الإعلام بين المفهوم الشرعي والتاريخ الحضاري

أ.د/ حسن بن خالد حسن سندي

الأستاذ بقسم الدراسات الإسلامية والعربية

جامعة الملك فهد للبترول والمعادن – المملكة العربية السعودية

بسم الله الرحمن الرحيم

الإعلام بين المفهوم الشرعي والتاريخ الحضاري

حسن بن خالد حسن سندي

قسم الدراسات الإسلامية والعربية – جامعة الملك فهد للبترول والمعادن – المملكة العربية السعودية

الملخص :

يتناول هذا البحث موضوع "**الإعلام بين المفهوم الشرعي والتاريخ الحضاري**"، بوصفه إحدى أهم الوسائل المعاصرة في تشكيل الوعي وتوجيه الفكر، وباعتباره سلاحا ذا حدين يمكن أن يسهم في بناء الأمة أو هدمها. ويهدف إلى إبراز المفهوم الشرعي للإعلام وضوابطه، وإبراز جذوره الراسخة في التاريخ الإسلامي، مقابل ما يشهده الإعلام المعاصر من انحرافات تؤثر على هوية المجتمعات الإسلامية.

بدأ البحث ببيان أهمية الإعلام في التأثير الثقافي والتربوي، ومدى قوته في غرس المبادئ أو التشويش عليها. ثم استعرض مراحل تطوره منذ العصور البدائية، إلى أن بلغ ما نراه اليوم من وسائل رقمية غزيرة التأثير. كما تطرق البحث إلى تجليات الإعلام في الإسلام، من خلال الدعوة النبوية، وخطب الجمعة، والمراسلات الرسمية، ومواسم الحج، وغيرها من الوسائل التي وظفها الإسلام لنقل القيم والرسالة الربانية.

واختتم البحث بجملة من النتائج أبرزها: أن الإعلام الإسلامي يجب أن ينبثق من الكتاب والسنة، وأن يتمتع برؤية هادفة تبني الإنسان والمجتمع، كما قدمت توصيات بإنشاء قنوات فضائية موحدة ذات رسالة إسلامية راشدة تحمي الشباب من الغزو الفكري وتعيد للإعلام وظيفته الحضارية.

الكلمات المفتاحية : الإعلام – المفهوم الشرعي – التاريخ الحضاري

Media between the Sharia Concept and Civilizational History

Hassan bin Khalid Hassan Sindi

Department of Islamic and Arabic Studies – King Fahd University of Petroleum and Minerals – Kingdom of Saudi Arabia

Abstract:

This research addresses the topic of "Media between the Sharia Concept and Civilizational History," as one of the most important contemporary means of shaping awareness and guiding thought. It also considers it a double–edged sword that can contribute to the building or destruction of a nation. It aims to highlight the Sharia concept of media and its controls, highlighting its deep roots in Islamic history, and contrasting the deviations witnessed in contemporary media that affect the identity of Islamic societies.

The research began by demonstrating the importance of media in cultural and educational influence, and its power to instill principles or distort them. It then reviewed the stages of its development from primitive times to the influential digital media we see today. The research also addressed the manifestations of media in Islam, through the prophetic call, Friday sermons, official correspondence, Hajj seasons, and other means employed by Islam to convey divine values and messages. The research concluded with a number of findings, the most prominent of which is that Islamic media must emanate from the Qur'an and Sunnah and have a purposeful vision that builds individuals and society. Recommendations were also made for the establishment of unified satellite channels with a sound Islamic message that protects youth from intellectual invasion and restores the media's civilizing function.

Keywords: Media – Sharia Concept – Civilizational History

بسم الله الرحمن الرحيم

المقـدمــة

الحمد لله الذي جعل الكلمة الطيبة صدقة، وأقسم بالقلم وما يسطرون، ورفع بالعلم أقواما، وجعل الإعلام أداة لنقل الحق وإظهار الحجة، وميدانا للمسابقة في البلاغ والتأثير. والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين، سيدنا محمد، الذي أقام صرح الدعوة على البيان البليغ، وأسس منهج التبليغ على الحكمة والموعظة الحسنة، وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين.

أما بعد:

ففي زمن تسارعت فيه وسائل البث، وتنامت فيه قوة الصورة، وساد فيه الخطاب العابر للقارات، أضحى الإعلام سيد التأثير في العقول، وصانع التوجهات، ومهندس القيم. ولم يعد الحديث عن الإعلام ترفا فكريًّا أو ترفا ثقافيًّا، بل صار ضرورة ملحة تمليها التحديات التي تواجه الأمة، وتفرضها موجات التغريب والعولمة. ومن هنا برزت أهمية هذا البحث الموسوم بـ "**الإعلام بين المفهوم الشرعي والتاريخ الحضاري**"، إذ يلامس أحد أخطر مفاصل البناء المجتمعي في عالمنا الإسلامي.

وقد دفعتني إلى اختيار هذا الموضوع عوامل عدة، من أبرزها: غياب التأصيل الشرعي المتين في كثير من الطروحات الإعلامية، وتزايد الحاجة إلى إبراز البعد الحضاري للإعلام الإسلامي في مواجهة حملات التشويه والغزو الثقافي، وسوء استخدام وسائل الإعلام في الهدم بدل البناء، وفي الإفساد بدل الإصلاح.

وقد سلكت في هذه الدراسة منهجا تحليليا تأصيليا، وفقاً للخطة التالية:

فبدأت بـ **مقدمة** تَظهر أهمية الإعلام وخطورته، وسبب اختياري للموضوع وخطته.

ثم قسمت البحث إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول جعلته لتعريف الإعلام وبيان جذوره المفهومية وأبعاده التأثيرية.

المبحث الثاني الذي عرضت فيه لتاريخ الإعلام وتطوره عبر الحضارات.

المبحث الثالث سلطت فيه الضوء على الإعلام في الإسلام، من خلال النصوص القرآنية والنبوية، وواقع الممارسة في العصور الإسلامية الأولى.

وقد أتبعت ذلك بـ **خاتمة** حوت أهم النتائج والتوصيات، ثم فهرس لأهم للمصادر والمراجع.

وأسأل الله أن يجعل هذا الجهد خالصا لوجهه الكريم، نافعا لمن طالع، مثمرا لمن تأمل، وصلى الله وسلم على سيدنا محمد، وعلى آله وصحبه أجمعين.

المبحث الأول
مفهوم الإعلام وتاريخه الحضاري
المطلب الأول
تعريف الإعلام وأهميته

أولاً – مفهوم الإعلام :

أ – لغة : يتقارب معنى الإعلام مع معنى الدعوة والتعليم ، فالدعوة لغة النداء ، والإعلام الإبلاغ . والداعية هو : كل من يدعو الناس إلى بدعة أو دين ، وأدخلت الهاء فيه للمبالغة.(١)

وإذا كان التعليم مشتقاً من مادة علم، يقال : علمه كسمعه علْماً بالكسر بمعنى عرفه وعلم هو نفسه (٢)، فإن الإعلام مشتق من أعلَمَ الرباعي ومصدره إعلام بمعنى الإخبار(٣) ، وعلى هذا فإن التعليم والإعلام أصلهما واحد ، وهو الفعل : علم ؛ إلا أن الإعلام اختص بما كان إخباراً سريعاً ، والتعليم اختص بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم. (٤)

وإذا كان معنى الإعلام يشترك مع معنى الدعوة والتعليم في الدلالة على هدى أو ضلالة مما يقع في نفس المتلقي ، ويتبعهما في الوظيفة الثقافية والتربوية – فإنه مع التقدم الصناعي الحديث وإنتاج وسائل ذات تأثير سريع مثل الصحافة والمذياع والمرئي وما يسمى بالإنترنت– استقل بمسمى خاص ، وصار يشارك الدعوة والتعليم في الهدف والغاية. (٥)

ب – اصطلاحاً : لم يتفق الباحثون المتخصصون في الإعلام على تعريف

---

(١) لسان العرب ، لابن منظور ١٣٨٦/٢.

(٢) القاموس المحيط ، للفيروز آبادي ١٥٥/٤.

(٣) لسان العرب ، لابن منظور ٣٠٨٤/٤.

(٤) المفردات ، للراغب الأصفهاني ص٣٤٣.

(٥) راجع ثقافة الطفل المسلم مفهومها وأسس بنائها ص١٦٧ . الإعلام وثقافة أطفال المسلمين ص٤ ، كلاهما للدكتور أحمد الحليبي.

جامع له حتى الآن ، فهو مصطلح لعلم جديد ، وتعريفات العلوم لا تستقر ولا تتبلور إلا بعد بيان جوانبها المختلفة والاتفاق على أسسها ومبادئها والاستقرار عليها [١]. ومع ذلك نورد أهم التعريفات الاصطلاحية للإعلام على النحو التالي :

عرف (اوتوجورت) الألماني الإعلام بقوله : " الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت ".[٢]

ويعرفه الدكتور عبد اللطيف حمزة بقوله : " تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات ، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم " [٣].

ويقول الدكتور سيد الشنقيطي – بعد ما أورد مجموعة من التعاريف للإعلام – : وبالنظر إلى أن الإعلام الوضعي ليس له طبيعة واحدة ، فمنه ما هو صادق ، ومنه ما هو كاذب ، ومنه ما هو خير ، ومنه ما هو شر ، ومنه ما هو ضلال ، فإن التعريف الذي يوضع له لابد أن يشمل كافة أنواعه ، وذلك ما لم نلاحظه في التعريفات الإعلامية السابقة ، حيث غلب على معظمها الميل إلى الحكم بغاية الإعلام ، أو بما يجب أن يكون عليه الإعلام. ثم يبدأ هو بتعريفه فيقول :

" هو كل قول أو فعل قصد به حمل حقائق أو مشاعر أو عواطف أو أفكار أو تجارب قوليه أو سلوكية شخصية أو جماعية ، إلى فرد أو جماعة أو جمهور بغية التأثير ، سواء أكان الحمل مباشراً بواسطة وسيلة اصطلح على أنها

(١) خصائص الإعلام الإسلامي ، محمد خيرت رمضان ص١٠.

(٢) الإعلام والدعاية ، عبد اللطيف حمزة ص٧٦.

(٣) المرجع نفسه ، ص٧٥.

وسيلة إعلام قديماً أو حديثاً ".[1]

وأميل إلى تعريف الدكتور سيد الشنقيطي ، وذلك لعمومه وشموليته.

ثانياً – أهمية الإعلام :

استعمل الإنسان بعفوية الوسيلة الإعلامية منذ القدم ، وكان اللسان وسيلته الإعلامية الأولى في الإخبار والوصف والتفاهم والإقناع عن طريق الخطبة والقصيدة والقصة والكتاب. [2]

واليوم تجسد الإعلام في وسائل تقنية متطورة ، ضاعفت من سرعته وفاعليته وتأثيره من خلال الهاتف والحاسب والأقمار الصناعية ووكالات الأنباء والمطابع ودور النشر والتوزيع والإعلان بالصورة العادية والملونة الناطقة والمتحركة.

وتأتي أهمية الإعلام من النواحي الآتية :

١ – أنه قوة مؤثرة في تكوين الإنسان : فهو ذو شأن في توجيه الميول والمشاعر وتنمية القدرات والمواهب ، وفي إعداد الروح والعقل وبناء الجسم ، ولا سيما إذا كان القائمون عليه خبراء وأخصائيين في التوجيه في علم النفس والتربية والإعلام ، وبارعين في استخدام الوسائل الإعلامية والتحكم في درجات تأثيرها ، وذلك أن الإنسان في نظر الإعلام يتغذى بالخبر ، وينمو بالفكر ، ويتعافى بالمعلومة ، وهذا يوضح أهمية الإعلام في تكوين الإنسان وصياغة شخصيته وإعداد جوانبه إعداداً سليماً. [3]

٢ – أنه قناة حضارية سريعة التأثير في المجتمعات : فهو رمز من رموز

(١) مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم ، د. سيد شنقيطي ص١٧–١٨.

(٢) الإعلام وثقافة أطفال المسلمين ، د. أحمد الحليبي ص٥.

(٣) أبناؤنا بين وسائل الإعلام وأخلاق الإسلام ، منى حداد يكن ص١٣–١٥.

التحضر والتقدم في مقياس الأمم والمجتمعات [١] . وسبيل الدولة الحديثة في إظهار مبادئها وقيمها ومنجزاتها ، وأداتها في توجيه شعبها لبلوغ أهدافها وآمالها ، ووسيلتها لبناء حضارتها ، وتربية الأجيال القادمة على عينها. [٢]

فإن الإعلام بمختلف طرقه ووسائله بات يمارس دوراً مهماً في حياة الأمم وحضارة الشعوب ، لا يكاد يسلم من تأثيره سلباً وإيجاباً فرد أو مجتمع أو دولة.

٣ – أنه سبيل الأمة في التأكيد على هويتها : فمن المؤكد أن لكل أمة من الأمم مبادئ وقيما ومفاهيم خاصة بها ، تمثل شخصيتها الظاهرة ، وتعبر عن نظرتها إلى الحياة ، وتنم عن تصورها للوجود ، فتحرص على استمرارها والمحافظة عليها ، ووقايتها من عوارض الزمن ، وصراع الأفكار. [٣]

والإعلام هو مرآة أي أمة ، وأداتها في نشر مبادئها وقيمها ومفاهيمها ، فما انتشرت ثقافة أمة في عصرنا الحاضر ولا قيمها إلا بقوة إعلامها وإدارة إعلامييها وسعة أفقهم ، وما تراجعت ثقافة وانزاحت إلى الهامش إلا بضعف وسائلها الإعلامية وضحالة إعلامييها وفتورهم ، فالإعلام وسيلة ناجحة في نقل القيم والمبادئ والمفاهيم إلى الآخرين ، وصياغة المجتمع على وفقها. [٤]

(١) الإعلام موقف ، د. محمود محمد سفر ص١٣.

(٢) الإعلام وثقافة أطفال المسلمين ص٥.

(٣) ثقافة الطفل المسلم مفهومها وأسس بنائها ، مرجع سابق ص٥.

(٤) مسؤولية الإعلام في تأكيد الهوية الثقافية ، د. ساعد العرابي الحارثي ص٤ . الإعلام وثقافة أطفال المسلمين ، مرجع سابق ص٥.

المبحث الثاني
تاريخ الإعلام

خلق الله سبحانه وتعالى الإنسان بروح اجتماعية تتوق دائماً إلى الاتصال بالآخرين فكان في حاجة دائماً إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به ، وتحيطه علماً بالأخطار المحدقة به ، أو الفرص الإيجابية المتاحة له ، وسيلة تقوم بنشر الآراء والحقائق وتساعد الجماعة على اتخاذ القرارات التي تتخذها الجماعة على نطاق واسع ، وسيلة تقوم بنقل حكمة الأجيال السابقة والتطلعات السائدة في المجتمع إلى الأجيال الناشئة ، ووسيلة ترفه عن الناس وتنسيهم المعاناة والصعوبات التي يواجهونها في حياتهم اليومية.

وقد عهدت القبائل البدائية بتلك المهام إلى الأفراد فقام بعضهم بوظيفة الحراس الذين يحيطون القبيلة علماً بالأخطار المحيطة والفرص المتاحة ، فقد تقترب قبيلة معادية من القبيلة الأولى أو قد يقترب منها قطيع من الحيوانات التي يمكن أن يصطادوا بعضها ، فيكون هؤلاء الأفراد والقائمون برصد الحياة من حول الجماعة أشبه بصفارات الإنذار في حالتي الخطر والأمان ، وكذلك عهدت القبيلة إلى بعض الأفراد (مجلس القبيلة) بسلطة اتخاذ القرارات عن احتياجات وأهداف وسياسات القبيلة ، والتأكد من أن تلك القرارات ستنفذ ، وكان لابد من وجود رسل يحملون الأوامر والمعلومات من مجلس القبيلة إلى أفرادها أو إلى القبائل المجاورة.

وكذلك كفلت القبيلة لنفسها وسيلة تساعدها على الاحتفاظ بحكمتها وتراثها الثقافي، وأسلوباً لنقل تلك الحكمة إلى الجيل الجديد من الأطفال أو إلى القادمين الجدد، فقام الآباء والشيوخ بتعليم الجيل الجديد أو الأعضاء الجدد عادات القبيلة ، وعلمت الأمهات بناتهن كيف يعددن الطعام ويحكن الملابس كما علم الآباء أبنائهم كيف يصطادون الوحوش ويحاربون الأعداء.

أما وظيفة الترفيه فقد تولاها الرواة الذين يحكون القصص الشعبية ، والمغنون الذين ينشدون الأغاني المحبوبة والراقصون الذين كانوا يؤدون الرقصات

الدينية والشعبية في المناسبات. هذا ما تقوله صاحبة كتاب (الأسس العلمية لنظريات الإعلام) [١]

أما الدكتور فؤاد عبد السلام الفارسي فيقول : (الإعلام يعد واحداً من أقدم الممارسات التي عرفتها البشرية حيث ظهر مع بدء محاولات الإنسان الأولى تلبية النداء الفطري والرغبة الغريزية في العيش في حياة الأسرة والجماعة ، فلقد أدرك منذ ذلك الحين أن عليه أن يجد الطريقة التي يفصح بها عن أفكاره ويعبر بها عن مشاعره ويحدد مكانته ضمن حياة الأسرة والجماعة تابعاً كان أم متبوعاً بعمل إعلامي معين ينقل من خلاله إليهم ما يجول بخاطره ويشعرهم بطريقة مقنعة بما يتمتع به من قدرات واستعدادات شخصية...).[٢]

والدكتور أحمد بدر يذكر جانباً تاريخياً للإعلام فيقول: (إن هناك ثلاثة عناصر أساسية تدخل في عملية الإيصال الإعلامي قديماً – ولا تزال – وهي الكلمة والرسم أو الصورة والصوت ، ويقول في نفس المقطع بعد شرح بسيط : وعلى كل حال فمنذ فجر التاريخ وعناصر التعبير الثلاثة تستخدم في أشكال الدعاية أو الدعوات الدينية والسياسية...).[٣]

كذلك نرى من جانب تاريخي آخر للإعلام أن أبرز غاياته ووسائله تركزت على أمرين؛ **الأول** : الدعوة والتبشير الديني ، **والثاني** : قرارات وأوامر الحاكم أو السلطان أو رئيس القبيلة. فتعتبر البلاغات التي يتلقاها عامة الناس من هاتين الجهتين (الكاهن والسلطان) بمثابة التشريعات الحتمية التي لا يمكن تجاهلها أو عصيانها بحال ، حيث أن هذه البلاغات كانت تتناول معظم جوانب الحياة ، كالطب والثقافة والفلسفة والفنون والتجارة والمعاملات وغير ذلك . وهذه كلها تمر من خلال الحاكم والكاهن كما يحدثنا التاريخ.

(١) الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، د. جيهان رشتي ص٣٥٦.

(٢) الإعلام والصراع العالمي ، د. فؤاد عبدالسلام الفارسي ص١٦.

(٣) الإعلام الدولي ، د . أحمد بدر ص١٢.

فالكاهن كان يعتمد على عنصر هام من العناصر الثلاثة المذكورة سابقاً ، ذلك العنصر هو : الكلمة التي يأخذها عن طريق الكتاب السماوي . أو أي كتاب آخر يراه هو مقدساً ، حيث تلعب مثل تلك الكتب دوراً إعلاميا كبيراً . ومن ثم يأتي العنصر الثاني إلى جانب عنصر الكلمة ، وهو : الصوت . فيعقبه أو يوازيه عنصر الصورة أو الرسم .

وللعلماء أيضاً دور لا ينسى، وكذلك الأطباء، والشعراء، والفلاسفة وغيرهم من الطبقات الأخرى التي تتماشى في دورها الإعلامي مع التبشير الديني وتناوله لمعظم جوانب الحياة.

أما الحاكم أو السلطان أو رئيس القبيلة فقراراته وبياناته تخدم بطبيعة الحال . أمور الدولة أو المستعمرة أو القبيلة نفسها وإدارة الجيوش وتوجيه القادة والولاة وغير ذلك .

وكل تلك الوجوه نجدها جلية في معظم الحضارات القديمة كاليونانية والفارسية والرومانية والفرعونية وغيرها.

وكذلك الإعلام في الديار العربية قبل الإسلام ، فلقد كانت كغيرها في ذلك العصر ، تعتمد على الوثائق المكتوبة أو الرسائل المتبادلة أو الحروب والغزوات والهجرات وما ينجم عن ذلك من أسر ونقل للثقافات أو المعلومات مما يساهم في نشر واتساع العملية الإعلامية والاتصال بين الناس . ولا ينسى دور الأسواق العربية الأدبية الحولية مثل عكاظ ، والمربد ، ومجنة ، وما يتم فيها من تبادل إعلامي لكافة جوانب الحياة خاصة ما يتم ذكره واستعراضه في القصائد والخطب العربية من مدح وهجاء ، ووصف ووجدانيات ، وتواريخ ، وملاحم ، وغزوات ، وذكر أماكن وأزمان وغير ذلك ، إلى جانب الخطب الرنانة التي اشتهر بها بعض الحكماء العرب قبل الإسلام. [1]

(١) راجع أثر وسائل الإعلام في توجيه الشباب ، محمد الجلواح ص٣-٤.

المبحث الثالث

نبذة عن الإعلام في الإسلام

جاء معنى الإعلام في القرآن الكريم على عدة ألفاظ وكلمات ، سنجدها في الآيات الكريمة التالية :

قال الله تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ (١) .

وقال تعالى : ﴿ وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾ (٢) .

وقال تعالى : ﴿ وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ﴾ (٣).

وقال تعالى : ﴿ قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِّن دُونِ اللَّهِ فَإِن تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ﴾ (٤).

وقال تعالى : ﴿ وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (٥).

وقال تعالى : ﴿ هَذَا بَلَاغٌ لِّلنَّاسِ وَلِيُنذَرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَٰهٌ وَاحِدٌ وَلِيَذَّكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ (٦).

---

(١) سورة النحل من الآية ١٢٥.

(٢) سورة التوبة الآية ١٢٢.

(٣) سورة فصلت الآية ٣٤.

(٤) سورة آل عمران الآية ٦٤.

(٥) سورة آل عمران الآية ١٠٤.

(٦) سورة إبراهيم الآية ٥٢.

وقال تعالى : ﴿ رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولاً مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ﴾ (١).

هذه الكوكبة المضيئة من الآيات القرآنية الكريمة وغيرها مما يقرب أو يتناول معناها الإعلام والإبلاغ ترسم الأطر العامة للمنهج الرائع الذي خطه الإسلام لنشر الدعوة السمحاء ابتداء من شخص النبي محمد ﷺ حتى أصغر فرد مسلم يتحمل مسؤولية الدعوة وما ذلك إلا المنهج الصحيح الناجح لأي طريق إعلامي سوي ۞. ونحن نعرف أن كل دعوة لا تعتمد الأسس والأساليب الإعلامية الرائدة لا يحالفها النجاح. (٢)

كما نلاحظ أن في معرض الآيات القرآنية نجد الأمر بالدعوة والتبليغ قد روعي فيه الجوانب الاجتماعية والنفسية والأخلاقية لإمكانية حصد النتائج المرجوة من هذه الدعوة.

ويحدثنا التاريخ أن النبي ﷺ قد اعتمد في دعوته على الاتصالات الشخصية وفق ما رسمه الله له في القرآن أو في الأوامر العملية الأخرى ، وتركزت معظم تلك الاتصالات على الخطابة والأسلوب الجماعي ، وما تحتويه هذه الخطب من توضيح للحقائق والتعاليم ، فعندما نزل عليه ﷺ قوله تعالى: ﴿ وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الأَقْرَبِينَ﴾ (٣). صعد ﷺ الصفا فنادى : (واصباحَاه) فلَما اجتمعوا إليه قال : (لو أخبرتكم أن خيلا تريد أن تخرج عليكم من سفح هذا الجبل أكنتم مصدقي ؟) قالوا : نعم ما جربنا عليك كذبا . قال :

(١) سورة البقرة الآية ١٢٩.

(٢) مجلة الكويت العدد ٣٤ ، يونيو ١٩٨٥م ، ص١٤.

(٣) سورة الشعراء آية ٢١٤.

(فإني نذير لكم بين يدي عذاب شديد)[١] . ومن هنا جاء دور خطبة صلاة الجمعة في التأثير على الصحابة ، وفي شرح تعاليم الإسلام. [٢]

وتحدثنا السنة النبوية أيضاً أن الرسول ﷺ إذا أراد أن يجمع صحابته لأمر ما أمر بلالاً أن يؤذن للصلاة حتى في غير أوقاتها ، أو ينادي : (الصلاة جامعة) [٣]. وهذه كانت إحدى الوسائل الإعلامية حينئذ ، كما أنه للأذان دوراً لا ينسى ، وهو الذي استطاع بقوة أن يجمع المسلمين قاطبة في وقت واحد ، وفي أماكن مختلفة ، ولهدف واحد هو العبادة. [٤]

وعليه فكلما كانت الشخصية تمتاز بصفات عالية ومتكاملة من الصلاح والطيبة ، وحسن الخلق وسعة الصدر وعمق المعرفة وقوة العلم ، كما في شخصية النبي ﷺكان لها الصدى الأمثل والأثر البالغ في إنجاح ونجاح الدور الإعلامي المطلوب.

وكان للمراسلات والكتب دور كبير في إيصال التعاليم السمحاء إلى مختلف المناطق خارج مكة والمدينة ، ويأتي إلى جانب ذلك كله موسم الحج الذي ركز فيه القرآن على أنه موسم يشهد الناس فيه منافع لهم ، حيث يقول تعالى : ﴿ **وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ**

(١) مختصر سيرة الرسول ﷺ ، للشيخ محمد بن عبد الوهاب ص٥٤. وجاء في صحيح البخاري: (قام رسول الله صلى الله عليه وسلم حين أُنْزِل الله عزَّ وجلَّ: ﴿وأَنذِرْ عشيرتَك الأقْربين﴾[الشعراء: ٢١٤]، قال: يا معشر قُريش – أو كلمةً نحوها – اشْتروا أنفسكم، لا أُغْنِي عنكم من الله شيئًا، يا بني عبد مناف لا أُغْني عنْكُم من الله شيئًا، يا عبَّاس بن عبد المطَّلب لا أُغْني عنك من الله شيئًا، ويا صفيَّةُ عمَّةَ رسول الله لا أُغْني عنْك من الله شيئًا، ويا فاطمةُ بنت محمَّد سليني ما شئْت من مالي لا أُغْني عنْك من الله شيئًا). رواية رقم (٢٧٥٣).

(٢) بتصرف أثر وسائل الإعلام فيَّ توجيه الشباب ، محمد الجلواح ص٥.

(٣) اقرأ على سبيل المثال صحيح مسلم كتاب الإمارة باب وجوب الوفاء ببيعة الخلفاء الأول فالأول ١٤٧٢/٣ . حديث رقم (١٨٤٤).

(٤) مجلة الكويت العدد ٣٤ ، يونيو ١٩٨٥م ، ص١٤ وما بعدها.

، لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُم وَيَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ فِي أَيَّامٍ مَعْلُومَاتٍ﴾[1].

ومن هناَ أحسن المسلمون الأوائل استغلال موسم الحج في توضيح القضايا الإسلامية ونشرها ، ملتزمين بآداب الحج وأخلاقه من غير رفث ، ولا فسوق ، ولا جدال في الحج.

وتستمر هذه الأساليب الإعلامية ابتداء من العهد النبوي الشريف ، ثم عهد الخلفاء الراشدين – رضي الله عنهم – ثم يأتي أسلوب آخر يضاف إلى الخطابة والمراسلة والاتصالات الشخصية والحج وهو خدمة البريد الإسلامي الذي تم استحداثه في العهد الأموي ، وهو وضع مجموعة من الإبل تحمل ما تريده السلطة أو الأمة من الناس إلى جهات متعددة من الدولة لأغراض رسمية أو شخصية.

وكان (ولا يزال) للمسجد دوراً إعلامياً من خلال حلقات الذكر والوعظ والإرشاد سواء ما كان بعد الصلاة أو غيره من الأوقات ، وكذلك للمكتبات الموجودة في تلك المساجد دورها الكبير في تلقي ونشر التعليمات وترك الأثر في النفوس.

أما في العهد العباسي ، وما تلاه من العهود فقد بقيت الوسائل المذكورة آنفا لها مفعولها، ولكن خرجت أساليب أخرى إلى جانبها ، وهي كبيرة ومتعددة كان أبرزها الإعلان في الشوارع على ظهر دابة (حصان ، جمل ، بغل ، حمار) وبمصاحبة طبل له دوي قوي ، حيث يتم الصياح بجمل معينة ، غالباً ما تقال بلحن ملفت للنظر وبشخصية طريفة ، وقويه ومحبوبة في نفس الوقت ، لإمكانية سرعة التلقي.

كما برزت صناعة الكتب ، وأطلق على صانعيها لقب : (الوراقون)

(١) سورة الحج الآية ٢٧-٢٨.

وازدهرت هذه الصناعة ، ولطبيعة الصناعة نفسها التي تحاكي النواحي الإعلامية فقد دأب الوراقون على ترويج صناعتهم ونشرها في كل أنحاء الإمبراطورية الإسلامية مما ساهم في تحريك العملية الإعلامية ، وهذه خدمة لا تزال لها أثرها حتى اليوم . أما الشعر فكان ولا يزال قناة إعلامية كبرى منذ ما قبل أسواق الجاهليين وحتى غد.(١)

(١) راجع أثر وسائل الإعلام في توجيه الشباب ص٥ وما بعدها.

الخاتمة والتوصيات

بعد هذا التجوال المعرفي في رحاب الإعلام من زاويته الشرعية وامتداداته الحضارية، تبين أن الإعلام ليس أداة محايدة، بل هو سلاح ذو حدين، يمكن أن يكون وسيلة لبناء المجتمعات وتثبيت القيم، كما يمكن أن يكون وسيلة للهدم ونشر الانحرافات الفكرية والسلوكية.

وقد أظهر هذا البحث أن الإعلام في الإسلام ليس طارئًا، بل هو أصل أصيل في المنهج الدعوي و التربوي، يستند إلى الوحي ويستمد ضوابطه من النصوص الشرعية.

لقد تبين من خلال المباحث أن الإعلام في الإسلام قد تميز بمنهجه الرباني، ووسائله النبوية، التي راعت الجوانب النفسية والأخلاقية، وهدفت إلى إقامة مجتمع الفضيلة والمعرفة، في حين أن الإعلام المعاصر – حين يبتعد عن القيم – قد يصبح أداة للتضليل والتفكيك الثقافي.

- **النتائج:**

١- الإعلام المعاصر يمثل أقوى أدوات التأثير في عقول الشعوب وتوجيه سلوكهم، خاصة عند غياب التوجيه القيم.

٢- للإعلام الإسلامي جذور ثابتة في القرآن والسنة، ويتميز بمنهجية تربوية ودعوية راقية.

٣- التحديات الفكرية التي تواجه الأمة غالبا ما تدار عبر وسائل الإعلام، مما يوجب الوعي بخطر "الغزو الإعلامي."

٤- هناك حاجة ماسة إلى إعادة بناء الخطاب الإعلامي في العالم الإسلامي على أسس شرعية ومهنية راشدة.

- **التوصيات:**

١- ضرورة تبني مشروع إعلامي إسلامي موحد، يضم نخبة من العلماء والمختصين، ويهدف لتقديم إعلام هادف عالمي التأثير.

٢- إعداد ميثاق شرف إعلامي إسلامي يضبط المحتوى الموجه خصوصا للأطفال والشباب.

٣- تكثيف البرامج التربوية والإيمانية في القنوات الفضائية، وتوظيف وسائل التواصل الحديثة لخدمة القيم الإسلامية.

٤- إنشاء مؤسسات تعليمية مختصة بالإعلام الشرعي، تجمع بين التأصيل العلمي والتأهيل المهني.

٥- حثّ رجال المال والأعمال في العالم الإسلامي على دعم مشاريع الإعلام النزيه، كوسيلة استراتيجية للدعوة وبناء الوعي.

أهم المصادر والمراجع

القرآن الكريم

- أثر وسائل الإعلام في توجيه الشباب ، محمد الجلواح . بحث منشور بمجلة الواحة، العدد الرابع.
- الأسس العلمية لنظريات الإعلام ، د. جيهان رشتي . طبعة دار الفكر العربي.
- الإعلام الدولي ، أحمد بدر . طبعة دار المعارف . القاهرة.
- الإعلام والدعاية ، عبد اللطيف حمزة . طبعة دار الفكر العربي القاهرة ١٣٩٨هـ.
- الإعلام والصراع العالمي ، د. فؤاد بن عبد السلام فارسي . طبعة دار عالم الكتب للنشر والتوزيع . الرياض.
- الإعلام وثقافة أطفال المسلمين ، د. أحمد عبد العزيز الحليبي . بحث مقدم للندوة الدولية حول قضايا الطفل من منظور إسلامي (إيسسكو) الرباط ٢٠٠٢م.
- ثقافة الطفل المسلم : مفهومها وأسس بنائها ، د. أحمد عبد العزيز الحليبي . طبعة دار الفضيلة . الرياض.
- خصائص الإعلام الإسلامي ، محمد خيرت رمضان يوسف . طبعة دار العمير ، الطبعة الثانية ، جدة ١٤١٢هـ.
- صحيح مسلم بشرح النووي ، لأبي زكريا محي الدين بن شرف النووي ت (٦٧٦) هـ. طبعة مكتبة الفيصلية . مكة المكرمة – الطبعة الأولى ١٣٤٧هـ – ١٩٢٩م .
- القاموس المحيط ، لمجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزبادي ت (٨١٧) هـ . تحقيق علي محمد البجاوي ومحمد أبو الفضل إبراهيم . طبعة دار المعرفة . بيروت – لبنان . الطبعة الثانية ١٣٩٩هـ.

– لسان العرب ، لأبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور ت (٧١١) هـ . طبعة دار صادر . بيروت – لبنان . الطبعة الثالثة ١٤١٤هـ – ١٩٩٤م .
– مسؤولية الإعلام في تأكيد الهوية والثقافة ، د. ساعد العرابي الحارثي . كتيب المجلة العربية عدد ١٨ ، سنة ١٤١٩هـ.
– مفاهيم إعلامية من القرآن الكريم : دراسة تحليلية لنصوص من كتاب الله ، د. سيد محمد ساداتي الشنقيطي . طبعة دار عالم الكتب ، الرياض ١٤٠٦هـ.
– المفردات في غريب القرآن ، لأبي الحسن الراغب الأصفهاني . طبعة دار المعرفة ، بيروت–لبنان.