



المشاركة الإعلامية للداعية: أهميتها وضوابطها

Media Participation of the Preacher: Its Importance and Controls

إعداد

أ.د/ سعيد احمد خالد

Prof. Saeed Ahmed Khaled

استاذ بجامعة عُسُو الفدرالية

Doi: 10.21608/jnal.2024.389617

٢٠٢٤ / ٨ / ٦

استلام البحث

٢٠٢٤ / ٩ / ٣

قبول البحث

خالد، سعيد احمد (٢٠٢٤). المشاركة الإعلامية للداعية: أهميتها وضوابطها. *مجلة الناطقين بغير اللغة العربية، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، مصر،* ٧٢(٢٣)، ٥٧ - ٧٢.

<http://jnal.journals.ekb.eg>

المشاركة الإعلامية للداعية: أهميتها وضوابطها

المستخلص:

تتناول هذه الورقة العلمية أهمية المشاركة الإعلامية للداعية وضرورة توظيفها في خدمة الدعوة الإسلامية، مع التركيز على الضوابط اللازمة لتحقيق فعالية هذه المشاركة. يُبرز البحث كيف أن استخدام وسائل الإعلام المعاصرة من قنوات فضائية، إذاعات، تلفزيونات، جرائد، ومجلات، قد أثبتت فعاليتها في تعزيز رسالة الإسلام ونقلها بوضوح إلى الجمهور العالمي. توصل البحث إلى أن الحركات الإسلامية التي استثمرت في هذه الوسائل استطاعت تحقيق نتائج ملموسة في نشر قيم الإسلام والتصحيح للأفكار المغلوطة التي يروجها الأعداء. كما أن الاستفادة من التقدم التكنولوجي في مجال الإعلام تُعزز قدرة الدعاة على التعريف بأهداف الدعوة ومقاصدها، مما يساعد على إزالة الفجوات الناتجة عن التصورات الخاطئة حول الإسلام. في ضوء ذلك، فإن توظيف وسائل الإعلام بكفاءة يمكن أن يسهم بشكل كبير في أداء واجب البلاغ وتوصيل رسالة الإسلام إلى جميع الفئات الاجتماعية. يُعزز ذلك من قدرة الدعاة على نشر الخير والهدى، مما يستحقون معه شرف قوله تعالى: "كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ" [آل عمران: ١١٠].

كلمات مفتاحية: المشاركة الإعلامية، الداعية، أهمية، ضوابط

Abstract

This scientific paper addresses the importance of the preacher's media participation and the necessity of employing it in the service of Islamic advocacy, with a focus on the necessary controls to achieve the effectiveness of this participation. The research highlights how the use of contemporary media, including satellite channels, radio, television, newspapers, and magazines, has proven effective in promoting the message of Islam and conveying it clearly to the global audience. The research concluded that Islamic movements that invested in these means were able to achieve tangible results in spreading the values of Islam and correcting the misconceptions promoted by enemies. In addition, benefiting from technological progress in the field of media enhances the ability of preachers to define the goals and objectives of advocacy, which helps to eliminate the gaps resulting from misconceptions about Islam. In light of this, employing the media efficiently can contribute significantly to



performing the duty of communication and conveying the message of Islam to all social groups. This enhances the ability of preachers to spread goodness and guidance, which makes them worthy of the honor of the Almighty's saying: "You are the best nation produced for mankind" [Al Imran: 110.]

١. مقدمة:

في عصرنا الحالي، أصبح الإعلام أحد الأدوات الأساسية التي تؤثر بشكل كبير في تشكيل الرأي العام ونقل المعلومات والأفكار. ومن هنا، تتعاظم أهمية المشاركة الإعلامية للداعية الإسلامي كوسيلة فعالة لخدمة الدعوة الإسلامية وتعزيز فهمها الصحيح لدى الجمهور.

تستعرض هذه الورقة العلمية دور الإعلام في دعم الدعوة الإسلامية وكيفية استخدامه بفعالية لتحقيق أهداف الدعوة وتعريف الناس بمقاصدها الحقيقية. مع تزايد تأثير وسائل الإعلام الحديثة مثل القنوات الفضائية، والإذاعات، والتلفزيونات، والصحف، والمجلات، يصبح من الضروري أن يدرك الدعاة كيفية الاستفادة من هذه الوسائل لنقل رسالة الإسلام بوضوح وفعالية.

كما سنتناقش الورقة الضوابط والمعايير التي يجب مراعاتها لضمان أن تكون المشاركة الإعلامية متوافقة مع القيم الإسلامية وفعالة في تصحيح التصورات الخاطئة ونقل القضايا الإسلامية بشكل يتسم بالدقة والشفافية. من خلال تحليل نماذج واقعية وتجارب الحركات الإسلامية التي نجحت في هذا المجال، تسعى هذه الورقة إلى تقديم توصيات تعزز من قدرة الدعاة على استخدام الإعلام كأداة قوية لنشر الخير وتعزيز القيم الإسلامية.

بهذا السياق، سنبنى الورقة على الفهم العميق لكيفية تحقيق التوازن بين الاستفادة من وسائل الإعلام المعاصرة وبين الالتزام بالضوابط الشرعية، مما يساهم في تحقيق الأثر الإيجابي المنشود في الدعوة الإسلامية.

٢. مفهوم الإعلام:

الإعلام: عملية فنية ارتبطت بالوجود الإنساني، وكان يقوم بها عبر آلاف السنين، دون تقنين أو تنظيم مسبق، وقد بقي ضمن المعرفة البشرية جزءاً منها يقوم بدوره ويؤدي وظيفته.

وقد تطورت وسائل الاتصال الحديثة تطوراً مذهلاً فأصبحت قادرة على أن تنقل الرسائل بدرجة هائلة من الدقة والواقعية، فالمذياع والتلفاز والمجلة المصورة والكتاب يتميز كل منها بطابعه وبلغته ورموزه وإيماءاته التي ينقل بها الرسالة، ولكل

منها جمهوره الذي تعود عليه والذي ألف لغته وأمكنه فهمها وتفسيرها في يسر وسهولة.

٣. أشكال الوسائل الإعلامية في المجتمعات الحديثة

المجتمعات الحديثة بدورها أخذت أشكالاً متباينة في عمليتها الاتصالية وتنقسم هذه الأشكال إلى قسمين:

القسم الأول : وسائل إلكترونية، منها : الإذاعة والتلفاز ، وشبكة الإنترنت.

القسم الثاني : وسائل مطبوعة، وتشمل الصحافة والمجلات والكتب المطبوعة.

❖ الراديو (المذياع):

إن ظهور الإذاعة عام ١٩٢٠م كان بمثابة ثورة جذرية في وسائل الاتصال، وسرعان ما تطورت الإذاعة وازدادت أهميتها نتيجة لقوة تأثيرها، وسرعة انتشارها، فألغى الاتصال الإذاعي عامل المكان، وجعل المجتمع المعاصر مجتمعاً يرفض الحدود الزبانية على الأقل على مستوى الكلمة المنطوقة.

وفي الوقت الحالي أصبح الراديو (المذياع) سلاحاً من أسلحة الحرب النفسية ، وأداة رئيسة في العلاقات الدولية ، وأصبح وسيلة الاتصال الرئيسية لغالبية شعوب العالم الثالث ، فقد أنهت الإذاعات الموجهة عزلة المواطنين، وخففت من وقع الاحتكار الإعلامي مما جعل الجماهير على وعي بوجهات النظر المختلفة..

وعن جمهور الراديو (المذياع) يذكر الدكتور أحمد بدر ما خلصت إليه نتيجة دراسات جمهور الراديو في الولايات المتحدة الأمريكية، وهو ما يلي^(١):

- ١- أن المستمع للراديو ينفق وقتاً أطول معه عما كان متوقفاً .
- ٢- أن المستمع الذي تعود الاستماع لمحطة معينة يصعب تغيير ما تعود عليه.
- ٣- الاهتمام بالأخبار والاعتماد على الراديو لمتابعتها كان أمراً ملحوظاً.
- ٤- استخدام الراديو من أجل الترويح والتسلية كان ملحوظاً كذلك.
- ٥- الشكوى من ثلث المستمعين من الإعلانات المذاعة ... ولكن ٢% فقط تحولوا إلى محطة أخرى.
- ٦- المستمع هو صاحب التحكم فيما يرغب في سماعه، كما لا توجد محطة واحدة ترضى جميع الأذواق^(٢).

(١) انظر: الاتصال بالجماهير بين الإعلام ، والتطويع والتنمية، د/ أحمد بدر (ص ٦٠-٦١)، دار قباء للطباعة والتوزيع، القاهرة ، سنة ١٩٩٨م.

(٢) انظر: الاتصال بالجماهير بين الإعلام ، والتطويع والتنمية، د/ أحمد بدر (ص ٦٠-٦١)، دار قباء للطباعة والتوزيع، القاهرة ، سنة ١٩٩٨م.

❖ التلفزيون :

تنامت الإذاعة إلى أن شوهدت صورة المتحدّث وحركته فيما عُرف بالتلفزيون. ويُعدّ التلفزيون في نظر الكثيرين وسيلة تسليّة وترفيه، في حين ينظر إليه البعض الآخر على أنه جهاز له إمكانيّات إعلاميّة وسياسيّة وتعليميّة واسعة حيث يمكن أن يلعب دوراً خطيراً في حياة الأمة.

❖ جمهور التلفزيون :

من الدراسات التي أُجريت عن مدى تأثر جمهور التلفزيون بهذه الوسيلة جاءت النتائج على النحو التالي :

- 1- يستمر التلفزيون بالقيام بدور المنافس الرئيس للصحف كمصدر للأخبار.
- 2- يهتم الجمهور بالمسائل العامّة أكثر من اهتمامهم بالأثار السلبية المحتملة للتلفزيون.
- 3- يُعد أكثر المصادر الإعلاميّة التي يصدّق الجمهور أخبارها في حين تُعتبر الصحف أقلّ هذه الوسائل تصديقاً.
- 4- إذا خُير الجمهور بالاحتفاظ بوسيلة واحدة فقط من وسائل الإعلام فإنّ الجمهور يختار التلفزيون بأغلبية كبيرة.

❖ الصحافة :

تستخدم كلمة (صحافة) (Press) بدرجاتٍ مختلفةٍ من الشمول؛ فهي تعني أحياناً الجرائد الإخبارية (Newspapers) كما تعني أحياناً جميع المطبوعات والدوريات، وقد تعني أحياناً أخرى جميع وسائل الإعلام الجماهيري. والصحافة تحمل الرسائل بشكل كلماتٍ مطبوعةٍ توضع في نظام وتسلسل خاص، وتوضع الرسائل في شكلٍ منسّق جذاب فتقسم الصفحة بين عناوين وصور وأخبار وأفكار.

وقد ظهرت الصحافة المطبوعة أول مرة في الصين في عهد حكم أسرة تونج (Tong) في القرن السابع الميلادي...

وتّم اختراع الطباعة بالشكل المتحرّك على يد جوهانس جوتنبرج Gutenberg Johannes الألماني (ت 1395 - 1468م) في الفترة ما بين (1430-1460م) مسجماً مع عصور النهضة في أوروبا وإيداناً بسرعة نقل الأخبار وإصدار الصحف وذويوعها وانتشارها.

❖ المجلات :

المجلة بدورها تختلف رسالتها عن الرسالة التي تحتوي عليها الصحف من حيث إنّ المجلات تعتمد إلى تقديم مضامينها المطبوعة في شكل مقالاتٍ مطوّلةٍ نسبياً. بالإضافة إلى ذلك يمكن القول أنّ إحدى ميزات المجلة هي في تقديمها لألوانٍ مختلفةٍ

من التسلية والمعلومات والأفكار... وأيضاً فهي تحاول إرضاء أذواق قطاعات كثيرة من القراء.

❖ الإنترنت (الشبكة العنكبوتية):

الإنترنت: عبارة عن مجموعة من الحواسيب التي تتحاور مع بعضها البعض من خلال اتصالها معاً عبر كوابل الألياف الضوئية، والخطوط الهاتفية والأقمار الصناعية وغيرها من وسائل الربط الشبكي .

وظهرت شبكة الإنترنت في الولايات المتحدة في الثاني من يناير عام ١٩٦٩ م ، وكان الهدف من إنشائها ربط المواقع الحكومية والعسكرية مع بعضها البعض ، وأيضاً بناء شبكة تحتوي على العديد من الطرق والمداخل التي يمكن من خلالها الحصول على معلومات في حالة تعرّض أيّ موقع من المواقع الحكومية أو العسكرية للتدمير النووي ، وذلك وفقاً لما كانت تتصوره الإدارة الأمريكية في مرحلة الحرب الباردة.

ثم أخذ هذا النظام في التوسع حتى كانت الشبكة في بداية التسعينيات قد انتشرت لتغطي رقعة واسعة من العالم ، وانضمت إليها آلاف الشبكات . وفي منتصف عام ١٩٩٥ تضاعف حجم شبكة الإنترنت الكلي وكان هذا التضاعف المطرد قد بدأ منذ عام ١٩٨٨ م وأصبحت تحتوي على عدد كبير من آلاف ملايين الصفحات التي تتضمن معلومات ومواد علمية وإخبارية وتقارير وصوراً وإعلانات وغير ذلك.

والإنترنت مكتبة ضخمة، تحتوي على قدر كبير من المعرفة في كل موضوع، يُضاهي ما تحتويه ملايين الكتب، وتتوفر المعلومات بأشكال عديدة، تتراوح بين الملفات التي تحتوي على نصوص فقط، إلى ملفات الوسائط المتعددة التي تضمّ النصوص، والصور، والرسم المتحركة أو الفيديو، وبرامج الكمبيوتر، والصوت. ويتزايد حجم موارد الإنترنت في كل يوم، حتى أصبحت الإنترنت تشكل محطة التوقف الأولى للكثير من الباحثين لسهولة تخزين المعلومات في الحواسيب وسرعة الوصول إليها، فرجل الأعمال قد يبحث في موارد الإنترنت بغرض الحصول على مساعدة لتطوير المبيعات، أو المعلومات المتعلقة بالمنتج.

والطلاب قد يستعينون بقواعد البيانات للحصول على المعلومات التي تتعلق بالواجبات الدراسية المنزلية المكلفين بها، أو المناهج التي يدرسونها. ويستخدم الأطباء الشبكة لمقارنة العلاجات الطبية المختلفة ومراجعة التطورات في مجال العلوم الطبيعية. كما يتبادل العلماء المعلومات البحثية المتاحة على الإنترنت. وأهمّ الخدمات التي تقدّمها شبكة الإنترنت لروادها تكمن فيما يلي :

أولاً : خدمة البريد الإلكتروني (E-mail)
ويمثل أكثر خدمات شبكة الإنترنت استخداماً ويصل عدد الأفراد الذين يتبادلون رسائل يومية من موقع شبكة الإنترنت إلى موقع آخر ٢٥ مليون فرد.
ويمكن البريد الإلكتروني من أمور متعددة ، منها :

- تمكين الأفراد من توسيع دائرة معارفهم، والوصول إليهم بطريق سريع وبدون تكلفة.

- السماح للأشخاص البعيدين بالمشاركة في موضوع واحد.
- إرسال واستقبال ملفات مطبوعة ومصورة كاملة.

ثانياً : خدمة تبادل الملفات (FTP)

وهي خدمة تمكن المستخدمين من تبادل الملفات والوثائق ويرمز إليها بـ (FTP) وهي اختصار لـ (File Transfer Protocol) .

ثالثاً : خدمة شبكة العنكبوتية العالمية (WWW) :

يطلق عليها اسم الويب ، ويُرمز لها بـ (WWW) اختصاراً لـ : (World Wide Web) شبكة العنكبوتية العالمية . وتقدم خدمات تتمثل في :

- **مجموعات الأخبار (News Group)** ، وهي عبارة عن تجمع ضخم من مجموعات المناقشة ، وتضم ملايين البشر من جميع أنحاء العالم، وكل مجموعة مناقشة تدور حول موضوع معين، وتغطي الموضوعات في مجملها كل مجالات الحياة تقريباً.

- **خدمة التحدث : (Talk)** ، وهي بمثابة منتديات للحوار والمناقشات العامة المثيرة للجدل، من المعتقدات الدينية ، والشخصيات العامة وغير ذلك . وقد أخذ برنامج التحدث شكلاً جديداً بحيث أصبح يوجه الحديث إلى عقد مؤتمر جماعي يتحاور فيه أكثر من مشارك في إطار الموضوع الذي هو مدار الحوار أو المؤتمر.

٤ . أهمية الإعلام في العصر الحديث

للإعلام أهميته الخطيرة في العصر الحديث، وقد نال اهتماماً بالغاً من كل الدول حتى أنشئت له كليات خاصة وهي (كليات الإعلام)، وأنشئت له وزارات خاصة وهي (وزارات الإعلام) التي تُشرف على مختلف وسائل ونواحي الإعلام في الدولة، ويعين وزير لها من أكفأ الوزراء وأشدهم ولاء لنظام الحكم القائم في الدولة، وذلك لخطره الكبير وأهميته في هذا العصر الذي انتشرت فيه وتقدمت العلوم الحديثة، والمخترعات المتعددة، والنظريات المختلفة، فلإعلام تأثيره على الفرد والأسرة والمجتمع والدولة والمجتمع الدولي كله.

وتتضح أهمية الإعلام في الآتي:

١- تزويد الناس بالمعلومات والحقائق وغيرها من ضروب المعرفة، وآخر الأحداث والأخبار، لتشبع رغباتهم الملحة في المعرفة، ويقوموا الأمور التي حولهم في المجتمع



تقييماً عادلاً، ويفهموا طبيعة البيئة التي يعيشون فيها، ويتمكنوا من التكيف معها، والتجاوب مع أفرادها.

٢- نشر الوعي والحقائق الثابتة، وتنقيف العقول وتنوير الأذهان، ومحاربة الخرافات والأساطير والبدع الضارة، حتى يتغير أسلوب الحياة وتتغير الأفكار إلى الأفضل والأحسن وذلك بعرض الجوانب الإيجابية من الحياة عرضاً إعلامياً مناسباً، وعرض المعلومات والأفكار الحديثة والعصرية التي تؤدي لنهضة الأمة وزيادة وعيها وثقافتها.

٣- دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وإحداث التغيير فيها للأفضل، وذلك بتخطيط إعلامي سليم يتم به نقل التقنية الحديثة إلى أقصى مدى من البث والدعاية، ويلازم هذا الإعلام ويواكب خطوات التقدم الاقتصادي والاجتماعي والسياسي وشرح حقائقه وأهدافه.

٤- المحافظة على شخصية المجتمع بكل معتقداته، وآدابه، وتراثه، وتاريخه، وتعميق كل هذا بوسائل الإعلام المختلفة حتى يظل المجتمع متماسكاً بشخصيته المعروفة باستمرار.

٥- تحقيق الترابط التام بين الحاكم والمحكوم بحيث تنسجم وتتوافق القاعدة العريضة من المجتمع مع القمة مما يدفع المجتمع إلى التقدم السريع والعمل البناء.

٦- قلب الحكومات وإيجاد الاضطرابات: فقد يقوم الإعلام بذلك نتيجة للصراع الفكري أو الصراع الاجتماعي أو الصراع السياسي، فتذاع أخبار وحقائق تثير الناس مما يخلق الفوضى في المجتمع، ويكون من نتيجة ذلك تغيير الوزارات أو قلب الحكومات أو تقرير مصائر الدول أو إيجاد الحقد والكراهية نحو طبقة معينة أو مجتمع معين، إلى غير ذلك من الأمور.

٧- صناعة الرموز: فالإعلام يلعب دوراً مهماً في صناعة الرموز، فيبرز شخصيات، ويرفعها إلى مصاف الكبار، والقوة في المجتمع، فكم من شخص مغمور مطمور أظهره الإعلام، وأعلى من شأنه، وجعله محل تقدير وتعظيم عند العامة، بل كم من جاهل صنعه الإعلام عالماً يُستقى، ومرجعاً يُرجع إليه.

٨- توسيع قاعدة البلاغ: إن التعليم قد يُخاطب الآلاف بمناهجه، لكن الإعلام يخاطب الملايين ببرامجه... وأكثر هذه الملايين ساذجة تؤثر فيها الكلمة، مقروءة أو مسموعة، أو منظورة، فإن كانت طيبة كانت كشجرة طيبة أصلها ثابت وفرعها في السماء، تؤتي أكلها كل حين بإذن ربها، وإن كانت خبيثة كانت كشجرة خبيثة اجتثت من فوق الأرض ما لها من قرار^(٣).

(٣) أساليب الغزو الفكري في العالم الإسلامي، د/ علي محمد جريشة، ومحمد شريف الزبيق (ص ٧٠).

٩- الردّ على الشّبهات التي يُثيرها أعداء الإسلام التّقليديون من يهودٍ ونصارى ودحضُ مفترياتهم، وإبطالُ حججهم الزّائفة. والردُّ على النّظريات والمذاهب الماديّة، والاشتراكيّة، والرّأسمالية... وغيرها، ودحضُ مفترياتها وبيان دين الله الحقّ، وغير ذلك من الأمور.

إنّ من الأهمية بمكان الأخذُ بوسائل الإعلام بحيث يوظّفها العاملون في الدّعوة الإسلاميّة لخدمة الإسلام والتمكين له في دنيا النّاس.

٥. ضوابط المشاركة الإعلامية

والمراد بالضوابط هنا ؛ صفاتٌ علميّةٌ وأدبيّةٌ ينبغي أن تتوافر في شخصيّة المشارك الذي يقدّم للنّاس دعوةً، ويرمي إلى إصلاح وضع معوجّ، وما ينبغي أن تكون عليه طبيعة المادّة العلميّة والأدبيّة التي يمكن عرضها للنّاس عبر وسائل الإعلام، مما يساعد على الوصول إلى الهدف المنشود ، وتحقيق الغاية المطلوبة. ويمكن تقسيمُ هذه الضّوابط إلى قسمين :

القسم الأول : ضوابط تتعلّق بشخصيّة المشارك :

من هذه الصّفات :

١- أن يكون المشارك لديه قدرةٌ علميّةٌ وخطابيّةٌ تمكّنه من إيصال المعلومات والنّصائح والتوجيهات إلى المستهدفين بوضوح تامّ ، وجملاء بيّن، فكم من متكلّم معقّد التّعبير ملتوي التّفكير يظهر في وسيلة إعلاميّة فلا يكاد يُبين، ويتناول موضوعاً في غاية من الأهميّة بأسلوبٍ غامضٍ ومدنّ جداً، لا تكاد تظهر فيه حجّته ، ولا يتبيّن منه برهانه، فيضيع بذلك الحقّ، ويذهب نوره، كما يقول أبو الفتح البستي :

في زخرفِ القولِ تزيّن لباطلهِ والحقُّ قـد يعتريه سوءُ تعبيرِ
تقولُ هذا مجاحُ النحلِ تمـنحهُ وإن دَمَمَتِ فقلُّ فيء الزنابيرِ

مدحاً ودماً وما جاوزت وصفهما سحرُ البيانِ يُري الظلماء كالنورِ

٢- أن يكون عالماً بموضوع الحديث، جامعاً لمادته ، ملماً بأطرافه، متمكناً من استحضاره. يعلم بموضوع البرنامج قبل الإقدام عليه بوقتٍ يكفيهِ للإعداد الجيّد، والمطالعة الكافية، فينظر في مادّة الموضوع وأقسامها، وما يلحق بها من تفرّعاتٍ وتنبّهاتٍ، فيعمل على كتابتها كاملةً أو كتابة عناصرها واضحةً، مع حفظ مضامينها وأدلّتها الجامعة من الكتاب والسنة، والأمثلة الموضّحة لمقاصدها؛ فقد سمعنا كثيراً من المتحدّثين في الوسائل الإعلامية فيما يتعلّق بالعلم أو التّربية أو السّياسة يهرفون بما لا يعرفون ، تبدو عليهم قلّة المعرفة بموضوع الحديث، فيمضي الوقت دون أن يفيد المستمع شيئاً من البرنامج، وربما استطردوا إلى أحاديث لا صلة لها بالموضوع من قريبٍ ولا من بعيدٍ رغبةً في إنها وقت البرنامج، وهذا الصنّيعُ إضاعةٌ للوقت ، ومضّرٌ للمتحدّث نفسه.

٣- أن يتّصف بالتأني والتمهّل وعدم العجلة في عرضه للمسائل العلميّة والمنهجية في وسائل الإعلام ، فلا يستعجل في ذكر أمور لم يستوعب حقائقها ولم يسبر غورها، ولم يتبيّن أبعادها ، ولم ينظر إلى نتائجها؛ فإنّ العجلة قد تؤدي إلى تمزيق الصّف، وتفكيك المجتمع، وإحداث بلبلة فكرية بين الناس تنتهي بهم إلى الفوضى والتقاتل بينهم.

٤- أن يكون ذا أسلوب حكيم، عارفاً بأوجه الخطاب، قويّ العارضة، فقيه النفس والبدن، إن عرض براهينه أقتع، وإن دافع عن قضيته انتصر، وإن جادل المبطل أفحم. متّصفاً بالحكمة والموعظة الحسنة، والجدال بالتي هي أحسن؛ قال تعالى: ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ [النحل: ١٢٥].

ومن الحكمة حسن اختيار الأسلوب الإعلامي المناسب للمخاطبين، وتنويعه حسب الظروف والزّمان، والتدرّج في إيصال الرّسالة الإعلامية حتى لا يشقّ على المخاطبين استيعابها.

وتبرز أهمية اختيار الأسلوب الإعلامي الأنجع الذي يمكن ممارسته تجاه المستمعين إذا عرفنا أنّ عدداً لا يُستهان به منهم لا يقتصرون على سماعه وحده، بل يستمعون دوماً إلى ألوان شتى من المتحدثين، ويستقبلون أفكاراً متباينة تجعلهم يسبحون في بحر متلاطم الأمواج من المعلومات الصحيحة والباطلة، والصائبة والخاطئة، فيتيهون بين الخطأ والصواب، والهدى والضلال، والعلم والجهل، ويتعنّون في الاهتداء إلى القيم من غيره ، فالأسلوب الحكيم الأمثل هو الأنسب في هذا المقام بالأخذ بأيدي الحائر إلى الحق، والنّجاة بهم إلى برّ الأمان .

٥- أن يتجنّب المبالغة في الثناء والمدح الرّائد على فلان أو علان ، فلا يحتاج المدح إلى تضخيم المحامد، والتّزيّد في الحديث، ومهما كان الممدوح جديراً بالثناء ؛ فإنّ المبالغة في إطرائه ضربٌ من الكذب المحرّم ، وقد جاء في صحيح البخاري عن عمر بن الخطاب ؓ قال: سمعت النبي ﷺ يقول : ((لا تطروني كما أطرت النصارى ابن مريم، فإنما أنا عبده، فقولوا عبد الله ورسوله))^(٤).

وهناك فريق من النّاس يتخذ المدائح الفارغة بضاعة يتملّق بها الأكابر، فيصوغ من الشّعير القصائد المطوّلة ، ومن النّثر الخطب المرسلة ، ويكيل الثناء جُزافاً ، وقد يصف الحكّام الجائرين بالعدالة ، والأغبياء الخوّارين بالشّجاعة، ابتغاء عرض من الدّنيا عند هؤلاء وأولئك ... هذا الصّنف من الكذّبة أوصى الرّسول ﷺ بمطاردتهم، حتّى يرجعوا من تزويرهم بوجوه عفرها الخزي والحرمان، فعن المقداد

(٤) صحيح البخاري (رقم ٣٤٤٥)

ﷺ، قال: ((أمرنا رسول الله ﷺ أن نحثوا في وجوه المدّاحين التراب))^(٥). والمقصود بالمدّاحين هنا : الذين اتخذوا المدح عادةً يستأكلون به من الممدوح ، فأما المدّاح على الأمر الحسن والعمل المحمود، ترغيباً في أمثاله، وتحريضاً للناس على الاقتداء به ، فليس بمدّاح.

وقد بيّن النبي الكريم ﷺ الحدود التي يقف عندها المسلم ، ويخرج بها من تبعة الملق والمبالغة ، في الوقت الذي ينفع ممدوحه فلا يسوقه إلى العجب والكبرياء؛ فعن أبي بكره ﷺ قال : ((أتني رجل على رجل عند النبي ﷺ فقال : ((ويلك ، قطعت عنق صاحبك)) - ثلاثا- ثم قال :- ((من كان منكم مادحاً أخاه لا محالة ، فليقل : أحسب فلاناً ، والله حسبي، ولا يُزكّي على الله أحداً ، أحسب كذا وكذا، إن كان يعلم ذلك منه)). أخرجه البخاري ومسلم وأبو داود^(٦).

القسم الثاني : ضوابط تتعلق بالمادة العلمية والإعلامية المقدمة :

هي ضوابط لا بدّ من مراعاتها لكي تؤدي المشاركة الإعلامية دورها المنوط بها على وجه صحيح ومفيد، منها :

١- أن تكون المادة مما تحتاج إليه الأمة في دينها ودنياها من هدي الإسلام ، فتصلح بها عقائدها وعباداتها وأخلاقها ومعاملاتها ، وحياتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، وتنضبط في معاملاتها مع الآخرين في السلم والحرب وتحقق معنى الوسطية بمفهومها الصحيح.

٢- لا ينبغي اعتماد الأخبار الكاذبة والحكايات الملققة والإحصائيات المزوّرة، التي يقوم بعض الناس بتزويرها وإشاعتها، لإثارة الشغب بين الأمة، أو إثارة العاصفة على حكّامهم، أو اعتماداً ما يقوم بعض الحكّام بتزويره لإعطاء صورة خادعة عن حقيقة الوضع.

وأقبح من ذلك كلّهُ أن يكون الدّاعية هو الواضع لهذه الأخبار والمزوّر لها دون سنَدٍ ولا سبب ، فيضّر نفسه، ويضّر دعوته، وتسقط الثقة به حين تنكشف للناس حقيقته، وتظهر لسامعيه عورته. وأقبح من هذا وذاك : أن تكون هذه الكذبة في وسائل الإعلام حيث تبلغ الأفاق ، وتنتشر بين الناس بسرعة هائلة انتشار النار في الهشيم؛ فكّما اتسع نطاق الكذبة كان وزرها عند الله أعظم، وكان العقاب أشدّ وأكبر، ففي حديث طويل عن النبي ﷺ يذكر فيه بعض المشاهد التي رآها في منامه، كان من بينها: أنّه رأى رجلاً يُشقّ شِدْقَهُ ، فسأل عنه فقيل له : ((... الذي رأيتهُ يُشقّ شِدْقَهُ ،

^(٥) صحيح مسلم (رقم ٣٠٠٢).

^(٦) أخرجه البخاري (رقم ٢٥١٩)، ومسلم (رقم ٣٠٠٠)، وسنن أبي داود (رقم ٤٨٠٥)، وسنن ابن ماجه (رقم ٣٧٤٤).

فكذآبٌ يكذب الكذبة فتحمّل عنه حتى تبلّغ الأفاق ، يُصنع به هذا إلى يوم القيامة...))^(٧).

وما أجمل ما قاله زياد بن أبيه في خطبته المشهورة بالبترء : ((إن كذبة المنبر بلقاء مشهورة ، فإذا تعلّقت عليّ بكذبة حلّت لكم معصيتي ، فإذا سمعتموها منّي فاغتمزوها فيّ، واعلموا أنّ عندي أمثالها))^(٨).

وهذا حقّ؛ لأنّ الكذبة تتبّعها أخرى ؛ ولا يزال الرّجل يكذب حتى يُكتب عند الله كذاباً، ففي الصّحيحين عن ابن مسعود ؓ قال : ((عليكم بالصدّق؛ فإنّ الصدّق يهدي إلى البرّ، وإنّ البرّ يهدي إلى الجنّة، وما يزال الرّجل يصدّق ويتحرّى الصدّق حتى يُكتب عند الله صديقاً، وإياكم والكذب؛ فإنّ الكذب يهدي إلى الفجور، وإنّ الفجور يهدي إلى النّار، وما يزال الرّجل يكذب ويتحرّى الكذب حتى يُكتب عند الله كذاباً)).

فالكذب يمنع الإنسان من إدراك الحقائق كما هي، ويسدّ عليه باب العلم والتّعليم، يقول الإمام ابن القيم رحمه الله : ((إياك والكذب؛ فإنّه يُفسد عليك تصوّر المعلومات على ما هي عليه، ويُفسد عليك تصوّرها وتعلّمها للنّاس؛ فإنّ الكاذب يُصوّر المعدوم موجوداً، والموجود معدوماً، والحقّ باطلاً، والباطل حقاً، والخير شراً، والشّرّ خيراً، فيُفسد عليه تصوّره وعلمه عقوبةً له، ثم يصوّر ذلك في نفس المخاطب المغترب به الرّاكن إليه فيُفسد عليه تصوّره وعلمه. ونفس الكاذب مُعرضة عن الحقيقة الموجودة، نزاعةً إلى العدم، مؤثّرة للباطل، وإذا فسدت عليه قوّة تصوّره وعلمه التي هي مبدأ كلّ فعلٍ إراديٍّ؛ فسدت عليه تلك الأفعال، وسرى حكم الكذب إليها، فصار صدورها عنه كصدور الكذب عن اللسان، فلا ينتفع بلسانه ولا بأعماله))^(٩).

ووصم الإنسان بالكذب سقوطاً لقيّمته الأدبيّة، ومنزلته العلميّة ، فلا يكاد يُصدّق في خبر ، وإن كان فيه صادقاً، ولا يثقّ الناس بعلمه وإن كان عالماً؛ ((فإنّ الله سبحانه فطر القلوب على قبول الحقّ والانقياد له، والطّمانينة به والسّكون إليه ومحبّته، وفطرها على بُغض الكذب والباطل والتّفور عنه والرّيبة به، وعدم السّكون إليه، ولو بقيت الفطر على حالها لما أثرت على الحقّ سواه، ولما سكنت إلاّ إليه ولا اطمانت إلاّ به، ولا أحببت غيره))^(١٠).

^(٧) صحيح البخاري (رقم ١٣٨٦)، عن سمرة بن جندب ؓ.

^(٨) البيان والتبين للجاحظ (٣٠/٢).

^(٩) الفوائد ؛ لابن القيم (ص/٢٩٩).

^(١٠) مدارج السالكين، لابن القيم (٤٣٧/٣).

وإذا أراد الله إشفاء القرى جعل الهداة بها دعاة شقاق
 ٣- يجب أن تكون المادة حقيقة كاملة ، وليس نصف حقيقة؛ فإن جعل المتحدث مادة حديثه حاوية لبعض الحقيقة وأخفى بعضها ، فإن هذا الصنيع ضرب من الكذب، ونوع من خيانة المخاطبين؛ ((لأن الناقل يُعطي بذلك صورة ناقصة مبتورة لا تمثل الواقع بتمامه، فمن الناس من ينتقي ما يُوافق هواه من الخبر ويحذف ما بقي منه، وهو بذلك لا يُعطيك إلا شطراً واحداً من الحقيقة، ويدفن ما سواه، أو يقطع الخبر من سياقه والملايسات المحيطة به، فيكون الخبر عُفلاً من قضايا أخرى لازمة لتكميل القضية ووضوحها))^(١١).

٤- لا يجوز للمتحدث في الوسائل الإعلامية وغيرها أن يبنى أساس حديثه على الشائعات التي يتناقلها الناس بحسن نية ، أو بفساد طوية، دون التثبت من صحتها والتحقق من صدقها، ((والإشاعة في أغلب الأحوال ما هي إلا تخضيم للأخبار الصغيرة ، وإظهارها بصورة تختلف عن صورتها الحقيقية، أو هي تسخير للأخبار المكذوبة وطلاؤها بطلاء براق يلفت إليها الانتباه من أجل إشاعة الفرقة والبغضاء بين العباد، ثم تسير هذه الأخبار بعد ذلك سيراً وبائياً بين الصفوف التي تكون في أغلب الأحوال - لسوء التربية ، ولغياب الموازين العلمية المعتمدة في القبول والرد، ولغياب المرشدين الأمناء - مرعى خصيباً لمثل هذه الشائعات))^(١٢). وكم من داعية بنى حديثه على شائعة لم تثبت صحتها، ولم يتحقق من صدقها، وأرغى وأزبد، وتكلم بكلام فظ غليظ، وتناول أناساً بلوم وتأييب، ورماهم بذنب وكبيرة، ثم تبين له بعد ذلك زيف الخبر وبطلانه، فعاد يستحيي من حديثه، ويدافع عن نفسه، ويعتذر لضحايا عجلته وتسرعه.

فلا يجوز للعالم أو الداعية أن يكون أذناً لكل أحدٍ دون تأنٍ ولا تمحيص؛ ويكفيه زجراً ما أخرجه أبو داود^(١٣)، عن أبي هريرة رَضِيَ اللهُ عَنْهُ ، عن النبي ﷺ قال : ((كفى بالمرء كذباً أن يحدث بكل ما سمع)) . وأخرج مسلم في مقدمة صحيحه^(١٤) عن أبي عثمان النهدي ، عن عمر ابن الخطاب رَضِيَ اللهُ عَنْهُ قال : ((بحسب المرء من الكذب أن يحدث بكل ما سمع)) . ونحوه عن عبد الله بن مسعود رَضِيَ اللهُ عَنْهُ^(١٥).

^(١١) نحو منهج شرعي لتلقي الأخبار وروايتها (ص ٢٢).

^(١٢) المصدر السابق (ص/٢٥).

^(١٣) سنن أبي داود (رقم ٤٩٩٢)، وصححه الألباني، والصواب إرساله.

^(١٤) مقدمة صحيح مسلم (رقم ٩).

^(١٥) المصدر السابق (رقم ١).

وقال عبد الله بن وهب - رحمه الله - قال لي مالك : ((اعلم أنه ليس يسلم رجل حدث بكل ما سمع ، ولا يكون إماماً أبداً وهو يحدث بكل ما سمع))^(١٦).
وقال عبد الرحمن بن مهدي : ((لا يكون الرجل إماماً يُقتدى به حتى يُمسك عن بعض ما سمع))^(١٧).

قال الحافظ ابن حجر رحمه الله : ((إن الذي يتصدى لضبط الوقائع من الأقوال والأفعال والرجال يلزمه التحري في النقل فلا يحزم إلا بما يتحققه، ولا يكتفى بالقول الشائع ، ولا سيما إن ترتب على ذلك مفسدة من الطعن في حق أحد من أهل العلم والصلاح، وإن كان في الواقعة أمرٌ فادح سواء كان قولاً أو فعلاً أو موقفاً في حق المستور، فينبغي ألا يُبالغ في إفشائه ويكتفي بالإشارة ، لئلا يكون وقعت منه فلتة، ولذلك يحتاج المسلم أن يكون عارفاً بمقادير الناس وأحوالهم ومنازلهم ، فلا يرفع الوضيع، ولا يضع الرفيع))^(١٨).

وقال العلامة ابن السعدي رحمه الله : ((من الغلط الفاحش الخطير : قبول قول الناس بعضهم ببعض، ثم يبني عليه السامع حباً وبغضاً ومدحاً وذمماً ، فكم حصل بهذا الغلط أمورٌ صار عاقبتها الندامة، وكم أشاع الناس عن الناس أموراً لا حقائق لها بالكافية، أو لها بعض الحقيقة فنميت بالكذب والزور، وخصوصاً من عرفوا بعدم المبالاة بالنقل أو عرف منهم الهوى، فالواجب على العاقل التثبت والتحرر وعدم التسرع، وبهذا يُعرف دين العبد ووزانته وعقله))^(١٩).

٥- لا يجوز أن تكون المادة الإعلامية مما فيه إثارة للغرائز، وإيقاد لنيران الشهوة الجنسية العارمة من أدب مكشوف، ومقالات خليعة، وصور عارية، فيكون ذلك من باب إشاعة الفاحشة في المؤمنين، يقول الله تعالى : **إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ** (١٩) **وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ وَأَنَّ اللَّهَ رَعُوفٌ رَحِيمٌ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ وَمَنْ يَتَّبِعْ خُطُواتِ الشَّيْطَانِ فَإِنَّهُ يَأْمُرُ بِالْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَتُهُ مَا زَكَا مِنْكُمْ مِنْ أَحَدٍ أَبَداً وَلَكِنَّ اللَّهَ يُزَكِّي مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ** (٢١) (20) [النور: ١٩-٢١].

^(١٦) المصدر السابق (رقم ١٠).
^(١٧) المصدر السابق (رقم ١).

^(١٨) ذيل التبر المسبوك، للسخاوي (ص ٤).

^(١٩) الرياض الناضرة والحدائق النيرة الزاهرة (ص ٢٣٤).

٦- كما لا ينبغي نشر المادة الإعلامية التي تُرسخ التبعية الحضارية بتقديم كل ما هو غربي على أنه الأفضل والأكمل ، وكل ما هو إسلامي على أنه القديم المتخلف البالي.

الخاتمة

إن الاهتمام بالإعلام وتوظيفه لخدمة الدعوة والتّمكن لدين الله من الوسائل المهمة واللازمة للحركات الإسلامية المعاصرة، ولقد استطاعت بعض الحركات الإسلامية أن تستخدم القنوات الفضائية والإذاعية والتلفزيونية والجراند والمجلات لخدمة الدعوة الإسلامية، وحققت نتائج مباشرة في هذا الميدان. وأثبتت للعالم أجمع أن الكوادر الإسلامية قادرة على أن تقدم للعالم أروع الأمثلة في العيش للقضايا الإنسانية من خلال التّصوّر الإسلامي.

فالأخذ بالوسائل الإعلامية المعاصرة يساعد الحركات الإسلامية والدعاة إلى الإسلام عموماً بالتّعرّيف بأهداف الدعوة ومقاصدها، ليعلم الناس أن قضية الإسلام قضية عادلة، لا كما يصوّرها الأعداء بنعوت وأسماء زائفة تخالف الحقيقة.

إن في عصرنا يمكن توظيف وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية للقيام بوظيفة البلاغ المبين، وإيصال رسالة الإسلام إلى جميع الفئات الاجتماعية، حيث يستفيد الدعاة من التطور التقني الهائل في مجالات الاتصال لتبليغ دعوتهم ونشر أفكارهم وعقيدتهم... وبهذا يكونون قد قاموا بواجب البلاغ كما ينبغي أن يكون، وأدوا الأمانة التي عليهم من ميراث النبوة، ونشروا الخير والهدى والرّحمة للعالمين، واستحقوا قول الله عزّ وجلّ: **كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ** **وَلَوْ أَمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ** [آل عمران: ١١٠].

المراجع:

- البخاري، محمد بن إسماعيل (١٤٠٠). الجامع الصحيح المسند من حديث رسول الله ﷺ وسننه وأيامه. القاهرة: مكتبة السلفية.
- مسلم. الحجاج (د.ت.). صحيح مسلم. بيروت: دار إحياء التراث العربي.
- ابن ماجه، محمد بن يزيد الربعي (١٩٩٨). سنن ابن ماجه. بيروت: طبعة دار الجبل.
- أبو داود، سليمان بن الأشعث (١٩٩٦). سنن أبي داود. لبنان: دار الكتب العلمية.
- جريشة، علي محمد؛ الزبيق، محمد شريف (١٩٨٩). أساليب الغزو الفكري في العالم الإسلامي. القاهرة: دار الاعتصام.
- الجاحظ، عمرو بن بحر (١٩٩٨) البيان والتبيين. القاهرة: مكتبة الخانجي.
- ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر (١٤٢٤). دار ابن الجوزي.
- الصويان، أحمد بن عبد الرحمان (٢٠٠٠). نحو منهج شرعي لتقلي الأخبار وروايتها. الرياض: دار السليم.
- السخاوي، محمد بن عبد الرحمان (١٨٩٦). التبر المسبوك في ذيل السلوك. بولاق: المطبعة الأميرية.
- السعدي، عبد الرحمان بن ناصر. (٢٠٠٤) الرياض الناضرة والحدائق النيرة الزاهرة في العقائد والفنون المتنوعة الفاخرة. القاهرة: دار المنهاج