الرياض.
- الإعلام ونظرياته في العصر الحديث ، الدكتورة جيهان رشتي ، ط 1 1971م، دار الفكر العربي ، بيروت.
- الإعلام وهموم مشروعات الشباب ، نجوى عبد الهادي تركي ، ط 2003م، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة.
- الإعلام: قراءة في الإعلام المعاصر والإعلام الإسلامي ، الدكتور محمد سعيد الدين ، دار بيروت المحروسة ، الطبعة الأولى، 1991 م.
- الأمن فطرة الحياة والإعلام سمة العصر ، عبد الرحمن الياسين ، ط 2004م، دار طويق ، الرياض.
- البحر المحيط في التفسير ، للإمام محمد بن يوسف (أبو حيان الأندلسي) ، ط 1 1992م، دار الفكر ، بيروت.
- التخطيط الإعلامي في ضوء الإسلام، محمود كرم سليمان ، ط 1 1409هـ ، دار الوفاء ، المنصورة بمصر.
- التشريع الجنائي الإسلامي ، مقارناً بالقانون الوضعي ، عبد القادر عودة ، ط 4 1985م، دار إحياء التراث العربي ، بيروت.
- التفسير الكبير ومفاتيح الغيب ، للإمام محمد الرازي ، ط 1 1995م، دار الفكر ، بيروت.
- الجامع لأحكام القرآن ، للإمام عبد الله محمد بن أحمد القرطبي ، ط 1 1995م، دار الفكر ، بيروت.
- الجانب الإعلامي في خطب الرسول صلى الله عليه وسلم، محمد إبراهيم محمد إبراهيم، ط 1406هـ ، المكتب الإسلامي بيروت.
- الجواهر الحسان في تفسير القرآن ، عبد الرحمن مخلوف الثعالبي ، تحقيق محمد الفاضلي ، ط 1 1997م، المكتبة العصرية ، بيروت.
- الحرب النفسية ضد الإسلام - العهد المكي - الدكتور عبد الوهاب كحيل ، ط 1 1986م، مكتبة المقدسي ، بيروت.
- الدر المصون في علوم الكتاب المكنون ، أحمد بن يوسف المعروف بالسّمين الحلبي ، تحقيق الدكتور أحمد الخراط ، ط 1 1993م دار القلم، دمشق.
- الدعوة إلى الإسلام، توماس أرنولد ، ترجمة الدكتور حسن إبراهيم وآخرين ، ط 3 1970م، مكتبة النهضة المصرية ، القاهرة.

- الدعوة إلى الإسلام: تاريخها في عهد النبي صلى الله عليه وسلم والصحابة والتابعين والعهود المتلاحقة، محمد أبو زهرة، ط 1 1972م، دار الفكر العربي ، القاهرة.
- الرقابة في الإعلام الإسلامي - دراسة مقارنة - محمد أحيديب عمر ، ط 1 1412هـ ، دار عالم الكتب ، الرياض.
- السنن الصغير ، الحافظ أحمد بن الحسين البيهقي ، تحقيق الدكتور عبد المعطي قلجعي ، ط 1 1989م، دار الوفاء ، مصر.
- السنن الكبرى ، للإمام أبي عبد الرحمن أحمد بن شعيب النسائي ، تحقيق حسن شلبي ، ط 1 2001م، مؤسسة الرسالة ، بيروت.
- السيرة النبوية ، ابن هشام، تحقيق مصطفى السقا واخرين ، ط دار القلم بيروت.
- السيرة النبوية والإعلام الإسلامي ، عبد العزيز شرف ومحمد الخفاجي ، ط 1 1986م، مكتبة مصر ، القاهرة.
- الشخصية الإسلامية مؤسسة إعلامية ، زهير الأعرجي ط 1 1402هـ ، دار المعارف ، بيروت.
- الشفا بتعريف حقوق المصطفى ، القاضي عياض اليعصبي ، تحقيق عبده كوشك ، دار الفيحاء ، بيروت ، ط 1 2000م.
- الصحافة في ضوء الإسلام، مصطفى الدميري ، ط 1 1408هـ ، مكتبة الطالب الجامعي ، مكة المكرمة.
- العقيدة الإسلامية وأسسها، عبد الرحمن حبنكة الميداني ، ط 7 1994 م، دار القلم، دمشق.
- العواصم من القواصم في الذبّ عن سنة أبي القاسم، للعلامة محمد بن إبراهيم الوزير اليماني ، تحقيق شعيب الأرنؤوط ، ط 1 1992م، مؤسسة الرسالة ، بيروت.
- العولمة والتبادل الإعلامي الدولي ، صابر فلحوط ومحمد البخاري ، ط 1 1999م، دار علاء الدين ، دمشق.
- الفصل في الملل والأهواء والنحل ، للإمام ابن حزم الظاهري ، تحقيق الدكتور محمد نصر وعبد الرحمن عميرة، ط 1 1985م، دار الجيل ، بيروت.
- الفقه الإسلامي وأدلته ، الدكتور وهبة الزحيلي ، ط 4 1997م، دار الفكر دمشق.
- القاموس المحيط ، للعلامة مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروز ابادي ، ط 1 1997م، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
- الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل وعيون الأقاويل ، للعلامة جار الله الزمخشري ، ط 1 1998م، مكتبة العبيكان ، الرياض.
- المال والإعلام في الفكر اليهودي والممارسة الصهيونية ، عثمان زادة وغريس هالسل ط 1 1999م، دار النفائس ، بيروت.
- المحرر الوجيز في تفسير الكتاب العزيز ، لأبي محمد عبد الحق بن عطية الأندلسي ، تحقيق السيد عبد العال السيد إبراهيم، ط 1 1991 ، مطبوعات رئاسة المحاكم الشرعية بقطر.
- المحصول في علم أصول الفقه ، للإمام فخر الدين الرازي ، تحقيق الدكتور جابر العلواني ، ط 2 1992م، مؤسسة الرسالة ، بيروت.

- المحلى ، للإمام ابن حزم الأندلسي ، تحقيق لجنة إحياء التراث العربي ، ط دار الجيل ودار الافاق الجديدة ، بيروت.
- المدخل إلى وسائل الإعلام، عبد العزيز شرف ، ط 2000م، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة.
- المدونة الكبرى للإمام مالك بن أنس ، ويليها مقدمات ابن رشد ، ط 1 1994م، دار الكتب العلمية ، بيروت.
- المسؤولية الإعلامية في الإسلام: النظرية - واقع التطبيق ، محمد سعود البشر ، ط 1 1996م، دار عالم الكتب ، الرياض.
- المستدرك على الصحيحين ، للحافظ أبي عبد الله الحاكم النيسابوري ، ط دار المعرفة بيروت.
- المستصفي من علم الأصول ، للإمام محمد الغزالي ، ط 1 دار الأرقم بن الأرقم - بيروت.
- المعجم الأوسط ، للحافظ الطبراني ، تحقيق الدكتور محمود الطحان ، ط 1 1985م، مكتبة المعارف ، الرياض.
- المغني ، للإمام ابن قدامة ، ويليها الشرح الكبير للإمام ابن قدامة المقدسي ، ط 1 1996م، دار الحديث ، مصر.
- المذهب في فقه الإمام الشافعي ، لأبي إسحاق الشيرازي ، تحقيق الدكتور محمد الزحيلي ، ط 1 1996م، دار القلم، دمشق.
- الموافقات في أصول الشريعة ، للإمام أبي إسحاق الشاطبي ، تحقيق عبد الله دراز ، ط دار الكتب العلمية ، بيروت.
- الموسوعة الجنائية في الفقه الإسلامي ، الدكتور أحمد فتحي بهنسي ، ط 1 1991م، دار النهضة العربية ، بيروت.
- الموسوعة الفقهية ، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية ، ط 2 1986م، دار ذات السلاسل ، الكويت.
- الموقف من السينما الإسلامية ، محمد وليد جدّاع ، ط 1 1970م، دار الوفاء ، المنصورة ، مصر.
- النظرة الإسلامية للإعلام - محاولة منهجية - محمد كمال الدين إمام، ط 1 1980م، دار البحوث العلمية ، الكويت.
- الوظائف الإعلامية في آفاق القصة القرآنية ، محمد ناجي مشرح ، ط 1 1412هـ ، دار المجتمع ، جدّة.
- الوفود في العهد المكي وأثرها الإعلامي ، علي رضوان الأسطل ، ط 1 1404هـ ، مكتبة المنار ، الزرقاء الأردن.
- أنوار التنزيل وأسرار التأويل ، القاضي ناصر الدين عبد الله بن عمر البيضاوي ، تحقيق محمد حلاق والدكتور محمود الأطرش ، ط 1 2000م دار الرشيد ، دمشق.
- أوجز المسالك إلى موطأ مالك ، العلامة محمد زكريا الكاندهلوي ، ط دار الفكر ، بيروت.

- بداية المجتهد ونهاية المقتصد ، القاضي ابن رشد القرطبي ، تحقيق ماجد الحموي ، ط 1 1995م، دار ابن حزم، بيروت.
- بذل المجهود في حل ألفاظ أبي داود ، المحدث خليل أحمد السهارنفوري ، ط دار الكتب العلمية ، بيروت.
- تبیین الحقائق شرح كنز الدقائق ، الإمام عثمان الزيلعي ، ط 1 1315هـ ، المطبعة الكبرى الأميرية بولاق مصر.
- تربية الأولاد في الإسلام، عبد الله علوان ، ط 3 1996م، دار السلام ودار الفكر ، دمشق والقاهرة.
- تفسير التحرير والتنوير ، للشيخ محمد الطاهر بن عاشور ، ط 1 2000م، مؤسسة التاريخ ، بيروت.
- تفسير الدر المنثور في التفسير المأثور ، للحافظ عبد الرحمن بن الكمال جلال الدين السيوطي ، ط 1 1983م، دار الفكر ، بيروت.
- تفسير الشعراوي ، للشيخ محمد متولي شعراوي ، ط أخبار اليوم.
- تفسير القرآن العظيم، الحافظ ابن كثير الدمشقي ، ط 1 1996م، دار الأندلس ، بيروت.
- جامع الأصول في أحاديث الرسول ، للإمام ابن الأثير الجزري ، تحقيق عبد القادر الأرنؤوط ، ط 2 1983م، دار الفكر ، بيروت.
- جامع البيان عن تأويل اي القرآن ، للإمام أبي جعفر محمد بن جرير الطبري ، ط 1 1988م، دار الفكر ، بيروت.
- حرب المعلومات بين العرب وإسرائيل ، يوسف أبو بكر ونبيل سالم، ط 1 1989م دار الجليل ، دمشق.
- حكم الإسلام في وسائل الإعلام، عبد الله علوان ، ط 6 1986م، دار السلام القاهرة.
- دراسات في الإعلام الدولي: مشكلة الاختلال الإخباري ، راسم محمد الجمال ط 1 1985م، دار الشروق ، جدة.
- دراسات في فن التحرير الصحفي في ضوء معالم قرآنية ، محمد فريد عزت ، ط 1 1404هـ ، دار الشروق، جدة.
- روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني ، للعلامة شهاب الدين محمود الالوسي البغدادي ، ط 1 1993م، دار الفكر ، بيروت.
- سبل السلام شرح بلوغ المرام من أدلة الأحكام، الإمام محمد بن إسماعيل الصنعاني ، تحقيق فواز زمرلي وإبراهيم الجمل ، ط 11 1998م، دار الكتاب العربي ، بيروت.
- سنن الدارمي ، الحافظ عبد الله بن بهرام الدارمي ، تحقيق حسين سليم أسد ، ط 1 2000م، دار المغني ، الرياض.
- شرح العقيدة الطحاوية ، القاضي علي بن علي المعروف بأبي العز الدمشقي ، تحقيق الدكتور عبد الله التركي وشعيب الأرنؤوط ، ط 13 1998م، مؤسسة الرسالة ، بيروت.
- شرح المقاصد ، للعلامة مسعود بن عبد الله الشهير بالتفتازاني ، تحقيق الدكتور عبد الرحمن عميرة ط 1 عالم الكتب ، بيروت.

- شفاء العليل ، للحافظ ابن قيم الجوزية ، ط 2 1995م، مكتبة السوادي للتوزيع ، جدة.
- صحيح ابن خزيمة ، للعلامة محمد بن إسحاق بن خزيمة النيسابوري ، تحقيق الدكتور محمد الأعظمي ، ط 2 1992م، المكتب الإسلامي ، بيروت.
- صحيح مسلم بشرح النووي ، تحقيق الدكتور مصطفى البغا ، ط 1 1997م، دار العلوم الإنسانية ، دمشق.
- عارضة الأحوذى بشرح صحيح الترمذي ، الحافظ ابن العربي المالكي ، ط 1 1995م، دار إحياء التراث العربي ، بيروت.
- عالمية الدعوة الإسلامية ، الدكتور علي عبد الحليم محمود ، ط 2 1979م، دار عكاظ السعودية.
- عولمة الإعلام والثقافة ، الدكتور محمد عمر الحاجي ، ط 1 2003م، دار المكتبي ، دمشق.
- فتح الباري شرح صحيح البخاري ، الحافظ ابن حجر العسقلاني ، تحقيق عبد العزيز بن باز ، ط 1 1989م، دار الكتب العلمية ، بيروت.
- فتح القدير الجامع بين فني الرواية والدراية من علم التفسير ، محمد علي الشوكاني ، ط 2 1998م، دار الكلم الطيب ، دمشق.
- فيض القدير شرح الجامع الصغير من أحاديث البشير النذير ، للعلامة محمد عبد الرؤوف المناوي ، ط 1 1994م، دار الكتب العلمية ، بيروت.
- قرصنة وأباطرة ، ناعوم تشومسكي ، ط 1 1996م، دار حوران للدراسات ، دمشق.
- كتاب السنة ، الحافظ أحمد بن عمرو بن أبي عاصم، تحقيق محمد ناصر الدين الألباني ، ط 4 1998م، المكتب الإسلامي ، بيروت.
- كتاب المبسوط ، شمس الدين السرخسي ، ط 1 1986م، دار المعرفة ، بيروت.
- كتاب المجموع للإمام النووي ، تحقيق محمد بخيت المطيعي ، ط مكتبة الإرشاد ، جدة.
- كتاب مواهب الجليل لشرح مختصر خليل ، للإمام محمد المغربي ، المعروف بالحطاب ، ط 1 2002م، دار الفكر ، بيروت.
- لباب التأويل في معاني التنزيل ، علاء الدين علي البغدادي الشهير بالخازن ، ط 1 1995م، دار الكتب العلمية ، بيروت.
- لسان العرب ، للعلامة أبي الفضل جمال الدين ، ابن منظور ، ط 6 1997م، دار صادر ، بيروت.
- لعبة وسائل الإعلام: السياسة الأمريكية في عصر التلفزيون ، ستيفن اينزلايير ، ترجمة فاروق منصور ، ط 1 1999م، دار البشير ، عمان.
- ماذا خسر العالم بانحطاط المسلمين؟ أبو الحسن الندوي ، ط 11 1978م، دار السلام، حلب.
- مجمع البيان في تفسير القرآن ، الفضل بن الحسن الطبرسي ، ط 1 1995م، مؤسسة الأعلمي ، بيروت.
- مجمع الزوائد ومنبع الفوائد ، الحافظ نور الدين علي الهيثمي ، تحقيق عبد الله الدرويش ، ط 1 1994م، دار الفكر ، بيروت.

- مدارج السالكين بين منازل إياك نعبد وإياك نستعين ، للحافظ ابن قيم الجوزية ، تحقيق محمد المعتصم بالله البغدادي ، ط 4 1997م، دار الكتاب العربي ، بيروت.
- مدارك التنزيل وحقائق التأويل ، الإمام عبد الله بن أحمد النسفي ، تحقيق مروان الشعار ، ط 1 1996م دار النفائس ، بيروت.
- مدخل إلى الإعلام والجهاد من المنظورين الإسلامي والوضعي ، نور الحق إبراهيم، ط 1 1409 هـ ، مكتبة الإيمان المدينة المنورة.
- مدخل إلى وسائل الإعلام، فرانسيس بال ، ترجمة عادل بوراوي ، ط 1996م، المنظمة العربية للتربية والثقافة ، تونس.
- مسند أبي عوانة ، للإمام يعقوب بن إسحاق الأسفرائيني ، ط 1 1998م، دار المعرفة ، بيروت.
- مسند أبي يعلى الموصلي ، الحافظ أحمد بن علي التميمي ، تحقيق حسين سليم أسد ، ط 1 1986م، دار المأمون للتراث ، دمشق.
- مسند الإمام أحمد بن حنبل ، تحقيق لجنة دار النشر بإشراف الدكتور عبد الله التركي ، ط 1 1998م، مؤسسة الرسالة ، بيروت.
- مصباح الزجاجاة في زوائد ابن ماجه ، الحافظ شهاب الدين أحمد الكناني ، البوصيري ، ط 1 1986م، دار الجنان ، بيروت.
- مقومات رجل الإعلام الإسلامي ، تيسير محبوب الفتياني ، ط 1 1408 هـ ، دار عمار ، عمان الأردن.
- ملكية وسائل الإعلام وعلاقتها بالوظائف الإعلامية في ضوء الإسلام، محمد الخرعان ، ط 1 1996م، دار عالم الكتب ، الرياض.
- منهج الإعلام الإسلامي في صلح الحديبية ، سليم عبد الله حجازي ، ط 1 1406 هـ ، دار المنارة ، جدة.
- موسوعة الإمام الشافعي ، الكتاب الأم، محمد بن إدريس الشافعي ، تحقيق الدكتور أحمد حسون ط 1 1996م، دار قتيبية ، دمشق.
- نحو إعلام إسلامي: إعلامنا إلى أين؟ علي جريشة ، ط 1 1409 هـ ، مكتبة وهبة ، القاهرة.
- نظريات الإعلام، م. دي فلور ، وس. بال روكاخ ، ترجمة محمد ناجي الجوهر ، ط 1994م، دار الأمل ، الأردن.
- نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية ، أمينة الصاوي وعبد العزيز شرف ، ط 1 1985م، مكتبة مصر ، القاهرة.
- نيل الأوطار من أسرار منتقى الأخبار ، محمد بن علي الشوكاني ، ط 1 1999م، دار الكلم الطيب ، دمشق.
- وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة ، محمد موفق الغلابيني ، ط 1 1405 هـ ، دار المنارة ، جدة.
- وسائل الإعلام ومشكلة الثقافة ، عبد العزيز شرف ، مكتبة الدراسات الإعلامية ، القاهرة ط 1999 م.

- وظيفة الإخبار في سورة الأنعام، سيّد محمد ساداتي الشنقيطي ، ط 1 1410 هـ ، دار عالم الكتب ، الرياض.

* * *