

الفصل الثالث الدعوة والإعلام الإسلامي

مكانة الإعلام في الإسلام:

علمنا من قبل أن الإعلام فرع من الاتصال، حيث لم ينفصل الاتصال يوماً من الأيام عن مسيرة الحياة الإنسانية، سواء أكان اتصالاً ذاتياً أو فردياً أو جمعياً. ويستمد الاتصال قيمته الفكرية من عِظَم المضمون الذي يحمله، وإذا كانت بعض السلبيات تعتري المسيرة الاتصالية باستخدامها في الخداع والظلم فإنما تقع مسؤولية ذلك على فاعله وليس على الوسيلة نفسها.

ولقد استفادت الدعوة إلى الخير من علوم الاتصال؛ لأنه يمثل مهارة بشرية تميّز بني البشر عن غيرهم، وما أرسل الله الرسل إلا لإعلام الخلق بحقيقة الخالق وبيان الطريق الصحيح للحياة السعيدة، وجاء كل نبي ورسول يؤكد هذه المهمة ﴿أَبْلَغُكُمْ رَسُولَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحُ لَكُمْ﴾ [الأعراف: ٦٢]، وكان هذا أمر الله لرسوله الخاتم: ﴿يَأَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ﴾ [المائدة: ٦٧]، والبلاغ هو الإعلام بكل وظائفه: بشارة وندارة، وتفسيراً وإيضاحاً، وإخباراً وتذكيراً.

ومن هنا: فإن الإعلام يجب أن يكون عملاً مسؤولاً وقضية بشرية توجه الإنسان وتضبط سلوكه؛ ليستقيم في أسلوبه ورسائله ولتستقيم حياته باستقامته على منهج الله.



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

والمجتمع الراشد هو الذي يتلمس جوانب الخير في الإعلام ومناهجه ويُسخر وسائله- التي هي محايدة في الأساس-؛ ليتحقق بها وعن طريقها صلاح الأمة واستقامة المجتمع، ويظل للإعلام مزاياه وأثره الإيجابي في المجتمع الإنساني ما دام ينطلق من وعي صحيح واستقامة على المنهج القويم.

وقد اصطلح على تسمية هذا النوع من الإعلام بالإعلام الإسلامي؛ لتمييز بأنه إعلام طاهر يحرص على الخير وعلى دعوة الناس إليه، فهو إن نقل فينقل الأخبار الصحيحة الصادقة، وإن نصح فينصح بما يرشد الناس للحق والخير، وإن استُخدم في الترفيه فلا يضيع الأوقات ولا يُرفّه بالمحرمات ولا يخرج عن المباحات، كما أنه يحرص على تربية الناس على الفضائل.

بين (الإعلام الديني) و(الإعلام الإسلامي):

يجب أن نميز بين مصطلحي (الإعلام الديني) و(الإعلام الإسلامي)؛ وذلك بسبب:

١- أن الإعلام الديني أعم من الإسلامي، من جهة التعامل مع النصوص الشرعية؛ لأنه إعلام متخصص في مجاله؛ لذا: فالإعلام الديني يشمل المناهج الإسلامية ومناهج الأديان والملل الأخرى، ونجد وسائل إعلام رسمية لبعض الدول العربية تقدم هذا النموذج من الإعلام.

٢- أن الإعلام الديني ينحصر في الصفحات الدينية في الصحافة والبرامج الدينية في الإذاعة والتلفزيون، وأما الإعلام الإسلامي فهو أن تكون الوسيلة الإعلامية مقبولة إسلامياً من الغلاف إلى الغلاف، ومن الافتتاح إلى الاختتام حتى لو تنوعت المواد المطروحة.

٣- أن المفهوم الديني للإعلام يرسخ المفاصلة بين الدين وشؤون الحياة الأخرى، فكأنه يوجد هناك إعلام ديني كهنوتي، وآخر علماني غير ديني، وهذا المفهوم ينتقص من شمولية الإسلام وعموميته، في حين أن الإعلام الإسلامي يلغي هذه المفاصلة ويرسخ شمولية الإسلام (ديناً ودولة ودنيا).

مميزات الإعلام الإسلامي:

ومن هنا تظهر ميزات الإعلام الإسلامي، التي منها:

١- أنه وسيلة لإرشاد الإنسان إلى عبوديته لله وحده؛ لتوجيه فكره نحو التفكير في ملكوت الحق سبحانه، بعرض مظاهر قدرته وعجائب قدرته، وهذه عبودية عملية، كما يرشد عمل الإنسان ببيان أوجه الخير من الشر، وهذا يوجهه نحو التزام منهجه ومحبة دعوته ومحبة أنبيائه وعباده الصالحين، وتفنيده كل ما يثار من شبهات وادعاءات.. وهذه عبوديات عملية وعلمية.

٢- الرسالة الإعلامية الراشدة هي التي تقود إلى تنمية المجتمع ورفاهيته وإقامة علاقات المودة والألفة والتعاون بين أفرادها وجماعاته وعامة المسلمين، وتقريب الفوارق بين الثقافات وبيان معالم فكر الإسلام لغير المسلمين ﴿يَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا﴾ [الحجرات: ١٣]، وبذلك تقوم دولة الهداية وأمة الفضيلة.

٣- وسائل الإعلام منبر يستخدمه أبناء الأمة للتعبير عن آرائهم البناءة، ولتقديم الجديد في أمور الحياة، ولتحديث أساليب العيش والعمل،



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

بما يتيح التنمية والنماء؛ حتى أضحت هذه الوسائل دربًا لازمًا من دروب الحياة المعاصرة.

٤- الإعلام الإسلامي هو لغة الخطاب الإسلامي للأفراد والجماعات عبر وسائل الاتصال، وقد تميز الإسلام بوسائل خاصة وأساليب منفردة، كخطبة الجمعة، وخطبة العيدين، وتجمع عرفة يوم الحج الأكبر، وانفرد بالأذان إعلانًا عن الدعوة إلى العبادة والصلاة.

٥- الإعلام الإسلامي ووسائله من أهم عوامل نقل الحضارة، وإشاعة الثقافة الجادة والعادات الاجتماعية المنضبطة، ودعم الفكر الصالح، والتوعية السياسية والاقتصادية الراشدة الواعية، وبث القيم الصحيحة في العادات والسلوك، والصحة الجسدية والبيئية والنفسية، وتحقيق التواصل الاجتماعي والثقافي بين الأفراد والجماعات والأمم.

وحتى نحقق رسالة الإعلام في المجتمع فإنه لا بد من توفير الحصانة للمجتمع ضد الإعلام الوافد والموجه لإفساد عقائد الأمة وسلوكها^(١).

خصائص الإعلام الإسلامي:

يتميز الإعلام الإسلامي عما سواه بعدة خصائص، هي:

• إعلام عقائدي ملتزم وله رسالة: فلا بد أن يعكس الإعلام الإسلامي العقيدة الإسلامية بشكل فاعل ومؤثر؛ فهو ملتزم بعقيدة الإسلام في كل شأن من شؤون

(١) مستفاد من مقالة للدكتور أحمد حسن محمد، جامعة إفريقيا العالمية، ٢٥-١٠-٢٠٠٣، على موقع

الحياة، هو يعمل على نشر العقيدة وتعميق الوعي بها والتحاكم إليها في كل شيء^(١)، فالعقيدة تمثل المنهل الأكبر للإعلام الإسلامي والأحكام الشرعية، والتزامها هو أحد معاني الالتزام بالعقيدة.

• **إعلام شامل:** يغطي الإعلام الإسلامي مجالات الحياة المتباينة، أي: لا يرتبط بمهام معينة كالوعظ والإرشاد مثلاً، وإنما يتجاوزها إلى شتى مجالات الحياة: السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية.. وغيرها^(٢)، ليضبطها جميعاً وفقاً لأحكام الإسلام وتوجيهاته.

• **إعلام عالمي:** يتوجه للناس كافة ولا يرتبط بحدود جغرافية، قال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾ [الأنبياء: ١٠٧]، وقال تعالى: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾ [سبأ: ٢٨]، وهذا التوجه للبشرية من باب الشعور بالمسؤولية التي حملنا الله تعالى إياها للسعي لهداية الخلق.

• **إعلام قيادي:** لا يكتفي بترجمة الواقع في مجالاته المختلفة أو التعبير عنه، ولكنه يتجاوز ذلك من أجل تغييره؛ ولذا: يسعى دوماً إلى الترقى والسمو، وبذا: يتحقق من خلاله القيادة الحقة التي لا تستسلم لواقع الإخفاق، وهو بذلك إعلام إيجابي بناء.

• **إعلام علني:** الإسلام دين ظاهر ليس فيه أسرار ولا كهنوت، ولا يختص طائفة بفهمه دون أخرى، ويمكن للإنسان أيًا كانت لغته وقدراته أن يفهم

(١) أصول الإعلام الإسلامي، د. إبراهيم إمام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٥ (ص ٤٨).

(٢) الموسوعة الإعلامية، مرجع سابق (ص ٣١٦).



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

عقيدته وأن يستوعب رسالته، وهو يعلن عن نفسه وعقيدته وشريعته في كل مكان وزمان؛ وانطلاقاً من هذا لا بد أن يكون الإعلام الإسلامي جريئاً وعلنياً وصريحاً فيما يقدمه، لا يتوانى عن الأمر بالمعروف ولا النهي عن المنكر، فهذا من أصول الدين، لكنه يقدم ذلك بأسلوب علمي موضوعي لا يلجأ فيه لفضح المستورين، بل يفعل كما كان رسول الله ﷺ يفعل «مَا بَالُ أَقْوَامٍ يَفْعَلُونَ كَذَبًا وَكَذًا»، أما من جهر بالعداوة والخطأ فهذا يمكن التصريح باسمه وتفنيد شبهه؛ لأنه هو الذي أخرج الأمر للعلن^(١).

وفي الوقت نفسه: يشجع كل عمل إيجابي ويسعى لإشاعته ونشر أخباره وبيان أفكاره ومنفذه؛ ليكون قدوة للناس.

• إعلام منصف متزن: يعتمد الموضوعية ويحترم الآراء ﴿قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ﴾ [البقرة: ١١١]، كما أنه يترك الجدل والمرء؛ لأن الإسلام يذم المرء، يقول رسول الله ﷺ: «أَنَا زَعِيمٌ بَيْتٍ فِي رِبْضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ، وَإِنْ كَانَ مُحِقًّا»^(٢).

ومن اتزان الإعلام الإسلامي أنه لا يبالي في نقد الآخرين، ولا يبالي في تهويل الأخطاء، ولا يعرضها بأسلوب تهكمي ساخر، قال تعالى: ﴿يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ءَاعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ﴾ [المائدة: ٨]^(٣).

(١) انظر: المرجعية الإعلامية في الإسلام، د. طه أحمد الزيدي، مرجع سابق (ص ١٠٠).

(٢) أخرجه أبو داود، حديث (٤٨٠٠).

(٣) المرجعية الإعلامية في الإسلام، مرجع سابق (ص ١٠١).



والإعلام الإسلامي لا يفتعل الأحداث، ولكنه يرتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وبصفة خاصة الأحداث التي يمكن استثمارها إعلامياً، ويحاول من خلالها لفت الانتباه إلى مواطن التأمل والعظة والعبرة^(١).

• **إعلام واقعي ومثالي في الوقت نفسه:** فهو واقعي بحيث لا يكلف الناس بما لا يطيقون، وهو مع الناس في همومهم ومشكلاتهم يخالطهم ويصبر على أذاهم، لكنه أيضاً مثالي يحبذ الصورة المثالية دائماً ويدعو إليها، ويعلم بأن أقواماً سيسعون للالتزام بها ولا ييأس من ذلك.

أهداف الإعلام الإسلامي:

للإعلام الإسلامي أهداف أربعة، وهي تتفق مع الأهداف التي ذكرناها في فصل الإعلام، لكنها هنا منضبطة بالإسلام.

فالهدف الأول للإعلام هو الإخبار، وهو نفسه هدف الإعلام الإسلامي الأول، لكن الإسلام يضبطه بضابط (الإخبار النافع الصادق)؛ فربما انحدرت بعض وسائل الإعلام لتخبر الناس بكل ما تقع عليه، بغية تحقيق سبق صحفي، وربما كان خبراً كاذباً فيقدح في مصداقية الوسيلة، وربما كان الخداع يلون الخبر تنفيذاً لما تريده بعض الجهات المنتفعة بصياغته بطريقة معينة تؤدي لقلب الحقائق أو تشويهها أو لتسويق المتلقي نحو تبني وجهة نظر معينة.

لكن الهدف من سوق الخبر في الإعلام الإسلامي يختلف عن هذا، فهو يسعى للخبر المفيد النافع الذي يضيف للمتلقي فائدة ويرفع عنه حرجاً وينبئه بما يحدث حوله بصدق غير خادع.

(١) الموسوعة الإعلامية، مرجع سابق (ص ٣٢٠).



ولقد قيّدناه بالنافع مع الصادق؛ لأن بعض الأخبار صادقة ولكنها خالية من النفع، فكل أخبار تافهة قد تكون صادقة لكنها غير مفيدة، وكل نقل لغيبه قالها شخص عن آخر قد تكون أخبارًا صادقة لكنها غير مفيدة، وكل إفشاء لسر متعلق بالدولة أو أفرادها قد تكون أخبارًا صادقة لكنها غير مفيدة، بل قد تسبب ضررًا، ومن ثم: يكون الإعلام هو المتسبب لهذا الضرر.

وبالعكس: قد يقوم بعض المشتغلين بالإعلام بافتعال لبعض الأخبار أو تضخيمها؛ ليحث الناس على سلوك معين أو يطلب منهم القيام بعمل نافع من خلال خبر أو معلومة غير صادقة، فيظن أنه بذلك يفيد ولو لم يكن صادقًا، وهو مرفوض أيضًا، ويشبه حاله حال الوضاعين للأحاديث النبوية الذين كانوا يُسوِّغون فعلهم بادعاء أنهم لم يكونوا يكذبون على النبي بل يكذبون له!.

فالهدف الأول في الإعلام الإسلامي هو (الإخبار الصادق المفيد).

وقد تواجه القائمين بالاتصال صعوبات في الالتزام بهذه الاحترازا، عندما يغربلون الأخبار ويطرحون منها الغث ويكتفون بالمفيد، ونقول: قد يأخذ ذلك جهدًا، نعم، خاصة مع وجود وكالات الأنباء العالمية التي هي مصادر أساسية للأخبار، وفي الوقت نفسه هي علمانية لا تعمل وفق هذا الضوابط الإسلامية، لكن نقول: إن هذا الالتزام هو الذي يحقق المصدقية العالية ويأخذ بيد المجتمع للحق والخير ويرشده إلى ما ينمي مهاراته وقدراته، ولعل الله تعالى يُمّن على المسلمين بوكالات أنباء ذات مكانة مهنية عالية تسعى للصادق المفيد.

كما أن على المؤسسات الإعلامية الإسلامية أن تسعى للأخبار بنفسها؛ ليكون ذلك متوافقًا مع أهدافها وتحقق بذلك سبق على غيرها.

الهدف الثاني هو التثقيف: وهو في الإعلام الإسلامي يُقَيَّد (بالتثقيف المفيد)؛ لأن التثقيف الذي يتبناه الإعلام العام قد يكون فيما لا فائدة منه، فيضيع الأوقات أو يثير الغرائز.

كما أن التثقيف قد ينحو نحو تفسير الأحداث بصورة متحاملة أو مشوهة للحقائق، لا سيما مع تسلط اتجاهات علمانية على وسائل الإعلام، وهي ترغب في فرض سيطرتها على الفكر.

إن من الخيانة عند القائمين على بعض الأجهزة الإعلامية أن يتركوا توجيه الناس وتثقيفهم في يد مجموعة يرفضها المجتمع ويأبى قبول أفكارها.

وهم وعلى الرغم من عدم مصداقيتهم لدى كثير من المتابعين ينظرون بتعالٍ ويتكلمون بثقة في محاولة لتمرير مفاهيمهم عند من يتعرض لهم من البسطاء.

إن التثقيف في الإعلام الإسلامي يسعى لتبصير المتابعين بما يجري حولهم من أحداث، ويرشدهم إلى وجهات نظر مخلصه صادقة من مفكرين متخصصين.

الهدف الثالث: الترفيه، وهو مقيد في الإعلام الإسلامي بأنه (الترفيه المباح)، وهو الذي لا يستخدم المحرمات ولا يكشف العورات ولا يضيع الأوقات.

ولقد ابتلينا في الإعلام بإسراف كبير وتنافس شديد في قضايا الترفيه، حتى إن شهراً كشهر رمضان يُساء إليه بتفريغه من محتواه وإشغال المشاهدين بكل ما يصرفهم عن العبادة في الشهر الفضيل. فالمنافسة تشتعل في السوء والفحشاء بلا أي تعظيم لجلال الشهر، وبلا إحساس بالمسؤولية التي ينبغي أن تكون رادعاً للإعلاميين عن هذا التنافس الذي يشتعل على حساب قيم مجتمعنا.



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

لقد صار مصطلح (ليالي رمضان) لا يعني الانشغال بالذكر ولا العبادة، وإنما يعني الانشغال بالتفاهات والمسلسلات.

وهنا يبرز الإعلام الإسلامي ليضع الترفيه في موضعه الصحيح بلا إفراط ولا تفريط؛ فلدينا ترفيه، ويجب أن نراعي فيه عناصر الإبداع والتشويق، لكننا ننزهه عن الأفكار الهدامة أو التافهة، ونبعده عن الاستخدام في تضييع الأوقات.

الهدف الرابع هو التغيير للأفضل: وهو الذي يعتمد عليه الإعلام الإسلامي بدرجة عالية؛ ليسعى من خلاله إلى توجيه الناس؛ فالجمهور يحتاج لمن يأخذ بيده ويغير سلوكه للأفضل، ولا يكتفي بمجرد التثقيف والتعليم؛ لأنه لا فائدة كبرى من اكتساب الشخص معلومات دون الإفادة منها ودون أن تؤثر في سلوكه. فكل مسلم يعلم بوجوب الصلاة وإيتاء الزكاة، لكن بعض المسلمين يُقصر في العمل والاستجابة، وكل مسلم يعلم كثيرًا من المحرمات لكن طائفة كبيرة قد لا تمتنع عنها، وهنا يأتي دور تغيير السلوك، أو التربية.

وهناك قضايا أساسية داخل المجتمع المسلم - الفقر والجهل والمرض على سبيل المثال - تحتاج إلى همم عالية وإيجابية كبيرة وتضافر للجهود وتعاون.. وكل ذلك لا يكفي مجرد وصول الأخبار ولا الثقافة حول أبعاد تلك الموضوعات، وإنما تتطلب تحركًا لحل المشكلات وسد الثغرات، وكل ذلك لا يتحقق إلا من خلال إعلام مسؤول يسعى للتحفيز نحو حل تلك القضايا.

وعلى الصعيد الدولي والعالمي هناك قضايا أخرى تحتاج للجهود (إغاثة المتضررين - محاربة الجريمة المنظمة - دعم الأقليات المسلمة - دعم قضايا المسلمين العامة - محاربة التشويه المتعمد للإسلام والمسلمين)، وكلها تحتاج



لتغيير إيجابي يتجاوز فيه الفرد المسلم مجرد اجترار المعلومات ليكون عنصراً فعالاً من عناصر العمل وحلاً أساسياً لهذه المشكلات.

ويسعى الإعلام الإسلامي لتحقيق ذلك من خلال التناول المتنوع والتكرار للرسائل الإعلامية الساعية إلى تحقيق أهداف سامية، من تغيير اتجاهات الجمهور نحو الأفضل، ومن ثم: تبدأ القناعات تتشكل، وأخيراً يترجم ذلك إلى سلوك، وبذا: يحصل الإعلام الإسلامي على بغيته من إصلاح أحوال المجتمعات.

العلاقة بين الإعلام الإسلامي والدعوة:

لا شك أن هناك علاقة كبيرة بين الإعلام والدعوة (بمعناها العام) من جهة، وبين الإعلام الإسلامي والدعوة الإسلامية من جهة أخرى.

والدعوة لغة: من الفعل دعا يدعو دعاء ودعوى، بمعنى: طلب، وحث، ونادى، ورغب، ومنه الدعاء: الرغبة إلى الله، وهي النداء والصيحة، والابتهال والسؤال^(١).

وتُعرّف الدعوة بأنها: مطلق الطلب إلى شيء، سواء أكان هذا الشيء حسياً أو مادياً، وسواء أكان إلى خير أو إلى سوء^(٢)، وسواء أكانت حقاً أو باطلاً؛ كما في قوله تعالى: ﴿وَيَقُولُ مَا لِيَ أُدْعَىٰ إِلَىٰ السُّجُودِ وَأَنَا كَارِهٌ لِلَّذِينَ يُشْرِكُونَ﴾ [غافر: ٤١].

وأما تعريف الدعوة الإسلامية: فهناك تعريفات عدة سنقتصر على بعضها بما يتلاءم مع طبيعة هذا المبحث:

(١) المصباح المنير، أحمد بن محمد الفيومي، مادة: دعا، مؤسسة الرسالة، بيروت، ط ١، ٢٠٠٥ (ص ١٦٤).

(٢) الدعوة الإسلامية في عهدها المكّي، د. رؤوف شلبي (ص ٢١).



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

فقد عرفها د. إبراهيم إمام بأنها: (نشر عقيدة الإسلام ومبادئه وقيمه وتعاليمه بين سائر الناس)، ويضيف: (والدعوة الإسلامية لها معنيان:

الأول: رسالة الإسلام وما تتضمنه من عقيدة وشريعة وقيم وأخلاق وسلوك.

والثاني: هو التبليغ، أو إيصال هذه الرسالة إلى الناس، وحثهم على فهمها والإيمان بها واتخاذها معياراً لسلوكهم في الحياة، والذي يهمنا هو المعنى الثاني^(١).

وعرفها د. هاشم نعيمش بأنها: (الدعوة إلى دين الإسلام، باستخدام أساليب الاتصال ووسائله، من قائم بالاتصال فرداً أو جماعة أو هيئة، وتهدف إلى دعوة غير المسلمين إلى اعتناق الإسلام الصحيح، عن طريق تقديم الحجج والبراهين وإقناعهم بها. وهذا التعريف يقصر الدعوة على غير المسلمين)^(٢).

أما الإعلام الإسلامي فأعرفه بأنه: هو الرسالة العلنية المقصودة، الموضوعية وغير التجارية، المنضبطة بأحكام الإسلام، الداعية إلى منهجه.

وهذا التعريف مستقى من التعريف للإعلام الذي سقته في الفصل الثاني من البحث. وقد زدت عليه الانضباط بأحكام الإسلام والدعوة لمنهجه؛ لكي أشير إلى أن هاتين الخصلتين مرتبطتين، فلكي يكون الإعلام إسلامياً لا بد من خلوه من المحرمات، فضلاً عن توجهه الخير نحو توجيه المجتمع والأخذ بيده نحو الإصلاح.

وهو بذلك أعم من الإعلام الديني الذي يُنظر إليه على أنه إعلام متخصص في القضايا الدينية، مثل البرامج الدينية والفتاوى والتفسير.. الخ، بينما يمكن أن يكون

(١) أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق (ص ٢٢).

(٢) الإعلام الإسلامي في تلفزيون العراق، د. هاشم أحمد نعيمش، جامعة بغداد، ٢٠٠١ (ص ٨٠).

البرنامج الثقافي والرياضي والفني إسلامياً إن خلا من المحرمات الشرعية ودعا الناس إلى الخير ولم يتعمد ضياع أوقاتهم ووقوعهم في الإسراف في المباحات. ولذا: نجد تداخلاً بين المفهومين: الدعوة، والإعلام الإسلامي؛ مما دفع الباحثين لإيضاح العلاقة بينهما:

ومن البداية نعرف أنهما ينتميان إلى الاتصال باعتبار كل منهما فناً من فنونه؛ ولذا: فبينهما سمات مشتركة، وهذا الذي حدا ببعض الباحثين لتصور العلاقة بينهما في إطار التساؤل الذي يطرح نفسه: أيهما أعم من الآخر؟ أو أيهما يعد فرعاً من الآخر؟.

والأمر نفسه يُطرح في تصور العلاقة بين الدعوة الإسلامية بوصفها علماً له خصائصه وصفاته، والإعلام الإسلامي بوصفه علماً له أيضاً خصائصه وصفاته: أيهما يتبع الآخر؟.

والذي أراه أن تلك التساؤلات هي أقرب للتساؤلات النظرية البحثية دون أن يكون لذلك آثار عملية؛ لأن النتيجة في النهاية واحدة، وهي: أن الإعلام الإسلامي يخدم الدعوة ويساعد في نشرها بصورة كبيرة تتجاوز حدود الزمان والمكان؛ فالإعلام الإسلامي يمثل ذراعاً مهمة من أذرع الدعوة الإسلامية.

ولو نظرنا للأمر نظرة كلية سنجد أن الدعوة تشمل التأثير في المدعويين نحو الاستجابة لمطالب الشريعة أو توجيهاتها، سواءً اتخذت في ذلك سبيلاً فردياً، وهو ما يطلق عليه الدعوة الفردية، أو باستخدام الدعوة الجماعية التي تعتمد على مستويات مختلفة من عملية الاتصال (اتصال جمعي، أو تنظيمي، أو جماهيري).



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

وبالنظر إلى أن الإعلام يعتمد فقط على الاتصال الجماهيري فإن ذلك يؤكد لنا بوضوح أن الإعلام الإسلامي يكون جزءاً من الدعوة، وليس العكس. فالإعلام بهذا المفهوم هو جزء من جزء يمكن أن يمثل الدعوة الإسلامية، وهذا ما نميل إليه ونستدل عليه بما سبق.

إن مما يقلل الاختلاف في هذا الشأن: حصر العلاقة إما بين الدعوة والإعلام عمومًا، أو بين الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي، ولذا: نرى أن الإعلام الإسلامي بوصفه علمًا له أصوله وقواعده ووسائله المخصصة هو جزء من الدعوة الإسلامية التي تعمل على التعريف بالإسلام عقيدة وشريعة وسلوكًا ونشره وتبينه للناس كافة، وأما المفهوم العام للإعلام (وهو الاتصال) فهو يتوافق مع المفهوم العام للدعوة بمعنى الإخبار والتبليغ.

وأخيرًا: لا بد أن نبه إلى أنه لا بد أن تبقى للمصطلحات الإسلامية خصوصيتها، ومع احترامنا لجهود الباحثين الآخرين في صياغة المصطلحات، خاصة التي تتعلق بالجانب المهني وجواز الإفادة منها، إلا أننا نحذر من جعل مفاهيم الآخرين لهذه المصطلحات أصلًا ومعيارًا، ومحاولة جر المصطلحات الإسلامية إليها، فهذا له أثره السيئ على هويتنا ويعطي الفرصة للتطاول، أو يجعل بعض ألفاظنا الشرعية عرضة للطعن أو التشويه من ضعاف النفس الذين لا يجيدون إلا فن التبعية والانقياد للغرب^(١).

(١) المسؤولية الإعلامية في الإسلام، د. محمد سيد محمد، مرجع سابق (ص ٥٥).

الضوابط والأحكام الشرعية المتعلقة بالإعلام:

وفقاً للخصائص التي سقناها آنفاً للإعلام الإسلامي يمكننا عدّ ذلك إطاراً عاماً للأحكام الشرعية التي تتعلق بالإعلام، وهذا يعدّ أحد الضوابط، بمعنى أن من الضوابط في الإعلام الإسلامي أن يكون: إعلاماً يدعو للعقيدة ويلتزم برسالتها، شاملاً لجوانب الحياة المختلفة، عالمياً، قيادياً، علمياً، منصفاً، متزناً، واقعياً ومثالياً في آن واحد.. على نحو ما فصلناه قبل قليل.

وهناك إشكالية يجب أن يدركها القارئون على الإعلام الإسلامي، وهي: أن أكثر الكتابات المتعلقة به إنما كتبها متخصصون في الإعلام لديهم رغبة مخلصّة في الإفادة للدين، وهذا جهد طيب مشكور، لكن يعيبه أن من يكتب غالباً ما يكون غير متخصص في العلم الشرعي، وقد تغيب عنه مفاهيم تأصيلية متعلقة بالموضوع، لذا: فالأمر ما يزال بحاجة إلى مزيد من التأصيل الذي يجمع بين العلم التأصيلي والجهد النظري وتصور التطبيق العملي. وربما بسبب ذلك: لم أجد (فيما أعلم) كتابات تأصيلية للإعلام تُرجع أموره لأصولها في الشريعة، كما خرجت الكتابات البحثية في الموضوع بصورة عامة لا تتمتع بالدقة التي تتميز بها الكتابات الشرعية للباحثين في علوم الشريعة، فبحسب علمي لا توجد كتابات تأصيلية تناولت تلك القضية.

ولقد حاولت جهدي في رسالتي للدكتوراه أن أضع قواعد إعلامية عامة مستمدة من الشريعة، إضافة لقواعد خاصة فقهية اجتهدت في تصور تطبيقها إعلامياً^(١).

(١) اسم رسالة الدكتوراه: (إعداد وتقديم البرامج الحوارية بين الضوابط الشرعية والضوابط الفنية)، ياسر محمد عبد التواب، غير منشورة، من الجامعة الهولندية، عام ٢٠٠٨م.



القواعد الإعلامية الشرعية العامة:

تمهيد:

تتنوع القواعد في الشريعة الإسلامية، وضابط ما يجعل النص قاعدة هو أن يكون جامعاً، ويشمل انطباقاً على الأجزاء، وهو ما عبّر عنه تعريفها، وهو: (قضية كلية منطبقة على جميع أجزائها)^(١). ولذا: فلا مانع من أن تكون القاعدة في العقيدة مثلاً، أو في الأخلاق، أو في المعاملات، أو الدعوة أو الإعلام.. وهو موضوع حديثنا.

وقد اختار بعض الباحثين - كالدكتور محمد أبو الفتح البيانوني - تقسيم القواعد إلى قسمين أساسيين: قواعد شرعية عامة، وقواعد شرعية خاصة.

ويقصد بالقواعد العامة: (تلك المتعلقة بالجوانب الشرعية المتنوعة أو بمعظمها، وإن غلب استخدامها في جانب خاص من جوانب الشريعة أو أكثر)، ومن أمثلتها ما يسميه العلماء بأمهات القواعد، وهي خمس: الأمور بمقاصدها - الضرر يزال - اليقين لا يزول بالشك - المشقة تجلب التيسير - العادة مُحَكَّمَة، وهذه القواعد يمكن تطبيقها على كثير من جوانب الشريعة، كالعقيدة والدعوة والإعلام والفقهاء...

(١) يُعد الأحناف أول من اعتنى بهذا العلم، ومن أقدم ما كُتب في هذه القواعد: قواعد الإمام أبي الحسن الكرخي، المتوفى سنة ٣٤٠هـ، وشرحها نجم الدين النسفي، المتوفى ٥٣٧هـ في (الفرائد البهية في القواعد والفوائد)، (ص ٦) ط. دار الفكر، دمشق ١٩٨٦م.

أما القواعد الخاصة فهي: (القواعد التي يغلب عليها التعلق بجانب خاص من الجوانب الشرعية، فيحتاج إليها في علم من العلوم أكثر من غيره)^(١)، وقوله (فيحتاج إليها في علم من العلوم أكثر من غيره) دقيق؛ لأننا في بحثنا هذا استنبطنا من كثير من القواعد العامة والفقهية - وهي قواعد خاصة - ما يحتاج إليه الإعلامي، وقد أسميناها القواعد الإعلامية^(٢).

وسوف نذكر خمس قواعد عامة مع شرح مختصر، وعشر من القواعد الفقهية - لكن دون شرح؛ خشية التطويل -، التي يمكن الاستفادة منها إعلامياً، وذكرتها في البحث المشار إليه^(٣).

نماذج من القواعد العامة^(٤):

١ - قاعدة الربانية (الإعلام المسلم يجب أن يكون إعلاماً ربانياً):

ونقصد بقاعدة الربانية في الإعلام أن تكون العملية الإعلامية تحقق ما يريده الشرع الحكيم وترتبط به نصرته لقضاياه وإخلاصاً لله تعالى فيه.

فهذه قاعدة عامة تشمل كل جوانب العملية الإعلامية، من: الرسالة الموجهة، وطرائق إيصالها، والأفراد الذين يقومون بهذا العمل، ولا نقصد هنا أن تكون البرامج

(١) التعريفات للأستاذ الدكتور محمد أبو الفتح البيانوني، في كتاب: القواعد الشرعية ودورها في ترشيد العمل الإسلامي، كتاب الأمة، العدد ٨٢، ربيع الأول ١٤٢٢هـ (ص ٤٦ - ٤٧).

(٢) المرجع السابق، صفحات متفرقة.

(٣) وللفائدة نشر بالبحث ١٣ قاعدة عامة و ٣٠ قاعدة خاصة وفقهية، مع الشرح الشرعي وإسقاطها على العمل الإعلامي.

(٤) إعداد وتقديم البرامج الحوارية بين الضوابط الشرعية والضوابط الفنية (ص ٤٠ - وما بعدها).



المقدمة هي برامج دينية تتحدث عن الجوانب المختلفة للشريعة، بل نقصد أيضًا كل البرامج والرسائل التي يبثها الإعلام فتكون رافدًا من روافد دعوة الناس للخير.

٢- قاعدة الالتزام الشرعي (الإعلام يجب أن يكون ملتزمًا شرعًا):

ونقصد بذلك: أن يكون الخطاب الإعلامي متناسبًا مع التوجه العام للشرع، متناسقًا مع عموم روح الإسلام، يصب دومًا في جانب الطاعات، ويتعد دومًا عن المحرمات والمكروهات.

فمن ناحية المضمون: يكون الإعلام ربانيًا كما سبق أن أشرت في القاعدة السابقة، ومن ناحية الشكل يكون الإعلام ملتزمًا، أي: منضبطًا ومتوافقًا مع الضوابط الشرعية، وغير مخالف لأوامر الشرع، ولا مخالف لروح الشريعة وأهدافها.

وكلمة الالتزام مشتقة من الفعل (لَزِمَ)، أي: جاور الشيء وتمسك به، ويقال في اللغة: لزم الشيء، أي: تمسك به، فالالتزام هو: الانصياع للأمر، والتمسك بالقيم، والثبات على المبدأ، ومعناه أيضًا: التمسك بما تمليه المبادئ الأخلاقية من غير قسر خارجي، والتزام حدوده: وجوب الوقوف عند حدود معينة^(١). ولقد ألزمتنا الله سُبْحَانَهُ وَتَعَالَى بِكثير من الضوابط والأخلاق، كما نهانا عن ارتكاب كثير من النواهي وأمرنا بالابتعاد عنها.

فالالتزام الذي نقصده هو الاتباع المباشر لتلك الأوامر في حال تنفيذ البرنامج؛ فمثلًا: أمر الله تعالى بأداء الحقوق، فلا بد للإعلام المنضبط الملتزم أن يفعل ذلك، سواءً بأداء الحقوق المعنوية، كالتقدير والإحسان وحسن الخلق مع الضيوف

(١) انظر: القاموس المحيط، والقاموس الغني، مادة: (لزم)، مصدر التزم.

والمشاركين بالبرنامج، أو بأداء الحقوق المادية، كدفع الرواتب والأجور والالتزام بالجوائز المعلن عنها.

قل مثل ذلك في صورة البرنامج من ناحية الموضوع المتحاوَر فيه، وهل يجوز طرحه أم لا؟، وهل يسبب الفتن بين الناس أم لا يحسن العامة فهمه؛ فيبطل أفكارهم؟، وهل يؤدي طائفة من الناس أفراداً أو جماعات؟.

وقل مثل ذلك في المحرمات: فليس ملتزماً ذلك البرنامج الذي يروِّج للربا؛ ولا الذي يشجع الانهزام؛ ولا الذي يهَوِّن من المعاصي، أو يدعو إلى كشف العورات والاختلاط المذموم شرعاً.

٣- قاعدة عالمية الدعوة الإسلامية (الإعلام الإسلامي إعلام عالمي):

فالإعلام الإسلامي يستمد وجوده من الدعوة الإسلامية، ودعوة الإسلام دعوة عالمية؛ لذا: يجب أن يتحى الإعلام الإسلامي هذا المنحى؛ حتى يتوافق مع أهداف الدعوة الإسلامية.

ومن مظاهر عالمية تلك الدعوة:

أنها تؤمن برسُل الله تعالى جميعاً ولا تكفر ببعضهم كحال غيرها من أهل الكتاب، وهذا يستدعي إجلال الأنبياء وتكريمهم واحترام ما صح عنهم، وهذا في ذاته جسر كبير للتواصل مع الآخر؛ قال تعالى: ﴿قُولُوا ءَامَنَّا بِاللَّهِ وَمَا أُنزِلَ إِلَيْنَا وَمَا أُنزِلَ إِلَىٰ إِبْرَاهِيمَ وَإِسْمَاعِيلَ وَإِسْحَاقَ وَيَعْقُوبَ وَالْأَسْبَاطِ وَمَا أُوتِيَ مُوسَىٰ وَعِيسَىٰ وَمَا أُوتِيَ النَّبِيُّونَ مِن رَّبِّهِمْ لَا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِّنْهُمْ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ﴾ [البقرة: ١٣٦].



وفي جانب العقيدة الإسلامية تجدها جلية ومتوافقة مع الفطرة، وتتميز بالوضوح من ناحية والرحمة مع جميع الخلق من ناحية أخرى، فالله تعالى رب رحيم يشمل خلقه بعنايته، ويتوب على خلقه، ولا يحملهم أوزار الآخرين.

والإسلام عالمي في اسمه؛ فهو لا ينتمي لطائفة، ولا ينسب لشخص أو لمكان كاليهودية والمسيحية والزرادشتية والبوذية.. وغيرها من الديانات. وهو عالمي في مبادئه وأحكامه وتشريعاته ودعوته، فهو دين فيه رحمة وتيسير؛ لذا: يصلح ليعتقه البشر جميعاً.

والتوجيهات الإسلامية منذ أول يوم نزل فيه القرآن شاملة، وتصلح لكل البشر، فهي ليست خاصة بطائفة دون أخرى، فالإسلام بالجملة: عقائد، وعبادات، ومعاملات.

وعلى ذلك: فالإعلام الإسلامي يجب أن يحمل همّ الدعوة بصورة عالمية، ولذلك لا بد من مراعاة:

• **عدم الإغراق في المحلية:** وهي صورة موجودة في كثير من المنظومات الإعلامية حول العالم، حيث تحولت لملهاة تُبعد الناس عن الأحداث الكبرى حولهم؛ فعلى الإعلام المسلم أن يقوم بدوره المحلي، لكنه لا يغفل أبداً متابعة المستجدات والأفكار العالمية ومحاولة التأثير العالمي من خلال الخطاب المتفهم والعاقل والمدرك للشبهات والأفهام المغلوطة عنا وعن حضارتنا.

وعلى الإعلام الإسلامي أيضاً أن يحول بين الأعداء وتحقيق مآربهم من خلال فضح المخططات والإساءات.

• **تبليغ المفاهيم الأساسية:** وهنا مسؤولية أخرى يتحملها الإعلام الإسلامي في تبليغ ما يجب علينا بيانه من مفاهيم الإسلام الأساسية - في حال توجيه الخطاب لغير المسلمين - وعدم الانجرار إلى تفاصيل لا تُناقش من غير إقرار بأصول غفل عنها المتحاورون، وفي حال توجيه الخطاب إلى قاعدة عريضة من الناس يجب أن يُؤخذ بعين الاعتبار عدم قدرة محدودي الثقافة على متابعة ما يدور، وهذه إشكالية يجب على الإعلامي الحصيف أن يوجد حلاً لها، بحيث ينهض بمحدود الثقافة ويُشيع حاجة متوسط الثقافة، ولا يستصغر شأن واسع الثقافة!

• **عدم التعصب لجنس وعدم الترويج لأفكار تضاد الإسلام وعالميته:** فالإسلام جاء بما يجمع ولا يفرق، وبما يوحد ولا يثير، وقد استوعب العرب والعجم واختلط الجميع في تجانس كريم طيب على الرغم من الديار النائية والألسن المتباينة، وهذا من جوانب عظمة الإسلام، فيحرم تكدير هذا الصنف أو الإساءة والسخرية من جنس أو لون أو لغة أو لهجة.

• **رد الشبهات عن الإسلام:** والشبهات التي تروج عن الإسلام متهافنة بطبعها؛ فإن على الحق نوراً؛ ودليل ذلك أن الإسلام ينجح عند العقلاء من القوم في عقر دور المثيرين للشبهات عليه؛ ومع ذلك تبقى مسؤولية تتبّع الشبهات السائدة والكر عليها بما يذهبها ويُبعد أثرها عن الناس، ليظهر الإسلام في صورته النقية الكريمة واضحاً لا لبس فيه.

٤ - قاعدة الوحدة (الإعلام المسلم يسعى للوحدة والأخوة):

هذا الأصل العظيم، وهو: الاعتصام بحبل الله جميعاً وألا تتفرق الأمة، هو من أعظم أصول الإسلام، ومما عظمت وصية الله تعالى به في كتابه؛ فذاك مستقر في الشريعة



ومن مقاصدها العظيمة؛ وذلك لأن وحدة الصف والأخوة تعني القوة والتماسك، وأن تكون الأمة بعيدة عن الفرقة والاختلاف والتناحر، فالفرقة تجلب غضب الله تعالى على الأمة ويجرئ أعداءها عليها، بينما الوحدة والأخوة والمحبة تورث رضا الله وتثمر التعاون على الخير، قال تعالى: ﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ﴾ [آل عمران: ١٠٣].

وعلى ذلك فالإعلامي هنا يجب عليه لتطبيق هذه القاعدة:

- أن يساهم في جميع أعماله بتعميق معاني الأخوة وعدم التعصب.
- أن يشيع ثقافة اللين في النصح.
- ألا يدعو إلى عصبية أو ما يثير العصبية والفتن بين الأعراق والجنسيات.
- أن يتجنب السخرية من أي طائفة أو مهنة أو لسان.
- أن يبين حقوق من وقع في المعصية، مثل: أنه ما يزال في عداد المسلمين، كما يبين واجباته، مثل: التوبة منها، والبعد عنها.
- أن يعرف الفرق بين الفعل وفاعله: فالفعل قد يكون مداناً أو حراماً أو بدعة، والفاعل قد يكون معذوراً إما بجهل أو بتأول، وليسأل أهل العلم قبل إطلاق الاتهامات.
- أن يعرف أن أهل البدع وإن خالفونا، فإن لهم من حقوق الإسلام والموالاتة ما يجعلنا لا نساويهم بالكفار الأصليين، ويبقى النصح والإرشاد والتوجيه والبيان والرد على الشبهات قائماً.



• لا يعني اهتمامنا بالوحدة أن نترك الدعوة أو بيان الحق، بل يبقى الحق حقاً وهو أحب إلينا من كل شيء؛ لكن حصافة الإعلامي هنا تتدخل لبيان الحق بأوضح وألطف عبارة بما يلين القلوب ولا ينفرها.

٥- قاعدة الالتزام الخلفي (الإعلام الإسلامي ملتزم أخلاقياً):

سبق لنا الكلام عن عموم الالتزام الشرعي في قاعدة الالتزام، وهنا نخصص تلك القاعدة للأخلاق، لتأكد ارتباط معنى الالتزام الشرعي بها؛ لأن الأخلاق صفة يحتاج إليها الإعلامي بشكل لصيق، فكان مناسباً إفرادها بالحديث؛ لنجلي بعض المعاني التي قد تخفى عند الإجمال.

ومعلوم أن الإسلام أولى عناية كبيرة بالأخلاق؛ فهو دين الأخلاق، فبيعت رسوله تمت تلك المكارم وأثنى عليه ربه بها، فقال تعالى: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ [القلم: ٤]، وتأسيساً على ذلك: فقد ورد بيان فضيلة محاسن الأخلاق، وأنها تنقل موازين العبد يوم القيامة؛ ففي الحديث عن أبي الدرداء أن النبي ﷺ قال: «مَا شَيْءٌ أَثْقَلُ فِي مِيزَانِ الْمُؤْمِنِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ خُلُقٍ حَسَنٍ، وَإِنَّ اللَّهَ لَيُبْعِضُ الْفَاحِشَ الْبَدِيءَ»^(١).

ومما يترتب على هذه القاعدة أنه يجب على الإعلامي المسلم أن:

- يبش في وجوه ضيوفه ومتابعيه، بما يزيل الوحشة أو الرهبة من نفوسهم.
- يتلطف في اختيار العبارات والكلمات، بما لا يؤذي المتابعين أو الضيوف.
- يكتفي بالتعريض عما يُستحيا منه، كأموال الجماع وغيرها.

(١) أخرجه الترمذي، وقال: حسن صحيح (ح/١٩٢٥) (٧/٢٨٤).



- لا يتطرق لموضوعات يكون من شأنها التعريض بالتنقص أو الأذى لطائفة أو مهنة أو جنس أو لون.
- يجتنب ما يخدش الحياء أو يثير الغرائز من الأقوال أو الأفعال.
- يتجنب ما يثير القلاقل الفكرية أو الشبهات.
- لا يقاطع المتحدث من دون سبب، ويقاطعه - إن احتاج - بأدب.
- لا يتكبر على ضيوفه ولا يتعالم عليهم ولا يزدري متابعيه ولا يسفه من أفكارهم.

• نماذج لقواعد فقهية تفيد الإعلاميين:

وهذا هو النوع الثاني من القواعد الشرعية، وهي القواعد الإعلامية المتماشية مع القواعد الخاصة في الشريعة.

وقد اخترت هنا بعض القواعد الفقهية نموذجًا من القواعد الخاصة، منها:

- الأصل في الكلام الحقيقة، ويلحق بها قاعدة: (إذا تعذرت الحقيقة يصار إلى المجاز).
- إعمال الكلام أولى من إهماله.
- الفعل القلبي لا يحكم بوجوده إلا إذا ظهر على الجوارح.
- لا ينسب لساكت قول، لكن السكوت في معرض الحاجة بيان.
- لا مساغ للاجتهاد في مورد النص^(١).

(١) الوجيز في شرح القواعد الفقهية (ص ٣١).



- الدعوى بالمجهول فاسدة^(١).
- الأصل براءة الذمة^(٢).
- الضرورات تبيح المحظورات، ويكملها قاعدة: (الضرورات تقدر بقدرها)^(٣)، وقاعدة (الاضطرار لا يبطل حق الغير - بمعنى: الآخرين -).
- الأصل في الأشياء الإباحة^(٤).
- ما حرم فعله حرم طلبه^(٥).

ضوابط شرعية فيما يحتاجه الإعلام من الممارسات:

- هناك عدة موضوعات يحتاج الإعلام أن يضبطها بميزان الشريعة إن أراد أن يكون عمله الإعلامي شرعياً صحيحاً، من ذلك^(٦):
- معرفته الحرية المنضبطة للإعلام في الإسلام.
 - معرفة حقوق الإنسان والأفراد (المتابعين أو الضيوف) في العمل الإعلامي.
 - ما يجب مراعاته من حق المجتمع في الإعلام.
 - أخلاق الإعلام في مضمون ما يقدم.

(١) الفرائد البهية، مرجع سابق (ص ٧٠).

(٢) الوجيز في شرح القواعد الفقهية (ص ٣٧).

(٣) الأشباه والنظائر للسيوطي (ص ١١٣).

(٤) الفرائد البهية، مرجع سابق (ص ١٩٣).

(٥) الوجيز في القواعد الفقهية (ص ٨٤).

(٦) ذكرت تلك الضوابط في كتاب (الحوار الإعلامي الناجح)، للمؤلف، صفحات متفرقة، بتصرف واختصار.





- الإعلام وترشيد المجتمعات.
- الضوابط المتعلقة بالحوار الإعلامي.

١- الحرية المنضبطة في العمل الإعلامي:

يحتاج العمل الإعلامي إلى الحرية كحاجة الإنسان إلى الهواء، فلا يقوم العمل الإعلامي الناجح إلا على أساس كبير من الحرية التي تسمح له بتناول الواقع ونقده وانتقاد المنحرفين والمجاهرين وتشجيع الناجحين حتى ولو كانوا من المهمشين. لكن تلك الحرية لها ضوابطها التي تجعلها لا تتخطى حدودها إلى الأذى أو التشهير أو تصفية الحسابات مع الآخرين، وهاك بعض تلك الضوابط:

أ- حدود الحرية عامة:

يكن من منهج الإسلام في حدود حرية الرأي والتعبير وضوابطها في كلمة واحدة، هي: (التزام الحق)، بمعنى التزام أوامر الشرع؛ يقول الحق سبحانه: ﴿وَالْعَصْرُ ۝١ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنُفٍ ۝٢﴾ [العصر: ١-٣]، أي: تواصلوا بالخير والمصلحة العامة كما بينها الشرع (حق الله).

ولقد أمر رسول الله ﷺ بقول الحق ولو كان مرًا؛ فعن عبادة بن الصامت، قال: «بَايَعْنَا رَسُولَ اللَّهِ ﷺ عَلَى السَّمْعِ وَالطَّاعَةِ: فِي الْعُسْرِ وَالْيُسْرِ، وَالْمَنْشَطِ وَالْمَكْرَهِ، وَعَلَى أَثَرَةٍ عَلَيْنَا، وَعَلَى أَنْ لَا نُنَازِعَ الْأَمْرَ أَهْلَهُ، وَعَلَى أَنْ نَقُولَ بِالْحَقِّ أَيُّنَمَا كُنَّا لَا نَخَافُ فِي اللَّهِ لَوْمَةً لَائِمَةً»^(١).

(١) أخرجه: البخاري، ومسلم.

وعن أبي هريرة رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ
الْآخِرِ فَلْيُكَلِّمْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ»^(١)، وهذا الحديث جامع لحدود حرية الرأي
السياسي، وضوابطه، ذلك أن كلمة الخير تعني الالتزام بالحق، وأنها تحمل المعنى
الإيجابي، وهو المصلحة العامة المستهدفة من النقد والنصح، فضلاً عن توافر كل
عناصر حسن النية والصدق، وهو ضابط لحرية القول أو النقد السياسي وغيره.

ومن المعروف أن في المجتمع قوى مختلفة ومتنوعة ومتعددة، فبعضها يكون
في جانب الحق، وبعضها في جانب الباطل؛ فإن لم يقم أهل الحق بواجبهم تغلب
الباطل وأهله وساد منطقهم.

وفي الوقت نفسه: يجب أن تُحترم خصوصية الناس، وتقدر قيمهم الاجتماعية،
وألّا يُساء إلى لغاتهم أو لهجاتهم أو قيمهم أو وظائفهم؛ لذا: فحرية الرأي مكفولة
لأصحاب الفكر المستقيم في مواجهة المزينين للباطل؛ عن أبي هريرة رَضِيَ اللهُ عَنْهُ،
قال: قال رسول الله ﷺ: «إِنَّ اللَّهَ لَمْ يَبْعَثْ نَبِيًّا وَلَا خَلِيفَةً إِلَّا وَلَهُ بَطَانَتَانِ: بَطَانَةٌ تَأْمُرُهُ
بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَاهُ عَنِ الْمُنْكَرِ، وَبَطَانَةٌ لَا تَأْلُوهُ حَبَالًا، وَمَنْ يُوقِ بَطَانَةَ الشُّوءِ
فَقَدْ وُقِيَ»^(٢)، وواضح أن المصلحة العامة تدخل في عموم الأمر بالمعروف والنهي
عن المنكر.

ولأن الإسلام دين الوسطية فإنه لم يترك الأمر بلا ضوابط، بل وضع إطاراً عاماً
للحرية عموماً أساسه - كما أشرنا - (التزام أوامر الشرع)، فهذا هو الضابط الوحيد
للحرية في الإعلام الإسلامي؛ فإذا أمر الشرع بعفة اللسان، وحفظ كرامة الإنسان،

(١) أخرجه: البخاري، ومسلم.

(٢) أخرجه: النسائي، وأحمد بن حنبل، والترمذي، وقال: حديث حسن صحيح رقم (٢٢٩٢).



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

وعدم إيدائه بما يسيء إليه، وعدم فضحه أو تعييره على رؤوس الأشهاد.. صارت تلك من ضوابط الحرية، وإن أمر بالصدع بالحق دون خوف لائم، والوقوف أمام الظالم في ظلمه، ورفع شكوى المظلومين.. صار هذا ضابطاً آخر مكملاً للأول، وإن أمر الشرع بتعظيم شعائر الله، وتعظيم حرمة الله، وعدم جواز التعرض لأوامر الله تعالى وأحكامه بالنقد أو الإساءة.. صارت تلك ضوابط أخرى.

وهكذا نجد كل الضوابط الشرعية المختلفة تتعاقد لترسم تلك الصورة المشرقة للحرية في الإسلام، حيث لا مانع من النقد الموضوعي للأشخاص أو الهيئات أو الدول إن كان لا يجرح ذواتهم ولا يسيء إلى أشخاصهم، وإنما ننقد ما قاموا به من أعمال، كما أن أحكام الله تعالى، وشعائره، ودينه، ورموزه، وأشخاص الرموز فيه، وقيم المجتمع المستقرة - ومنها: أدوار أفراد الأسرة، كالدور الاجتماعي (للأم والأب.. إلخ) -.. كل ذلك يكون مصوناً لا ينتقد ولا يُساء إليه.

فتلك إذن بعض الضوابط التي ينبغي استصحابها عند النظر في أمر حقوق الإنسان في التعبير وحرية الرأي المتعلقة بالبرامج الحوارية وغيرها من أمور الإعلام.

ب- حرية إبداء الرأي:

من حقوق الإنسان الأساسية التي لا يجوز أن تسلب منه بحال من الأحوال: حرية إبداء الرأي؛ فمن حق الإنسان أن يفكر، وأن يقول ما يعتقد، وأن يعلن رأيه فيما يراه من عوج وفساد، وأن ينكر على غيره ما وقع منه من تجاوزات وظلم، ولقد جاء الأمر بذلك في أدلة عدة، مثل الحديث الوارد عن أبي سعيد رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عن النبي ﷺ، قال: «لَا يَمْنَعَنَّ أَحَدَكُمْ هَيْبَةُ النَّاسِ، أَنْ يَتَكَلَّمَ بِحَقِّ إِذَا رَأَهُ أَوْ شَهِدَهُ أَوْ سَمِعَهُ»،

فقال أبو سعيد: وددت أني لم أكن سمعته، وقال أبو نضرة: وددت أني لم أكن سمعته^(١)؛ أي: خوفاً مما حملهم ذلك العلم من وجوب النطق بالحق واستشعارهم التقصير في التطبيق.

وفي الحديث أيضاً: عن أبي ذر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قال: «أَمَرَنِي رَسُولُ اللَّهِ ﷺ أَنْ أَصِلَ رَحْمِي، وَإِنْ أَدْبَرْتُ، وَأَنْ أَقُولَ الْحَقَّ، وَإِنْ كَانَ مُرًّا، وَأَنْ لَا تَأْخُذَنِي فِي اللَّهِ لَوْمَةٌ لَأَيِّمٍ..»^(٢).

ورحم الله سيدنا عمر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ القائل: «لا خير فيكم إن لم تقولوها، ولا خير فينا إن لم نسمعها».

وتعد حرية الرأي مثل الأم لسائر الحريات، فما الحريات الأخرى إلا مظهر من مظاهر حرية الرأي، إذ إن جميع هذه الحريات ترجع إليها.

وما دامت الضوابط المتعارف عليها من حفظ حقوق الآخرين ومن حفظ مقام الشريعة وقيم المجتمع.. مصونة، فلا حرج بعدها من إبداء الرأي في أي موضوع.

لكن لا يعني هذا أن يُتلاعب بدين الله، ويتخذ بعض المغرضين الحرية سبيلاً للإساءة، فيثير تساؤلات حول ما يشكك الناس في عقائدهم أو قيمهم أو يبلبل أفكارهم، وما زال الغرب مثلاً يحرص على حفظ قيم مجتمعه، بل قد يعاقب ويحاكم من أساء إلى أفكار ثابتة عنده أو ما يعده حقائق، على غرار محاكمة جارودي الذي اعترض على ادعاءات اليهود في محارق الهلوكوست.

(١) أخرجه: أحمد بن حنبل، والطبراني في الصغير.

(٢) أخرجه: الطبراني، في الكبير، وابن حبان والبيهقي، بألفاظ أخرى.

٢- ما يجب مراعاته من حقوق الإنسان بوصفه فرداً في الإعلام الإسلامي:

ما يميز العمل الإعلامي أنه موجه في الأساس إلى المتابعين - قراء أو مستمعين أو مشاهدين-؛ ولذا: فإن حق المتابع في العمل حق كبير؛ لأنه الجهة التي توجه لها العملية برمتها.

وقد أجملت حقوق الأفراد في العمل الإعلامي، وأشير هنا إلى أصول تلك الحقوق، وهي:

أ- لا يستهان بالمتابع:

بمعنى ألا يحقر فكره، ولا يستهان بمتابعته، ولا يساء إليه بحال، ونقصد بـ (ألا يحقر فكره): ألا يُنظر إليه باستعلاء على اعتبار أنه من العامة ولا يفهم كثيراً مما يذكره أصحاب الاختصاص، كما أن الاستهانة بمتابعة المتابع تعني الظن بأنه لا يدقق كثيراً فيما يقال، ولا يبنى عليه مواقف مناسبة، ولا يقارن بين الكلام المتضارب والتصريحات المختلفة.. وهذا يخالف الشرع ويخالف الواقع أيضاً؛ ففي الشرع وردت أدلة كثيرة على تحريم الاستهانة والتحقير والسخرية؛ قال تعالى: ﴿يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا يَسْخَرُوا قَوْمٍ مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللُّغَابِ بِسِئْسَ الْأَلْسُنُ الْفُسُوقَ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَن لَّمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ ﴿١١﴾ [الحجرات: ١١]، ومن ذلك ما ورد في الحديث عن أبي هريرة، عن النبي ﷺ، قال: «بِحَسْبِ امْرِئٍ مِّنَ الشَّرِّ أَنْ يَحْقِرَ أَخَاهُ الْمُسْلِمَ، كُلُّ الْمُسْلِمِ عَلَى الْمُسْلِمِ حَرَامٌ: دَمُهُ، وَمَالُهُ، وَعِرْضُهُ» (١).

(١) صحيح مسلم، رقم (٤٦٥٠).

وأما مخالفة الاستهانة للواقع فظاهرة؛ لأن المشاركين بالبرنامج - من فريق وضيوف- يجب أن يدركوا أن من المتابعين من هو أكثر منهم تخصصًا أو أكثر علمًا وقدرة، وهذا لا يحتاج لدليل فهو مستقر في الأذهان، وفوق كل ذي علم عليم.

وعلى ذلك، فالعمل الإعلامي الذي يراعي حق المتابع ولا يستهين به يجب أن يتحلى بعدة صفات:

- حُسن العرض وحُسن التحضير.
- الأدب في الرد على مشاركات المتابعين.
- التآني قبل دحض الأفكار، فقد تكون الفكرة المطروحة أعمق مما تبدو لأول وهلة.
- التواضع في ذكر الإنجازات والأعمال.

ب- مراعاة الحرمات:

ويجب أن تراعى حرمات الشخص - متابعين، وفريق عمل، وضيوف-، وللناس حقوق أخرى تمثل بقية حلقة الحرمات الشخصية، كعدم تحقير عقيدته، وعدم تحميله أخطاء قرابته، وعدم تعبيره بأخطاء وقع فيها- تاب منها أو لم يتب-؛ فإن التعبير حرام في ذاته يستجلب العداوة والبغضاء ولا يزيل منكرًا، بل قد يزيد من تمسك فاعله من باب العناد، وفي الصحيحين، من حديث أبي هريرة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، مرفوعًا: «إِذَا زَنَتْ أُمَّةٌ أَحَدِكُمْ فَلْيُحِدِّهَا الْحَدَّ وَلَا يُثْرَبْ عَلَيْهَا»، قَالَ الْخَطَّابِيُّ: معنى (لَا يُثْرَبُ): لا يقتصر على التثريب، وهو التعيير والتوبيخ واللوم والتفريع،



أي: يجب أن يقيم الحد. وقال في النهاية: أي: لا يوبخها بالزنا بعد الضرب^(١)؛ فلا يجوز توبيخ الذي أقيم عليه الحد أو التائب من الذنب، أيًا كان.

ج- مراعاة المشاعر:

وينبغي مراعاة مشاعر المتابعين، فلا يعرض عليهم الإعلامي المسلم ما يחדش حياءهم، ولا يتحدث معهم فيما لا يحسن عرضه، ولا يؤذيهم بعرض مشاهد القتل أو الدمار مما يؤذي ضعافهم، وليتبه من يقوم بالبرنامج إلى أنه قد يتابعه أطفال ونساء، وعن كعب بن مالك، أن رسول الله ﷺ، قال: «مَنْ رَأَى مَقْتَلَ حَمْزَةَ؟»، قَالَ رَجُلٌ: أَعَزَّكَ اللَّهُ، أَنَا رَأَيْتُ مَقْتَلَهُ، فَانْطَلَقَ فَوْقَ عَلِيٍّ حَمْزَةَ، فَرَأَاهُ قَدْ شُقَّ بَطْنُهُ، وَقَدْ مُثِّلَ بِهِ، فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ، مُثِّلَ بِهِ، فَكَرِهَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ أَنْ يَنْظُرَ إِلَيْهِ..»^(٢)، وقد منع رسول الله السيدة صفية أن تطلع على مشهد مقتل أخيها، فعلم من هذا أن الإسلام يراعي مشاعر الناس ولا يعرض عليهم ما يجرح تلك المشاعر، وقس على هذا.

ومن ذلك أيضًا: ستر العورات وترك التهاون في حجاب النساء، والنظر في العورات حرام داخل في قوله تعالى: ﴿قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّي الْفَوَاحِشَ﴾ [الأعراف: ٣٣]، فالفاحشة تتناول أيضًا كشف العورة، وكما قال تعالى: ﴿وَإِذَا فَعَلُوا فَحِشَةً قَالُوا وَجَدْنَا عَلَيْهَا آبَاءَنَا﴾ [الأعراف: ٢٨]، وهذه الفاحشة كانت طوافهم بالبيت عراة، فإنهم كانوا يقولون: لا نطوف بثياب عصينا الله فيها، فرد الله تعالى عليهم بذلك، وقال:

(١) الآداب الشرعية والمنح المرعية، لابن مفلح المقدسي (١/٣٩٨) ط. دار ابن حزم. ٢٠٠٥.

(٢) رواه الطبراني في الكبير (ح/ ١٥٥١٧).

﴿قُلْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَأْمُرُ بِالْفَحْشَاءِ أَتَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ﴾ [الأعراف: ٢٨]؛ فَعَلِمَ أن من الفحشاء كشف العورات، وهو مع الأسف يقع كثيرًا في الإعلام، لا سيما الفني منه.

د- التربية بالقدوة:

من حقوق المتابعين للعمل أن يكون العمل الإعلامي يتضمن توجيهات مباشرة وغير مباشرة؛ فإن الإنسان مدني بطبعه، يتأثر بسلوك الآخرين وبطريقة كلامهم وطرائق تفكيرهم.. والبرنامج الناجح هو الذي لا يغفل توجيه الناس بالقدوة، وذلك يكون بحسن الأدب بين المتحدثين - من ضيوف وفريق عمل-، ويكون بطرح الموضوعات التي تؤثر إيجابيًا في الناس، وبطريقة طرح تساهم في بناء شخصياتهم وترشدتهم وتوجههم.

وكان الناس - وما يزالون - يحبون كرام الأخلاق ويجلونهم؛ فعن عبد الله بن عمرو رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قال: «ثلاثة من قريش أصبح قريش وجوهاً، وأحسنها أخلاقاً، وأثبتها حياءً، إن حدثوك لم يكذبوك، وإن حدثتهم لم يكذبوك: أبو بكر الصديق، وأبو عبيدة بن الجراح، وعثمان بن عفان رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ» (١).

ولقد ابتليت الأمة ببعض المتعصبيين من العلمانيين والمستغربين الذين اتخذوا منابرهم الإعلامية وسيلة للترويج لانحرافاتهم الفكرية فاستضافوا من يثير الشبهات ويوهن العزائم ويشيع الفواحش، وفي كل ذلك مخالفة لما ذكرنا من أصول، ويعاقب الله تعالى عليه في الآخرة؛ ويستوجب من القائمين على الإشراف على البرامج والفضائيات أن يسعوا دائماً لتطهير برامجهم من أمثال هؤلاء.

(١) رواه الطبراني في المعجم الكبير (ح/ ١٦).



هـ - حق المعرفة:

ومن الحقوق المهمة للمتابعين: حق المعرفة، بمعنى حقه في أن تصله معلومة موثقة صادقة خالية من الغلو ومن التهوين أيضاً، ولقد كان الصحابة يسألون عما أشكل عليهم في أمور الدين، وينصحون الحكام، ويطالبونهم بتفسير ما يتعلق بحقوقهم في أمر الدنيا، كمن سأل عمر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عن لبسه: من أين أتى به؟.

فمن حق المتابع أن تصله صورة صادقة غير مغلوطة، وموضوعية غير متحيزة؛ لتتهياً له معرفة سليمة، وليتسنى له الحكم على الأمور بطريقة صحيحة لا تشوبها الأخطاء التي تسببت فيها المعرفة المتحيزة أو الناقصة التي منحت له - أو رُوِّجت عليه وخذعته - من خلال البرنامج.

و - حق المشاركة:

ومن حق المتابع أيضاً أن يشارك برأيه في الأمور التي تخصه؛ فمن حقوق الإنسان الأساسية التي لا يجوز أن تسلب منه بحال من الأحوال: حقه أن يفكر، وأن يقول ما يعتقد، وأن يعلن رأيه فيما يراه من عوج وفساد، وأن ينكر على غيره ما وقع منه من تجاوزات وظلم.

وعلى ذلك فإنه يجب على العمل الإعلامي أن يتسع ليشمل اهتمامات المتابع الحقيقية، وأن يفسح له مجالاً للتعبير، وأن يتحمل بعض ما يبدر منه من غلظة إن كان يقول الحق، والحق مر.

ز - نصرة المظلوم:

ندب الإسلام إلى نصرة المظلوم وإعانة المحتاج وفك الأسير وإعالة الفقير، وكل ذلك من الدفاع عن حقوق الإنسان، فكل ما يُفضي إلى تحقيق ذلك يكون من صميم العمل الإعلامي:

جاء في حديث البخاري عن أنس بن مالك، قال: قال رسول الله ﷺ: «أَنْصُرْ أَخَاكَ ظَالِمًا أَوْ مَظْلُومًا»، قلت: يا رسول الله أَنْصُرْهُ مَظْلُومًا، فكيف أَنْصُرْهُ ظَالِمًا؟ قال: «تَمْنَعُهُ مِنَ الظُّلْمِ، فَذَلِكَ نَصْرُكَ إِيَّاهُ».

وروى أبو داود مرفوعاً: «مَا مِنْ أَمْرٍ يَخْذُلُ أَمْرًا مُسْلِمًا فِي مَوْضِعٍ تُنْتَهَكُ فِيهِ حُرْمَتُهُ وَيُنْتَقَصُ فِيهِ مِنْ عَرَضِهِ إِلَّا خَذَلَهُ اللَّهُ فِي مَوْطِنٍ يُحِبُّ فِيهِ نَصْرَتَهُ، وَمَا مِنْ أَمْرٍ يَنْصُرُ مُسْلِمًا فِي مَوْضِعٍ يُنْتَقَصُ فِيهِ مِنْ عَرَضِهِ وَيُنْتَهَكُ فِيهِ مِنْ حُرْمَتِهِ إِلَّا نَصَرَهُ اللَّهُ فِي مَوْطِنٍ يُحِبُّ نَصْرَتَهُ»^(١).

هذه هي بعض مكانة الإنسان في الإسلام، وتلك هي منزلته؛ فلا بد من تقدير هذا الإنسان والمحافظة على حقوقه من الانتهاك، وعدم النيل من كرامته، سواء بحجب المعلومات عنه من جانب، أو بالإساءة إليه أيضًا من جانب آخر.

وهنا تبرز قدرة الإعلام المنضبط على مراعاة كافة الحقوق، فلا يعني أن يتناول عملاً ما أو شخصاً ما بالنقد أن تنتهك حقوقه أو يخرج الأمر من إطار النقد العام إلى التجريح والإساءة.. فانظر لأي مدى بلغ الإسلام من صيانة كرامة الناس وحقوقهم، واعتبارهم؟.

ح- تحريم التجسس:

يحرم الإسلام التجسس؛ ولذا: فالإعلام لا يحصل على معلوماته من خلال التجسس، ففي المجتمع الإسلامي الرفيع: يعيش الناس آمنين على أنفسهم، آمنين على بيوتهم، وعلى أسرهم، وعلى عوراتهم، ولا يوجد مسوِّغ - تحت أي ذريعة -

(١) أخرجه: أحمد، وأبو داود.



لانتهاك حرمت الأنفس والبيوت والأسرار والعورات، وحتى تتبع الجريمة لا تصلح في النظام الإسلامي ذريعة ومسوغاً للتجسس على الناس، فالناس على ظواهرهم، وليس لأحد أن يتعقب مواطنهم، وليس لأحد أن يأخذهم إلا بما ظهر منهم، من مخالفات أو جرائم، جاء في الأثر: «يَا مَعْشَرَ مَنْ آمَنَ بِلِسَانِهِ، وَلَمْ يَدْخُلِ الْإِيمَانُ قَلْبَهُ، لَا تَغْتَابُوا الْمُسْلِمِينَ، وَلَا تَتَّبِعُوا عَوْرَاتِهِمْ، فَإِنَّهُ مَنِ اتَّبَعَ عَوْرَاتِهِمْ يَتَّبِعِ اللَّهُ عَوْرَتَهُ، وَمَنْ يَتَّبِعِ اللَّهُ عَوْرَتَهُ يَفْضَحْهُ فِي بَيْتِهِ»^(١).

٣- ما يجب مراعاته من حقوق المجتمع في

العمل الإعلامي:

أ- مراعاة المصالح والمفاسد:

مراعاة المصالح والمفاسد من أعظم الضوابط التي لا بد استحضارها في الأنشطة الإعلامية عموماً، وهذا خاص بالأفراد وبالمجتمع أيضاً؛ ومما ينبغي التنبيه عليه أن من أراد تغيير منكر بأي درجة من الدرجات فلا بد من النظر فيما يترتب على تغيير المنكر من حصول المصالح والمفاسد وما يترتب على تركه من المصالح والمفاسد على الفرد أو الجماعة، فما ترجحت مصلحته في التغيير أو تركه أخذ به وما ترجحت مفسدته في التغيير أو تركه أخذ به، وإذا تعارضت المصالح في التغيير والترك جاز تفويت أدناها لحصول أعلاها، وإذا تعارضت المفاسد في التغيير والترك جاز ارتكاب أخفها؛ ليدفع أشدها وهكذا، وإذا تساوت المصالح والمفاسد فدرء المفاسد مقدم على جلب المصالح.

(١) أخرجه: أبو داود، وأحمد بن حنبل، والبيهقي.

وأكثر الأفعال تختلط فيها المصالح والمفاسد، والإنسان بطبعه يؤثر ما رجحت مصلحته على مفسدته، وينفر مما ترجح مفسدته على مصلحته، ولكنه في اختياره ينظر لنفسه لا للجماعة، فيؤثر ما فيه مصلحته ولو أضر بالجماعة، وينفر مما يراه مفسدة عليه ولو كان فيه مصلحة الجماعة، وقد شرعت العقوبات بما فيها من التهديد والوعيد والزجر علاجاً لطبيعة الإنسان، فإن الإنسان إذا نظر إلى مصلحته الخاصة وما يترتب عليها من العقوبات نفر منها بطبعه، لرجحان المفسدة على المصلحة.

ومثل الإعلاميين في هذا الأمر كمثل الأطباء: يدفعون أعظم المرصين بالتغاضي عن بقاء أدناهما، إذا لم يقدروا على إزالتهما معاً. وهنا نلفت النظر إلى أمر آخر وهو ضرورة الرجوع إلى أهل العلم في بعض الأحيان لاستشارتهم.

ب- حجب المعلومات بسبب الحاجات الأمنية:

قد تبدئ الحاجة إلى عدم إذاعة بعض المعلومات أو الأخبار بسبب حساسية تلك المعلومات أو خطورة عرضها على العامة أو بسبب أن الإعلام له وضعية علنية يتابعها بلا شك أعداؤنا؛ ليستنبطوا من وراء الأخبار أو الأحاديث بعض ما يستخدموه في مواجهتنا.

وقد مر بنا الحديث عن الحجب بسبب المعصية وترويجها أو الحجب بسبب ترك المجاهرة بالمعاصي وتهوينها بين الناس، فلا نكرر هذا هنا، ولنكتف بالحديث عن الحجب بسبب الحاجات الأمنية والسياسية.

وهنا ينبغي أن يكون الإعلامي حصيفاً في تمييز ما يحسن عرضه مما يجب حجبه، وذلك في موازنة عاقلة بين الأمور، فلا يفوت فرصة إعلام المجتمع بما



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

يحدث، وفي الوقت نفسه يفوت ما استطاع على الأعداء استفادتهم من تلك الموضوعات، وهي مهمة صعبة أيضًا وتحتاج إلى خبرة وتمييز؛ لأنه لو ترك الأمر لاختيار رجال الأمن مثلًا، لرأوا كل معلومة مهما صغرت يجب حذفها، فيتحول الإعلام إلى بوق دعاية أو يحاط بأسوار حديدية لا يحق للناس اقتحامها، ومن جانب آخر لو ترك الأمر إلى أولئك الذين لا يعبأون بالمصالح والمفاسد لتسببوا في كثير من الحرج أو المفاسد.

فهو أمر صعب لكنه ممكن لا سيما مع الخبرة ومع الرجوع إلى الصادقين ممن ينصحون.

ومع ذلك فالأدلة الشرعية تبيّن جواز - وربما وجوب - هذا الحجب إن رجحت بسببه المصلحة؛ فهذا هو رسول الله ﷺ وصحابته يحجبون عن عامة الكفار مكان اجتماعهم في بيت الأرقم بن أبي الأرقم، وربما كان ﷺ يَخُصُّ أحدًا بعلم - ليس ممّا يرجع إلى أمور التشريع -، كذلك الأسرار التي يلقونها إلى بعض أصحابه لتحقق مصالح معينة للحجب عن العامة، أو ليقوم هذا الشخص بدور يريده، كما أسرّ إلى أبي بكر رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ بأن الله أذن له في الهجرة، وأسرّ إلى حذيفة خبر فتنة الخارجين على عثمان.

ج - العناية ببرد الشبهات:

يعاني المجتمع كثيرًا مما يرد على الناس من خلال الفضائيات المختلفة وغيرها من مصادر الإعلام التي تبث الشبهات المختلفة، وقد غطى هذا البث للشبهات كل مناحي الحياة ومجالات المجتمعات، على تنوع تلك المناحي من دينية وثقافية واجتماعية وسياسية.. وغيرها، بل وجدنا من يردد شبهات تاريخية، من قبيل ادعاء

حقوق اليهود في أرض فلسطين.. وغير ذلك، وظهرت برامج معروفة وشخصيات مشهورة في هذا الصدد، كل عملها أن تنقّب في الكتب والتراث وتجتزئ كلمة من هنا وسياًقاً من هناك لتلوي أعناق النصوص وليخرج شبهة أو طعنًا في صورة تبدو علمية ومنطقية، وبذلك يُخدع الناس وتروج تلك الشبهات عليهم، وهنا يجب أن تقوم البرامج الحوارية بدورها في التوعية والرد على تلك الشبهات وتفنيدها.

بين التجاهل والرد:

قد يكون التجاهل علاجًا للشبهة، فتموت. وقد تكون تافهة بينة الخلل سفيهة المنطق فيها من التهافت ما يدحضها، أو قد يكون الناطق بها ساقط الأهلية مرفوضاً من قِبل المجتمع، فهنا يكون التجاهل هو العلاج الأفضل.

وقد تكون الشبهة متوسطة تقلق بعض الناس - وليس كلهم - فهنا يكون التدخل لكشفها وتفنيدها مساوياً لها - كما أشرنا إلى ذلك في طرحنا لفكرة المصالح والمفاسد قبل أسطر -، فقد يأتي الرد عَرَضاً ضمن البرنامج ولا تُخصّص له حلقة أو حلقات، أو تخصص له فقرة وربما حلقة أو مجموعة حلقات، بحسب رؤية من يقوم على البرنامج وتقديره لحجم الشبهة وتأثيرها.

وأما إن كانت الشبهة منتشرة، واتضح أنها أصابت المجتمع بالبلبلّة، وسرى أمرها، فهنا يحتاج الأمر غالباً لحملة مرشدة ومنظمة، تُستخدم فيها السبل المباشرة وغير المباشرة كافة لمكافحة تلك الشبهات والرد عليها وتفنيدها.

صحيح أن تراثنا وتاريخنا له من القوة والثبات ما لا تزعه تلك الشبهات، لكن ما المانع من تفنيد تلك الشبهات وبيان تهافتها حماية لأبنائنا ومجتمعنا من الفتن، ودرءاً عن حصوننا، وفي الوقت نفسه: لردع أولئك الذين يريدون التلاعب



بمجتمعنا وتشويه تاريخه وتراثه وقيمه؛ فنقارعهم الحجة بالحجة ونسقيهم من الكأس نفسه الذي جرعونا إياه. وقد قال الله تعالى: ﴿لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا﴾ [النساء: ١٤٨].

د - حق الخصوصية (العامة والخاصة):

للناس حقوق مختلفة، منها: حق الخصوصية، بمعنى: ألا ينتهك ستر مستور الحال وأن تحترم أسرار كل إنسان.

وكذلك بالنسبة لعامة الناس: هناك خصوصيات لأسر أو قبائل أو شعوب يجب أن تحترم، فلا يسمح لأحد أن يتناول عليها أو يسيء إليها، وعندما نتحدث عن حق الخصوصية فإن هذا الحق يشمل حقوق الضيوف والمتابعين على السواء؛ فلا يجوز انتهاك حقوق ضيف البرنامج، وأيضاً لا يجوز للضيف أن ينتهك حقوق المذيع أو أي مشارك آخر معه؛ كما لا يجوز انتهاك خصوصية المشاهدين. وبذا: جاء شرع الله عَزَّوَجَلَّ الذي شرع الاستئذان بكافة أنواعه، مراعاة لتلك الخصوصية فقال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾ [النور: ٢٧].

٤ - أخلاق الإعلام في مضمون المادة المقدمة:

من علامات الالتزام الأخلاقي في الإعلام:

- أن يكون العمل الإعلامي داعياً إلى معالي الأمور مبتعداً عن سفاسفها، وفي الحديث عن طلحة بن كريب الخزاعي، قال: قال رسول الله ﷺ: «إِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ يُحِبُّ مَعَالِيَ الْأُمُورِ، وَيَكْرَهُ سَفْسَافَهَا»، وفي رواية: «يُحِبُّ مَعَالِيَ الْأَخْلَاقِ»^(١).

(١) رواهما الطبراني، في الكبير، والبيهقي، في شعب الإيمان (ح/ ٧٧٨٤) (٤٥/ ١٧).

• لزوم الأخلاق في الغايات والوسائل المفضية إليها: فلا يجوز بحال أن تسوّغ الغاية الوسيلة؛ لأن هذا ليس من مبادئ الإسلام، بل يجب أن تكون الغاية مشروعاً والوسيلة إليها مشروعاً أيضاً، قل هذا في نصرة القضايا أو الدعوة للخير: لا يجوز فيها الكذب ولا التهاون في فعل بعض المعاصي، أو التغاضي عن أعمال مثيرة للغرائز باسم الفن ولو كان هذا لهدف نبيلاً.

• أن ينزل الناس منازلهم، فيحترم الكبير ويتعقل مع الصغير، وفي الحديث عن أم المؤمنين عائشة رَضِيَ اللهُ عَنْهَا، قالت: قال رسول الله ﷺ: «أَنْزِلُوا النَّاسَ مَنَازِلَهُمْ»^(١).

• أن يكون العمل الإعلامي بعيداً عن إشاعة الفاحشة وحريصاً على طهارة المجتمع: قال الله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ﴾ [النور: ١٩]؛ أي: تنتشر، وقد شاع يشيع شيوعاً وشيوعةً، أي: انتشرت، وكذلك: ذاع يذيع ذُيوعاً وذُيوعَةً، فإشاعة الفاحشة: نشرها، وكذلك إذاعتها.

فمن صور إشاعة الفاحشة: بث ما لا يجوز بثه من اللقاءات التي يعمد أصحابها من خلالها إلى الترويج للاختلاط المحرم بين الجنسين، أو الترويج للعلاقات المحرمة بين الجنسين، أو كشف العورات والرقص والعري.. وتزيين ذلك.

ولا شك أن انتشار هذه المظاهر والصور في مجتمعات المسلمين تؤثر في كيانهم، وتزلزل هويتهم، وتبعد أجيالهم عن التفكير البناء في إعادة المجد الحضاري لأمتهم، وتجعلهم لقمة سائغة لأعدائهم.

(١) رواه أبو داود (ح/ ٤٢٠٢)، والبيهقي في شعب الإيمان (ح/ ١٠٥١١)، والحديث مرسل؛ لأنه من رواية ميمون الراوي عن عائشة، وهو لم يدركها.



• أن يحترم توبة التائب من الذنب، فلا يذكره بمعاصيه، ولا يسعى لإفساد توبته أو فضيحته، وعن أبي هريرة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عن النبي ﷺ، قال: «لَا يَسْتُرُ عَبْدٌ عَبْدًا فِي الدُّنْيَا إِلَّا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ»^(١)، قَالَ الْعُلَمَاءُ: مَنْ كَانَ مُسْتَوْرًا لَا يُعْرَفُ بِشَيْءٍ مِنَ الْمَعَاصِي، فَإِذَا وَقَعَتْ مِنْهُ هَفْوَةٌ أَوْ زَلَةٌ؛ فَإِنَّهُ لَا يَجُوزُ هَتْكُهَا وَلَا كَشْفُهَا وَلَا التَّحَدُّثُ بِهَا؛ لِأَنَّ ذَلِكَ غِيْبَةٌ مُحْرَمَةٌ!، وَفِي مِثْلِهِ جَاءَ الْحَدِيثُ: «أَقْبِلُوا ذَوِي الْهَيْئَاتِ عَثْرَاتِهِمْ، إِلَّا الْحُدُودَ»^(٢).

• من أهم ما ينبغي للإعلامي أن يتحراه: الصدق مع الناس، فيتحرى صدق النقل، فلا يجتزئ منه ما يريد فقط؛ ويتحرى صدق الحديث وصدق الوعد وصدق المعلومات التي يذكرها.

هـ - العمل الإعلامي وترشيد المجتمعات:

يمكن أن يقوم العمل الإعلامي بدوره في ترشيد المجتمع نحو المثالية الشاملة بعدة أمور، منها:

- ربط الناس بالقدوات الحسنة السابقة منها والمعاصرة.
- استعراض التجارب الناجحة، وبيان كيف اجتهدت وعانت؟ وكيف أثمر اجتهادها؟ لا سيما من كان ناجحًا في مجالات مختلفة.

(١) أخرجه: مسلم، وأحمد بن حنبل.

(٢) أخرجه: النسائي، وأبو داود، وأحمد بن حنبل. وانظر فيما مضى: غذاء الألباب في شرح منظومة

الآداب، محمد بن أحمد السفاريني الحنبلي (١/٤٠٢).

• لا يقتصر دور الإعلام هنا على خدمة طبقة دون طبقة ولا طائفة دون أخرى، بل يجب عليه أن يسعى إلى نصح جميع المتلقين وتنويرهم بما ينفعهم في أمور دينهم ودنياهم، ويمكن للإعلام أن يكون له دور حتى في توعية الحكام وقادة الرأي بنبض الشارع واهتماماته ومشكلاته، وتوعيتهم أيضاً ببعض القضايا والأمور التي يعرفها النخبة المثقفة، وربما تحوّل الرسميات دون وصولها إلى الجهات التنفيذية والسلطات المختلفة، فيعمل الإعلام على تزويد هؤلاء جميعاً بما ينفعهم، ولعل البرامج المتخصصة فيها تركيز في هذه الجوانب، ويشبه الإعلامي الملتزم بهذا من سماه الرسول ﷺ (وزير الصدق)؛ ففي الحديث عن أم المؤمنين عائشة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا، قالت: قال رسول الله ﷺ: «إِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِالْأَمِيرِ خَيْرًا جَعَلَ لَهُ وَزِيرَ صِدْقٍ؛ إِنْ نَسِيَ ذِكْرَهُ، وَإِنْ ذَكَرَ أَعَانَهُ، وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِهِ غَيْرَ ذَلِكَ جَعَلَ لَهُ وَزِيرَ سُوءٍ؛ إِنْ نَسِيَ لَمْ يُذَكِّرْهُ، وَإِنْ ذَكَرَ لَمْ يُعِنِّهِ» (١).

٦- الضوابط المتعلقة بالحوار الإعلامي:

إذا نظرنا إلى أوجه اختلاف الحوار الموثوث إعلامياً عن غيره من الحوارات، نجد أن الحوار الموثوث إعلامياً يتميزه عدة ميزات:

أولاً: أن الهدف ليس هو الحوار في ذاته بين المتحاورين أو الضيوف، وإنما الهدف هو عرض ذلك الحوار على الجمهور، فالعنصر الأساسي في الموضوع هو الجمهور وليس الضيوف؛ لأنه المستهدف من إذاعة الحوار؛ وإلا فلو كان الهدف هو الحوار ذاته بين الضيوف لأمكن أن يتحقق ذلك في مكان آخر ووفق ظروف مختلفة؛ ولذا: فلا بد من مراعاة ذلك الضابط كما سنذكر تفصيل ذلك بعد قليل.

(١) أخرجه: أحمد بن حنبل، وأبو داود.



ثانيًا: الحوار المبتوث حوار علي مفتوح، ونقصد بذلك: أنه لا بد من مراعاة آداب الحوار المفتوح، بل آداب ما يسمى في الشرع بالمجاهرة.

أ- ضوابط إسلامية عامة في الحوار الإعلامي:

ووفقًا لهذا التصور- للميزتين السالفتين- لا بد من مراعاة الآتي في الحوار الإعلامي:

١- أن متابعيه من غير المتخصصين أكبر من المتخصصين؛ ولذا: فلا بد من عدم الإغراق في مصطلحات المتخصصين دون بيانها- ولو بنبذة- للمتابعين؛ حيث يحدث كثيرًا أن يستخدم الضيوف لغة خاصة ومصطلحات دقيقة غائبة عن أذهان المتابعين فيضيع الهدف الأساسي من الحوار، وهذا يضيع الوقت، وهو قيمة إسلامية.

٢- عدم بث الشبهات أو الوقوع فيما يحدث بلبلة أو لا يناسب عقول المتابعين، وهذا أمر شرعي لا بد من الاجتهاد في تنفيذه؛ خشية إحداث فتنة بين الناس؛ عن عبد الله بن مسعود، قال: «مَا أَنْتَ بِمُحَدِّثٍ قَوْمًا حَدِيثًا لَا تَبْلُغُهُ عُقُولُهُمْ إِلَّا كَانَ لِبَعْضِهِمْ فِتْنَةٌ»^(١)؛ فقد يورث حوار منفلت شكًا في العقيدة أو عدم فهمها، وقد يوقع الفتنة بين الناس، وقد يورث البغضاء أو سوء الظن بين بعض الطوائف أو بين الناس والعلماء؛ بحسب سوء الفهم الذي جر إليه ذلك الحديث.

فهنا نجد الحاجة ماسة للنظر في المادة التي توجه للناس على اختلاف توجهاتهم ومشاربهم، وقد تصلهم- عبر الإمكانات المتاحة- إلى دول أخرى؛

(١) صحيح مسلم (١/٢١).

بل تصل بطبيعة الحال إلى المتربصين بها من أعداء الأمة والإسلام، الذين يضعونها تحت المجهر فيحللون كل خطاب ويفسرون كل كلمة ويتصيدون بها الهفوات أو يؤولونها على غير مراد قائلها، فقد يضر الدعوة بعض ما يتكلم به الدعاة.

فلكل مقام مقال؛ وهذا يجعل الإعلامي حريصًا في عمله، فرغم أن واجبه ألا يتخاذل عن القيام بالواجب وبيان الحق؛ إلا أنه في الوقت نفسه يجب أن يتحلى بالحكمة في اختيار الموضوع مقارنة بالوقت المتاح للموضوع ونوعية من يخاطبهم، ويكون ذلك البيان واضحًا جليًا بالقدر نفسه الذي يراعي الإعلامي فيه ألا يحدث الناس بما لا يفهمون، أو بما لا يسعفه الوقت لحسن بيانه، أو بما لا يتقن فنه وبيانه.. فتحدث بليلة.

وهنا تتضح صورة الإعلامي الداعية الحكيم في ترتيب الأولويات، والتدرج بالناس، واختيار الأسلوب الأمثل لكل طائفة، واختيار المنهج المناسب بحسب الموقف المناسب والحاجة إليه، وبحسب حال الأمة من القوة والضعف والقدرة وانعدامها.

٣- عدم الجهر بالمعاصي أو بالفاحش من القول والفعل؛ ففي المجاهرة بالمعاصي استخفاف بحق الله وحق رسوله وضرب من العناد لهما؛ عن أبي هريرة رَضِيَ اللهُ عَنْهُ، يقول: سمعت رسول الله ﷺ يقول: «كُلُّ أُمَّتِي مُعَاْفِي إِلَّا الْمُجَاهِرِينَ، وَإِنَّ مِنْ الْمُجَاهِرَةِ أَنْ يَعْمَلَ الرَّجُلُ بِاللَّيْلِ عَمَلًا ثُمَّ يُصْبِحَ وَقَدْ سَتَرَهُ اللهُ عَلَيْهِ فَيَقُولُ: يَا فُلَانُ عَمِلْتُ الْبَارِحَةَ كَذَا وَكَذَا، وَقَدْ بَاتَ يَسْتُرُهُ رَبُّهُ وَيُصْبِحُ يَكْشِفُ سِتْرَ اللهِ عَنْهُ»^(١). فالمجاهرون هم المعلنون بالمعاصي المشتهرون بإظهارها الذين

(١) أخرجه: البخاري، ومسلم.



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

كشفوا ستر الله عنهم، وفسر الحديث المجاهر بأنه الذي يعمل العمل بالليل فيستره ربه، ثم يصبح فيقول: يا فلان إني عملت البارحة كذا وكذا، فيكشف ستر الله عَزَّوَجَلَّ عنه، فيؤاخذ به في الدنيا بإقامة الحد إن كان ما يعترف به يستحق الحد.

وقد يقع في بعض البرامج - لا سيما الفنية أو الاجتماعية - أن يصر المذيع على كشف تفاصيل بعض المعاصي، أو الكشف عن قيام الضيف ببعض الأخطاء، فيكلفه أن يعترف بين يديه بكل ما فعله من الذنوب!؛ وفي هذا من مخالفة الشرع ما فيه، فهنا أوقعه المذيع باعترافه في هذه المهالك؛ وفي هذا تشبه بالقسيسين؛ لأن من عادتهم الذميمة إذا جاءهم أحد ليتوب على أيديهم أن يطالبونه بذكر ذنوبه ذنباً ذنباً.

٤ - جواز الجهر بالسوء عند الظلم؛ قال تعالى: ﴿لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا﴾ [النساء: ١٤٨]، فالأصل: تحريم الجهر بالسوء، ومنه: التشكي أو الدعاء على الآخرين أو ذكر مساوئهم، والاستثناء هنا أن يكون الجاهر بالسوء مظلوماً، حيث يكون معذوراً بحسب مظلّمته، والأمور تقدر بقدرها. ولقد جاء في تفسير الآية الكريمة: (عن مجاهد: إلا من ظلم فانتصر، يجهر بسوء، قال: نزلت في رجل ضاف رجلاً بفلاة من الأرض فلم يصفه، فنزلت: ﴿إِلَّا مَنْ ظَلَمَ﴾، ذكر أنه لم يصفه، لا يزيد على ذلك^(١). حتى في حال أن يكون المظلوم مقدوفاً بالزنى مثلاً، فهنا يحق له شرعاً أن يدعو على ظالمه، لكن لا يجوز مبادلته بالقذف.

(١) تفسير الطبري = جامع البيان في تأويل آي القرآن (٩/٣٤٧)، ط. مؤسسة الرسالة، ١٤٢٠ - ٢٠٠٠ م.



وهنا يقول القرطبي رَحْمَةُ اللَّهِ: (والذي يقتضيه ظاهر الآية أن للمظلوم أن ينتصر من ظالمه- ولكن مع اقتصاد- إن كان مؤمناً، كما قال الحسن، فأما أن يقابل القذف بالقذف ونحوه فلا)^(١).

فمن مجموع أقوال العلماء: نجد أن البرامج الحوارية لها أن تراعي المصالح المختلفة- الفردية والجماعية- في قضية الجهر بالسوء وفي عرض مشكلات الناس، فلئن كان الجهر بالسوء ببيان وقوعه وإظهاره للآخرين جائز بحق من لم ينل حقه في الضيافة أو في مطل غني عن أداء حقوق الناس وما يشبه ذلك من الأحوال الفردية.. فإن ظلم مجتمعات وأكل حقوقها وحرمانها من أبسط المقومات للحياة وشيوع الفساد، وغير ذلك.. يبيح الجهر بفضح تلك الممارسات من باب أولى.

لكن يكون هذا بشرطين:

أولاً: ألا تكون الاتهامات جزافاً، وإنما بعد تحقق واستيثاق.

وثانياً: أن يكون ذلك النقد بموضوعية وعفة لسان.

فلا حرج من التشكي، لكن دون نزول إلى الأساليب الخسيسة أو الأقوال الدنيئة.

٥- الأدب مع المخالف: ويجب على الإعلامي المنصف أن يتأدب

مع المخالفين، وأن يتسع صدره لانتقاداتهم، حتى غير المنصفة منها، فهم وإن عصوا الله تعالى فلا يسوِّغ ذلك أن نبادلهم معصية بأخرى.

(١) تفسير القرطبي (٢/٦)، ط. دار الكتب العلمية، ٢٠٠٥ م.



وقد بلغ الإنصاف بالإمام ابن تيمية أن يتسع صدره على من كفره وبدّعه وفسّقه، فيقول في كلام بدیع: (وأنا في سعة صدر لمن يخالفني؛ فإنه وإن تعدى حدود الله في تكفير أو تفسيق أو افتراء أو عصبية جاهلية، فأنا لا أتعدى حدود الله فيه، بل أضبط ما أقوله وأفعله وأزنه بميزان العدل)^(١).

ب- ضوابط شرعية لاختيار موضوعات الحوار:

الحوار ليس مشروعاً من قبيل الترف الفكري ولا الفضول وحب الاستطلاع أو الجدل في المسائل، فهناك قضايا يباح الجدل فيها، وأخرى ليس من الجائز الخوض فيها بحوار أو جدال، إما بسبب محدودية العقل البشري إزاءها، أو بسبب عدم ترتب أي ثمرة علمية أو عملية من ورائها، أو لأنها محسومة أساساً بنص شرعي أو إجماع.

فالبحث في ذات الله تعالى - مثلاً - منهي عنه شرعاً، فهذا ليس مجال بحث ولا جدال ولا حوار؛ لأن القول في ذلك الشأن الجليل من قبيل الخوض بلا علم، والعلم شرط أساسي لخوض الحوار، وهو معدوم في هذه الحالة؛ وهو هنا من جملة ما نهى الله عنه في قوله تعالى: ﴿وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: ٣٦].

وكذلك المفردات والبدهيات الجلية لا تجرى فيها المناظرة أصلاً؛ وهناك مسائل كثيرة لا يترتب عليها عمل، فهذه يكون الحوار فيها مما يضيع الوقت والجهد بلا فائدة، والقاعدة: (كل مسألة لا ينبنى عليها عمل فالخوض فيها خوض فيما لم يدل على استحسانه دليل شرعي)^(٢).

(١) مجموع الفتاوى (١/ ٢٦١).

(٢) الموافقات في أصول الشريعة، أبو إسحاق الشاطبي (١/ ٤٦)، دار المعرفة.

ومن المسائل التي ينهى عن الجدل فيها: كل ما حَكَمَ الله ورسوله فيه بنص مُحَكَّم جَلِي، أو ما ثبت فيه إجماع لعلماء الإسلام؛ فالأحكام القطعية في الدين ليست منوطاً للحوار أو الجدل من أجل إعادة النظر فيها أو تقويمها أو تغييرها؛ فليس في ذلك مجال لحوار بقبول وردّ، وقد يكون فيها حوار لإزالة شبهة ولبيان حسن التشريع ومصالحته.

ج- أخلاق الإعلام الإسلامي في شكل الحوار:

ما سبق كان ما يجب مراعاته في مضمون العمل، وهنا نذكر أخلاقاً عامة في شكل الحوار الإعلامي وسلوك فريق العمل تجاه غيرهم، ومن ذلك:

- أن يبش في وجوه ضيوفه ومتابعيه بما يزيل الوحشة أو الهيبة من نفوسهم.
- أن يتلطف في اختيار العبارات والكلمات بما لا يؤذي المتابعين أو الضيوف.
- أن يكتفي بالتعريض عما يستحيا منه، كأمر الجِماع وغيرها.
- ألا يتطرق لموضوعات يكون من شأنها التعريض أو الأذى لطائفة أو مهنة أو جنس أو لون.
- أن يجتنب ما يخدش الحياء أو يثير الغرائز من الأقوال أو الأفعال.
- أن يتجنب ما يثير القلاقل الفكرية أو الشبهات.
- ألا يقاطع المتحدث من دون سبب، وأن تكون مقاطعته - إن احتاج - بأدب.
- ألا يتكبر على ضيوفه، ولا يتعامل عليهم، ولا يزدري متابعيه، ولا يسفه من أفكارهم.



خُطبة الجمعة وسيلة الإعلام الإسلامي الكبرى:

تمهيد:

لم تزل الخُطبة منذ الرعيل الأول من أعظم أساليب التأثير في المجتمع المسلم، سواءً أكانت خطبة للجمعة أو في أي مناسبة أخرى، ولقد بدأ الرسول ﷺ دعوته العامة بخطبته على الصفا، واستمر في الاستفادة من التجمعات المختلفة للتأثير ونشر الدعوة والقيام بواجب البلاغ حتى كانت آخر خطبه هي خطبة الوداع.

ولقد أصبح للخطبة موقعاً ممتازاً باستكمال أركان الدين وفرائضه، وحينها أصبحت خطبة الجمعة من الشعائر، حيث يجتمع المسلمون في المساجد ليسمعوا الخطبة الأسبوعية، فضلاً عن خطب العيدين والحج، فزاد ذلك من قدرتها على التأثير وربط المجتمع ودعم قضاياه وحل مشكلاته.

وكان ﷺ إذا خَطَبَ احمرَّت عيناه، وعلا صوته، واشتد غضبه؛ حتى كأنه منذر جيش يقول صبحكم ومساكم، ودليل ذلك: حديث جابر بن عبد الله رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قَالَ: «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ إِذَا خَطَبَ احمرَّت عَيْنَاهُ وَعَلَا صَوْتُهُ، وَاشْتَدَّ غَضَبُهُ، حَتَّى كَأَنَّهُ مُنْذِرُ جَيْشٍ يَقُولُ: صَبَّحَكُمْ وَمَسَّاكُمْ»^(١)، وقال الإمام النووي رحمه الله تعالى: (يستدل به على أنه يستحب للخطيب أن يفخم أمر الخطبة، ويرفع صوته ويجزل كلامه، ويكون مطابقاً للفصل الذي يتكلم فيه من ترغيب أو ترهيب، ولعل اشتداد غضبه كان عند إنذاره أمراً عظيماً، وتحذيره خطباً جسيماً)^(٢).

(١) أخرجه: مسلم، وابن حبان.

(٢) صحيح مسلم بشرح النووي (٥ / ٣٨٥).



وقد كان رسول الله ﷺ أكثر خطباء الدعوة خطابة، وكانت الخطبة وسيلته الرئيسة لشرح أركان الإسلام وتوجيهات النبوة بأفضل الأساليب التي تأخذ بلب المستمع وتؤثر فيه، واستغرق ذلك بطبيعة الحال عصر النبوة كاملاً^(١). والخطب من أسرع الوسائل لنقل المعلومات إلى الجماهير، شريطة أن يكون المتحدث يملك أدوات التأثير.

شروط الخطيب الناجح:

فالخطابة لها شروط: أولها: الموهبة، ثانيها: الدراية، ثالثها: المران.

ونقصد بالموهبة: قدرة الخطيب على إثارة انتباه السامعين، وهذا يتطلب منه أن ينوع أسلوبه في الطرح، سواءً من خلال الأداء الصوتي الذي يتغير بتغير الفكرة، أو باتخاذ أساليب متنوعة في التأثير الفكري وطريقة طرح الموضوع، وبلغة الإعلام: يغيّر في شكل الأداء ومضمون الطرح.

ونقصد بالدراية: أن يتعرف على موضوعه جيداً، ويحيط بالظروف المتعلقة بالخطبة وجمهورها.

ونقصد بالمران: أنه يقوم بدراسة فن الأداء والخطابة، ثم يتدرب عليها ويكررها؛ وهذا يجعله أكثر قدرة على الإقناع وإيصال الفكرة والدفاع عنها.

(١) المسؤولية الإعلامية في الإسلام، د. محمد سيد محمد، مرجع سابق (ص ٧١)



• مواصفات أساسية للخطيب الناجح:

ينبغي للخطيب أن يكون:

- لديه إلمام بمهارات الاتصال ومستوياته وفنونه (الاتصال اللفظي وغير اللفظي، الاتصال الفردي والجمعي.. وغيره، ومواصفات كل منها، وعوامل الفاعلية، الدعاية وأساليبها)^(١).
- طلق اللسان، حَسَنَ التَّأْتِي، يعرض أفكاره بوضوح وجزالة لفظ.
- لبَقًا وذَكِيًّا، ويمكنه بمرونة تغيير لغة خطابه (لا موضوعه) وطريقة تناوله للموضوع، وفقًا لما يراه خلال الخطبة.
- يحسن اطلاعه على دراسات للرأي العام وكيفية التأثير.
- مؤهلاً علمياً في الموضوعات التي يتناولها.
- واسع الاطلاع والثقافة في العلم الذي يخطب فيه، ودائم الربط بينه وبين واقعه وواقع من يخطب فيهم.
- يعايش الجماهير ويعرف مشكلاتهم ويعرف اهتمامتهم.
- مظهره ولبسه يكون لائقًا ومحترمًا.
- حسن الخلق، ولطيف المعشر، وقدوة في نفسه بِسْمَتِهِ وعلمه وخلقه ومركزه الاجتماعي، وهذا ينعكس على سلوكه التلقائي الذي يراقبه الجمهور.
- واثقًا في ربه وتوفيقه، يستمد منه وحده العون؛ ليبدو واثقًا في نفسه، مقتنعًا بما يقول^(٢).

(١) يرجى مراجعة ذلك في الفصل الأول من البحث، عند الحديث عن مستويات الاتصال.

(٢) يرجى مراجعة: ملاحظات أساسية للمتحدثين الإعلاميين، في الفصل الأول من البحث.

معالم إخراج خطبة ناجحة:

وفيما يأتي معالم إخراج خطبة ناجحة:

أولاً: التخطيط للخطبة:

لا بد للخطيب أن يمهد للخطبة؛ بأن يسأل نفسه عدة أسئلة تمهيدية، والإجابة عنها تنير له الطريق لطرح جيد، وهذه الأسئلة هي (١):

- أين سيلقي الخطبة؟ (معرفة المكان وطبيعته ومشكلاته وهمومه وقضاياه وطموحاته).
- ما مناسبة تلك الخطبة؟ (إن كانت مناسبة تاريخية، أو مناسبة دُعي ليخطب تعليقاً عليها).
- ما طبيعة الجمهور الذي يستمع للخطبة؟ (المثقفون يتفاعلون مع الإقناع العقلي أكثر وللغة التي تظهر فيها فصاحة الخطيب، والبسطاء يحتاجون للأداء العاطفي أكثر وللغة يسيرة محببة.. والأفضل دوماً الجمع بين أنواع الاستمالة الثلاثة: العاطفي - العقلي - التخويف، واستخدامها بحكمة تضع كل أسلوب في موضعه الصحيح).
- ما اتجاهات الجمهور؟ (هل هو جمهور عنيذ؟ أم جمهور مستجيب؟ أم غير مبالي؟) (٢).. هل هو موافق له في الفكر والتوجه، أم مخالف له؟.

(١) الموسوعة الإعلامية، د. محمد منير حجاب، مرجع سابق (٣/ ١١٣٩).

(٢) يرجى مراجعة: مواصفات الجمهور في الفصل الأول، عند الحديث عن المستقبل ومواصفاته.



الفصل الثالث: الدعوة والإعلام الإسلامي

• هل الجمهور يعرفه من قبل، وله معه علاقة، وسبق له تكوين صورة ذهنية عنه، سواء أكانت إيجابية تساعد في قبول الرسالة، أو سلبية تعرقل وصول الرسالة؟.

• ما الموضوع الذي يناسب هذا الجمهور بعد معرفة كل المعلومات السابقة؟ وهل يلقي الموضوع بوجه عام قبولا لدى المستمعين، أم يحتاج الخطيب لجهد أكبر ليقنعهم بما قد يخالفونه فيه؟.

وبناءً على الإجابة عن تلك التساؤلات يمكن للخطيب أن يجهز خطبته الناجحة.

ثانياً: أقسام الخطبة:

تقسّم الخطبة من حيث هيكلها إلى ثلاثة أقسام، مرتبة كما يأتي: المقدمة، الموضوع، الخاتمة.

الأول: المقدمة:

أ- تعريفها:

هي مدخل يمهد فيه الخطيب للأفكار التي سيعرضها في خطبته والمسائل التي سيعالجها خلالها، ويرمي منها إلى جذب انتباه السامعين إلى ما سيلقيه إليهم من تلك الأفكار والمعاني.

ب- أثرها في نجاح الخطبة:

للمقدمة دور فعال في تأمين نجاح الخطبة، فإذا كانت مُحكمة النَّسج سامية المعنى قويّة الإلقاء، كان أثرها كبيراً في تنبيه الناس والسيطرة على أذهانهم ومشاعرهم وإثارة اهتمامهم بالإصغاء إلى الموضوع المطروح عليهم.

فلبراعة استهلال الخطيب الأثر البالغ في حسن إنصات السامعين إليه، وحُسن إقبالهم عليه، وأما إذا أخفق في استهلاله كان ذلك أدعى إلى انصراف الأذهان عنه وضعف الإقبال عليه.

ج- أنواعها:

تنوع المقدمة إلى ما يأتي:

- نصّ قرآنيّ (أو أكثر).
- حديث نبويّ شريف.
- حكمة مأثورة، وبيان المراد منها بإيجاز.
- فكرة الموضوع بصورة موجزة.
- قصّة قصيرة لجذب انتباه المستمعين.
- بيان المناسبة (إذا وجدت).

الثاني: الموضوع:

أ- تعريفه:

هو المادّة التي يبني عليها الخطيب حديثه، والأفكار التي يعالجها في خطبته.

ب- أسسه:

حسن الاختيار، التحضير المسبق، التقسيم، الوضوح، وتفصيل ذلك في الآتي:

١- حسن الاختيار:

ينبغي للخطيب أن يراعي أمورًا ثلاثة عند اختيار موضوع خطبته، هي:

- المناسبة التي اجتمع الناس من أجلها.



- الموضوع الذي يناسب ثقافة الناس، ويتناسب مع ظروفهم وأحوالهم.
- عدم الإطالة، والتقييد بالوقت المحدد.

٢- التحضير المسبق:

من خلال ما يأتي:

- الرجوع إلى القرآن الكريم والحديث الشريف.
- بعض الكتب التي تتحدث عن الموضوع المختار.
- قراءة ما كتبه أهل العلم والفكر في ذلك.

٣- التقسيم:

ويتحقق بما يأتي:

- تقسيم الموضوع إلى عناصر أساسية شاملة لجميع جوانبه.
- ترتيب الفقرات بحيث لا تدخل فقرة في أخرى (منعاً للعشوائية).
- بيان تقسيم الموضوع في بداية الخطبة، كأن يقول: يرتكز موضوع خطبتنا على نقاط ثلاث، هي: كذا، وكذا..
- حسن الربط بين فقرات الموضوع.

٤- الوضوح:

وهو من أهم الصفات في (موضوع الخطبة)، كي تؤتي ثمرتها في أوساط المستمعين، ومن عوامل الوضوح ما يأتي:

- سهولة الأسلوب.
- وضوح الألفاظ.

- الابتعاد عن التراكيب المعقدة.
- عدم استخدام الألفاظ الغريبة.

الثالث: الخاتمة:

أ- تعريفها:

هي ما يُنهي به الخطيب خطبته، ويتحقق به تمام الموضوع.

ب- أثرها وأهميتها:

تحقق الخاتمة رسوخ الموضوع في أذهان السامعين، أما الخطبة التي تخلو منها فلا تحقق الفائدة المنشودة والنفع المقصود.

ج- سماتها:

أن تكون:

- في منتهى الدقة والوضوح.
- في غاية القوة والتأثير.
- في حسن كمال الأداء وجمال التعبير.

د- أنواعها:

من أبرز أنواع الخاتمة ما يأتي:

- أن تكون موجزاً لأفكار الموضوع الرئيسة.
- أن تؤكد الفكرة الرئيسة التي ناقشها الخطيب في خطبته.
- أن تكون بنص قرآني أو حديث نبوي أو قول لأحد العلماء.
- أن تؤكد للناس ضرورة الالتزام والعمل بما عرضه في موضوع الخطبة.



ثالثًا: طبيعة الرسالة في الخطبة:

لا بد أن تكون رسالة الخطبة مناسبة للمقام؛ فلكل مقام مقال، لذا: لا بد من مراعاة الأبعاد الآتية:

من حيث الوقت المتاح للموضوع:

قد يكون الموضوع أكبر من الوقت بما لا يسمح إلا بالتذكير برؤوس الموضوعات المتعلقة به فقط، وقد يكون الوقت مناسبًا يمكن خلاله شرح ما يقتضيه توفية حقه، وقد يكون الموضوع المختار قصيرًا، وهنا نحتاج لتفنيد أكبر واستعراض له من جوانب مختلفة واستعراض تأثيراته المتنوعة: اجتماعيًا، اقتصاديًا، سياسيًا.

من حيث نوعية الموضوع:

- يجب أيضًا أن يناسب الحال المطلوب، فلو قلنا الخطبة لتأبين شخص، فهنا ينبغي ستر أخطائه وإبراز حسناته، والشيء نفسه يُقال عن الأفكار أو الأماكن. وإن كانت الخطبة عن تفنيد شبهات ورد أخطاء، فإن الخطيب يحتاج إلى نقاش عقلي، واستعراض أقوال الخصوم. وإن كانت في موضوع وعظي يجب البحث عن موضوع شائق وربطه دائمًا باحتياجات الجمهور واهتماماته، وإلا غرّد الخطيب بعيدًا.
- من المهم استعراض الحقائق والخبرات الذاتية وخبرات الآخرين؛ فإنها تؤثر في الجمهور، وكذلك اعتماد أسلوب السرد القصصي، وسرد قصص أشخاص بعينهم تؤثر كثيرًا؛ لأن الإنسان بطبعه يميل إلى القصص.
- الموضوع يجب أن يكون جذابًا في كلماته وأفكاره، مبتعدًا عن التكرار



الممل أو التطويل المتعب (٣٠-٤٠ دقيقة أفضل في التركيز)، وبذا: يكون مختصراً بشكل غير مخل.

- اعتماد الموضوعية وعدم التحيز فيما يمكن عدم التحيز فيه.
- اتصال الموضوع وتسلسله ومنطقية ترتيبه.

رابعاً: أمور يجب مراعاتها خلال الخطبة:

خلال الخطبة يُراعَى ما يأتي:

- أن يكون الخطيب مستوعباً لخطبته، ممتلئاً بها، ولا يلقبها من أوراق.. ما وجد لذلك سبيلاً؛ لأن الخطبة المرتجلة المعدة جيداً أكثر تأثيراً في الناس؛ لأنهم يشعرون بأن الخطيب يعيش المعاني التي يذكرها.
- أن يتحدث الخطيب بتلقائية، ودون خروج عن الموضوع، ولا إغراق في تفاصيل عقلية لا تناسب الإعلام المسموع الذي يمارسه؛ فطبيعة الإعلام المسموع طبيعة هادئة شاعرية تثير الخيال وتداعب العواطف؛ لذا: فليستفد من تلك الطبيعة، ولا يُعرج إلى النقاش العقلي إلا بدرجة أقل^(١).
- أن يجتهد الخطيب ألا يبدو جاهلاً بموضوعه أو غير مقتنع به، بل يشتعل حماسة له، بصوت يوحى بالعزم والإخلاص.
- أن يتكلم الخطيب باختصار ويقدم البراهين وينتقد باعتدال، وربما احتاج للفكاهة غير المسفة ليكسر الملل ويلفت النظر.

(١) يرجع الرجوع إلى: خصائص الإعلام المسموع، في الباب الثاني من هذا البحث.



- أن يضع الخطيب نفسه مكان المستمع، ويحاول أن يجيب عن تساؤلاتهم حول موضوعه، ويراقب انطباعات الجمهور، فربما أرسلوا له رسائل غير لفظية في أثناء خطبته (إظهار التفاعل - أو عدم الفهم - أو الامتناع والرفض - أو الموافقة وطلب المزيد.. إلخ) تجعله يعدل من أسلوبه ويعرض كلماته بانتظام وبطريقة مقنعة^(١).

خامساً: أسلوب الخطبة:

أ- وسائل الأسلوب:

هما وسيلتان فقط: الألفاظ، والتراكيب:

١- الألفاظ:

عند اختيار ألفاظ الخطبة ينبغي مراعاة ما يأتي:

- اختيار اللفظ المناسب للمعنى.
- البعد عن الكلمات الغريبة.
- انتقاء الكلمات المألوفة.
- البعد عن الألفاظ الركيكة والعامية.
- تجنب تكرار اللفظ الواحد في الخطبة لغير حاجة.

٢- التراكيب:

ينبغي ملاحظة الأمور الآتية في التراكيب:

- أن تكون التراكيب قوية متماسكة، محققة للمعنى المقصود في أجمل صورة لفظية، سليمة من الضعف والتفكك.

(١) مستفاد من الموسوعة الإعلامية، مرجع سابق (٣/ ١١٤٠).



- أن تكون التراكيب متوازنة في ترتيب ألفاظها.
- خلو التراكيب من ظاهرة التكلف اللفظي، والابتعاد عن سلطان السجع.
- خلو التراكيب من التكرار غير المناسب.
- اعتماد التراكيب القصيرة.

ب- سبل تقوية الأسلوب الخطابي:

يجب على الخطيب لتقوية أسلوبه الخطابي أن يرجع إلى أهم مصادر العربية الفصحى، وهو: القرآن الكريم، فمن قرأه وحفظه وفهمه بلغ به الأقوم في الفصاحة والبيان. وهناك مصادر أخرى لتقوية الأسلوب، من أبرزها:

- الحديث النبوي الشريف.
- كلام الصحابة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ.
- كلام التابعين وتابعيهم.
- التراث اللغوي العربي (النثري والشعري).





أسئلة وتدرّيات:

- ١- ما مفهوم الإعلام الديني؟ وما الفرق بينه وبين الإعلام الإسلامي؟.
- ٢- مفهوم الإعلام الإسلامي يمتد ليشمل معاني كبرى، اشرح هذه العبارة.
- ٣- تكلم عن ثلاثة من خصائص الإعلام الإسلامي، ضارباً المثل بعمل إعلامي منفذ.
- ٤- ما معنى الإنصاف والاتزان في الإعلام الإسلامي؟.
- ٥- ما الفرق بين أهداف الإعلام الإسلامي وأهداف الإعلام العام؟، اضرب مثلاً على ما تقول.
- ٦- ضع خطة إعلامية لقناة فضائية تبرز فيها أهداف الإعلام الإسلامي على صورة برامج، مبيناً كيف تتغلب على مشكلات التداخل أو ندرة المواد المنضبطة.
- ٧- تكلم عن الإعلام الإسلامي، مبيناً علاقته بالدعوة الإسلامية، وبرأيك أيهما يتبع الآخر؟.
- ٨- اختلف الباحثون في الإعلام الإسلامي والدعوة أيهما يتبع الآخر، اذكر إجمالاً أقوالهم في الموضوع، مبيناً إلى أي مدى يمكن أن يتأثر العمل الإعلامي بهذا الاختلاف؟.
- ٩- اذكر ثلاث قواعد شرعية عامة للإعلام، وشرح تطبيقها الإعلامي.
- ١٠- ما هي المقتضيات الإعلامية لقاعدتي (عالمية الإسلام- الأخوة الإسلامية)؟.

- ١١- تتبع القواعد الإعلامية التي درستها، واضرب أمثلة على برامج إعلامية يمكن أن تظهر فيها خصائص كل قاعدة.
- ١٢- ما هي الضوابط الواجب مراعاتها في إبداء الرأي؟.
- ١٣- كيف نتعامل إعلامياً مع المشككين في العقائد؟.
- ١٤- اكتب مخططاً إعلامياً لبرنامج يتبنى قضية الحرية باعتبارها مبدأً مهمّاً في الإسلام.
- ١٥- اذكر خمسة من حقوق الفرد في الإعلام الإسلامي.
- ١٦- ماذا نقصد بتحرير التجسس في الإعلام؟، وكيف يحصل الإعلامي على الأخبار وهو ينضبط بهذه القاعدة؟.
- ١٧- اختر قناة فضائية، وتتبع في برامجها كل ما يتعلق بحقوق الفرد في الإعلام الإسلامي، ذكراً كيف يمكن الدعوة إلى هذه الحقوق وتطبيقها إعلامياً.
- ١٨- ماذا نقصد بتقدير المصالح والمفاسد فيما يتعلق بحال المجتمع عند حديثنا عن الإعلام الإسلامي؟.
- ١٩- ما هي الأحوال المتعلقة برد الشبهات في الإعلام الإسلامي.
- ٢٠- ما هي الضوابط الشرعية لمضمون ما يقدم من عمل إعلامي؟.
- ٢١- كيف يطبق الإعلامي مفهوم عدم إشاعة الفاحشة في البرامج ونشرات الأخبار؟.
- ٢٢- كيف يمكن استخدام الإعلام لترشيد المجتمع ونصرة قضاياها؟.
- ٢٣- اذكر ما يتعلق بضوابط الحوار في الإعلام الإسلامي.
- ٢٤- تكلم عن حالات الجهر بالسوء من القول في العمل الإعلامي، وضوابط ذلك.



- ٢٥- كيف يتأدب الإعلامي في حوارهِ مع المخالفين؟.
- ٢٦- تكلم عن الضوابط الشرعية لاختيار موضوعات الحوار.
- ٢٧- ما هي المسائل التي يُنهى عن الجدل فيها في الحوار الإعلامي المنضبط؟.
- ٢٨- اذكر الضوابط الشرعية لشكل الحوار في الإعلام الإسلامي.
- ٢٩- وضح كيف يمكن استخدام أخلاق الحوار الإعلامي في دعوة المخالفين؟.
- ٣٠- استخرج من متابعتك الإعلامية عشرة موضوعات كان يجب تجنبها في الحوار الإعلامي.
- ٣١- ضع خطة إعلامية لصحيفة ترتقي بأسلوب الحوار الإعلامي.
- ٣٢- تكلم عن أهمية الخطبة، وكيف استخدمها الرسول في دعوته إلى الله تعالى.
- ٣٣- ما هي شروط الخطيب الناجح؟ ما المواصفات الأساسية التي يجب أن تتوفر فيه؟.
- ٣٤- اذكر أقسام الخطبة، مبيناً فائدة كل منها للخطبة؟.
- ٣٥- ما هي وسائل الأسلوب التي يجب مراعاتها في الخطبة؟.
- ٣٦- اكتب خطة إعلامية، واذكر فيها كيف يمكنك الاستفادة إعلامياً من الخطب الناجحة التي يلقيها الدعاة في الدولة التي تقيم فيها.

