

الإعلام الإسلامي: قراءة في الخصائص

د. زكية منزل غرابية

جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة

الملخص:

الرؤية الإسلامية للإعلام الإسلامي تتطلب تأصيلا يمس جوانب عدة منه ،و من بينها جملة الخصائص التي يتفرد بها الإعلام الإسلامي، وانطلاقا من ذلك جاءت هذه الورقة البحثية لتبحث في أهم خصائصه مع قراءة برؤية إسلامية لهذه الخصائص ،و قد أكدت عملية الاستقراء أن الإعلام الإسلامي يتميز بخصائص تجعل منه البديل المأمول في عملية البلاغ المبين و الإشهاد على الناس .

الكلمات المفتاحية: الإعلام، الإسلامي، الواقعية، الشمولية، الهادف.

Résumé :

La vision islamique de la presse Islamiste exige un enracinement de nombreux aspects.. Et notamment, les propriétés qui sont uniques aux médias islamiques. Ce projet a comme but de traiter les caractéristiques les plus importantes avec la vision d'une lecture islamique .

Le processus d'induction a confirmé que le média islamique présente des caractéristiques qui lui font l'alternative à espérer dans le processus de l'auteur énoncées et certification aux gens.

Mots-clés : médias, islamique, réalisme, totalitarisme, intentionnel.

مقدمة:

يرتكز الإعلام في الإسلام إلى مجموعة من القواعد و المنطلقات التي تحدد له في نهاية المطاف صفة ما يعرف بالإعلام الإسلامي ،ولئن اختلف المهتمون في تعريفه ووضع مفهوم موحد بشأنه فإنهم يرون في الغالب أنه يتصف بمجموعة من الخصائص المتفردة التي تميزه عن غيره من صور الإعلام المضاد و التي تحدد المعالم التي على

الإعلامي أن يضعها في الاعتبار عند أداء رسالته ما يجعله إعلاما فعلا يمكن أن تكون له القدرة على التأثير والتغيير والدفع بالأنفس إلى حالة من الارتقاء الروحي والنفسي والاجتماعي، و انطلاقا من ذلك تعرض هذه الورقة البحثية الخصائص التي تحكم العملية الاتصالية في الإعلام الإسلامي.

أولا: الإعلام الإسلامي إعلام هادف: يتميز الإعلام الإسلامي عن غيره في كونه إعلاما غائيا ذو أهداف راقية وسامية، يحمل في جوانحه الدعوة إلى الخير والفضيلة، و لا غرابة في ذلك فهو يستمد هذه الغاية من الإسلام الذي يدعو إلى الخير والفضيلة والقيم النبيلة، و على هذا الأساس فإن أي مضمون يتوجه به الإعلام الإسلامي إلى المتلقي هو إعلام غائي يتزده من خلاله أن يكون مضمونا لا قيمة فيه.

إن الإعلام الإسلامي بناء على ما سبق يتحرك وفق النظام الكوني الذي أوجده الله تعالى، ذلك أن الله لم يخلق الكون والحياة والإنسان عبثا، وكمالا يمكن أن تكون الولادة والوجود والحياة والموت مجرد مراحل دواما أن يرسم لها هدف أو غاية، كذلك فإن أفعال الإنسان المسلم وأقواله مصنوعة عن "العبث المضيع للوقت المحسوب و أن يهدر طاقته الخلاقة"¹ وهي حقيقة تغيب عن كثير من أبناء البشر حينما ظن الكثير منهم أن الحياة مجرد فترة يقضيها الإنسان ثم يتركها إلى غير رجعة، فكانت النتيجة غفلة بعضهم عن هذه القيمة الوجودية أن أصبحت أنفسهم خاوية من غير هدف ولا غاية و الله تعالى يقول: "أَفَحَسِبْتُمْ أَنَّمَا خَلَقْنَاكُمْ عَبَثًا"².

فالإعلام الإسلامي في كل ذلك يركز على بناء الإنسان الصالح الذي يعرف ربه و نفسه ورسالته، بحيث يصبح الإنسان لبنة صالحة في بناء المجتمع³، و يترفع به (الإنسان) من أن تحتويه شهوة الجسد بحيث تجعله حبيس غرائزه لا يكسب من كل ذلك إلا الخسارة في الدنيا والآخرة.

والمرسل في الإعلام الإسلامي يعي جيدا وجوده في الحياة، ومن ثم فهو يعمل من خلال وظيفته على أن يقوي صلة الإنسان بخالقه، وبناء سمعة طيبة عنه على كافة المستويات والعمل "على تكثير فرص التعارف والتعاون الإنساني، وذلك في إطار من الضوابط الأخلاقية والمصلحة المعتبرة شرعا للفرد والجماعة"⁴.

و من ثم فإن إن المرسل يتوسل لتحقيق ذلك بأن تكون المضامين الإعلامية
أيا كان شكلها أو لونها، مضامين هادفة تدم المتلقي بالقيم والمعاني الهادية إلى الارتقاء
الروحي والنفسي، وتجعله موصولاً بالله .

ثانيا: الشمولية و العالمية: الشمولية هي إحدى الخصائص التي يتميز بها
الإعلام الإسلامي و هي خاصية يستمدّها من روح الإسلام باعتباره ديناً شمولياً
يتناول جميع القضايا العقدية و الاجتماعية و الاقتصادية بل و النفس البشرية بكل
أبعادها الروحية والجسدية ويتجاوزها إلى ما ترغبه هذه النفس من صور الترويح
المباح .

إذن فإن الشمولية في الإعلام الإسلامي لا تنحصر في الامتداد المكاني
فحسب ليستوعب الدنيا كلها و هذا الامتداد ليحتوي البشرية في كل أجيالها بل
هو أيضاً منهج " شمولي تتمدد زوايا الرؤية فيه لتشمل الإنسان في حياته العقلية و
حياته الوجدانية و حياته الجسدية "5، بمعنى أن الإعلام الإسلامي لا ينحصر في
المعلومة الدينية التي تقدم عبر الوسائل و إنما هي نظرة متكاملة تمتد لتشمل الحياة
بأسرها بشكل متوازن و دقيق امتثالاً لقوله تعالى: ﴿وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ
الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا﴾6 .

فالإعلام الإسلامي الصحيح وفق هذه النظرة يكمن في "تكامل الخريطة
البرامجية للمادة التي تقدم يومياً من الإذاعة المرئية و المسموعة أو في الصحف
الصباحية و المسائية أو في المجالات و الكتب و المحاضرات، و هذه الخريطة متكاملة
وفقاً لمبدأ "الوحدة و التنوع" أي وحدة الأهداف و الغايات و تنوع الوسائل و
الأشكال، أما أن يكون الحديث في الدين أو المعلومات الدينية مجرد فقرة أو نقطة
على الخريطة البرامجية يزيل مفعولها سيل من المادة المضادة إخبارية كانت أو ثقافية
أو فنية، فالنظرية الإسلامية للإعلام تتعاون فيها الخريطة كلها فتؤدي وظيفة وحيدة
هي الإعلام بالإسلام في الداخل والخارج فتقوم على عرض الإسلام و ترسيخ قيمه
والدفاع عنه حتى في البرنامج الصحي و السياسي و الثقافي و في برامج المرأة و
الطفل"7 .

و الواقع أن الشمولية في الإعلام الإسلامي تستوعب إلى جانب كل ما يسبق

شمولية الوسيلة المستخدمة في إيصال المضمون الإعلامي الإسلامي، حيث تشمل المجلة والصحيفة والتلفزيون والهاتف والإنترنت والفيديو والشريط السمعي، إضافة إلى وسائل الاتصال التقليدية الأخرى.

على أن مفهوم الشمولية في الإعلام الإسلامي لا يمنع من أن يكون ضمن هذا النشاط لون من ألوان الإعلام الإسلامي المتخصص في إحدى مجالات المعرفة الإسلامية، كتلك التي تخدم السنة وعلومها، أو القرآن وعلومه، أو حتى مجال النشيد الإسلامي، وهذا ليس بدعا في الدين الإسلامي، بل هو مما رغب فيه ودعا إليه كما في قوله تعالى: "قُلُوبًا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ"⁸.

وقد عرفت الساحة الإعلامية في هذا الشأن ظهور العديد من الفضائيات الإسلامية المتخصصة في مجال معين من الدراسات الإسلامية مثل "قناة الفجر" التي اهتمت بتلاوة القرآن وعلومه، و"قناة الأمة" التي اضطلعت بالدفاع عن المصطفى محمد صلى الله عليه وسلم، وهو ما يؤكد أن الإعلام الإسلامي بشموليته قادر على خوض معركة الإعلام بكل جدارة واستحقاق.

و يستتبع ذلك شمولية الأداء وهي إحدى المزايا التي يتفرد بها الإعلام الإسلامي دون غيره، فالمسلم في الرؤية الإسلامية مكلف بالقيام بمهمة البلاغ المبين و يملك القدرة على القيام بهذا الدور الإعلامي سواء في إطار اخطط الاجتماعي الذي ينتمي إليه أو خارج نطاق المجتمع، يتأسس ذلك من منطلق قوله عليه الصلاة والسلام: "بلغوا عني ولو آية"⁹.

و غني عن البيان و التفصيل ما قام به تجار المسلمين قديما في الإسهام في نشر الإسلام في الهند و إفريقيا و أقصى بقاع الأرض من خلال عمليات إعلامية فردية بوسيلة الاتصال الشخصي¹⁰.

و هو إلى جانب كونه إعلاما شموليا فهو أيضا إعلام عالمي يتوجه إلى الإنسان أينما حل و أينما ارتحل، واذ يستجيب الإعلام الإسلامي لهذه الخاصية فلأنه يستمدّها من روح الإسلام الذي ينادي بوحدة عالمية "تتخطى مراحل الزمن و الجنس و الأرض"¹¹ أين تذوب فيها "فوارق العرق و اللون و القومية و يحترم فيها الكائن الإنساني لأنه إنسان"¹².

إن الإعلام الإسلامي في كل ذلك يتوجه بما يقدمه من مضامين إلى الأبيض و الأسود والعربي والأعجمي لا يفاضل بينهما في محتوى الخطاب على اعتبار أحقية كل واحد من هؤلاء في أن يصله الخطاب كما هو .

والإعلام الإسلامي وفق هذه النظرة الإسلامية، إعلام عالمي يتوجه إلى عامة الناس، فهو من حيث عالمية المكان لا يختص برقعة جغرافية معينة كما تقتضيها الحدود الأمنية والسياسية، بل يتوجه إلى الإنسان أينما كان، وأما من حيث عالمية الزمان، فلا تحده فترة زمنية معينة، والمرسل في الإعلام الإسلامي يعني جيدا هذا المبدأ، فيتوجه إلى الإنسانية كلها دون تفرقة بين جنس أولون، أو شعب "فالإلإنسانية واحدة وأمة المسلمين أمة واحدة، وجماعة واحدة ووطن واحد، وجسد واحد، لا وجود فيه للفوارق الجنسية أو اللغوية (...). وهكذا يتسع أفق الوطن الإسلامي ويسمو عن حدود الوطنية الجغرافية إلى وطنية المبادئ الإسلامية والعقائد الخاصة الصحيحة والحقائق التي جعلها الله للناس هدى ونور"¹³.

والعالمية في الإعلام الإسلامي ليست هي العولمة التي تعمل على نشر نموذج حضاري واحد لا يحترم معنى السيادة الثقافية، بل تركز على مبدأ الهيمنة الأحادية على بقية الثقافات الأخرى¹⁴، إن العالمية في الإعلام الإسلامي على رحابتها في الإسلام لا تصوغ جميع الأمم في بوتقة واحدة، وقالب واحد، بحيث تكون نسخ مكررة، وإنما تشكل الهيكل الأساسية للفرد والمجتمع، وفي الوقت ذاته لا يتدخل في كل الجوانب والقضايا، فالشعوب التي دخلت الإسلام لم يسلخها سلخا كاملا عن مألوفها، "فالفضائل قد تتعدد ودائرة المباح واسعة، وبذلك تتمايز الشعوب التي تدخل في الإسلام فيما بينها تمايزا واضحا مع اشتراكها في كثير من السمات والخصائص"¹⁵. ومن ثم فإن العالمية في الإعلام الإسلامي لا تتصل بأي نوع من أنواع الهيمنة وإنما هي مشروع رسالي للإنسانية جمعاء.

ثالثا: الواقعية

سمة الواقعية من الخصائص التي يتميز بها الإعلام الإسلامي، وواقعية الإعلام الإسلامي لا تعني بما مدلول الواقعية الشائع من الخضوع للواقع و مسايرته، فواقعية الإعلام الإسلامي لا تعني أنه يخضع لواقع المجتمع فيسياره أو يخضع لواقع العصر

فيصطبغ بصبغته و إنما نعي بها هنا تلك الواقعية المستمدة من موافقة المنهج للفطرة البشرية و للحياة الإنسانية على وجه العموم¹⁶.

إن الواقعية تعني أيضا "مراعاة واقع الإنسان من حيث هو مخلوق مزدوج الطبيعة فهو نفخة من روح الله في غلاف الطين، ففيه العنصر السماوي و العنصر الأرضي و من حيث هو ذكر أو أنثى لكل منهما تكوينه و نزعاته و وظيفته و من حيث هو عضو في مجتمع لا يستطيع أن يعيش وحده¹⁷.

وعلى هذا الأساس فإن الإعلام الإسلامي وفق خاصية الواقعية يتعامل مع الإنسان من حيث حقيقته الذاتية الموجودة فعلا على أرض الواقع باعتباره مخلوق مكون من لحم و دم و عقل و روح و الذي تتجاذبه موازين الخير و الشر، و بعبارة أدق ذلك الكائن الواقعي الذي "له خصائصه و له مشخصاته وله فاعليته وله انفعاله وله تأثيره و له تأثيراته لا مع معنى مجرد أو فرد على حدة"¹⁸.

هذا من حيث تصور الإعلام الإسلامي لحقيقة الإنسان و ذاته الموجودة، أما من حيث طبيعة المنهج الذي يتعامل به و يقدمه للإنسان فالإعلام الإسلامي وفق هذا المعيار يتوافق في تعامله معه (الإنسان) مع الفطرة البشرية المكونة لهذا المخلوق على اعتبار أن منهجه هذا يتسق مع المنهج العام للإسلام.

فالإعلام الإسلامي واقعي يتعامل مع المتلقي بطريقة تلي حاجاته الإنسانية و في ذات الوقت لا يستجيب لغرائزه بلا ضوابط و معايير شرعية، بل يمدد بما يحتاج و يرتقي به إلى ما هو خير في دينه و دنياه.

رابعا: الالتزام

المجتمع الإسلامي مجتمع يقوم على مجموعة من الضوابط و المرتكزات التي تجعله دائما مجتمعا متماسكا وتحفظه من التصدع والانهيار و هذه الضوابط هي تلك العقيدة و الشريعة السمحة و مجموع القيم النبيلة التي تسير حركيته، والقائم بالاتصال في الإعلام الإسلامي ملزم بأن يتناول القضايا المختلفة وفق التصور الإسلامي دونما تنازل عن هذه المرتكزات و هذه المبادئ التي يؤمن بها، ووفق هذا الاعتبار يكون الإعلام الإسلامي إعلام ملتزم بعقيدة الإسلام في كل شيء، وهو في كل ذلك يشق وظيفته من وظيفة المجتمع الإسلامي نفسه كما أرادها الله تعالى وهي

وظيفة الإشهاد على الناس.

إذن فالمرسل وفق هذه النظرة، "يتصل ليؤثر ويؤثر دائما، وكل مضمون يقدمه يجب أن يحقق هذا الهدف وكل همسة منه وكل خطوة أو حركة يجب أن يكون لها حساب، وأن ينظر إليها بقدر ما تحقق له من نجاح، بل إن النجاح إذا لم ينظر إليه على ضوء شهامته في تحقيق الهدف النهائي، فهو خسارة محسوبة عليه لا محالة"¹⁹، ومن ثم فعلى المرسل في الإعلام الإسلامي أن يتمسك بمثله وقيمه العليا، وأن يعمل فوق كل ذلك على إبرازها وتجيئها للجمهور المتلقي أيا كان جنسه، وأيا كان موقعه، بأن تكون السمة الظاهرة للبرامج أيا كان شكلها أو لونها... "برامج هادفة تنضح بالمعاني الإسلامية السامية المرشدة، سواء كانت هذه البرامج ترويجية مسلية أو منوعات خفيفة، أو البرامج والمواد العلمية أو الأدبية أو الفنية"²⁰.

هذا الالتزام الذي نعتبره نوعا من القيد الأخلاقي لا يحد من إمكانية الإبداع لدى المرسل في الإعلام الإسلامي، فله أن يطرق ما يشاء من المواضيع شريطة ألا يخرج عن مثله وقيمه والأطر الشرعية التي حددها الإسلام، بأن يقدم مختلف البرامج في صورة عفيفة ليس فيها خدش لكرامة الجماهير أو المساس بحياتهم.

كما أن هذا القيد الأخلاقي لا يمنع المرسل في الإعلام الإسلامي من إمكانية الجودة والإبداع في مجال المهارات الإعلامية والذي يجعل من المضمون والشكل على السواء يرقى بذوق المشاهد ويسمو به نحو آفاق الخير والمتعة، فصناعة العرض سواء كان في الإذاعة أو التلفزيون أو شبكات الأنترنت وغيرها من وسائل الاتصال عملية لا تقتصر على الجانب المادي فحسب، بل تقوم أيضا على الجوانب الجمالية والإبداعية والفنية، وليست الأجهزة والآلات والمعدات -رغم أهميتها- إلا أدوات تعمل في خدمة الإبداع وتحقيق الإقناع والإمتاع، "وتحويل النص من حيز الأفكار المجردة إلى واقع تجسده الصورة وحيوية الحركة وإيجاء الإيقاع، وفاعلية الصوت ودلالة الكلمات"²¹، وبه يكتمل المشهد الإعلامي الهادف إلى السمو والكمال.

خامسا: الإعلام الإسلامي حر ومسؤول

الحرية الإعلامية في الإعلام الإسلامي جزء لا يتجزأ من الفلسفة الشاملة

للحرية في الإسلام، ذلك أن حرية إبداء الرأي والتعبير عنه أمر فطري وحق طبيعي وواجب شرعي مرتبط بكيان الإنسان، فمن حق كل إنسان أن يعبر عن أفكاره وآرائه بصورة مستقلة ومختارة لإعلام الكافة بما يؤمن به، فإذا تمكن من ذلك عندها يصبح متمتعاً بحرية إبداء الرأي، والتي يقصد بها في مفهومها الشامل "حرية التعبير الخارجي صراحة أو دلالة، وباللسان أو الفكر الباطني، جهراً بالحق في كل ما لا يعد خروجاً على أحكام الشرع والقيم والتقاليد السائدة في المجتمع، وإسداء للنصح في كل ما يحقق النفع العام ويصون مصالح كل من الفرد والمجتمع وذلك في إطار من الالتزام بأوامر الشرع"²².

وبناء على ذلك، فإن الحرية في الإعلام الإسلامي مكفولة في الإسلام، بيد أنه يقف منها موقف الوسط، فالإسلام لم يسلبها من الأفراد والجماعات كما هو الشأن مع أنظمة الإعلام الاشتراكية والدكتاتورية، ولم يطلق لأصحابها العنان لقول ما يشاءون كما تفعل أنظمة الإعلام الليبرالية، وهذه الوسطية تبرز بشكل واضح من خلال مجموعة من الضوابط والإجراءات الفعالة التي تضبط استعمالها بحدود شرعية وقيود خاصة، على المرسل في الإعلام الإسلامي أن يلتزم بها ويسير وفقها، وهذه الضوابط ينظر إليها من زوايتين²³.

الأول: ضوابط منهجية: وهذه الضوابط ترتبط بأساليب الإلقاء والتلقي بشكل يؤدي بالعمل الإعلامي في مجال حرية الرأي إلى تحقيق نتائج أكثر إيجابية، ويدخل ضمن هذه الضوابط المنهجية الاعتبارات الآتية:

أ- منهج الجدل بالحسنى: فعلى المرسل في الإعلام الإسلامي وهو يمارس حق حرية التعبير أن يطرح رأيه بالأسلوب الحسن، والحكمة والموعظة حتى مع خصومه لقوله تعالى: " ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ"²⁴، أي أن المقصود ممارسة هذه الحرية بأسلوب علمي قائم على الدعوة بالحكمة والموعظة الحسنة، "دون اللجوء إلى آية صورة من صور العنف أو الإكراه غير المشروع سواء بين المسلمين أنفسهم أو بينهم وبين غيرهم"²⁵.

ب- منهج الثبوت: وهو شرط يصحب إبلاغ الرأي بالحسنى، ومبدأ المرسل في الإعلام الإسلامي تجنب إبداء الرأي في القضايا المطروحة إلا إذا تجاوزت مرحلة

الظن إلى مرحلة اليقين "فالمؤمن دائما ينبغي أن يتمهل في التصرف والعمل بالخير حتى يتيقن له صدقة من كذبه ويتميز طيب القول من خبيثه"²⁶، وهو أمر شدد عليه القرآن الكريم في ضرورة تحري الدقة والتريث في نقل الأخبار والآراء إلى الناس، من ذلك ما جاء في قوله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ"²⁷، وهو ما عبر عنه أحد الباحثين بصدق الخبر أي الالتزام بالحقيقة المجردة بغير زيادة ولا نقصان²⁸.

الثاني: ضوابط أخلاقية: وهذه الضوابط مرتبطة أساسا بحفظ أعراض الناس وسمعتهم ويندرج ضمنها:

1- مراعاة المعاني الأخلاقية في الإسلام: حيث يحرم على المرسل في الإعلام الإسلامي الكذب والفحش في التعبير وقول الزور وذلك لما تؤدي إليه هذه الأمور من إضرار بالآخرين وإشاعة الفتن والفوضى داخل المجتمع لقوله صلى الله عليه وسلم: "ليس المؤمن بالطعان ولا اللعان ولا الفاحش"²⁹.

2- الخوض في أعراض الناس وسمعتهم بالإيذاء والجرح: عن طريق إذاعة أسرارهم، أو رميهم بالقبائح بحجة إبداء الرأي -ذلك أن حفظ أعراض المسلمين من الضرورات الخمس التي جاء الإسلام لتحقيقها، فهي عن انتهاكها بالقول (القذف) أو بالفعل (الزنا)³⁰.

فلا يحل للإعلامي المسلم من هذا الوجه أن يعتدي على أعراض الناس فاضحا أسرارهم، وهو يظن أنه يقدم خبرا إعلاميا، وسبقا صحفيا يؤجر عليه، كما يتسابق الصحفيون اليوم، بل إن هذا المسلم أو الإنسان أيا كان له حقوقه وحرماته فلا يجوز لخلق الله جميعا ظلمه أو التعدي عليه³¹، مما يؤكد صراحة أن الإسلام يرفض الحرية الإعلامية التي لا ضابط يحكمها أو يوجه استخدامها ويؤثر على مسارها.

فالحرية الإعلامية في الإسلام إذن لا تعني أن يفعل المرسل ما يشاء أو يقول ما يريد دون ضابط أو قيد، لأن الحقوق والحريات مترابطة، فإذا لم يكن للحرية حد تحولت إلى «دائرة الإمكان والقدرة التي تحول الحرية في آخر المطاف إلى حرية الفراغ، ولذا تؤكد الدراسات العلمية الحديثة على أنه ليس هناك حرية مطلقة بلا

قيد ولا ضابط، وهذا ما تؤكد عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، حيث ترى أنه "ينبغي على رجل الإعلام أن يستخدم عقله ويحكم المنطق ويراعى الصالح العام لأن الحرية الإعلامية حق وواجب ومسؤولية في وقت واحد"³².

ولذا فإن على المرسل في الإعلام الإسلامي الحر أن يلتزم هذا المنطلق في دعوته للخير والصالح ونهيهِ عن الضلال والفساد والنصح للأمة والحرص على مصالحها الحقيقية، ولا يكون ذلك إلا عندما يشعر القائم بالاتصال بمسؤوليته أمام الله سبحانه وتعالى فيرعى أمانة الكلمة انطلاقاً من عظم مسؤوليتها في القرآن العظيم والسنة المطهرة³³.

من هنا يتضح معنى مسؤولية الإعلام الإسلامي الحر في رعاية أمانة الكلمة، وهذه المسؤولية لا تنبع من رقابة المجتمع أو سلطة الدولة، وإنما تنبع من رقابة الله تعالى، ومن إيمان المرسل بالله تعالى بضرورة تطبيق سلطته وشرعه، ذلك أن هذه السلطة الإلهية هي التي تؤمن الحرية الإعلامية من الانحراف وتحكيم الهوى والسير بها إلى الفوضى.

سادساً: الموضوعاتية

يعتقد لأول وهلة كل من يتصدر للحديث عن المضامين الإعلامية في الإعلام الإسلامي انحصار موضوعاته وقلتها، فهي في اعتقاده لا تتعدى المضامين المتعلقة بالعقيدة والشخصيات والفتاوى وبعض دروس الوعظ والتركيب النفسية.

والواقع أن هذا القصور المنهجي في حقيقة الأمر هو نتاج للنظرة غير الشمولية لحقيقة الإسلام، ذلك أن مضامين الإعلام الإسلامي عديدة ومتنوعة وواسعة الآفاق، وهو أوسع من أن يحصر نظرتة في قضايا العقيدة وشؤون العبادة وإن كانت إحدى زواياه.

إن الإعلام الإسلامي يعتبر مجالات الكون والإنسان والحياة والوجود موضوعاً يمكن عرضه ومناقشته، فهو يتناول الكون بسمائه وأرضه ومجراته وكواكبه، ويتناول النفس الإنسانية في تكوينها الجسماني والروحي والحياة بما فيها من ظواهر بينية وطبيعية وغيرها وفق نظرة تنسجم مع نظرة الإسلام.

يتعرض الإعلام الإسلامي لقضايا المرأة و شؤونها لكنه لا يعرضها من منطلق أنها سلعة للمتاجرة بجسدها ، أو اعتبارها متعة وأداة للإغراء الجنسي لا هم لها سوى إهمار مشاهديها بجمالها و أناقة ملابسها ، إنما يتناول موضوع المرأة و قضاياها بوصفها رمزا للطهر و العفة و الفضيلة و بوصفها نصف المجتمع الذي عليه صلاحه و ارتقاؤه و دوره في صيانة خلية المجتمع ممثلة في الأسرة ، و على افتراض أنه يتناول الانحراف في سلوك المرأة فإنه يستشير في ثنايا هذا العرض معالم الرفض في وجدان المتلقي لمثل هذا السلوك المشين ، و الإعلام الإسلامي في كل ذلك يترفع على أن يقع في باب المحظورات .

و حول قضايا العالم الإسلامي يتعرض الإعلام الإسلامي لهذا الموضوع ليس من جانب ما يجري فيه من أحداث فحسب ، و إنما يتعرض له من منطلق أن قضايا العالم الإسلامي مشتركة الدين و التاريخ و المصير ، و على أنها قضايا تستثير في نفس المتلقي كوامن الرفض و الإدانة لما يتعرض له المسلمون و إخوانه من صور الظلم و الإهانة و أشكال التنكيل و يستدعي انتفاضة موحدة في وجه الظالم .

و يتعرض الإعلام الإسلامي للجمال و أبعاده و لكل ماله علاقة بإدراك الاتساق في الحياة ، ذلك أن النظرة الإسلامية في الإعلام الإسلامي تقر إمتاع النظر بالجمال في الكون و الحياة و الإنسان، واستشعار الوجدان في كل ما هو جميل ، و هو في الوقت ذاته يؤكد على أن هذه المتعة ليست مقصودة لذاتها و إنما هي موجهة إلى مقصد أسمى و أجل و هو الوصول على الإيمان بالله تعالى مبدع هذا الكون ، " إذ هي (المتعة) أسعد اللحظات التي تهيم الإنسان و تمهد له ليتصل بالجمال الإلهي الذاتي " ³⁴ على حد تعبير سيد قطب .

و في هذا السياق يشير أحد الباحثين إلى ضرورة تهيئة الإنسان المسلم إلى مثل هذا الإحساس في التذوق الجمالي حيث يقول " إذا أردنا أن يكون هناك تنقيف للإنسان من الناحية الجمالية يجب أن يستهدي بروح القرآن في تأمل جمال الطبيعة و الاستمتاع بنظامها و جمالها دون فلسفة كبيرة... وأن يفكر في هذا الصنع الجميل الذي لا نهاية له بحيث نصل من النظر للكون و جماله إلى الحكمة الكبرى التي تجلت في نظام الطبيعة و التي نراها في هذا العالم الجميل الذي يمثل شيئا من صنع الله الذي

لا نهاية له "35.

و في الوقت ذاته تحذر النظرة الإسلامية في الإعلام الإسلامي من الاستغراق في طلب الجمال و الانسياق له ، ذلك أن المسلم إذا صرف وجهته و مقصده عن الحكمة الكبرى التي توصله نحو الله تعالى ، استدرجته مغريات الشيطان ، و حولت هذه الوجهة السامية إلى الانقياد لهذا الجمال ليصير صنما يعبد من دون الله ، و انتقلت به من فكرة الجمال لأجل الله تعالى إلى فكرة الجمال لأجل الجمال التي تبيح عدم الالتزام .

وتشكل السياسة ركنا مهما في الإعلام الإسلامي، و إذا كانت نظم الإعلام الغربية في تناولها لقضايا السياسة تقرر السعي للقوة و السلطة و القيادة و الرغبة في السيطرة و التحكم في مصائر الشعوب، فإن الرؤية الإسلامية في الإعلام الإسلامي تقف على النقيض من ذلك ، ذلك أن المرسل إذ يتناول ذلك فإنه ينظر إلى الإنسان الذي يحتل هرم السلطة من خلال اختيار المسلمين له عن طريق ما يسمى الشورى ، و إذ هو يمارس هذه السلطة فليس من منطلق أنه صاحبها ، و إنما من منطلق النيابة . و بهذه الرؤية يرتفع الإعلام الإسلامي بوعي المتلقي على أن سياسة الدولة تكليف و ليس تشريف، مسؤولية لا سيطرة، وفي هذا السياق يشير أحد المهتمين بالقول " بينما ترمي الدساتير الحديثة و القوانين أن تجعل قاعدتها الرئيسية في وضع الأحكام فكرة الأحقية و الامتلاك ، ترى الشريعة الإسلامية _ و هذه إحدى الخصائص التي تجعل قاعدتها الأولى فكرة الوجوبية و الالتزام أكثر مما تجعل فكرة الأحقية و الاستحواذ ، فالإنسان في عرف الشرع لا ينظر إليه أولا على أنه صاحب حق ، و لكن ينظر إليه من أنه متحمل لمسؤولية ملزم بأداء واجب أو طائفة من الواجبات "36.

خاتمة:

هذه بعض الملامح التي يتميز بها الإعلام الإسلامي، و هي خصائص تمس الجانب النظري ما يؤكد أن الإعلام الإسلامي يملك القدرة على العطاء و إيجاد الشخصية المتكاملة التي تقوم بعملية الإشهاد على الناس، وتبقى المسؤولية هنا ملقاة على عاتق القائم بالاتصال لتتزيل هذه الخصائص على المحتوى المقدم أثناء الممارسة الإعلامية من أجل الارتقاء بمستوى هذا الإعلام إلى صفة (الإسلامي) المنشودة.

الهوامش :

- (1) مسرت جمال، "الأدب الإسلامي و حاجته في الأدب العربي المعاصر" تاريخ الدخول : 12- 4- 2008 ، انظر : (www.darugugoom-deoband.com).
- (2) المؤمنون، 115.
- (3) محمد موسى البر، "الإعلام الإسلامي :دراسة في المفاهيم و الأصول و الخصائص"، مجلة جامعة القرآن الكريم و العلوم الإسلامية،السعودية، ع10، 2005م، ص316 .
- (4) سيد محمد ساداتي الشنقيطي، الإعلام الإسلامي: المفهوم والخصائص، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، ط2، 1998م، ص50.
- (5) محمد كمال الدين إمام، الإعلام الإسلامي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ،القاهرة، دط، 2004م ، ص150 .
- (6) القصص/77.
- (7) محمد كمال الدين إمام، مرجع سابق، ص155 .
- (8) التوبة، 122.
- (9) رواه البخاري ،باب ما ذكر عن بني إسرائيل، ج3، ، انظر: البخاري، الجامع الصحيح، ج3 ، تحقيق مصطفى ديب البغا، دار ابن كثير ، بيروت، ط3، 1987م، ص1275.
- (10) " أحمد عديلي، "الإعلام الإسلامي"، تاريخ الدخول: 2010/6/12.
- (11) مجموعة من المؤلفين، دراسات في الثقافة الإسلامية، مكتبة الفلاح، الكويت، ط:5، 1985م، ص22.

عن موقع: <http://ahmadedibi.wordpress.com>

- (12) المرجع نفسه، ص21.
- (13) يحيى سالم عواد صالح، "الإسلام منهج شامل"، مجلة كلية الدعوة الإسلامية، ج1، ع16، 2001م، القاهرة، ص72.
- (14) النصف وناس، "مضامين العملية الاتصالية والثقافية"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، ع1، 1998م، ص10.
- (15) عمر سليمان الأشقر، نحو ثقافة إسلامية أصيلة، دار النفائس، بيروت، 1991م، ص70.
- (16) أحمد عديلي، الموقع السابق.
- (17) محمد كمال الدين إمام، مرجع سابق، ص155.
- (18) سيد قطب، خصائص التصور الإسلامي و مقوماته، دار الشروق، ط12، القاهرة، 1992م، ص175.
- (19) محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي: المبادئ-النظرية-التطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2002م، ص34.
- (20) عبد القادر طاش، التلفزيون الإسلامي ودوره في التنمية، عالم الكتب، الرياض، دط، 1985م، ص49.
- (21) كرم شلبي، الإنتاج التلفزيوني وفنون الإخراج، مكتبة التراث الإسلامي، القاهرة، دط، دت، ص8.
- (22) هاني سليمان الطعيمات، حقوق الإنسان وحرياته الأساسية، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط7، 2003م، ص181.
- (23) إبراهيم شوقار، منهج القرآن الكريم في تقرير حرية الرأي ودوره في تحقيق الوحدة الفكرية بين المسلمين، دار الفكر، دمشق، ط1، 2002م، صص 72-73.
- (24) النحل/125.
- (25) هاني سليمان الطعيمات، مرجع سابق، ص191.
- (26) إبراهيم شوقار، منهج القرآن الكريم في تقرير حرية الرأي ودوره في تحقيق الوحدة الفكرية بين المسلمين، مرجع سابق، ص72.
- (27) الحجرات/6.
- (28) نصير بوعلي، الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، دط، 2005م، ص51.
- (29) أخرجه الترمذي في السنن، باب اللعنة، ج4، أنظر: الترمذي: الجامع الصحيح، تحقيق أحمد محمد شاكر و آخرون، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ص350.

- (30) هاني سليمان طعيمات، مرجع سابق، ص190.
- (31) مصطفى كناكر، الدعوة الإسلامية في القنوات الفضائية، دار أفنان، دم ن، ص186 .
- (32) سعيد بن علي، الحرية الإعلامية في ضوء الاعلام، دم ن ، ص136 .
- (33) سعيد بن علي، المرجع نفسه، ص137.
- (34) سيد قطب ، في ظلال القرآن ، مج7 ، ج29 ، دار الشروق ، القاهرة ، بيروت 1985م، ص15.
- (35) جمال الدين عطية : "سمنار فلسفة الفن في الإسلام " ، مجلة المسلم المعاصر ،المعهد العالمي للفكر الإسلامي، نوفمبر _ديسمبر 1990م، ص103.
- (36) سمير فرقاني ،طبيعة العلاقة بين الحاكم و الرعية في الفقه السياسي الإسلامي ،ماجستير ، معهد الشريعة ، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، قسنطينة ، 1993م ، ص234.