



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

المرسل في برامج التلفاز بين الإعلام المعاصر والإسلام

محمود عمر حسين اسعد

قدمت هذه الرسالة إبتكمالاً لدرجة الماجستير في برنامج الدراسات الإسلامية
المعاصرة

جامعة القدس - فلسطين

1432هـ - 2011 م

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

(أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ)

صَدَقَ اللّٰهُ الْعَظِیْمُ



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

برنامج : دراسات إسلامية معاصرة

إجازة الرسالة

المرسل في برامج التلفاز بين الإعلام المعاصر والإسلام

اسم الطالب: محمود عمر حسين أسعد

الرقم الجامعي: 20811603

المشرف: د. عبد الكريم سرحان

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 2011/2/27 م، من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم

وتواقيعهم:

- 1- رئيس لجنة المناقشة: د. عبد الكريم سرحان التوقيع:.....
- 2- ممتحناً داخلياً: د. حسام الدين عفانة التوقيع:.....
- 3- ممتحناً خارجياً: د. نشأت الأقطش التوقيع:.....

القدس / فلسطين

1432هـ - 2011 م

الإهداء

أقدم بكل محبة، جهدي المتواضع، للذي أمضى حياته في تقديم العون
للصغير والصغير، للذي عاش وترى في بيوت الله، إلى والدي الشيخ
عمر،

ووالدي مرحمها الله الحاجة نمر دخان،

وإلى نزوجتي ماجدة، وأبنائي تسنيم وهباء،

وكذلك إلى شهداء فلسطين وجرحاها وأسراها .

إقرار

أقر أنا مقدم الرسالة أنها قُدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة باستثناء ما تمت الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة، أو أي جزء منها لم يقدم لنيل أية درجة عليا لأي جامعة أو معهد.

محمود عمر حسين أسعد

التوقيع.....

التاريخ: 27 / 2 / 2011 م

شكر و عرفان:

{وَاذْ تَأَذَّرَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ^١..}، الشكر لله الواحد الأحد، الذي منَّ علي بنعمة إتمام هذه الدراسة، ثم الحمد لله على نعمة العلم. (وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا)⁽²⁾.
أشكر الجزيل للمشرف الفاضل على رسالتي، والذي لم يتوان للحظة، عن تقديم النصح والإرشاد والعون، الدكتور عبد الكريم سرحان.
الشكر للجنة المناقشة:
الدكتور حسام الدين عفانة والذي ساهمت ملاحظاته العلمية ونقده البناء في تحسين وتصويب الرسالة.
الدكتور نشأت الأقطش والذي كانت آراؤه النقدية العلمية والمنهجية رافداً للرسالة نحو الأفضل والأجمل.
الشكر لكل من علمني حرفاً، من الهيئة التدريسية في جامعة القدس، ولكل من ساعدني وزودني بالمعلومات والأفكار.
وأشكر الدكتور محمد حنيني بشكل خاص الذي لم يتوان عن قراءة الرسالة، وإبداء الرأي والنصح.
أشكر كل من الزميل فخري سليمان، وإدارة وأرشيف تلفزيون فلسطين على تزويدي بالأشرطة والمعلومات المطلوبة للدراسة.

(1) سورة ابراهيم ، الاية 7.

(2) سورة طه ، الاية 114.

الملخص

هدفت الدراسة إلى مناقشة النظريات المتعلقة بالمرسل، والدراسة التطبيقية لهذه النظريات، في الفكر الإعلامي المعاصر والفكر الإسلامي، من أجل الوصول بالمرسل إلى العمل لأهداف الدنيا والآخرة معاً، والتخلص من أسلوب الهجوم، إلى أسلوب فيه رحمة للعالمين.

لذلك تناولت الدراسة المرسل في برامج التلفاز، من خلال الدراسة التاريخية التحليلية، ففي إطارها النظري تناولت مصادر معلومات المرسل، لغته، أهدافه، حريته، موضوعيته، حياديته، وذلك حسب النظريات الوضعية، ومدى إنقائها أو مخالفتها للمنهج الإسلامي، وناقشت ما يميز مرسل التلفاز عن غيره من المرسلين، وما علاقته بالعناصر الإعلامية الأخرى، وأهم التحديات التي تواجهه، وهل عمله فرض عين أم فرض كفاية؟ وكيف يتم اختياره، وما هي صفاته؟

أما في إطار الدراسة التطبيقي فقد تناولت المرسل في البرامج الحوارية، وبحثت في كيفية إختيار مواضيع النقاش وضيوف البرامج وأسئلة الحوار في برنامج الشريعة والحياة الذي يبث في قناة الجزيرة الفضائية ونماذج من مرسلي تلفاز فلسطين.

ولقد توصلت الدراسة في الإطار النظري إلى جملة من النتائج أهمها أن منهج الإسلام هو المنهج العلمي الرصين للمناقسة الإعلامية، لذلك لا بد من إلتزام توجيهات القرآن والسنة من ناحية، ومواكبة آخر ما توصل إليه العلم من تطورات في تقنيات الإتصال، وصولاً إلى التفوق الإعلامي بكل قوة علمية.

أما في إطارها التطبيقي فقد توصلت الدراسة إلى أن المرسل النمطي المرتبط بالمؤسسة الإعلامية الرسمية يردد وجهات نظرها، ولا يمتلك الحرية في إختيار الموضوع والضيف، أما المرسل غير المتخصص فيظهر عليه الإرتباك ويميل الى لغة الإنشاء مع الجمل المفككة، مما يؤدي إلى إدارة الحوار بشكل غير علمي، ويمرر الضيف المعلومات المغلوبة من خلال المرسل، في حين توصلت ألداسة إلى أن المرسل المتخصص يكون أكثر سيطرة على مفاصل الحوار العلمية، واللغة تكون سهلة ومختصرة وواضحة، وتكون مداخلة المرسل بالوقت المناسب.

وقد أوصت الدراسة بتشكيل مرجعية سياسية ولغوية وإعلامية وشرعية لكل مؤسسة إعلامية، يعود إليها المرسل، وإلزام المرسل في فترة الإعداد أن يعمل بشكل جماعي مع معد متخصص ومخرج مبدع، وأوصت أن يتخصص المرسل بعد دراسة الإعلام في

السياسة والإقتصاد والأدب والفن والرياضة... الخ، مع تدريس الضوابط الشرعية
للمرسل في الفضائيات الإسلامية.

Abstract:

This study aims at discussing the theories concerning the sender of message (communicator) and the practical applications of these theories as addressed in the contemporary Islamic media thought, in particular, and the overall Islamic thought, in general. The goal is for the Sender to achieve the objectives of this life and the hereafter alike, and to replace the approach of attacking others to that of providing mercy and understanding to the whole humanity.

Thus, the study examines the Sender in the different television programs through the descriptive analysis method. Using the theoretical framework, the study addresses the sources of the sender, his language, goals, independence, objectivity, and neutrality. This examination follows the man-made theories and studies their compatibilities and differences with the Islamic principles. The study also discusses the distinctions between the sender in the television programs from those other senders. It also looks into the relationship between the Sender and other media elements, highlighting the most significant challenges facing it, and whether the sender's role is an individual obligation or one that is a group duty. The study also explores the qualifications of the sender and how he is selected.

As for the practical application of the study, it deals with the sender in talk shows and specifically discusses the program "Al-Shari'a Wal Hayat," which is aired on Al-Jazeera Satellite Station, including the topics, the guests and the questions of the show. The section also presents samples of senders working for the Palestinian TV.

In its theoretical part, the study presents several outcomes, the most important of which include the conclusion that the Islamic approach is the most scientific and competitive method for the media. It abides by the teachings of Qur'an and Sunnah, at the one hand, but it also keeps up with the most advanced and scientific telecommunication technologies.

The practical application part of the study concludes that the stereotypical Sender working for a government media organization is a mouthpiece for that organization and repeats its established views. He would have no freedom in choosing the topics or the guests of the programs. As for the inexperienced Sender, the study shows that he generally appears confused and tends to use wordy language with sentence construction problems. This will lead to running the program in an indistinctive manner, so much so that the guest would pass on misinformation through that sender. In contrast, the study finds that the specialized Sender is always in control of the topics discussed and uses a clear and more cohesive language.

The study recommends the establishment of a political, linguistic, journalistic, and Islamic reference for each media organization. The sender would use these references as part of doing his work. The sender would also be expected to work as part of a team with a specialized producer and creative director. The study also recommends that the sender, upon completion of his journalism studies, should specialize in other fields, including politics, economics, literature, art, and sports. Lastly, the Sender should be well versed on the relevant Sharia teaching, especially as related to the work in the Islamic satellite stations.

المقدمة

بدأ الإتصال منذ نشأة المجتمعات، فكانت مهمة الإنباء الأولى لآدم عليه السلام، في أول إتصال بالملائكة، (قَالَ يَتَّادِمُ أَنْبِئُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ)⁽¹⁾، ثم تدرجت وسائل الإتصال، سواء بالكلام إلى الأذن مباشرة أو بالبصر من خلال الصور أو الرسم، حتى وصل الإعلام المعاصر إلى وسائل متقدمة، تنقل على أنظار الملايين خلال التلفاز أو غيره من الوسائل المرئية الحديثة، مما جعل العملية الإعلامية تتحول شكلاً ومضموناً وهدفاً، يسعى إليها صاحب الرسالة ومرسلها، ومع تطور الحياة السياسية والاجتماعية تعددت المبادئ والقيم، وكل دولة تسعى لسيادة أفكارها⁽²⁾.

قسم الباحثون الإتصال إلى: المرسل، والرسالة، والوسيلة، والمستقبل، والإستجابة؛ أي أثر الرسالة، والتشويش، والمرسل من خلال التلفاز هو مدار البحث الذي بنيت عليه هذه الدراسة.

المرسل هو المذيع في التلفاز أو المذيع، وقد يكون مراسلا لإحدى القنوات الفضائية، وكذلك خطيب الجمعة، والناطق الإعلامي بإسم الدولة أو مؤسسة ما، وكل متحدث للجمهور أو الأفراد هو مرسل.

يختص كل جهاز إعلامي بمواصفات مرسل تتلاءم وطبيعته، فلا يشترط في المرسل الذي يصلح للعمل في أي من المؤسسات الإعلامية، أن يصلح للعمل في غيرها.

يستعمل المرسل في التلفاز الكلمات، والحركات، والإشارات، والصور، والمؤثرات الصوتية، وغيرها من متطلبات العمل التلفزيوني.

تتداخل في العمل التلفزيوني وظائف وتخصصات متعددة، بحيث تكمل بعضها البعض ولا يمكن فصلها، فالهندسة تتفرع ما بين مهندس أو فني الصوت والإضاءة والديكور، والمصور يتفرع إلى مصور أستوديو ومصور في الميدان، وصور الدراما تختلف عن صور الأخبار وهكذا...، كما أن المخرج والمنتج والمنفذ، طواقم عمل،

(1) سورة البقرة، الآية 33

(2) دخل الإعلام تشكيلات الحكومات المعاصرة كوزارة مستقلة تحت مسمى وزارة الإعلام، وجعلت الحكومات توليه من الأهمية، وخاصة البث التلفزيوني، الذي يعتبر الركيزة الأساسية للحكومات، في محاولة لإقناع الجمهور بأفكارها وبرامجها وسياساتها... الخ.

ولكل منهم وظائفه، ضمن العمل الجماعي، ويكمل المرسل والمعد والمراسل والمحرر والمدقق بعضهم البعض في العمل الإعلامي.

إن جميع التخصصات السابقة، لا تأتي إلا من خلال الدراسة المتخصصة في الجامعات، أو المعاهد الإعلامية، ثم التدريب والممارسة، قبل الدخول في تنفيذ العمل الإعلامي⁽¹⁾.

ساعدت التكنولوجيا المعاصرة والمتسارعة في التطور⁽²⁾، فأصبح التنافس على أشده لإستقطاب أفضل المرسلين، من قبل الفضائيات ذات الإمكانيات والقدرات المتميزة على غيرها، وبذلت في سبيل إيجاد الكوادر الإعلامية، الأموال الطائلة.

دخلت الإغراءات المالية، والصراعات السياسية، والفكرية، والعرقية، ساحة الإعلام، فساعدت على إنحرف الكثير من المرسلين عن رسالة الحق والصلاح والإصلاح، والبناء وعمارة الأرض، وخيري الدنيا والآخرة، وذلك بسبب تحكم الأهواء والرغبات، وحب الذات والمال والجاه والسلطان من جهة، ومن جهة أخرى الإلتزام بالمدارس الإعلامية الغربية، التي غلبت مصالح البناء في الدنيا حسب أهدافها، وليس للبناء الروحي من سبيل في هذه المدارس، وجارى بعض المسلمين الغرب في بناء مؤسساته، ووقعوا فيما وقع فيه الغرب من الإباحية بكافة صورها.

مما سبق يمكننا القول: إن المرسل في التلفاز، هو مرسل جديد ومؤثر وفاعل ومتطور، ومشاهد في كل مكان، ووسائله متغيرة ومتجددة ومتطورة بسرعة هائلة ومؤثرة، وفنونه متعددة ومتلونة، ما بين الصورة والصوت والمؤثرات الصوتية... الخ.

(1) دخل الإعلام الجامعات وأصبحت كليات الإعلام كغيرها من الكليات، ولعل آلاف الخريجين هم مرسلو المستقبل، حيث تفرع المرسل في القنوات التلفزيونية ما بين السياسي والثقافي والاقتصادي والرياضي والديني والترفيهي... الخ. فهل تدريس الإعلام التلفزيوني النظري في الجامعات كاف لإخراج مرسلين مؤهلين إسلامياً؟

(2) ولكن هل التكنولوجيا وحدها تصنع التقدم في إيصال الرسالة أم الإنسان؟ ما الذي ستقدمه التكنولوجيا من إضافة تحتاجها البشرية في تغيير سلوكها والمساهمة في تمتيتها وتطوير سبل عيشها وتهذيب أخلاقها؟

التكنولوجيا لا شك أنها ساهمت في سرعة الإرسال للمشاهدين، فهل ساهمت سرعة الإرسال في سرعة التغيير وخدمة الإنسان في كافة المجالات المشروعة؟

خطة الدراسة ومنهج البحث:

أهمية الدراسة:

ركزت الدراسات الإسلامية، على العلوم الشرعية والأصول الإسلامية، ودراسة اللغة العربية، وهذا امر مطلوب، ولكن الأمر يتطلب بذل الجهد والعناية بالعلوم الحديثة، والفنون الإنسانية الجديدة، ومنها الإعلام، دراسة وتأصيلاً، ونقداً وتحليلاً؛ بما يوفر طاقات علمية قادرة على الإسهام بالجديد، الملتزم بضوابط وأحكام الشريعة الإسلامية، سواء في مجال البرامج، أو التقنيات، أو القوى البشرية المدربة.

تكمن أهمية البحث، في عدم وضوح الرؤيا لدى كثير من مقدمي البرامج التلفزيونية، لاسيما الإسلامية منها، ولم تتضح بعد ما يميز النظرية الإعلامية الإسلامية عن النظريات الإعلامية المعاصرة، وأين تلتقي وأين تفترق في الأساليب والأهداف لدى مقدم البرامج الإسلامية، مع النظريات الإعلامية الأخرى.

وتفترض الدراسة أن المرسل هو الحلقة الأهم في العملية الإعلامية، فهو الذي يبحث عن المعلومة، ويصوغ مضمون الرسالة بأسلوبه، وينشرها عبر وسائل الإعلام، ويوجه ضيوفه، ويخفي معلومة وينشر أخرى حسب رؤيته؛ فمن الواجب الديني، والوطني، والأخلاقي والمهني، أن يتم البحث في مثل هذه الدراسة، لينضم الجهد المتواضع إلى من سبق ومن يأتي بعد، ولا يكلف الله نفساً إلا وسعها.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة الدراسة في الآتي:

- 1- طغت على أكثر الإعلاميين، المادية⁽¹⁾، ممزوجة بالحزبية أو الفئوية⁽²⁾، دون النظر إلى ما يتفق وروح الإسلام .
- 2- معظم مُرسلي المعلومات، سواء في التلفاز وهو الوسيلة الأهم، أم بغيره من الوسائل، يرسلون ويقدمون ويذيعون وينشرون، إما بعاطفة، وإما أن يكون المرسل قارئاً فقط، وليس له علاقة بما كتب له، وإما مهاجماً، وإما باحثاً عن عيوب، أو ملتزماً بسياسة المؤسسة الإعلامية التي يعمل من خلالها.... الخ.

(1) تتجاوز اجور ومرتبات بعض العاملين في الفضائيات الخاصة في فلسطين العشرة الاف دولار ، أي بمعدل عشرين ضعف متوسط الرواتب .
(2) يعد تافزيون فلسطين وتلفزيون الاقصى دليلا على حرصهما الشديد في الدفاع عن الحزب في فترة الانقسام وتصل الى حد الهجوم الاعلامي على الحزب الاخر .

3- هناك إشكالات بمُرْسلي ومقدمي ومذيعي الإعلام (أخبار، برامج سياسية، دينية، خطيب جمعة،... الخ) بحاجة إلى إعادة نظر ضمن منهج الإسلام، وليس ضمن منهج المدارس الإعلامية المعاصرة، التي تتفق حيناً وتختلف أحياناً مع منهج الإسلام.

أسباب إختيار الموضوع:

أ- إعتقاد بعض التلفزيونات على الإعلاميين غير المؤهلين⁽¹⁾.

ب- إعتقاد المرسلين على المدارس الغربية، والإعتقاد على وكالات الأنباء الأجنبية⁽²⁾، وخاصة أن معظم مموليها أو مدرائها من اليهود⁽³⁾.

ج- بيع وشراء الأخبار، وان كانت تضر بمصلحة المسلمين والوطن.

د- بث الإشاعات، وتكبير الصغير وتصغير الكبير إعلامياً، ومساهمة المرسل في الصراع السياسي القومي، على مستوى الدول العربية والإسلامية، والأخطر المساهمة في الصراع السياسي الوطني داخل البلد الواحد⁽⁴⁾.

هـ - التنبيه إلى المصطلحات الحديثة⁽⁵⁾ ألتي يرددها المرسل المسلم، دون أن يلقى لها ولخطورتها بالاً.

أملاً أن تضع هذه الدراسة، لبنة صغيرة في صرح البناء الإعلامي، تحدد من خلالها المنهج الإسلامي الحنيف في المرسل عموماً، ومرسل البرامج الإسلامية خاصة.

⁽¹⁾ بلغ عدد موظفي تلفزيون فلسطين حتى تاريخ 2010/10/11م (410 موظف) ، وبالعودة الى شؤون الموظفين تبين ان عدد من يعملون في مجال العمل التلفزيوني(المونتاج والايخراج والتصوير والتقديم والهندسة... الخ) (93 موظف) أي بنسبة 22% بشكل تقريبي من عدد الموظفين العام، والجدير بالذكر ان حملة الصحافة والاعلام هم الاقل حظاً، اما باقي التخصصات كالاخراج والمونتاج والتصوير فهم حملة دورات من مراكز، وهناك من تعين على الثانوية العامة او دون وتدريبوا على العمل بعد تعيينهم في التلفاز وهناك من لم يتدرب على أي عمل ويحسب على شؤون الموظفين (تم الحصول على العدد دون تفاصيل اكثر من دائرة شؤون الموظفين ، تلفزيون فلسطين، ام الشرايط ، رام الله، فلسطين)

⁽²⁾ كالاسيوشيتد بريس واليوناييتد بريس وغوفا من الوكالات الامريكية والورويية

⁽³⁾ ويعتبر ميردوخ اليهودي من المالكين الكبار لبعض وكالات الانباء ومراكز الاعلام.

⁽⁴⁾ وهذا واضح لكل مشاهد لبعض مرسلي تلفازي فلسطين والاقصى، فهما مؤسستان فلسطينيتان تقعان تحت الاحتلال، لكن لكل مرسل رسالته الخاصة والملتزمة بسياسة الحزب، ويرى كل الخطأ في الرسالة على الصعيد الاخر.

⁽⁵⁾ كالارهاب والتطرف.... وغيرها مما سيأتي في مبحث المصطلحات الوافدة.

الحدود الزمانية والمكانية:

مرسلو برنامج الشريعة والحياة الذي يبث على قناة الجزيرة الفضائية أسبوعياً منذ عام 1996 حتى عام 2010م. مع الإستعانة بنماذج من المرسلين على فضائيات أخرى للإستشهاد ودعم رأي أو فكرة ، تراه الدراسة يخدم هدفها.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى مناقشة الدراسات النظرية المتعلقة بالمرسل، والدراسة التطبيقية لهذة النظريات؛ وذلك من خلال النقاط التالية:

1 – محاولة البحث عن ضوابط المرسل في الفكر الإعلامي الوضعي، والفكر الإسلامي، للوصول إلى نقاط التشابه والتباين.

2 – محاولة جمع ما تفرق من أفكار، حول كل ما يتعلق بالمرسل، ضمن كتابات الإعلاميين والعلماء والمفكرين، الذين مر المرسل في دراساتهم كغيره من عناصر الإعلام، وجاء متفرقا في كتاباتهم .

3 – الوصول إلى آلية تطوير المرسل الإسلامي، كي ينافس التدفق الإعلامي الهائل، الذي غزا كل البيوت دون إذن أصحابها.

4- الوصول بالمرسل في الإعلام الإسلامي إلى العمل لأهداف الدنيا والآخرة معاً، وإنقاذ البشرية جمعاء، في المجالات كافة، والتخلص من أسلوب الهجوم، إلى أسلوب فيه رحمة للعالمين.

وبما أن هذه الدراسة هي للمرسل في الإعلام بشكل عام، وللمرسل في الإعلام الإسلامي بشكل خاص، فهي تستهدف طلاب الإعلام والدراسات الإسلامية والعاملين في مجال الإعلام، فهي أقرب إلى الكتابة المتخصصة، وهذا لا ينفي عنها صفة الثقافة، خارج الفئات المستهدفة في الدراسة.

آملاً أن تكون للدراسة نتائج ذات قيمة، خاصة لمن له معرفة أو صلة بالإعلام ووسائله.

أسئلة الدراسة:

- 1- ما هي صفات المرسل العلمية والشكلية؟ وهل الصفات الشخصية المتمثلة بالنطق مهمة للمرسل؟
- 2- أي البرامج لها الأولوية من الناحية الشرعية؟
- 3- كيف يمكن أن يوصل المرسل في الإعلام الإسلامي رسالته مع مراعاة التنوع الثقافي والطائفي والقومي؟

فرضيات الدراسة:

- 1- قدرات ومهارات المرسل الإتصالية والشخصية والعلمية، تؤثر سلبا أو إيجابا على مضمون الرسالة.
- 2- يوجد علاقة بين تأثير الناس وبين مصداقية المعلومات التي ينشرها المرسل.
- 3- تدخل إدارة المؤسسة بإختيار المواضيع تكبح جماح رغبات المقدم، وتنعكس سلبا على الإعلامي ورسالته.
- 4- المقدم في التلفاز أكثر خطورة وتأثيرا على المجتمع من أي مرسل آخر.
- 5- المرسل في القنوات الإسلامية، لا يختلف بأساليبه عن مقدمي الفضائيات الخاصة أو الحكومية، فليس له من صبغة سوى لبسه، أو الرسائل الوعظية الواضحة بصبغتها الدينية.

أساليب الدراسة:

- 1- تسجيل الممارسات الإعلامية الماضية والحاضرة، من خلال الدراسات السابقة، ثم نستثمر المنهج الاستنباطي لإستخراج الأحكام الشرعية، التي تتصل بالممارسات الإعلامية، ومن البديهي أن تكون أهم المصادر هنا القرآن الكريم، والأحاديث النبوية الصحيحة عند علماء الحديث، وقد نحتاج في الأمور الشرعية التطبيقية إلى معرفة الحكم، وسنذهب إلى آراء الفقهاء وعلماء الشريعة الإسلامية المعاصرين بالسؤال المباشر.
- 2- دراسة تاريخية تحليلية نقدية لبعض مرسلي برنامج (الشريعة والحياة)، الذي يبث أسبوعيا على قناة الجزيرة الفضائية.

مراجع الدراسة ومصادرها:

- أ- الكتب والدراسات التي إرتبطت بالإعلام بشقيه الإسلامي والوضعي.
- ب- دراسة أساليب بعض المرسلين في برنامج الشريعة والحياة، ودراسة أخرى لمرسلين في تلفاز فلسطين للمقارنة.
- ج- الرجوع إلى حلقات برنامج الشريعة والحياة على شبكة الانترنت.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من برنامج الشريعة والحياة، وقد بلغ عدد حلقات البرنامج من العام 1999 لغاية 2009 = 504 حلقة، والذي تناوب على تقديمه ثمانية مقدمين بينهم سيدة واحدة، وبما ان القضية الفلسطينية وقضية ارضها ومسجدها محط انظار المسلمين والعالم، وارتبطت بالديانات السماوية الثلاث، فقد تم اختيار عينة الدراسة بشكل مقصود من الحلقات ذات الصلة بالموضوع الفلسطيني، والتي بلغت 25 حلقة، بهدف معرفة أسلوب المرسل مدار هذه الدراسة في إدارة الحوار .

صعوبات واجهت الدراسة:

من لا يدرس النظريات الإعلامية بتفاصيلها من مصادرها الغربية، ويمارس الإعلام عمليا، ويطلع على آخر ما توصل إليه العلم من تقنيات الإتصال من جهة، ومن لا يدرس الشريعة الإسلامية واللغة العربية من جهة ثانية، فليس من السهل أن يكتب في تفاصيل إعلام إسلامي، يواكب وينافس العصر.⁽¹⁾

وجد الباحث كتبا في الإعلام الإسلامي، ذكرت المرسل بأفكار متناثرة هنا وهناك، وبشكل يصعب الوصول إليها، رغم أن موضوعاتها ليست عن المرسل.

أما عن المرسل في التلفاز فكان الجهد الأكبر، لندرة المراجع العربية، مما اضطر الباحث إلى محاولة الإستنتاج من بعض الأبحاث، والتي لا تتحدث عن التلفاز أصلا.

⁽¹⁾ ويعزز ما ذكره الباحث، النتائج التي ذكرها صيني، بعد عينة الدراسة، التي أجريت على بعض كتب الإعلام الإسلامي " متوسط المصادر غير الإعلامية في عينة الدراسة هو سبعون، وكان متوسط المصادر الإعلامية هو عشرون فقط." وتتفق هذه الدراسة مع ما ذهب إليه صيني: "من يريد الكتابة في الإعلام الإسلامي، بصفته ميدانا جديدا، قد يحتاج إلى الاطلاع على أكبر كمية من المواد العلمية، في مجال الدراسات الإعلامية والإسلامية انظر: صيني، الدكتور سعيد اسماعيل، الاعلام الاسلامي النظري في الميزان. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 1417هـ- 1997م، ص 265.

ومن الصعوبات التي واجهت الدراسة ندرة الآراء الفقهية والبحثية الإسلامية التي توصل للمرسل الإعلامي من وجهة نظر إسلامية.

الدراسات السابقة:

إكتفى بعض الباحثين في التأريخ للإعلام الإسلامي كأثور الجندي⁽¹⁾، واكتفى آخرون بالحديث عن بعض عناصر الإعلام ودراستها بشكل عملي، كعبد اللطيف حمزة⁽²⁾، وأضاف حمزة في كتابه الإعلام في صدر الإسلام بعض الضوابط، التي وضعها الإسلام لكل عنصر من عناصر الإعلام⁽³⁾، وكتب حمزة في المذاهب الإعلامية، والتي يطلق عليها الإعلاميون النظريات الإعلامية⁽⁴⁾، كما بحث عبد العزيز شرف

(¹) حدد الباحث دراسته بالقرن الرابع عشر الهجري، ودرس مجلة المنار (رشيد رضا)، مجلة الفتح (محب الدين الخطيب)، صحف الاخوان (حسن البنا)، مجلة الازهر، الصحف الاسلامية بعد الحرب الثانية الى نهاية القرن الرابع عشر. ناقش مواضيع هذه الصحف، وعلاقتها بحركة الاصلاح السياسي والديني، التي واكبت كثير من الحركات المعاصرة، وخلال فترات نهاية الدولة العثمانية وبداية الاستعمار الغربي، وفترات الحرب العالمية، وعلاقة هذه الصحف بحركات التحرر. (انظر: الجندي، انور. تاريخ الصحافة الاسلامية. دار الانصار، مكتبة الثقافة الدينية، د.ت).

(²) تناول الباحث عناصر عدة في فن التحرير الصحفي استهله بالرأي العام، وقسم البحث إلى عناوين سماها كتب عنونها بالتالي: فن الخبر، فن المقال، فن التقرير.

قسم الكتاب إلى فصول عدة وشرح التعريفات والأساليب، وأسهب في كل فصل من خلال الأمثلة التي استشهد بها في منشورات الصحف المصرية، حتى قارب الكتاب 600 صفحة، وتعتبر كتابات عبد اللطيف حمزة مرجعا غنيا للمحرر والمرسل الصحفي، خاصة الصحافة المكتوبة. (انظر: حمزة، عبد اللطيف، المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م).

(³) تحدث الكاتب عن وسائل الاعلام عند الانبياء والرسل، ثم عن وسائل الاعلام الاولى، والتي تبدأ بالشعر والخطابة قبل نزول القران، الذي اصبح اهم وسيلة اعلامية، واعتبر الاذان والغزوات من وسائل الاعلام في العصور الاولى، وتطرق الباحث الى الدعايات التي كانت سائدة لنصرة فكره او جماعة، وكيف عالج القران الشائعة، وتحت عن الاعلام بالقدوة واثره، كما فرق الكاتب بين معنى الدعوة والدعاية والاعلام. (انظر: حمزة، عبد اللطيف، الاعلام في صدر الاسلام. القاهرة: دار الفكر العربي، 1970م).

(⁴) ناقش الباحث النظريات الإعلامية المعروفة في كتب الإعلام وهي: نظرية السلطة، ونظرية الحرية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، والنظرية السوفيتية، وقارن بين هذه النظريات، وارتباطها بالأنظمة، وأسباب تطوراتها، وأين تفترق وأين تلتقي، وما واكبها من قوانين وضوابط في التشريعات الوضعية لكل بلد. (انظر: حمزة، عبد اللطيف، الاعلام له تاريخه ومذاهبه. القاهرة: دار الفكر العربي، 1965م).

وأمانة الصاوي في النظريات الإعلامية⁽¹⁾، ودرس بعض الباحثين الفلسفات الإعلامية،
وقارنها بفلسفة الإسلام الإعلامية⁽²⁾.

إستدرك بعض الباحثين المسلمين الدراسات الإعلامية من وجهة نظر الفكر
الإسلامي، ويرى عمارة نجيب أن لا سبق للغرب على الإسلام في الإعلام⁽³⁾، وهناك
من بحث عن الأهداف التي ينشدها الإعلام الإسلامي، كما فعل سمير راضي⁽⁴⁾، وهناك
من بحث عن الإعلام في ثنايا لقرآن الكريم والسنة المطهرة، كما فعل محمد عبد القادر
حاتم⁽⁵⁾، وكتب رسالة ماجستير في جامعة القدس الطالب محمد شنتوي تحت نفس
العنوان⁽⁶⁾، ويرى الباحث أن عنوان (الإعلام في القرآن والسنة) يتسع لعشرات الرسائل،

(¹) قسم الكتاب إلى فصول عشرة منها: أ- مدخل الإعلام ب- الإعلام في المجتمعات القديمة ج- القرآن الكريم
ونظرية الإعلام الإسلامي د- محمد عليه السلام الداعية الأمثل هـ- الأسس الإعلامية للدعوة الإسلامية. (انظر: الصاوي،
أمانة، شريف، عبد العزيز. نظرية الإعلام في الدعوة الإسلامية، مكتبة مصر).

(²) تناول الباحث الفلسفات الإعلامية التي تعتمد على المنطلقات العلمانية والتي تغاير التصور الكوني الإسلامي، وناقش
الباحث ما تقدمه وسائل الإعلام في البلدان الإسلامية والتي تدور في فلك الأطروحات العلمانية، ويهدف الباحث إلى محاولة
الإسهام في علاج الخلل من خلال وضع كل الأطروحات تحت مجهر النقد العلمي المستند على المبادئ الإسلامية في الدعوة. (انظر:
السماسيري، م.، فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي (رسالة دكتوراة). المعهد العالمي للفكر
الاسلامي، 1401هـ- 1981م).

(³) درس الباحث نتائج غياب الاسلام عن ابحاث الاعلام، كما حدد موقف الاسلام من الدراسات والبحوث في هذا الميدان،
وناقش الباحث بشكل جيد اسلوب تقديم المضمون الإسلامي، ويخلص الباحث إلى بطلان الظن بان الاوروبيين وحدهم هم
اصحاب السبق الى وضع ما يسمى بعلم الاتصال، وان أرقى وسائل اتصال والاعلام هي التي جاء بها الاسلام. (انظر: نجيب،
عمارة، المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي. القاهرة: الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، 1983م).

(⁴) اعتبر الباحث استخدام البث المباشر في الدعوة إلى الله، والدفاع عن المسلمين وشرح قضاياهم فرض كفاية، وركز
الباحث على أسس الإعلام الإسلامي وأدابه، كما ناقش العوامل المؤثرة في الإعلام الإسلامي، وفي ختام البحث فرق الباحث
بين الإعلام الإسلامي وبين إعلام فيه فقرات إسلامية، حيث يختلط الإعلام المنضبط بالإسلام وغير المنضبط. (انظر: راضي،
سمير جميل، الاعلام الاسلامي رسالة وهدف. رابطة العالم الاسلامي، عدد 172، 1417 هـ، ص 26).

(⁵) ناقش الباحث طرائق القرآن الكريم في الإبلاغ والإعلام بدعوة الإسلام، فالقرآن الكريم يخاطب الناس كل بما يناسبه،
فالمؤمنون لهم خطاب وأسلوب، وكذلك الكافرون، ثم المنافقون، فكل له خطاب وموضوع وأسلوب، كما حدد الباحث
مهمة الداعي في آيات القرآن الكريم، وناقش الكاتب بعض عناصر الاعلام القرآني: أ: القرآن الكريم، ب: مبلغ الرسالة، ج:
الوسائل الإعلامية، د: أساليب الدعوة، وهذه العناصر ضمن ما جاء به القرآن الكريم. وقد قسم الباحث الرأي العام عند
ظهور الاسلام الى ثلاثة: أ- الأغنياء وأصحاب النفوذ ب - بقية طوائف الشعب الفقراء ج- طوائف الرقيق. وفي الجزء
الثاني من الكتاب ناقش الباحث نظرية الاعلام وثورة الاتصال بالجمهور، ويربط الكاتب بين السلسلة الاعلامية وهي: أ-
شخصية رجل الاعلام ب- نوعية الفكرة ج- شروط يجب توفرها في الفكرة الاعلامية د- المرسل اليه هـ- التأثير
والاستجابة و- السلوك ورد الفعل. ومن الواضح أن الكاتب ناقش معظم عناصر الاعلام باشارات سريعة وجيدة. (انظر:
حاتم، محمدعبد القادر، الاعلام في القرآن الكريم. بيروت: دار قتيبة، 1405هـ- 1985م).

(⁶) تركزت الدراسة على اسس الاعلام الاسلامي في الكتاب والسنة، وناقش الباحث أساليب الفنون الإعلامية في القرآن،
والوسائل والأساليب الإعلامية في السيرة، وناقش السلوكية والحدود الشرعية في العمل الاسلامي، وختتم البحث بمسيرة العمل

الرسائل، وليس رسالة واحدة، فالرسالة حملت عنواناً يشمل عناصر متعددة للإعلام، فأبي إعلام يقصد؟ هل المكتوب أم المسموع أم المرئي؟ وماذا يبحث تحت هذا العنوان؟ هل المرسل أم الرسالة أم الجمهور أم الوسيلة؟... الخ، فما زال الكثير من التفاصيل تندرج تحت هذا العنوان.

إجتهد بعض الباحثين في تأصيل الإعلام الإسلامي، وحاول تطبيقه على الواقع، كما فعل محمد محجوب⁽¹⁾، وعبد العزيز شرف⁽²⁾، وهناك من حاول البحث عن الدراسات الإعلامية في الجامعات الإسلامية كنغيمش⁽³⁾، وقام آخرون بالبحث عن إعلام إسلامي للدولة الإسلامية المرجوة⁽⁴⁾، ويرى الباحث أن كثيراً من الفئات الفضائية الإسلامية، تمارس ما اقترحه الحموري، وبما انه حدد رسالته في الدولة والإعلام، مع العلم أن الإعلام عنوان كبير ويحتاج إلى مجلدات، وهذا ما دعا الباحث إلى التركيز في البحث على عنصر واحد كالمرسل.

الإعلامي في ضوء الكتاب والسنة. (انظر: شتيوي، محمد، الإعلام الإسلامي في ضوء الكتاب والسنة (رسالة ماجستير). القدس: جامعة القدس، 1427هـ - 2006م).

(¹) ناقش الباحث القضايا التي يجب أن يعالجها الإعلام الإسلامي، من خلال التركيز على نظرية إعلامية ونظام إعلامي، يتوافق ومستجدات العولمة للقرن الحادي والعشرين. ومن الملاحظ ان عنوان الكتاب يحمل في طياته تحديد معالم الطريق، وتأصيل للإعلام الإسلامي، وفق الكتاب والسنة، مستعينا بأراء العلماء والمختصين، وذلك لحث القائمين على الإعلام في تبيي الإعلام الإسلامي كأسلوب عمل ونظام، من اجل التمايز للمجتمعات الإسلامية. (انظر: محجوب، محمد، الإعلام الإسلامي المبدئي والنظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م).

(²) ناقش الباحث التكنولوجيا الحديثة وطرق استخدامها في وسائل الإعلام، وما تأثيرها، ومدى أهمية استخدام الإعلام الإسلامي ومواكبة التطورات، وختم بملاحق من دراسات اليونسكو حول تكنولوجيا الاتصال الإعلامي. (انظر: شرف، عبد العزيز، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال. القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998م، ص 117).

(³) قدم الباحث دراسة نظرية تهدف إلى إنشاء المراكز الإعلامية النظرية والمنهجية والتطبيقية في الجامعات الإسلامية، وتوصل الباحث إلى ضرورة تدريس الإعلام الإسلامي وفق ضوابط الشريعة الإسلامية، حتى لا تترك الساحة الإعلامية الإسلامية تعاني فراغا ملحوظا في مجال الدعوة الإسلامية والإعلام الإسلامي الهادف، وطالب الباحث علماء الشريعة الإسلامية، أن يضعوا في حساباتهم، أن الدعوة الإسلامية هي عملية اتصالية، لذلك يتطلب الأمر تدريس الدعاة نظريات الاتصال، وتدريبهم على وسائل الاتصال الحديثة واستخدامها في الدعوة الإسلامية. (انظر: نغيمش، هاشم احمد، الإعلام في الجامعات الإسلامية. عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد: مركز البصيرة للبحوث والتطوير الاعلامي، 1427هـ - 2007م).

(⁴) الدراسة تتحدث عن الإعلام بشكل عام، وتركز على التخطيط لسياسات الإعلام في دولة الإسلام، وأجاب الباحث عن تساؤلات: ما مستند السياسات الإعلامية في الدولة الإسلامية؟ ما خصائص السياسات الإعلامية في الدولة الإسلامية؟ ما أهداف السياسات الإعلامية في الدولة الإسلامية؟. وقارن الباحث الإعلام الإسلامي في عهد الرسول صلى الله عليه وسلم، وما يجب أن يكون عليه الإعلام في الدولة الإسلامية، وبين ما هو قائم في العالم الإسلامي اليوم، وتقدم الباحث بنموذج مقترح لقناة تلفزيونية إسلامية. (انظر: الحموري، عصمت، سياسة الاعلام في الدولة الإسلامية (رسالة ماجستير). القدس: جامعة القدس، 1430هـ - 2009م).

كما قامت محاولات عدة لدراسة الإعلام الإسلامي، حسب فهم الباحثين لواقعه في مجتمعاتهم، كما فعل إدوارد سعيد⁽¹⁾، والوشلي⁽²⁾، وهناك كتابات عمدت إلى محاولة نقدية لبعض كتب الإعلام الإسلامي، كما فعل صيني⁽³⁾.

وقد تعددت الدراسات الإعلامية حسب المواضيع والعناوين المتعلقة بالعمل الصحفي، ولعل أخلاقيات العمل الإعلامي وحرية الرأي والتعبير، وخطر البث الوافد على الأمة العربية والإسلامية، وغيرها من العناوين، بحث فيها دارسوا الإعلام الإسلامي، وكتب في الحرية الإعلامية على سبيل المثال، سعيد بن ثابت⁽⁴⁾، وناقش الخطر القادم من الإعلام الوافد أنور الجندي⁽⁵⁾، ومروان كجك⁽⁶⁾، وكتب في الرأي العام العام في الإسلام على سبيل المثال زهير الاعرجي⁽⁷⁾، وكتب عن رجل الإعلام تيسير

⁽¹⁾ يناقش إدوارد سعيد العوامل التي أدت إلى نشأة صورة الإسلام والمسلمين في الغرب وخصوصاً في أمريكا، ومعظمها عوامل راسخة ترجع إلى العهود الاستعمارية، وكتابات المستشرقين، وبعض أجهزة الإعلام الجبارة في أمريكا، ويصف إدوارد سعيد الدواء، وما ينبغي للمسلمين أن يفعلوه حتى يصححوا هذه الصورة المغلوطة. (انظر: سعيد، أدورد، **تغطية الإسلام**. ترجمة: العناني، محمد. القاهرة: رؤية للنشر والتوزيع، 2006م، ص 28).

⁽²⁾ يشير الباحث إلى السبق التكنولوجي في وسائل الإعلام الحديثة عند أعداء الإسلام، مما أدى إلى نتائج خطيرة وآثار سيئة حناها المسلمون جراء تقصيرهم بهذه الوسائل الحديثة، فاستمر التضييل وانتشرت الإباحية، وطالب الباحث المسلمون بالتفكير ملياً من أجل المواجهة، من خلال الوسائل والأساليب الحديثة المشروعة. (انظر: الوشلي، عبد الله قاسم، **الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر**. اليمن، صنعاء: دار عمار للنشر والتوزيع، 1414هـ-1994م).

⁽³⁾ استعرض الباحث (130) كتاباً ما بين رسائل علمية وغير علمية، وتم مناقشتها ضمن فرضيات مقترحة في ميزانه، وإخرج البحوث معظم الكتب من دائرة الكتابة العلمية المرجوة في الإعلام الإسلامي. (انظر: **الإعلام الإسلامي النظري في الميزان**. مرجع سابق، ص ص 403-577).

⁽⁴⁾ فرق الباحث بين مفهوم الحرية وضوابطها في الإسلام، والحرية ضمن المذاهب والمدارس الإعلامية الوضعية، وربط الباحث الحرية بالأهداف التي جاء بها الإسلام، وقيد الحرية بما قيدته الشريعة الإسلامية. (انظر: ثابت، سعيد، **الحرية الإعلامية في ضوء الإسلام**. الرياض: دار عالم الكتب، 1412هـ-1991م).

⁽⁵⁾ استعرض الكاتب فيه الصحافة العربية في مرحلة النكبة والنكسة، وهاجم مجموعة من كتاب الإعلام المعاصرين، كيوסף السباعي ومصطفى أمين واحسان عبد القدوس ومحمد حسنين هيكمل وطه حسين وغيرهم، حيث يرى ان الصحافة العربية على وجه العموم، والمصرية بشكل خاص، مدانة، ويحملها مسؤولية تدهور كل الاوضاع السياسية والاخلاقية في البلاد. (انظر: الجندي، أنور، **الصحافة والأقلام المسمومة**، ط 1: دار الاعتصام، 1980م).

⁽⁶⁾ يتحدث الباحث عن آثار التلفزيون والفيديو السلبية على الأسرة، وخاصة فتي الاطفال والشباب، وبدأ الباحث بتعريف الإعلام بشقيه الإيجابي والمُنحرف، ثم رجل الإعلام الإسلامي، وانتقل الى تاريخ الصحافة قبل الإسلام وفي صدر الإسلام حتى وقتنا المعاصر، وركز بحثه على الإعلام التلفزيوني، في اشاعته، والكذب على الاحياء، والدعاية، وشد انتباه النساء والاطفال، وانتهى بفتاوى تحرم او تجيز التلفاز. (انظر: كجك، مروان، **الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون**، الرياض، دار طيبة للنشر، 1408 هـ-1988م).

⁽⁷⁾ عرف الكاتب الرأي العام، وحذر من خطورة الإعلام على انصاف المثقفين حسب تعبيره، وقسم الكاتب مصادر تكوين تكوين الرأي العام إلى: أ- الدين ب- الواقع ج- قضايا تمثل اجماع الناس. وحدد الكاتب عوامل الراي العام الإسلامي: أ- الحضارة ب- القيادة ج- الحدث د- الاشاعة والاشاعة المضادة. قسم الكاتب اساليب الرأي

أفتيانى⁽¹⁾، وورد الحديث عن الإعلام الديني للباحث عبد الله شحاتة⁽²⁾، والذي استطرد في شرح المواضيع التي بثها ونشرها عبر وسائل الإعلام، ويشير بإسهاب مطول إلى العناوين التي قدمها في وسائل الإعلام، كالعبادات والمعاملات وغيرها من الدراسات الفقهية.

أما أخلاقيات العمل الإعلامي، فالدين الإسلامي كله مبني على الأخلاق، وكل ما كتب عن الأخلاق في المدارس الغربية، هو من القيم المشتركة، ولكن ضوابط تطبيقها تختلف حسب الالتزام بتعاليم الدين، أو بتعاليم القوانين الوضعية التي جاء بها كتاب الغرب كالباحث (جون ل هاتلونج)⁽³⁾.

ملاحظات:

1- ركزت الدراسات السابقة على الإعلام في القرآن والسنة، والرأي العام، والأقلام المشبوهة، والإعلام في صدر الإسلام، بشكل أكاديمي، وهناك دراسات تاريخية.

لم يعثر الباحث حتى كتابة خطته على دراسة تفصيلية مستقلة عن مرسل التفاز، ومحاولة التاصيل الشرعي له ببحث مستقل، وإن كانت هناك محاولة جيدة للحديث عن الضوابط والاحكام الشرعية للإعلام في رسالة ماجستير في الفقه المقارن⁽⁴⁾، وكل ما عثر عليه تناول الإعلام الإسلامي بشكل واسع، ومَرَّ على موضوع

العام: أ- أسلوب التكرار ب- أسلوب الاثارة العاطفية ج- أسلوب عرض الحقائق د- أسلوب تحويل انتباه الامة هـ - أسلوب البرامج الايجابية المحددة. (انظر: الاعرجي، زهير، دراسات في الاعلام- الرأي العام الاسلامي وقوى التحريك. بيروت، دار التعارف للمطبوعات، 1977م).

(¹) الكتاب اقرب الى كتب السيرة وكتب التاريخ منه الى الاعلام، يبدأ الباحث بتاريخ الجاهلية ثم صدر الاسلام فالعصر الاموي والعباسي والفاطمي، ويواصل مباحثه بسرد ديني عن الدعوة الاسلامية، دون محاولة منه الى ربطها بالاعلام الذي هو سمة العصر الحديث. (انظر: الفتياي، تيسير محمود، مقومات رجل الاعلام الاسلامي. عمان: دار عمار للنشر والتوزيع، 1408هـ- 1987م).

(²) شحاتة، عبد الله، الدعوة الإسلامية والإعلام الديني، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1978م.

(³) يشير الباحث إلى أخلاقيات الصحافة من وجهة نظر أمريكية، ويناقش المسؤوليات أمام الأحداث الجسم، والوسائل السليمة للحصول على الأخبار. قسم البحث إلى: أ- حرية الصحافة، واعتبر الحرية من اجل الجماهير، ب- استغلال الصحفي ج- الصدق والدقة د- عدم الانحياز الصحفي هـ- كتابة القصة الصحفية بإنصاف، وهذا ما يقود في هذه الدراسة إلى المقارنة بين من ينضبط بمنهج الإسلام، وبين من يلتزم بالقوانين الوضعية. (انظر: هاتلونج، جون.ل، اخلاقيات الصحافة. ترجمة: عبد الرؤوف، كمال. الدار العربية للنشر والتوزيع، 1981م).

(⁴) عايش، حسام خليل، رسالة ماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الاسلامية: غزة، فلسطين، 1428 هـ - 2007م.

المُرسل بعبارة، وهي الزاوية التي عزم الباحث التطرق إليها، وبما أن المرسل يشكل مجالاً خصبا للدراسة والتركيز، فقد تم إختياره، ليكون عنوان الدراسة التي سيبحث فيها، وحتى نتجنب التكرار، تحاول هذه الدراسة الإضاءة على جانب من زوايا الإعلام الإسلامي، وما نحسبه ليس إبداعا ولا زعما باكتشاف، ولكن محاولة للإضافة، ونحسب الأجر والتوفيق من الله.

2- معظم الكتابات في الإعلام الإسلامي مقتبسة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة، وتتفق هذه الدراسة مع ما ذكره صيني بأن: " بعض الكتابات وموضوعاتها لا تخدم الإعلام أو الاتصال عموما، فهي إما تخدم موضوعات في التفسير، أو السيرة، أو الفقه، أو التاريخ"⁽¹⁾، وإذا كان القرآن الكريم ليس كتاب كيمياء أو فيزياء أو فلك، رغم الإشارات الواضحة، " لكن الثابت أن القرآن الكريم هو رسالة إعلامية، نزل بالحق لتحقيق غرض معين هو الدعوة، ووضع التشريعات التي تنتظم بها شؤون الدنيا والآخرة، سالكا جملة من الوسائل، منها الحوار المنطقي والقصة والموعظة الحسنة، ومناقشة المواقف والقضايا التي تعرض للناس"⁽²⁾، وكان من الأجر مناقشة عنصر واحد أو أسلوب واحد، وهذا ما تم تناوله في هذه الدراسة.

3- المحاولات المتعددة لإثبات أن الإعلام موجود منذ فجر الإسلام، بل ذهب البعض إلى عهد آدم وقضية إنباء الملائكة، فليس هذا المطلب المعاصر للإعلاميين أمام ضخامة التكنولوجيا الإعلامية، فلا بد من مواكبة العصر، والنهوض بكل عنصر من عناصر الإعلام، ليواكب وينافس الإعلام بكل تطوراته، ضمن الضوابط والمبادئ التي جاء بها الإسلام، " فمجرد الإشارة بأمجاد الماضي، لا يحل مشكلات المستقبل، ومجرد مهاجمة ما نعتقد أنه غير إسلامي، لا يغير من الوضع الراهن شيئا"⁽³⁾، والواقع يتطلب الدراسة المتخصصة والمتعمقة بكل عنصر من عناصر الإعلام، خاصة وان " التكنيك الحديث في الإعلام، قد بلغ غايات بعيدة جدا في سعة الأفق وعمق الأثر وقوة التوجه"⁽⁴⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 396.

⁽²⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، اجات ووقائع اللقاء الثالث للندوة العالمية للشباب الاسلامي المنعقد في الرياض 23 شوال 1396 هـ - 16/10/1976م، بعنوان : السياسة الاعلامية في القران بين التاريخ والمعاصرة ط 3، ص 171.

⁽³⁾ الإعلام الاسلامي النظري في الميزان ، مرجع سابق، ص 397.

⁽⁴⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 50.

الفصل الاول

تمهيد

وفيه ثلاثة مباحث:

المبحث الأول : تعريف عناصر العنوان

المبحث الثاني : كلمات بمعنى المرسل

المبحث الثالث : نبذة تاريخية.

المبحث الأول : تعريف عناصر العنوان:

من المناسب قبل الشروع في البحث ألتعريف بالعناصر التي تضمنها العنوان، وهي: المرسل، البرامج، التلفاز، الإعلام المعاصر، الإسلام.

المرسل :

ورد للمرسل معان عدة في معاجم اللغة العربية وفي القرآن الكريم، وكان المعنى الأشهر أن الله عز وجل هو المرسل وباقي الخلق هم مستقبلين ومن ثم يصبحون مرسلين⁽¹⁾.

المرسل لغة:

أرسلت رسولا، بعثته برسالة يؤديها، ويجوز إستعماله بلفظ واحد للمذكر والمؤنث والمثنى والمجموع، ويجوز التثنية والجمع، فيجمع على رُسُل بضمثين وإسكان السين لغة، وأرسلت الطائر من يدي إذا أطلقته، وحديث مُرسل لم يتصل إسناده بصاحبه، وأرسلت الكلام إرسالاً أطلقته من غير تقييد، وترسل في قراءته بمعنى تمهل فيها بلا عجلة، وتراسل القوم أرسل بعضهم إلى بعض رسولا أو رسالة، وجمعها رسائل⁽²⁾.

أما في القرآن الكريم، فجاءت كلمة مُرسل ومُرسلين، للملائكة والأنبياء والمخلوقات الطبيعية، والمرسل " هو الله عز وجل في شخص الرسول الذي يبعثه إلى قومه"⁽³⁾.

فالمرسل هم الأنبياء، الذين هم مُرسلين أيضا: "وقد يكون المرسل هو المرسل إليه"⁽⁴⁾، "يكون المُخاطبُ مرسلًا والمتكلمُ مرسلًا وهو في المعنى بعكس ذلك، وهو أن المُخاطبَ مُرسل والمتكلمُ مُرسل"⁽⁵⁾، "ويكون الفرد مرسلًا ومستقبلا في آن واحد، علما أن الازدواجية في الإنسان تجعل منه قائما بالاتصال ومثليا له في آن واحد، والشواهد

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 172.

⁽²⁾ المقرئ، احمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، ج1/ص226. المكتبة العلمية بيروت.

⁽³⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 172.

⁽⁴⁾ لسان العرب ج10/، مرجع سابق، ص.393

⁽⁵⁾ الزبيدي، محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق مجموعة من المحققين، ج27/ص52. دار الهداية.

في القرآن الكريم (وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ)⁽¹⁾، (كَانُوا لَا يَتَنَاهَوْنَ عَنْ مُنْكَرٍ فَعَلُوهُ)⁽²⁾». (3).

وجاءت كلمة المرسل في القرآن الكريم لمعان عدة، فالمرسل والمرسل هم الملائكة: (فَأَرْسَلْنَا إِلَيْهَا رُوحَنَا فَتَمَثَّلَ لَهَا بَشَرًا سَوِيًّا)⁽⁴⁾، (وَأَلْمُرْسَلَاتِ عُرْفًا)⁽⁵⁾ قال بعض المفسرين: يعني الملائكة أرسلوا للمعروف والإحسان وقيل المرسلات هي الرسل⁽⁶⁾، والمرسل هم الأنبياء: (ثُمَّ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا تَتْرًا كُلًّا مَا جَاءَ أُمَّةً رُسُوهَا كَذَّبُوهُ)⁽⁷⁾، قال الزمخشري في الكشاف: "الرَسُولُ يَكُونُ بِمَعْنَى الْمُرْسَلِ وَالرَّسَالَةَ"⁽⁸⁾، والمرسل رجل صالح: (وَجَاءَ مِنْ أَقْصَا الْمَدِينَةِ رَجُلٌ يَسْعَى قَالَ يَا قَوْمِ اتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ)⁽⁹⁾، (قَالَ فَمَا خَطْبِكُمْ أَيُّهَا الْمُرْسَلُونَ)⁽¹⁰⁾، "والأمر الشديد يكثر فيه التخاطب"⁽¹¹⁾، والمرسل شياطين: (أَلَمْ تَرَ أَنَّا أَرْسَلْنَا الشَّيَاطِينَ عَلَى الْكَافِرِينَ تَؤُذُهُمْ أُنْثَاءَ)، "ومعنى الإرسال هنا التسليط"⁽¹³⁾، المرسل رياح: (فِيُرْسِلَ عَلَيْكُمْ قَاصِفًا مِنَ الرِّيحِ)⁽¹⁴⁾ "أي رياح تقصف الأشياء تكسرها كما تقصف العيدان وغيرها"⁽¹⁵⁾، المرسل السماء: (يُرْسِلِ السَّمَاءَ)⁽¹⁶⁾،

⁽¹⁾ سورة العصر، الآية 3.

⁽²⁾ سورة المائدة، الآية 79.

⁽³⁾ الشال، إنشراح، بث وافد على شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، 1994م، ص 166، أشار إليها في

الثمانينات باحث كندي (Jean Cloutier)،

⁽⁴⁾ سورة مريم، الآية 17.

⁽⁵⁾ سورة المرسلات، الآية 1.

⁽⁶⁾ لسان العرب ج9، المرجع السابق، ص 240.

⁽⁷⁾ سورة المؤمنون، الآية 44.

⁽⁸⁾ الزمخشري، أبو القاسم محمود بن عمر الزمخشري الخوارزمي: الكشاف عن حقائق التنزيل وعيون الأقاويل في وجوه

التأويل تحقيق: عبد الرزاق المهدي. ج3/ ص 190. دار إحياء التراث العربي - بيروت.

⁽⁹⁾ سورة يس، الآية 20.

⁽¹⁰⁾ سورة الحجر، الآية 57.

⁽¹¹⁾ المعجم الوسيط ج1، مرجع سابق، ص 243.

⁽¹²⁾ سورة مريم، الآية 83.

⁽¹³⁾ لسان العرب، ج11، مرجع سابق، ص 285.

⁽¹⁴⁾ سورة الاسراء، الآية 69.

⁽¹⁵⁾ لسان العرب ج9، المرجع السابق، ص 283.

⁽¹⁶⁾ سورة نوح، الآية 11.

المرسل رحمة: (مَا يَفْتَحِ اللَّهُ لِلنَّاسِ مِنْ رَحْمَةٍ فَلَا مُمْسِكَ لَهَا وَمَا يُمْسِكْ فَلَا مُرْسِلَ لَهُ مِنْ بَعْدِهِ ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ)⁽¹⁾، وقد يرسل الإنسان الشيء الملموس، (وَإِنِّي مُرْسِلَةٌ إِلَيْهِمْ بِهَدِيَّةٍ)⁽²⁾.

معنى المرسل الإصطلاحي :

يُعد كل من يبعث معلومات عبر وسيلة من وسائل الإتصال مرسلًا، وقد يكون المرسل "مصادر بشرية مثل المراسل، أو الشخصيات الاعتبارية، أو المؤسسات الصحفية والإذاعية والتلفزيونية"⁽³⁾.

فالمرسل : "هو الشخص الذي يحمل معلومات أو رسالة معينة، يريد أن يوصلها إلى الآخرين، ويختار أفضل السبل، لنقل هذه الرسالة، حتى تكون مؤثرة أكثر"⁽⁴⁾.

البرنامج:

حسب معاجم اللغة، البرنامج: "الورقة الجامعة للحساب"⁽⁵⁾، أو التي يرسم فيها ما ما يحمل من بلد إلى بلد، من أمتعة التجار وسلعهم، والنسخة التي يكتب فيها المحدث أسماء رواته وأسانيد كتبه، والخطة المرسومة لعمل ما كبرامج الدرس والإذاعة⁽⁶⁾، و"البرنامج بفتح الموحدة والميم صرح به عياض في المشارق، وقيل بكسر الميم وقيل بكسرها كما في بعض شروح الموطأ، الورقة الجامعة للحساب"⁽⁷⁾.

ويطلق البرامج أو البرنامج على معانٍ معاصرة: كبرمجة الكمبيوتر، وبرمجة مستقبل الأقمار الصناعية (الريسيفر)، بمعنى إعادة ترتيب محتوياته ومكانها الصحيح، وتستخدم كلمة برنامج في سلك التعليم، وتأتي بمعنى مواعيد الدروس والمحاضرات .

(1) سورة فاطر، الآية 2 .

(2) سورة النمل، الآية 35.

(3) الاعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 118.

(4) محمد هشام أبو القمبز

<http://www.saaaid.net/book/8/1575.doc>

(5) الفيروزاباداي، الامام مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزاباداي: القاموس الخيوط. ج1/ص231/ مؤسسة

الرسالة، بيروت.

(6) المعجم الوسيط ج1، مرجع سابق، ص52.

(7) تاج العروس ج5، مرجع سابق، ص420

ومعنى البرنامج في هذه الدراسة هو الموضوع المُرسَل، على وسيلة من وسائل الإعلام، ويكون مبرمجا في وقته وعنوانه وضيوفه ووقت إرساله (بثه ونشره)، وعلى ذلك يكون معنى البرنامج في الإعلام اقرب إلى عنصر الرسالة ومضمونها، فهناك البرامج السياسية، والبرامج الإقتصادية، والبرامج الترفيهية، والبرامج الرياضية، والبرامج الدينية، والبرامج الموجهة... وهكذا.

التلفاز:

" كلمة التلفزيون ليست عربية بل أعجمية، دخلت العربية من اللغتين الإنجليزية والفرنسية، وقد أقرها مجمع اللغة العربية بالقاهرة، واستعملت بلفظ تلفزيون في المعجم الوسيط، الذي أصدره هذا المجمع في مجلدين، وعرف هذا الجهاز بأنه جهاز نقل الصورة والأصوات بواسطة الأمواج الكهربائية، أما كلمة الرائي، فقد رجحها بعض العلماء المعاصرين كالشيخ علي الطنطاوي (1).

الإعلام:

مادة الإعلام اللغوية (عِلْم)، وعلم الرجل: حصلت له حقيقة العلم (2)، "وعلم الشيء عرفه وتيقنه، وأعلمه الأمر أطلعه عليه (3)، " والإعلام من مادة علم، والعلم نقيض الجهل (4).

" فأعلم وأبلغ وأوصل تعني إشاعة المعلومات وبنها وتعميمها ونشرها وإذاعتها على الناس (5)، " والإعلام غير التعليم، لان الإعلام اختص بما كان من أخبار سريعة (6)، سريعة (6)، " أما التعليم فينطوي على التكرار والتكثير (7) " فلا بد أن نفرق بين الإعلام والتعليم، لان الإعلام مجرد خبر ينشر على الناس ليعلموا به، أما التعليم، إخبار بعلم

(1) إبلاغ، عناية الله، الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، 1999-2000م، عالم الفكر، ص 142. (انظر مادة تلفزيون في الصحاح في اللغة والعلوم للجوهري بترتيب حديث ومصطلحات عصرية - ترتيب نديم مرعشلي واسامة مرعشلي، المجلد الاول ص 144).

(2) تاج العروس، ج 8، مرجع سابق، ص 105.

(3) ابن منظور، مرجع سابق، مادة علم، ج 24.

(4) مقومات رجل الاعلام الاسلامي. مرجع سابق، ص 21.

(5) امام، إبراهيم، اصول الاعلام الاسلامي، دار الفكر العربي، 1405هـ - 1985م، ص 13.

(6) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 26.

(7) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 13.

ليتعلموه، وقد يتضمن الإعلام تعليماً، ولكنه يلقي على سبيل الإخبار⁽¹⁾، وجاءت كلمة أذان بمعنى إعلام (وَأَذِّنْ مِنْ رَبِّكَ وَأَنَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ إِلَى النَّاسِ يَوْمَ الْحَجِّ الْأَكْبَرِ)⁽²⁾ أي إعلام.

الإعلام في الإصطلاح:

تعددت التعريفات المتعلقة بالإعلام⁽³⁾، ومن ذلك⁽⁴⁾:

أ- تعريف أتوجروت للإعلام⁽⁵⁾: "انه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"⁽⁶⁾. "فالإعلام تعبير موضوعي وليس ذاتياً من جانب الإعلامي، سواء كان صحفياً أو مديعاً، أو مشتغلاً بالسينما أو التلفزيون ... فالإعلام يقدم حقائق مجردة بعضها سار وبعضها غير سار، فالإعلامي ليس له غرض معين فيما ينشره على الناس، اللهم إلا الإعلام في ذاته"⁽⁷⁾.

ب- "النقل الحر والموضوعي للأخبار والمعلومات، بإحدى وسائل الإعلام، أو أنه نقل الأخبار، والوقائع بصورة صحيحة، وأنه يستهدف العقل ولا يهدف إلى أي غرض سوى الإعلام ذاته، لغرض التمييز بينه وبين الدعاية"⁽⁸⁾.

ج- عرفه إبراهيم إمام "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب، في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم"⁽⁹⁾.

د- عرفه الشنقيطي "الإعلام هو كل قول أو فعل، قصد به حمل حقائق، أو مشاعر، أو عواطف، أو أفكار، أو تجارب قوليه، أو سلوكية شخصية أو جماعية أو

(1) الإعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 26.

(2) سورة التوبة، الآية 3.

(3) عبد الباقي، زيدان، علم النفس الاجتماعي في المجالات الاعلامية. القاهرة: مكتب غريب، 1978م، ص 19.

(4) زهران، حامد عبد السلام، علم النفس الاجتماعي. القاهرة: عالم الكتب، 1984م، ص 337.

(5) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 24.

(6) الاعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 10. (هذا التعريف للعالم الالماني (توجوروت) وذكره

د. عبد اللطيف حمزة في كتابه الاعلام له تاريخه ومذاهبه ص 27.

(7) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 24.

(8) احمد، محمد عبد القادر، دور الاعلام في التنمية، بغداد: دار الرشيد للنشر، منشورات وزارة الثقافة والاعلام، 1982م،

ص 27.

(9) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 28.

جمهور، بغية التأثير، سواء أكان الحمل مباشرا، أم بواسطة وسيلة اصطلاح على أنها وسيلة إعلام قديم أو حديث⁽¹⁾.

ويرى سمير راضي أن "هذه التعريفات تتحدث عن إعلام غير الذي نشاهده، بل أجد أحيانا أن الإعلام يبتعد أن يكون تعبيرا لعقلية الجماهير... وهذه التعريفات صالحة لتكون هدفا أكثر، من كونها تعريفا لشيء واقع"⁽²⁾، ويعرف الإعلام بأنه، "إيصال معلومة معينة إلى المتلقي لهدف معين، بأسلوب يخدم ذلك الهدف، ويتوقع منه أن يؤثر في المتلقي، ويغير من ردود فعله"⁽³⁾، "الإعلام ما هو إلا عملية جمع المعلومات وإعادة عرضها على الناس، وبين هذين الأمرين تكمن عمليات عديدة ومعقدة"⁽⁴⁾.

كما وتؤيد الدراسة التعريف الذي تبناه سمير راضي لأنه الأنسب إلى واقع الإعلام المعاصر الذي يشاهده ملايين البشر عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة.

الإسلام :

الإسلام لغة: الإستسلام مطلقا. وجاء في القرآن الكريم بمعنى الإنقياد والخضوع للخالق سبحانه (أَفَغَيْرَ دِينِ اللَّهِ يَبْغُونَ وَلَهُ أَسْلَمَ مَنْ فِي السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ طَوْعًا وَكَرْهًا وَإِلَيْهِ يُرْجَعُونَ)⁽⁵⁾. كما وجاءت بمعنى الدين الذي إرتضاه الله عزوجل (وَرَضِيتُ لَكُمْ الْإِسْلَامَ دِينًا)⁽⁶⁾، (إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ)⁽⁷⁾.

ويرى إدورد سعيد أن مصطلح الإسلام في سياقاته الغربية المعاصرة "لا ينطبق إنطباقا واقعيا على صورة الحياة البالغة التنوع داخل عالم الإسلام، وساعد الإعلام الغربي على صورة نمطية مسيئة لكلمة الإسلام، فالإسلام أصبح يرتبط اليوم في الغرب بالأنباء المثيرة المفجعة بصفة خاصة"⁽⁸⁾.

(1) المرجع السابق، ص 28.

(2) المرجع السابق، ص 28.

(3) المرجع السابق، ص 29.

(4) المرجع السابق، ص 30.

(5) سورة آل عمران، الآية 83.

(6) سورة المائدة، الآية 3.

(7) سورة آل عمران، الآية 19.

(8) تغطية الاسلام، مرجع سابق، ص 28-29.

ولعل ما أُلصق بالإسلام له عدة أسباب وعوامل إجتماعية وإقتصادية وتاريخية أكثر مما يرجع إلى الإسلام، فمنها يعود للغرب، ومنها يعود للمسلمين أنفسهم، ورغم وجود العوامل الداخلية والخارجية التي أساءت إلى المعنى الذي أراده رب العالمين للإسلام، فإن "صورة إساءة إستعمال المصطلح في الغرب، لا يعني على الإطلاق السماح بها أو الموافقة عليها داخل المجتمعات الإسلامية.

وتقودنا كلمة الإسلام إلى مصطلح الإعلام الإسلامي، فالإعلام الإسلامي ليس إعلام صراع وصدام ومواجهة، إنما هو إعلام بناء ونماء وإخاء.

ومن الملاحظات المعاصرة أن بعض الممارسات الإقتصادية والإعلامية والسياسية، عندما غلفها أصحابها بمصطلح الإسلام، ونتيجة الخطأ البشري الغير معصوم " فأدى إستعمال مصطلح (الإسلام) إلى السماح بقدر واضح من الأخطاء"⁽¹⁾.

وعندما يردد الباحثون كلمة الإسلام، فأى الإسلام يقصدون؟ هل ما يراه أهل السنة والجماعة؟ أم ما يراه الشيعة؟ أم ما تتادي به الأحزاب الإسلامية المنتمية الى هاتين الطائفتين؟الخ، " إن مصطلحي الإسلام والإسلامي لابد لمن يستعملهما أن يحدد بطريقة ما، أي صورة للإسلام يقصده؟ بل وأي فئة من فئاته؟"⁽²⁾.

وترى هذه الدراسة أن الإعلام الإسلامي، الذي تم اختيار المرسل كأحد عناصره للبحث والدراسة، هو ما جاء في القرآن الكريم والسنة الشريفة، من ضوابط وتوجيهات للمرسل، من حيث الهدف والأسلوب والوسائل والغايات، التي ينشدها لصالح العالمين جميعا، باقتصادهم، وسياستهم، ومعاملاتهم، وعلاقاتهم بربهم، وبأنفسهم، وبيعضهم، وبغيرهم من الأمم، والديانات، والمعتقدات، وعلاقتهم بالكون والحياة والطبيعة، فالمرسلون الاسلاميون هم "الملتزمون بالاسلام قولا وعملا"

(¹) تغطية الاسلام، مرجع سابق، ص 29.

(²) المرجع السابق، ص 154.

المبحث الثاني: كلمات بمعنى المرسل

يرى صيني المفاهيم التي طرحتها الكتابات الإعلامية الإسلامية فيها تنوع، يصل إلى درجة التناقض أحياناً⁽¹⁾، إلا أن الباحث يجد كلمات ومصطلحات متعددة لكلمة المرسل، وكلها تؤدي وظيفة الإرسال، ولا تخرج عن المعنى الإعلامي للمرسل ولا بد من توضيح بعضها:

مراسل:

تطلق كلمة مراسل على من نقل رسائل البريد، وتطلق على الموظف الذي يوصل الوثائق والمستندات داخل المؤسسة أو خارجها من شخص لآخر، أو من مكان لآخر، وفي المدلول اللغوي تعني مفاعل، بمعنى المشاركة، ورأسله مُراسلةً فهو مُراسل⁽²⁾.

أما في المصطلحات الإعلامية، فتم تقسيم المراسل حسب المنطقة، وحسب المضمون الذي يرسله، سواء أرسل أخبار الرياضة، أم السياسة، أم الإقتصاد، فالمراسل المحلي،" الذي يعمل داخل الوطن، والمراسل الخارجي الذي يتخذ مقر عمله من إحدى العواصم خارج أرض الوطن، الذي به المحطة، والمراسل الإقليمي، الذي يختص بتغطية منطقة أو إقليم كالمنطقة العربية"⁽³⁾.

المندوب:

المندوب هو الشخص الذي تم إختياره، ليمثل الجهة التي إختيارته، ليؤدي مهمة محددة تم تكليفه بها، فهناك مندوب المبيعات، ومندوب الشركة، ومندوب عن الوزير أو الرئيس، ليلقي كلمة عنه، ويمثله في مؤتمر، أو حفل معين.

وجاءت كلمة مندوب في كتب الإعلام، دالة على من يمثل المؤسسة الإعلامية، في مكان الحدث، الذي تهتم المؤسسة بمعرفة تفاصيل الأحداث الجارية فيها، ولو لم تكن مهمة بتفاصيل ما يجري، لاكتفت بنقل الخبر من أي وسيلة إعلامية أخرى، من هنا جاءت كلمة مندوب عند الإعلاميين دالة على هذا المعنى، فالمندوب: " هو العنصر الهام

(1) الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 388-390.

(2) تاج العروس ج29، مرجع سابق، ص77.

(3) السيد، سعيد محمد، مكاي، حسن عماد. الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م ص 95.

في عملية جمع الأخبار ووظيفته واحدة، وهو أن يذهب بنفسه إلى مسرح الحياة، ويحصل بنفسه على المعلومات، التي يتكون منها النبأ الذي يهتم الجمهور⁽¹⁾.

حاول البعض إجراء مقارنة بين المندوب والمراسل "أفرك بين المندوب والمراسل يتمثل في مكان ممارسة النشاط، فالأول يعمل داخل نطاق المدينة، والثاني خارج حدود هذه المنطقة"⁽²⁾، ولا يوجد فروق بين المندوب والمراسل، إلا أن المراسل قد يكون مقيماً خارج الوطن، أو مقيماً في مدينة داخل الوطن، ويزود مؤسسته بالمعلومات مباشرة عند حدوثها، بينما المندوب، إختارته المؤسسة لمهمة إعلامية معينة ومحددة، تهتم بها المؤسسة.

الموفد:

أوفد مجموعة من الناس ذهبوا معاً لمهمة سياسية أو إقتصادية أو إجتماعية، وكانت الوفود تأتي إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم معلنة إسلامها، وفي صلح الحديبية كان موفد قريش التفاوضي إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم، هو سهيل بن عمرو، والموفد في كتب الإعلام لا يخرج عن هذه المعاني، فهو "المراسل المؤقت الذي توفده محطته إلى مكان معين في العالم، لتغطية حدث هام، ثم لا يلبث أن يعود إلى المحطة، بعد إنتهاء المهمة"⁽³⁾.

لا يختلف الموفد عن المراسل والمندوب، من حيث الأهداف الإعلامية، وذلك من خلال البحث عن المعلومات الدقيقة من مكانها وزمانها، والحديث مع أصحاب القرار وشهود العيان، وإرسالها بالصوت والصورة إلى مؤسسته الإعلامية، والتي بدورها تنشرها على الجمهور بكل ثقة، وأنها وحدها حصلت على دقائق المعلومات وتفاصيلها، ولعل هذا ما يقود بعض الفضائيات إلى أن تكتب بخط كبير وواضح (خاص بالجزيرة، خاص بالعربية، .. وهكذا).

(1) حمزة، عبد اللطيف، المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2002م، ص 97.

(2) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ص 94-95.

(3) المرجع السابق، ص 95.

مذيع:

يقال (ذاع سيط فلان)، بمعنى إنتشر وعرف به الناس، وفي القرآن الكريم
(وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِهٖ ۗ وَلَوِ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولَى الْأَمْرِ
مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ) (1).

فالمذيع هو الذي يرسل معلومات سياسية، أو إقتصادية، أو رياضية، أو فنية، أو دينية... الخ، فيذيعها من داخل الأستوديو بالكلمات، مصحوبة بالصور، والمؤثرات الصوتية على الناس في التلفاز، وتخرج الصور من دائرة المذيع، الذي يرسل عبر المذيع (الرايو) "، ويعتبر المذيع في عرف الإعلام، "هو القاري وهو النجم" (2).

مقدم:

وردت كلمة مقدم في أسماء الله الحسنى (المقدم والمؤخر) (3)، الله جلّ جلاله هو المقدم لأنه: "يقدم الأشياء ويضعها في مواضعها على مقتضى حكمته وعلى مقتضى الإستحقاق.

المقدم هنا والمؤخر، أي أن الله أحب أعمالاً فقدمها في الثواب، وأبغض أعمالاً فأخرها في الثواب، ويقدم في أجل إنسان ويؤخر في أجل إنسان آخر، وقدم الأنبياء على الأولياء وقدم رسول الله صلى الله عليه وسلم على جميع الأنبياء، كما وقدم الصحابة الكرام على التابعين والتابعين على تابعي التابعين" (4).

وعليه يمكن أن يكون معنى مقدم التلفاز (5) هو الذي يقدم الموضوع من وجهة نظره الخاصة، أو من وجهة نظر المؤسسة التي يعمل بها، وهو الذي يقدم ضيف البرنامج ويعرف الجمهور به.

(1) سورة النساء، الاية 83.

(2) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ص 63-64.

(3) النيسابوري، محمد بن عبد الله أبو عبد الله الحاكم النيسابوري: المستدرك على الصحيحين، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطار، ج1/ص62. ح(41). ط1، دار الكتب العلمية - بيروت - 1411هـ - 1990م.

(4) النابلسي، محمد راتب، موسوعة النابلسي للعلوم الاسلامية

<http://www.nabulsi.com/text/02akida/6names-hamd/names-123-05a.php>

(5) يستخدم بعض مقدمي البرامج التلفازية - مثل مذيعي نشرات الأخبار - أداة مساعدة تسمى المُلقِّن عن بُعد، وهي جهاز يعرض كلمات النص للمقدم سطرًا تلو آخر، وتوضع في مكان، بحيث يبدو الشخص الذي يقرأ، كأنه ينظر مباشرة إلى آلة التصوير.

القائم بالإنصال:

تتردد كلمة القائم بالإنصال كثيراً في كتب الإعلام⁽¹⁾، وهي لا تخرج عن الشخص الذي يعد، أو يرسل، أو يقدم، عبر وسيلة من وسائل الإنصال" المرسل والقائم بالإنصال مصطلحات تدل على أنهما أفراد أو مؤسسات معروفة عند الجمهور، وأنهما اللذان ينشئان العملية الإنصالية في الغالب أو دائماً"⁽²⁾، "وأن الإنصال يقتضي البلاغ، وهو توصيل ما تريده إلى الآخرين بصورة صحيحة"⁽³⁾، "وتقول أخصائية العلاج الشهيرة فرجينيا ساتر: "الإنصال هو عملية أخذ وعطاء للمعاني بين شخصين"⁽⁴⁾.

أما كلمة رجال الإعلام الإسلامي التي كانت عنوان كتاب للفيتاني، فهي تشمل المخرج، والمنتج، والمعد، والمصور، ومهندس الصوت، والإضاءة، والديكور، وخطيب الجمعة، والناطق الإعلامي.... الخ، فهي كلمة شاملة، فكل من يعمل في الإعلام فهو من رجال الإعلام.

رسول:

هو المرسل من شخص أو جهة معينة، ويحمل رسالته إلى شخص أو جهة ثانية، وأطلق العرب كلمة رسول، على كل شخص جاء من قبل الملوك أو رؤساء العشائر، ويحمل رسالة ما، فيقال هذا رسول بني هاشم، وهذا رسول هرقل... الخ، وفي القرآن الكريم إختصت كلمة رسول بحاملي كلام الله عزوجل إلى البشرية، فجاءت للدلالة على الملائكة، كما جاء عن جبريل عليه السلام (قَالَ إِنَّمَا أَنَا رَسُولُ رَبِّكَ لِأَهَبَ

⁽¹⁾ تشعب كتاب الإعلام الإسلامي حول مصطلحي الإعلام والاتصال، فهناك من اعتبرهما بمعنى واحد وهناك من فرق بينهما، وهناك من اعتبر الإعلام شديد الصلة بالاتصال فهو جزء منه، فإذا كان الاتصال عاما فان الإعلام خاص، وهناك من استبعد الاتصال الذاتي أو المباشر من مجال الإعلام، وهناك من اعتبر أي اتصال لا يقصد من ورائها التأثير ليست إعلاما، وهناك من عاد إلى اللغة ليتبع معاني الإعلام والاتصال. (انظر: الاعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 38-46 .

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 117.

⁽³⁾ محمد هشام ابو قنيز، فن التواصل مع الآخرين، ص 5 .

<http://www.saaaid.net/book/8/1575.doc>

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 5

لِكَ غُلْمًا زَكِيًّا⁽¹⁾، وأطلقت الكلمة على كافة الأنبياء والمرسلين (وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِهِ الرُّسُلُ⁽²⁾).

نبي :

ألنبي المخبر عن الله عز وجل، أنبأ عن الله أي أخبر، قال سيبويه: ليس أحد من العرب إلا ويقول تتبأ مسيلمة بالهمز، غير أنهم تركوا الهمز في النبي، قيل يا نبيء الله، فقال له لا تتبر باسمي، فإنما أنا نبي الله، وفي رواية فقال: لست بنبيء الله ولكني نبي الله، وذلك أنه عليه السلام، أنكر الهمز في إسمه، فردده على قائله لأنه لم يدر بما سماه⁽³⁾.

وجاءت الكلمة لتعني الأنبياء الجديدة التي حملتها مريم عليها السلام، (فَلَمَّا نَبَّأَهَا بِمِة قَالَتْ مَنْ أَنْبَأَكَ هَذَا قَالَ نَبَّأَنِيَ الْعَلِيمُ الْخَبِيرُ⁽⁴⁾)، "أي أخبرت به ونقلته إلى غيرها⁽⁵⁾.

وكلمة الأنبياء والأمر بالإنبياء كثيرة في القرآن الكريم⁽⁶⁾، (وَنَبِّئُهُمْ أَنَّ الْمَاءَ قِسْمَةٌ قِسْمَةٌ بَيْنَهُمْ⁽⁷⁾)، (وَأَتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ إِبْرَاهِيمَ⁽⁸⁾)، (وَأَتْلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ نُوحٍ⁽⁹⁾)، (وَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِ لَتُنَبِّئَهُمْ بِأَمْرِهِمْ هَذَا وَهُمْ لَا يَشْعُرُونَ⁽¹⁰⁾)، وبدأت رحلة الإنسان بالإنبياء (قَالَ يَتَكَادَمُ أَنْبِئُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ⁽¹¹⁾)، وتنتهي بالإنبياء كذلك (يُنَبِّئُوا الْإِنْسَانَ بِمَا قَدَّمَ وَأَخَّرَ⁽¹²⁾).

⁽¹⁾ سورة مريم، الآية 19.

⁽²⁾ سورة الأعراف، الآية 144.

⁽³⁾ لسان العرب ج1، مرجع سابق، ص162.

⁽⁴⁾ سورة التحريم، الآية 3.

⁽⁵⁾ الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 27.

⁽⁶⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 299.

⁽⁷⁾ سورة القمر، الآية 28.

⁽⁸⁾ سورة الشعراء، الآية 69.

⁽⁹⁾ سورة يونس، الآية 71.

⁽¹⁰⁾ سورة يوسف، الآية 15.

⁽¹¹⁾ سورة البقرة، الآية 33.

⁽¹²⁾ سورة القيامة، الآية 13.

وهناك من فرق بين الخبر القريب والبعيد "إن القرآن الكريم إستعمل النبأ والأنباء في الإخبار عن الأحداث البعيدة الغور زماناً ومكاناً، وكذلك في الأخبار الصادقة العظيمة... على حين إستعمل الخبر والأخبار في الكشف عن الوقائع القريبة العهد بالوقوع، والحقيقة أن القرآن إستعمل كلمة أخبار للأحداث البعيدة والعظيمة، كما إستخدم كلمة أنباء للأحداث القريبة"⁽¹⁾.

وفي القرآن الكريم هناك تداخل بين كلمة النبأ والخبر، ف جاء: (عَمَّ يَتَسَاءَلُونَ ﴿١٠﴾

عَنِ النَّبِإِ الْعَظِيمِ)⁽²⁾، وقوله عز وجل: (فَعَمِيَتْ عَلَيْهِمُ الْأَنْبَاءُ يَوْمَئِذٍ فَهُمْ لَا يَتَسَاءَلُونَ)⁽³⁾، "يقول الشنقيطي: أما في الإصطلاح، فلم أعثر عند دارسي الإعلام على تمييز بين الخبر والنبأ"⁽⁴⁾، وهذا ما ذكره الوشلي وسمير راضي أيضاً "النبأ لا يكون خفية ولا سراً، لأن طبيعته الظهور والعلانية، والإنباء الإعلام بكلام الله، وهو وظيفة الرسل (قَالَ يَتَفَادِمُ أَنْبِئُهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ)⁽⁵⁾، "فالإنباء هو مدلول الإعلام ومعناه، والآية والآية تضمنت المدلول الإعلامي للرسالة وهو الإنباء والإخبار، وهي مصاحبة للإنسان من أول وجوده"⁽⁶⁾، " ونجد أن الأنباء تأتي بمعنى إخبارك بما لا تعلم (ذَلِكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهِ إِلَيْكَ)⁽⁷⁾". " إن أعلم؛ أي اخبر، وأنبأ، أمر له صلة بالعلم، بمعنى الخبر، وليس بمعنى إدراك الشيء على حقيقته"⁽⁸⁾.

كلمة المخبر:

يُعد عبد الله بن أبي بكر، أول مراسل للأخبار في صدر الإسلام، فكان يأتي بأخبار قريش يوماً بعد يوم، للنبي صلى الله عليه وسلم، ولوالده أبي بكر الصديق، خلال

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 282.

⁽²⁾ سورة النبأ ، الآية 2 .

⁽³⁾ سورة القصص ، الآية 66.

⁽⁴⁾ الإعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع السابق، ص 275.

⁽⁵⁾ سورة البقرة، الآية 33.

⁽⁶⁾ الإعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 12.

⁽⁷⁾ سورة آل عمران، الآية 44.

⁽⁸⁾ الإعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع السابق، ص 26.

رحلة الهجرة، واستمر نقل الأخبار الصادقة عن قريش للمراسل الثاني، العباس بن عبد
المطلب⁽¹⁾.

هناك من أطلق على الرجل الذي أرسله النبي صلى الله عليه وسلم في مهمة
سرية، للتعرف على أخبار قريش بالمخبر الصحفي، كما فعل عبد اللطيف حمزة، ونقد
ذلك صيني بقوله: "خطوا بين المراسل الصحفي ورجل الإستخبارات"⁽²⁾.

وقد عرف الباحثون الخبر بأكثر من تعريف⁽³⁾ منها: "الخبر هو حادث تهتم به
الجماهير ويمتاز بالآنية، ويؤثر في الرأي العام ويثيره"⁽⁴⁾، "والخبر: هو الجديد الذي
يتلطف القراء على معرفته... وإن أحسن الأخبار، هو ما أثار إهتمام أكبر عدد ممكن من
الناس"⁽⁵⁾، "والأخبار هي كل شيء لم تعلم به أمس"⁽⁶⁾، أما مدلوله بعلم البلاغة كما
سيأتي "فهو ما ينقل عن الغير ويحتمل الصدق والكذب لذاته"⁽⁷⁾.

ومن الواضح أن الخبر والنبأ بينهما تشابه كبير "قال صاحب تاج العروس:⁽⁸⁾
النبأ والخبر مترادفان، "وقال الراغب: النبأ خبر ذو فائدة يحصل به علم أو غلبة ظن،
ولا يقال للخبر نبأ حتى يتضمن الفائدة وحصول العلم وغلبة الظن، (وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ
بِنَبَأٍ يَقِينٍ)⁽⁹⁾، أي بخبر صادق غير كاذب، (يَتَأَيُّمُ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ
فَتَبَيَّنُوا)⁽¹⁰⁾، أي تثبتوا من صحته وإن غلب الظن على صحته"⁽¹¹⁾.

⁽¹⁾ للمزيد حول نقل وجمع الاخبار عن قريش: انظر اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص ص 60-61.

⁽²⁾ الاعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 282.

⁽³⁾ اورد عبد اللطيف حمزة عدة تعريفات للخبر يمكن الرجوع اليها : المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص
ص 88-89.

⁽⁴⁾ محسن، أحمد، مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، فلسطين، ام الفحم: مكتبة كلية الدعوة والعلوم الإسلامية،
د.ت، ص 105.

⁽⁵⁾ المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 87.

⁽⁶⁾ المدخل في فن التحرير الصحفي، المرجع السابق، ص 88.

⁽⁷⁾ الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 25.

⁽⁸⁾ تاج العروس ، ج 3، مرجع سابق، ص 166.

⁽⁹⁾ سورة النمل، الاية 22.

⁽¹⁰⁾ سورة الحجرات، الاية 6 .

⁽¹¹⁾ الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 25.

القائل (القول):

" كلمة قل في القرآن أداة إعلامية، فيها ثلاثة عناصر القول والقائل والمخاطب، وصياغتها بفعل امر الزام من الله للمسلم بان يقول الحقيقة"⁽¹⁾ ووصف القرآن الكريم من من يقول وينفي ما قال (مُخَلِّفُونَ بِاللَّهِ مَا قَالُوا)⁽²⁾.

وجاء التحذير النبوي من أداة القول وهي اللسان عندما أجاب معاذ بن جبل رضي الله عنه بسؤاله هل الناس مؤاخذون على أقوالهم، فقال النبي صلى الله عليه وسلم: " تكلنك أمك يا معاذ وهل يكب الناس في النار على وجوههم إلا حصائد ألسنتهم"⁽³⁾، وفي حديث آخر حذر النبي صلى الله عليه وسلم من الكلام العشوائي، والذي يكون ضرره على نفسه أولاً والمجتمع ثانياً " عن أبي هريرة عن النبي صلى الله عليه وسلم قال إِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ مِنْ رِضْوَانِ اللَّهِ لَا يُلْقِي لَهَا بَالًا يَرْفَعُ اللَّهُ بِهَا دَرَجَاتٍ وَإِنَّ الْعَبْدَ لَيَتَكَلَّمُ بِالْكَلِمَةِ مِنْ سَخَطِ اللَّهِ لَا يُلْقِي لَهَا بَالًا يَهْوِي بِهَا فِي جَهَنَّمَ"⁽⁴⁾.

أداعية والدعاية والإعلامي :

جمعت هذه الدراسة بين كلمات (أداعي والدعاية والإعلامي)، بسبب التداخل الذي جاء في كتب الإعلام الإسلامي، حيث كان لها مدلول عند الأوائل، وأصبح لها مدلول معاصر مغاير لما تعارف عليه القدماء.

جاءت كلمة الداعية في القرآن الكريم، وصفاً للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، فكان هو داعي الله، (يَقْوَمْنَا أَجِيبُوا دَاعِيَ اللَّهِ)⁽⁵⁾، (وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا)⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 302.

⁽²⁾ سورة التوبة، الاية 74.

⁽³⁾ الترمذي ، محمد بن عيسى أبو عيسى الترمذي السلمي : الجامع الصحيح سنن الترمذي، تحقيق: أحمد محمد شاكر ج.5/ص3 . كِتَابُ الْإِيمَانِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ . بَابُ مَا جَاءَ فِي حُرْمَةِ الصَّلَاةِ . ح(2616) . وقال أبو عيسى أي الترمذي هذا حديثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ . دار إحياء التراث العربي - بيروت .

⁽⁴⁾ البخاري ، محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، الجامع الصحيح المختصر، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا. ج5/ص2377 . كِتَابُ الرَّقَاقِ . بَابُ جَفْظِ اللِّسَانِ وَقَوْلِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيصْمُتْ وَقَوْلُهُ تَعَالَى : " مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ " . ح(6113) . ط3 ، دار ابن كثير ، اليمامة - بيروت ، سنة 1987م .

⁽⁵⁾ سورة الاحقاف، الاية 31.

⁽⁶⁾ سورة الاحزاب، الاية 46.

والدعوة لغة: " هي النداء للمشاركة في شيء أو هي التجمع على شيء" (1)،
"وتطلق مصدراً ويراد بها النشر والنداء والتبليغ" (2)، "وللدعوة الإسلامية 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" (3)، "والداعي هو
المكلف شرعاً بالدعوة إلى الله" (4).

أما الدعاية:

"فهي عبارة عن الوسائل التي تفرض فكرة خاصة على الناس لإغراض سياسية
أو إجتماعية أو إقتصادية" (5)، "أما قبل قرون فلم يكن بين الدعوة والدعاية فرق كثير....
كثير.... فالرسول بعث رسالة إلى المقوقس (أما بعد فأني أدعوك بدعاية الإسلام)،
ولكسرى أيضا (أدعوك بدعاية الإسلام)" (6)، "وقد تكون الدعاية بمعنى الدعوة، أدعوك
أدعوك بدعاية الإسلام، أي بدعوته" (7)، وهذا الرأي ما ذهب إليه إبراهيم إمام أيضا، في
حديثه عن الكتب التي بعث بها إلى كسرى ملك الفرس، والمقوقس ملك مصر، وكذلك
إلى النجاشي ملك الحبشة، وكلها جاءت بالصيغة الآتية: " فأني أدعوك بدعاية
الإسلام" (8).

وقد فرق البعض بين مصطلحات الدعوة والإعلام والدعاية، على إعتبار
خصوصية الدعوة للرسول صلى الله عليه وسلم، والإعلام للخلفاء الراشدين، والدعاية
للحكام والساسة (9)، وهناك من إعتبر الدعوة والإعلام شيئا بمعنى واحد " فالدعوة هي
الإعلام والإعلام هو الدعوة، والجديد في الأمر هي الوسائل المستعملة" (10)، والرد على
هذا الرأي، من خلال الكتب التي بعثها النبي صلى الله عليه وسلم، واستعمل كلمه

(1) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 18.

(2) غلوش، أحمد. الدعوة الاسلامية اصولها ووسائلها ، ط 1، القاهرة: دار الكتاب المصري، ص 9-12.

(3) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 22.

(4) اصول الاعلام الاسلامي، المرجع السابق، ص 22.

(5) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 44.

(6) صحيح البخاري : ج 1/ص 9 . باب بَدْءُ الْوَحْيِ . ح (7) .

(7) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 18.

(8) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 26.

(9) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 46.

(10) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 30.

(أدعوك بدعاية الإسلام)، فهذا تفريق وخط لا داعي له، ما دام النبي محمد صلى الله عليه وسلم، يمثل الدعوة والدعاية لدين الله عز وجل.

إن الباحث يتفق مع الذين جمعوا بين معنى الإعلام والدعوة، واعتبروها تدل على نفس المعنى والغرض، ويتفق مع من فرقوا بين دلالة المعنى القديم والمعاصر للداعي والدعاية، فهو تفريق صحيح، لأن المدلول والمعنى تغير " فالدعوة تختلف عن الدعاية بمعناها الحديث بالرغم من أن الأصل اللغوي لكل منهما واحد، ذلك أن الدعاية تخاطب العواطف، وتستند إلى الخيال وقد تعمل على تشويه الحقائق"⁽¹⁾، وهناك من فرق بين إيصال المعلومة، وبين محاولة الإقناع بها، وبين ترجمة الواقع الموجود فعلاً، وبين السعي الحثيث والهادف لبناء واقع جديد، ولتنمية الواقع الموجود، وأما كلمة الدعاية والدعوة فكان لقوله صلى الله عليه وسلم (أدعوك بدعاية الإسلام) سبب للجمع بينهما، معتبرين أسس الدعوة والبلاغ في الإسلام، هي نفس قواعد وأسس الإعلام من كل وجه لشمولهما له، وهناك من يخالف عبد اللطيف حمزة حين إعتبر الدعوة جهود الرسول في نشر الإسلام، والإعلام ما بذله الخلفاء الراشدون، والدعاية ما بذله حكام المسلمين من بعدهم، وبينما فرق البعض بين الدعوة للخير، والدعاية في الترويج للمبادئ الفاسدة، وجاء من إعتبر الدعوة للمضمون والإعلام للنشر⁽²⁾.

ومما سبق يتضح المعنى الايجابي لكلمة دعاية في المفهوم الإسلامي، ولكن معناها تغير في وسائل الإعلام الحديثة كما ذكر حمزة "قاستخدمت كلمة الدعاية (propaganda)، وأصل الكلمة اللاتينية جاء بمعنى بذر البذور، كناية عن نشر المذهب لكي تنبت بذوره لتثمر وتتكاثر، وهذا هو المعنى الإصطلاحي عند المسيحيين، أما عند الشيوعيين، فتعني تلقين المذهب الشيوعي ونشره بين الناس، وهم يرون أن التعليم والدعاية شيء واحد، وثمة نشاط آخر يرتبط بالدعاية الشيوعية، ألا وهو الإثارة وتهييج الجماهير، أما عند الغرب، فتقوم الدعاية بدور رئيسي في السياسة والاقتصاد والتجارة"⁽³⁾.

ولعل هتلر لجأ إلى الدعاية لتأثيرها على الخصم "قاستحدثت وزارة للدعاية، جعل على رأسها الداهية جوبلز، الذي إعتد على إثارة القلق، وإستعمال الشعارات الإنفعالية،

⁽¹⁾ مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 21.

⁽²⁾ الإعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 55-74.

⁽³⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 27-28.

ونشر الأكاذيب والتهويل في الأخبار، وبذل الوعود الكاذبة والأحلام التي يستحيل تحقيقها⁽¹⁾.

المعلن:

قد يعلن المرسل عن تعليمات جديدة ملزمة، وقد يعلن عن بضاعة جديدة ومميزة، وركز إبراهيم إمام على الإعلان التجاري، معتبراً الإعلان وسيلة من وسائل الدعاية التجارية، ولا شك أن الترويج للسلع، أيسر كثيراً من الترويج للمبادئ والمعتقدات⁽²⁾، ولعل المعلن يروج للفساد والصالح من البضاعة، ويكبر ويعظم الفوائد المختلفة، بعيداً عن رأي الشرع من حلال أو حرام، أو احتكارات تجارية، فاخطر ما يفعله الإعلان المحافظة على سمعة المعلن، مهما تعارض ذلك مع الصالح العام.

ويدخل المعلن إلى مشاعر ورغبات النفس البشرية من خلال كلمات وصور جذابة، مع استخدام أفضل المؤثرات الصوتية والصور المثيرة، بأعلى درجات الإتقان، من المونتاج والجرفك وفي التلفزيون تدخل الموسيقى والأغاني والمناظر الماجنة لخلق جو من المرح المفتعل تيسيراً للتقبل، "يذهب بعض النقاد إلى القول بأن الإعلان إسراف لا مبرر له، وحث على الترف وروح الاستهلاك"⁽³⁾، ومن الواضح أن فلسفة الإعلام الرأسمالي، تعتمد على الإعلان "الذي تمثل الحصيلة الرئيسية للميزانيات والتمويل ولولاها لا يقوم للإعلام قائمة"⁽⁴⁾.

مما سبق فأن الإعلان يمثل تحدياً للمعلن المسلم، فالمنافسة المالية ضخمة، وهذا بحاجة إلى جهد علماء الشريعة، لوضع الحلول التنافسية للمعلن، ولكن ضمن ضوابط الشرع، ولعل هذه مهمة شاقة وبحاجة إلى دراسات وأبحاث، تجمع بين علماء الإقتصاد، وعلماء الشريعة، والخبراء والمتخصصين الإعلاميين، وعلى وجه الخصوص في الفن التلفزيوني.

(1) المرجع السابق، ص 28.

(2) المرجع السابق، ص 29-30.

(3) المرجع السابق، ص 30.

(4) المرجع السابق، ص 30.

خلاصة التعريفات:

- 1- لا ينطبق المرسل حسب هذه الدراسة على كثير من العاملين في التلفاز: كالمحرر، والمعد، والمنتج، والمخرج، ومدير البرامج، والأخبار⁽¹⁾.
- 2- من يستعرض الكتابات الإعلامية الإسلامية يلاحظ مصطلحات مرادفة ومتقاربة في المدلول من كلمة المرسل، ولا تخرج هذه الكلمات عن كون المراسل، والمندوب، والموفد، والرسول، والنبى، والمذيع، والمقدم، والداعية، والمخبر، والمنبئ، والقائل، والمعلن، هم مرسلون.
- 3- رغم التشابه في المترادفات إلا أن هناك خلاف بين مرسل ومرسل، فالمرسل لرسالة السماء، إستخدم الأساليب والوسائل المناسبة للظرف والزمان والمكان، فجاء الوحي بالكلام من وراء حجاب، أو متمثلاً بصورة رجل، أو من خلال الرؤيا المنامية أو الحقيقية، وقد إستخدم الأنبياء والرسول الأساليب والوسائل حسب الواقع، وضمن الوسائل والأساليب المناسبة والمتاحة لهم، وطور من جاء بعدهم الوسائل والأساليب، حتى جاء عصر التقنية الحديثة والمتجددة يوماً بعد يوم.
- 4- لا تعتبر كاميرا التلفزيون مرسلًا ضمن هذه الدراسة، لأن المرسل الحقيقي هو من حدد للكاميرا ماذا تلتقط؟ وماذا ترسل؟ وما الذي يمنع إرساله؟ فهي لا ترسل إلا من خلال مرسل حقيقي مفكر، فالكاميرا لا تذهب وحدها، بل الإنسان يحملها ويضعها في المكان المناسب.
- 5- أما المصور فهو مرسل، ولكنه خرج من هذه الدراسة، لأنه يرسل الصور فقط، وأحياناً يرسلها مصحوبة بالأصوات الحقيقية، ولكن في كثير من الأحيان، يُدخل المونتاج ومهندسو الصوت والصورة تعديلات، من خلال الحذف والإضافة، كما ان المراسل أو المذيع أو المقدم، هو الذي يحدد ما يرسل وما لا يرسل.

(¹) المحرر: "هو الشخص الذي يقوم بتجهيز المادة التي تحمل الجوانب السمعية والبصرية حتى تكون صالحة للبث على الهواء". وهناك محرر توزيع المهام: "يقوم بتوزيع المهام اليومية على المندوبين واطقم التصوير". أما "كاتب النصوص فهو شخص لديه القدرة على تحويل افكار الخبر او القصة الى شيء ملموس من خلال الاستماع او المشاهدة"، ويعتبر المنتج: "هو المسؤول المباشر عن محتوى المادة التلفزيونية، ويقسم المنتج احيانا الى منتج منفذ ومنتج النشرة والمنتج الميداني"، اما المخرج: "فهو المسؤول عن بث المواد على الهواء، ويقود الفنيين العاملين معه". ويعتبر مدير الاخبار: "هو الشخص المسؤول عن اعداد نشرة الاخبار". اما " مصطلح كلمة اخبار باللغة الانجليزية news فهو يشير الى الاتجاهات الاربعة. (انظر: الاخبار الاداعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ص 20-61).

المبحث الثالث: نبذة تاريخية

دأب معظم الباحثين الذين تناولوا نشأة الإعلام في إعتبار أي خبر من شخص لشخص هو إعلام، وإن كان هذا الكلام صحيحاً بالمفهوم اللغوي، إلا أنه لا يعبر عن المعنى المتعارف عليه للإعلام.

يتحدث الباحثون عن بدايات الإعلام، فيبدأون حديثهم عن القصيدة الشعرية والخطبة والمناداة والأعياد والأسواق والندوة وإشعال النار على رؤوس الجبال والقصص، وأحياناً لا تفرق بين من يكتب عن التاريخ الجاهلي والإسلامي، ومن يكتب عن الإعلام بالمعنى المشهور والمعروف بين الإعلاميين، وكل هذا لا يساعد على فهم وتطوير الإعلام المعاصر، من هنا نجد عبد القادر حاتم يعتبر أن الشاعر في العصور الجاهلية هو المرسل أو ناقل الأخبار، وذلك بقوله: " فمئذ أكثر من ألف وخمسمائة عام، وفي وقت غابت فيه وسائل الإتصال المعروفة لنا هذه الأيام من إتصالات أو إذاعة وتلفزيون وأقمار صناعية... كان الشاعر ينشد قصيدة، فلا يمضي وقت طويل حتى تكون هذه القصيدة على كل لسان، على أرض شبه الجزيرة العربية الممتدة الأطراف... وكان القتال ينشب في الشرق أو الغرب، فيسمع نبأه العرب جميعاً"⁽¹⁾، أما القحطاني فتناول فنون القول وأساليب التأثير في المستقبلين عند الشاعر القديم " فكان زهير بن أبي سلمى يضع كفه على رأس سيفه، عندما يبدأ بإلقاء حوليته، دون أن يتأثر بالألم أو بالدم النازف من يده، جراء إنفعاله بما يلقى.. فكم هذه الصورة مؤثرة"⁽²⁾.

ورغم صحة إعتبار الشاعر والخطيب والمناادي مرسلين، فهم مرسلون قديماً وحديثاً، بل أصبح هناك قنوات تلفزيونية خاصة بالشعر والتسوق، وإذا كان سوق عكاظ هو سوق للشعراء والخطباء ولإعلان الحرب، فلم يعد للسوق هذا الدور، فالتلفاز أخذ هذه الأدوار، وترك السوق للتسوق، وإن كان هناك قنوات فضائية للتسوق، وأما من تحدثت عن القصص كإعلام قبل الإسلام وبعده، فقد أخذ التلفاز هذا الدور، من خلال المسلسلات والأفلام، فهي قصص مرئية بعد أن كانت مكتوبة أو مسموعة، وهناك بعض الدارسين من إعتبر الحروب والغزوات من وسائل الإعلام القديمة، لكن إعلام اليوم

(1) حاتم، عبد القادر. الاعلام في القران الكريم. بيروت: دار قتيبة، 1405هـ-1985م، ص 71.

(2) القحطاني، سالم بن علي، اثر القنوات الفضائية العربية، [DOC]، نوع الملف: Microsoft Word - إصدار HTML.

www.pv.gov.sa/DocLib2/أثر%20القنوات%20الفضائية%20العربية.doc

يتحدث عن الحروب، فأصبحت الحروب مادة مغذية للأخبار والتحليلات السياسية، وليست من وسائله المعاصرة.

حاول بعض الباحثين دراسة سرعة نقل الأخبار عبر التاريخ القديم، واستشهد بما قام به احد المشاركين في "معركة المارثون"⁽¹⁾، حينما قطع مسافة تزيد عن إثنين وثلاثين كيلومتر، ليلبغ قومه بخبر الإنتصار في المعركة، وهناك من أرجع تاريخ الإهتمام بالأخبار ونقلها بسرعة إلى الفرس⁽²⁾ منذ عام 480 ق.م⁽³⁾، وثم وضع إحتماالية " أن ينسب نقل الأخبار بسرعة إلى العالم الفرنسي (كلاودشباب) الذي أنشأ أول نظم التلغراف عام 1793 م"⁽⁴⁾، وترى هذه الدراسة أن الهدهد في القرآن الكريم هو أسرع من نقل الأخبار عبر التاريخ، حسب النصوص القرآنية (وَتَفَقَّدَ الطَّيْرَ فَقَالَ مَا لِيَ لَأَ أَرَى الْهَدْهَدَ أَمْ كَانَ مِنَ الْغَائِبِينَ ﴿٢٤﴾ لِأَعَذَّبْتَهُ عَذَابًا شَدِيدًا أَوْ لَأَذْخَنَّهُ أَوْ لِيَأْتِيَنِي بِسُلْطٰنٍ مُّبِينٍ ﴿٢٥﴾ فَمَكَتْ غَيْرَ بَعِيدٍ فَقَالَ أَحَطْتُ بِمَا لَمْ مَحِطُ بِهِءَ وَجِئْتُكَ مِنْ سَبَإٍ بِنَبَأٍ يَقِينٍ ﴿٢٦﴾ إِنِّي وَجَدْتُ أَمْرًا تَمْلِكُهُمْ وَأُوتِيْتُ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ وَلَهَا عَرْشٌ عَظِيمٌ...)⁽⁵⁾.

يجد الباحث في الدراسات الإسلامية، أن الله سبحانه وتعالى هو المرسل الأول إلى الأنبياء والمرسلين، الذين أصبحوا ضمن إرادة الله مرسلين إلى البشرية، فحمل المرسلون من الله عز وجل رسالة الحق والعدل وخيري الدنيا والآخرة إلى كافة البشر، وأدوها بأمانة، ضمن الأساليب التي أنزلت بوحى من السماء،" فأنه سبحانه وتعالى هو المرسل (إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا)⁽⁶⁾، والحق هو مضمون الرسالة (وَبِالْحَقِّ

(¹) المارثون قرية وسهل ببلاد الاغريق القديم على بعد 32 كم الى الجنوب الشرقي من اثينا، حيث انتصر الاثينيون على الفرس سنة 490 ق.م، (الاعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، مرجع سابق، ص20. نقلا عن الموسوعة العربية ص 1612).

(²) " يعتمد النظام الفارسي القديم لنقل الاخبار، على وضع مجموعة من الفرسان في نقاط مختلفة على طول الطريق من نقطة الارسال الى نقطة الاستقبال، ويكون عدد الفرسان مساويا لعدد الايام التي تتطلبها الرحلة، ويقوم الفارس الاول بتسليم الرسالة الى الفارس الثاني ومنه الى الفارس الثالث وهكذا، حتى نقل الرسالة الى نقطة الاستقبال، ويتم تسليمها يدا بيد على طول الطريق(الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 29).

(³) المرجع السابق، ص 29.

(⁴) المرجع السابق، ص 30.

(⁵) سورة النمل، الايات 20 ، 21 ، 22 ، 23 ، وما بعدها.

(⁶) سورة البقرة، الاية 119.

أَنْزَلْنَاهُ وَبِالْحَقِّ نَزَّلَ⁽¹⁾، والمستقبل كافة الناس (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا
وَنَذِيرًا)⁽²⁾، " فالتبشير إعلام بالخير والإنذار إعلام بالخطر"⁽³⁾، وحامل الرسالة هو
رسول الله صلى الله عليه وسلم (يَتَأْتِيهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ)⁽⁴⁾.

والواضح أن المرسل سار زمنا طويلا، يحمل رسالته بوسائل متواضعة
ومتناسبة مع زمنه وبيئته، وتطور المرسل من مشعل للنار، إلى خطيب وشاعر، إلى
مرسل للإعلام المكتوب، ثم المسموع، حتى وصل المرسل المعاصر إلى ضرورات
الجمع بين الكتابة والسماع والرؤيا، من على الهواء مباشرة، ضمن تقنيات الإبداع التقني
المتسارع.

(1) سورة الاسراء ، الاية 105 .

(2) سورة سبأ ، الاية 28 .

(3) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 301 .

(4) سورة المائدة ، الاية 67 .

الفصل الثاني

مرسل التلفاز

وفيه خمسة مباحث:

المبحث الأول: نشأة التلفاز.

المبحث الثاني: أثر مرسل التلفاز على المجتمع، وما الذي يميزه عن باقي مرسلي الإذاعة والصحف وخطباء المنابر... الخ.

المبحث الثالث: العلاقة بين المرسل في التلفاز والعناصر الإعلامية الأخرى.

المبحث الرابع: التنافس بين المرسلين.

المبحث الخامس: التحديات التي تواجه المرسل.

المبحث الأول: نشأة التلفاز

بدأ الإعلام منذ أن خلق الله تعالى الخلق، وتنوعت وسائل الإتصال قديماً وحديثاً بين المكتوب⁽¹⁾ والمسموع⁽²⁾ والمرئي⁽³⁾، "أما الإعلام ألقولي، فبدأ منذ أن علم الله سبحانه وتعالى آدم الأسماء كلها"⁽⁴⁾، والإعلام المرئي منذ أن خلق الله العين لترى وترقب ما في الكون، "ويرى الشخص العالم حوله من خلال الصور والرؤية بالعين، حتى أنه عند الحديث عن المعاني المجردة يحولها إلى صور مشاهدة، فهو يركز أغلب إنتباهه على صور وألوان، وعندما يصف حادثة معينة يصفها من خلال الصور، وتجد عباراته: أرى، أنظر، يظهر، ملاحظة، وذلك بسبب تأثره بالنمط الصوري القائم على الصور المتلاحقة والضوء"⁽⁵⁾، من هنا تظهر أهمية "الوسائل التي جمعت السمعية والبصرية معا والتي تتمثل في التلفزيون والمسرح والسينما"⁽⁶⁾، ولا يخفى إهتمام القرآن الكريم بالنظر إلى الأشياء من خلال ترديد كلمة (انظروا) أكثر من كلمتي اسمعوا وأنصتوا.

رغم الدراسات التي تحدثت عن قدم الإعلام ووسائله حسب حاجة المجتمعات، إلا أن التطور في هذه الوسائل من طبيعة البشر⁽⁷⁾، وهذا ما حصل للتلفاز في الآونة الأخيرة من تطورات أذهلت العقول، حيث عاصر الإنسان الحالي أكثر من تطور تقني بأقل من عشرين سنة.

ويعتبر الدكتور عبد القادر حاتم أن "كل ما نقوله اليوم في الإعلام، لا جديد فيه"⁽⁸⁾، ربما هذا الكلام صحيحاً من حيث العناصر الإعلامية المعروفة⁽⁹⁾، لكن الوسائل الوسائل تغيرت وتطورت وفي تجدد مستمر، فالتلفاز والإنترنت غيرت وقلبت كل

⁽¹⁾ كالجريدة ووكالات الأنباء والمطبوعات والمنشورات.

⁽²⁾ كالإذاعة والخطبة والندوة والشائعات والمناقشة والحوارات بين شخصين أو أكثر.

⁽³⁾ كفنون رسم اللوحات التشكيلية والنحت والرقص.

⁽⁴⁾ مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 32.

⁽⁵⁾ محمد هشام أبو القمبز ، فن التواصل مع الآخرين ، <http://www.saaaid.net/book/8/1575.doc>

⁽⁶⁾ الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 36.

⁽⁷⁾ " وسائل الإعلام قديمة قدم العالم، على اختلاف في الوسائل والأساليب وفق تطورات الحياة الإنسانية". (الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، الاعلام الاسلامي في العهد المكي، مرجع سابق، ص 249.

⁽⁸⁾ الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 17.

⁽⁹⁾ عناصر الاعلام قديماً وحديثاً هي المرسل والمستقبل والرسالة والوسيلة ورجع الصدى والتشويش ، حتى ان لكل رسالة هدف في كل زمان، وهي في الاسلام موضحة بقوله تعالى : " كتاب انزلناه اليك لتخرج الناس من الظلمات الى النور"(سورة ابراهيم، الاية 1).

موازين الوسائل التقليدية، حيث " تتغير تكنولوجيا التلفزيون بسرعة خاطفة"⁽¹⁾، فتطور التلفاز بشكل تراكمي كما توصف تطورات العلوم الأخرى، "ويرجع الفضل في تطوير التلفزيون إلى جهود مجموعة من العلماء، فهناك بعض الإكتشافات الحيوية التي ظهرت في أواخر القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين"⁽²⁾، وأدت دورا كبيرا في نقل الصورة، وبداية هذه الإكتشافات كان إكتشاف مادة (السيلينيوم) سنة 1817م، والتي اكتشفها العالم السويدي (بارون برزيليوس)⁽³⁾، وكان العالم الالمانى (بول نيكوف) في مقدمة العلماء الذين بدأوا محاولات لإلتقاط الصور وتحليلها إلى نبضات كهربائية عام 1883م، وتبعه (تشارلز فرانسيس جنكيز) الذي بدأ تجاربه على التلفزيون في واشنطن عام 1925، وهناك من الباحثين من يعتبر عام 1926م هو أول تجربة تمهيدية، لعرض حقيقي ناجح لجهاز تلفزيون أمام العلماء في المعهد الملكي بلندن، على يد (جون بيرد)،

(¹) لويس، كارولين ديانا، التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة: العدوي، محمد شكري. مراجعة وتقديم: لبيب، سعيد. القاهرة: المكتبة الاكاديمية، 1993م، ص 201.

(²) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 47.

(³) وفي عام 1884م استطاع الألماني (بول نيكوف) أن ينقل الصور بواسطة اللاسلكي، وفي عام 1890م، بدأ (فرنسيس جنكز) إجراء تجاربه لما أطلق عليه فيما بعد اسم (التلفزيون)، وفي عام 1900م بدأ الفرنسيان (رنجو) و(فورنير) إجراء تجاربهما على التلفزيون الفرنسي، واستطاعا عام 1906م أن ينقلا صورة سلكية متحركة، وفي سنة 1915م وصل (ماركوب) إلى التلفون المرئي وكان يقصد التلفزيون، وفي عام 1923م استطاع (فلاديمير زوركاين) الروسي المولد والأمريكي الجنسية أن يخترع (الايكونسكوب) أو ما أطلق عليه صمام الكاميرا. وبعد عدة سنوات من التجارب، استطاع (فرنسيس جنكز) في عام 1925م أن يتوصل إلى التلفزيون، وخلال الستين التاليتين، توصل بعض العلماء إلى نفس الاختراع مثل (الكسندرسون) و (فيلو فانسورث) و (جون بيرد) . وفي عام 1927م تم نقل أول صورة يصاحبها الصوت بين مدينتي واشنطن ونيويورك، وكانت هذه أول صورة تلفزيونية حية تنقل عبر المسافة بين مدينتي. وفي عام 1928م كانت محطة التلفزيون التجريبية التي تملكها شركة (جنرال الكتريك) قد بدأت تذيع برامج تجريبية، وفي هذا العام تمت إذاعة أول دراما تلفزيونية، وكان اسمها (رسول الملكة). وشهدت سنة 1929م ظهور بعض المحطات التلفزيونية التجريبية التي كانت منتشرة في أنحاء متفرقة من الولايات المتحدة. ومنذ نهاية العشرينيات بدا انه يمكن استخدام التلفزيون في الأغراض التجارية، ففي عام 1930م أقامت شبكة (NBC) محطة تلفزيونية تجريبية باسم (W2XBS) في نيويورك أيضا. وفي عام 1932م استطاعت محطة (W2XAB) التابعة لشبكة (CBS) أن تنقل أول صوت إخباري في التلفزيون، حيث تابعت نتائج الرئاسة الأمريكية التي فاز بها (روزفلت) على (هروبرت هوفر). وفي عام 1937م استطاعت شركة التلغراف والتليفون الأمريكية أن توصل مدينتي فيلادلفيا و نيويورك بكابل ارضي، مما يسهل نقل برامج التلفزيون. وفي سنة 1939م استطاعت شبكة (NBC) من خلال محطتها (W2XBS) أن تنقل خطابا للرئيس الأمريكي روزفلت، وكانت هذه بداية ظهور أول رئيس دولة في التلفزيون. وبعد الحرب العالمية الثانية، بدأت الشبكات التلفزيونية تقدم نشرات الأخبار من خلال مذيع، ووجدت صعوبات تقنية حينذاك، ثم استطاع مديرو الأخبار تطوير الصيغ الإخبارية، ثم تصوير أفلام إخبارية مدفوعة الأجر، وفي عام 1953م ظهرت (ABC)، وقدمت نشرات لمدة 15 دقيقة، ثم تطورت التكنولوجيا التلفزيونية فظهر الفيديو، ثم ظهرت الأقمار الصناعية، ثم منتصف الستينات ظهر التلفزيون الملون، في عام 1969م أصبح عرض الأفلام الملونة هو القاعدة عند التغطية الإخبارية، ولعل أبرز مظاهر تطور الخدمة الإخبارية هو إنشاء شبكة أخبار لكابل 1980م. " (الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ص 38-49).

والذي بدأ عمله منذ عام 1922م بإجراء تجارب معملية في مجال التلفزيون، وقدم (بيرد) التلفزيون الملون بنظام الأنبوب المشع عام 1931م، وبعد وفاة بيرد استخدم نظام (انتلسات) المكون من ثلاثة أقمار صناعية في البث التلفزيوني عام 1969م، وقد شعر العالم بالبث المباشر في هذا العام، بنقل صور هبوط أول إنسان على سطح القمر، والذي شاهده ما يقارب ستمائة مليون مشاهد في خمسين دولة⁽¹⁾.

تطورت وسائل الإتصال ودخلت التكنولوجيا معظم البيوت، وتنافست الدول والمؤسسات في تبني شبكات التلفزة الحكومية والخاصة، وتسارعت المنافسة بعد ظهور الأقمار الصناعية، ومساهمة الحاسوب في عمل الفضاء والإعلام، "وبعد أن كانت الكلمة والخطبة تمثل 80% من وسائل الإعلام أصبحت لا تمثل إلا 20%، بعدما وجدت وسائل كثيرة للإعلام كالإذاعة والتلفزيون"⁽²⁾، فبعد ظهور المذياع بالعشرينيات وظهور التلفاز بالخمسينيات⁽³⁾، أصبحت تتابع برامج التلفاز من خلال الحاسوب وشبكات الإنترنت. "ونستطيع القول بأن النصف الثاني من القرن العشرين كان عصر التلفزيون، وقد كان انتشاره في البلدان العربية كبيراً وسريعاً، بخلاف أوروبا التي أخذ فيها مدى من الزمن وتدرج، لكن نجد أن بلداناً عربية لم تعرف الأبيض والأسود، بل وقفت مباشرة على الديجتال"⁽⁴⁾، ورغم ذلك نجد التفاوت الشديد بين البلدان العربية والإسلامية، "من حيث قدرتها على إنتاج المواد الإعلامية والثقافية والترفيهية اللازمة"⁽⁵⁾.

(1) راغب، نبيل، أساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، الشركة المصرية العالمية للنشر، 1999م ص ص 449-252.

(2) شحاته، عبد الله، الدعوة الإسلامية والإعلام الديني. القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986م، ص 33.

(3) يرجع الفضل في بداية تطور وسائل الإعلام الحديثة وإساليبه التقنية إلى علماء ثلاث وهم: جوتنبرج، الذي كان أول من فكر في اختراع الطباعة، وماركوني، الذي استطاع أن يبني جهازاً للإرسال، وآخر للاستقبال، تفصلهما مسافة كيلومترين، وديريتيوس، الذي اكتشف عنصراً جديداً أطلق عليه اسم (سلفيوم)، فكان القاعدة الأساسية التي انطلقت منها تقنية الاختراع التلفزيوني (الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 22).

(4) أثر القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 4.

(5) الجمال، راغب، الإعلام والاتصال في الوطن العربي. لبنان، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1991م،

ص 143.

ويمكن لنا أن نطلق على العصر الحالي عصر التلفاز بعد ظهور النظام الرقمي (1)، خاصة وأنه كان يزداد أو يتناقص عدد مالكي أجهزة التلفاز في الوطن العربي، ما بين عامي 1965 - 1978م، حسب الدراسة الإحصائية التي قدمها الجمال (2)، ودخلت وسيلة متطورة عالم التلفاز، وهي إدخال نظام الكمبيوتر (3) إلى غرف الأخبار والأستوديوهات الملحقة بها.

إختلف الباحثون حول بدايات التلفاز في الوطن العربي، إلا أن بعض الأقطار العربية قد عرفت البث التلفزيوني قبل استقلالها، " فظهرت محطات تلفزيونية مبكرة نسبياً في بعض البلدان العربية تملكها جهات أجنبية، أدخلها الإستعمار" (4)، ثم ظهرت المحطات التلفزيونية العربية الأخرى، "فدخل التلفزيون الجزائر والعراق عام 1956، ولبنان عام 1959، ومصر وسوريا عام 1960، والكويت والمغرب والسودان عام 1962، واليمن الديمقراطية عام 1964، وتونس عام 1966، والاردن عام 1968، والامارات العربية المتحدة عام 1969 وقطر 1970، والبحرين 1973، وعمان 1977، واليمن الشمالية 1975، وحتى عام 1982، لم يكن يوجد بث تلفزيوني في كل من الصومال وجيبوتي، في حين كانت موريتانيا تجري تجارب البث التلفزيوني" (5)، وأما على صعيد الإعلام التجاري "فأن أول محطة تلفزيونية تعمل على أساس تجاري، هي محطة التلفزيون اللبناني، وهي تابعة للدولة، باستثناء محطة تجارية ثانية ظهرت في لبنان بعد ذلك، ومن أنشط هذه المحطات محطة القاهرة، مع العلم أن أول محطة رسمية ظهرت في العالم العربي كانت بغداد" (6).

(1) "حقق البث المرئي قفزة نوعية تاريخية بظهور البث الرقمي الذي يعرف بنظام (Digital) فقد هباً هذا النظام فرصة كبيرة للانتقال إلى عصر الاستخدام الشامل للجهاز المرئي في حقول متعددة ومتنوعة. ومن ثم تجاوز نظام البث السابق الذي بقي ولفترة طويلة، يعتمد على طريقة البث الرقمية التناظرية في آن واحد (طريقة الموجات)، التي يتعين فك رموزها وإعادة بثها، إلا أن النظام الرقمي تجاوز هذه الطريقة، وأصبح يعتمد على طريقة الأحاد والأصفار، وهو نفس النظام الذي يعمل به الحاسوب ويفهمها بصورة مباشرة. إلى جانب ذلك ساعد التوصل إلى تصنيع السلك الثنائي الاتجاه، والفيديو كاسيت، والناسخات والمسجلات، وغيرها من وسائل دعم العملية الاتصالية". (علم النفس الاجتماعي، مرجع سابق، ص 347).

(2) الإعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 112 - 116.

(3) "ساعد تطور الحاسوب والأجهزة التكنولوجية الأخرى على دفع وزيادة قدرات الوسائل الإعلامية المرئية بصورة كبيرة قد تكون أقرب للخيال من الحقيقة". (علم النفس الاجتماعي، مرجع سابق، ص 347).

(4) الإعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 112.

(5) الإعلام والاتصال في الوطن العربي، المرجع السابق، ص 112.

(6) الإعلام الإسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 48.

والجديد الذي حدث في مجال التكنولوجيا في التلفاز وإرسال البرامج، هو استخدام الأقمار الصناعية المتعددة، لنقل الصورة والصوت مباشرة⁽¹⁾، من أي مكان⁽²⁾، بعد حجز القناة مواعيد محددة، وهذا أصبح ميسورا لكافة التلفزيونات في العالم⁽³⁾، والحديث عن التلفاز يشمل الشبكات الفضائية⁽⁴⁾، وشبكات الكوابل الأرضية⁽⁵⁾.

أما تقنية الفضاء في الوطن العربي مقارنة مع عمر شبكات الفضاء الدولية، فبدأ بمرحلة مبكرة، فكانت البداية عندما شاركت إثنا عشرة دولة عربية، في تأسيس المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية، المعروفة باسم (انتلسات)، وبعد هزيمة 1967م، أقر مجلس وزراء الإعلام العرب في مدينة بنزرت التونسية، الشروع في دراسة استخدام الوسائل الحديثة، لتطوير الإعلام العربي، وقدم المهندس صلاح عامر دراسة احتمال استخدام قمر صناعي، لتوزيع البرامج التلفزيونية بين الأقطار العربية⁽⁶⁾، ثم توالى توصيات إتحاد الإذاعات العربية في الخرطوم 1969، وفي عمان⁽⁷⁾، ثم في بغداد 1971 ودمشق 1972.

طلبت ست دول عربية إلى جانب إتحاد إذاعات الدول العربية، في أواخر 1970م من اليونيسكو إيفاد لجنة لدراسة إمكانية استخدام الاتصالات الفضائية في

⁽¹⁾ " يؤرخ لتكنولوجيا البث المباشر، باطلاق اول قمر صناعي فرنسي للبث التلفزيوني المباشر باسم (تي دي اف TDF) 1988م) على متن الصاروخ الاوروي (اريان) من قاعدة (كورو) في غويانا الفرنسية، بشمال امريكا الجنوبية". (بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص 200).

⁽²⁾ " وان كان البث المباشر لبرامج التلفزيون قد حدث عندما استعانت الهند بالقمر الصناعي (ايه تي اس السادس -ATS) 6) الذي وضعته (النازا) الامريكية تحت تصرفها". (المرجع السابق، ص 200).

⁽³⁾ وبزيادة كفاءة وأهمية الوسائل الإعلامية المرئية، أصبح الجهاز المرئي أكثر تفاعليا بقدره المشاهد على التحدث مع مقدمي البرامج، والتأثير على سلوكهم، خلال العروض التي يقدمونها بواسطة الجهاز المرئي الشامل، الذي يعرف باسم (Multimedia) وقد أكدت التجربة الكندية Qube cable النتائج التي أفرزها النظام المذكور، والآثار التي يمكن أن يتركها على العملية الاتصالية شكلا ومضمونا. (كامل، محمود عبد الرؤوف، مقدمة في علم الاعلام والاتصال بالناس، القاهرة: مكتبة مهنزة الشرق، 1997م، ص 123).

⁽⁴⁾ " بداية التشغيل الفعلي لعرب سات 1985م بنقل شعائر الحج من مكة المكرمة" و" اول قمر صناعي عربي (عربسات واحد) اطلق في الثامن من شباط عام 1985م على متن الصاروخ الفرنسي (اريان 3) من قاعدة (كورو) الفرنسية بشمال امريكا الجنوبية، والقمر العربي الثاني في العام نفسه من قاعدة (كانافيرال) في امريكا". (بث وافد على شاشات التلفزيون، مرجع سابق، ص 175).

⁽⁵⁾ للمزيد عن الكوابل ونشأتها انظر: بث وافد على شاشات التلفزيون، مرجع سابق، ص 220-230.

⁽⁶⁾ الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 278-279.

⁽⁷⁾ المرجع السابق، ص 280-281.

المنطقة العربية، وبالفعل وصلت اللجنة وأيدت المشروع (1)، وبدأ تنفيذ الفكرة بعد عام 1974م، وفي آب 1975م قدمت بعثة اليونسكو الثالثة تقريرها إلى مجموعة العمل الهندسية البرمجية المشتركة للاتصالات في عمان، وخرج المشروع في العام التالي إلى حيز الوجود، بتوقيع الدول العربية، على إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات (عربسات)، وتم الإتفاق على محطة التحكم في العربية السعودية، وفي أيار 1980م، وقع عقد تصنيع الأقمار الصناعية، وأطلق القمر الصناعي الأول في التاسع من شباط، والثاني في الثامن عشر من حزيران عام 1985م(2).

وبدخول البث المباشر عالم الفضاء أصبحت أحداث العالم مكتشفة أمام مرأى العالم، من خلال الصورة على طبيعتها، بعيدا عن تقنيات المونتاج والتسجيل، وحذف بعض الصور الغير مناسبة، وبث ما يتناسب والسياسات والميول والأهداف، وما زال التطور مستمرا، وأصبح التأثير على الدول والمجتمعات والعادات والتقاليد والديانات، ولم ينج الأطفال من تأثير التلفاز، من هنا إستطاع التلفزيون أن يصبح وسيلة مهمة بين مختلف الأجهزة الإعلامية، بما يتميز به من ظاهرتي الصوت والصورة، ومباشرة النقل، بعد أن إنتشرت وتطورت الأقمار الصناعية، حيث "تلعب أقمار الإتصالات الجديدة، دورها"(3)، والأجهزة الحديثة تزداد صغرا ودقة، وأصبحت أيسر في حملها.

وتحتل الصورة مركزا مهما في وسائل الإعلام، ويفسر هذه الظاهرة المثل الصيني القديم أن صورة واحدة تعادل ألف كلمة(4)، ويعتبر التلفاز ناشر ثقافات العصر، عبر المسلسلات والأفلام وثقافة الغناء والموسيقى، "فهو الوسيلة الإتصالية الأكثر جماهيرية"(5)، وتنطلق منه الدعايات للزبي الغربي والمأكّل والمشرب، بل والترويج للفكر الغربي، فقد "غلبه طابع المحاكاة"(6)، ومعظم ما يقدم إلى الجمهور ليس من الإنتاج المحلي، ومن التلفاز يفهم الناس السياسات والإقتصاد وحالات الطقس وأسعار العملات، ومن التلفاز يتابع الأطفال الرسوم، ويتابع الرياضي المباريات، فأصبح التلفاز ضرورة معاصرة، وعلى المسلمين إستخدامها والمساهمة في تطويرها وعدم الإكتفاء بنقلها ونشر الدين والثقافة.

(1) المرجع السابق، ص ص 280 - 282.

(2) المرجع السابق، ص ص 278 - 286.

(3) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 202.

(4) مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 91.

(5) الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 143.

(6) الاعلام والاتصال في الوطن العربي، المرجع السابق، ص 143.

" وبالرغم من إستعمال البلدان العربية لهذه التقنيات الحديثة، وخاصة في مجال الإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء، فإن إتخاذ القرار باستعمال هذا الجهاز أو غيره، واستعمال هذا النظام أو غيره، لا يلتزم دائما بالأسس العلمية السليمة، كالمعرفة الدقيقة للإمكانيات والقدرات الهندسية، إضافة إلى ضعف التنسيق"⁽¹⁾، لذلك فإن " المشاهد يجد القنوات الفضائية العربية لا تخدم قضايا الأمة على كثرتها وتنوعها، فهي إما هدفها الربح المادي، أو السعي لنقل ما يدور في الشوارع الغربية إلى المشاهد العربي، وهي على كثرتها وتنوعها إلا أنها لا تسمن ولا تغني بل تجيع وتفقر"⁽²⁾، فهي أقرب إلى ما تريده السلطات الحاكمة في الوطن العربي، مما يريده الجمهور، من هنا يرى البعض أن " التلفاز في الوطن العربي ربيب السلطة، حتى التجارية منها"⁽³⁾.

لم يترك التلفاز بلدا إلا وأصبح أهم وسائله الإعلامية، فإذا ما نظرنا إلى فلسطين، التي مازالت تعاني الإحتلال، أصبحت حاضرة في البث التلفزيوني، فمنذ وطئت السلطة الوطنية الفلسطينية الأرض بعد إتفاقات السلام، أنشأت التلفاز "والتي أصبحت إضافة للقنوات التلفزيونية والفضائية العربية والإسلامية"⁽⁴⁾.

من الواضح أن اختراع وتطوير تقنيات التلفاز الأتي:

1- المكتشف الأول ليس مسلماً ولا عربياً⁽⁵⁾.

2- التقنية والخبرة لم تكن عربية⁽⁶⁾ ولا إسلامية⁽⁷⁾، والدليل أن المغرب وتونس والجزائر، اضطروا أن يكونوا أعضاء في شبكة (الأوروفزيون)، واليمن

⁽¹⁾ شرف، عبد العزيز شرف، الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال. القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998م، ص 157.

⁽²⁾ اثر القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 4.

⁽³⁾ الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 143.

⁽⁴⁾ علم النفس الاجتماعي، مرجع سابق، ص 347.

⁽⁵⁾ الاحبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 38-49.

⁽⁶⁾ " ان القمر الصناعي العربي الذي بدأ تشغيله في عام 1985 يطلق في ظروف تتسم بالغرابة، فهو وان كان عربيا بالاسم، الا ان تصنيعه تم بواسطة شركات اجنبية، واطلاقه موكل الى صواريخ اجنبية، كذلك فان المحطات الارضية الموكلة به اجنبية". (الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 226).

⁽⁷⁾ " أما في دولة الكويت فقد ظهرت المحطة التلفزيونية أولا على طريقة الإرسال الأمريكي، قبل قليل من تاريخ افتتاح هذه المحطة بالذات بأجهزتها المرسله على الطريقة الأوروبية عام 1962م، وكذلك محطة الإرسال التلفزيوني في الظهران من العربية السعودية، وتم التعاقد مع شركات فرنسية لبناء أوسع شبكة تلفزيونية في الشرق الأوسط كله". (الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 48).

الديمقراطية وسوريا في الشبكة السوفيتية (سبوتنيك)⁽¹⁾، ودليل آخر، أن أول قمر أطلقه الصاروخ الأوروبي (إيربان)، والقمر الثاني حمله إلى الفضاء مكوك الفضاء الأمريكي⁽²⁾.

3- بعض الفضائيات العربية⁽³⁾ والإسلامية، تبث من أوروبا وليس من داخل بلدانها .

4- الفضائيات التي تبث من داخل بلدانها الإسلامية، ليست مسئولة سياسيا ولا تقنيا عما يدور في سمائها من أقمار صناعية وشبكات بث⁽⁴⁾، ولعل مصطلح " الإستعمار الإلكتروني"⁽⁵⁾ هو الوصف الأقرب لما يجري في وقتنا الحاضر لأن "السيادة الإعلامية جزء من سيادة الدولة فوق أراضيها"⁽⁶⁾.

5- الإنتشار التلفزيوني بين الشعوب الغربية⁽⁷⁾، سار بخطى متسارعة قبل أن تعرفه الشعوب الإسلامية، التي ما زال معظمها يعاني الفقر والامية.

⁽¹⁾ الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 285

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 288.

⁽³⁾ قناة MBC في عام 1991 أعلنت شرارة بدء الإعلام الفضائي العربي من لندن، وأطلق بعدها مجموعة قنوات تابعة لها أصبحت تعرف باسم المجموعة، منها قناتي mbc2 المخصصة للأفلام الأمريكية، و mbc4 المخصصة للمسلسلات والبرامج والأخبار الأمريكية أيضا". (اثر القنوات الفضائية العربية، مصدر سابق، نقلا (احمد دعوش، الاعلام الفضائي العربي، العلمانية في عقر دارنا، موقع عودة ودعوة، www.awda.com

⁽⁴⁾ " وتعمل اقمار البث المباشر التي تغطي سماءنا ببرامجها في اطار شبكات غربية منها الفرنسية (TDF) والالمانية (TV-SAT) والبريطانية (BSB) والسويدية (TELE-X) " (بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص 210).

⁽⁵⁾ بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص 210.

⁽⁶⁾ بث وافد على شاشات التلفزيون ، المرجع السابق، ص 179.

⁽⁷⁾ أما في الولايات المتحدة الأمريكية " لم يأخذ التلفزيون في الولايات المتحدة سوى ربع قرن ليتشتر من مجرد أعداد قليلة في بعض الأسر عام 1940 إلى أن عمّت نسبة استخدامه فيها إلى حوالي 93% عام 1964، فلم يأخذ جهاز التلفزيون القوي سوى عشرة أعوام فقط لدخول هذه الأسر". (عبد المجيد العبد، الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، دور الاعلام الاسلامي في الاعداد للقوة، مرجع سابق، ص 404.

المبحث الثاني: أثر مرسل التلفاز على المجتمع، وما الذي يميزه عن باقي مرسلي الإذاعة والصحف وخطباء المنابر... الخ.

يعد المرسل هو الأكثر أهمية من بين العناصر الإعلامية، فمن الواضح أن المرسل، هو الذي يفكر، ويخطط، ويسخر باقي العناصر، من أجل الوصول إلى المستقبل، أو المستهلك.

يعتبر دارسو الإعلام في الغرب أن المرسل الجيد هو الذي يسخر كل إمكاناته العلمية، من أجل النفاذ إلى قلوب المتلقين، " فمفتاح الصحافة الجيدة، هو الصحفي الجيد، المتعلم، المفكر، الحريص، المستكشف، البريء من التعصب والأفكار المسبقة"⁽¹⁾.

فالمرسل هو نقطة الارتكاز، يستخدم كل ما وقع تحت يديه من عناصر بهدف الوصول إلى المستقبل، وبما أن الله سبحانه وتعالى "هدى علماء الفيزياء ودراسات الفضاء، إلى بناء الأقمار الصناعية، والتي تستخدم في الإتصالات، فمن واجب الإعلام الإسلامي، أن يستثمر هذه المخترعات الجديدة، لخدمة الدعوة إلى الله ... وإلا أصبح كلنا آثمين"⁽²⁾.

من الواضح في السنوات الأخيرة أن "تكنولوجيا الإتصال قفزت قفزة هائلة فاقت توقعات الخبراء، وخاصة فيما يتعلق بالثبث التلفزيوني"⁽³⁾، فبعد أن كانت الحضارات والأحداث في العصور السابقة "تتقل من بلد إلى بلد مع المشاه وفرسان الخيول، فقد إتخذت اليوم من التلفزيون وسيلة للإقحام"⁽⁴⁾، فهو أسرع وسيلة صحفية معاصرة للرد على الخصوم، ونقل الأحداث بأساليب وطرق لا حصر لها⁽⁵⁾.

يعتبر الباحثون في الإعلام والسياسة، أن الحروب المعاصرة هي حرب إعلامية، فقد " أجمعت بعض وسائل الإعلام، أن حرب الخليج كانت حربا جديدة سلاحها التلفزيون، وإذا كنا نسلم بأن البترول كان السلاح في الحرب العالمية الثانية، فإنه يجب التسليم بأن التلفزيون كان السلاح في حرب الخليج، ومن الواضح أن CNN كانت تعمل

⁽¹⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 99.

⁽²⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 56.

⁽³⁾ بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص 195.

⁽⁴⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 314. (بتصرف)

⁽⁵⁾ اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 460.

في قمة التكنولوجيا وأحدث المعلومات⁽¹⁾، "وعندما سؤل الزعيم البولندي (ليش فاونسا)، عن السبب الجوهري في إنهيار الشيوعية في أوروبا الشرقية، أشار إلى جهاز التلفزيون قائلاً: هذا هو السبب"⁽²⁾، وقال (زبجنيو بريجنسكي) مستشار الرئيس كارتر: "بعد عصر المدفع والتجارة والمال، تمثل تقنية الإتصال وشبكاته، النمط الثالث للسيطرة على العالم"⁽³⁾، وإذا كان دارسو الاعلام الإسلامي قد اعتبروا الغزوات والحروب من وسائل الإعلام، يرى الباحث أن القضية انعكست، فأصبح الإعلام المعاصر من وسائل الحروب، كالدبابات والطائرات، وليست الغزوات من وسائل الإعلام كما قيل.

من الواضح أن آراء الكثير من الباحثين تؤكد على أهمية وخطورة التلفاز، من بين وسائل الإعلام المختلفة " قال أحد الأطباء النفسيين بجامعة كولومبيا: إن التلفزيون هو المدرسة الإعدادية للانحراف"⁽⁴⁾، ويعتبر الدارسون الأثر النفسي الذي يثيره التلفزيون على وجدان المشاهد، أعمق وأقوى من أثر الصحيفة في القاريء، أو أثر الراديو في المستمع، فما يبثه التلفزيون، ليست أخبار للعلم بالشيء، بل هو مشاهد بالصور الملونة، تحرك عقل وفكر ووجدان المشاهد⁽⁵⁾، و" قال توفلي: إنه لمن دواعي السخرية، أن الناس سوف لا تعاني في المستقبل من قلة الأخبار، ولكن من الإفراط فيه، إلى حد يسبب الشلل"⁽⁶⁾، وقال "الأمين العام السابق للأمم المتحدة، إن وكالة الأنباء التلفزيونية هي العضو رقم لا في مجلس الأمن"⁽⁷⁾.

إذا كان إستطلاع الرأي الذي أجري عام 1968م، "في الولايات المتحدة وكندا وإنجلترا وألمانيا وفرنسا وإيطاليا وإسبانيا، حول مصدر أخبارهم، فحاز التلفاز على نسبة 57% والصحف 49% والراديو 25%"⁽⁸⁾، فبلا شك أن هذه النسبة تغيرت كثيراً في عصر التلفاز الحالي.

(1) بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص ص 195 - 198.

(2) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 459.

(3) بن حالة، فؤاد، الحرب الاذاعية، ترجمة: الشال، إنشراح. دار الفكر العربي، 1993م، ص 14.

(4) بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص 211.

(5) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص ص 467 468.

(6) بث وافد على شاشات التلفزيون، مرجع سابق، ص 220.

(7) عودة، محمود، اساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي. بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1977م، ص ص

60-65.

(8) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 453.

وتظهر أهمية التلفاز جلية إذا ما استعرضنا دوره الهام في بث الأحداث الجسام، التي حصلت في العالم، فمن خلال التلفاز وجه الرئيس الامريكى جون كنيدي إنذاره للإتحاد السوفيتي، أثناء أزمة الصواريخ الكوبية، وكان التلفاز المحرك الرئيسي للرأي العام أثناء حرب فيتنام، واحداث البوسنة وحرب الخليج الثانية⁽¹⁾ وما جرى في مصر وليبيا وتونس من ثورات شعبية على انظمة الحكم ونقلها التلفاز مباشرة دليل اخر. ومن الواضح أن وظيفة نقل الأخبار في الوقت الحالي لا تحتل التأجيل، فهي سباق مع المحطات والشبكات الأخرى، بينما السرعة ليست مهمة في برامج الترفيه والتثقيف⁽²⁾.

لقد كان محقا جون بيرد حينما قال- عندما نجحت تجربته الاولى- " أعتقد أن التلفزيون قد يحول كل بيت إلى مسرح للصور المتحركة يوما ما"⁽³⁾، من هنا تأتي خطورة التلفاز وأهميته، لا سيما على الأطفال، حيث " يبدأ ارتباط الطفل بالتلفزيون قبل إلتحاقه بالمدرسة"⁽⁴⁾.

من الواضح أن مرسل التلفاز يختلف عن مرسل الاذاعة والصحافة المكتوبة، فبينما نعرف اسم المرسل فقط في المسموعة والمكتوبة، إلا أننا في التلفاز نعرف اسمه وشخصه وصوته، ونعرف إبتساماته أو تجهمه، ونرى كيف يرتب هندامة، وتدخل تكنولوجيا التلفزيون، لتلعب دورا في إخراج صورته وصوته من خلال المؤثرات الصوتية⁽⁵⁾ والإضاءة والديكورات، التي توحى بخلفيات مختلفة الشكل واللون والمدلول، ولا تميز هل بالفعل جلس المرسل بقربها، أم هي من إبداعات التكنولوجيا ورؤية المخرج، وكذلك يكتب ما يقوله المرسل في بعض الأحيان إلكترونيا، ومن الأخطاء القائلة في بعض التلفازات، أن المشاهد يرى صورة المقدم دون أن تصاحبه صورة لما يتحدث عنه، فكأن المسموع والمرئي على حد سواء، وهذا لا يعني بالضرورة أن كل ما نتحدث عنه يحتاج إلى صورة، ولكن الصورة هي العنصر الرئيس في الإعلام المرئي، لأن الصورة التلفزيونية "تجذب الإهتمام، وتحرك العواطف، وتكسو الأمور المجردة

(1) المرجع السابق، ص ص 453 - 454.

(2) المرجع السابق، ص 466.

(3) المرجع السابق، ص 454

(4) المرجع السابق، ص 506.

(5) المؤثرات الصوتية: اصوات تضاف لتجاري الطبيعة، ولاحداث تأثيرات خاصة، كاصوات الرعد وسقوط المطر وصوت خطوات الجنود، او طلقات الرصاص... الخ. (لوثر، جورج، دليل التأليف التلفزيوني، ترجمة النصيري، ع. الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980م ص 233).

وشاحا إنسانيا، وتشخص القضايا العامة، وتكشف أبعاد الشخصية، وتعطي المشاهدين إحساسا بالمشاركة في الحدث"⁽¹⁾.

"إن التلفزيون في الصف الأول بين وسائل الإتصال"⁽²⁾ "وذلك لإستغراقه حاستي السمع والبصر، فهو يستخدم الصوت والصورة والحركة معا، وهذا ما يجذب انتباه المشاهد، أضف إلى ذلك أن وجود الرائي في المنزل، يخفف متاعب الذهاب للمسرح والسينما، فهو يستطيع الإطلاع على ما يدور في العالم من أخبار، وهو جالس على كرسي في بيته"⁽³⁾.

من الفروق بين المطبوع والمرئي، أن ما تقرأه قد يكون متأخرا إلى حد ما عن توقيت ساعة الحدث، "وهكذا يحتمل أن الأخبار التي تقرأها في صحيفتك اليومية، لم تعد صحيحة، أو أنها لا تشمل آخر التطورات"⁽⁴⁾.

إعتبر بعض الباحثين ميزة للصحيفة على التلفاز بحجة أنه "لا يستطيع مشاهد التلفزيون أن يتصفح كالصحيفة، ويختار ما يشاء"⁽⁵⁾، فإذا كان مفهوم الفرق بين المطبوع والتلفزيون، أن المطبوع يعاد قراءته مرات عديدة، بينما الصورة تشاهد لمرة واحدة ولن تعود، فإن التكنولوجيا الحديثة قد ألغت هذا الفارق، فأصبح بالإمكان مشاهدة اللقطات المصورة على الإنترنت، ناهيك عن البرامج المعادة على نفس القناة التلفزيونية، أو في قنوات متعددة.

تلتصق الصورة الحقيقية بشكل واضح في ذهن المشاهد، على العكس تماما من الصورة التي يتخيلها بعد قراءة قصة ما، "فالكلمة المطبوعة تصبح ذات معنى عند القارئ فقط، عندما يربط صورته الذهنية بما يعنيه الكاتب، ويبسط التلفزيون هذه العملية، وما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة، فبدلا من أن ينقل ذهنه من الكلمة المكتوبة إلى الصورة إلى المعنى، فإنه ينقله مباشرة من الصورة إلى المعنى"⁽⁶⁾، ولا يقتصر هذا القول على الصحافة المطبوعة، فكذلك المسموع منها لأن "قدرة الأذن على إدراك المعلومات وعلى الإحتفاظ بها أقل من العين"⁽⁷⁾، وعندما

⁽¹⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون مرجع سابق، ص 24 .

⁽²⁾ الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 142.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 142.

⁽⁴⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 28 .

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 186.

⁽⁶⁾ المرجع السابق، ص 25 .

⁽⁷⁾ المرجع السابق، ص 158.

تصبح كاميرا التلفزيون أداة رائعة للكشف، فإنها تزيل الأفتعة الخارجية، وتلتقط ما كان بدونها أن يترك... ويزخر التلفزيون بمناسبات لا تنسى، مما يشهد بقدرة الكاميرا على كشف الحقائق، التي يتعذر أحيانا ترجمتها إلى الكلمة المطبوعة⁽¹⁾، أو المسموعة، فليس وصف عملية القتل أو مشاعر البكاء، كمن يراها بالتفاصيل.

"إن مشاهد التلفزيون يتلقى الكلمات، ولكنه إلى جانب ذلك يستطيع أن يستمع إلى الأداء ونبرات الصوت، وأن يراقب تعبيرات الأعين، ويتابع حركة الذقن وهزة الكتف، إنه بإختصار يشارك في غمزات الوجه الدقيقة ولغة الإيماءات، والذي يتاح هنا للمشاهد، هو مقياس لمدى الإخلاص الموجود في الكلمات، من خلال الطريقة التي يتحدث بها المرسل، والتي غالبا ما تكشف عن شخصه"⁽²⁾.

"ومن الواضح أن طبيعة الوسيلة التلفزيونية، تقتضي أن يكون لدى مندوب التلفزيون معرفة ومهارات، تفوق تلك التي لدى مرسل الوسائل المطبوعة أو المسموعة، وعليه أن يفهم المتطلبات الخاصة للوسيلة، وحدود وإمكانات التكنولوجيا"⁽³⁾.

"وقصارى القول أن الجمهور يحب التلفزيون، والواقع أن كثيرين ممن يشاهدون التلفزيون، ما كانوا ليبادروا إلى شراء صحيفة، فهناك ما يدل على أن قصة إخبارية جيدة في التلفزيون، يمكن أن تثير إهتماما كافيا"⁽⁴⁾.

يتضح من الإستعراضات السابقة للآراء والإستشهادات، أن مرسل التلفاز، هو الأكثر مشاهدة، والأكثر أهمية وخطورة وتأثيرا، من بين زملائه المرسلين، عبر الوسائل الإعلامية الأخرى، وهذا يتطلب أن يمتاز المرسل بقدرات علمية ومهنية ليكون محفزا للجمهور على قبول الرسالة الإعلامية.

(1) المرجع السابق، ص 22-23 .

(2) المرجع السابق، ص 26 .

(3) المرجع السابق(بتصرف)، ص 22 .

(4) المرجع السابق، ص 24 .

المبحث الثالث: العلاقة بين المرسل في التلفاز والعناصر الإعلامية الأخرى.

يقوم الإعلام في الأساس على عناصر يرتبط بعضها ببعض وهي "المرسل والرسالة والوسيلة والمستقبل والإستجابة أي أثر الرسالة، وقد لخصها (هارولد لازويل) بقوله: مَنْ؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ إلى مَنْ؟ وبأي تأثير؟ ويقصد ب(من؟) المرسل الذي يوجه الرسالة، سواء كان فردا أو جهازا إعلاميا، وسواء كان دار صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون أو غير ذلك" (1).

" تجري عملية الإعلام في سلسلة ذات حلقات متماسكة، ويؤدي ضعف أي حلقة فيها إلى ضعف السلسلة كلها، فالمرسل والمستقبل ووسيلة الإعلام، حلقات متصلة متكاملة في عملية الإعلام" (2)، وهذا يتطابق مع ما أشار إليه النبي صلى الله عليه وسلم، في ضرورة التماسك، ومحافظة كل عنصر على مكانه، في أي ثغر من ثغر الإسلام، فلا يؤتین من قبله، وجاء في هذا المعنى حديث للنبي صلى الله عليه وسلم يؤكد على أهمية كل فرد في ما اوكل اليه: " مَثَلُ الْقَائِمِ عَلَى حُدُودِ اللَّهِ وَالْوَالِقِ فِيهَا، كَمَثَلِ قَوْمٍ اسْتَهَمُوا عَلَى سَفِينَةٍ، فَأَصَابَ بَعْضُهُمْ أَعْلَاهَا وَبَعْضُهُمْ أَسْفَلَهَا، فَكَانَ الَّذِينَ فِي أَسْفَلِهَا إِذَا اسْتَقَوْا مِنَ الْمَاءِ مَرُّوا عَلَى مَنْ فَوْقَهُمْ، فَقَالُوا لَوْ أَنَّا خَرَقْنَا فِي نَصِيبِنَا خَرْقًا وَلَمْ نُؤَدِّ مِنْ فَوْقَنَا، فَإِنْ يَتْرَكُوهُمْ وَمَا أَرَادُوا هَلَكُوا جَمِيعًا، وَإِنْ أَخَذُوا عَلَى أَيْدِيهِمْ نَجَوْا وَنَجَوْا جَمِيعًا" (3)، وسفينة الإعلام لا يرى المشاهدون منها غير المرسل، حتى وصف البعض العلاقة بين المشاهد والمرسل، بأن المشاهد "لا يدرك أنه جزء من جمهور كبير، بل إنه يشعر وكأن هناك علاقة شخصية تربط بينه وبين المذيع" (4)، ورغم ذلك فإن هناك عناصر مهمة لا يراها المشاهد، ولها دور مهم في قيادة وتوجيه سفينة الإعلام، التي تبحر وسط أمواج إعلامية متلاطمة، من هنا وهناك.

(1) الإعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 27.

(2) الإعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 117.

(3) صحيح البخاري: ج 2/ص 882. كتاب الشركة . باب هل يُقْرَعُ فِي الْقِسْمَةِ وَالِاسْتِهَامِ فِيهِ. ح (2361).

(4) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 23.

يتشكل العمل التلفزيوني من فريق عمل، والعلاقة بين الفريق تكاملية، فمن أجل أن يظهر المرسل على شاشة التلفاز، فهو بحاجة إلى مهندس الديكور⁽¹⁾، ليختار التصميم المناسب، ومن ثم ينفذ تجهيزات الاستوديو⁽²⁾ الشكلية، والتي يفترض أن تتناسب في مكانها وألوانها وتعبيرات صورها، مع مضمون العمل الإعلامي، وهو بحاجة إلى مهندسين أو فنيين لضبط الصوت، وضبط الإضاءة المناسبة، وبحاجة إلى مصورين ومخرج ومنفذ ومعد، ويحتاج إلى منتج⁽³⁾، ويضاف إلى ما سبق، السائق ومساعد المصور ومساعد المخرج،... الخ، " وهناك دور حيوي للمخرج والمصور والمذيع، فزاويا التصوير وحجم اللقطات، والقطع للانتقال بين المذيع والضيف، أو بعض عناصر الديكور، أو بعض المشاهد التي تشرح أو تؤكد ما جاء على لسان الضيف، يؤثر على المشاهد"⁽⁴⁾.

تتكامل العناصر الداعمة للمرسل ولرسالته عندما "يحسن إختيار المواضيع، وأوقات بثها، وتنسيقها، وتجنيد أفضل الطاقات الفنية، في التصوير، والإخراج، والأداء، وقوة الإنتاج، والسيناريو.."⁽⁵⁾.

يتضح مما سبق أن المرسل لا يمكنه أن يغرد وحده، وأن يعتبر عمله كما قيل بالإنجليزية (One Man Show)، ومهما قيل بأن المرسل هو منبع الرسالة، ويتمثل في شخص أو أشخاص أو مؤسسات⁽⁶⁾، وأن الرسالة يتم إعدادها " في الإطار الثقافي للقائم بالاتصال، الذي يمثل في الغالب الإطار المجتمعي الذي يعيش فيه"⁽⁷⁾، إلا أن مرسل التلفاز على وجه الخصوص، هو الأكثر حاجة لمساعدة الآخرين من طواقم العمل، وكما أشارت الشال فأن: "القائم بالاتصال، وبخاصة في مجال التلفزيون، يتسم في إعداد وإنتاج برامج، بالإستعانة بكافة الإمكانيات البشرية والمادية والتقنية، المتاحة له في دولته"⁽⁸⁾.

(¹) الديكور: منظر يشيد داخل الاستوديو ليؤدي الممثلون او المذيعون ادوارهم فيه (دليل التأليف التلفزيوني، مرجع سابق، ص 1980م، ص 232).

(²) الاستوديو: المكان المخصص للتصوير وتسجيل الصوت، ويبني حسب مواصفات هندسية وفنية خاصة (المرجع السابق، ص 229).

(³) المنتج: الشخص الذي يتولى الادارة والتخطيط ومناقشة النصوص وتقدير التكاليف... الخ (المرجع السابق، ص 233).

(⁴) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 496.

(⁵) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 50.

(⁶) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 177.

(⁷) بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص 195.

(⁸) المرجع السابق، ص 176 - 177.

إستشهد كل من بحث في الإعلام الإسلامي بأسلوب المرسل بالآية الكريمة (فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ)⁽¹⁾، ومع صحة ما اشار اليه الاخرون يرى الباحث أنه بالإمكان أن نستنتج منها العلاقة ما بين طواقم العمل التلفزيوني، من مرسل ومخرج ومصور وفني صوت... الخ، وذلك من خلال التراحم والتعاطف ما بين الطواقم⁽²⁾، واللين في المواقف، لأن التعصب قد يؤخر العمل، وينتهي المشهد أو الصورة السريعة في حدث ما، وما زال الفريق يتجادلون، وإذا كان المرسل فظا مع طاقمه، فقد يؤدي بالطاقم أو بأحد أعضاء الفريق بأن ينفض من حول مرسله، فالفرد عن بعض الهفوات بين فريق طاقم العمل، يساعد على السير وإنجاز العمل في الوقت المطلوب، والمشورة بين المرسل والمصور والمخرج والمعد؛ - حول أي المشاهد أفضل؟ وأين وكيف يقف المرسل؟ وأي الكلمات أفضل؟- يساعد على الوصول إلى أفضل الصور والكلمات، ويكون العمل أقرب إلى الدقة، وبعد الأخذ بكل هذه الأسباب، تأتي خصوصية المرسل المسلم، فإذا عزم فتوكل على الله.

من هنا يقول باحثو الإعلام "إن القدرة على إحترام وتقدير ما يقوم به الزملاء، ميزة ذات قيمة كبيرة، على المرء اكتسابها"⁽³⁾، ومن المهم أن يثني المرسل على طاقم العمل، وخاصة عندما يستحق أحدهم الثناء، لأن المرسل يعمل كالنجم، بينما الحصاد الأخير هو نتيجة جهود أناس كثيرين، وهذا ما يحفز أي إنسان على عمله، عندما يعلم أنه موضع استحسان وتقدير، "فليس هناك مجال واسع لمن يميلون إلى العزلة أو إغفال الآخرين في التلفزيون"⁽⁴⁾.

أما المراسل الصحفي الذي يتصرف وكأنه النجم الأول، حسب رأي كارولين لويس "فإن فرصته في إنتاج خبر ممتاز، أقل من المندوب الذي يتعامل بحب وروح

(1) سورة آل عمران، الآية 159.

(2) اعتبر تومس كانغر الاعلامي السويدي ان العلاقة ما بين المراسل والمصور كالعلاقة بين العشاق، ومن خلال المحبة والتراحم يكون المراسل حريصا على المصور ان لا يقع في الخطر اثناء التصوير، والمصور بدوره يلتقط افضل الصور لانجاح عمل المراسل، لانه يحبه بشكل شخصي (دورة شارك فيها الباحث عن القصة الاخبارية التلفزيونية، في جامعة بيرزيت، وفترة الدورة من تاريخ 5- 16 كانون الاول 2005م. فلسطين، رام الله، جامعة بيرزيت، معهد التدريب).

(3) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 193.

(4) المرجع السابق، ص 193.

خلاقة مع فريق التصوير والمونتير.... وقد لا يصل إلى شيء، مالم يقدم له الفنيون مساعدتهم الإيجابية⁽¹⁾.

ويعتبر عدم مقابلة المرسل لأي إتقان أو إحسان في طاقم العمل بالشكر، سيقود إلى إضعاف مستوى العمل، بدلا من النمو به، لينافس في عالم البث الفضائي، والأسوأ من ذلك هو الإستهانة بقدرات الآخرين، والترفع عن الثناء عليهم، وعدم الإعتراف بحقوقهم الإبداعية والأدبية والفنية، وصفاتهم الخلفية، فكل ذلك يضع الحواجز بين المرسل وباقي أفراد العمل.

يدخل التعاون والتنسيق والترتيب والمشورة بين المرسلين المتخصصين، وتميل هذه الدراسة إلى الإرسال الجماعي الفكري، ونقصد بذلك أن مرسل البرامج الرياضية، ومرسل البرامج الإقتصادية، والبرامج السياسية، والتربوية، والترفيهية، وهكذا... والكل مدافع عن رسالته بقوة العقل والبرهان، ويفند الإدعاء على المسلمين، ومنضبط بضوابط الأخلاق الإسلامية، ومتسلح بمستلزمات مهنته الإعلامية، من إبداعات البشر والمتخصصين الغربي والشرقي على حد سواء، والكل يؤكد على فكرة موحدة الأهداف والنتائج المرجوة، وتكمل الأخرى في الرسالة الإعلامية الإسلامية، والمتمثلة بالعالمية والشمولية، فليس من المقبول أن يجهد مرسل السياسة أو الفكر الإسلامي نفسه على سبيل المثال، ويناقضه فكرا وسلوكا، مرسل الرياضة والترفيه والإقتصاد، والمرسلون المسلمون يؤيد بعضهم بعضا فالنبي صلى الله عليه وسلم كان يقول: رحم الله أخي ويذكر أحد الأنبياء وكان يؤيد ويثني ويردد كلام الأنبياء كما قال حين فتح مكة لقريش (إني أقول كما قال أخي يوسف، لا تثريب عليكم اليوم يغفر الله لكم)⁽²⁾.

تعتبر عملية تجنيد المرسلين في كل مكان، للإرسال ضمن رؤية موحدة، عاملا مهما "لإنشاء شبكة معلومات قوية، تتلقى الأخبار من مصادرها مباشرة... لعرض وجهة نظر الإسلام في تلك الأحداث، وتزويد المسلم وغير المسلم بالمعلومة الموثقة، وتقليل الإعتماد على وكالات الأنباء الأجنبية"⁽³⁾.

(1) المرجع السابق، ص 47.

(2) النسائي، أحمد بن شعيب أبو عبد الرحمن النسائي: السنن الكبرى. تحقيق: د. عبد الغفار سليمان البنداري، سيد كسروي حسن. ج6/382. ح(11298). ط1. دار النشر: دار الكتب العلمية - بيروت - 1411 - 1991.

(3) الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 56.

يختلف العاملون في طاقم التلفزيون أحيانا على آليات التنفيذ، وهذا شيء طبيعي، ولكن إذا تحول الخلاف الفكري أو المهني إلى نزاع، فالفشل هو النتيجة المتوقعة (وَلَا تَنْزَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ)⁽¹⁾.

المبحث الرابع : التنافس بين المرسلين :

لم يدخل المرسل في برامجه الإسلامية إلى ميدان المنافسة الحقيقية كمنافسة البرامج الرياضية⁽²⁾ والفن⁽³⁾ والبرامج الوثائقية، والتي اكتفى باستيرادها، أما الافلام والمسلسلات⁽⁴⁾ والحوارات السياسية⁽⁵⁾ والإقتصادية، فيقدمها في الفضائيات الإسلامية مرسلون بخلفية شرعية أو إعلامية - إن وجدت أصلا - فأبدع بها الإعلام الوضعي، وما زال كثير من الإعلام الإسلامي يقتصر على الفقه والسيرة، مع أهمية مثل هذه العلوم، فنجد المشاهد يتجه لمعرفة السياسة والإقتصاد والرياضة إلى الفضائيات ذات التوجه الوضعي أو العلماني، أو حتى المعادية للإسلام والمسلمين أحيانا، لأن المنافس القوي الذي ينقل الحدث أول بأول، ويصدق أو يحاول إظهار الصدق، ينجذب إليه الإنسان بفطرته، التي ترغب دائما في معرفة كل جديد، عما يجري في العالم⁽⁶⁾.

تعمل المنافسة على جذب المشاهدين من خلال الإغراء، على مستوى سرعة ودقة الخبر، ومستوى الضيف الفكري والعلمي، وجرأة المرسل وقدرته عن التعبير عما يدور في ذهن المشاهد من تساؤلات، إضافة إلى طرح مواضيع يهتم بها الجمهور كل حسب رغباته السياسية والثقافية والعلمية والترفيهية، وكلما إقترب المرسل في التنازع

⁽¹⁾ سورة الانفال، الاية 46.

⁽²⁾ مع العلم ان المسلمين يقرأون حديث: علموا ابناكم السباحة والرماية وركوب الخيل، ويتحدثون عن السباق بين النبي محمد صلى الله عليه وسلم وزوجته السيدة عائشة، وغيرها من الامثلة، الا ان المشاهد لم يلحظ المرسل المسلم المتخصص في الرياضة.

⁽³⁾ أن عدد الذين صوتوا لبرنامج سوبر ستار في جزئه الأول، على حسب المكالمات التليفونية، بلغ قرابة 80 مليون اتصالا، بينما كان عدد المصوتين من جميع البلدان العربية في مجلس الأمن في الأمم المتحدة، على وثيقة الاعتراض على ضرب أفغانستان، وصل فقط إلى 4 ملايين صوت (مجلة تحت العشرين - عدد 97 - ربيع الأول 1425هـ).

⁽⁴⁾ بدأت بعض الافلام والمسلسلات تعرض كمسلسل يوسف النبي، وابراهيم خليل الله، ومريم وعيسى عليهم السلام جميعا، ولكنها من انتاج الشيعة، وبحاجة الى دراسة خاصة، وقبل ذلك فلم عمر المختار، وهو ليس من انتاج عربي.

⁽⁵⁾ هل هناك مرسل مسلم تخصص في علوم السياسة الشرعية؟ ليحاور في البرامج السياسية من قنوات فضائية تبنت الاسلام شعارا لها.

⁽⁶⁾ انظر ما جاء في دراسة للرأي حول تغطية CNN لحرب الخليج : (بث وافد على شاشات التلفزيون، مرجع سابق، ص ص 84-88).

من المنافسة الحقيقية، كلما نافس المرسل الآخر الذي يعتمد الإنشاء لغة للإعلام، ولا يقدم أي جديد في المضمون أو في الشكل، وقد تجد مبررات كثيرة عند الجمهور للإقلاع عن مشاهدة البرامج الوطنية والدينية، والبحث عبر الفضاء عما يحترم عقله ورغباته⁽¹⁾، ويعتبر أي تقصير يقوم به المرسل المسلم " يتم علاجه من خلال صحفي آخر يحقق التوازن الذي يؤدي إلى ظهور الحقيقة"⁽²⁾، فلا حاجة في عصر تزامم الفكر فيه في عالم الفضاء إلى البرامج الكلامية أو الدردشات غير المفيدة، أو البرامج التي يكثر فيها الجدل حول السنن والفضائل، والتي أجاز فيها الشرع أكثر من رأي، فينشغل فيها المذيعون والمذيعات، في وقت الحرب على المسلمين، سواء كانت الحرب كلاماً أو فكراً أو احتلالاً⁽³⁾.

تحتاج المنافسة الحقيقية إلى الإعداد الذي أمر به الله سبحانه وتعالى بقوله: **(وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ)**⁽⁴⁾، وقوة الإعلام لا تخرج عن هذا الأمر، لأن البرامج البرامج المتقنة أشد الإتيان في الدول المنافسة "لا تترك فرصة المنافسة أمام برامج معدة في دول متخلفة عنها، لنقص في البنية الأساسية، وما يشكله ذلك من عوائق"⁽⁵⁾، علماً أن ما يود المسلمون المنافسة به، هو من صنع وتقنيات الدول التي ننوي مزاحمتها في عالم الإعلام الفضائي، وترى الشال ان: "الجانب التقني والبنية الأساسية، من

⁽¹⁾ انظر النتائج التي توصلت اليه الباحثة انشراح الشال حول الايجابيات التي يراها المشاهد في البث الغربي: (بث وافد على شاشات التلفزيون، المرجع السابق، ص 150).

⁽²⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 126.

⁽³⁾ رصد الباحث يوم الهجوم المفاجئ على غزة، والذي سقط الشهداء بالمتات، وبلغ عدد الجرحى اكثر من 2000 جريح ، فكان ما يقدم على فضائيات اسلامية كالتناس والرحمة والرسالة وقرأ، لمدة خمس ساعات بعد الهجوم، برامج بعيدة عن الحدث تماماً رغم ان المستهدف الاول كان حركة اسلامية ، فكان يبت على سبيل المثال في قناة الرسالة برنامج اعادة لطارق سويدان يتحدث عن السحر والجن، اما الناس فكانت تتناول حلقة خاصة عن المرأة ، وتحلل البرنامج دعايات للطناجر وجودها، ولم تختلف باقي الفضائيات الاسلامية كثيرا. ((وقد بدأ الهجوم الجوي الاسرائيلي على قطاع غزة يوم السبت 27 ديسمبر 2008م واستخدم الاحتلال ما لا يقل عن 80 طائرة حربية، وكان الاستهداف الاكبر للمقار الامنية، فسقط شهيدا اللواء توفيق حبر مدير شرطة غزة والعقيد اسماعيل الجعبري.)) (الرصد كان بنفس هذا التاريخ من الساعة الثانية ظهراً حتى الخامسة مساءً بالمشاهدة).

⁽⁴⁾ سورة الانفال ، الاية 60 . ويفسر الدكتور محمد راتب النابلسي (واعدوا لهم ما استطعتم من قوة) إذا أردت أن تفهم الآية، فهماً دقيقاً، أصولياً، فهماً نظامياً، لغوياً وفق قواعد علم أصول الفقه، يجب أن نستعد لأعدائنا بكل أنواع القوى، وما أكثر القوى، التي تستخدمها المجتمعات كسلاح على أعدائهم، فالمعلومات قوة، التغطية الفضائية قوة، التدريب قوة، الأسلحة المتفوقة قوة، الأسلحة التي تحقق إصابات محكمة قوة.

(انظر : http://www.quran-radio.com/tafseer_nabulsi/34.asp).

⁽⁵⁾ بث وافد على شاشات التلفزيون ، مرجع سابق، ص 177.

إنشاءات وأستوديوهات والآت تصوير ومعدات ووسائل نقل وخلافه، تشير إلى تبعية من نوع ما " (1)، فكيف ينافس التابع المتبوع ؟ وأصابت الباحثة بقولها هنا "بما أن التكنولوجيا لا نملكها بل نستوردها، فلا أقل من أن نطوعها وأن نتحكم في المضمون" (2)، لأن فضول المشاهد لمعرفة ما يجري حوله تجعله يتابع أي تلفاز، حتى لو علم بأن المرسل والقناة التي يرسل من خلالها، مشاركان في الحرب على بلاد المسلمين، فكم تابع الناس (CNN) في حرب الخليج الأولى، وكم تابع الجمهور تلفزيون الإحتلال الإسرائيلي قبل ذلك ؟ والأمثلة كثيرة.

وفي معرض الحديث عن السرعة والدقة كعوامل منافسة، فلإعلام الإسلامي رأي مهم هنا أورده إبراهيم إمام: " فإذا كان الإعلام الغربي يجعل من السبق الصحفي قيمة حضارية، يحرص عليها ويتباهى بها، فيسرع بنشر الأخبار في عجلة شديدة، دون روية، فأن الإعلام الإسلامي يتوخى الدقة والموضوعية الأمانة، ويحرص على التأكد من صحة الأنباء، والتثبت من دقتها " (3) (يَتَأَيُّبُ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكَ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنْهُ) (4).

ينافس ويزاحم المرسل في الإعلام الإسلامي بالدراسة العلمية، وليس بتخصص الإعلام فقط، وينافس الإبداع التقني من خلال دراسة فنون التصوير والمونتاج والإخراج والصوت... الخ. فليس هناك خلاف في أن قدرات الأفراد تتفاوت في أي مجال من المجالات، ولكن الممارسة المستمرة المستندة على أساس تعليمي قوي، هو الطريق لتنمية هذه القدرات، ومن هنا تأتي ضرورة التدريب المنهجي المستمر، لتطوير مهارات العاملين، ووضع نظام للحوافز، يضمن تقديم الأفراد أحسن ما عندهم" (5).

يحاول بعض المرسلين المنافسة، لكنه يصطدم بالعديد من المعوقات منها: الإمكانيات والتي هي دون الفضائيات العالمية، ويصطدم عند المنافسة بالحرريات، والصلاحيات المتاحة، وغير المتكافئة أحيانا مع أقرانه المرسلين.

يمقت الإسلام التنافس المادي بين المرسلين، وقد أدى هذا التنافس المعاصر إلى البحث عن الفضائية الأكثر مالا وشهرة، حتى لو كان ممول المرسل قناة تغرد خارج

(1) المرجع السابق، ص 178.

(2) المرجع السابق، ص 196.

(3) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 51.

(4) سورة الحجرات، الاية 6.

(5) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 99.

الوطن أو خارج البيئة الإسلامية، فيلتزم المرسل بسياستها، لأن الهدف ليس الرسالة الإسلامية أو الوطنية، وإنما الهدف المالي، هو الهدف الأول.

ومهما قيل عن المنافسة الإعلامية ونظرة المرسل إليها بأي اتجاه كان، فإن الواقع الإعلامي، المكتظ بالمرسلين عبر الآف الفضائيات، يضع المرسل المسلم وغير المسلم أمام تحديات إقتصادية وسياسية وفكرية، سواء على مستوى المرسل الشخصي، أم على مستوى الإسلام، " فإذا لم يسع المرسل لخدمة الحقيقة سواء بدافع الربح، أو بدافع حاسته الأخلاقية، أو بدافع خدمة أهداف وضعية، فأن النظام التنافسي الذي يتيح تعدد الأصوات والسوق الحرة المفتوحة للأفكار، يجعل الحقيقة تنتصر في النهاية، فما يسعى بعضهم لحذفه يسعى آخرون لنشره، والخطأ الذي يرتكبه مرسل يصححه صحفي آخر، والأكذوبة التي يسوقها يصوبها آخر، ومحاولة خدمة قضية خاصة يكشفها تلفاز آخر" (1).

يأمر الله سبحانه وتعالى كل مرسل مسلم بقوله: **(وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ**

الْمُتَنَفِّسُونَ) (2) فلتنافس الفضائيات والإعلام المتقدم، بكل ما أوتينا من قوة فكرية وإقتصادية وتقنية، " وعلى الإعلامي ألا يدفعه التنافس إلى البغض والعداوة، وإلقاء مالا يناسب من الكلمات والشعارات" (3).

تخلص دراسة مبحث علاقات المرسل بعناصر الإعلام والمنافسة بينها الى

الآتي:

- 1- يحتاج المرسل في الإعلام الإسلامي إلى كل ما أنتجة العلم الحديث، فهو ضالته وهو أولى به، بعد ضبطه بميزان الأحكام الشرعية.
- 2- تحت قاعدة ما ندم من إستشار، على المرسل أن يستشير اللجان الفنية، ولجان شرعية، ليتم التوافق بين الحكم الشرعي والتقنية العالية.
- 3- تخصص المرسل بالدين أو الإقتصاد أو السياسة... الخ، مهم جدا حتى ينافس الفكر على قواعد علمية رصينة، بمشورة زملائه المرسلين.

(1) السماسيري، محمود يوسف، فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، المعهد العالمي للفكر الاسلامي، 1401هـ - 1981م، ص ص 525-526 (بتصرف).

(2) سورة المطففين، الآية 26.

(3) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 75.

4- الخلاف بين طواقم العمل نتيجته حتمية لفشل الرسالة، أمام تقدم رسائل الخصوم.

5- تعتبر البرامج الكلامية واللقاءات التلفزيونية مع شخصيات غير علمية، وغير مفيدة للمجتمع، من المنفرات، ومن ثم حافزا للتحويل إلى قناة أخرى.

المبحث الخامس: ألتحديات ألتى تواجه المرسل:

يواجه المرسل بشكل عام، والمرسل في الإعلام الإسلامي بشكل خاص العديد من التحديات، منها داخلية ومنها خارجية، وأصبحت المواجهة الإعلامية ضرورة لا خياراً، ليس لمجرد المواجهة وردّ الفعل فقط؛ بل لإعزاز كلمة الله، من خلال أجهزة ووسائل يقوم عليها متخصصون مدربون، مؤمنون برسالة الإسلام.

وتتمثل التحديات في: ملكية وسائل الإعلام، والفكر الإعلامي المستورد، والمنافسة غير المتكافئة، وكثرة القنوات الفضائية الإسلامية والوضعية، والبيئة الإعلامية غير الإسلامية التوجه، وهذا ما نلمسه في التلفزيونات العربية والإسلامية بشكل خاص، ونكتفي بنموذج تلفزيون فلسطين لنرى كم هي نسبة البرامج المتعلقة بالشريعة الإسلامية على سبيل المثال، كنودج للتلفاز العام غير المتخصص بزاوية معينة⁽¹⁾، والواضح من الجدول في الملاحق أن نسبة البرامج الدينية مع إعادة برنامجي هذا ديننا وبرنامج على بصيرة، إضافة لنقل شعائر صلاة الجمعة، وقداس الأحد هي 2.7% من إجمالي البرامج، وقد تختلف باقي التلفزيونات العربية والإسلامية بالزيادة أو النقص قليلا، إذا ما استثنينا القنوات التلفزيونية المتخصصة ببرامج الشريعة الإسلامية، ومن باب الدقة، قد ترتفع النسبة في المناسبات الدينية كشهر رمضان على سبيل المثال.

يستنبط الباحث من القرآن الكريم تحديات أمام المرسل في الإعلام الإسلامي وتمثل بالآتي:

1- محاولة تضليله بالمعلومات الكاذبة (وَلَوْلَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ وَرَحْمَتُهُ هَمَّتْ

طَّائِفَةً مِّنْهُمْ أَنْ يُضِلُّوكَ)⁽²⁾.

⁽¹⁾ انظر الجدول البياني الذي يحدد البرامج المطروحة خلال شهر 10 / 2010م في تلفاز فلسطين في الملحق 2، الملاحق ص 255.

⁽²⁾ سورة النساء، الآية 113.

2- أن رسالته ومادته الإعلامية لن يحبها كل من يستمع اليه (يَنْقَوْمَ لَقَدْ

أَبْلَغْتُمْ رَسُولَ رَبِّي وَنَصَحْتُ لَكُمْ وَلَكِنْ لَا تُحِبُّونَ النَّصِيحِينَ) (1).

3- سيواجه المرسل من لا يرغب في الحق لأهداف دنيوية، كالمصالح السياسية والمنافع الاقتصادية، وحب النفوذ والتفرد بالسلطان، ويبين القرآن الكريم أن المرسل المسلم، سيجد من يغلق أذنيه وعينه، ولا يريد أن يسمع أو يرى، (وَإِنِّي كُلَّمَا دَعَوْتُهُمْ لِتَغْفِرَ لَهُمْ جَعَلُوا أَصْبَعَهُمْ فِي آذَانِهِمْ وَأَسْتَعْشَوْا بُيُوتَهُمْ وَأَصْرُوا) (2)، وسيجد من لا يريد السماع أو الرؤيا إستجابة للحاكم، وموالاته له، أو طمعا في المال والدنيا (قَالَ نُوحٌ رَبِّ إِنَّهُمْ عَصَوْنِي وَاتَّبَعُوا مَنْ لَمْ يَزِدْهُ مَالُهُ وَوَلَدَهُ إِلَّا خَسَارًا) (3).

4- الإتهامات للمرسل من الطرف الذي يقف على النقيض، أمر يواجهه كل مرسل، ولم ينج منه الأنبياء والمرسلون، (وَلَقَدْ كُذِّبَتْ رُسُلٌ مِّن قَبْلِكَ فَصَبَرُوا عَلَىٰ مَا كُذِّبُوا وَأُوذُوا حَتَّىٰ أَتَتْهُمْ نَصْرُنَا وَلَا مُبَدِّلَ لِكَلِمَاتِ اللَّهِ ۗ وَلَقَدْ جَاءَكَ مِن نَّبِيِّنَا الْمُرْسَلِينَ) (4).

5- دخول المرسل إلى المزاحمة الإعلامية، أمام الإرسال الملفت لنظر المستقبل " الذي يواجه سيلا منهمرا من الأنباء والمعلومات المتناقضة والملففة والمضللة والكاذبة، وكل منها له أسانيد و تفسيراته وآراؤه ومقالاته، فأصبح الإنسان يلهث وراء الحقيقة" (5).

6- الضعف السياسي والتباين الفكري (6) والإقتصادي، وإختلاف اللهجات العربية والإسلامية، من التحديات الكبرى التي تواجه المرسل بشكل عام، والمرسل الذي يتبنى النهج الإسلامي بشكل خاص.

7- - محاولة تأهيل جيل إعلامي متخصص في فنون الإعلام وتقنياته، عن طريق توجيه هذا الجيل نحو المؤسسات الإعلامية في بلاد الغرب، فعادوا يحملون تقنية

(1) سورة الاعراف، الاية 79.

(2) سورة نوح، الاية 7.

(3) سورة نوح، الاية 21.

(4) سورة الانعام، الاية 34.

(5) الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 59.

(6) المرجع السابق، ص 440.

الغرب وفكر الغرب، فنشأ جيل إعلامي يحمل في ظاهره إسم الإسلام ويفكر بعقل الغرب⁽¹⁾، الذي ينكر الإسلام ومبادئه، "ومن الغريب أن يحمل تلامذة الإعلام الغربي، نفس الحملات الإعلامية ضد بلادهم"⁽²⁾.

8- تضاعف أثر الإعلام على المجتمعات المسلمة، ولا سيما بعد سيطرة الأقمال الصناعية، والتي في معظمها غير حريصة على تقديم مفاهيم الإسلام⁽³⁾، وسيجد المرسل الذي يرسل الفضيلة من يرسل مقابله الرذيلة .

9- الإعلام الموجّه لدول المسلمين غير متحمّس لنشر مبادئ الإسلام، إن لم يكن معاد تماماً؛ ورسائل المرسل المسلم، جاءت متأثرة بعادات وتقاليد أصحابها، التي كانت في معظمها مخالفة لشرع الله، سواء في المضمون أو الشكل أو الإخراج⁽⁴⁾.

10- الانفجار المعلوماتي وصعوبة ضبطه مع ما تحمله موجات الأثير، من أخبار وبرامج ومواد إعلامية، لا تتسجم مع القيم والمعتقدات.

11- " إطلاق الشائعات الكاذبة بغرض التشويش والبلبلة، لنزع ثقة المسلمين ببعضهم وأنفسهم(وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ أَلْخَوْفِ أَدَّعَوْا بِعِيٍّ)⁽⁵⁾ أي أشاعوه"⁽⁶⁾،

(¹) " وفي مصر التي وقعت تحت الاحتلال البريطاني منذ 1882م، اصدر ثلاثة من السوريين، الذين تخرجوا في جامعات التبشير الامريكية، صحفاً تؤيد الاحتلال وتهاجم الدولة العثمانية، ومن هذه الصحف، صحيفة المقطم التي انشأها يعقوب صروف، وشاهين مكاربوس، وفارس نمر سنة 1889م، وكان فارس نمر يقول عن وجود الانجليز في مصر، انه اكبر نعمة، وكان اصحاب مجلة المقتطف، وهم خريجون مدارس التبشير الامريكية، يدعون للماسونية وزرع الاتحاد في مصر". (اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 133 - 134.

(²) المرجع السابق، ص 17.

(³) انظر الجدول الذي يمثل نسبة مفاهيم الاسلام امام باقي البرامج في الملحق 2، ص 255

(⁴) " ثبت من خلال تقريرين نشر جزء منها على شكل وثيقة سرية، أن أمريكا بعد أن فشلت في تقديم نفسها من خلال قناة الحرة واذاعة سوا، قامت بدعم قنوات عربية لها قبول، لكي تسعى لتحسين صورة أمريكا، ويستلزم من ذلك الإساءة إلى الإسلام من خلال البرامج التي تقدمها، وهذه القنوات هي مجموعة mbc مع إذاعتها وقناة العربية، سجلت المجموعة وحسب التقرير الأخير، سبقاً في الانفتاح على الغرب، ونشر الثقافة ومبادئ الحياة اللامنتظمة". (اثر القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 17)

(⁵) سورة النساء، الاية 83.

(⁶) الاعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 58.

و(مُحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ) (1)، ومحاولة التشويش، (وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا هَذَا الْقُرْآنَ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ) (2).

12- لا يوجد تنسيق ما بين المجامع الفقهية وعلماء الشريعة من جهة، وبين المؤسسات الإعلامية من جهة ثانية، فيواجه المرسل تحدي في مرجعية الإعلام الإسلامي.

13- تعتبر إعادة الثقة للمرسل المسلم من التحديات، خاصة وأن "الشعوب الإسلامية لا تثق بإعلامها، وتتلصم الأخبار من إعلام أعدائها، رغم أنها مصادر الكذب والتزوير" (3).

14- من التحديات النفسية التي تواجه المرسل المسلم، التمسك بقيم المجموعة أو القبيلة التي ينتمي إليها والتعصب لها، والتي قد تؤدي إلى خلق توترات عرقية، أو قبلية، أو ثقافية، أو دولية، أو دينية، أو خلق إحباطات نفسية أمام المسلم المستقبل للرسالة، ما بين فكر سلفي وشيعي وتكفيرية ووسطية.

يحتاج المرسل لمواجهة التحديات الداخلية والخارجية إلى:

1- روح مبادرة التغيير، والإجتهاد والتطوير، بدل أن يكون عالة على غيره في كثير من مجالات المعرفة والتقنية.

2- البعد عن الهدف التجاري، الذي يجعل للإثارة والتشويق، الأولوية على الإعلام الصحيح (4).

3- أن يفهم الإسلام ويعيشه كما فهمه الرسول صلى الله عليه وسلم وصحابته الكرام، حتى لا يقلل المستقبل تلفزيونه، عندما يبدأ الدرس الديني، وكما قيل "تجد التلفاز هو الموجه الرئيس حتى في وقت الأكل" (1).

(1) سورة المائدة، الآية 13 .

(2) سورة فصلت، الآية 26 .

(3) الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، المرجع السابق، ص 58.

(4) يرى برجنسكي أن "منتجي شرائط التلفزيون ذوي الثقافات الاباحية، لهم ميزة تنافسية على من ليسوا من اصحاب تلك الثقافة، وقد كانت النتيجة النهائية ان التلفزيون الغربي اصبح يميل يوما بعد يوم وبشكل متزايد الى الامور الشهوانية والجنسية والحسية". (فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 237). ولعل نظرة عابرة الى التلفاز، كافية لتظهر نشر الفاحشة بكل ما يخالف قيم الاسلام، دون اعتبار لقوله تعالى: "ان الذين يجبون ان تشيع الفاحشة في الذين امنوا لهم عذاب اليم في الدنيا والاخرة والله يعلم وانتم لا تعلمون" (سورة النور، الآية 19).

4- على المرسل أن يعي أن صراع الأفكار لخدمة فكرة يؤمن بها أصحابها، شيء طبيعي، وعليه أن يكون عالما بحوثيات وطبيعة الصراع⁽²⁾.

5- يستخدم المرسل كل الامكانيات العلمية والتقنية⁽³⁾، والتي من خلالها " يشد إنتباه الإنسان من بداية الإرسال حتى نهايته"⁽⁴⁾.

6- يعتبر الإطلاع الواسع، والدراسة العلمية للعوامل الداخلية في العالم الإسلامي، والخارجية التي تستهدف المسلمين أفرادا وجماعات، ضرورية للمرسل المسلم⁽⁵⁾.

7- على المرسل أن يدرس شخصية المرسل إليه، دراسة علمية، فكل شعب أو فرد أو جماعة، له ذوقه الخاص، وثقافته الخاصة، ومفاهيمه الخاصة، ومعتقداته الخاصة، وبيئته الخاصة، وتطلعاته الخاصة⁽⁶⁾.

8- إذا التزم المرسل المسلم صراط الله الإعلامي، فإن ذلك يساعد على وحدة الأمة الإسلامية، ومن إتبع السبل الإعلامية المتعددة بكل مفاهيمها، فالفرقة بين العالم الإسلامي حتمية، (وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَن سَبِيلِهِ)⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ اثرالقنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 16.

⁽²⁾ الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 7.

⁽³⁾ " في المجال الدولي يمكن ان تستخدم وسائل الاعلام شتى الاساليب الدعائية التي تقلب الحقائق راسا على عقب، وتشوه صورة الخصم بالحق وبالباطل، سواء في عيون جماهير شعبها، ام بعيون الشعوب الاخرى، وذلك لتهيئة الرأي العام المحلي وربما الدولي، لاي عمل تقوم به حيال الدولة الخصم". (فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 240).

⁽⁴⁾ الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 36.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 38.

⁽⁶⁾ انظر الى تفاصيل خصوصيات كل شخص او شعب : (المرجع سابق، ص ص 42 - 43).

⁽⁷⁾ سورة الانعام، الاية 153.

الفصل الثالث

المرسل وضوابط الشريعة الإسلامية

وفيه ستة مباحث :

المبحث الأول: المرسل التلفزيوني في الإعلام الإسلامي.

المبحث الثاني: هل كل مسلم مرسل؟ وهل عمله فرض عين أم

فرض كفاية؟

المبحث الثالث: كيف يتم إختيار المرسل.

المبحث الرابع: صفات المرسل:

وفيه أربعة مطالب:

1- صفات المرسل الشكلية.

2- صفات المرسل العلمية.

3- صفات المرسل الفنية.

4- الصفات العامة للمرسل.

المبحث الخامس: مصادر المرسل.

المبحث السادس: أهداف المرسل.

المبحث الأول: المرسل التلفزيوني في الإعلام الإسلامي:

إعتبر النبي محمد صلى الله عليه وسلم النظر أهم من السماع، بقوله (ليس الخبر كالمعاينة، إن الله أخبر موسى بما صنع قومه في العجل فلم يلق الألواح فلما عاين ما صنعوا ألقى الألواح)⁽¹⁾، وهذا يدعونا أن نرى اليون الشاسع بين التلفاز، الذي يجمع بين الحواس كافة في وقت واحد، وأهمها البصر، وبين باقي وسائل الإتصالات، ولعل مناسبة الحديث فيها دلالة على أن التائر والإنفعال بالمشاهدة، تختلف إختلافا بينا عن السماع، وفي تفسير قوله تعالى حكاية عن موسى عليه السلام (وَلَمَّا رَجَعَ مُوسَى إِلَى قَوْمِهِ غَضْبَانَ أَسِفًا قَالَ بِئْسَمَا خَلَفْتُمُونِي مِنْ بَعْدِي ۖ أَعْجَلْتُمُ أَمْرَ رَبِّكُمْ ۖ وَأَلْقَى الْأَلْوَاحَ وَأَخَذَ بِرَأْسِ أَخِيهِ يَجُرُّهُ إِلَيْهِ ۗ قَالَ ابْنَ أُمَّ إِنَّ الْقَوْمَ اسْتَضَعُّفُونِي وَكَادُوا يَقْتُلُونَنِي فَلَا تُشْمِتْ بِيَ الْأَعْدَاءَ وَلَا تَجْعَلَنِي مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ)⁽²⁾. إن المناسبة في قصة موسى عليه السلام عندما سمع من ربه خبر عبادة قومه للعجل، ولم يتأثر بالسماع، رغم أن المرسل رب العالمين، والمستقبل نبي، بينما إتضح تأثير المشاهدة، عندما رأى موسى عليه السلام عبادة قومه للعجل، فرمى الألواح، والتي تعتبر كتابا مقدسا كالقرآن تماما، وهي كلام الله، وبدأ يجر برأس أخيه ولحيته، من هنا يتضح الفرق بين السماع والمشاهدة.

المرسل المسلم يجب أن يكون محكوما بالشرع في تحديد هدفه، وإختيار المعلومة، وأسلوب تقديمها، "فليس لأحد من البشر الفضل في وضع الإعلام الإسلامي، لأنه من الله سبحانه وتعالى، أوحى به إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم في كثير من الآيات"⁽³⁾.

⁽¹⁾ المستدرک علی الصحیحین للحاکم : ج2/ص351 . ح(3250) .

⁽²⁾ سورة الأعراف، الآية 150

⁽³⁾ حجاب، محمد منير، الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002م، ص25.

المرسل المسلم أمام ثلاث مسؤوليات "المسؤولية أمام الله سبحانه، المسؤولية أمام الضمير، والمسؤولية أمام المجتمع"⁽¹⁾، فهو يستمد إرادته من الله عز وجل ولا " يمارس العمل الإعلامي إرضاء لفرد أو جماعة أو هيئة أو سلطة"⁽²⁾.

أغرض من الإعلام الإسلامي هو البلاغ " أما محاولة إملاء الإرادة والإقناع بالقوة، فغير وارد تماما، ولا بد من احترام عقل المستقبل والذي نتوجه إليه بالإقناع، لا أن نجره جرا بواسطة الغرائز والعواطف والإنفعالات"⁽³⁾، فعدم الإكراه حتى في الدين أمر به القرآن الكريم (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ)⁽⁴⁾، إلا أن المرسل المسلم " ليس مجرد ناقل للأخبار، وإنما هو داعية، يقدم منهاجا يخدم الدعوة، ويبني المجتمع، ويحقق العدالة والإستقرار"⁽⁵⁾.

المرسل المسلم يوجه الرسالة للناس كافة، ملتزما بتوجيهات القرآن الكريم، فهناك رسالة إلى الناس (يا أيها الناس) ورسالة إلى بني آدم (يا بني آدم) ورسالة إلى المؤمنين (يا أيها الذين آمنوا)، وكل الرسائل تهدف إلى رحمة العالمين (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ)⁽⁶⁾، ومما يؤخذ على مرسلي الإعلام الإسلامي أن معظم رسائلهم موجهة إلى فئة المؤمنين والمسلمين، وقلما توجه إلى الناس والمنافقين والأعداء والأصدقاء، وكل بالحكمة والموعظة الحسنة، ضمن الأسلوب المناسب، لكل فئة من فئات البشر.

يتميز المرسل في " الفكر الإعلامي الإسلامي بصفة الربانية"⁽⁷⁾، عندما يكون المرسل ملتزم بالتوجيهات والتوصيات الربانية، فسيكون غير "منحاز لفعله أو تبريره، وغير متأثر بتكوينه وظروفه، باعتبارها قيم معيارية خارجة عن وضع الإنسان"⁽⁸⁾.

(1) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 45.

(2) الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 26.

(3) المرجع السابق، ص ص 26- 27.

(4) سورة البقرة، الاية 256.

(5) الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 27.

(6) سورة الانبياء، الاية 107.

(7) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 102.

(8) المرجع السابق، ص 103.

على المرسل أن يقول الحق، وأن لم يقل الحق فإنه يفسح المجال للباطل (فَمَاذَا بَعَدَ الْحَقِّ إِلَّا الضَّلِيلُ)⁽¹⁾ وهذا يقود المرسل أن لا يتحايل على الحق ليخدم بها الباطل، وكما قال علي بن أبي طالب رضي الله عنه في الخوارج (كلمة حق يراد بها باطل)⁽²⁾، (باطل)⁽²⁾، من هنا تأتي خطورة المرسل الذي يخلط الحق بالباطل (وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ)⁽³⁾، والأكثر خطورة كتمان المرسل للحقيقة، وهو يعلم الصحيح منها (وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْمُونَ)⁽⁴⁾، "والحق يحتاج إلى قوة في الحجة، ومنطق في العرض، وإقناع في الأسلوب، فكم من حق ضاع بفقد المنطق، أو ضعف الحجة، أو ركاكة الأسلوب"⁽⁵⁾.

"الصدق هو النقل الواقعي للأحداث دون تهوين أو تهويل أو تحريف"⁽⁶⁾، يقول النبي محمد صلى الله عليه وسلم: (إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصِدُقُ حَتَّى يَكُونَ صِدِّيقًا وَإِنَّ الْكُذْبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَابًا)⁽⁷⁾، (كفى بالمرء كذبا أن يحدث بكل ما سمع)⁽⁸⁾، "وقد درج الناس على أن يضربوا المثل في الكذب بكلام جرائد"⁽⁹⁾.

أمام مصطلح السبق الصحفي في سرعة نقل الخبر، فالمنهج الإسلامي يوجه المرسل إلى التدقيق وتبيين الحقائق قبل نشرها (يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَدِيمِينَ)⁽¹⁰⁾، ويطالبه المنهج

(1) سورة يونس، الآية 32.

(2) ابن حجر، أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي: فتح الباري شرح صحيح البخاري، تحقيق: محب الدين الخطيب، ج12/ص284. باب قتل الخوارج والملحدين بعد إقامة الحجة عليهم. دار النشر: دار المعرفة - بيروت.

(3) سورة البقرة، الآية 42.

(4) سورة البقرة، الآية 42.

(5) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 64.

(6) المرجع السابق، ص 65.

(7) صحيح البخاري: ج5/ص2261. كِتَابُ الْأَدَبِ . بَابُ قَوْلِ اللَّهِ تَعَالَى : " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ " وما يُنْهَى عَنِ الْكُذْبِ . ح(5743) .

(8) مسلم ، مسلم بن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري : صحيح مسلم . تحقيق: محمد فواد عبد الباقي .

ج1/ص10 . بَابُ التَّهْمِ عَنِ الْحَدِيثِ بِكُلِّ مَا سَمِعَ . ح(5) . دار إحياء التراث العربي - بيروت .

(9) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 66.

(10) سورة الحجرات، الآية 6.

الإسلامي في العودة إلى من هو أخبر منه، (وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ^ط وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ^١).

" فإذا ما تم التثبت من الخبر، يجب أن يصاغ بنفس الدرجة من الصدق، بدون تحريف أو تشويه أو نقل أجزاء دون أجزاء، لتعطي معنى مغايرا للحقيقة، أو تعطي احتمالات وتلميحات تفقد الخبر صدقه"⁽²⁾، (وَقَدْ كَانَ فَرِيقٌ مِنْهُمْ يَسْمَعُونَ كَلِمَ اللَّهِ ثُمَّ لَمَّا خُرِفُوا مِنْهُ^ط بَدَلِ مَا عَقَلُوهُ وَهُمْ يَعْلَمُونَ^٣)، وهذه صفات بني إسرائيل، فبعد المعرفة اليقينية يحرفوا الكلام، وهذا حكم يعمم ليشمل المرسلين المتيقنين من المعلومة، ولكن التحريف لأسباب سياسية، أو غيرها من الأسباب والأهداف والمصالح الدنيوية.

(1) سورة النساء، الآية 83.

(2) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 68.

(3) سورة البقرة، الآية 75.

المبحث الثاني: هل كل مسلم مرسل؟ وهل عمله فرض عين أم فرض كفاية؟

دار جدل بين علماء المسلمين منذ بداية ظهور التلفاز، حول أحكام شرعية، تتعلق بالوسيلة، والمستقبل، وأخيرا المرسل.

بدأ السؤال عند ظهور الوسيلة، هل امتلاك التلفاز حرام أم حلال؟ وعندما انتشر التلفاز في بلدان العالم الإسلامي، أصبح السؤال عن المستقبل، هل النظر إلى التلفاز حرام أم حلال؟ وبعد انتشار الفضائيات، وأصبحت بالمئات في العالم الإسلامي، أصبح السؤال هل العمل في التلفاز حرام أم حلال؟

يرى البعض أن التلفاز نافع وضار، "وإذا نظرنا إلى ما يدسه من سموم من بث الرقص والإستهتار بالفضائل، وكيفية إثارة الجنس، يجعلنا في كمال الإحتياط منه، وعدم إصدار القرار بأنه نافع جيد"⁽¹⁾، ويرى الباحث أن النظر بعين واحدة، وإغماض العين الأخرى عن أهمية التلفاز، والحديث عن مخاطره ومفاسده، دون النظر إلى ضرورة إستثماره لصالح الدين والإنسان والكون والحياة، يجعل منه أكثر فسادا وشراسة، وما كان ذلك إلا لتفرد الغرب به وبتقنياته وفنونه، وتوجيهه كما يشتهون.

لقد استخدم الناس في كل عصر عبر التاريخ ما يبرر لها استعمال أفضل وسائل الإتصال ضمن المتاح⁽²⁾، وهذا بالفعل ما قام به النبي محمد صلى الله عليه وسلم، فاستعمل الشعر والخطابة والرسائل والأذان، وغيرها من الوسائل المتاحة، "وكان عصر

(1) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 144.

(2) يعتبر بعض الباحثين الجهاد من الوسائل الاعلامية في صدر الاسلام كعبد اللطيف حمزة وعبد القادر حاتم، ونستشهد بما قاله ابراهيم امام: "والاصل في الجهاد انه يمهد الطريق لحرية الاعلام الاسلامي وحرية الاتصال بالناس ليسمعوا كلام الله، ويتيح الفرصة امام الدعوة كي يبلغوا الرسالة ويؤدوا الامانة، لانه صلى الله عليه وسلم بعث رحمة للعالمين" (اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 10) ترى هذه الدراسة ان الرسالة اليوم تصل دون السيف، فالتلفاز يدخل البيوت جميعا دون قوة، ومن هنا يعتبر السيف لاغراض اخرى غير الاعلام المعاصر.

الإسلام يعتمد على الكلمة واللقاء المباشر، واليوم نجد وسائل إعلام عديدة منها الإذاعة والتلفزيون... فعلى دعاة الإسلام أن يستغلوا كل فرصة للدعوة في كافة وسائل الإعلام، مع استخدام أسلوب العصر وطريقته ومنهجه"⁽¹⁾.

إن إقبال الناس على التلفاز يتطلب تضافر الجهود لجعله وسيلة للإصلاح، رغم أن بعض القائمين على أمره تربوا في أحضان التربية الغربية، والتي لا يعتبر جوها دينياً"⁽²⁾.

يعتبر الجدل في كل مرحلة من مراحل التطور الإعلامي، من العوامل المعيقة للدعوة الإسلامية، والتي هي خيرية هذه الأمة، " فالدخول في جدل السينما حرام أم حلال ؟ خير من ذلك كله وأجدى العمل الجاد على دفع الشباب إلى النبوغ في هذا المجال، فالحكم ينصب على المستوى والمحتوى"⁽³⁾.

يعتبر الفقه الإسلامي هو الرافد لكل باحث عن الحرام والحلال، وما زال الحديث عن أحكام التلفاز مغيباً عن كتب الفقه، ولا تجد له إلا إشارات سريعة في بعض كتب الإعلام الإسلامي، "وحتى التناول الفقهي للممارسات الإعلامية، كان يتسم بترديد أقوال فقهية عامة، لا تكفي لمن يريد إرشادات شبيهة محددة، لإنتاج بعض المواد الإعلامية"⁽⁴⁾.

تعتبر الوسيلة الإعلامية المتطورة من ضرورات حفظ المال والعرض والنفس، " فالكل يعرف دور الإعلام في إنهاء حرب فيتنام، ولا سيما عندما تبنى وجهة النظر المطالبة بوقف الحرب، ودور الإعلام في إنهاء حكم رئيس أكبر دولة في العالم"⁽⁵⁾، بإجباره على الاستقالة فيما عرف بفضيحة ووترجيت"⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ الدعوة الإسلامية والإعلام الديني. مرجع سابق، ص 17.

⁽²⁾ الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 143.

⁽³⁾ الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 307.

⁽⁴⁾ الإعلام الإسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 392.

⁽⁵⁾ فضيحة ووترجيت فضيحة تجسس باجهزة تنصت في عهد الرئيس الامريكى ريتشارد نيكسون، بدأت عام 1972م وانتهت باستقالته، حيث نشرت الواشنطن بوسط في 8/9 /1974م العنوان بالصفحة الاولى بحجم ضخم " نيكسون يستقيل" وحصلت الواشنطن بوست على جائزة بعد مطاردتها خلال تحرياتها عن قصة ما عرف بوترجيت (انظر تفاصيل ووترجيت: قصص واحداث صحفية شهيرة) <http://www.yabeyrouth.com/pages/index3377.htm>

⁽⁶⁾ الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 16.

يعتبر الجدل حول الوسيلة جدلاً مذموماً، " فالإسلام لم يخترع السيف ولا الخيل ولا اللغة العربية، ولكنه استخدم هذه الوسائل، بعد أن منحها الضابط الأخلاقي"⁽¹⁾، "فليست هناك وسائل وأدوات محددة دون غيرها لنشر الدين الإسلامي، بل يجب استخدام كل الوسائل المتاحة، لتوصيل كلمة الحق إلى الناس أجمعين"⁽²⁾، " فهناك غير المسلمين الذين ينبغي أن تبلغهم الدعوة وإلا كنا أثمين"⁽³⁾، لان اختيار أفضل طرق توصيل الحق إلى العالم(بالحكمة)، والحكمة كلمة جامعة، " فكل طريق يتأتى عنه توصيل الدعوة، فهو مطلوب"⁽⁴⁾.

يشاهد العالم التلفاز عبر الفضاء، وعن بعد مسافات كبيرة بين المرسل والمستقبل، ولم يتجشم المرسل عناء السفر من أجل الدعوة وتبليغ رسالة الإسلام، بهدف إخراج الناس من عبادة غير الله، وإخراجهم من الجهل والفقر والظلم إلى نور العلم والغنى والعدل، ومن الحق أن يتساءل الدعاة ومرسلو الإعلام عبر التلفاز " أليس التلفاز وسيلة، تعين على توصيل كلام الله، وكلام النبي، إلى ملايين الناس؟... والصورة والصوت والحركة والألوان المتعددة جوائز، تشد الناس إلى الجلوس، أمام هذه الشاشة الصغيرة"⁽⁵⁾، وأما ما يجذب الناس من طريق الحرام فهو محرم، وهو من أكبر التحديات التحديات التي تواجه مرسلي البرامج الإسلامية فقد "أظهر إستطلاع من خلال مجموعة كبيرة ممن يقتنون أجهزة إستقبال للقنوات أن: 62% منهم يرى أن القنوات الفضائية تعتمد على المرأة بشكل أساسي، وذلك لجذب المشاهدين"⁽⁶⁾.

ترك الإسلام الوسيلة، لإجتهدات وإبداعات الإنسان، ما دامت تعمل على خدمة الدين والإنسان والكون والحياة، دون مخالفات شرعية ثابتة القطع بالحرمة، " فالوسيلة الإعلامية عن الركن الثاني من أركان الإسلام، ترك اختيارها لإجتهد المسلمين، فاقترحوا بوقا، واقترحوا ناقوسا، واستقروا على الأذان"⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 305.

⁽²⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 39.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 39.

⁽⁴⁾ الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 444.

⁽⁵⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 304.

⁽⁶⁾ اثر القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 15.

⁽⁷⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 305.

" الجيل الإسلامي المعاصر حظه عظيم في الوسائل، إن هو أقبل عليها تحرياً للتقرب إلى الله بكل وسيلة متاحة، وتكيفت معها تكيف من يأخذ بقوله تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ) ^ط(1)، فكل مسلم مكلف بمخاطبة جيله بلسان عصره" (2).

يعتبر الزمن الحالي هو عصر التلفاز، فلا يكاد يخلو بيت أو مؤسسة منه، فضلاً عن امتلاك البعض لأكثر من تلفاز في البيت الواحد، " فأسلوب عرض الإسلام بالتلفاز والقنوات الفضائية، أصبح استخدامها ضرورة شديدة... لأن خلو الميدان منها... يجعل وسيلة الدعوة إلى الله ناقصة، والتقصير فيها يسأل عنها المتسبب أمام الله، واستعمال الآلة لا يقال لها حرام أو حلال، لأن الحكم فيها مبني على الإستعمال" (3).

إن الله عز وجل أمرنا بالإعداد لكل شيء،" (وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ) (4)، والإعلام أصبح قوة عظيمة" (5)، وقال عز وجل: (أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ) (6)، ومن الحكمة اختيار الوسيلة المناسبة للدعوة" (7) والتلفاز هو الأكثر انتشاراً وتأثيراً في عالمنا المعاصر.

وإذا افترضنا الفضائيات هي بمثابة سوق عكاظ في الجاهلية، فعلى المرسل أن يكون كحسان بن ثابت، في الذود والدفاع عن الإسلام والمسلمين، ويميل الباحث إلى الرأي القائل: " على الدعاة إلى الله أن يستغلوا جميع الوسائل المتاحة لنشر الدعوة، وأن يستخدموا سلاح العصر وأسلوبه، والعلماء يقولون إن القوة تكون في كل عصر بما يناسبه، ولا بد أن يكون سلاح المؤمن أرقى سلاح، لإحراز النصر (الإعلامي)، لأن ما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب" (8).

(1) سورة ابراهيم ، الاية 4 .

(2) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 303.

(3) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق ، ص ص 48-49

(4) سورة الانفال، الاية 60.

(5) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 15.

(6) سورة النحل، الاية 125.

(7) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 15

(8) الدعوة الاسلامية والاعلام الديني، مرجع سابق، ص 33.

ينادي بعض الباحثين بتكليف المسلمين مع وسائل الإعلام الحديثة "في تعلم الإخراج والتمثيل والتقديم التلفزيوني، لقد أمر الله المؤمنين بالقول السديد (يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا)⁽¹⁾، والقول السديد يشمل الوسيلة الإعلامية"⁽²⁾.

يمتاز المرسل في الإسلام بأن رسالته واحدة، ويكمل كل مرسل ما ابتدأه السابق، فمن يقرأ القرآن الكريم يجد أن رُسُلَ الله دعوتهم واحدة، وقيمهم واحدة، وأساليبهم متعددة، فلقد "أدى النبي صلى الله عليه وسلم رسالته، وتولى أمر الرسالة أصحابه، فمن المسئول عن هذه الرسالة الإسلامية، بعد أن مضى هؤلاء جميعاً، وسلموا الرسالة لمن بعدهم، وأصبحت أمانة في أعناقهم، وفي أعناق من يرثهم من بعدهم"⁽³⁾، (وَلَتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ)⁽⁴⁾، "إنه لا يمكن للبشرية من بعد الرسل أن يكونوا من غير هاد يدعو، ولا مرشد يبين، قياساً على قوله تعالى (وَمَا كُنَّا مُعَذِّبِينَ حَتَّى نَبْعَثَ رَسُولاً)⁽⁵⁾، وقوله تعالى (وَإِن مِّنْ أُمَّةٍ إِلَّا خَلَا فِيهَا فِيهَا نَذِيرٌ)⁽⁶⁾، فالنذير والبشير لا بد من وجودهما في كل عصر"⁽⁷⁾.

" إن الدين الإسلامي دين دعوة، والدعوة عمل إعلامي بكل ما تحمل هذه العبارة من معنى في أذهان أساتذة الإعلام والاتصال"⁽⁸⁾.

" إختلف العلماء في حكم الدعوة، فقال بعضهم إنها فرض عين، وقال آخرون إنها فرض كفاية"⁽⁹⁾، واستشهد أصحاب الرأي القائل بأنه فرض عين بالآيات التي تحت النبي صلى الله عليه وسلم على تبليغ الدعوة (يَتَأْتِيهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ)⁽¹⁰⁾، (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي)⁽¹⁾، واعتبروا تكليف

⁽¹⁾ سورة الاحزاب ، الاية 70.

⁽²⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ص 327-328.

⁽³⁾ الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 32.

⁽⁴⁾ سورة آل عمران، الاية 104.

⁽⁵⁾ سورة الاسراء ، الاية 15 .

⁽⁶⁾ سورة فاطر، الاية 24.

⁽⁷⁾ الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 371.

⁽⁸⁾ مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 21.

⁽⁹⁾ مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 93.

⁽¹⁰⁾ سورة المائدة، الاية 67.

النبي صلى الله عليه وسلم تكليف لأمته، وإن التبصر والتحقق قبل الإرسال من الواجب أيضاً، بحيث " يكون الداعي له بصر بالأمور، يأتيها من طريقها المسلوكة في رفق ولين في دعوته، ويأتي الأمور من مصادرها ومواردها، مؤمناً بها على بينة من أمرها"⁽²⁾، فالقيام بالدعوة إستجابة لأوامر الله تعالى، والإعراض عنها إعراض عن أوامره"⁽³⁾.

أما أصحاب الرأي القائل بأن الدعوة فرض كفاية، فيستشهدون بقوله تعالى: (وَمَا كَانَتِ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ)⁽⁴⁾، (وَلَتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ)⁽⁵⁾، " ويفسروا (منكم) أنها للتبويض"⁽⁶⁾.

وللوقوف على بعض الكتابات حول جدلية حكم العمل في الإعلام، نقف عند بعض الآراء:

1- " الإعلام فريضة إسلامية ، وهو فرض عين وفرض كفاية"⁽⁷⁾.

2- " إن استخدام البث المباشر في الدعوة إلى الله والدفاع عن المسلمين وشرح قضاياهم، أصبح فرض كفاية يمليه واقع الحال، فالبث المباشر موجود وتأثيره واقع، ولا بد من سد الثغرة، وإلا أصبحنا مقصرين وأثمين بهذا التقصير"⁽⁸⁾.

3- " إن الدعوة إلى الإسلام فرض كسائر الفروض"⁽⁹⁾، " إن الدعوة إلى الإسلام فرض عين على كل قادر عليها، وهو فرض كفاية على الجماعة الإسلامية"⁽¹⁰⁾، " إنه واجب كفائي وعيني معا"⁽¹¹⁾.

⁽¹⁾ سورة يوسف، الآية 108.

⁽²⁾ مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، 211.

⁽³⁾ مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 93.

⁽⁴⁾ سورة التوبة، الآية 122 .

⁽⁵⁾ سورة ال عمران، الآية 104.

⁽⁶⁾ مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 95.

⁽⁷⁾ الصاوي، أمينة. شرف، عبد العزيز. نظرية الاعلام في الدعوة الاسلامية. القاهرة: مكتبة مصر، 1985، ص 21.

⁽⁸⁾ الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 14.

⁽⁹⁾ الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 394.

⁽¹⁰⁾ الاعلام في القرآن الكريم، المرجع السابق، ص 383.

⁽¹¹⁾ المرجع السابق، ص 396.

4- " والدعوة تكليف وفريضة على كل مسلم بالغ عاقل ذكرا كان أو أنثى، شريطة أن تكون الدعوة قائمة على علم وبصيرة"⁽¹⁾، " إن الدعوة إلى الله فرض عين وفرض كفاية في وقت معا... إن التكليف عام يقوم كل بكفايته، وما أتاه الله من علم وموهبة ... فكل مسلم يدعو إلى الله بالقدر الذي يعلمه"⁽²⁾.

5- " العمل الإعلامي والدعوة والإرشاد والتوجيه، ليس حكرا على أحد في المجتمع الإسلامي، فلا يوجد فيه أفراد أو هيئات، مهمتها فقط تقديم الأفكار والمعلومات، وإنما هذه مهمة كل فرد مسلم"⁽³⁾.

6- " ويقول إبراهيم إمام : فالإعلام الإسلامي واجب على كل مؤمن ومؤمنة، ومن تخاذل عنه لا يعد مؤمنا"، ويعلق صيني: " ولو أن أحدا قال هذا عن الدعوة إلى الإسلام لعد مبالغة ، فكيف يقال هذا عن الإعلام الإسلامي بأي معنى كان"⁽⁴⁾.

7- " إن الدعوة إلى الإسلام فرض عين على كل قادر عليها، وفرض كفاية على الجماعة الإسلامية"⁽⁵⁾.

وردت كلمة الدعوة للنبي صلى الله عليه وسلم في القرآن الكريم بفعل الأمر " وكل أمر للنبي هو أمر لأمته، إلا أن يقوم الدليل على تخصيص التكليف بالنبي"⁽⁶⁾، وهذا وهذا ما ذهب إليه عبد القادر حاتم أيضا، " ومن المقررات الشرعية في الدلالات القرآنية أن كل أمر للنبي صلى الله عليه وسلم، هو أمر لأمته، إلا أن يقوم الدليل على تخصيص التكليف بالنبي صلى الله عليه وسلم، وجاء الأمر بالتبليغ موجها للنبي فكان هذا أمر للناس كافة"⁽⁷⁾.

مما سبق يتبين إستبعاد جدلية العمل في التلغاز حرام أم حلال؟ والخلاف يقتصر على جدلية وجوب العمل، هل هو فرض كفاية، أم فرض عين ؟

⁽¹⁾ أصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص ص 22- 23.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 24.

⁽³⁾ الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 50.

⁽⁴⁾ الاعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 380.

⁽⁵⁾ مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 222.

⁽⁶⁾ المرجع السابق، ص 214.

⁽⁷⁾ الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 376.

من يقرأ القرآن الكريم، يجد آيات متعددة، وتأمّر بصيغ متعددة (مثل نبئهم، أبلغ، قل، أمر) تدل دلالة صريحة لا تحتاج إلى تأويل، " بأن واجب الدعوة والإعلام للإسلام، أمر لا يحتاج للتأكيد، فهي مسؤولية شرعية، وليست عملاً هامشياً"⁽¹⁾.

"من أصول الإعلام الإسلامي، انه إعلام واجب، وفرض على كل من يستطيع"⁽²⁾، ويميل الباحث إلى الرأي القائل "بأن التقصير في الإعلام بالإسلام والدعوة إليه معصية يعاقب عليها الله سبحانه وتعالى"⁽³⁾، وهذا ما ذهب إليه باحث آخر بقوله: " إن التقصير في الإعلام بالإسلام والدعوة إليه معصية"⁽⁴⁾، وهو مخالفة صريحة لقول النبي صلى الله عليه وسلم: (بلغوا عني ولو آية)⁽⁵⁾، ولكن الأداء كما سمع، دون زيادة أو نقص، وهذا ما وضحته أقوال النبي صلى الله عليه وسلم (نَضَرَ اللهُ امرأً سمع منّا شيئاً فَبَلَغَهُ كما سمع)⁽⁶⁾، وقوله صلى الله عليه وسلم: (فَوَاللَّهِ لَأَنْ يَهْدِيَ اللهُ بِكَ رَجُلًا خَيْرٌ خَيْرٌ لَكَ مِنْ أَنْ يَكُونَ لَكَ حُمْرُ النَّعَمِ).⁽⁷⁾

تصل دراسة هذا المبحث إلى نتيجة مؤداها، أن عمل المرسل يصل إلى حد العبادة، فعندما يربط المرسل عمله الإعلامي بالعبادة، تصبح أهدافه ووسائله وأساليبه ملتزمة بما أمر الله به " وليس في التصور الإسلامي نشاط إنساني لا ينطبق عليه معنى العبادة أولاً وأخيراً"⁽⁸⁾، " فالمسؤولية الإعلامية في الإسلام، ما هي إلا عبادة كلف بها جميع المسلمين، وهذه المسؤولية لا تقل أهمية عن سائر العبادات الأخرى"⁽⁹⁾، " والمسؤولية الإعلامية في الإسلام تلقى على كاهل كل مسلم، بقدر ما تسمح له بذلك قدرته وإمكانياته، حتى لا يقع فيما لا يحمد عقباه، ويضلل الناس بدل أن يهديهم، وعليه أن يدعو في حدود ما يعرف فقط"⁽¹⁰⁾.

(1) مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 210.

(2) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 91.

(3) المرجع السابق، ص 96.

(4) سرييق. اصول الاعلام الحديث وتطبيقاته. مكة المكرمة: نادي مكة الثقافي الادبي، ص 79.

(5) صحيح البخاري : ج3/ص1275 . كتاب الأنبياء . باب ما ذُكِرَ عن بَنِي إِسْرَائِيلَ . ح(3274) .

(6) سنن الترمذي : ج5/ص34 . كتاب العِلْمِ عن رسول الله صلى الله عليه وسلم . باب ما جاء في الْحَثِّ على تَبْلِيغِ السَّمَاعِ . ح(2657) . وقال أبو عيسى أي الترمذي هذا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ .

(7) صحيح البخاري : ج3/ص1096 . كتاب الْجِهَادِ وَالسِّيَرِ . باب فَضْلِ مَنْ أَسْلَمَ على يَدَيْهِ رَجُلٌ . ح(2847) .

(8) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 31.

(9) مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 25.

(10) المرجع السابق، ص 27.

وسواء كانت الدعوة فرض عين أم فرض كفاية، لا بد لها من وسيلة تناسب العصر، وبما أن التلفاز هو الوسيلة الأكثر شيوعاً وتأثيراً في العالم، فإن الإرسال عبر التلفاز من أجل إحقاق الحق ونشر العدل، يدخل في الحكم ذاته، القائل بالفرض على المرسل المسلم،" وقد يتوهم البعض أن واجب الدعوة لا يلزمه، لأنه ليس من العلماء، بدليل قوله تعالى ((وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ))⁽¹⁾، لكن الرازي إعتبر (من) هنا للتبيين وليست للتبويض"⁽²⁾، عدا عن ذلك فإن إعلام الأبناء والزوجات والأقربين، والأصدقاء، والعشيرة، لا ينجو منها مرسل، فالكل في حكم فرض العين هنا. تخلص دراسة هذا المبحث إلى أن حكم العمل في التلفاز يدور مع العلة والمقاصد، والإستخدام هو الذي يحدد نوع الحكم الشرعي، وهداية البشر والدعوة من خلال أحدث الوسائل تعتبر عبادة لله .

(¹) سورة ال عمران ، الآية 104.

(²) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 23.

المبحث الثالث: كيف يتم إختيار المرسل

عرف العرب قديماً أهمية إختيار المرسل، فجاء شعرهم معبراً عن كيفية

الإختيار:

إِذَا كُنْتَ فِي حَاجَةٍ مُرْسِلاً فَأَرْسِلْ لَبِيباً وَلَا تُوصِهْ
وَإِنْ بَابُ أَمْرٍ عَلَيْكَ التَّوَى فَشَاوِرْ حَكِيماً وَلَا تَعْصِهِ⁽¹⁾

تم إختيار عمرو بن العاص كمرسل من قبل قريش إلى النجاشي ضد المهاجرين المسلمين، وسبب الإختيار، ما رأته قريش من صفات في عمرو بن العاص من الدهاء والحكمة، والمقدرة على الإقناع، إضافة إلى المكانة والعلاقة التي يحظى بها عند النجاشي.

تتغير وسائل الإختيار من عصر لعصر، وتتغير من جهة إلى أخرى، وتتغير الشروط حسب الحاجات والغايات المرجوة من الإختيار.

تتنافس الفضائيات ذات الإمكانيات والقدرات المتميزة والمتطورة، من أجل إستقطاب أفضل المرسلين، من مذيعين ومراسلين ومقدمي برامج، وتبذل الأموال الطائلة، في سبيل إيجاد الكوادر الإعلامية، ودخلت الإغراءات المالية الساحة الإعلامية، مما جعل بعض القائمين على وسائل الإعلام، يحتكرون وظائفها لصالح المقربين إليهم.

تلجأ بعض الفضائيات الى استقطاب المرسلين المميزين، والذين يعملون في فضائيات أخرى، من خلال الحوافز الأكثر إغراءاً، والأجور المرتفعة⁽²⁾.

أما إختيار المرسل في التلفاز الحكومي، فيدخل فيه إعتبرات معقدة ومتشابكة، والتي تبتعد كثيراً عن التخصصات الإعلامية، منها الإختيار حسب الإلتناء والولاء

(1) تاج العروس ج8، مرجع سابق، ص220

(2) تتجاوز اجور ومراتب بعض العاملين في الفضائيات الخاصة في فلسطين العشرة الاف دولار ، أي بمعدل عشرين ضعف متوسط الرواتب.

السياسي، ومنها حسب العلاقات الشخصية للمتنفذين في تلك المؤسسة، ولا غرابة أن تجد المرسل لا يتقن ولا يعرف أبسط قواعد وضوابط اللغة العربية، أو أن صوته وصورته غير مناسبين للظهور على شاشة التلفاز، وقد تجد حملة الصحافة في بعض التلفزيونات لا يتجاوز نسبة 5% (1).

يتم الإعلان أحيانا عن حاجة التلفاز إلى موظفين، فنتهال الشهادات والمؤهلات على شؤون الموظفين، وقد يتم إختيار الموظفين مسبقا، ولم يكن الإعلان إلا مجرد إجراء روتيني، وإيضفاء قانونية وشرعية على التعيينات، التي تمت في التلفاز.

وضع الإسلام منهاجا واضحا لإختيار المرسل، فإله سبحانه وتعالى وهو أحكم الحاكمين، إصطفى الأنبياء والمرسلين، فكان إختياره سبحانه لرسله من الملائكة ومن البشر "يتصف بكل السداد والكمال، وهم يمثلون صفوة الصفوة" (2)، (إِلَهُ يَصْطَفِي مِنْ أَلْمَلَيْكَةِ رُسُلًا وَمِنْ النَّاسِ) (3).

يعتبر المرسل من خيرة الناس، فإله سبحانه عندما وصف المسلمين بأنهم خير أمة أخرجت للناس، جعل السبب هو الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ) (4)، وكذلك جعل الله عز وجل رسله أفضل خلقه، وأخبر أنه إصطفاهم على العالمين (إِلَهُ أَعْلَمُ حَيْثُ يَجْعَلُ رِسَالَتَهُ) (5).

جعل الإسلام معيار إختيار المرسل هو البحث عن الأصلح، وصفات الصلاح المعتبرة في الإسلام، هي القدرة والأمانة والأهلية، (إِنَّ خَيْرَ مَنْ أَسْتَعَجَزَتْ أَلْقَوِيُّ أَلْأَمِينُ) (6)، ومعيار الأمانة، هو خشية الله تعالى، وترك خشية الناس (فَلَا تَخْشَوُا النَّاسَ

(1) عدد موظفي تلفزيون، سبق توثيقه.

(2) الإعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 154.

(3) سورة الحج، الآية 75.

(4) سورة آل عمران، الآية 110.

(5) سورة الانعام، الآية 124.

(6) سورة القصص، الآية 26.

وَأَحْشَوْنَ⁽¹⁾، والحذر من بيع المعلومات وشرائها والتي قد تؤدي إلى فساد في المجتمع، أو ضرر في الدين (وَلَا تَشْتَرُوا بِغَايَتِي ثَمَنًا قَلِيلًا)⁽²⁾، والجرأة في التعبير، " من واجب الإعلاميين المسلمين أن يكون عندهم دراية في تحليل القضايا الدينية...لتلقي رجال الإعلام الإنزلاق والسير في ركب المعترضين، الذين لم يفهموا من الإسلام إلا قدرا بسيطا"⁽³⁾.

تعتبر محاولة الإجتهد في إختيار الأكثر أمانة، ضرورة ملحة في إختيار المرسل، فعدم الأمانة يؤدي بالمرسل إلى بث ونشر الكذب، والتدليس والإفتراء على المعارضين، وبالتالي يؤدي إلى فتن، قد تؤدي بالمجتمعات ومقدراتها، " إن الصحافة نور ونار، حين توضع في يد الأمانة على مصير الأمة الإسلامية، ونار مدمرة حين توضع في أيدي غير هؤلاء"⁽⁴⁾.

من هنا جاء التحذير النبوي الشريف على أهمية الإختيار، فقال صلى الله عليه وسلم: " من استعمل رجلا من عصابة وفي تلك العصابة من هو أرضى الله منه فقد خان الله وخان رسوله وخان المؤمنين"⁽⁵⁾، ويرى الباحث أن الإستعانة بالذين هم أحسن عملا، عملا، والمتخصصين والخبراء والفنيين، مع مراعاة جانب التزامهم بأداب الشريعة الإسلامية، هو من المطالب التي حث عليها النبي صلى الله عليه وسلم.

تقدمت وتطورت وسائل الإعلام في الآونة الأخيرة بسرعة البرق في الإرسال، وإختيار المرسل غير المؤهل، والغير قادر على التفاعل مع المخترعات الحديثة، يجعل الرسالة الإعلامية، لا تتجاوز المكان الذي ترسل منه، فالتنافس كبير والوسائل لا حدود لها، "فالمرسل في الإعلام الإسلامي يجب أن يختار بعناية، من حيث قدرته على توظيف تقنيات الاتصال توظيفا فعالا، من حيث المهارة والتصور"⁽⁶⁾.

إعتبر الإسلام الخبرة ضرورية لأي عمل، ولا تخرج أهمية الخبرة في مجالات الإعلام عن المنهج الذي جاء به القران حيث قال تعالى: (فَسَلِّ بِهِمْ خَيْرًا)⁽⁷⁾، (وَلَا

⁽¹⁾ سورة المائدة ، الاية 44.

⁽²⁾ سورة المائدة ، الاية 44.

⁽³⁾ الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص ص 75 - 76.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 148.

⁽⁵⁾ المستدرک على الصحيحين : ج4/ص 104 . كتاب الأحكام . ح(7023) .

⁽⁶⁾ الإعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 117.

⁽⁷⁾ سورة الفرقان ، الاية 59.

مُنْتَبِئَكَ مِثْلُ حَئِيرٍ⁽¹⁾، وتستنبط الدراسة أن مطلب الشريعة الإسلامية في سؤال الخبير، لا يختلف عن إختيار الخبير، والمرسل ذو الخبرة، هو الأولى في الإختيار.

ويدخل ضمن شرط الإختيار حسب الخبرة، الإختيار حسب التخصص، "فالدعوة الإسلامية دعوة تخصصية، يضطلع بها من هم أهل لها، وليس من المعقول أن يترك الأمر فيها إلى فرق متخاصمة، ولا إلى جماعات ذات شعارات متضاربة"⁽²⁾.

تزداد أعداد الفنين المسلمين كل يوم، والأمانة الدينية والوطنية تتطلب الإستفادة من خبرتهم، بعد الإختيار النزيه لهم، ضمن ما يراه الخبراء والعلماء والمتخصصون، ومن ثم ضبطه بأخلاقيات الشريعة الإسلامية، وفي المقابل فإن المال في العالم الإسلامي وفير، ومن المعروف أن المال والخبرة، هم روافد الإعلام الناجح والمنافس، وما على الخبراء ورؤوس المال إلا العمل ضمن ما يرضي الله عزوجل، (وَقُلِ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ)⁽³⁾.

حثت آيات كثيرة في القران الكريم على العلم، والمرسل العالم بما يقول وما عليه قوله، هو المرسل الناجح والقادر على إيصال رسالته إن كان مديعاً، وهو المرسل الأكثر قدرة على محاوره ضيوفه إن كان مقداً للبرامج الحوارية، وهذا يقود الباحث إلى اعتبار المرسل المعد أو المشارك في الإعداد، أكثر فاعلية وقدرة على إيصال الرسالة إلى الجمهور من المرسل القارئ للنشرة فقط، أو المقدم الذي أخذ المعلومات والأفكار من معد آخر، والدليل على أهمية العلم للمرسل، أن الله سبحانه وتعالى زاد العلم للذين إصطفاهم لرسالته، (إِنَّ اللَّهَ اصْطَفَاهُ عَلَيْكُمْ وَزَادَهُ بَسْطَةً فِي الْعِلْمِ وَالْجِسْمِ)⁽⁴⁾.

يعتبر الإصطفاء للعلم والجسم، منهج إرضاه الله سبحانه حسب الآية السابقة، " ويذهب علماء الإسلام إلى أن المرسل يختار ممن لا يكون فيه من العيوب، مثل الحدة والحسد والغفلة والعجلة، فإن صاحبها يضع الأشياء في غير موضعها، ويسبق بها أوقات فرصها، فرب عجلة تهب ريثاً"⁽⁵⁾، فإذا كان المرسل ضعيف الإرادة والشخصية،

⁽¹⁾ سورة فاطر، الآية 14.

⁽²⁾ مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 283.

⁽³⁾ سورة التوبة، الآية 105.

⁽⁴⁾ سورة البقرة، الآية 247.

⁽⁵⁾ الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 118.

فقد يصبح دمية بيد السياسيين والإقتصاديين، ومن خلاله تمر الدعايات والمعلومات والأفكار المغلوطة، والتي يهدف أصحابها خدمة إدعاءاتهم السياسية والشخصية، أكثر منها خدمة الله ورسوله ولجمهور المؤمنين أولاً، وجمهور العالمين ثانياً، فلا بد أن يكونوا "خبراء، إحصائيين، وفنيين، ومؤلفين، وكتابا ذوي خبرة...ذوي قلوب يقظة محبة للإسلام"⁽¹⁾.

لا يرى الإسلام غضاضة في إختيار الشكل الأجل، والأكثر قبولا على شاشة التلفاز، فالنفس البشرية تميل إلى الجمال، وله في النفس قبولا، وهي صفة أحبها الله سبحانه، (إن الله جميل يحب الجمال)⁽²⁾.

تأتي بعد مرحلة الإختيار، مرحلة الإعداد والتدريب، وهذا ما تقوم به معظم تلفزيونات العالم، بسبب التطور المستمر في وسائل وأساليب الإعلام، ففي كل يوم ما هو جديد، فبعد الإختيار، لا بد من إعداد المرسل وتهيئته، ليكون مناسباً للعمل التلفزيوني، ولأهمية تدريب المرسل "إهتمت الدراسات الإعلامية الحديثة، بتدريب رجال الإعلام، وإعدادهم كدراسة (لبوروستن)، وقام (لويين) بتطوير هذه الدراسة"⁽³⁾، ونسي المسلمون أو تناسوا، أن الإسلام له اهتمام خاص بالقائم بالإتصال، من خلال إصطفاء الأنبياء وتربية الله لهم على عينه، فكانوا أحسن الناس خلقاً وأصدقهم قولاً.

ويعتبر الإعداد والتدريب من الأساليب التي شجع عليها الإسلام، " فإله سبحانه وتعالى أعد نبيه صلى الله عليه وسلم، وهيئه لهذه الرسالة العظمى على الشكل الأكمل"⁽⁴⁾، فأعدده للقراءة أولاً، ثم أمره بالأداء الجيد، (وَرَبَّلَ الْقُرْآنَ تَرْتِيلاً)⁽⁵⁾، "اي اقرأ آيات آيات القرآن على تمهل، لأن ذلك يكون عوناً على فهمها وتدبرها على الوجه الأكمل"⁽⁶⁾، " فتدريب الدعاة على أسس إعلامية، جاءت في القرآن الكريم والسنة الشريفة، والتدريب أيضاً على وسائل إعلامية حديثة، تتلاءم مع هذا العصر والعصور القادمة"⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 43.

⁽²⁾ صحيح مسلم : ج1/ص93 . كتاب الإيمان . باب تحريم الكبر وبيانه . ح(91).

⁽³⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ص 435-436. بتصرف.

⁽⁴⁾ الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 163.

⁽⁵⁾ سورة المزمل، الاية 4.

⁽⁶⁾ الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 168.

⁽⁷⁾ الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص ص 436-437.

يرى الباحث من الأسباب في ضعف الرسائل الإعلامية الإسلامية المعاصرة، هو عدم التدريب على أساليب الإرسال عبر شاشات التلفاز، سواء على مستوى الأداء الصوتي، أو الشكل، أو الجلوس، أو حركات اليد والرأس والإبتسامة، وإن حصل التدريب لبعض علماء المسلمين، فيكون التدريب متأخرا عما أبدع فيه الغرب والآخرين في وسائل الإعلام، فما زال بعض الذين يرسلون مواعظ تلفزيونية، كأنهم على منابر الجمعة، أو يندرون جيشا.

المبحث الرابع: صفات المرسل

إن كل رسالة لا بد لها من مرسل وهذا المرسل لا بد وأن يتصف بخصال، فكان إختيار وإصطفاء الله للمرسل فأدبهم " أدبني ربي فأحسن تأديبي" (1) فكانت كلمته لينة محببة (وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ) (2)، ويتجمل ويتزين ويبتسم ويصبر ويرحم (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ) (3).

يتعني كل من يتحدث عن الإعلام الإسلامي والوضعي بكلمة الصدق في نقل الخبر، ولو نظرنا إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم، لوجدنا المصدق له قريش قبل الدعوة، وشهد له بعد الدعوة المعارضون قبل المناصرين، ويؤكد القرآن حقيقة عدم تكذيبه، (فَأَيُّهُمْ لَا يُكَذِّبُوكَ وَلَكِنَّ الظَّالِمِينَ بَيَّاتٍ اللَّهُ تَجْحَدُونَ) (4)، وهذا الصدق سيسأل سيسأل عنه حتى الصادق (لَيْسَ لَ الصَّادِقِينَ عَن صِدْقِهِمْ) (5).

المرسل له من يوسف عليه السلام أسوة طيبة، بعد أن لاقى عناء الجب وعناء السجن، وإغراء الفتن، ودخول القصور، فأوصل الرسالة حيثما كان، فكان مرسلًا جميل الخلق والخلقة.

يقول عيسى عليه السلام (مَا يَكُونُ لِي أَنْ أَقُولَ مَا لَيْسَ لِي بِحَقِّ) (6) ويتابع (مَا

قُلْتُ هُمْ إِلَّا مَا أَمَرْتَنِي بِهِ) (7).

(1) المناوي ، عبد الرؤوف المناوي : فيض القدير شرح الجامع الصغير، ج1/ص225 . ط1 . دار النشر: المكتبة التجارية الكبرى - مصر - 1356هـ . ولأمانة العلمية فقد قال عنه المناوي حديث ضعيف ، ونقل ما قاله الزركشي: " حديث أدبني ربي فأحسن تأديبي "معناه صحيح لكنه لم يأت من طريق صحيح وكذلك ذكره ابن الجوزي في الواهيات .

(2) سورة ال عمران ، الآية 159.

(3) سورة الانبياء ، الآية 107.

(4) سورة الانعام، الآية 33.

(5) سورة الاحزاب، الآية 8.

(6) سورة المائدة ، الآية 116

(7) سورة المائدة ، الآية 117

ولعل خطورة الكذب الإعلامي، وخاصة بأمور الدين، ما صرحت به الآية الكريمة (وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَلٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِّتَفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ ۚ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ)⁽¹⁾.

يسارع معظم من كتب في صفات الإعلامي المسلم في تعميم صفات الصدق والنزاهة، على كل العاملين في ميادين الإعلام، علما أن بعض المهن تحتاج إلى عنصر الإلتقان أكثر من عنصر الصدق، والإلتقان من التوجيهات الإسلامية في الكتاب والسنة (إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه)⁽²⁾، ولعل صيني لامس هذه الحقيقة في قوله: " وفي الحديث عن صفات الإعلامي، أو المصدر، أو القائم بالإتصال، من وجهة النظر الإسلامية، هناك شروط ربما كان فيها شيء من المبالغة، وتحتاج إلى إعادة نظر.....ويكفي أن نعرف أن هذه الشروط متعسفة، عندما نتذكر أن الإعلامي قد يكون مهندس إضاءة، وصوت، وصورة، وديكور، ومنتج، ومصور..إلى غير ذلك من الأعمال الفنية، التي لا يحتاج فيها الإعلامي إلى أن يكون عالما بدينه، أو عارفا بكل ما هو حرام، وكل ما هو حلال"⁽³⁾.

" وينحو ألفتياي المنحى نفسه في تجميع ما أمكن من صفات إيجابية، وتضمينه كتابه عن صفات رجل الإعلام الإسلامي، فقد جعل من مواصفات رجل الإعلام النظافة، ومنها الطهارة ولبس أحسن الثياب، ونظافة المكان الذي يسكنه، وأن يكون رياضيا، وأن يكون قوي الإرادة وقوي الأعضاء، ولا جرم عليه أن يعشق الجمال والزينة في جسمه وثوبه ونعله، وفي بيته وكل ما يتصل به.....أما بالنسبة لمجموعة المهارات التي تقف خلف المذيع فكأنها غير موجودة أو ثانوية"⁽⁴⁾.

حاول بعض الباحثين جمع أكبر عدد ممكن من الصفات، التي إعتبرها مهمة للداعية أو للمرسل أو لرجل الإعلام، "صفات الداعية: قوي الشخصية، واضح الصوت، عذب الحديث، ناصع الحجة، هادئ النفس، واسع الأفق، ملما بقسط من العلوم الحديثة، ليتمكن من ربط الدين بالدنيا، يتمتع بسمعة طيبة، بعيدا عما يعاب من قول أو عمل، ليكون قدوة للناس، وأن يكون مؤمنا برسالته، لا ينظر إليها على أنها وظيفة أو وسيلة

⁽¹⁾ سورة النحل، الآية 116.

⁽²⁾ أبو يعلى ، أحمد بن علي بن المثنى أبو يعلى الموصلى التميمي : مسند أبي يعلى. تحقيق: حسين سليم أسد. ج7/ص 349 . مسند عائشة. ح(4386) . ط1 . دار النشر: دار المأمون للتراث - دمشق - 1404 - 1984 .

⁽³⁾ الاعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص ص 373-374.

⁽⁴⁾ الاعلام الاسلامي النظري في الميزان ، المرجع السابق، ص ص 375-376.

لكسب العيش فحسب، وأن عليه واجب مقدس يؤديه، غير مرتبط بوقت معين، وأن يكون مع الفقير مثلما يكون مع الغني، وأن يندمج في المجتمعات دون تحيز لفئة دون أخرى، وأن يبتعد عن التيارات الحزبية أو الطائفية، وأن لا يقنع بمؤهله العلمي والديني، وإنما يديم الإطلاع والدراسة، للإستزادة من العلم ومتابعة الأحداث، وأن يكون لسانه من وراء عقله، لا يتكلم إلا بعد تدبير، ولا ينطق إلا بما يتحقق منه، ولا يروج شائعة لم يقم الدليل القاطع على صدقها، وأن يكون عف اللسان، بعيداً عن أسلوب التهكم والتهميم، وليتجنب إثارة عواطف الشباب بالباطل، وما يؤدي إلى بلبلة، طمعا في نيل أغراض سياسية وحزبية أو طائفية، فهذا ليس من الدين في شيء، (يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا)⁽¹⁾، وأن يعاون في حل مشكلات الناس⁽²⁾.

المرسل المتهم من الجمهور بعدم الصدق أو الدقة أو الموضوعية، لن ينجح في إيصال رسائله إلى الجمهور، أو تغيير سلوكياته، أو الرقي بالمجتمع، فكانت صفات المرسل القدوة محمد صلى الله عليه وسلم، قبل بدأ ممارسة المهمة الموكلة إليه، فعندما سأل الرسول صلى الله عليه وسلم أهل مكة (أَرَأَيْتَكُمْ لَوْ أَخْبَرْتُكُمْ أَنَّ خَيْلًا بِالْوَادِي تُرِيدُ أَنْ تَغِيرَ عَلَيْكُمْ أَكُنْتُمْ مُصَدِّقِي قَالُوا نَعَمْ مَا جَرَّبْنَا عَلَيْكَ إِلَّا صِدْقًا)⁽³⁾ فكان جوابهم: أنت عندنا غير متهم، وما جربنا عليك كذباً قط، وفي موقف آخر، برر المسلمون إلى النجاشي ملك الحبشة قبولهم دعوة الرسول صلى الله عليه وسلم بمعرفتهم صدق وأمانة وعفاف النبي محمد صلى الله عليه وسلم .. وكان الذي كلمه جعفر بن أبي طالب قال له أيها الملك كنا قوماً أهل جاهلية نعبد الأصنام ونأكل الميتة ونأتي الفواحش ونقطع الأرحام ونسيء الجوار ويأكل القوي منا الضعيف فكنا على ذلك حتى بعث الله إلينا رسولاً منا نعرف نسبه وصدقه وأمانته وعفافه فدعانا إلى الله لتوحيدنا ولنعبده ونخلع ما كنا نعبد نحن وآباؤنا من دونه من الحجارة والأوثان، وأمرنا بصدق الحديث وأداء الأمانة وصلة الرحم وحسن الجوار والكف عن المحارم والدماء، ونهانا عن الفواحش وقول الزور وأكل مال اليتيم وقذف المحصنة، وأن نعبد الله لا نشرك به شيئاً، وأمرنا بالصلاة والزكاة والصيام، قالت فعدد عليه أمور الإسلام فصدقناه وأمنا به وإتبعناه على

(1) سورة الاحزاب ، الاية 70.

(2) مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 286.

(3) صحيح البخاري : ج4/ص1787 . كِتَابُ التَّفْسِيرِ "الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ" اسْمَانِ مِنَ الرَّحْمَةِ الرَّحِيمِ وَالرَّاحِمُ بِمَعْنَى وَاحِدٍ كَالْعَلِيمِ وَالْعَالِمِ . بَاب " وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ وَخُفِّضْ جَنَاحَكَ " أَلَنْ جَانِبَكَ . ح(4492) .

ما جاء به من عند الله، فعبدنا الله وحده ولم نشرك به، وحرمانا ما حرم علينا وأحللنا ما أحل لنا، ثم ذكر باقي الحديث⁽¹⁾.

أمرسل المتهم بأي صفة من الصفات الغير مقبولة لدى الرأي العام، تعتبر حائلا بين المرسل والجمهور، فهذا يوسف عليه السلام رفض الخروج من السجن قبل أن تثبت براءته بالدليل القاطع عند الرأي العام، فكان يعي عليه السلام أنه دون هذه البراءة، لن يؤدي الرسالة المرجوة والمؤثرة على مصداقية ما يقول.

يجب أن يتميز المرسل بصفات خاصة، منها أن يكون موضع ثقة وإحترام المتلقي، وأن يكون متخصصا ذا خبرة في مجاله، "وخلاصة القول في شخصية الإعلامي أنه يجب أن يكون مزوداً بالعلم، وبصفات خلقية حميدة، وهما أمران يحققان الثقة، ويكسبانه إحترام الجميع"⁽²⁾.

من الملاحظات على كتابات الإعلام الإسلامي حول أخلاقيات وصفات رجل الإعلام أو المرسل أو الصحفي:

1- كل الصفات المذكورة من الصدق والأمانة وكلمة الحق والنزاهة والصبر... الخ، هي صفات إسلامية عامة لكل من إعتنق الإسلام وآمن بربه، وليست خاصة برجل الإعلام أو الصحفي والمرسل وحده، وإن كانت من الصفات المهمة، لكن الأجدى إبراز خصوصيات الإعلامي بها، وهذا ما ستحاول هذه الدراسة إلقاء الضوء عليه.

2- إن هذه الصفات، لا تخرج عما جاء في كتب السيرة وكتب تاريخ الخلفاء الراشدين والمسلمين من بعدهم، عبر التاريخ الإسلامي، من صفات المؤمنين الأولياء والصالحين.⁽³⁾

(1) ابن خزيمة ، محمد بن إسحاق بن خزيمة أبو بكر السلمي النيسابوري : صحيح ابن خزيمة ، تحقيق: د. محمد مصطفى الأعظمي . ج4/ص 13 . باب ذكر البيان أن فرض الزكاة كان قبل الهجرة إلى أرض الحبشة إذ النبي صلى الله عليه وسلم مقيم بمكة قبل هجرته إلى المدينة . ح(2260) . دار النشر: المكتب الإسلامي - بيروت - 1390 - 1970 .

(2) الإعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص ص 38-40.

(3) كتاب د. تيسير الفتياي نموذج لهذا النوع من الباحثين الذي بدأ بالتاريخ والسيرة، وانتقل للحديث عن مقومات رجل الاعلام، وعندما تحدث في فصل كامل عن المقوم الروحي، قسمه ما بين العقيدة والعبادات من صلاة وصوم وزكاة وحج، معتبرا لها اثار هامة على رجل الاعلام، وهذا صحيح، ولكنها ليست خاصة بالاعلامي دون غيره من المسلمين، ثم تلاها بالمقوم الاخلاقي، والاخلاق مطلوبة من كل مسلم . (مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص ص 103-163.

3- ترى الدراسة أن شرطية الإسلام، هو شرط من شروط من أراد أن يكون مرسل للبرامج الإسلامية، ومن الطبيعي أن يلتزم بسلوكه وأخلاقه وصفاته، بكل تعاليم الإسلام، ابتداءً بالإيمان وأداء العبادات، وإنهاءً بالهدف المنشود (وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ)⁽¹⁾.

4- أن يعتبر المرسل كل ما يقوم به، هو من العبادة التي يبتغي بها الأجر وإرضاء مرضاة الله عز وجل، الذي أمر بالقول والجهر به، واليوم وسائل الإعلام الحديثة والمتطورة، هي المطلب التعبدية للقول والجهر به، من خلال المذياع والإنترنت والتلفاز، الذي هو مدار هذه الدراسة.

يرى الباحث أن أهم الصفات التي يجب التركيز عليها في مرسل التلفاز المسلم

هي:

أ- أن لا يكون المرسل إمعة، إذا آمن أولو الأمر قال آمنا، " فليست وظيفتك أن تقبل دون أن تبصر فنتشر في إستسلام ما تمليه عليك المصادر"⁽²⁾.

ب- أن يتصف المرسل بالصدق والعدل (وَتَمَّتْ كَلِمَتُ رَبِّكَ صِدْقًا وَعَدْلًا)⁽³⁾، والصدق المطلوب هو صدق الأقوال والأفعال، والصدق مع الذات⁽⁴⁾، لأن بعض المرسلين يقولون ما لا يفتنون به إما خوفاً أو نفاقاً، وأحياناً يقولون بعكس ما يتصرفون، والله تعالى يقول: (أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ)⁽⁵⁾.

ج- شخصية المرسل السلوكية، تؤثر على المستقبل، فينفذ الجمهور من حول تلفازه إلى تلفاز آخر، (وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنَّفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ)⁽⁶⁾.

د- المعرفة العلمية وإتقان المهنة، تجعل المشاهد يثق بالمعلومات والأفكار والحقائق الجديدة، التي يشير إليها المرسل.

⁽¹⁾ سورة الذاريات، الآية 56.

⁽²⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 41.

⁽³⁾ سورة الانعام، الآية 115.

⁽⁴⁾ الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص ص 45- 47.

⁽⁵⁾ سورة البقرة، الآية 44.

⁽⁶⁾ سورة آل عمران، الآية 159.

وترى هذه الدراسة ضرورة الحديث عن: صفات شكلية، وصفات علمية، وصفات فنية، وصفات عامة للمرسل.

المطلب الأول : صفات المرسل الشكلية:

هل صفات المرسل الإسلامي الشكلية ضرورية؟

ويقصد الباحث بالشكلية، كاللحية، والزي التقليدي⁽¹⁾ وغطاء رأس، أو لبس البذلة الأنيقة... الخ.

تناولت بعض كتب الإعلام الإسلامي النظافة والزي، وكل ما ذكر لا يخرج عن كتب الفقه عن الطهارة وأحكام اللباس، وهي مطلوبة من كل مسلم، سواء أكان إعلامياً أو غير إعلامي⁽²⁾، فحب الجمال وحب النظافة، فطرة في النفس الإنسانية، وهي علامة إيمانية لكل من التزم بها، فالنظافة من الإيمان، وفي الحديث: (خَمْسٌ مِنَ الْفِطْرَةِ الْخِتَانُ وَالْإِسْتِحْدَادُ وَنَتْفُ الْإِبْطِ وَقَصُّ الشَّارِبِ وَتَقْلِيمُ الْأُظْفَارِ)، "وذكر الأمر بالإحسان إلى الشعر لمربيه وتنظيف الثياب إذ النظافة من الدين"⁽³⁾.

وإذا ما طالب الإسلام بنظافة المرسل، فهي من أجل التأثير على المستقبل، سواء كان مرسلًا، أو محاورًا، فمقصد إلتقاء الناس وقبولهم للمرسل نجدها في قوله تعالى: (يَبْنِيْ ءَادَمَ حُذُوًا زَيْتُكُمُ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ)⁽⁴⁾.

لماذا المسجد؟ لأن فيه مقاصد اللقاء مع الله عزوجل، وفيه لقاء بشري بمن حضر المسجد، ونظرات الناس ستنتجه إلى ما تروقه أنفسهم من جمال الصورة واللباس والأناقة، وهذه بمثابة مقدمة للإقتراب والنظر والإستماع.

تعتبر الأحاديث والروايات التي تؤكد أن الرسول صلى الله عليه وسلم كان يلبس جبة للوفود، إشارة إلى المقصد السابق، وقد كان لرسول الله صلى الله عليه وسلم حلة يلبسها للعبيد والجمعة (كان للنبي صلى الله عليه وسلم يرد يلبسها في العيدين

(1) تم اطلاق الزي التقليدي، لان الاسلام لم يحدد زيا بشكل محدد، وانما وضع صفات للزي المطلوب، لستر العورة، وان لا يصف ولا يشف، وغيرها من الصفات، فالنبي محمد صلى الله عليه وسلم، لم يلبس الحطة او الدشداش على سبيل المثال، ولم يضع على رأسه الطربوش الاحمر والملفوف بالقماش الابيض.

(2) انظر على سبيل المثال كتاب: مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 167.

(3) ابن حبان، محمد بن حبان بن أحمد أبو حاتم التميمي البستي: صحيح ابن حبان بترتيب ابن بلبان. تحقيق: شعيب الأرنؤوط. ج12/ص293-294. ح(5482). ط2. دار النشر: مؤسسة الرسالة - بيروت - 1414 - 1993 م.

(4) سورة الاعراف، الاية 31.

والجمعة⁽¹⁾، وهذا يقود الباحث إلى الإستنتاج، بأن مقدم البرامج عليه أن يلبس ويتزين للقاء ضيوف برامجه في الأستوديو أولاً، وللفت نظر المشاهدين بجمال وأناقته المسلم ثانياً، والتي تكتمل بجمال كلامه، وعقلانية ومنطقية الطرح، لتلقى القبول عند جمهور المشاهدين، حتى لو كانوا مخالفين في الرأي أو الدين، وما قاله الدكتور عبد الله شحاتة عن صفات الخطيب الشكلية، ينطبق على كل مرسل، وخاصة مرسل التلفاز " يكون الخطيب رائع المنظر، جيد الإلقاء، لأن شخصيته ووقفته وإشارته وجهاً صوته، وحسن هندامه وبزته، وحسن خلقه، كل هذه أعوان على التأثير والإستمالة"⁽²⁾، ولعل من أخطر ما يقوم به بعض المرسلين في البرامج الإسلامية، عندما يتحدث المرسل عن الأناقة، ولم يكن أنيقاً في لبسه، أو عن الأدب وهو صاخب، فالمرسل الصحفي في مكان تتجه إليه أنظار الملايين " فعلى الصحفيين أن يتجنبوا التصرفات غير اللائقة، أو الظهور بمظهر غير لائق"⁽³⁾.

أما اللباس والتزيين الذي فيه تشبه بغير المسلمين، من قصة شعر وغير ذلك، ويخالف ضوابط الشرع، فقد تصل أحياناً إلى الحرمة، وخاصة بعض اللباس الذي يهدف إلى إظهار المفاتن، وليس بهدف توصيل الرسائل الهادفة إلى خيري الدين والدنيا، بما أمر به الشرع.

ومع أهمية الصفات الشكلية إلا أنها وحدها لا تكفي للمرسل، فهناك من يتحدث بزي تقليدي وعقل مستتير، وهناك من يواكب العصر بزي أنيق بينما العقل تقليدي، وجمال وأناقته الشكل لا تعني أبداً مواكبة الغرب في آخر صيحات الموضة إذا كانت مخالفة للضوابط الشرعية.

المطلب الثاني: صفات المرسل العلمية:

ما هي صفات المرسل الإسلامي العلمية⁽⁴⁾؟

(1) البيهقي، أحمد بن الحسين بن علي بن موسى أبو بكر البيهقي: سنن البيهقي الكبرى. تحقيق: محمد عبد القادر عطا. ج3/ص247. باب ما يستحب من الارتداد ببرد. ح(5779). دار النشر: مكتبة دار الباز - مكة المكرمة - 1414 - 1994.

(2) الدعوة الإسلامية والاعلام الديني، مرجع سابق، ص 26

(3) هاتلنج، اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 47.

(4) يقصد الباحث من الصفات العلمية؟ المؤهل المطلوب: دراسات شرعية أو إسلامية ب - إعلام إسلامي ج - علوم سياسية د - اللغة العربية هـ - لغات أجنبية و - الحاسوب ز - غيرها من التخصصات.

على المرسل أن يجمع بين صفتي الرواية والدراية، والرواية دون دراية، وصفها القرآن الكريم (كَمَثَلِ الْجِمَارِ تَمَحَّلُ سَفَاثًا)⁽¹⁾، وقد يروي ويذيع ما يفسد ولا يصلح، أو مما أوحى به الأقلام الإعلامية الغربية، والتي لا تمت إلى الإسلام وقيمه بصلة، ولا تمت إلى خصوصيات المجتمعات الإسلامية.

يعتبر قول الرسول صلى الله عليه وسلم: (نضر الله عبداً سمع مقالتي فحفظها ووعاها وأداها كما سمعها)⁽²⁾، هو الضابط الشرعي للمرسل، بأن يستمع ويبحث جيداً، ويحفظ ما عرفه جيداً، ويعي المضمون ومن ثم يؤديها بدقة.

يعتبر المرسل الملم والمتمكن من المواضيع التي يطرحها مع ضيوفه في برامج التلفاز، مراسلاً مؤثراً على الجمهور، ويساعد المتحدثين على إخراج أفضل ما لديهم من المعلومات، ويكون فطناً إذا ما حاول المتحدث إعطاء معلومات مضللة، وهذا منهج إسلامي، فالؤمن مفكر متدبر فطن، والله عز وجل يأمر المرسل أن يكون بصيراً بما يدعو إليه: (أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ)⁽³⁾، وأمر بالحكمة، والحكمة تحتاج إلى معرفة جيدة: (أَدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ)⁽⁴⁾.

يقوم بعض مرسلي أو مقدمي البرامج التلفزيونية بلملمة الأفكار بشكل سريع من الإنترنت أو الصحف، وأحياناً يعتمدون على معد يجهز لهم الأفكار، وهذا النوع من المرسلين لا يمكن أن يحمل رسالة هادفة أو واضحة للمشاهدين، عدى عن خلوها من المعلومات الجديدة، مما يضطر المرسل إلى الدوران حول عبارات الإنشاء وتكرارها بصيغ مختلفة، وبلغة مفككة ومهللة، حتى تكتمل المدة المحددة لوقت البرنامج.

ليس من السهل أن يتصف المرسل بصفات العلم والمعرفة، إلا بإتباع ما حث عليه الإسلام في الكتاب والسنة ومنها:

1- القراءة المستمرة (أَقْرَأْ)⁽⁵⁾.

(1) سورة الجمعة، الآية 5.

(2) سنن الترمذي: ج5/34. كِتَابُ الْعِلْمِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ. بَابُ مَا جَاءَ فِي الْحَثِّ عَلَى تَلْيِغِ السَّمَاعِ. ح(2657). وقال أبو عيسى أي الترمذي هذا حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ.

(3) سورة يوسف، الآية 108.

(4) سورة النحل، الآية 125.

(5) سورة العلق، الآية 1.

2- الزيادة العلمية اليومية، وطلب العون من الله عزوجل (وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي

عِلْمًا)⁽¹⁾.

3- الإرسال عن علم لا عن جهل أو ظن واجتهاد (قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْمُونَ

وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ)⁽²⁾.

4- أن لا يعتقد المرسل، أن علمه إكتمل من تحضير لمدة معينة، لموضوع ما

(وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا)⁽³⁾.

5- أن لا يعتقد المرسل، أن ما يقوله ضيفه المتخصص في برنامج ما، هو كل

العلم، فما زالت احتمالية العثور على من هو أخبر وأكثر دراية، قائمة في كل مكان

وزمان (وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ)⁽⁴⁾.

6- "المقدرة على البحث العلمي، لان عملية الإعلام، لا تقوم على التفكير

النظري، أو التأملات والخواطر فقط"⁽⁵⁾، " ولا بد للداعية أن يكون عالما بموضوع

الإسلام من عقيدة وشريعة وأخلاق ونظم وفقه، لأن فاقده الشيء لا يعطيه"⁽⁶⁾.

7- على المرسل أن يستعين بأهل الرأي والخبرة من المتخصصين، لتفسير

الأحداث، ومساعدته على حسن إدراكها⁽⁷⁾، وهذا هو التوجيه الرباني بقوله تعالى: (وَإِذَا

جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِنَ الْأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ ۖ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَىٰ أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ

لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ)⁽⁸⁾.

ترى هذه الدراسة أن جميع العلوم واجبة على المرسل، فالمرسل في السياسة

يجمع بين السياسة الشرعية ومفهوم السياسة الوضعية، ومرسل الإقتصاد الإسلامي

(1) سورة طه، الاية 114.

(2) سورة الزمر، الاية 9.

(3) سورة الاسراء، الاية 85.

(4) سورة يوسف، الاية 76.

(5) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 294.

(6) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 38.

(7) الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 38 (بتصرف).

(8) سورة النساء، الاية 83.

دارساً للإقتصاد، ومرسل الرياضة عارفا ومتخصصا بتفاصيلها، وكذلك مرسل الأرصاد الجوية، ومرسل الفنون... وهكذا.

وكل العلوم يضبطها ويسمو بها المرسل المسلم، من التفكير الحر، والإرادة الحرة، مع الإنضباط بأخلاق وقيم وأهداف الإسلام.

المطلب الثالث: صفات المرسل الفنية:

إذا كان عبء نشر وحماية الثقافة الإسلامية على المساجد والقصائد والمدارس، فإن أحدث وسائل الإعلام، تتحمل مسؤولية العصر بكل ما تحمل من إبداع فني وتقني، والعمل بأخر ما توصل إليه الاختراع، " فالدعوة هي قدرة وقُدوة، قدرة على التمكن العلمي والإستعداد الفني"⁽¹⁾.

وإذا كان "الإعلام ترجمة لفكر الأمة وفنها"⁽²⁾، فعلى مرسل التلفزيون أن يتعلم ويتعايش مع حقيقة تكنولوجية متطورة كل يوم، فكما إزدادت تطوراً وتعقيداً، تطلبت فنيين مهرة للسيطرة عليها، وضبطها بروح المرح والمهارة والذكاء، حتى يوصل رسالته، برغم العقبات الفنية الغير متوقعة، فنحن "نخدم الدين حين نستخدم وسائل الفن وطرائقه، في نشر التعاليم الروحية والمبادئ الأخلاقية، ونخدم الفن بأن نرتفع به إلى المستوى الذي يتعالى عن الأخلاط، وسوء الإستغلال، فيكون ذلك تكريماً للفن"⁽³⁾، " وإذا وإذا تدين رجل الفن وتقنن رجل الدين، إلتقيا في منتصف الطريق، لخدمة العقيدة الصحيحة ورفع الفن الأصيل"⁽⁴⁾.

يعتبر الإعلام من ضرورات العصر، ولا يمكن أن تستغني عنه دولة أو حزب، فالمسلمون يحتاجون إلى الإعلام، والإعلام بدون فنونه، يفقد كثيراً من مزاياه المعاصرة، فالعالم " يحتاج إلى الإعلام الإسلامي، والإعلام لا يستغني عن الفن"⁽⁵⁾.

⁽¹⁾ الإعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 158.

⁽²⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 156.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 350.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 350.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 156.

إن المرسل غير المتابع لما وصلت إليه التقنية الإعلامية، سيكتفي بالأسلوب التقليدي الذي مرت عليه الأمم والشعوب المتقدمة، فلقد تقدم فن التصوير، "وبهرت الناس وسحرت أعينهم السينما والتلفزيون... يضاف إلى ذلك كتابة النص بأسلوب فني في المونتاج والإخراج... وهنا لا بد من التعاون المنظم بين المال والفكر والكفاءة الفنية"⁽¹⁾.

وهذا التعاون لا يحمله المرسل أو المخرج أو المعد أو المهندس وحده، فلكل دوره" وما لم تقم أُنخبة بهذا الدور في الإستخدام الأرقى لوسائل الإعلام الحديثة، فإن أثرها سيضعف، وصوتها سينخفض"⁽²⁾، وأما دور المرسل بين زملائه من كافة التخصصات، فعليه إستثمار كافة التقنيات، والإستعانة بخبرات زملائه، ليصل إلى مرحلة إغراء المشاهد، "فلا بد أن تغري المشاهد بالبقاء معك، وإلا فإنه قد يفضل الذهاب إلى المطبخ لإحضار مشروب"⁽³⁾.

"الجمال في الفن لا ينبع من الإتقان والجودة فحسب، بل ينبغي أن يكون أخلاقياً، ومن أجل هذا لا بد للفن أن يكون مثل الدين، قائماً على قواعد الأخلاق، فالفن الراقى ليس ذلك الذي يثير في النفس أحر المشاعر وأعنفها، ولكنه ذلك الذي يثير فيها أكرم المشاعر وأنبهها"⁽⁴⁾.

إن القرآن الكريم "يوجه الحس إلى الجمال في المصاييح، التي تزين السماء، وفي الحدائق ذات البهجة بل وفي الإنعام"⁽⁵⁾، ويبين زينة السماء (وَلَقَدْ جَعَلْنَا فِي السَّمَاءِ أَلْسَمَاءٍ بُرُوجًا وَزَيْنًا لِلنَّظِيرِينَ)⁽⁶⁾، فلماذا لا يستثمر المخرج التلفزيوني ما جاء في القرآن الكريم من تصوير رائع للسماء والنجوم وزينة الارض... الخ.

تعتبر التكنولوجيا الإعلامية من متطلبات الإعلام المعاصر، والمنافسة دون إستعمال آخر ما توصل إليه الإبداع البشري هو هزيمة إعلامية، " فيتحتم على العالم الإسلامي، أن يوجه عنايته إلى هذا الجانب الحيوي، الذي يعد سلاحاً ذا حدين، فيكون الخبيراً والفنيون من ذوي الإختصاص في التمثيل والإخراج والإضاءة والتسجيل

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 313. بنتصرف.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 328.

⁽³⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 81.

⁽⁴⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 349.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 354.

⁽⁶⁾ سورة الحجر، الآية 16.

والتصوير والتأليف والإرسال، وغير ذلك، ويمتلك الأجهزة والمعدات والأستوديوهات، حتى إذا منعت لجان المراقبة من عرض فلم من الأفلام، وجدت ما تعوضه، أما إذا فقدت العوض، فلا مناص لها من سد الفراغ⁽¹⁾.

ومن الدلائل التنافسية قوله تعالى: (كُلًّا نُمِدُّ هَتُّوْلًا وَهَتُّوْلًا مِّنْ عَطَاءِ رَبِّكَ وَمَا كَانَ عَطَاءُ رَبِّكَ مَحْظُورًا)⁽²⁾، فالعطاء في مجال الإعلام، لم يكن محظوراً على المسلمين بسبب إسلامهم، فهو متاح لهم ولغيرهم، لكن غيرهم أخذه وطوره، والمسلم إستورده وقلده،" وقد يرى البعض مثلاً في وسيلة السينما أو في وسيلة المسرح، وسيلة للترف والإلهاء، لكنه ينسى كيف إستطاعت الصهيونية إستغلال هاتين الوسيطتين في الدعاية لأفكارها، والترويج لمبادئها⁽³⁾.

ترى دراسة هذا المبحث أن التكنولوجيا الإعلامية ضرورة لا بد منها للدعوة التي يقوم بها المرسل المسلم، وإذا كان عمل المرسل فرض عين وكفاية، فإن الإرسال عبر أحدث الوسائل التكنولوجية، وبأفضل فنونها، يدخل في حكم فرض الكفاية، لأن المهمة كبيرة ولا يستطيع الوصول إليها كل مسلم.

المطلب الرابع : الصفات العامة للمرسل:

1- التواضع: يتعالى بعض المرسلين في التفاز على جمهور المستقبلين، ويحاولون التميز عليهم في كل شيء، "وما نشاهده اليوم من تكبر المشتغلين في الإعلام، فهو حماقة وجهل ودليل قاطع على جهل المتكبر بربه وبنفسه... ويرجع ذلك إلى الرغبة بإشعار الآخرين بالإمتياز عليهم، ولو لم يكن لهذا الإمتياز وجود في الواقع ... فهو تصغير للآخرين بغير حق"⁽⁴⁾، ولعل ما يدخل العجب والغرور إلى نفس المرسل، عندما يظهر على شاشات التلفاز، أو عندما تكتب عنه صحيفة ما وعن إبداعاته.

يؤكد القرآن الكريم والسنة النبوية على صفات فعلها النبي صلى الله عليه وسلم وأمر بها، والرسول صلى الله عليه وسلم قدوتنا في التواضع (وَآخِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ

(1) الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 357..

(2) سورة الاسراء، الآية 20.

(3) الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 416.

(4) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص ص 162 - 163.

اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ⁽¹⁾، وأما التواضع لأهل الدنيا ولأهل الظلم، فذاك الذي لا عز معه، والخبية التي لا رفعة معها.

وترتبط بصفة التواضع صفة التودد إلى السامعين، لان الناس لا يحبون من يتعالى عليهم، ومن الضروري معرفة ميول الناس ومهنتهم، وأن يكون مجرداً عن الأغراض الدنيوية، وأن تكون كلماته مفضية إلى غرض وهدف واضح⁽²⁾.

إن المتواضع يجالس المساكين والفقراء والمحتاجين والمشردين، فيتواضعه يدخل إلى قلوبهم، فيصفون له الحال والواقع بكل محبة وثقة، فيأخذ المعلومات من مصادرها صافية نقية، دون اللجوء إلى الوصف الإنشائي والإبداع الكلامي من بعيد⁽³⁾.

2- الكلام اللين: (وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ)⁽⁴⁾، فالغلظة

في الألفاظ عامل نفور الجمهور عن المرسل، ولا يعني لين الكلام خلوه من الحكمة" فالحكمة الحققة هي وضع الشيء في موضعه، وتقديم العظة المناسبة في الوقت المناسب وبالْحِكْمَةِ الْمُنَاسِبَةِ⁽⁵⁾، (يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ^ع وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا

كَثِيرًا^ق وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ)⁽⁶⁾، ومن الحكمة إقتناع المرسل المسلم بأهمية

الإسلام في إسعاد البشرية جمعاء، وحاجة البشرية إلى هذا الدين، فهي أساس مهم في إنطلاقه وإيداعه وانتاجه للرسائل الإسلامية الهادفة بشكل عقلائي، بالأسس والضوابط التي رسمها القران الكريم، وعمل بها الأنبياء والمرسلون، ولا تتأتى الأهداف المنشودة بالتمني، وإنما بالتخطيط، الذي يعتبر أساسيا لنجاح أي مشروع إعلامي، والإسلام بحاجة إلى مرسلين على درجة عالية من الذكاء والبصيرة والثقة بالنفس وبالدين الإسلامي.

(1) سورة الشعراء، الآية 215.

(2) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق (ملخص ص ص 40-41).

(3) درج بعض المراسلين على وصف المشردين في الحروب والكوارث الطبيعية بانهم (يفترشون الارض ويلتحفون السماء) دون الدخول الى المعاناة الحقيقية للتشرد والامه، ودون العناء في اللقاءات الجدية معهم.

(4) سورة ال عمران ، الآية 159.

(5) الدعوة الاسلامية والاعلام الديني، مرجع سابق، ص 14

(6) سورة البقرة، الآية 269.

3- المرسل المسلم يدعو ويستقيم بما أمر به: ولا يتبع أهواء السياسيين والاقتصاديين والعابثين، ولا يلتزم إلا بما ينضبط بضوابط الشرع (فَادَعُ طَّ وَأَسْتَقِمَّ كَمَا أُمِرْتُ طَّ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ) (1).

المبحث الخامس: مصادر المرسل

يذكر المرسل عادة مصدر خبره أو معلومته ليسند الكلام إلى أصحابه، وقد تختلف المعلومات من مصدر لآخر، وهذا الاختلاف يتغير حسب سياسة المصدر وأسلوبه وأهدافه.

تزداد مصداقية المرسل بذكر المصدر الذي زوده بالمعلومة، وبدون ذكر المصدر فإن المعلومة تكون غير كاملة، والمستمع أو القارئ لا يستطيع الحكم إذا كانت المعلومات المقدمة إليه تستحق الوثوق بها أم لا (2)، وتعتبر وكالات الأنباء من المصادر المهمة للمعلومات في العالم (3).

ذكر الباحثون عدة مصادر للخبر أو المعلومة منها: المندوب، المراسل الداخلي والخارجي، وكالات الأنباء المحلية والدولية والعالمية، مراكز الشرطة، المؤسسات العامة، المحاكم على اختلافها، الشخصيات العامة، الاجتماعات العامة، النوادي، المؤتمرات الصحفية، المصادفة (4).

يحاول المرسل جمع المعلومات التي يراها مهمة، ولكن كل مشاهد يرى أهمية الصورة من وجهة نظره الشخصية، ولذلك قد يتهم إختيار المرسل بالإنحياز، إذا لم يكن الخبر يتفق وقيمه الشخصية، وهناك الصحفيون الذين يتعمدون زيادة الإثارة، فيضيفون

(1) سورة الشورى، الآية 15.

(2) أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 101.

(3) الإخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 71-101.

(4) للمزيد انظر: المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 96-79.

كلاماً من عندهم إلى نصوص أقوال المصادر، وهذا هو التزييف الأخطر، ويرى هاتلونج أنه في حالات يكون للشكوى من الإنحياز لها ما يبررها⁽¹⁾.

يقف المرسل المسلم أمام مصادر المعلومات المختلفة، فهناك بعض الأحزاب التي تحاول ترويح أفكارها، وهناك الشركات والمؤسسات والوزارات وغيرها " تصدر نشرات تتضمن دائماً نوعاً من الدعاية، التي تخدم الجهة التي تنشرها"⁽²⁾، فعند نقل المعلومة هل تم التحقق منها؟ وهل المعلومة صحيحة أم مجرد نقل للشائعات؟ " إنه من الأفضل بكثير التعامل مع تصريحات حقيقية، نقلاً عن مصادر معروفة بالإسم، وهكذا يصبح لدى الجمهور نوع من الضمان، بأنهم يحصلون على أخبار صادقة"⁽³⁾.

يذهب باحثو الإعلام إلى " أن الدقائق القليلة الإضافية التي قد يقضيها المرسل في التأكد من الخبر والأسماء والتواريخ والأماكن ومراجعتها، تمثل إستثماراً سليماً في مهنة الصحافة"⁽⁴⁾، وهذا ما أكدته دراسة مركز بيل للأبحاث، حيث قام المركز "في عام 1951 بعمل دراسات عن تأثير المصادر التي يعتبرها الجمهور صادقة، فتبين أن الناس يتقون بالتي هي فعلاً صادقة، وأن ذات الإختصاص الدقيق، لها قدرة كبيرة على الإقناع"⁽⁵⁾.

وقد يتلاعب المصدر بالمضمون أو الشكل في معلومات التلغاف، فقد تأتي الصور من المصدر مرتبة حسب الأهواء السياسية والشخصية، وقد إقتطع منها أجزاء مهمة⁽⁶⁾، وقد تكون المعلومات مجتزأة، وهذا كله يدخل ضمن التقنية المعروفة في عمل التلغاف (المونتاج)، وهذا من أخطر ما تتميز به المعلومات الواردة عبر الوكالات ذات الأجندات السياسية، أو التابعة للحكومات، ولم يلتفت المرسل المسلم الى خطورة المصدر "فعاش

(1) أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 62-67 .

(2) المرجع السابق، ص 31

(3) المرجع السابق، ص 78.

(4) ، المرجع السابق، ص 62 .

(5) الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 438.

(6) " كان السيناتور هنري جاكسون من واشنطن، قد رشح نفسه ليختره الحزب الديمقراطي ممثلاً له في انتخابات الرئاسة، والقى خطاباً في حشد مؤلف من خمسين شخص، والتقط احد مصوري وكالات الانباء صورة للحفل من داخل الجمهور، وظهرت الصورة ثلاثة اشخاص في الصف الاول فقط، احدهم غلام صغير فوق دراجة، وعندما نشرت الصورة في امريكا دون التوضيح اللازم، كان السيناتور مثار السخرية". (اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 67).

الإعلام الإسلامي عالة على الإعلام غير المسلم، خاصة في أحداث المسلمين ومجازرهم في البوسنا والهرسك والفلبين⁽¹⁾، وكذلك كل معلومة عن أحداث تجري في العالم.

للمرسل الإسلامي مصادر تتميز عن مصادر المرسل في الإعلام الوضعي، وتتمثل في مصادر المعرفة التي حددها الإسلام وهي، "الوحي، والواقع المحسوس، والعقل"⁽²⁾، ويعتمد المرسل في حديثه عن الغيبيات، والتي إستأثر الله عز وجل بها على الوحي، ولا يحاول التخمين كالمرسل في الإعلام الوضعي، ويتفق عند الحديث عن الواقع المحسوس، من خلال إستقرائه بما يناسبه من أساليب علمية، وأما إستخدام موهبة العقل للقضايا محل الإجتهد فلا خلاف عليها.

رغم الخلاف في الغرب على أساليب الحصول على المعلومات، بين مؤيد ومعارض في أسلوب كشف الحقيقة⁽³⁾ إلا أن الإسلام له ضوابط في كيفية الحصول على المعلومات ذكرها السماسيري منها⁽⁴⁾:

1- عدم الحصول عليها عن طريق التصنت أو التجسس (وَلَا تَجَسَّسُوا)⁽⁵⁾.

2 - أن لا يحصل عليها دون موافقتهم خلسة، أو بالإطلاع على الوثائق والمستندات بدون إذن صاحبها أو القائم عليها.

3- ألا يحصل عليها بأي وسيلة من الوسائل غير المشروعة، مثل تقديم رشاي في صورة هدايا، أو غير ذلك من السبل، التي لا تقرها أخلاقيات الإسلام.

ترى هذه الدراسة أن المرسل الإسلامي لا بد وأن يهتم بأمور المسلمين بمشارك الأرض ومغاربها، من خلال المراسلين الموزعين في الأماكن المختلفة، ولا يكتفي المرسل المسلم بإرسال رسائل فقط، بل يقوم على إنتاج الأفلام الوثائقية، عن واقع المسلمين وغير المسلمين، بنظرة إسلامية إنسانية منصفة، ويجب أن يكون المرسل

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 103.

⁽²⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 99-102.

⁽³⁾ " في عام 1977م تنكر عدد من محرري جريدة (شيكاغو صن تايمز) في دور رجال اعمال، وكان ذلك بهدف الوصول الى كشف الرشوة في جهاز التفتيش التابع للمدينة، وقام الصحفيون بتصوير وتسجيل بعض الموظفين وهم يقبلون نقود الرشوة ". رؤسات التحرير ناقشوا هذه الوسائل وغيرها، ويبدو أنهم متفقون على انه لا يوجد خطأ كبير اذا تظاهر الصحفيون باهم في وظائف اخرى، من اجل الحصول على اخبار، طالما انه ليست هناك عملية خداع متعمدة هنا". (اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص ص 27-28).

⁽⁴⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 461.

⁽⁵⁾ سورة الحجرات، الاية 12.

المسلم موجود على ساحة الأحداث، وليس الجلوس في أستوديو فقط وإرسال المواظ، فالإعلام التلفزيوني له مجالات متعددة، وأساليب متنوعة، وفنون ملونة بألوان الطبيعة، وأصوت مؤثرة، وحركات معبرة مدعمة بكلمات، تشرح وتفسر ليس بأسلوب الإنشاء، وإنما بالخبر الجديد والمفيد والمؤثر والهادف.

ومن الغريب أن بعض المرسلين لا يعمل إلا كالإمعة، فينقل عن الغير وإن كان عدواً، دون تمحيص أو تدقيق، وقد يبحث عبر الإنترنت، فيجد مقالاً، فيأخذ منه الأفكار قبل الإعداد لبرامجه، فيردد ما جاء على لسان الغير، وينسى المرسل المسلم قول النبي محمد صلى الله عليه وسلم (لا تَكُونُوا إِمْعَةً تَقُولُونَ إِن أَحْسَنَ النَّاسَ أَحْسَنًا وَإِن ظَلَمُوا ظَلَمْنَا وَلَكِنْ وَطَنُوا أَنْفُسَكُمْ إِن أَحْسَنَ النَّاسَ أَنْ تُحْسِنُوا وَإِنِ اسَاءُوا فَلَا تَظْلِمُوا)⁽¹⁾.

يتردد مصطلح تحسين صورة المسلمين، وإظهار تسامحهم وعدالتهم، والكل يردد أنها من مسؤوليات الإعلام الإسلامي، وهذا الكلام بحاجة إلى وقفة، إن كميرا التلفاز تنقل صورة حية وحقيقية عن سلوك وتصرفات المسلمين في كل مكان، وعندما تبتث آلاف الكمرات صوراً عن الفقر بنسبة عالية، والأمية ونسبته المرتفعة، والخلاف الفكري الديني، وكلمات التكفير، والمناظر الغير حضارية، وإن كانت تسمى عند كتاب الإعلام بالصورة النمطية للمسلمين، إلا أن الواقع في النهاية يظهر على شاشات التلفاز بأكثر من قناة، فما الحل أمام المرسل وكيف يغير الصورة؟ إنه بحاجة إلى أن يكون هو المصدر كغيره، وينقل الوقائع الحقيقية الحسنة للرد على الغرب، وينقل الوقائع الغير سارة، للبحث مع المسؤولين وأصحاب القرار عن حلول لها، أما إذا إكتفى المرسل المسلم بمصادر فيها مصالح الغرب، فسيبقى يردد ما يرددون.

" إقتصرت البرامج الإسلامية في الفضائيات في أغلبها على تلاوة القرآن الكريم وبعض الأحاديث النبوية الشريفة وبعض البرامج الفقهية أو البرامج المتيسرة المختصرة"⁽²⁾، وازدادت القنوات الفضائية المتخصصة وإقتصرت على بث القرآن الكريم بالكامل، كقنوات المجد، والعفاسي، والقرآن الكريم التابعة للمملكة العربية السعودية، وقنوات متخصصة بالأناشيد الإسلامية، كراما، و4 شباب، والصوفية، وقنوات دينية متنوعة، كالرحمة، والناس، وإقرأ، والرسالة، والهداية، والهدى باللغة الإنجليزية، وقنوات الأطفال الإسلامية، كطيور الجنة، وكراميش، وسنا، وطه.

(1) سنن الترمذي : ج4/ص364 . كِتَابُ الْبِرِّ وَالصَّلَةِ . بَابُ مَا جَاءَ فِي الْإِحْسَانِ وَالْعَفْوِ . ح(2007) . وقال أبو عيسى أي الترمذي هذا حديث حسن غريب لا نعرفه إلا من هذا الوجه .

(2) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 106.

وكل هذا ما يستسهله الإعلام الإسلامي، أما نشر المرسلين المتخصصين في أنحاء العالم، ليكونوا مصدراً لهم من جهة، وناشرين للفكر الإسلامي من جهة أخرى، فيبدو أنه ليس من إختصاص الإعلام الإسلامي، وتترك المجال مفتوحاً للقنوات الغربية، وبعض القنوات العربية والإسلامية المهتمة بالأخبار السياسية وتقترب من النظريات الغربية، وإذا ما قرر أحد المرسلين المسلمين الحديث عن مواقف سياسة، فيبادر بالقول إنه سمع الخبر في CNN أو غيرها من القنوات.

المبحث السادس: أهداف المرسل

تختلف الأهداف بين مرسل ومرسل تبعاً للفكر الذي يؤمن به كل منهم، ويعتبر "رجال الدين، ورجال الإعلام، ورجال التربية، جميعاً مسؤولون أمام الله وأمام المجتمع عن موقفهم من المنكرات، وكلهم أرباب تغيير بالعقول"⁽¹⁾، وأهداف رجال الإعلام كما ذكرها البعض بالإجمال "هي التشكيل والتنقيف والحث"⁽²⁾.

"ولأهمية المرسل ومكانته السامية جعل من أهم وظائف الأنبياء والمرسلين الإنبياء - وهو الإعلام بكلام الله - قال تعالى: (يَتَعَادَمُ أَنْبِيَهُمْ بِأَسْمَائِهِمْ)⁽³⁾، وقال: (وَنَبِّئُهُمْ أَنَّ الْمَاءَ قِسْمَةٌ بَيْنَهُمْ كُلُّ شَرْبٍ مُّحْتَضَرٌ)⁽⁴⁾، وقال: (وَأْتَلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ إِبْرَاهِيمَ)⁽⁵⁾، وقال: (وَأْتَلُ عَلَيْهِمْ نَبَأَ نُوحٍ)⁽⁶⁾، وقال: (وَأَوْحَيْنَا إِلَيْهِ لَتُنَبِّئَهُمْ بِأَمْرِهِمْ هَذَا وَهُمْ لَا يَشْعُرُونَ)⁽⁷⁾⁽⁸⁾.

" وخاطب الله نبيه بهذه المهمة (يَتَأْتِيَا النَّبِيَّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا) ﴿١٥﴾

وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُّبِينًا⁽⁹⁾⁽¹⁰⁾.

⁽¹⁾ الإعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 356.

⁽²⁾ الحرب الإذاعية، مرجع سابق، ص 21.

⁽³⁾ سورة البقرة، الآية 33.

⁽⁴⁾ سورة القمر، الآية 28.

⁽⁵⁾ سورة الشعراء، الآية 69.

⁽⁶⁾ سورة يونس، الآية 71.

⁽⁷⁾ سورة يوسف، الآية 15.

⁽⁸⁾ الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 14.

⁽⁹⁾ سورة الاحزاب، الايات 45 - 46.

⁽¹⁰⁾ الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 15.

" وبين أنها مهمته، ومهمة من إتبعه من المؤمنين، (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ)⁽¹⁾، وبين أنها أفضل وأحسن الأقوال، (وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ) (2) " (3).

تختلف الأهداف بين مرسل لا يؤمن بالآخرة فأهدافه حددها القرآن الكريم (زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ۗ ذَلِكَ مَتَّعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ۗ وَاللَّهُ عِنْدَهُ حُسْنُ الْمَقَابِلِ)⁽⁴⁾، وبين مرسل يؤمن بالحياة الأخرى، فهو يختلف بالأهداف من منطلق عقائدي، " الفوز بالسعادة الأبدية في جنات النعيم، هو الغاية العليا التي يسعى إليها، حتى لو ضحى بالوجود الدنيوي برمته، أما من لا يؤمن بوجود حياة أخرى، فلا مفر أمامه من أن يحصر غاياته وآماله في تحقيق الوجود الدنيوي السعيد"⁽⁵⁾، فالخلاف شديد في أهداف الرسالة التي ينشدها مرسل يبتغي رضوان الله، ومرسل يبحث عن أهداف لا تتعدى الواقع المعاش، ولا أهداف لما بعد الموت.

تناول كثير من الباحثين الأهداف للإعلام الإسلامي، فيرى حاتم الهدف من الإعلام " هو توصيل الأفكار والمعلومات إلى المستقبلين"⁽⁶⁾، وحددها حاتم بإصلاح علاقة العباد بربهم، وإصلاح العبد فيما بينه وبين نفسه، وإصلاح حال المجتمع الإسلامي، فالهدف المنشود للمرسل المسلم "السمو بعقول الناس ووجدانهم وسلوكهم، وإشاعة الثقافة الإسلامية، ومحو الأمية الفكرية، مع بث روح الألفة والمودة والتعارف والإنسجام بين المسلمين، ويهتم بشؤون المسلمين، لان من لا يهتم بشؤون المسلمين فليس منهم، وينظر إلى الأحداث كافة والأخبار والمعلومات والأحكام بمنظور إسلامي، ويبين قضايا المسلمين، ويبرزها، ويحللها، ويعرض أنجح الحلول لها"⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ سورة يوسف، الآية 108.

⁽²⁾ سورة فصلت، الآية 33.

⁽³⁾ الإعلام الإسلامي في مواجهة الإعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 15.

⁽⁴⁾ سورة آل عمران، الآية 14.

⁽⁵⁾ فلسفات الإعلام المعاصرة في ضوء المنظور الإسلامي، مرجع سابق، ص 218.

⁽⁶⁾ الإعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 37.

⁽⁷⁾ أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 31-32.

ويرى السماسيري " أن السعادة هي الغاية العليا التي يسعى كل إنسان لتحقيقها، ولا شك أن هذا ينطبق على من يؤمن بحياة أخرى، ومن لا يؤمن بها"⁽¹⁾.

إن الهدف الذي ينادي به الإسلام هو هدف واحد، وإن اختلف الأنبياء عليهم السلام في الأساليب والوسائل، ويرى الباحث أن المرسل المسلم يقوم بعمله إحتساباً لله، وكل مرسل لا يبلغ كل ما أراده الله بكل تفاصيل الحياة، لا يدخل في باب الإعلام الإسلامي.

ويمكن تحديد مهمات المرسل المسلم بالآتي:

1- الدعوة إلى دين الله بكل السبل المتاحة (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ

تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ)⁽²⁾.

2- توجيه الرسالة إلى كافة الناس (وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ)⁽³⁾، ونشر

الرسالة عالمياً، (تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا)⁽⁴⁾،

وهدي المخالفين دينياً (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ)⁽⁵⁾، وموجه للمؤمنين

(قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ)⁽⁶⁾، وإخراج كل الناس من الظلمات إلى النور (لِيُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ

الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ)⁽⁷⁾، والهداية للتي هي أقوم، ويعتبر الإعلام مبتوراً، إذا استهدف فئة

المسلمين فقط، فهذا المرسل ينطبق عليه قول الله سبحانه وتعالى (فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ)⁽⁸⁾.

رِسَالَتَهُ)⁽⁸⁾.

3- المرسل يجب أن يواكب الأحداث ويناقشها أول بأول، فالقرآن الكريم لم

يترك حادثة إلا وأتى عليها، ومن واجبات المرسل إلقاء الضوء على كل المستجدات

السياسية والإقتصادية والعلمية والفكرية، دراسة وتقييماً وتقويماً بمعايير الإسلام.

⁽¹⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 218.

⁽²⁾ سورة آل عمران، الآية 110.

⁽³⁾ سورة سبأ، الآية 28.

⁽⁴⁾ سورة الفرقان، الآية 2.

⁽⁵⁾ سورة آل عمران، الآية 64.

⁽⁶⁾ سورة النور، الآية 30.

⁽⁷⁾ سورة ابراهيم، الآية 1.

⁽⁸⁾ سورة المائدة، الآية 67.

4- تقديم الإسلام ومبادئه ونقد ما لصق به، من خلال برامج تجمع بين قوة الحجة وفن الإقناع والتأثير، بجانب الجاذبية وحسن العرض. فالمرسل المسلم يقوم بتبيان ما اختلف عليه الناس ومحاولة إظهار الحق (لِتُبَيِّنَ لَهُمُ الَّذِي اخْتَلَفُوا فِيهِ)⁽¹⁾.

5- المرسل المسلم الذي لا يقف إلى جانب الفقراء والمنكوبين، من خلال عمله، ينطبق عليه قوله تعالى (وَلَا تَحْضُ عَلَىٰ طَعَامِ الْمِسْكِينِ)⁽²⁾.

6- من مهمات المرسل المسلم، ألتعريف بالشعوب والمجتمعات، من خلال الأفلام الوثائقية وغيرها، لينفذ حكمة أراها الله (وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا)⁽³⁾، ويأتي التعريف من خلال برامجة وأفلامه الوثائقية، سواء بهدف تعريف المسلمين بشعوب المعمورة، أو تعريف العالم بالشعوب الإسلامية.

7- لاخير في رسائل المرسلين إن لم يكن الهدف مرضات الله (لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّن نَّجْوَاهُمْ إِلَّا مَن أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا)⁽⁴⁾.

ويخلص الباحث الى مهمات معاصرة للمرسل المسلم :

1- العمل على إعداد برامج تلفزيونية وأفلام درامية وأفلام وثائقية، تتناول مواضيع متعددة ومتنوعة، تشتمل على أصول الدين الإسلامي، وحضارة المسلمين عبر التاريخ وفي العصر الحديث.

2- العمل على إعداد برامج وأفلام وثائقية ودراما خاصة بالمناسبات الإسلامية، سواء كانت سياسية أو دينية.

3- على المرسل أن يختار الأسلوب والوسيلة، فقد يحتاج الى القصة الإخبارية، وقد يحتاج الى الفلم الوثائقي، وقد يحتاج إلى التقرير، وقد لا يقتضي أكثر من خبر، فإذا ما إختار القصة الإخبارية، فسيجد أركانها وعناصرها في القرآن الكريم، فهي سورة

(¹) سورة النحل، الاية 64.

(²) سورة الحاقة، الاية 34.

(³) سورة الحجرات، الاية 13.

(⁴) سورة النساء، الاية 114.

يوسف عليه السلام، تعتبر من أروع القصص التي يحتاج إلى دراستها المرسل، الذي يكتب القصص الاخبارية للتلفزيون⁽¹⁾.

4- إنتاج أفلام وثائقية حول المسلمين في كل بلد على حدة، وأفلام عن مشاهير المسلمين السابقين والمعاصرين، وكذلك برامج خاصة عن البلدان الإسلامية وأفلام وثائقية عنها .

5- العمل على إثراء الفن والإبداع والإنشاد والطرب المنضبط بضوابط الإسلام، كمنافس وبديل للغزو المدمر، ويشترط المنافسة بكلمات أجمل وألحان أفضل وجاذبية أقوى، حتى يكون التحدي عملي، وليس رهن الأوهام.

6- وسائل الإعلام تزين ما تحبه النفس (زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ)⁽²⁾، والمرسل المسلم يزين ما تحتاجه النفس، ضمن المنهج الحلال، والأسلوب الحلال (قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ)⁽³⁾.

(¹) عناصر القصة الاخبارية، هي كاي قصة، تبدأ بعرض الموضوع واطهار عناصر الصراع، ثم تظهر المكان والزمان، وتنطلق القصة في احداثها، الى ان تصل عقدة الصراع، وصولا الى الحل التدريجي لعقدة الصراع، التي تشد المشاهد او القاريء او المستمع، وجميع هذه العناصر، متوفرة في قصة يوسف عليه السلام باروع الاساليب. (دورة شارك فيها الباحث حول القصة الاخبارية ، سبق توثيقه)

(²) سورة آل عمران، الاية 14.

(³) سورة الاعراف، الاية 32.

الفصل الرابع

لغة المرسل

ويقسم إلى أربعة مباحث:

المبحث الأول: المرسل واللغة.

المبحث الثاني: المرسل بين الخبر والإنشاء.

المبحث الثالث: المرسل والكلمات والمصطلحات الوافدة.

المبحث الرابع: أسلوب المرسل.

المبحث الأول: المرسل واللغة

تتشكل الجمل من كلمات⁽¹⁾، والجملة يجب أن تؤدي إلى معنى، وإشترط علماء النحو أن تكون الجملة مفيدة⁽²⁾ عند صياغتها، ويرى علماء فقه اللغة أن الكلمات ما هي إلا أصوات، يعبر بها كل قوم عن أغراض⁽³⁾، وفسر علماء اللغة الأغراض بالفكر⁽⁴⁾، وجرى نقاش بين علماء اللغة، فهل اللغة وسيلة تعبير أم توصيل؟⁽⁵⁾.

وقد تكون اللغة وسيلة المرسل الإقناعية، يستهدف من خلالها "إقناع المستقبلين بفلسفة محددة، أو رأي معين، أو وجهة نظر ما، أو دفعه لعمل ما"⁽⁶⁾.

تصل المعلومات من خلال اللغة، وقد يتخذ المرسل أسلوباً معيناً بهدف التعبير عن المشاعر أو التحريك لمشاعر، "ويدون اللغة سيكون من الصعب الإحتفاظ بالفكر، وإستعادته ونقله للآخرين"⁽⁷⁾.

يرى عبد القادر حاتم أن "اللغة هي وسيلة الإتصال بين الناس"⁽⁸⁾، وهذا الكلام صحيح حسب كتب اللغة العربية، ولكن اللغة إذا لم تكن معبرة عن معانيها، كما يرى بعض علماء اللغة، فهي مجرد أصوات، "وترتبط اللغة بالمجتمع إرتباطاً وثيقاً، وهي من

⁽¹⁾ حسن، عباس. النحو الوافي، ج1، ط5، دار المعارف. بمصر، القاهرة، دت، ص ص 13-17.

⁽²⁾ عبد الحميد، محيي الدين. شرح ابن عقيل على الفية بن مالك، ج1، ط1، المجلد الاول، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1394هـ-1974م، ص 14.

⁽³⁾ الراجحي، عبده. فقه اللغة في الكتب العربية، لبنان، بيروت: دار النهضة العربية، 1392هـ-1972م، ص 60.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 74.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص ص 69-70.

⁽⁶⁾ الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 94.

⁽⁷⁾ المرجع السابق، ص 97.

⁽⁸⁾ الاعلام في القران الكريم، مرجع سابق، ص 66.

صنع المجتمع الإنساني⁽¹⁾، وهذا ما تنبّهت إليه موانيق الشرف العربية، والتي طالبت بأن "يحافظ الإعلاميون العرب على سلامة اللغة العربية وبلاغتها، ويصونونها من مزلق العامية والعجمة، لتحل تدريجياً محل العامية، وذلك دعماً للتفاهم بينهم"⁽²⁾.

تعتبر اللغة العربية من اللغات الغنية بمفرداتها" فاللغة العربية من اللغات السامية التي تمتاز بكثرة مفرداتها، وتنوع أساليبها، ووضوح مخارج حروفها"⁽³⁾، من هنا تحدث تحدث علماء اللغة كالأنباري وإبن فارس، بأن "كلام العرب أكثر من أن يحصى، كلام العرب لا يحيط به إلا نبي"⁽⁴⁾، ومما يعاب على المرسل، أن يواجه عناء في البحث عن الكلمة المناسبة، علماً أن "لغتنا العربية مرنة التعبير، واسعة الثروة في المفردات، عذبة الأصوات، سهلة النطق، خفيفة الوقع على السمع"⁽⁵⁾، واللغة تتفاعل مع قائلها " فتجد لغة الإنسان، ولغة الطبيعة، واللغة العلمية، واللغة الإنفعالية"⁽⁶⁾.

إذا كان الله سبحانه وتعالى إتخذ اللغة العربية الفصحى لتوصيل رسالة الإسلام، المتمثلة بالقرآن الكريم إلى البشرية جمعاء، رغم تعدد اللهجات العربية، فهل يجب على المرسل المسلم الإلتزام بها، أم يمكنه أن يحيد عنها؛ ويجاري كل مرسل البلد التي يرسل منها؟

يعتبر الإرسال باللغة العربية الفصحى مهمة للعالم العربي والإسلامي، الذي يعاني من إختلاف اللهجات، ليس فقط بين دولة ودولة، بل بين أبناء البلد الواحد، ويعتبر الإرسال باللغات الأخرى واجب شرعي، حيث عالمية الإسلام من مهمات المرسل المسلم، وبدونها يكون أخل بهداية العالمين، ولا تتأتى الهداية إلا من خلال لغاتهم. يعتبر تعدد القراءات بمثابة أساليب الإلقاء المتعددة، والتي يكون لها وقع على السامع، ولأهمية الإلقاء أصبح علم القراءات من علوم القرآن.

(1) عبد الجليل، محمد بدري. انجاز واثره في الدرس اللغوي، لبنان، بيروت: دار النهضة العربية، 1406هـ- 1986م، ص 11.

(2) المادة التاسعة من ميثاق الشرف الاعلامي رقم 3767 والذي اقره مجلس الجامعة العربية في دورته السبعين عام 1978م. انظر: الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص ص 68- 69.

(3) الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 67.

(4) انجاز واثره في الدرس اللغوي، مرجع سابق، ص 154.

(5) الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 101.

(6) انجاز واثره في الدرس اللغوي، مرجع سابق، ص 31.

إن عالمية الدعوة الإسلامية تجعل الخطاب عالمياً، ولا يكون الخطاب عالمياً إلا من خلال لغة يفهمها كل العرب والمسلمين في كل العالم، ولو أرسل المرسلون كل بلهجة قومه، لأصبح الخطاب لفئة محددة وضيقة من الناس، ويخرج بذلك عن معاني الآيات القرآنية، التي جعلت الرسالة للناس كافة وللعالمين. وترى هذه الدراسة أنه خرج عن كونه مرسل إعلام إسلامي، فلنسمه إعلام حزبي، أو إعلام قطري، أو وطني... الخ.

تعتبر الفصاحة من العناصر المهمة في إختيار المرسل، وتحديدًا عندما يكون مديعاً أو مقدماً للبرامج، والفصاحة لغة: "الظهور والبيان"⁽¹⁾ الفصاحة تمام آلة البيان، والدليل أن الألتغ والتمتاع لا يسميان فصحيين، والفصاحة مقصورة على اللفظ دون المعنى"⁽²⁾، "الكلام الفصيح هو الظاهر البين، والمقصود بالظاهر، أن تكون ألفاظه مفهومة، لا يحتاج في فهمها إلى إستخراج من كتاب لغة"⁽³⁾، " يقول إبن الأثير: ومن له أدنى بصيرة، يعلم أن للألفاظ في الأذن نغمة لذيدة كنغمة أوتار، وصوتا منكراً كصوت حمار"⁽⁴⁾، ويوضح إبن الأثير رأيه بمقارنات منها: "لفظة الغصن والعسلوج، ولفظة السيف والخنشليل"⁽⁵⁾ مع أن العسلوج هو الغصن، والخنشليل هو السيف، ولعل هذا ما يقود البعض إلى عدم ألتفرقة بين اللغة الفصحى واللغة الصعبة، "ولنفرق في لغة الإعلام بين اللغة الفصحى واللغة الصعبة التي لا يفهمها إلا الأقلون، إذ ليس كل فصيح صعباً، ولا كل عامي ركيكاً سهلاً على سامعيه كما يقول العقاد"⁽⁶⁾، ونجد الرأي نفسه عند صحفيي الغرب بقولهم: "إستخدم الألفاظ المألوفة، فبعض الكلمات يندر سماعها، وإذا قيلت فإنها تثير إرتباكاً وإستغراباً... وهناك كلمات نستخدمها في الحديث، تختلف أحياناً تماماً عما نستخدمه في القراءة والكتابة"⁽⁷⁾.

تذكر كتب السيرة عن رسول قريش عتبه أبو الوليد إلى النبي محمد صلى الله عليه وسلم، أنه قال بعد سماعه القرآن من النبي محمد صلى الله عليه وسلم: وأراني أني سمعت قولاً والله ما سمعت مثله قط، والله ما هو بالشعر ولا بالسحر ولا بالكهانة...

(1) العتيق، عبد العزيز، علم المعاني، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1405هـ - 1985م، ص 12.

(2) المرجع السابق، ص 13.

(3) المرجع السابق، ص 15.

(4) المرجع السابق، ص 17.

(5) المرجع السابق، ص 17.

(6) الإعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 107.

(7) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 176.

قالوا: سحرك والله يا أبا الوليد بلسانه"⁽¹⁾، والمرسل المعاصر مطالب "أن يدرك كيف يستخدم صوته وكيف يعتني بمظهره وحركته أمام الكاميرا"⁽²⁾.

إعتبر موسى عليه السلام ألفصاحة مهمة لمن يقدم رسالته على أكمل وجه، بحيث يفهمه المتلقون، فدعا الله بحل عقدة لسانه، ليفهم القوم رسالته، (وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّن لِّسَانِي ﴿٤٧﴾ يَفْقَهُوا قَوْلِي)⁽³⁾، (وَإِخِي هَارُونَ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا)⁽⁴⁾، ولسان المرسل يجب أن يكون بلسان من يتحدث اليهم (وَمَا أَرْسَلْنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُم) ⁽⁵⁾، فمن أراد أن يبين للغرب أو الشرق، عليه أن يكون ملماً بلغاتهم، وتجدر الإشارة هنا إلى بعض البرامج الإسلامية باللغة الإنجليزية، والسؤال للمرسلين المطالبين إسلامياً بعالمية الخطاب، أين باقي اللغات؟ أين الفرنسية والصينية والهندية والإسبانية واليونانية... علماً أن الصين والهند تعدادها بالمليار، فهل المليار من السكان مستثنون من عالمية الخطاب؟

يعجز الكلام عن التعبير أحياناً عن بعض الإنفعالات " فكثيراً ما تقصر اللغة عن التعبير عن الأفكار من ناحية، وعن العواطف والإنفعالات من الناحية الأخرى"⁽⁶⁾، فليستعوض عنها المرسل المعاصر بالصورة التلفزيونية، لتوضح ذلك بسهولة.

إن التلفاز وسيلة متطورة وميسرة للمرسل المسلم، وما عليه إلا "توسيع نطاق البلاغ المبين، وتوسيع فرص الصدع بالحق بين العالمين"⁽⁷⁾، "وسحر عصرنا، هو الإعلام بوسائله التقنية، وفنونه المختلفة، وسرعة بثه، وقوة تأثيره، وبراعته في تزيين ما يريد تزيينه"⁽⁸⁾، "ومن شروط البلاغ أن يكون مبيناً، وأن يقدم الإسلام بأجمل أسلوب،

(1) ابن عساکر , أبي القاسم علي بن الحسن ابن هبة الله بن عبد الله الشافعي : تاريخ مدينة دمشق وذكر فضلها وتسمية من حلها من الأماثل , تحقيق: محب الدين أبي سعيد عمر بن غرامة العمري . ج38/ص247 . دار النشر: دار الفكر - بيروت - 1995م.

(2) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 278.

(3) سورة طه، الايات 27-28.

(4) سورة القصص، الاية 34.

(5) سورة ابراهيم ، الاية 4.

(6) الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 94.

(7) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 296.

(8) المرجع السابق، ص 301.

أسلوب، وأحسن وسيلة، وأدق وأوضح بيان⁽¹⁾، وهذه المهمة بدأها الأنبياء، وحث القرآن الكريم كل مسلم على مواصلة التبليغ بما تيسر لهم من إمكانيات. "وبما أن خبر السماء قد إنقطع وإنقضى زمن المعجزات فليس أمام المسلمين غير إتقان فنون الإعلام، إبطالا لصنع السحرة المعاصرين... والبلاغ المبين يقتضي التوصيل والتعريف والإقناع"⁽²⁾.

رغم أن باحثي الإعلام يقولون إن "بلاغة الكمرا في أحيان كثيرة لا يمكن أن تضاهيها بلاغة الكلمة"⁽³⁾، إلا أن بلاغة الكلام عند المرسل، تعتبر من العناصر المؤثرة المؤثرة على المستقبلين، فما معنى البلاغة؟

للبلالة تعريفات عدة، ذكرها عبد العزيز العتيق: "سميت البلاغة بلاغة لأنها تنهي المعنى إلى قلب سامعه فيفهمه"⁽⁴⁾، قليل يفهم وكثير لا يسأم، معان كثيرة في ألفاظ ألفاظ قليلة، إصابة المعنى وحسن الإيجاز، أبلغ الناس: أسهلهم لفظا وأحسنهم بديهة، البلاغة لمحة دالة، الإيجاز من غير عجز والإطناب من غير خطل، إبلاغ المتكلم حاجته، حسن العبارة مع صحة الدلالة، ألقوة على البيان مع حسن النظام"⁽⁵⁾، "البلاغة إسم لمعان تجري في وجوه كثيرة: فمنها ما يكون في السكوت، ومنها ما يكون في الإستماع، ومنها ما يكون في الإشارة، ومنها ما يكون شعراً، ومنها ما يكون جواباً، ومنها ما يكون في الحديث، ومنها ما يكون في الإحتجاج... فعامة هذه الأبواب الوحي فيها والإشارة إلى المعنى، والإيجاز هو البلاغة"⁽⁶⁾، "البلاغة هي الفهم والإفهام"⁽⁷⁾، "البلاغة: وضع الكلام في موضعه من طول وإيجاز، وتأدية المعنى أداءً واضحاً بعبارة صحيحة فصيحة، لها في النفس أثر خلاب، مع ملاءمة كل كلام للمقام الذي يقال فيه، وللمخاطبين به"⁽⁸⁾، "البلاغة تنبئ عن الوصول والإنتهاء، يقال بلغ فلان مراده إذا وصل... ومن الدلالة العربية للبلالة إقترابها من الدلالة الحديثة للاتصال"⁽⁹⁾.

(1) المرجع السابق، ص 300.

(2) المرجع السابق، ص 301.

(3) أساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 493

(4) علم المعاني، مرجع سابق، ص 7.

(5) المرجع السابق، ص 8.

(6) المرجع السابق، ص 9.

(7) المرجع السابق، ص 9.

(8) المرجع السابق، ص 10.

(9) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 23

تعتبر بلاغة المرسل هي الأسلوب الأكثر تأثيراً في المتلقين، وتعتبر بلاغة الخطاب الإقناعي: كيف نفهم وكيف نفهم مهمة للمرسل، ولعل "حادثة الأعشى أكبر دليل عندما أراد المثل بين يدي النبي صلى الله عليه وسلم ليسلم، وأعد لذلك قصيدة عصماء، فأغرته قريش بالمال والإبل حتى يرجع، مخافة أن يؤثر في الناس شعره في مدح النبي صلى الله عليه وسلم، وذنم قريش"⁽¹⁾.

أدرك القدماء هذه الحقيقة، فمعظم الخطب التي أُلقيت في الجاهلية وصدر الإسلام قصيرة، حتى خطب الرسول صلى الله عليه وسلم كانت موجزة وواضحة، أما خطب السياسيين العرب اليوم، فتتميز بالطول والتكرار وإدخال جمل معقدة، ولا يعتمدون على بلاغة الكلام بقدر ما يعتمدون على كلمات القرآن الكريم، لقربها إلى المجتمعات الإسلامية، وهذا ما كان جلياً خلال حرب الخليج على العراق، كان الرئيس الراحل صدام حسين يستعمل آيات وألفاظاً قرآنية ومصطلحات دينية بوفرة ملحوظة، في حين كان قبل عشرين سنة يبدأ خطبه بالتحية "أيها الرفاق".

تعتبر الخطابة وسيلة الإعلام الحربية والسياسية والنقدية في مراحل الصراع على السلطة، والخلافات السياسية، مما أدى إلى أن يصبح هم البلاغة والبلاغيين تحديد وسائل التعبير، والتأثير في عقل المتلقي ومشاعره. "فدقة العبارة، وحسن الصياغة، وسلامة الأسلوب، وفصاحة البيان، وبديع العرض، وإحكام الدليل، وصدق الخبر، والإنصاف في التقدير، والترفق في الدعوة، ويسر التناول، كلها عوامل تؤدي إلى النجاح المأمول"⁽²⁾.

تعتبر الدقة اللغوية في الإتصال مهمة للمرسل، كتركيب الجمل بصورة صحيحة محتوية على المعلومات المطلوبة، وأن يتناول المرسل موضوعاً بشكل مباشر ومحدد، وأن يصل إلى المتلقي من أقصر طريق، فلا غموض ولا معاني مشكوك في صحتها، "وصياغة الرسالة الإعلامية صياغة فنية سهلة الفهم، ورصف الجمل المكونة للرسالة الإعلامية رصفاً يثير الإستحسان والإعجاب لدى المستقبل"⁽³⁾، وأن يعي المرسل المرسل دلالات اللفظ وإحتمالات فهم الجمهور لها، "وأن يتحدث عن أعظم الحقائق بأبسط الألفاظ، فإذا لم يهضم الرسالة الإعلامية نجده يسرف في استخدام المصطلحات

(1) الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 20.

(2) الإعلام الإسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 258.

(3) مقومات رجل الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 290.

الفنية ويعجز عن الإبانة⁽¹⁾، ويخطيء المرسل حين يظن أن "ما يقدمه من معلومات أو أفكار، سوف تفهم بالطريقة التي يفهمها هو بها"⁽²⁾، فالفروق الثقافية بين المرسل وجمهوره، إعتبرها إبراهيم إمام عقبات بين المرسل والمتلقي "فهناك عقبات تنشأ من عوامل السن واللغة والدين والإتجاهات السياسية والإقتصادية"⁽³⁾، وفي علم المعاني "إن الكلمات تتغير مدلولاتها من فرد لآخر، حسب الشحنات الإنفعالية والصور الذهنية، التي يحملها الفرد لهذه الكلمات"⁽⁴⁾.

التوازن اللغوي مع كافة المستويات مهم للمرسل "أما الإرتفاع فوق مستوى المستقبل أو الهبوط الشديد دون مستواه، فإنه يفسد عملية التناغم"⁽⁵⁾، والمرسل الذي لا يتقن اللغة العربية فصاحة وبلاغة ودلالة "لا يمكن أن يستخرج اللغة الفنية من الفصحى، دون أن يكون ملما بها، ليتمكن من تحويلها إلى لغة إعلامية"⁽⁶⁾.

إن لغة الإعلام لغة خاصة "تقوم على الوظيفة الهادفة والوضوح والإشراق، وتكاد تكون فنا تطبيقيا قائما بذاته، فالإعلام تعبير إجتماعي شامل، ولغته ظاهرة مركبة خاصة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى وفن تشكيلي"⁽⁷⁾.

يرى الباحث:

1- أن اللغة العربية الفصحى، هي الوسيلة الأساسية للعالم العربي والإسلامي، ويمكن ان تُتَعَزَّزَ في العالم الإسلامي إذا ما أُتقنها مرسلو الإعلام.

2- إستخدام الكلمات بشكلها السليم في الإعلام، لا يأتي إلا من خلال إتقان اللغة العربية الفصحى، وليس (بالسليقة) حسب التعبير الشائع.

3- الفصاحة في النطق، وسلامة اللسان، ومخارج الحروف، ضرورة لا غنى عنها للمرسل في الإعلام المسموع والمرئي.

4- بلاغة المرسل عامل مهم في التأثير على المتلقي.

(1) المرجع السابق، ص 286.

(2) المرجع السابق، ص 279

(3) إمام، إبراهيم. الاعلام والاتصال بالجماهير، ط 3، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1981م، ص ص 73-74.

(4) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 198.

(5) مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 287.

(6) المرجع السابق، ص 285.

(7) الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، مرجع سابق، ص 98.

5- الرسالة الإعلامية الإسلامية عالمية، وتتطلب إتقان كافة لغات العالم دون إستثناء، وليس المقصود أن يتقنها مرسل واحد.

المبحث الثاني: المرسل بين الخبر والإنشاء

يعتبر علماء البلاغة أن المخاطب يكون واحداً من ثلاثة⁽¹⁾: إما أنه لا يعرف المعلومة؛ ويسمونه خالي الذهن من الحكم، وإما أن يكون شاكاً ومترددأ في المعلومة، وإما أن يكون منكرأ لها⁽²⁾.

فالمخاطب الذي لا يعلم الخبر لا بد من إعلامه، والمخاطب المتشكك لا بد من تبديد وتوضيح المعلومة المتشكك فيها، والمنكر لا بد من إثبات العكس لما يعتقد، وكل له وسائله وأساليبه الإعلامية، سواء بالأدلة الكلامية، أو بالصور القاطعة للشكوك.

أما الخبر فيلقى لأحد أمرين: الأول إفادة المخاطب بشيء لم يكن له علم به من قبل، ويراد إعلامه به، والثاني إفادة المخاطب أن المتكلم عالم بما يقول، كأن يقول للمخاطب: أعلم أنك أسرت في سجون الإحتلال، والمخاطب هنا لم يعرف شيئاً جديداً، كل ما عرفه أن المتكلم عارف بمضمون الكلام⁽³⁾.

يحتوي كلام المرسل على عنصرين، أطلق عليهما في علم البلاغة "اللفظ والمعنى"⁽⁴⁾، وللبلغة طرفان " حد أعلى هو الإعجاز، وحد أسفل، إلتحق عند البلغاء بأصوات الحيوانات، وبين هذين الطرفين مراتب كثيرة"⁽⁵⁾.

"والخبر ما يصح أن يقال لقائله إنه صادق فيه أو كاذب⁽¹⁾، فإن كان الكلام مطابقاً للواقع كان قائله صادقا، وإن كان غير مطابق له كان قائله كاذبا"⁽²⁾.

⁽¹⁾ عبد الجليل، محمد بدرى. محاضرات في علم المعاني، بيروت: مكتبة كريدية اخوان، د.ت، ص 48.

⁽²⁾ علم المعاني، مرجع سابق، ص ص 55-58.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص ص 52-55.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 11.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 11.

هناك أخبار مقطوع بصحتها ولا تحتمل الكذب، فكل ما يخبرنا به الله ورسله،
والبديهيات كالسمااء فوقنا والأرض تحتنا، وهناك أخبار مقطوع بكذبها كالأسبوع خمسة
أيام⁽³⁾.

أما " الإنشاء⁽⁴⁾: هو الكلام الذي لا يحتمل الصدق والكذب"⁽⁵⁾، ومن أساليب
الإنشاء أن يقول المرسل للجمهور: إصبروا، فهنا لا يعطيهم خبرا، وكذلك عندما يتمنى
شيئا أو يمدح الشعب الفلسطيني بعبارات البطولة والتضحية، فهو لا يعطي خبراً جديداً،
وإنما يمدح من أجل المدح والفخر... الخ، والإنشاء لا يصلح للمخاطب المتشكك أو
المنكر للمعلومة.

تعتبر أغراض الخبر البلاغية⁽⁶⁾ التي يتحدث عنها علماء البلاغة⁽⁷⁾، لا تخرج
عنها الأغراض التي يقوم بها المرسل، فالمرسل قد لا يخرج كثيرا عن المعاني البلاغية
الاتية: إظهار الضعف السياسي أو الإقتصادي أو العسكري، الإسترحام والإستعطاف
والموجه إلى الأخوة الإسلامية والعربية، أو ما يسمى بالعالم الحر، وقوانين حقوق
الإنسان، إظهار التحسر على شيء محبوب؛ كشهيد أو وطن محتل، أمدح للقادة
والزعماء أو لفكر معين، أفتخر بانتصارات أو بمنجزات وطنية، أحث على السعي
والجد في مجالات متعددة ومتنوعة، أو السعي والجد للدين والدنيا معا، قال أحمد بن
فارس:⁽⁸⁾ والمعاني التي يحتملها الخبر كثيرة، فمنها التعجب والتمني والإنكار والنفي
والأمر والنهي والتعظيم والدعاء والوعد والوعيد.

تتعدد أساليب الكلام عند علماء البلاغة⁽⁹⁾، سواء في الأمر أو النهي⁽¹⁰⁾، فكلام
الأعلى منزلة إلى من هو أدنى منزلة هو للأمر، وكلام الأدنى منزلة لمن هو أعلى
دعاء، وكلام النظراء المتساوين هو إلتماس؛ كأساليب النصح والإرشاد، وكلام المرسل

⁽¹⁾ محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 47.

⁽²⁾ علم المعاني، مرجع سابق، ص 48.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 49.

⁽⁴⁾ محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 60.

⁽⁵⁾ علم المعاني، مرجع سابق، ص 74.

⁽⁶⁾ المرجع السابق، ص 68-72.

⁽⁷⁾ محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 57-59.

⁽⁸⁾ علم المعاني، مرجع سابق، ص 72-73.

⁽⁹⁾ المرجع السابق، ص 83-95.

⁽¹⁰⁾ محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 60-70.

يتحدد أسلوبه مع ضيوف برامجه حسب موقعه ومواقعهم، بمعنى إنزال الناس منازلهم، فلا يترفع عن نظرائه، ولا يقلل من شأن القادة والعلماء، ولا يبجل أو يرفع منازل من لا يستحقون.

أما أساليب التوبيخ والتحقير والتئيس، فلا تصلح للمرسل المسلم، وإن كانت هذه الأساليب مما جاء به القرآن الكريم؛ كأسلوب التئيس في قوله تعالى: (لَا تَعْتَذِرُوا قَدْ كَفَرْتُمْ بَعْدَ إِيمَانِكُمْ)⁽¹⁾.

يتجه كثير من الإعلاميين إلى عدم بناء الفعل للمجهول، وهذا صحيح لأن المشاهد والمستمع يريد أن يعرف من فعل؟ ومن قال؟ وهذا لا يعني أنها محرمة على المرسل حيث لها أغراضها في اللغة، ولا معنى لتجاهلها إذا لزم إستعمالها، وقد ذكرت كتب اللغة أغراض إستعمال المبني للمجهول منها: "كون الفاعل مجهولاً للمتكلم، رغبة المتكلم في الإبهام على السامع، رغبة المتكلم في إظهار تعظيمه للفاعل، رغبة المتكلم في إظهار تحقير الفاعل، خوف المتكلم من الفاعل أو خوفه عليه، عدم تحقق غرض معين من ذكر الفاعل"⁽²⁾.

يحاول بعض المرسلين ألبحث عن كلمات إنشائية، لا تؤدي إلى خبر جديد للمشاهد نتيجة لضعف ملكة اللغة العربية عندهم، وكل ما هنالك حشو للكلام، علماً أن الكاتب التلفزيوني الجيد "يستطيع أن يجد الكلمة أو العبارة المحددة، الزاخرة بالقوة مبني ومعنى، فإذا إقترن ذلك بالصورة الجيدة والصوت الواضح المؤثر، شكل ذلك مادة قوية فعالة"⁽³⁾.

ونتيجة لإعتماد الإنتاج التلفزيوني على الصورة، والمؤثرات الصوتية، والديكورات، وغيرها من عناصر الاعلام التلفزيوني، تراجع إهتمام كثير من المرسلين عن جزالة اللغة وقوة معانيها وأصبح "من السهل جدا في التلفزيون خصوصا، الرضا بحلاوة اللسان والقشور المبهجة، وترك صلب الموضوع"⁽⁴⁾.

(1) سورة التوبة ، الاية 66 .

(2) محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 101.

(3) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 30.

(4) المرجع السابق، ص 172.

عرف علماء البلاغة الإيجاز⁽¹⁾ " جمع المعاني الكثيرة بألفاظ قليلة"، والإيجاز: "هو العبارة عن الغرض بأقل ما يمكن من الحروف"⁽²⁾، وعرّفوا المساواة⁽³⁾ " أن تكون المعاني بقدر الألفاظ والألفاظ بقدر المعاني، ولا يزيد بعضها على بعض"⁽⁴⁾، وعرّفوا الإطناب⁽⁵⁾ "زيادة اللفظ على المعنى لفائدة" والتطويل "زيادة اللفظ عن المعنى لغير فائدة"⁽⁶⁾، ويرى الباحث أن الجملة الطويلة، غير ملائمة للقراءة، فقد يضطر المرسل أن يلتقط أنفاسه في منتصفها، ومن المعروف أن المذيع يتوقف تأثيره على حسن أدائه في القراءة، وحددها بعض الباحثين بأن "لا تحمل نبرات صوته أحكاما مسبقة، وإنما يدع المستمع أو المشاهد يستنتج ما هو صواب وما هو خطأ، ويشترط جودة الصوت من خلال توافق نطق الكلمات مع التنفس الطبيعي للمذيع، ويحتفظ بسلاسة الإلقاء، وتنويع نغمات الصوت، والسرعة المناسبة، والتركيز على قراءة صحيحة وطبيعية"⁽⁷⁾.

يلجأ بعض المرسلين إلى أسلوب الإطناب، وأحيانا التطويل، بسبب وفرة الصور، والتي بحاجة إلى تعليق حسب إعتقادهم، فيبحث عن كلام إنشائي طويل، كي لا يترك الصور وحدها، "إن اللغة التي تتخذ الطول أو غموض التركيبات وسيلة للتأثير، أمر رديء في الصحافة، أما في التلفزيون فهي أمر قاتل"⁽⁸⁾، فالكتابة للتلفزيون ليست كالكتابة للصحف في تفاصيلها، وعند الاداء يبدأ المرسل تعليقاته دون نص مكتوب، وكل ما في الأمر هو تعليق على الصور التي أمامه بشكل عفوي، ويرى الباحث أن الصور المباشرة حول أحداث هامة، والتي تنقل على الهواء بشكل مفاجئ، يفضل أن يسكت المرسل ولا يفسر إلا الصور الغامضة، والتي تخفى على كثير من الناس، وإلا أتعب نفسه وأتعب المشاهد بكلام إنشائي، وظهور المرسل للتعليق على الهواء مباشرة دون صور، فيعتبر حديثه "إستغلالا سيئا لإمكانات الوسيلة، بمعنى أنه يمكن الإكتفاء بسماع الصوت فقط لفهم المعنى، دون النظر إلى الشاشة"⁽⁹⁾، فهل المشاهد بحاجة لرؤية

⁽¹⁾ علم المعاني، مرجع سابق، ص 188-202.

⁽²⁾ محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 182.

⁽³⁾ علم المعاني، مرجع سابق، ص 220.

⁽⁴⁾ محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 183.

⁽⁵⁾ علم المعاني، مرجع سابق، ص 202-205.

⁽⁶⁾ محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص 203. وما بعدها ..

⁽⁷⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 62-63.

⁽⁸⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 29.

⁽⁹⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 222.

المرسل؟ أم رؤية صور الأحداث التي يخبرنا عنها؟ والسؤال "هل الكلمة التي صيغت بها المعلومة تحمل معاني معينة، أم مجرد ألفاظ وصفية"⁽¹⁾.

وفي حال الكتابة للصور التلفزيونية، فالأفضل ما عرف بعلم البلاغة بالإيجاز "فيجب أن تكون موجزة ومرتبطة وقابلة للتحدث بها"⁽²⁾، "فالعبارات الإنشائية السطحية، ليس لها أثر ولا فاعلية على الإطلاق"⁽³⁾، ومالم تكن الفكرة واضحة في ذهن المرسل "فإن تعبيره عنها سيكون قاصراً"⁽⁴⁾.

إن مرسل التلفاز بحاجة إلى تدريب مستمر على فن الإلقاء، ليس لما كتب له فقط، ولكن لما يقوله من تلقاء نفسه، إذا لزم الأمر، وهذا ما يشير إليه الإعلاميون في الغرب بقولهم: "سيكون لزاماً عليك أن تتعلم كيف تقول كثيراً في كلمات قليلة"⁽⁵⁾، أما الكاتب الأمريكي آرثر ميلر فيقول: "إن الشخصية ليست ما تقول ولكن كيف تقول"⁽⁶⁾.

رغم أهمية استخدام أفضل الأساليب وأدق العبارات اللغوية، إلا أن للتلفاز عنصراً آخر يفوق في أوقات كثيرة كل ملكات اللغة، فقد أثبتت الدراسات الأكاديمية "أن الكلمات وحدها لا يمكنها منافسة الصورة...وفي مقدور المشاهدين تذكر بعض الصور لحرب فيتنام، أكثر من قدرتهم على تذكر نص الخبر نفسه"⁽⁷⁾.

الكلام الواقعي والأسلوب الجذاب والصورة المعبرة والمؤثرة، تصل بالمرسل إلى قلوب وعقول وعواطف المشاهدين، وعلى المرسل التلفزيوني أن "يبدأ الخبر بجملته لجذب المشاهد"⁽⁸⁾، ويستثمر ملاكات اللغة العربية الغنية بأساليبها ومترادفاتها "ولا يخش يخش البلاغة والتلوين وإستخدام الإستعارات والدعابة، والوسائل الأخرى للإستخدام الفني للغة"⁽⁹⁾، ومع وجود الصور الجميلة والأصوات الحية "فقد يقع تحت إغراء ترك الصورة تعبر عن الموقف، دون تدخل من جانبه"⁽¹⁰⁾، وهذا هو الأفضل.

(1) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 30

(2) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 30.

(3) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 419.

(4) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 161.

(5) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 74.

(6) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 279.

(7) المرجع السابق، ص 160.

(8) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 177.

(9) المرجع السابق، ص 180.

(10) المرجع السابق، ص 180.

المرسل الذي يتحدث من أجل الحديث، وكأنه آلة نطق بلا معنى، يُدخل السأم والملل على المشاهدين" فيجب أن يشعر الجمهور بالإتصال من خلال المذيع الإنسان، وليس من خلال إنسان آلي"⁽¹⁾، وقد ينشغل المرسل بعباراته الجميلة، ولا يلتفت إلى ما يبث من صور " فلا بد أن يتجنب التضارب بين الصورة وما يقال"⁽²⁾.

" إن تأثير الإتصال في الرأي العام يزداد قوة بإستخدام الأخبار بدلا من المقالات الجدلية والكتابات الإنشائية"⁽³⁾، فخير إحراق المسجد الأقصى أو مجزرة الحرم الإبراهيمي، أو خبر زلزال مدمر، أو خبر الهجوم الإسرائيلي على لبنان والهجوم الذي تلاه على غزة واستشهد المئات في اليوم الأول...الخ، أو خبر ثورة الشباب في تونس ومصر وليبيا، تعتبر أكثر تأثيرا في الرأي العام من كل كلمات الإنشاء، وفلسفات المحللين السياسيين مهما أبدع كاتبوها، وهذا لا يقلل من أهمية العبارات ولغتها حسب الحدث، ولكن الإنشاء ليس هو المطلوب، وإن كان مساعدا في التأثير، وليس هو المؤثر الأقوى في الأحداث الجسيمة.

إن "البساطة في التعبير، هي مفتاح الكلمة الناجحة وليس مهمتنا إستعراض مهارتنا اللغوية"⁽⁴⁾، كما أن "الكلمات يجب أن ترتبط بالصورة...وقد يكون الصمت جزءا جزءا من النص التلفزيوني"⁽⁵⁾.

وتصل دراسة مبحث المرسل بين الخبر والإنشاء إلى الآتي:

- 1- ليس الهدف المنشود للمرسل إستعراض مهارته اللغوية، ولكنها عامل من عوامل التأثير على المتلقي.
- 2- مهمة المرسل تقتصر على نقل المعلومات وتوضيحها وتفسيرها، ولا يكون التعبير الجيد والموجز إلا بتملكه لفنون البلاغة والأدب.
- 3- إذا خلا الكلام من المعلومة واكتفى بالتزيين اللغوي، فقد خرج من الإعلام إلى الإنشاء ولغة الأدب.

⁽¹⁾ الإخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 279.

⁽²⁾ التغطية الإخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 180.

⁽³⁾ أصول الإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 297.

⁽⁴⁾ الإخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 176.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 160.

- 4- إنشاء المرسل الغير متمكن من البلاغة والأدب، هو أصوات في الهواء، ولا يجد المتلقي أي معنى أو أي تعبير جميل، وهو ما ينعكس سلبا على الرسالة الإعلامية.
- 5- المرسل الإنشائي لا يمتلك أي مقوم من مقومات النجومية الإعلامية، ويخسر المصادقية، لأن النجومية بحاجة إلى من "يستطيع ترجمة الصحافة الجيدة إلى عمل تلفزيوني"⁽¹⁾.

المبحث الثالث: المرسل والكلمات والمصطلحات الوافدة:

تأتي أهمية البحث في المصطلحات وخطورتها على المرسل، من فوضى المصطلحات على ساحة الإعلام العربية والإسلامية، والتي أربكت المرسل أحيانا، وأدت إلى إشتباكه مع مدير التحرير أو المنتج، أو سياسة وتوجهات المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها.

إهتم القديم والمحدثون بالمصطلح، وتشير بعض الإحصائيات "أن هناك خمسين مصطلحا جديدا يولد في الوطن العربي كل نصف ساعة، ومعظمها أجنبية"⁽²⁾، ويقسم بعض الباحثين المصطلحات إلى "أربعة حقول دلالية تتمثل في: مصطلحات إيجابية، ومصطلحات سلبية تضليلية، ومصطلحات موضوعية، ومصطلحات خطابية أو دعائية"⁽³⁾.

ميّز اللغويون بين الكلمة والمصطلح، ويمكن للكلمة أن تأخذ عدة معان وتعتد في معناها على السياق، ووردت للمصطلح تعريفات منها: المصطلح "هو رمز لغوي لمفهوم معين"⁽⁴⁾، والمصطلح: "إتفاق طائفة على شيء مخصوص"⁽⁵⁾، المصطلح: كلمة

⁽¹⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 194.

⁽²⁾ المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، منشورات وزارة الاعلام، رام الله، فلسطين، ط1، 2009، ص 40.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 76.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 37.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 37.

أو جملة تعامل كوحدة ثابتة، ويتجدد معناه ودلالته من الطريقة التي يستخدم فيها⁽¹⁾، "المصطلح الإعلامي: هو تعبير وترجمة وتنفيذ للرؤية السياسية العامة"⁽²⁾، "أما المصطلح كمفهوم لبرالي، فهو جملة الخواطر التي يثيرها استخدام لفظ ما عند فرد أو جماعة، سواء كانت الجماعة إثنية أو دينية أو سياسية أو فكرية"⁽³⁾، "والمصطلح "تراكمي فهو يتجدد بتجدد الرؤى والنظريات، ويختلف باختلاف التحديات"⁽⁴⁾.

طالب البعض بتوحيد المصطلحات الإعلامية وصولاً لوحدة الأمة الفكرية والسياسية⁽⁵⁾، ونادى آخرون لتحديد المصطلحات وليس توحيدها⁽⁶⁾، معتبراً أن المشكلة ليست في ظهور المصطلحات الأجنبية، وإنما تكمن في دلالات المصطلحات والتي لم تكن واحدة عند المثقفين العرب⁽⁷⁾.

نبه الإسلام إلى خطورة الكلمة والمصطلح، فأمر بالكلمة السواء، وهي كلمة العدل مع غير المسلمين (قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ)⁽⁸⁾، وهي القاعدة التي رسمها الإسلام للحوار، وأمر بكلمة التقوى (وَأَلْزَمَهُمْ كَلِمَةَ التَّقْوَى وَكَانُوا أَحَقَّ بِهَا)⁽⁹⁾، يقول صلى الله عليه وسلم: (إن في الجنة غرفاً يرى ظاهرها من باطنها وباطنها من ظاهرها، فقال أبو مالك الأشعري: لمن يا رسول الله؟ قال لمن أطاب الكلام، وأطعم الطعام، وبات قائماً والناس نيام)⁽¹⁰⁾، والكلمة الطيبة صدقة، وأمر بقول اللين والمعروف (أَذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى ﴿١٣٠﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى)⁽¹¹⁾، وقولة تعالى: (قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ)⁽¹²⁾.

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 74.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 85.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 39.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 31.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص ص 11-13.

⁽⁶⁾ المرجع السابق، ص 40.

⁽⁷⁾ المرجع السابق، ص 44.

⁽⁸⁾ سورة آل عمران، الآية 64.

⁽⁹⁾ سورة الفتح، الآية 26.

⁽¹⁰⁾ المستدرک علی الصحیحین للحاکم : ج 1/ص 153 . ح (270) . وقال الحاکم هذا حديث صحيح على شرط

الشيخين .

⁽¹¹⁾ سورة طه، الايات 43-44.

⁽¹²⁾ سورة البقرة، الآية 263.

إهتم الإستعمار الغربي بتكريس كلمات في باطنها الرحمة ومن قبلها العذاب، وساعدهم في ذلك ما يتمتعون به من قوة إعلامية وسياسية وإقتصادية "ومصطلح الأفياء يسود وينتشر ويفرض نفسه"⁽¹⁾، والله سبحانه وتعالى وجه المؤمنين إلى الكلمة الطيبة، وحذرهم من الكلمة الخبيثة، ومثلها بالشجرة، (أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ ﴿٦٦﴾ تُؤْتِي أُكْلَهَا كُلَّ حِينٍ بِإِذْنِ رَبِّهَا ۗ وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴿٦٧﴾ وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ ﴿٦٨﴾)، وأمرهم بالطاعة وحددها بالقول المعروف، (طَاعَةٌ وَقَوْلٌ مَعْرُوفٌ)⁽³⁾.

رغم أن الله سبحانه هدى المسلمين إلى القول الطيب في كتابه الحكيم (وَهُدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ)⁽⁴⁾، وبشّر عباده الذين يستمعون لأي قول ومن أي مصدر كان، ولا ولا ينتقون منه إلا الكلام الأحسن، (فَبَشِّرْ عِبَادِ ﴿٦٦﴾ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ)⁽⁵⁾، إلا أن بعض المسلمين يستمعون للمصطلح الذي كرسه أعداء الإسلام أو المحتلون، ويلفظونه دون إعتبار لمعناه ومغزاه السياسي والوطني والديني، وهذا جليا في مصطلحات إعلام الإحتلال الإسرائيلي "ومراسلو صوت إسرائيل يلعبون دوراً خطيرا ومهما في المعركة الاعلامية"⁽⁶⁾ وساعدهم إهتمام الكيان الصهيوني بالمصطلحات بالمصطلحات الإعلامية، من خلال تجنيد وسائل الإعلام لهذه الغاية، ويساهم في صياغة المصطلحات جهاز المخابرات وعلماء النفس⁽⁷⁾ " فالإعلام له صاحب وله آله التي تنتج تنتج المصطلح، وثمة مطابخ ومختصون نفسيون وإجتماعيون وسياسيون وإعلاميون، تقف وراء إنتاج مصطلحات جديدة أو بديلة"⁽⁸⁾، وفي المقابل "فإن بعض المثقفين أدمنوا

(1) المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، مرجع سابق، ص 32.

(2) سورة ابراهيم، الايات 24-25-26.

(3) سورة محمد، الاية 21.

(4) سورة الحج، الاية 24.

(5) سورة الزمر، الايات 17-18.

(6) المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، مرجع سابق، ص 57.

(7) المرجع السابق، ص ص 69-70.

(8) المرجع السابق، ص 37، ص 87.

عملية نقل المصطلحات دون إعمال فكر أو إجتهد، ودون فحص أو تمحيص" (1)، يقول هاتلونج: والكلام قد يخضع لعمليات جراحية، وينجم عنه تشويه للحقيقة "وليس من الممكن إطلاقاً تبرير عمل صحفي يقدم على إختراع تصريحات من عنده، ولا يمكن قبول إختصار تصريحات أو تعليقات مصدر، بحيث تفقد معناها الأساسي" (2)، ومما يعزز مقولة هاتلونج ما يقوم به اللوبي الصهيوني "من تسريب مصطلحات ضد الثقافة والهوية الفلسطينية، ورددت وسائل الإعلام الامريكية والاوروبية والعربية وحتى الفلسطينية المصطلحات نفسها" (3).

إعتبر الإسلام الكلمة التي يتشكل منها المصطلح أمانة، خاصة للمرسل الذي تنشر المصطلحات بقلمه وأمام عينيه، "إن أمانة الكلمة من أعظم الأمانات التي حملها الأنبياء والدعاة" (4).

وأما الذين يستعملون المصطلحات الوافدة، ومنهم من يجادل ويدافع عنها وعن قائلها، فالقرآن الكريم يطالبهم بالدفاع عنهم وعن مصطلحاتهم المستوردة يوم القيامة، مثلما أيدوا كلامهم في الحياة الدنيا (هَاتَتْكُمْ هَتُؤُلَاءِ جَدَلْتُمْ عَنْهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَمَنْ يُجَادِلُ اللَّهَ عَنْهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَمْ مَنْ يَكُونُ عَلَيْهِمْ وَكِيلاً) (5)، كما شدد القرآن الكريم على المرسل فيما يقول وما يكتف من المعرفة (إِنَّهُ يَعْلَمُ الْجَهْرَ مِنَ الْقَوْلِ وَيَعْلَمُ مَا تَكْتُمُونَ) (6).

قد يستطيع المرسل تبرير استعمال المصطلح أمام أنصاف المتقنين، ولكن الله رقيب وعلیم بما يلفظ من مصطلحات (مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ) (7)، وإذا كان الله تعالى طالب المسلم بقول العدل مع المخالفين والكافرين والمشركين (وَإِذَا قُلْتُمْ

(1) المرجع السابق، ص 44.

(2) اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 100.

(3) المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، مرجع سابق، ص 53..

(4) الاعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 41.

(5) سورة النساء، الاية 109.

(6) سورة الانبياء، الاية 110.

(7) سورة ق، الايات 16-18.

فَاعْدِلُوا وَتَوَكَّنَا دَا قُرْبَى(1)، فكيف بمن يقول ويلفظ مصطلحات كالإرهاب الإسلامي وغيرها من المصطلحات؟

المرسل المسلم يحمل الكلمة وينقلها بامانة، وحذر الإسلام من يخون وهو يعلم أنه يخون (يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ)(2)، فالآية الكريمة جمعت بين خيانة الله وخيانة رسوله وخيانة الأمانة، وعلى المرسل أن يدعو كما أمره الله لمصلحة الدين والوطن والأمة، ولا يتبع أهواء المفكرين المستعمرين، (فَادْعُ ءَاسْتَقِمَّ كَمَا أَمَرْتُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ)(3)، وليجعل قوله سديداً، فلا فلا تنفذ من خلاله المصطلحات التي تحمل العداء للأوطان، (يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا)(4)، والتوقف والرجوع عن تكريس المصطلحات الوافدة أفضل للإعلام من التمسك بها والدفاع عنها، وكما قيل "وإعتراف الصحفي بكل أمانة بخطئه سيفعل الكثير، لإصلاح فجوة الثقة بين الصحافة وقرائها"(5).

يرى الباحث أن أسباب استعمال المرسل للمصطلحات والكلمات التي لا تؤدي المعنى الدقيق الآتي:

1- ضعف المعرفة باللغة العربية: فنجد المرسل يستخدم كلمات ومعناها غير ما عناه المرسل، ومما يتردد عند مرسل الاخبار: "أشار أي بشكل عارض، أكد أي بشكل قاطع، إدعى تحتوي على عدم التصديق، طالب أي بإلحاح، إترف أي بعد إنكار، أنكر أي بعد إتهام، لاحظ وتحتوي معنى التعليق، وهناك أخاف وعلق وإستطرد..."(6)، وكثيراً يتم إختيار الكلمات غير الصحيحة في التقارير الإخبارية "فهناك على سبيل المثال: إقتحم، تسلل، باغت، سلب، إختلس، وكل منها معنى خاص"(7)، وهناك من يكرر كلمات مستهلكة إعلامياً، وبعضها ليست مهترئة فقط ولكنها فارغة من أي معنى،

(1) سورة الانعام، الاية 152.

(2) سورة الانفال، الاية 27.

(3) سورة الشورى، الاية 15.

(4) سورة الاحزاب، الاية 70.

(5) اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 66 .

(6) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص ص 178 - 179.

(7) المرجع السابق، ص 177.

مثل إعتداء صارخ، ضحايا أبرياء ومصادر موثوق بها، هل معنى هذا أنه يمكن أن يكون هناك إعتداء هاديء أو ضحية خبيثة؟ وكيف يكون مصدرا إذا لم نتق به؟⁽¹⁾.

2- الإرتيابك في تحديد دلالات المصطلح: عند الحديث عن الأسرى في سجون الإحتلال، نجد المرسل يستعمل تارة الأسرى وتارة المعتقلين وتارة السجناء، فأبها أولى بالإستخدام.

ومما يعزز نظرية الإرتيابك في تحديد المصطلح، ان مطلق المصطلحات كل يوم في شأن جديد، وفهم جديد، ولفظ جديد، وكل يفسر المصطلح بدلالة مختلفة، ونلاحظ ذلك "في مجرى الحديث عن مفردات الصراع العربي الإسرائيلي، فمن التحرير، إلى إزالة آثار العدوان، إلى الصمود والتصدي، إلى الأرض مقابل السلام، ومن السلام العادل، إلى سلام الشجعان، وعند الحديث عن المناضل الفلسطيني، فهل هو فدائي حسب تعبير الحركة الوطنية؟ أم مجاهد حسب الحركة الاسلامية؟ أم إرهابي حسب الإعلام الغربي؟ أم مخرب حسب إعلام الإحتلال الإسرائيلي؟ وعند الحديث عن المستوطنات الإسرائيلية " فمن يسميها مستوطنات يعني أنها أماكن خراب استوطن بها أناس بينهم أشياء مشتركة، ومن يسميها مستعمرات فهي أماكن إستوطن بها أناس ليعمروها، ومن يسميها مغتصابات يعني أن أناسا إغتصبوها من أناس آخرين، ومن يسميها تجمعات سكانية يعني ان اناسا تجمعوا ليسكنوها، وأن هذا السكن مؤقت وغير دائم.

وعند الحديث عن الحقوق المسلوبة: فهل نطلق عليها إحتياجات حسب الرؤية الإحتلالية؟ أم نسميها حقوق؟⁽²⁾، وأمام الإرتيابك هذا فأين يقف المرسل؟

3- إعتقاد بعض المرسلين أن إستعمال المصطلح الغربي بلغته الأصلية أكثر قبولا من محاولة تعريبها، وهناك من يعزو ذلك إلى عشق الآخر "ويبدو أنه لم تهجم علينا الحداثة الأوروبية بقدر ما هجمنا نحن عليها"⁽³⁾، فاستعمل "أيولوجيات بدلاً من معتقدات، وإستراتيجيات بدلاً من سياسات"⁽⁴⁾، وتتكسر ميليشيات بدل جماعات أو عصابات، ويدشن بدل يفتتح أو يضع حجر الأساس، وبروتوكول بدل وثيقة أو إتفاق أو برنامج، حتى وصل التقليد مذيعي الأخبار ومقدمي البرامج فيقولون: أهلاً بكم إلى نشرة الأخبار، أو أسعدتم صباحاً أو مساءً، بدلاً من تحية الإسلام، وهذا بحكم التبعية اللغوية

(1) المرجع السابق، ص 175.

(2) المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، مرجع سابق، ص ص 11- 14 .

(3) المرجع السابق، ص ص 11- 14 .

(4) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 186.

والتأثر الحرفي بالمصادر الأجنبية، لا سيما الإنجليزية (welcome to the news)، إما بسبب التقليد، أو تلقي التدريب على أيدي خبراء الغرب.

يستبدل الغرب مصطلح المشرق الإسلامي بالشرق الأوسط، "ومصطلح الشرق الأوسط لم يكن له جذور في الاستخدام العربي والإسلامي، بل كان تعبيراً عن تقسيمات للعالم في إطار الحقبة الإستعمارية⁽¹⁾، ويكرس المسلم هذا المصطلح حتى الآن في وسائل الإعلام، وما على المواطن البسيط إلا أن يستمع إلى وسيلة إعلام، أو يقرأ في أي صحيفة، وسيجد المصطلح ماثلاً أمامه.

4- استخدام المصطلح المعادي للدين والوطن رغبا ورهباً، إرضاء للنظم أو خوفاً من الغرب: وتدرجت الخطورة إلى المصطلحات التي قصد الغرب، خدمة أفكاره ومعتقداته وسياساته، كصطلحات ومفاهيم: الإرهاب بدل المقاومة، النزاع بدل الصراع، أورشليم بدل القدس، يهودا والسامرة بدل الضفة الغربية، الإنتحاريين بدل الإستشهاديين، الإستهداف بدل الإغتيال، الأحياء السكنية بدل المستوطنات، والتي إستثمرها الكيان الصهيوني، فبثها في جميع المجالات، فجاءت "لتعبر عن إنكار الهوية الوطنية الفلسطينية، وقام البعض يردد هذه المصطلحات والمفاهيم، بنوع من التقليد الأعمى، وبدون فهم مدلولاتها ومراميتها، ونسمع بعض المرسلين يقول: باراك هو وزير الدفاع، بدلاً من وزير الجيش، وقتلت قوات الأمن الإسرائيلية، بدلاً من قوات الإحتلال"، والخطأ الفادح تجريد أي مصطلح أو مفهوم عن طبيعته وعن بيئته، بأي شكل من الأشكال" وليس في الإعلام براءة وحسن نية، فكل ما يظهر على الشاشة أو يكتب أو يقال له هدف⁽²⁾.

ومن الكلمات التي إرتبطت بالمعتقدات لخدمة سياسات الإحتلال الإسرائيلي، يهودا والسامرة والجليل، بدلاً من فلسطين المحتلة، وأرض الميعاد بدلاً من فلسطين، وأطلق الإحتلال الإسرائيلي والغرب معا مصطلحات "العنف المتبادل، والعمليات الإنتحارية، والمواجهات بين الطرفين، والإفراط في إستخدام القوة"⁽³⁾، فاستخدمها المرسل المسلم، فجاء مصطلحة مخالفاً لمعنى تحرير البلاد المحتلة، فاستخدم مصطلح دحر الإحتلال بدلاً من تحرير كل شبر من أرض فلسطين، وتردد مصطلح عرب إسرائيل، بدلاً من فلسطين المحتلة عام 1948م، وإستعمل المرسل مصطلح الهولوكوست

(1) رميح، طلعت، مصطلح الشرق الأوسط من التعبير الجغرافي الى البديل، مجلة البيان، ص ص 368-369.

(2) المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، مرجع سابق، ص ص 11-14 .

(3) المرجع السابق، ص ص 54 .

بدلاً من أسطورة المحرقة النازية، وبدأ المرسل الفلسطيني يتحدث عن المطالب الفلسطينية، بدلاً من الحقوق الفلسطينية.

وفي قضية اللاجئين، ليست الفكرة عودتهم وفق قرارات الأمم المتحدة، ومنحهم التعويض فقط، لكن القضية هي عودة فلسطين إلى أهلها، وعودة أهلها إليها، جغرافية، ومنزلاً، وسياسة وهوية، وما لم يكن المرسل "مفتوح القلب واعي الحس مقدراً للكلمة التي يقولها، مدركاً للأثر الذي تحدثه في قلب سامعها، كان ضرره على الدعوة أشد من نفعه لها"⁽¹⁾، فإذا قال فلسطين المحتلة، فالنتيجة طرد المحتل، وإذا قال إسرائيل فمقابلها الشعب الفلسطيني، فالمصطلح لا يعكس تعبيراً لفظياً، بل يعكس خلافاً في هوية المصطلح، وخلافاً في الإستراتيجية وأهدافها.

أما المصطلحات المتعلقة بالقدس كحائط المبكى بدلاً من حائط البراق، إسطبلات سليمان بدلاً من المصلى المرواني، وقدس الأقداس بدلاً من قبة الصخرة، وجبل الهيكل بدلاً من جبل بيت المقدس، والبلدة القديمة بدلاً من الحوض المقدس، وحرارة اليهود بدلاً من حرارة المغاربة أو حرارة الشرف.

تدخل المصطلحات السياسية القدس الشرقية والغربية، فهي تسميات لتكريس مفاهيم التقسيم، وتحمل مضامين الموافقة على حق اليهود في الغربية، أما الاحتلال فاطلق اسم (القدس الكبرى) كتعبير توسعي إحتلالي⁽²⁾.

يحاول بعض المرسلين تزيين وضبط بعض الألفاظ والمصطلحات الوافدة، والانتقاص من الأخرى، وكل حسب ميوله السياسي أو إعتقاده الديني، مثل كلمات: الديمقراطية، الحرية، ألتنعصب، التطرف الديني، الإنفتاح، عملية التسوية، المشروع الوطني، الثوابت، الواقع، الإنقسام، الحوار، إملاء، سلام، إستسلام، رضوخ. "إن الدعوات إلى الحق، كانت ولا تزال تتركز على الكلمات، ولا يمكن ان تصل أهدافها دون الكلمات"⁽³⁾.

ويصل الباحث في دراسة الكلمات والمصطلحات إلى الآتي:

(1) الإعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 361
(2) للمزيد حول المصطلحات والكلمات التي تستخدم في وسائل الاعلام يمكن العودة الى الملحق رقم 1، في (المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، منشورات وزارة الاعلام، رام الله، فلسطين، ط1، 2009، ص ص 101-120.
(3) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 41.

1- يقع بعض المرسلين في سوء الفهم للقضايا المطروحة، فيتم الخلط بين المصطلحات الرائجة، وبين مدلولها.

2- ضبط المصطلحات بحاجة إلى دراسة جادة من المرسل، والعودة إلى المؤسسات اللغوية والسياسية والدينية، حتى يتجنب الفهم المغلوط، في حال إلتبس المصطلح على المرسل.

3- ألبعد عن المصطلحات التي تسيء إلى المقاومة، وتصفها بالعنف والإرهاب والدموية، وتتجاهل أن هذا حق مشروع في الدفاع عن النفس، ورفع الظلم وإسترداد الحقوق.

ومهما حاول الغرب والإستعمار والإحتلال من ترويح للكلمات والمصطلحات، فلن تغير من كلام الله سبحانه وتعالى (وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَىٰ ۗ وَكَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا) وهذا يوجب على المرسل، في الإعلام الإسلامي سواء المرئي أم غيرة من الوسائل، أن لا يجعله إلا عاليا دون خجل أو مدهانة، أو لي نصوصه، حتى يجاري فكر الغرب والشرق، الذي لا يعترف بالفكر الإسلامي، ويحاول الإنتقاص منه أحيانا.

المبحث الرابع: أسلوب المرسل

يخاطب المرسل المعاصر الجمهور ضمن إجهاداته، أو ضمن متطلبات المؤسسة التي يعمل بها، وكما قيل: فإن " مكنم الخطورة في الإعلام، يأتي عن طريق الهدف والمعلومة، وأسلوب العرض أو التقديم" (1)، ويواجه المرسل المسلم تحديات الإعلام المعاصر، فهناك أساليب " بعضها يعلو ويسمو فيخاطب الروح والعقل، وبعضها يهبط فيخاطب الشهوة والجنس، ولكل أسلوب يتناسب مع المهمة المكلف بها" (2).

أنقن الإعلام المعاصر الأساليب التي تنثير " غرائز الإنسان وحاجاته، والتي ينبغي أن تكون مدخلاً إعلامياً إلى أعماق الإنسان" (3) حسب توجهاتهم، ولكن الإسلام لا يدخل في المحرم من هذه الأساليب، التي يبيث خلالها من الباطل أكثر مما يبيث من الحق، وهو يخدع الناس، إذ يزين الباطل بالصورة واللون والحركة والإخراج والماكياج والبسمة والتظرف، وغيرها من الأساليب (4)، والشيطان يفعل نفس الشيء فهو يزين لأوليائه أعمالهم، (وَإِذْ زَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَلَهُمْ) (5)، (وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ) (6)، فتخرج ممثلة في برنامج تلفزيوني، أو مقدمة برامج تحاط بديكور أنيق، ويقدمها مذيع ليق، بينما يعرض الدين في ورق رديء، أو في خطبة، لا فيها قوة الأداء،

(1) الإعلام الإسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 21.

(2) المرجع السابق، ص 21.

(3) الإعلام الإسلامي والعلاقات الإنسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 318.

(4) المرجع السابق، ص 315-316. بتصرف.

(5) سورة الانفال، الآية 48.

(6) سورة الانعام، الآية 43.

ولا تدقيق في المعنى، ولا وضوح في الهدف⁽¹⁾، "فلماذا لا يستغل الإعلام الإسلامي الدوافع الفطرية الطبيعية لدى الإنسان، في ضم أكبر عدد ممكن من البشر إلى صفه"⁽²⁾، وبالأساليب الجذابة والتي نادي بها القرآن الكريم؟

لقد أرشد القرآن الكريم المرسل المسلم إلى مخاطبة العقل والحس والقلب، فيخاطب الروح والجسد" بمعنى أنه يوازن بين المتطلبات المنطقية والعاطفية والروحية لدى الإنسان"⁽³⁾، كما أنه يخاطب الكافر والمنافق والمؤمن، ويخاطب الفقير والغني، ويخاطب الكبير والصغير، ويخاطب الحاكم والمحكوم.

وبما أن المرسل المسلم هدفه الناس كافة والعالمين جميعاً، كما بينت آيات القرآن الكريم، فإن الأساليب تتنوع وتتكيف مع أفكار ومستويات وعادات وتقاليد العالم كافة، ولا تقتصر على أساليب تناسب المجتمعات الإسلامية فقط، "لكل فئة في المجتمع أسلوب معين، فأسلوب مخاطبة المؤمنين غير أسلوب مخاطبة الكافرين، وهذان الأسلوبان غير أسلوب مخاطبة المنافقين"⁽⁴⁾، ولا يتيسر للمرسل ذلك إلا إذا كان على "وعي كامل بالجمهور وحقيقة تكوينهم وإحتياجاتهم الفعلية ومستوياتهم المختلفة"⁽⁵⁾، وقد يصل المرسل المسلم إلى حكم وجوب إختيار أفضل الأساليب للمنافسة في إستقطاب الجمهور، لأن "المنافسة متوفرة في بيوتهم دون مقابل، وما عليهم إلا أن يديروا مفتاح الجهاز إلى قناة أخرى"⁽⁶⁾.

فمعرفة الأسلوب المناسب لكل مجتمع أو قوم، هو المدخل الحقيقي للولوج إلى نفوسهم لتغييرها، والتي بدورها تقود إلى تغيير القوم إلى الأفضل، (**إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ**)⁽⁷⁾، وهذا الأسلوب يحتاج إلى بصيرة نافذة، (**قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ**)⁽⁸⁾.

(1) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص ص 315-316. بتصرف.

(2) المرجع السابق، ص 320.

(3) الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 33

(4) الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 21.

(5) الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 33.

(6) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 186.

(7) سورة الرعد، الاية 11 .

(8) سورة يوسف، الاية 108.

يقول إعلاميو الغرب للمرسل: "تصرف دائماً وكأن ما تقوم به يذاع على الهواء مباشرة، وليست المسألة أصول مهنة فحسب، ولكنها أيضاً إنضباط سلوكي... لاحظ أن المشاهد يتابعك في بيته، وربما جالساً في هدوء ولن يريحه أن يصرخ المندوب"⁽¹⁾، وهذا القول وإن كان من إعلامي الغرب، إلا أن القرآن الكريم لفت إلى أسلوب إذا إستثمره المرسل المسلم، يكون أكثر قبولاً عند المشاهد (وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ)⁽²⁾.

يجذب الأسلوب الشيق المشاهد، والذي قد ينشغل عن بعض أعماله لمتابعة المرسل المؤثر في أسلوبه، وكما قيل: "تذكر أن الناس غالباً ما يشاهدون التلفزيون وهم مشغولون بأداء أشياء أخرى"⁽³⁾، فما الذي سيجذبهم للمشاهدة غير الأسلوب الشيق والمثير والملفت للانتباه؟ وهناك من ابتكر " (غذاء التلفزيون) والذي يشير إلى أن الناس إعتادوا تناول وجباتهم أثناء مشاهدة التلفزيون"⁽⁴⁾.

يتحدث المرسل أحياناً على شاشة التلفاز، دون الاستعانة بالأساليب المساعدة، وهذا واضح في كثير من البرامج الدينية، على القنوات الإسلامية خاصة، ولم يراع أن المستقبل لبرامج التلفاز إعتاد مشاهدة الصورة المتحركة، إلا أن الصورة الوحيدة على الشاشة، هي صورة المرسل وهو جالس، " فإذا كان الأداء متهاكاً بطيئاً، فلا تنتظر أن يبقى المشاهد أمامك"⁽⁵⁾.

ومن الملاحظات على مرسل البرامج الإسلامية التلفزيونية، أنه يسمع المشاهدين الرأي دون مقابلة تلفزيونية، أو على الأقل صوت من يتحدث عنهم، ليؤكد مصداقية الرأي الذي يؤيده أو ينتقده ويعارضه، فإذا كان السماع المباشر هو أعلى درجات تحمل الحديث⁽⁶⁾، فإن سماع جمهور المستقبلين من السياسي وعالم الإقتصاد والمواطن البسيط، البسيط، أكثر مصداقية من سماعه للمرسل نقلاً عنهم.

ينفق الإعلام الغربي والإعلام الإسلامي في كثير من الأساليب التي تساعد على جذب المشاهدين، فكتاب الغرب يقولون: "تذكر أن التلفزيون وسيلة تتسم بالمودة والألفة، ويجب أن تتحدث فيه كما تتحدث إلى صاحبك وأنتما في غرفة واحدة، وتأكد أن وجهك

⁽¹⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 66.

⁽²⁾ سورة لقمان، الآية 19.

⁽³⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 176.

⁽⁴⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 394.

⁽⁵⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 82.

⁽⁶⁾ الصالح، صبحي، علوم الحديث ومصطلحه. لبنان، بيروت: دار العالم للملايين، 1986م، ص 88.

يعكس المعاني التي تنقلها⁽¹⁾، وهذا التوجه ليس ببعيد عما أمر به الإسلام (وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا)⁽²⁾، (سِيمَاهُمْ فِي وُجُوهِهِمْ)⁽³⁾، (وتبسمك في وجه أخيك لك صدقة)⁽⁴⁾ فالإبتسامة مهمة للمرسل، وكذلك اللين في القول والخطاب: (فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى)⁽⁵⁾.

إن المدخل للفت الإنتباه وجذب المشاهد تأتي من خلال إثارة وتحريك الإحساس الجمالي للدخول إلى نفوس الناس، ومن الضروري أن يسأل المرسل نفسه قبل أن يبدأ، كيف أثير الإنتباه؟ فليس المهم أن الحروف عربية، ولكن كيف تُركب؟ وكيف يتحرك بها اللسان؟⁽⁶⁾.

عمد القرآن الكريم إلى أسلوب لفت إنتباه المشركين، في أسلوب الحروف المقطعة التي بدأت بها بعض سور القرآن الكريم، حسب بعض التفاسير⁽⁷⁾.

يحتاج كل عصر إلى أسلوب يواكب تطورات زمانه، وبما يتلاءم وعقول الناس، فالخطاب على قدر عقول الناس ولا بد من إنزال الناس منازلهم كما جاء على لسان الإمام علي رضي الله عنه (حدثوا الناس بما يعرفون)⁽⁸⁾، وفي الحديث (ما أنت بمحدث بمحدث قوماً لا تبلغه عقولهم إلا كان لبعضهم فتنة)⁽⁹⁾، وذكره مسلم في مقدمة صحيحه عن أم المؤمنين عائشة أنها قالت (أمرنا رسول الله صلى الله عليه وسلم أن ننزل الناس منازلهم)⁽¹⁰⁾، وذكره الإمام الأصبهاني في المسند المستخرج على صحيح الامام

⁽¹⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 92.

⁽²⁾ سورة البقرة، الاية 83.

⁽³⁾ سورة الفتح ، الاية 29.

⁽⁴⁾ سنن الترمذي: ج4/ ص 339. كتاب البر والصلة. باب ما جاء في صنائع المعروف. ح(1956). وقال عنه الترمذي هذا حديث حسن غريب.

⁽⁵⁾ سورة طه، الاية 44.

⁽⁶⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 315-316. بتصرف.

⁽⁷⁾ كفاي، محمد. الشريف، عبد الله. في علوم القرآن ، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، 1981م، ص 135.

⁽⁸⁾ صحيح البخاري: ج1/ ص 59. كتاب العلم. باب من خص بالعلم قوما دون قوم كراهية ان لا يفهموا. ح(127).

⁽⁹⁾ صحيح مسلم: ج1/ ص 11 . باب النهي عن الحديث بكل ما سمع . ح (5).

⁽¹⁰⁾ صحيح مسلم : ج1/ ص 6 .

مسلم⁽¹⁾، وبما أن " أساليب الإعلام أو الدعوة تتكيف بحال العصر"⁽²⁾، والعصر الحالي هو عصر التلفاز، وأساليبه هي الأكثر تأثيراً، والأقرب إلى عقول ورغبات الناس، فإن الواجب الشرعي يتطلب أساليب تلفزيونية منافسة لجواذب العصر، وبما لا يتعارض مع الضوابط الشرعية، خاصة وأن أساليب التلفاز "يمكن أن تلوي الحقيقة"⁽³⁾.

جاء القرآن الكريم والسنة الشريفة بتوجيهات لضبط الأساليب المؤثرة والجذابة للعواطف والمشاعر والعقول، ولقد أورد عبد الله الوشلي⁽⁴⁾ الأساليب المستمدة من واقع واقع القرآن الكريم والسنة النبوية، " ولو إتبعنا برامج الإذاعة والتلفزيون الأسلوب الإعلامي كما جاء في القرآن، فإنها ستجد الإقبال الجيد"⁽⁵⁾.

تعددت الأساليب التي أمر القرآن الكريم بها، (أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ^ط وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ)⁽⁶⁾، وجاء الأمر بالدعوة إلى اعتماد أفضل أساليب القول والأداء في ممارسة الإعلام، والتي تتمثل في القول الحسن: (وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا)⁽⁷⁾ (وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ)⁽⁸⁾، والبصيرة في الأداء والتوصيل: (قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ)⁽⁹⁾.

وجاء القرآن الكريم بأسلوبي الإيجاز والمساواة، ولم يلتفت إلى أسلوب الإطناب، وكلمات القرآن هي كلمات عربية مبينة وفصيحة بليغة يفهمها أبناء العصر من

(1) الاصبهاني، ابو نعيم احمد بن عبدالله بن احمد ابن مهران الهرازي الاصبهاني: المسند المستخرج على صحيح الامام مسلم . تحقيق محمد حسن محمد حسن اسماعيل الشافعي. ج 1 / ص 89 . ح (57) . ط 1 . دار الكتب العلمية- بيروت ، 1996م.

(2) الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 420.

(3) النغمة الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 202.

(4) حدد الوشلي الاساليب، بالبيان المعجز، التنوع في الأداء القرآني، الواقعية في الحوار، التزام الصدق، المواجهة الصريحة وتسمية الأشياء بأسمائها، وحدد فعالية السلوك، مستشهدا بالآيات القرآنية: "وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ" ، "وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ" ، ويصف أخلاق عباد الرحمن "وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا * وَالَّذِينَ يَبِيتُونَ لِرَبِّهِمْ سُجَّدًا وَقِيَامًا" (الاعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، مرجع سابق، ص ص 43- 48.

(5) الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 430.

(6) سورة النحل، الاية 125.

(7) سورة البقرة، الاية 83 .

(8) سورة آل عمران، الاية 159.

(9) سورة يوسف، الاية 108.

العرب البلغاء والفصحاء، ونوع القرآن الكريم في الأداء، سواء بأساليبه أو موضوعاته
(مَا فَرَّطْنَا فِي الْكِتَابِ مِنْ شَيْءٍ)⁽¹⁾.

نالَت أساليب الدعوة ووسائلها حظاً كبيراً من الدراسات، وتصل الأساليب الإعلامية التي أمر بها الله عز وجل حد الإلزام، لأن فعل الأمر من الله عز وجل قد يدل على الوجوب، ومن الضروري أن يكون الأسلوب واضحاً لكل فئات المجتمع، بأساليبه المتعددة المتنوعة، المشوقة الجذابة، المقنعة المؤثرة، المتصفة بصفة المعاصرة والصلاحية لكل زمان ومكان، والإهتمام بكل صغيرة وكبيرة حتى لا تترك أي ثغرة في بناء الدعوة إلى الله، والأخذ بأسلوب التنوع في التعبير وطريقة التكرار في الأداء، وتناول الحقائق العلمية المسلمة، لأن المشاهد لا يستطيع أن يوقف المرسل في التلغاز، ليستوضح ما إستعصى على الفهم، لذا يتطلب صياغة الكلمة بطريقة تستوعبها الأذن على الفور، وتلك إشارات ولفحات لأهم أساليب الإعلام الإسلامي، كما دل عليها القرآن وبينتها السنة النبوية، وهي أساليب يلزم رجال الإعلام الإسلامي الإلتزام بها.

يهدف الأسلوب الجيد والجميل في النهاية إلى التغيير والتأثير في المتلقي، ونجد في القرآن الكريم أسلوب "الفرصة المفتوحة كأسلوب قرآني في التوبة، وكثير من الآيات جاءت بصيغة الإستثناء (إلا الذين) فالفرصة المفتوحة أمل في كسب العالم⁽²⁾، وكذلك التعجب والإستفهام هو أسلوب قرآني، "ويمكن للمرسل إستخدام الأسلوب المناسب للإلقاء بصورة مختلفة كالتعجب والإستفهام"⁽³⁾، وبالفعل لجأ بعض مقدمي البرامج إلى أسلوب الإستفهام كمقدمة لبرامجهم، كبرنامج الإتجاه المعاكس⁽⁴⁾، أما أسلوب التكرار فهو جلي كذلك في القرآن الكريم، وأسلوب التكرار المطلوب للمرسل ليس بسبب فراغ جعبته من المعلومات أو الأفكار، وإلا أصبح مملاً للمشاهد الذي يبحث عن الجديد والمفيد، من هنا إشتراط بعض الإعلاميين أن يكون "التنوع في التعبير والتكرار في الأداء دون ملل المستقبليين"⁽⁵⁾.

(1) سورة الانعام ، الاية 38 .

(2) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 326.

(3) الاعلام في القرآن الكريم ، مرجع سابق، ص 162.

(4) برنامج بيث على قناة الجزيرة الفضائية، اسبوعياً كل يوم ثلاثاء، ويقدمه فيصل القاسم، وغلب على مقدمات البرنامج طرح اسئلة بحاجة الى نقاش خلال الحلقة التلفزيونية.

(5) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 245.

يُعد أسلوب التكرار من الأساليب التي تكرر الفكرة عند جمهور المشاهدين، فمن لا يتذكر بعض الكلمات التي كررها بعض الممثلين في بعض المسلسلات العربية⁽¹⁾، وهذا يعزز ما توصلت إليه بعض الدراسات، فقد " أثبتت إحدى الدراسات أن تكرار عرض أحد النجوم في فيلم سينمائي وهو يدخل لأربع مرات، كفيلاً بزرع هذه العادة في نفوس معجبيه"⁽²⁾، وقد حث القران الكريم على مثل هذا الأسلوب بقوله: (وَذَكِّرْ فَإِنَّ الذِّكْرَى تَنْفَعُ الْمُؤْمِنِينَ)⁽³⁾ " فالتكرار الإعلامي بقصد التذكير يورث دفعا قويا"⁽⁴⁾، وهناك أيضا أسلوب ضرب الأمثال (وَلَقَدْ صَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ)⁽⁵⁾، وضرب الأمثال متبع في وسائل الإعلام المعاصرة.

أشار القرآن الكريم إلى أساليب القول والحركة والصوت، فمن أساليب القول، (وَإِذَا حَاطَبْتَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَمًا)⁽⁶⁾ ويمكن الإستشهاد بالآية الكريمة لتوجيه المرسل الذي يتلقى إتصالات الجمهور، فتخرج كلمات غير لائقة من أحدهم، فلا ينشغل بهم "صيانة للوقت والجهد، أن يُنفقا فيما لا يليق بالرجل الكريم، المشغول عن المهاترة بما هو أهم وأكرم وأرفع"⁽⁷⁾.

يدخل المرسل كل البيوت من خلال شاشة التلفاز، وقد حدد القرآن الكريم إذن دخول البيوت (لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَكُذِّبُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا)⁽⁸⁾، فالبدء بتحية الإسلام قبل الحديث إلى المشاهدين، ما يتميز به المرسل المسلم⁽⁹⁾.

وضع القرآن الكريم أسلوبا لأداء المرسل عندما يقرأ نشرة أخبار، أو يقدم معلومة لجمهور المستقبلين، (لَا تُحْرِكْ بِهِ لِسَانَكَ لِتَعْجَلَ بِهِ)⁽¹⁾.

(¹) تكررت كلمات مثل (شي غاد) في مسلسل حارة ابو عواد، وكرر الاطفال والشباب على حد سواء كلمة (بليلا بلبوكي) في مسلسل باب الحارة، وكلمة (هلا والله أي والله لعيونك) وهي ايضا في مسلسل باب الحارة ... الخ، كذلك تكررت كلمة علوج، والتي كان يرددتها محمد الصحاف وزير الاعلام العراقي في حرب الخليج الاخيرة.

(²) اثر القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 11.

(³) سورة الذاريات ، الاية 55.

(⁴) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 83.

(⁵) سورة الزمر ، آية 27 .

(⁶) سورة الفرقان، الاية 63.

(⁷) الاعلام في القران الكريم ، مرجع سابق، ص 26.

(⁸) سورة النور، الاية 27 .

(⁹) بعض المرسلين يبدأون بعبارات : اسعد الله اوقاتكم او غيرها من العبارات.

رسم الإسلام صورة جميلة، ما أجمل أن يلتزم بها مقدم البرامج، الذي يقف أمام الجمهور، فعندما يتزن بوقفته ومشيته وتكون هادئة، فإن لذلك وقع على المشاهدين (وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا)⁽²⁾، "مشية لا فيها تكلف ولا تصنع ولا خيلاء أو كبرياء"⁽³⁾.

أما حركة المرسل، فقد حددها القرآن الكريم أثناء التوجه إلى الجمهور عند الحديث معهم (وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ)⁽⁴⁾، فعند الظهور على الشاشة بصورة مركزة من كاميرا المصور على وجه المرسل، وهو ما يعرف بلغة الإعلام (كلوز)⁽⁵⁾، فعلى المرسل المسلم أن يلتزم بأمر الله، بعدم تصعير الخد.

تعتبر لغة الإشارة من الأساليب المؤثرة لمرسل البرامج التلفزيونية، فالإشارة لغة منظورة أو لفته متحركة مفهومة، فإذا اقترنت الإشارة باللغة في موضعها الملائم، أثرت تأثيراً عظيماً، وصوت الخطيب مهما تتغير نبراته ونغماته، لا يكفي للتعبير عن العواطف كلها، فلا بد من أن تساعده حركات اليد والرأس والمنكبين وملامح الوجه⁽⁶⁾.

يقول علماء النفس عن لغة العيون "العين تكشف عما بداخل النفس، فمثلاً العين المفتوحة تمثل الغيظ أو الخوف أو الإعجاب، والعين المغلقة تشير إلى التواضع أو البغضاء، والنظر الشزر يترجم الإحتقار والإستهانة، والعين المتحركة يميناً وشمالاً تنبئ عن الرياء والإشمئزاز، والعين المنطلقة إلى السماء ترمز إلى الدعاء، والنظرة إلى الأرض تعبر عن الحياء، والعين المستقرة تعبر عن الثبات والإستقرار واللمعة ترجمان الظفر"⁽⁷⁾، وعين المرسل في التلفاز هي التي تخاطب الجمهور وتؤثر فيهم، وللمرسل أن يختار أي عين يعبر بها عن أفكاره للمشاهدين.

وخلاصة هذا المبحث أن الإسلام لا يمنع قبول أي وسيلة أو أسلوب، مهما كان مصدرها "ولكن ينظر إلى محتواها، فخيرها حلال وشره حرام....والإعلامي المسلم

(1) سورة القيامة، الاية 16.

(2) سورة الفرقان، الاية 63.

(3) الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 25.

(4) سورة لقمان، الاية 18.

(5) كلمة كلوز هي كلمة انجليزية (clos) ويستخدمها العاملون في التصوير بلغتها الانجليزية اثناء الحديث عن اللقطة المصورة.

(6) الدعوة الاسلامية والاعلام الديني، مرجع سابق، ص 26.

(7) المرجع السابق، ص 26-27.

مطالب بأن يخاطب الناس بالوسيلة المثلى⁽¹⁾، إستنادا إلى قوله تعالى: (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ)⁽²⁾.

المرسل لينا في أساليبه ما دام عمله إعلامي، والغلظة ليس مكانها كلام الإعلام مع أكبر الطغاة (أَذْهَبَا إِلَىٰ فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَىٰ ﴿٦٦﴾ فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ)⁽³⁾، والكلمة السواء مع المسلم والمؤمن والمنافق والكافر والمشرك والغني والفقير... الخ، فيرسل للعامة بأسلوب اليسر والسهولة (وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ)⁽⁴⁾، (يَسَّرْنَاهُ بِلِسَانِكَ)⁽⁵⁾، (أَحْسَنَ الْحَدِيثِ)⁽⁶⁾، أما الجدل والحوار فهي للمثقف والمتعلم والمخالف في الدين (وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ)⁽⁷⁾، وبالكلمة السواء السواء (قُلْ يَتَاهَلِ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَىٰ كَلِمَةٍ سَوَاءٍ)⁽⁸⁾، لأن الهدف هو الهداية ومصالح الناس، وليس الجدل من أجل الجدل، فهو بحاجة إلى أسلوب يجمع ولا يفرق دون إستعلاء أو ترفع، وكما قال النبي صلى الله عليه وسلم (قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ)⁽⁹⁾.

مازال المرسلون في الإعلام الإسلامي، ما بين ميسر ومعسر، وما بين مبشر ومنفر، ويترك الخلاف الفكري بين علماء المسلمين الجمهور حيارى، والرسول صلى الله عليه وسلم رسم المنهج: (يسرا ولا تعسرا وبشرا ولا تنفرا، تطوعا ولا تختلفا)⁽¹⁰⁾.

تحتاج دراسة الأساليب القرآنية، ومقارنتها بالأساليب الإعلامية المعاصرة إلى دراسة مستقلة، ولا مجال لبحث تفاصيلها هنا، والمرسل المسلم يتنوع بأساليبه ووسائله

⁽¹⁾ الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 116.

⁽²⁾ سورة ابراهيم، الاية 4 .

⁽³⁾ سورة طه، الايات 43- 44.

⁽⁴⁾ سورة القمر، الاية 17 .

⁽⁵⁾ سورة مريم، الاية 97.

⁽⁶⁾ سورة الزمر، الاياية 23.

⁽⁷⁾ سورة العنكبوت، الاية 46.

⁽⁸⁾ سورة ال عمران، الاية 64.

⁽⁹⁾ سورة الكهف ، الاية 110 .

⁽¹⁰⁾ صحيح البخاري: ج3/ص1104. كتاب الجهاد والسير . باب ما يُكرهُ من التنازع والاختلاف في الحرب .

ح(2873) .

حسب الجهة المستقبلية، فمن إنذار العشيرة والأقربين (وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ) (1) إلى إلى الخطابات الموجهة إلى الملوك والرؤساء، إلى خطب الجمعة، والتي في معظمها إرسال للإعلام الداخلي، وكلها يجب أن تكون "واضحة شاملة للمعاني في أسلوب سهل، كي لا يُجهد المستمع نفسه في فهمها، وبعيدة عن الإطالة حتى لا تورث الملل والإنصراف عن السماع" (2).

إن الله سبحانه وتعالى " قدم لنا الأركان الأساسية، التي تقوم عليها الدعوة، مع بيان أساليبها ووسائلها" (3)، ولا حاجة للمرسل المسلم في البحث عنها عند اللبراليين والإشترائيين، وهذا لا يمنع أن يقتبس منهم المخترعات والوسائل والأساليب الحديثه، فهذا مما إعتبره الإسلام ضالة المؤمن، في حديث النبي صلى الله عليه وسلم: (الْحِكْمَةُ ضَلَالَةُ الْمُؤْمِنِ فَحَيْثُ وَجَدَهَا فَهُوَ أَحَقُّ بِهَا) (4)، وما أجمل الأسلوب الذي يُوصل إلى العالم العالم أحسن الحديث، الذي انزله الله، (اللَّهُ نَزَّلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ) (5).

المرسل "يتصل ليؤثر وكل مضمون يقدمه يجب أن يحقق هذا الهدف وكل همسة أو خطوة أو حركة، يجب أن يكون لها حساب" (6)، ومن العوامل المؤثرة بالمشاهدين، والأكثر قبولا، أن يكون المرسل قريب من لغة جمهوره (وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ) (7) وقريب من فكره ومشاعره وأحاسيسه و آماله وآلامه (لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ) (8).

(1) سورة الشعراء ، الاية 214.

(2) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 30.

(3) الاعلام في القران الكريم ، مرجع سابق، ص 198.

(4) سنن الترمذي : ج5/ص 51 . كِتَابُ الْعِلْمِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ . بَابُ مَا جَاءَ فِي فَضْلِ الْفِقْهِ عَلَى الْبِيَادَةِ . ح (2687) . وَقَالَ أَبُو عِيْسَى أَيُّ التَّرْمِذِيِّ هَذَا حَدِيثٌ غَرِيبٌ .

(5) سورة الزمر، الاية 23.

(6) الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 34.

(7) سورة ابراهيم، الاية 4.

(8) سورة التوبة، الاية 128.

الفصل الخامس

المرسل بين الحرية والقيود

وفيه أربعة مباحث:

المبحث الأول: حرية المرسل.

المبحث الثاني: بيع وشراء المادة الإعلامية.

المبحث الثالث: الموضوعية والحيادية.

المبحث الرابع: ضوابط الشرع في المرسل.

المبحث الأول: حرية المرسل

تعشق مخلوقات الله الحرية التي لم تقتصر على الإنسان وحده، وتغنى بها الشعراء، وحاول الإنسان منذ أن خلقة الله أن يمارس الحرية، وواجه من أجلها المستبدين، فدافع عنها الحاكم والمحكوم عبر التاريخ، ما بين مؤيد لتقييدها، وما بين مطلق لها العنان، وكل حسب مصالحه السياسية والمالية، "فواجهت الديانة المسيحية بعد ظهورها إضطهاداً من أجلها، وبعد أن سادت أنكرت بدورها حرية التعبير والرأي"⁽¹⁾، وظهر الصراع جلياً عندما مارس (جون بينر زنجي) حرية التعبير، ومست المتنفذين في الحكم في أمريكا، فاعتبروا حرته من باب القذف والتحريض ضد الحكومة⁽²⁾، وهذا وهذا يتناسب تماماً بما صرح به نابليون، بأنه "لا يستطيع أن يحكم البلاد لمدة ثلاثة أشهر في ظل حرية الصحافة"⁽³⁾، وهناك من إعتبر حرية الإعلام أسطورة "رغم القانون، فعند الممارسة نجد ضغوط الحكومة وضغوط المعننين؛ أي الممولين"⁽⁴⁾.

يرجع بعض الباحثين الفضل إلى "الحكيم اليوناني القديم سقراط 470-399 ق.م، والذي وضع لحرية التعبير فلسفة ونظاماً"⁽⁵⁾، وتابع أفلاطون أستاذه سقراط، معتبراً انه "يمكن الوصول إلى الحقيقة من خلال المناقشة الحرة"⁽⁶⁾، وتوالت الآراء والنظريات، فنرى "الفيلسوف البريطاني جون ميلتون في القرن السابع عشر، يعتبر

⁽¹⁾ مكاي، حسن عماد. أخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1414هـ - 1994م، ص 39.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 72.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 65.

⁽⁴⁾ الحرب الاذاعية، مرجع سابق، ص 18.

⁽⁵⁾ أخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 35.

⁽⁶⁾ المرجع السابق، ص 37.

الحرية فوق الحريات جميعاً⁽¹⁾، وفي القرن التاسع عشر "توسع سياق الفكر الأخلاقي من خلال الفيلسوف الإنجليزي (جون ستيوارت ميل)، وهو أحد أعلام الفكر التجريبي"⁽²⁾ ومنها إنبثقت نظريات الحرية عند ميل.

يعد أول إقرار رسمي بحرية الرأي والتعبير في المادة (11) من ميثاق حقوق الإنسان بعد الثورة الفرنسية 1789م، ثم بدأ تعبير حرية الإعلام بعد الحرب العالمية الثانية⁽³⁾، ومن ثم صدر الإعلان العالمي لحقوق الإنسان عام 1948م من مادته 19، والتي تنص على أنه "لكل فرد الحق في إبداء رأيه والتعبير عنه"⁽⁴⁾.

يرى الباحث أنه لا يمكن أن يكون المرسل حراً في كل ما يقول⁽⁵⁾، سواء اعتمد اعتماد على أسس ثيوقراطية، كفرعون مدعي الألوهية، أو على أسس عقلية، كما يرى ميكافلي⁽⁶⁾، ولا يمكن كبت حريته لمصلحة الدولة، كما يرى هيجل وتريتشكي⁽⁷⁾، ولا إطلاق حريته فتضر بمصالح الدولة، قال الرئيس الأمريكي جون كندي: يفرض الصحفي على نفسه رقابة ذاتية "ويسأل دائماً: هل هذا الخبر يتعارض والصالح العام، أو يتعارض مع أمن الدولة؟ قبل أن يسألوا أنفسهم: هل هذا الخبر صالح لجذب القراء؟"⁽⁸⁾.

إذا كان عمر بن الخطاب رضي الله عنه، يرى أن الناس ولدتهم أمهاتهم أحراراً في مقولته المشهورة: (متى إستعبدتم الناس وقد ولدتهم أمهاتهم أحراراً)⁽⁹⁾، "وإذا كان (جان جاك رسو) قد ذهب في كتابه العقد الإجتماعي، إلى أن الإنسان ولد حراً، فإن الماركسيين يرون عكس ذلك"⁽¹⁰⁾.

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 45.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 51-52.

⁽³⁾ الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 20.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 32.

⁽⁵⁾ من المؤيدين للحرية المطلقة "جون ستيوارت مل" وترتكز دعواه لحرية التعبير على اساس نفعي ومن ابرز مبرراته: 1- اننا اذا اسكتنا رأياً فقد نخفي حقيقة 2- ان الرأي الخاطيء يحتوي بداخله على جزء ولو صغير من الحقيقة (فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 59).

⁽⁶⁾ المرجع السابق، ص 49-55.

⁽⁷⁾ المرجع السابق، ص 49-55.

⁽⁸⁾ المرجع السابق، ص 428.

⁽⁹⁾ كثر العمال للمتنقي الهندي : ج12/ص294 . ح(36010).

⁽¹⁰⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 281.

تتغير أو تُعدل قوانين الحريات التي وضعها البشر باستمرار، وقد نجد التناقض في معنى وحدود الحريات⁽¹⁾، فنرى الكونجرس الأمريكي يضع عشرة تعديلات على الدستور عام 1789م تعرف باسم وثيقة الحقوق⁽²⁾، فلم تعد الحرية الإعلامية حقاً فردياً مطلقاً⁽³⁾، كما في الليبرالية التقليدية⁽⁴⁾، بل أصبحت ترتبط بمسؤولية الفرد تجاه المجتمع، في ممارسته لهذه الحرية⁽⁵⁾، وإذا ما نظرنا إلى حدود الحريات الإعلامية للحزب الشيوعي فهو الذي يحدد من له الحق في التعبير عن آراء الجماهير، وله الحق في التكلم نيابة عنها، ومن ليس له حق في ذلك⁽⁶⁾، وكرس قرار اللجنة المركزية للحزب الشيوعي الذي صدر عام 1960م هذه الحقيقة، حيث طالب الإعلام بدور مهم " فيما يخص تنقيف السوفييت، في إطار الأيدولوجية الشيوعية وروحها، وعدم التساهل في مواجهة الأيدولوجية والفكر البورجوازي"⁽⁷⁾، وهنا تجاهل للحرية الفردية" فلا مجال للحرية في ظل إفتراض وجود صوت واحد يعبر عن الحقيقة المطلقة، هو صوت الحزب"⁽⁸⁾، ولا يمكن القضاء على فكر وحرية الفرد تماماً، فإذا كانت "حرية الفرد صفرًا فإن الحرية الاجتماعية لا يمكن أن تكون إلا صفرًا هي الأخرى، لأن المجتمع الحر هو الذي يكون أفراده أحراراً"⁽⁹⁾، ونلاحظ أيضا الكبت الإعلامي، والذي يخالف المفاهيم التي نادى بالحرية الإعلامية، "إن الفكر الإعلامي الإشتراكي يُجرّم نشر كل ما من شأنه الإساءة إلى النظام الاجتماعي، أو ما يروج للأفكار البرجوازية، أو ما ينتقد العقيدة الماركسية، أو ما يتضمن دعاية للسلطات الحاكمة، أو ديكتاتورية البروليتاريا"⁽¹⁰⁾، وإذا ما قارنا ذلك بما فهمه المسلمون الأوائل لمعنى حرية التعبير، والجرأة في إبداء الرأي، نجده عند أبسط الناس جاهاً، أمام خليفة المسلمين عمر بن الخطاب رضي الله عنه، عندما قالها الأعرابي: والله لو وجدنا فيك إعوجاجاً لقومناه بسيوفنا،(ورضي الله عن عمر بن الخطاب، حيث كان يقول على المنبر، يا معشر

(1) الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص 36-40.

(2) اخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 50.

(3) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 221.

(4) اخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 67.

(5) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 222-223.

(6) المرجع السابق، ص 380.

(7) الحرب الاذاعية، مرجع سابق، ص 18.

(8) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 382.

(9) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 37.

(10) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 445.

المسلمين ماذا تقولون لو ملت برأسي إلى الدنيا كذا وميل رأسه، فقام إليه رجل فسلب سيفه وقال: أجل كنا نقول بالسيف كذا، وأشار إلى قطعه، فقال إياي تعني بقولك، قال نعم إياك أعني بقولي، فنهزه عمر ثلاثاً وهو ينهر عمر، فقال عمر رحمك الله، أَلحمد الله الذي جعل في رعيتي من إذا تعوجت قومني⁽¹⁾، فأى حرية تعبير هذه أمام المرسل، الذي لا يمارس حرّيته الإعلامية، خوفاً أو نفاقاً لأولي الأمر والمتنفذين في السياسة والإقتصاد، "إن تنازل الإنسان عن حرّيته للحاكم، أو لأي شخص آخر، إنما يعني أنه يتنازل عن إنسانيته"⁽²⁾.

يصبح المرسل في أحيان كثيرة أمام خيارين، خيار السلطة وخيار الجمهور، وإذا ما كان يتمتع بحرية نابعة من إيمانه بمصالح الدين والوطن والمجتمعات، ومصالح الأرض وما عليها من مخلوقات، فقد يعرض نفسه للإتهام بمحاباة السلطة، لو ركز على القانون والنظام، وكذلك لو ركز على المحتجين، فسيبدو متعاطفاً مع وجهة نظرهم، وقمة الصعوبة هنا، هو الإلتزام بالموضوعية⁽³⁾.

يستمر تعديل قوانين الحريات حسب المصالح والأهواء، ما دام البشر هم من وضعها، فتطور مفهوم الحرية الليبرالي، وأضحى ينظر إليها على أنها التحرر لأجل بدل التحرر من⁽⁴⁾، ومن هنا نجد التطور في مفهوم الحريات للإعلام التتموي، "إن فلسفة الإعلام التتموي تميل إلى إعطاء الدولة حق تقييد الحريات الإعلامية، التي تتعلق بحماية الكيان الاجتماعي، وبحماية السلطة، التي تقود حركة هذا المجتمع في مسيرته التتموية"⁽⁵⁾.

يرى أي باحث أن مفاهيم الحريات الإعلامية عند الغرب تتباين بشكل واضح، " وإذا كان التلفزيون في الدول الفقيرة تحت إمرة السلطة، فهو في الدول الغنية والديمقراطية تحت رحمة الثروة"⁽⁶⁾، وعندما تكون الأهداف سياسية أو إقتصادية، وبين

(1) الشقيري، محمد عبد السلام خضر الشقيري: السنن والمبتدعات المتعلقة بالأذكار والصلوات. تحقيق: المصحح: محمد خليل هراس. ج1/ص372. دار النشر: دار الفكر.

(2) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، المرجع السابق، ص 390.

(3) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 136.

(4) يقصد بالحرر من: التحرر من شتى اشكال السيطرة والضغوط، اما التحرر لاجل فيقصد بها الغاية من التحرر: أي التحرر لاجل تحقيق الاهداف التي يسعى اليها المجتمع. (فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 430).

(5) المرجع السابق، ص 451.

(6) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 463.

وبين ما تكون الأهداف التربوية أو ترفيهية موجهة إلى داخل مجتمعاتهم، أو موجهة إلى مجتمعات خارج حدود بلدانهم، فتكبت وتمنع الحريات إذا مست سياساتهم أو دولهم ومصالحهم، ويطلق لها العنان وتصبح حرية رأي، لكل ما يمس عقائد وسياسات وعادات وتقاليد المجتمعات الأخرى، وخاصة الإسلامية منها، فإذا نظرنا إلى التشريع الأمريكي، فيما يتعلق بأخلاقيات المجتمع وآدابه، فإننا نجد أن مشكلة تحديد ما هو فاحش من مواد إعلامية وما هو غير فاحش، تعد من المشكلات التي واجهت المحكمة الدستورية العليا⁽¹⁾، وكما يرى السماسيري "فمن الطبيعي في ظل مثل هذا الفهم الذي تبناه الفكر الليبرالي للأداب والأخلاقيات، أن تتاح حريات واسعة أمام وسائل الإعلام، لنشر المواد الخليعة والمثيرة، دونما إحساس بأي ذنب أخلاقي"⁽²⁾.

يغلب على فكر الإعلاميين العرب والمسلمين النظري التبعية للغرب في قوانين الحريات، فنجد الخلاف بين من يتبنى الفكر الليبرالي وغيره، وبين من يتبنى الفكر الإسلامي⁽³⁾، أما تطبيق الحريات فهو أقرب إلى ما سماه بعض الباحثين بحرية القمع، وأن الصحفي العربي "فاقد الحرية في التعبير عن رأيه أمام رئيس التحرير، وإذا ما أصر على رأيه فسيعني ذلك فصله أو نقله"⁽⁴⁾.

تعتبر الشريعة الإسلامية كثيراً من حريات الرأي المسموح بها في الغرب من المحرمات، والتي حدد لها عقوبات في الدنيا، وعذاب في الآخرة، فالإسلام "يحرم الإعتداء على الأفراد بالقذف أو السب أو التشهير، كما يحرم غزو خصوصياتهم(وَلَا تَجَسَّسُوا)⁽⁵⁾، ويضع الفقه الإسلامي تقنيناً واضحاً لهذه الجرائم، وللعقوبات المقابلة لها، " حتى لا يخرج صاحب الرأي عن إرشاد الوحي ومقاصده وغاياته وقيمه وكلياته، وحتى لا يضل ولا ينحرف توجيهه ولا ينزلق إلى الأهواء والنزوات والضلالات بإسم حرية الرأي، أو غيرها من الكلمات البراقة الجوفاء"⁽⁶⁾.

وتعني الليبرالية بحرية الرأي عند نشر ما يثير حفيظة الشعوب، سواء كانت تمس الأديان والعقائد، كالرسوم الكاريكاتورية للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، وما

⁽¹⁾ أخلاقيات العمل الاعلامي ، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 333.

⁽²⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 423.

⁽³⁾ الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مرجع سابق، ص ص 23-35.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 70.

⁽⁵⁾ سورة الحجرات، الاية 12.

⁽⁶⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 334.

كتبه سلمان رشدي من قبل، ومحاولات حرق ومهاجمة القرآن المتواصلة، ومهاجمة الدين الإسلامي والمسلمين، وتأتي مبررات اللبرالية في رفضها الرقابة على النشر، "أنها تنتهك الحق الطبيعي للإنسان في حرية القول، وأنها تمكن الطغاة من الإستمرار في السلطة، وأنها تعوّق عملية البحث عن الحقيقة، وأن الصحافة التي تخضع للرقابة هي أقلها قدرة على نشر الصدق، والرقابة تقوم على الكبت والتستر"⁽¹⁾.

ومن الواضح أن الدين الإسلامي هو الدين الوحيد المستهدف، بدليل "عدم تناول أجهزة الإعلام للمسيحية أو لليهودية بنفس الحماس الإنفعالي الذي تتناول به الإسلام"⁽²⁾، والصور التي تمثل الإسلام "منقاة بعناية لتلبية إحتياجات سوق من نوع آخر، سواء كانت السياسات الحكومية، أو ما يسمى بالمصلحة القومية"⁽³⁾، وعند الحديث عن الإحتلال الإسرائيلي "يندر أن تشير الصحافة الغربية إلى الطابع الديني لإسرائيل، وهو الطابع الذي تصرح به إسرائيل نفسها"⁽⁴⁾.

" نادى الإعلام اللبرالي بضرورة تنافس الآراء والأفكار، ورأى أن سوق الآراء والأفكار، يكاد يماثل السوق الرأسمالية ذاتها، حيث يطرح فيها بكل حرية أي رأي"⁽⁵⁾، ويرجع الفضل إلى (جون ميلتون) في وضع مفهوم السوق الحرة للأفكار"⁽⁶⁾، من هنا نجد " أستاذ الصحافة الأمريكية (والتر جيبير) يعتبر العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة هي علاقة تجارية؛ أي علاقة منفعة متبادلة، والصحفي ينبغي ألا يكون تابعا للحكومة، وألا يكون عدواً لها"⁽⁷⁾، ولعل بعض إعلاميي الغرب لأمس حقيقة من يرفعون شعار الحريات، لأهداف ومصالح سياسية أو إقتصادية، وليس للحرية بمعناها وقيمها النبيلة وجود عندهم، فرغم نهوض فلاسفة الفكر في فرنسا والذين قاموا "بعبء الدفاع عن الحرية في مختلف ميادينها ومنها حرية الرأي والتعبير، من أمثال (فولتير) و(مونتسكيو) و(جان جاك روسو)، إلا أننا نجد "كبار المفكرين الفرنسيين قالوا: كم من الجرائم إرتكبت بإسْمك أيتها الحرية"⁽⁸⁾.

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 425 - 426.

⁽²⁾ تغطية الاسلام، مرجع سابق، ص 30.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 8.

⁽⁴⁾ المرجع السابق، ص 115.

⁽⁵⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 366.

⁽⁶⁾ اخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 47.

⁽⁷⁾ المرجع السابق، ص 176.

⁽⁸⁾ الاعلام في القران الكريم، مرجع سابق، ص 278.

نتيجة للقوانين اللبرالية في الحريات الإعلامية، والتي لم تراعى التوازن المنهجي الذي أمر به الإسلام، بين حرية الفرد والمجتمع والدولة والبيئة والإنسان بشكل عام لم يحدث التزام حقيقي من قبل الإعلاميين بالمسؤوليات، وأدى كف يد السلطة عن التدخل في المجال الإعلامي، إلى ترك الساحة أمام الإقتصاد، فتم نشر مواد الجنس والإثارة والجريمة والعنف، وإقتحام الحياة الخاصة للشخصيات العامة، والإشاعات والأكاذيب عن فساد المسؤولين الحكوميين، وكشف الأسرار الحكومية، والمساس في بعض الأحيان بالأمن القومي⁽¹⁾.

إن مواثيق الشرف والقوانين⁽²⁾ المتعلقة بحرية الرأي والتعبير، والتي صدرت وما زالت تصدر عن مؤسسات إعلامية ودولية⁽³⁾، لم ينضبط بها المرسل، ما دام الرقيب غائباً⁽⁴⁾ أو متساهلاً.

تميز العرب بحب الحرية، وجاء الإسلام فعززها، وإعتبر الحرية الفردية حق مشروع لكل إنسان، ولو ارتبط هذا الحق بالدين والمعتقد، فقال سبحانه وتعالى: (لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ)⁽⁵⁾، وقدم الإسلام بمنطق الحجة والبينة، بعيداً عن العنف، ثم وفر حرية الإختيار، وجاء القرآن الكريم يؤكد هذه الحقيقة بقوله تعالى: (وَقُلِ الْحَقُّ مِن رَّبِّكُمْ^ط فَمَن شَاءَ فَلْيُؤْمِن وَمَن شَاءَ فَلْيُكْفُرْ)⁽⁶⁾، وينهى الإسلام عن أي ضغط معنوي على المخالفين، فقال تعالى: (أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ النَّاسَ حَتَّىٰ يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ)⁽⁷⁾، (إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَن يَشَاءُ^ع وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ)⁽⁸⁾، ووضع الله تعالى للنبي محمد

(1) أخلاقيات العمل الاعلامي ، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 68.

(2) للاطلاع على القوانين المتعددة حول الحريات انظر: أخلاقيات العمل الاعلامي، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص ص 105-133. وللاطلاع على رقابة التنظيمات ومواثيق الشرف ص ص 141-159.

(3) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص ص 61-62.

(4) يقصد بالرقيب هنا الرقيب القانوني في القوانين الاعلامية الوضعية، والرقيب القانوني والرقيب الذاتي المرتبط بالخوف من رقابة الله في الفكر الاسلامي، والذي يعتبر من ابرز الفروق في هذه الدراسة، بين ما وضعه البشر من قوانين، وبين ما وضعه رب البشر من اوامر ونواهي.

(5) سورة البقرة، الاية 256.

(6) سورة الكهف ، الاية 29.

(7) سورة يونس، الاية 99.

(8) سورة القصص ، الاية 56 .

صلى الله عليه وسلم دوره الإعلامي بقوله سبحانه: (إِنَّ عَلَيْكَ إِلَّا أَلْبَلُغُ)⁽¹⁾، (وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا أَلْبَلُغُ الْمُبِينِ)⁽²⁾، وليس المطلوب هو السيطرة على المستقبلين (لَسْتَ عَلَيْهِمْ بِمُصَيِّرٍ)⁽³⁾.

ينظر الإسلام إلى حرية الرأي والتعبير من منطلقات شرعية، هدفها الأول والأخير مصالح الفرد والمجتمع، سواء أكان مسلماً أم غير مسلم، وتراعي مصالح العالم أجمع، ومصالح كل ما خلق الله على وجه البسيطة، فللفرد عقاب وثواب في أي ممارسة يقوم بها، ومنها حدود حريته، "إن حريات الفرد وحقوقه التي أباح الإسلام له التمتع بها، هي أيضاً محدودة بقواعد الشريعة ويحاسب المرء إن تخطاها"⁽⁴⁾، ويرى عبد القادر حاتم حاتم أن "بعد حرية العقيدة تأتي حرية الرأي والتعبير، وإذا كانت حرية الرأي والاجتهاد مكفولة بالنسبة لأمر الدين، فمن المنطقي أن تكون مكفولة لما دون ذلك من أمور"⁽⁵⁾.

يتميز المسلم عن غيره في حدود حريته التي لا تتجاوز ما أمر الله به، والتي يعتبرها حقائق ثابتة وملزمة وليس له الحرية المطلقة فيها، "فحرية إبداء الرأي في أي قضية من القضايا، أمر مفهوم وضروري في مجتمعات تنكر أي مصدر ثابت للحقيقة"، فالحقائق التي عند المسلمين، والتي إكتسبها من مصدر الوحي، ودونت في القرآن الكريم، لا يعتبرها غير المسلمين، بسبب إيمانهم بالمحسوس من الحقائق، والتي تخضع للتجربة والبحث العلمي،⁽⁶⁾ بينما المسلمة المناظرة لها في الفكر الإسلامي "تلتزم معتقياً بألا يتعرضوا للثوابت، التي جاء بها الوحي، بالنقد أو الطعن في صحتها وسلامتها، تحت راية حرية الرأي"⁽⁷⁾.

ألحرية المطلوبة للمرسل في الفكر الإسلامي "لا تعني أن يعمل الشخص ما يشاء، من غير أن يراعي حدود العمل والقول والآداب، التي حددها الإسلام"⁽⁸⁾.

(1) سورة الشورى، الآية 48 .

(2) سورة النور، الآية 54 .

(3) سورة الغاشية، الآية 22 .

(4) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 397 .

(5) الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 123 .

(6) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 209 .

(7) المرجع السابق، ص 209 .

(8) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 73 .

إن بعض ما يراه الغرب حرية شخصية، يراه الإسلام محرماً، فعلى سبيل المثال " تخرج المذبة بأبهي زينة، وكأنها راقصة والرجال ينظرون إليها"⁽¹⁾، متجاهلين قول الله تبارك وتعالى (قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَٰلِكَ أَزْكَىٰ لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ)⁽²⁾.

من القوانين الوضعية "حق حماية الخصوصية"⁽³⁾، والتي جاءت كردود على مسالك خاطئة لكثير من الصحف المتدثرة بفكر فلسفة الإعلام اللبرالي، وعلى رأسها الصحف الصفراء، التي عملت على إقتحام الحياة الخاصة للمشاهير والأغنياء"⁽⁴⁾.

ليس من الحرية المسموح بها في الفكر الإسلامي نشر قضايا تمس أعراض الناس، فقد شدد الإسلام على عدم نشر قضايا الجنس، لأثارها السيئة على النفس والمجتمع، ووضع ضوابط أخلاقية متعددة، فكم كان الإسلام دقيقاً في التستر على المسلمين، وهذا ما عبر عنه النبي صلى الله عليه وسلم بقوله: (مَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ)⁽⁵⁾.

يعتمد منهج الإسلام في الحريات على وسطية تراعي فيها حق الفرد والدولة والمجتمع والبيئة على حد سواء، فلا تطغى أي حرية على حقوق الأخرى، لذلك لا ينظر "الفكر الإسلامي إلى الحرية الإعلامية على أنها حق للفرد، كما أنه لا ينظر إليها على أنها حق للمجتمع... ويحرم على الدولة التدخل بأي صورة تحول بين الفرد وبين التمتع بهذا الحق، مالم يكن هناك مبرر مشروع"⁽⁶⁾.

تتساوى حرية القول وإبداء الرأي، وحرية السكوت، في الفكر الإسلامي ، فنجد القول والتعبير عن الرأي أمر يطالب به الإسلام، وأحياناً نجد السكوت هو المطلوب الشرعي، " فحرية الرأي والقول لا ينظر إليها على أنها حق، بل ينظر إليها على أنها واجب على المرء، إذا رأى منكراً ظاهراً أن ينهى عنه ما إستطاع إلى ذلك سبيلاً، فهو

⁽¹⁾ اثر القنوات الفضائية العربية ، مرجع سابق، ص 15.

⁽²⁾ سورة النور ، الاية 38 .

⁽³⁾ أخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص ص 169-172.

⁽⁴⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 437.

⁽⁵⁾ ابن جارود ، عبد الله بن علي بن الجارود أبو محمد النيسابوري : المنتقى من السنن المسندة . تحقيق: عبد الله عمر البارودي . ج1/ص203 . باب في الحدود . ح(802) . ط 1 . دار النشر: مؤسسة الكتاب الثقافية - بيروت - 1408 - 1988 .

⁽⁶⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 456.

ليس حراً في أن يسكت أو يتكلم، فالساكت عن الحق كالناطق بالباطل، والساكت عن الحق شيطان أخرس" (1).

تُعدُّ بعض الحقائق والأفكار والتوجيهات، من المسلمات في الفكر الإسلامي، والتي جاء بها الوحي وثبتت بالنص القاطع، "ولا مجال لوسائل الإعلام لأن تثبت أو تنشر مادة تخالفها تحت مسمى حرية الرأي أو حرية الفكر، أما الأمور التي ليس هناك نصوص قاطعة بشأنها، فهناك مساحة من الإختلاف المسموح به، شريطة أهلية من يدلي بدلوه في هذا الصدد، وتحليه بالآداب الإسلامية، وكونه مخلصاً للنية لوجه الله، ومتجرداً من الهوى، وساعياً بنزاهة للوصول إلى الحقيقة" (2).

"إن الحدود المسموح للدولة أن تتدخل في إطارها في ممارسة الفرد لحرية الإعلامية، محكومة بالإطار الشرعي" (3)، "ومن حق الدولة مساءلة الإعلاميين عن إساءة إستعمال الحرية، بشرط أن يتم عن طريق القضاء، وبذلك يوازن الإسلام بين الحرية والمسؤولية توازناً دقيقاً" (4)، "والواقع أن مالك الوسيلة الإعلامية، يستطيع أن يتخذ إجراءات رادعة تصل إلى طرد أي إعلامي يخالف توجيهاته أو أوامره، سواء أكانت هذه التوجيهات تصب في الصالح العام، أم في صالحه الخاص" (5)، ولكن من "أقوى الأسلحة لدى الصحافة لمقاومة الهجوم على حرّيتها، هو الكشف الكامل لهذا التهديد في الصحف" (6).

يعتبر الإسلام حماية أمن المجتمع وإستقراره، مسوغ للدولة لمنع المرسل من النشر تحت مسمى حرية الرأي، إذا كان هناك تهديد خارجي أو داخلي "وما لم تؤدي المادة الإعلامية المنشورة إلى إضطراب أو فتنة، فلا ينبغي أن تكون مدعاة لإنتهاك الحاكم لهذه الحرية والإنتقاص منها" (7).

" إن نظرة الإسلام التي تجل العقل وتكرمه، تطلب من كل فرد أن يدلي بدلوه فيما يهم مجتمعه وأمته من قضايا، وتحرم على الحاكم أن يفرض القيود التي تمنع الفرد من إبداء رأيه بحرية، فليس هناك قدسية لرأي توجب كبت ما دونه، ما دام ليس هناك

(1) المرجع السابق، ص 398.

(2) المرجع السابق، ص 336.

(3) المرجع السابق، ص 399.

(4) أصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 46.

(5) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 440.

(6) اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 34.

(7) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 462.

نص قاطع يستند إليه صاحب هذا الرأي⁽¹⁾، إن حرية الرأي والتعبير كما يراها مكاوي تعتمد على عناصر ثلاثة "الإيمان بالعقل، وإنحسار الحصانة عن أي فرد في المجتمع، ووجود بيئة تتسم بالتسامح"⁽²⁾.

يرى الباحث الآتي:

1- إن الله خلق الإنسان، وترك له حرية الإختيار في الدين، ومن واجب المرسل أن يمارس حريته لصالح الدين والوطن والإنسان والكون، ويعتبر خوفه من القوانين الوضعية والحكومات مخالفة شرعية، إذا كتبت حريته لمصالحها السياسية والإقتصادية الخاصة، ويقول بعض إعلاميي الغرب "إن حرية الصحافة هي من أجل الشعب، ويجب الدفاع عنها ضد أي إنتهاك أو إعتداء من أية جهة"⁽³⁾.

2- لا يحق للمرسل مخالفة قوانين الدولة ومواثيق الشرف، إذا كانت ضوابطها تهدف إلى حفظ أمن الوطن وأمن المواطن وحقوق وأعراض الناس، وتعتبر مخالفة القوانين الوضعية مخالفة شرعية لمخالفة أولي الأمر، ما دامت أهدافهم نبيلة.

3- عندما يخير المرسل بين حريته الإعلامية، وبين متطلبات أصحاب المؤسسات الخاصة، أو مسؤولي المؤسسات الإعلامية الحكومية، ويقع تحت تهديد الفصل، فإما الحديث عن المخالفين سياسيا ما بين التشويه والهجوم الإعلامي، وإما قطع الرزق والفصل من العمل، فالخوف من الله والرزق على رب العالمين، ومصالحة المجتمع والوطن والدين مقدمة على مصالح الإنسان الشخصية.

(1) المرجع السابق، ص 304 - 305.

(2) أخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 52.

(3) أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 33.

المبحث الثاني: بيع وشراء المواد الإعلامية

يتخرج طلاب الإعلام من الجامعات، ويتجه كل منهم إلى البحث عن عمل في المؤسسات الإعلامية، ويجد الصحفي الجديد العمل في التلفاز هو الأكثر إغراء، بسبب الأجر العالية من جهة، وسعياً وراء الشهرة من جهة ثانية، فمنهم من يعمل كموظف حكومي في المؤسسات الإعلامية الحكومية أو الخاصة، ومنهم من يتجه إلى العمل الحر، فيتقاضى ثمن جهوده الصحفية⁽¹⁾، أو ثمن المعلومات التي زود بها المؤسسة الإعلامية⁽²⁾، ويناقش هذا المبحث مشروعية بيع المرسل للأنباء أو الصور، طلباً للمال، وأين يقع الواجب الديني، والواجب الوطني، والواجب الأخلاقي، أمام مصدر رزق المرسل؟

تعتمد المؤسسات الإعلامية وتحديداً الخاصة منها، على التجارة من خلال الإعلانات، ومن خلال بيع وشراء المواد التي تنتجها، فبعض أصحاب الشركات المالكة للصحف، أو الشركات المالكة لوكالات أنباء وإذاعات، لا يعملون إلا من أجل الربح، أو السيطرة، أو خدمة لأنظمة ومنظمات تؤمن بالسيطرة على الإنسان، لتحقيق أهدافها التي يمكن وصفها بأنها لا إنسانية⁽³⁾.

تعتبر التلغزة في الغرب تلغزة ربحية، إنطلاقاً من الفكر الإقتصادي الرأسمالي، ولم تخرج التلغزات ذات التوجه القومي عن الهدف الربحي، وهذا ما يؤكد إعلاميو الغرب، وترى ديانا لويس أن النظام التلفزيوني الأمريكي تشكل على أساس قيام عدد محدد من الشبكات القومية، غالبيتها العظمى على أسس تجارية، تقدم خدماتها للمشاهدين في كل الولايات المتحدة، بالإضافة إلى عدد كبير جداً من المحطات التلفزيونية المحلية، التي تخدم مناطق محددة، وتعتد في تمويلها على الإعلانات أو الإشتراكات، في حالة بث

(1) يتقاضى بعض الصحفيين ثمن جهدهم، وهناك تسعيرة خاصة لكل فضائية على ما يعرف (بالتقرير الاخباري) والذي مدته ما بين دقيقتين ودقيقتين ونصف كمدل، فيكون اجرة المراسل او ثمن تقريرة حسب الفضائية ما بين مئة وخمسين دولار وثلاثمئة دولار، وكذلك المصور والمونتير وفي الصوت والسائق وقد تفاوت اجورهم قليلا او كثيرا حسب القناة الفضائية، ويجدر الاشارة الى ان ثمن التقارير ترتفع وتزداد في حالات المخاطرة كالحروب ، ولعل ما حصل في فلسطين خلال الاجتياحات الاسرائيلية 2002م ، كان مصدر مال وفير للمرسلين والمصورين رغم بشاعة الحدث .

(2) يتقاضى المذيع والمراسل والمحرر والمصور والمخرج والمهندس رواتب عالية، وفي التلفزيونات الخاصة يتقاضى المراسل بالدولار ما بين 3000 دولار شهريا وبين 12 الف دولار، كمراسل الجزيرة في فلسطين.

(3) الاعلام في القران الكريم ، مرجع سابق،ص 58.

برامجها عن طريق الشبكات الأرضية (الكوابل)، أو باستخدام شفرة خاصة، يلزم لإستخدامها وجود أجهزة فك الشفرة لدى المستقبلين، وهذه تعطى مقابل إشتراك⁽¹⁾.

يتضح أن الهدف الأهم في النظام الغربي هو المال، بغض النظر عن أهدافه ونتائجه الأخلاقية، حتى أصبح "مصطلح (الجنس يبيع)⁽²⁾ فيما يبدو بديها في المجتمع الأمريكي الحديث"⁽³⁾.

وهنا مفارقة واضحة بين منهج الإسلام، الذي يمنع بيع آيات الله (وَلَا تَشْتَرُوا بِعَايَتِي ثَمَنًا قَلِيلًا)⁽⁴⁾، و"الإعلام الغربي الذي يشتق فلسفته من سلطان رأس المال، المتمثل في ضرورة جني الأرباح من المشروعات الإعلامية، بحيث تصبح وسائل الإعلام مجرد سلع للتجارة والكسب، حتى إذا أدى إلى فساد المجتمع وتدهور قيمه"⁽⁵⁾، ونتيجة للتبعية الإعلامية الغربية لكثير من المرسلين المسلمين، أصبح ما يريده السوق يقدمه المرسل، فالمجتمعات الغربية "تنظر إلى الأخبار⁽⁶⁾ باعتبارها سلعة تجارية قابلة للبيع والشراء، وتخضع لقانون العرض والطلب"⁽⁷⁾، فمن هنا نجد الإنتقائية للمرسل والمفاضلة بين خبر يعود بالفائدة على المجتمع والدولة، لكن ربحه غير مضمون، وبين خبر تحتاجه الأسواق الإعلامية وفيه المال الوفير، " فمن بين ملايين الأحداث التي تقع في كل لحظة في العالم، يختار المندوب عددا قليلاً منها، ويقوم بتلميعها ويعرضها للبيع"⁽⁸⁾، وتكمن الخطورة في بيع الأنباء والتقارير الإخبارية والصور التي ينفرد بها مرسل معين لمن يدفع أكثر، دون النظر إلى أهداف هذه الفضائية، ودون النظر إلى معاداتها للدين والوطن، وكيف ستتعامل مع هذه الأنباء والصور، وما هو الفكر الذي

⁽¹⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون . مرجع سابق، ص 8 .

⁽²⁾ اخلاقيات العمل الاعلامي ، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 329.

⁽³⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 539.

⁽⁴⁾ سورة البقرة ، الاية 41.

⁽⁵⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 16.

⁽⁶⁾ تعددت تعريفات الخبر منها: أ - تعبير عن شيء حقيقي ب- تعبير عن شيء حدث بالفعل ج - شيء حقيقي ومؤثر في العالم الاجتماعي د- تقرير عن حدث يتضمن معلومات تم جمعها بدقة وكتابتها من خلال مندوبين: (للمزيد انظر: الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 125).

⁽⁷⁾ المرجع السابق، ص 125.

⁽⁸⁾ المرجع السابق، ص 125.

تروجه من خلالها، ومن هنا يتبين "الفرق بين حملة الأقلام الذين يحترمون أنفسهم، وحملة الأقلام التي يعلنون عنها في المزاد العلني، ويبيعونها لمن يدفع المال الأوفر"⁽¹⁾.

تقلد الفضائيات العربية والإسلامية الغرب، في البحث عن البرامج أو الأفلام الأكثر مشاهدة، وحشوها بالإعلانات التجارية، "وحيثما يذهب المشاهدون تتبعهم على الفور أموال المعلنين"⁽²⁾، ومن طرائف الناس (لو أنهم يضعوا برامج بين هذه الإعلانات الإعلانات لكثرتها)، حتى أن بعض الباحثين صور "أخبار التلفزيون سلعة للتسوق، مثل الخوخ والكمبيوتر ومعجون الأسنان"⁽³⁾.

وهذا واضح في التلفزيونات الخاصة، ولم تسلم منه التلفزيونات الحكومية " فوسائل الإعلام المملوكة لإفراد أو هيئات، تفضل الكسب المادي على أي اعتبار آخر، وتعتبر الإعلام سلعة لها طابع إستهلاكي، وهو ما لا يمكن أن يتوافق مع الإعلام الإسلامي"⁽⁴⁾، الذي يطالب المرسل أن تكون دوافعه وأهدافه والنتائج المرجوة، هي خدمة الوطن والمجتمعات البشرية، والمساهمة في تبيان الحقوق وإظهار الواجبات، قبل النظر إلى المكاسب المادية الشخصية، وهذا ما ذهب إليه عناية الله إبلاغ بقوله: "ومن شروط القائمين بالأعمال الإعلامية، أن تكون الدوافع للوصول إلى الأهداف دوافع معنوية، بعيدة عن الربح المادي، إلا بقدر ضئيل حسب الضرورة، إذ أن الأغراض المادية المحضة، تبعد الإعلامي عن أهداف الدعوة إلى الله لإبتغاء وجه الله، ولتكون كلمة الله هي العليا"⁽⁵⁾.

وتخلص دراسة المبحث إلى الآتي:

1- الهدف الدعوي مطلب شرعي، ولا أولوية للمال أو للشهرة أمام الدعوة إلى الله عز وجل.

2- المصلحة الوطنية ومصلحة الشعوب مقدمة على مصالح المال والجاه.

3- الكسب المادي والبحث عن الرزق مطلب شرعي، والمرسل الذي درس الإعلام يتكسب من عمله الإعلامي دون المساس بما ينهى عنه الشرع، من بيع مواد

(1) الإعلام الإسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 484.

(2) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 184.

(3) المرجع السابق، ص 184.

(4) الإعلام الإسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 550.

(5) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 74.

إعلامية فيها مساس بالدين أو الأخلاق العامة، ويحرم بيع ما فيه مساس بأمن الوطن الإسلامي والمواطن.

4- يشجع الباحث بيع المواد الثقافية، والتي فيها علم ومعرفة، كعلوم الدين وعلوم الطب والإقتصاد والإجتماع، والمواد التي تعرّف بالعادات والتقاليد الإسلامية الأصيلة، وبيع ما فيه فائدة للدين والوطن والإنسانية، على شكل أفلام وثائقية أو قصص إخبارية، فيحقق المرسل مطلبين من مطالب الشريعة معاً، مطلب نشر الدعوة والدفاع عن المسلمين، ومطلب الكسب المالي، و كما قيل: "لن يقدم منتج أو هيئة عامة أو خاصة على إنتاج فني إسلامي من أي نوع، إلا إذا ضمن تحقيق الربح"⁽¹⁾.

(¹) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق ، مرجع سابق، ص 574.

المبحث الثالث: الموضوعية والحيادية

يتردد مصطلح الموضوعية على ألسنة الإعلاميين، ويتداخل أحيانا مع مصطلح الحيادية، وينادي الأكاديميون بموضوعية وحياد المرسل، ويكتب المفسرون المعاصرون في التفسير الموضوعي للقرآن الكريم، كمحمد الأمين الشنقيطي⁽¹⁾، وعبد الله السراج⁽²⁾، وغيرهم، ويناقش علماء النقد الأدبي الذاتية والموضوعية في الأدب العربي⁽³⁾، ويخلص العشماوي إلى أن الصراع بين النظريات الذاتية والموضوعية صراع لفظي، فما المقصود بالموضوعية للمرسل؟ وما المقصود بالحيادية؟ ما مدى إلتزام المرسل المعاصر بالموضوعية؟ وهل المرسل المسلم محايد؟ ما حكم الشرع في من لا يلتزم بالموضوعية؟ وهل الحياد مطلب شرعي؟

وقبل البحث في الموضوعية لا بد من التركيز على أن لكل إعلام مبادئ يقوم عليها، تتبع من عقيدته الدينية، أو من فلسفته الوضعية، فالإعلام المعاصر نشأ من تراكم خبرات وتجارب متعددة، وشارك في صياغته وتمييز خصائصه، إلتماءات إلى ثقافات وسياسات متعددة، ساهمت جميعها في تتشكل نظريات الإعلام المعاصرة، بإختلاف أهدافها ومبادئها، وساعد التسابق التقني على إيصال وإرسال مبادئها وفكرها.

يلمح الباحث معنى الموضوعية والحيادية معاً، في دراسات الباحثين في الإعلام الإسلامي، فما يعتبره ألفتيناني من الأسس التي يقوم عليها الإعلام " الحقائق التي تدعمها الإحصائيات، والتحلي بالموضوعية والتجرد من الذاتية في عرض الحقائق... وهذا يعني أن رجل الإعلام الذي يضيف وجهة نظره الشخصية، التي تملئها عليه أهواؤه حسب ما يراه، يفقد صفته كرجل إعلام"⁽⁴⁾، ويطابق هذا الرأي ما ذكره الوشلي، الذي إعتبر من مبادئ الإعلام المجمع عليها عند الإعلاميين " الحقائق المدعمة بالأرقام والإحصائيات، والتجرد من الذاتية والتحلي بالموضوعية في عرض الحقائق، والصدق والأمانة في جمع البيانات من مصادرها الأصلية"⁽⁵⁾.

⁽¹⁾ صالح، عبد القادر محمد. تقديم: الالوسي، محمد صالح. التفسير والمفسرون في العصر الحديث، لبنان، بيروت: دار المعرفة، 1424هـ-2003م، ص 249.

⁽²⁾ التفسير والمفسرون في العصر الحديث، المرجع السابق، ص 293.

⁽³⁾ العشماوي، محمد زكي. قضايا النقد الادبي بين القديم والحديث. بيروت: دار النهضة العربية، 1404هـ-1984م، ص 13.

⁽⁴⁾ مقومات رجل الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 27.

⁽⁵⁾ الاعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، مرجع سابق، ص 33.

كان جميل راضي أكثر تفصيلاً لمعنى الموضوعية والحيادية، " فالموضوعية صدق تصوير الواقع وبيان مختلف الأوجه على حقيقتها... والموضوعية معناها الإلتزام بحقائق الموضوع، فلا تخرج منه إلى مواضيع جانبية أو لا علاقة لها بالموضوع، والموضوعية حياد في النقل وتوثيق المعلومة توثيقاً مبنياً على الحقائق والشواهد"⁽¹⁾، وجملة (الموضوعية حياد في النقل) توضح العلاقة بين المصطلحين عند الباحثين الثلاثة.

ليس من السهل الإلتزام بالموضوعية والحيادية لأسباب سياسية، وأسباب عقائدية، وأسباب ثقافية ترتبط بالتقاليد الموروثة، رغم ما" يذهب إليه بعض العلماء من أن العالم في حاجة إلى الصوت الإعلامي الواعي غير المتحيز، بحيث يقدم النصح والإرشاد لجميع الفرقاء، العاملين في الميادين السياسية والإقتصادية المختلفة"⁽²⁾.

" يدعي الإعلاميون الحيادية، مع تفاوت إزاء القضايا الحساسة، وهو إدعاء لا يمكن أن يقنع أحداً، ولكن المشكلة في عدم وضوح الرسالة التي يتم تحميلها للمواد الإعلامية، فعندما يتعمد الإعلاميون بث نشرة الأخبار من أستوديوهات باذخة، وبتقنيات مكلفة، مع إهتمام كبير بمظهر المذيع أو المذيعة وطريقة الإلقاء، ثم إتباع الخبر بتحقيق مصور، وإتصال هاتفي مع أحد المختصين، يستتبع كل ذلك إيجاد نوع من الإرتياح لدى المشاهد بكفاءة القناة والقائمين عليها، دون الإلتباه إلى أن التحقيق لم يتعرض لكل وجهات النظر، وأن الخبر تمت صياغته بطريقة مفبركة، وأن الضيف الذي تم الإتصال به لم يطرح إلا وجهة نظره الخاصة، والتي قد يخالفه فيها معظم أفراد المجتمع"⁽³⁾.

ويرى الكاتب الأمريكي هاتلونج أن "الصحفيين ليس متوقعا منهم أن يعيشوا حياة مطهرة تماماً، أو أن ينقطعوا عن المشاركة في أي شي عدا مهنتهم، فهم ينتمون إلى الأحزاب السياسية، وإلى دور العبادة"⁽⁴⁾.

يُطالبُ الضعيف بالموضوعية والحيادية، في حين يُترك الحبل للأقوى "ويندر أن تشير الصحافة الغربية إلى الطابع الديني لإسرائيل، وهو الطابع الذي تصرح به إسرائيل نفسها"⁽⁵⁾، وأين الموضوعية في الإعلام الغربي؟ الذي ينتقي الصور التي تمثل

(1) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 73.

(2) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 15.

(3) اثر القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 11.

(4) اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 52.

(5) تغطية الاسلام، مرجع سابق، ص 115.

المسلمين بعناية، كما أشارت الدراسة في مبحث الحرية⁽¹⁾، ولم يعد خافياً على الدارسين والباحثين حقيقة الموضوعية والحيادية عند تطبيقها على أرض الواقع، فقد أثبتت دراسات عديدة أن وسائل الإعلام الغربية تتحيز لطرف أو أطراف معينة في الصراعات الداخلية أو الدولية، وتشوه صورته إتجاهات سياسية أو فكرية أخرى، أو دول أو حركات تحريض أو أقليات عرقية أو دينية، وهو ما يعني إنعدام العدالة في تغطية هذه الوسائل للأحداث الداخلية والخارجية⁽²⁾.

ويرى إدوارد سعيد أن " المرء لا ينسى تعليمه وجنسيته ودينه، أثناء وصفه للمجتمعات والثقافات الأجنبية"⁽³⁾، ويبرر بعض دارسي الإعلام ذلك، في أن "القيم التقليدية والمعتقدات الدينية والإتجاهات السياسية، غالباً ما تكون قوية في بعض الدول"⁽⁴⁾، من هنا يرى الباحث أن التأكيد على موضوعية الإعلام وحياده وبعده عن الهوى والغرض، كثيراً ما يكون شعاراً، وتطبيقه بعيداً عن الواقع، وهذا ما ذهب إليه إبراهيم امام: " إن فكرة الحياد أو الموضوعية المطلقة، لا يمكن تطبيقها على الواقع"⁽⁵⁾.

وتتمثل الأسباب السياسية، في خوف المرسل من السلطات الحاكمة أو تقربه منها، ويرى السيد ومكاوي أن " جهود الصحفيين في الدول النامية لكتابة أخبار دقيقة وموضوعية، قد تؤدي إلى نوع من الصراع مع القيادات الحكومية"⁽⁶⁾، ونتيجة التدخل السياسي من جانب الحكومات، يؤدي إلى فقدان الكثير من المصداقية والموضوعية والمهنية عند المرسلين، لصالح الحكومات، ويرى هاتلونج أن أي عمل للصحفي في منصب سياسي، "فقد تنازل عن أمانته بطريقة ميؤس منها"⁽⁷⁾.

تعتبر النعرة الطائفية أو الحزبية أو المصالح السلطوية، عند بعض مرسلي البرامج، من العوامل المؤدية إلى الإنحياز إلى هذا الفريق أو ذلك، مما جعل رسائلهم غير واضحة للعالم الإسلامي والغربي، بسبب التناقض أو التناظر بين المرسلين، من هنا

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 8.

⁽²⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 540.

⁽³⁾ تغطية الاسلام، مرجع سابق، ص 141.

⁽⁴⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 146.

⁽⁵⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 16.

⁽⁶⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 145.

⁽⁷⁾ اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 53.

نجد الباحثين كمكاوي يؤكد أن "البحث الموضوعي عن الحقائق، بغض النظر عن المشاعر والمعتقدات"⁽¹⁾.

من أخطر ما يواجه المرسل، عندما يتحول من عناصر الإعلام إلى وسيلة إعلامية، فبدلاً من كونه مرسلًا، يصبح وسيلة من وسائل الأحزاب السياسية أو الدينية، فالأحزاب هم المرسلون الحقيقيون، والمرسل وسيلة يروجون ما شاءوا من أفكار خلاله.

وقد يبتعد المرسل عن الموضوعية أو الحياد، أمام قضايا الوطن ضد المحتلين، وهذا تحيز مشروع، فطريقة تناول الخبر، وتقديمه، وأسلوب عرضه، وإختيار الكلمات، كلها تتضمن وجهة نظر محددة، فالتحيز الشخصي يمكن أن يقلل من أثره، ولكن لا يلغيه بالكامل"⁽²⁾، وعملية التقاط الصور والمونتاج، تعبر عن ميول في إظهار مشهد ما.

إن البعد عن الموضوعية لأهداف سياسية أو عسكرية، قد تأتي بنتائج عكسية كما حصل في وصف أحداث الحروب مع الإحتلال الإسرائيلي، "فكانت هزيمة 1967م قد صاحبها ثغرة ثقة بين أجهزة الإعلام العربية، وسبب (ثغرة الثقة) كثرة المغالاة في إنتصارات مزعومة وأكاذيب لا حد لها"⁽³⁾، " فهناك فرق دائماً بين الصورة الحقيقية الموضوعية، والصورة التي تقدم للناس"⁽⁴⁾، وهنا لا بد من التفرقة بين إهتمام المرسل وتفاعله مع قضايا دينه وأمته، فحماسه للقضايا المصيرية، والتي تؤثر بشكل مباشر على الدين والوطن والعرض " لا يؤثر على الموضوعية، بل يقنع المتلقي بأن المرسل مؤمن ومتحمس لقضيته، ومقتنع بها"⁽⁵⁾، إلا إذا خرج عن الحق فيصبح تعصباً.

إن صدق نقل الحقائق، هو المطلب الإسلامي، فالمرسل المخلص لأمته ودينه وشعبه، لا يموّه عليهم المعلومات، لأن "الصدق صفة بالغة الأهمية في الإعلام الناجح، وتحري الحقائق والوقائع وروايتها كما وقعت، هما الضمانة للفوز بثقة الناس"⁽⁶⁾.

لا مبرر للبعد عن الموضوعية "بدعوى أن الغاية تبرر الوسيلة، أو عملاً بقول بعضهم: للوصول إلى الحق ينبغي أن نخوض كثيراً في الباطل، فمثل هذه العبارة لا ينبغي أن تصدر عن مؤمن لا يعرف غير الحق"⁽¹⁾.

⁽¹⁾ أخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 68.

⁽²⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 19.

⁽³⁾ مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 274.

⁽⁴⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 298.

⁽⁵⁾ الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 76.

⁽⁶⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 244.

المرسل يكون عادلاً في أحكامه حتى مع الأعداء، فلا يعتمد إلى تغيير المعلومات وتحميلها مالا تحتمل، لتتناسب مع الهوى في النيل من الآخرين، "ويعتبر العدل ركناً مهما من أركان الإعلام الإسلامي"⁽²⁾، (يَتَأْتِيَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۗ ءَاعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ)⁽³⁾. (وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ)⁽⁴⁾.

وإذا بررنا نوايا المرسلين - رغم أخطائها الجسيمة - بمبالغات الإلتصارت المزعومة، وتسمية الأشياء بغير مسمياتها، بعيداً عن الموضوعية، وإنحيازاً بشكل عاطفي لمجتمعاتهم، فلا مبرر للمرسلين الذين إنطلقوا بمبالغاتهم في وصف السياسيين والإقتصاديين، أملاً منهم بأن تقربهم إلى الحاكم زلفى، "ومن العدل البعد عن المبالغة، مثل المدح المذموم، الذي يخلع على الحكام أو القادة أو ذوي النفوذ السياسي والإقتصادي والديني، فيغدق عليهم الألقاب العظيمة، ويرفعهم فوق مستوى غيرهم"⁽⁵⁾، وأصاب راضي بقوله: "والمديح الممجوج إستخفاف بالمادح والممدوح، خاصة إذا ما إنقلب لأسباب سياسية؛ صار المدح ذماً"⁽⁶⁾.

يدخل العامل المادي الذي بنت عليه الرأسمالية سياستها في عوامل الانحياز لجهة ضد أخرى بعيدا عن الموضوعية المزعومة، إن "الصحفي الذي يقبل دعوة من إسرائيل⁽⁷⁾، (المحتلة)، للقيام بجولة في الشرق الأوسط⁽⁸⁾، على حساب إسرائيل، هذا الصحفي قد يعود ولديه فهم أفضل للصراع في المنطقة، ولكنه سيعود وقد اكتسب انحيازاً لإسرائيل، أو على الأقل سيبدو منحازاً لمن دفع له ثمن رحلته"⁽⁹⁾.

⁽¹⁾ المرجع السابق، ص 363.

⁽²⁾ الإعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 70.

⁽³⁾ سورة المائدة، الآية 8.

⁽⁴⁾ سورة الانعام، الآية 152.

⁽⁵⁾ الإعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 71.

⁽⁶⁾ المرجع السابق، ص 71.

⁽⁷⁾ من الخطأ ذكر كلمة اسرائيل دون ربطها بالمحتلة، وكما ان اسرائيل اسم لاحد الانبياء، ولكن ادخلت الى الاستخدام الاعلامي، والنقل هنا لكاتب امريكي.

⁽⁸⁾ من الخطأ استعمال مصطلح الشرق الاوسط، لانه مصطلح استعماري يكرس تقسيما لمنطقة عربية واسلامية لها اسماؤها المعروفة، ويجاول الغرب اضعاف مصطلح هدفه سياسي، وللأسف يتردد كثيرا في الاعلام العربي والاسلامي.

⁽⁹⁾ اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 50.

وأمام مصالح المال كيف يمكن للمرسل أن يكون موضوعياً أو محايداً، عندما يصف مؤسسة راعية بالمال لبرنامجها، أو هي المالك الحقيقي للمؤسسة التي يعمل بها، عندما يقدم المسؤول خدمة خاصة طلبها المرسل منه، فما هي الأخبار التي سينشرها عنه؟ وعندما يسافر المرسل مع رئيس الدولة⁽¹⁾، وعلى نفقة الحكومة، ما المتوقع ان ينشر بعد الإقامة في فنادق فارمة، وقد يتناول الغداء مع المسؤول، وكل ذلك على حساب الحكومة؟

وعندما يغطي المراسل نشاطات ومؤتمرات بالخارج، وبعثته وتكفلت بمصاريفه وزارة الأوقاف على سبيل المثال، كيف سينقل مشاكل الحجاج ومتطلباتهم⁽²⁾، أمام الوزير الذي قدم له التذاكر وإشارات المرور والفنادق، وما عرف بعرف الصحفيين (البوكت مني) أي مصروف الجيبة؟

تعتبر الأسباب الثقافية والتقاليد الموروثة عاملاً مهماً في الإنحياز والبعد عن الموضوعية أحياناً، ويرى بعض الباحثين أن "الموضوعية على المستوى الحرفي من الصعب تحقيقها، فهناك العديد من الصحفيين الذين لا يستطيعون فصل خلفياتهم تماماً عن الحدث الذي يتم تغطيته"⁽³⁾.

تتشابك الأولويات بين الموضوعية والإنحياز أمام الواقع، وتأثير العاطفة، والتي قد تؤدي إلى ردود أفعال إيجابية أو سلبية، على المرسل والمستقبل معاً، وهذا ما قاد الإعلاميين إلى تساؤلات، فهل يجب نشر صورة الحدث ذا القيمة الخبرية العالية؟ رغم ظهور جسد الضحية ممزقا بشكل مزعج، وهل يجب نشر الصورة المثيرة والمحرنة لإمرأة يظهر الرعب على وجهها؟ وهل يجب نشر سلسلة الصور التي يظهر فيها تعذيب وإعدام وتظهر الوحشية؟ "إن إتخاذ قرارات بالنسبة لأية صور يمكن إستخدامها، وأبها يمكن إغفالها؟ ليست مهمة سهلة"⁽⁴⁾، "وهناك من يحاول تشويه الصورة "إن مثل هذه العمليات الجراحية للصورة، يجب أن لا تشوه الحقيقة، التي إنقطها المصور"⁽⁵⁾.

(1) النظر الى الدراسة التطبيقية للمرسل النمطي في الفصل السابع، ص 211 وما بعدها.

(2) سافر في بعثة الحج الإعلامية في تلفزيون فلسطين لعام 1431هـ - 2010م، 17 موفد، خمسة للعمل، وهم مراسلان ومصوران ومهندس، والباقي لاداء فريضة الحج على نفقة الحكومة. (بالعودة الى شؤون الموظفين، تلفزيون فلسطين، فلسطين، رام الله، ام الشرايط، تلفزيون فلسطين).

(3) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 136.

(4) اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 94.

(5) المرجع سابق، ص 99.

لا بد من التفكير بمشاعر الأسر وأهالي الضحايا والرأي العام، فليست القضية قضية إثبات موقف سياسي، أو مكسب إنتخابي، فالقضية تحتاج إلى بعدها الإنساني.

وضع الإسلام ضوابط للمرسل الذي يخلط الحق بالباطل، وقد يكتم الحق قاصداً، أو إستجابة لرؤساء التحرير، أو للسياسة العامة للتلفاز، والأخطر كتم الحق وإظهار الباطل، وهو يعلم أنه باطل (وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ)⁽¹⁾.

والمرسل المسلم يحترم ذكاء المتلقي، "فيناقش قضاياها بموضوعية، يلتزم فيها بدراسة عناصر الموضوع بشكل علمي ونزيه، ومنطق مقبول وعادل، قائم على تحليل الأحداث، وإستقراء الواقع، والإستنتاج السليم، بعيداً عن التجني"⁽²⁾.

الموضوعية في القرآن الكريم دليل المرسل إلى المنهج الإسلامي في الحديث عن الخصوم، عندما يتحدث عن أهل الكتاب، لم يضعهم بسلة واحدة (وَمِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِقِنطَارٍ يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ وَمِنْهُمْ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بدينارٍ لَا يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ إِلَّا مَا دُمْتَ عَلَيْهِ قَائِمًا)⁽³⁾، (لَيْسُوا سَوَاءً مِّنْ أَهْلِ الْكِتَابِ أُمَّةٌ قَائِمَةٌ يَتْلُونَ آيَاتِ اللَّهِ آنَاءَ اللَّيْلِ وَهُمْ يَسْجُدُونَ)⁽⁴⁾.

وتظهر الموضوعية جلية في مساواة المسلمين والكافرين بين الهدى والضلال، حتى يتبين الحق بشكل موضوعي في قوله تعالى: (وَإِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَىٰ هُدًى أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)⁽⁵⁾ " أليست هذه هي الفرضية العلمية، بأن الحق والباطل سواء حتى تأتي تأتي البراهين لتثبت الحق"⁽⁶⁾.

الواقعية أو الموضوعية في الحوار، تعنى القرب من الحقيقة، وليس صياغة لفظية وعبارات جوفاء لجمل بليغة وألفاظ مزينة " فالكلمة حين تبقى مجرد هواء لصوت جميل في صياغة تعبيرية فصيحة، لا تلبث أن تفقد دورها، حينما تعرَى من مادة الفكر

⁽¹⁾ سورة البقرة ، الآية 43 .

⁽²⁾ الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 73 .

⁽³⁾ سورة ال عمران، الآية 75 .

⁽⁴⁾ سورة ال عمران، الآية 113 .

⁽⁵⁾ سورة سبأ ، الآية 24 .

⁽⁶⁾ الاعلام الاسلامي النظري في الميزان ، مرجع سابق، ص 349 .

الواقعي"⁽¹⁾، فالمرسل الموضوعي، هو الذي يعي واجبه الإعلامي في نقل المعلومات "بالدقة العلمية، ولا يصح له الأخذ بالإرتجال والظن... وأن يكون بعيداً عن فكرة اللامبالاة، وطرح الأمور على أنها إن أثرت فهو خير، وإلا فلا بأس"⁽²⁾، ونجد القرآن الكريم يشدد على عدم الظن، والبناء على اليقين، فهدف المرسل هو "تزويد الناس بالأخبار والحقائق الثابتة النابعة عن المنابع الأصلية الموثوق بها"⁽³⁾، دون المساس أو الإنتقال منها بحجج تسيء إلى الموضوعية والنزاهة، والتي تؤدي حتماً عند إكتشاف الجمهور لها إلى فقدان الثقة بالمرسل، "فلا تحبس أي معلومة لا تتفق مع ما يعتقد المرسل .. قلها بأمانة وأعط كل الأطراف فرصتها في الحديث"⁽⁴⁾، فالمرسل سيواجه ما يرضي الجمهور، وما يغضب الجمهور، وعليه ان يقدم "الحقائق مجردة، وليس له غرض فيما ينشره على الناس إلا الإعلام لذاته، بينما يهدف الداعية الى غاية معينة"⁽⁵⁾.

وتشمل الموضوعية السلوك المتوازن للمرسل مع كافة الأطراف" لا بد أن يكون متوازناً؛ فهناك دائماً طرفان في كل مشكلة، وهو مدين لمشاهديه بأن يقدم إليهم الخبر بأكبر قدر من المعلومات من كل الأطراف"⁽⁶⁾.

والسؤال الرئيسي: هل المرسل محايد؟ أظهرت نتائج بحثية من خلال إستمارة، أجاب عليها المبحوثون⁽⁷⁾ "أن أغلب القنوات متحيزة ولا تلتزم الحياد"، فهل يستطيع المرسل أن يكون محايداً في وسيلة منحايزة كالتلفاز الذي هو مدار البحث؟

وصف إدورد سعيد إستقلال الصحافة، بالشيء الرائع، عملياً ونظرياً، ولكن عند تطبيقها على الصحفي الأمريكي يرى سعيد، أن "كل صحفي أمريكي تقريباً، يكتب عن العالم، وفي أعماقه وعي بأن الدار الصحفية التي ينتمي إليها، شريك في القوة الأمريكية، بحيث لو تعرضت للتهديد من الدول الأجنبية، أصبح إستقلال الصحافة أمراً ثانوياً"⁽⁸⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 57.

⁽²⁾ الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 42.

⁽³⁾ المرجع السابق، ص 12.

⁽⁴⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 105.

⁽⁵⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 16.

⁽⁶⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 104.

⁽⁷⁾ بث وافد على شاشات التلفزيون، مرجع سابق، ص 151.

⁽⁸⁾ تغطية الاسلام، مرجع سابق، ص 141.

أما المرسل الذي يعمل في مؤسسة معينة، فهو أقرب للعمل ضمن توجهاتها " ويفضل العمل لحساب المؤسسة التي تتفق مع ميوله "(1)، سواء كانت الميول سياسية أم دينية أم وطنية، و"هناك عوامل تؤثر على إنتقاء الخبر أو القصة أو البرنامج "كالقيم الشخصية للقائم بالإتصال، والقيم المهنية، والجمهور، والمصادر الإخبارية، والسياسة الإعلامية، وتأثير وكالات الأنباء، والأفلام والشرائط "(2)، وهذه العوامل ليست بسبب إنحياز المرسل إلى معلوماتها، ولكن إعتماده على إحداها كمصدر للمعلومة، فيتأثر بها وبأفكارها من غير قصد.

تتشابك قضية الإنحياز والموضوعية لدى المرسل التلفزيوني والناطق العسكري بالميدان، عند بعض الباحثين، فمن يرسل المعلومات الواقعية بهدف إعلام الجمهور بآخر التطورات، يختلف تماما عن يرسل المعلومات لجهات محددة بعينها لأهداف عسكرية أو وطنية، فهو مرسل ولكن لا يرسل لينشر على الملأ من الجمهور، من هنا وجه صيني الإنتقاد لعبد اللطيف حمزة بقوله: "ويبدو أن عبد اللطيف حمزة خلط بين المراسلين الذين يعملون كجواسيس لأحد الأطراف المتحاربة، والمراسلين المحايدين الذين يسعون لتغطية أخبار الحرب"(3)، وهذه تفرقة صحيحة، وليس هذا النوع من المراسلين ما تبحث فيه هذه الدراسة، فهو يحتاج لبحث مستقل.

ينظر بعض الباحثين في الإعلام الإسلامي إلى أن "الإعلام في أدواته عمل محايد ولكنه في مضمونه غير محايد، فإذا إستخدمت هذه الادوات لخدمة الحق والخير، فإن نتائجها يكون طيبا، وإذا إستخدمت لخدمة الباطل فيكون نتائجها خبيثا"(4)، وهذه المفاهيم لمعنى الموضوعية، أخذ بها حجاب في حديثه عن ضرورة أن يكون الإعلام الإسلامي موجه، فهو يرى أن "الإعلام الإسلامي هو إعلام موجه، لهدف نشر كلمة الدين وإعلانه، ومعالجة القضايا الدينية، والعمل على إعداد رأي عام إسلامي"(5).

يرى الباحث أن القران الكريم وضع ميزانا دقيقا للحياذ والإنحياز، فعندما أمر الأنبياء بتوصيل رسالة السماء، أمرهم بالبلاغ وبالبيان والوضوح فقط، وترك النتائج على الله سبحانه، وهذا يقود لأن "يصبح ضمير الإعلامي المسلم وثقافته الأصيلة وروحه

(1) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 106.

(2) المرجع السابق، ص 105 - 119.

(3) الاعلام الاسلامي النظري في الميزان مرجع سابق، ص 82.

(4) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 7.

(5) الاعلام الاسلامي المبادئ النظرية التطبيق، مرجع سابق، ص 25.

الأمينة، دافعا له على قول الحق، مهما كانت الاغراءات المالية والسياسية والضغط الاجتماعي⁽¹⁾.

هل رأي المرسل الشخصي ضروري؟

ترشد آيات كثيرة في القرآن الكريم، المرسل للقيام بواجب أداء المعلومة الدينية بالدليل والبيينة، دون محاولة التدخل بنتائجها: (وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلْغُ الْمُبِينُ)⁽²⁾، (فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَأَعْلَمُوا أَنَّمَا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلْغُ الْمُبِينُ)⁽³⁾، (فَهَلْ عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلْغُ الْمُبِينُ)⁽⁴⁾، فإذا كان يطالب بالبلاغ المبين للدعوة الإسلامية والنتائج على الله سبحانه، فإن تبيان السياسة وغيرها بالدليل أولى، وأن يترك المرسل توضيحها لأصحاب الاختصاص (وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولَى الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ)⁽⁵⁾، ويؤكد السماسيري على المرسل توضيح الحقائق لم يعد كافيا أن تروي الواقعة الواقعة بصدق، ولكن من الضروري أن تذكر الحقائق المتعلقة بالواقعة⁽⁶⁾.

يعتبر رأي المرسل الشخصي عن الحكام⁽⁷⁾ إذا بني على ضلال لأغراض المنافع الخاصة، خيانة لله وللرسول والأوطان "فالإعلام الإسلامي يبتعد تماما عن المداينة والتحيز، ولا يمكن أن يكون أداة في يد السلطان للتحكم في الناس، أو التمويه عليهم، أو تسخيرهم واللعب بعقولهم، على نحو ما يحدث من دعايات في النظم السياسية، التي تجعل من الإعلام أداة للضغط والقهر والإلزام، وهو ما يسمى بالإعلام الإستمالي أو التطويعي، لتسخير الجماهير لتنفيذ سياسات معينة"⁽⁸⁾.

تجادل الصحفيون طويلا "حول حقيقة وقدسية التفرقة بين الرأي والخبر، ولاحظ جيمس استون الكاتب الصحفي في جريدة النيويورك تايمز: أنك كصحفي لا تستطيع أن

(1) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 49.

(2) سورة العنكبوت، الاية 18.

(3) سورة المائدة، الاية 92.

(4) سورة النحل، الاية 35.

(5) سورة النساء، الاية 83.

(6) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 530.

(7) يستخدم بعض المرسلين في المؤسسات الاعلامية الحكومية صفات مبالغ بها عن الملك او الحاكم او رئيس الدولة، فهو الباني للوطن والحامي والذي افنى عمره في مصالح الشعب... الخ.

(8) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 15.

تنشر الحقيقة مجردة فقط، بل عليك أن تفسرها أيضا"⁽¹⁾، "وكتب أم. زونتال في صحيفة نيويورك تايمز: إن الصحفي عليه أن يتخلى عن أي لون من النشاط السياسي، ما عدى حقه في التصويت في الإنتخابات، وهذا هو الثمن الذي ندفعه لكوننا رجال صحافة"⁽²⁾.

وفي حال عقد مؤتمر صحفي يكون المرسل هو الناطق الإعلامي، ويمزج عادة بين ما يريد أن يوصله للصحفيين ورأيه الشخصي، وإن كان للناطق الإعلامي دوافعه السياسية فعلى مرسل التلفاز أن يفصل بين الحقائق والآراء، سواء على المستوى المحلي أو الدولي، وكان هاتلونج محقا بتساؤله "هل الصحفي حارس للأخبار أم مستشار لها؟"⁽³⁾، ومحقا بتعليقه بأن "حراس البوابة القاعدة الأساسية الأخلاقية في الصحافة، يقوموا بإعلام الجمهور بأمانة، أما المستشارون، فيبدون وكأنهم يخدمون هدفا آخر"⁽⁴⁾.

إذا تخلى المرسل عن هدف تقديم الأخبار غير المنحازة، وأصبح عمله تقديم النصح والرأي، فإنه يفقد جانبا هاما من وظيفته الإعلامية، ولن يعترف له الناس بمهنية، بل أبسط مشاهد سيلاحظ أنه منحاز، وسوف تضعف ثقة المشاهد، والمشاهد هو رأس مال المرسل، الذي سيترك المرسل، و يتجه إلى مرسل آخر، لأن هدفه معرفة الحقيقة، وليس سماع خطابات وآراء المرسل، وأبسط إتهام من الجمهور: إن هذا المرسل ينتمي إلى إعلام حزبي، فما الذي يتوقع أن يقوله عن حزبه؟ وهنا لا بد أن يعي المرسل التفرقة بين مسميات إعلامية، وهل مهمته النشر أم التعليق⁽⁵⁾، أم التحليل؟ فالفرق بين هذه المصطلحات واضح في كتب الإعلام⁽⁶⁾، رغم أن المرسل قد يدخل بالتحليل الغير مقصود احيانا، "فالإجابة عن كيف وقع الحدث تتضمن تحليلاً، سواء أردنا أم لم نرد"⁽⁷⁾.

نرد"⁽⁷⁾.

(1) اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 71.

(2) المرجع السابق، ص 55.

(3) المرجع السابق، ص 73.

(4) المرجع السابق، ص 74.

(5) عندما تأتي الأخبار المعادية من الغرب ومن سار على نهج مدارسهم " هنا تأتي اهمية التعليق الذي ينطوي على الارشاد ونصح المشاهدين، والتعليق بوجه عام يمثل حكما على خبر او فكرة او قضية بالقبول او الرفض والتأييد او المعارضة، ولا بد ان يكون هذا الحكم مبنيا على الصدق والعدل والدقة والحكمة وحسن التعليق " : انظر: اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 54.

(6) يقول ليستر مايكل: "ان نقول ان الكرمليين شن حملة سلام فهذا نأ، وان نقول لماذا شن الكرمليين حملة سلامه في هذا الوقت بالذات فهذا تحليل، وان نقول انه ينبغي على الحكومة الامريكية ان تؤيد وتدعم حملة السلام التي شنها الاتحاد السوفيتي فهذا تعليق" (انظر: الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق ص 18).

(7) المرجع سابق، ص 19.

الإسلام يطالب المرسل بالموضوعية العقلانية لأن "الذكي أو البليغ لا يحترم إلا البليغ، وعلى هذا الأساس يجب أن يقوم إعلامنا، ومن هذه الناحية يسهل علينا أن نأتيهم"⁽¹⁾، ولو عدنا إلى عهد الرسول صلى الله عليه وسلم والسلف الصالح، نجدهم كانوا لا يكذبون حتى مع خصومهم، فعندما سأل قيصر الروم أبا سفيان عن محمد صلى الله عليه وسلم، هل جربتم عليه الكذب قبل أن يتنبأ؟ قال لا، إنه فينا الصادق الأمين"⁽²⁾، وهذا ما جعل بعض الباحثين في الإعلام الإسلامي إلى القول: "ولو أن إعلامنا قام على الصدق وحده في سرد الحوادث، ونشر الأخبار، لاكتسبنا مكانة سامية في عالم الإعلام.... ويجب أن نتجنب النيل من الخصوم بما ليس فيهم"⁽³⁾، فليس لنا بإعلام غيرنا غيرنا أن الغاية تبرر الوسيلة، ويبقى قوله تعالى: (وَإِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَىٰ هُدًى أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)⁽⁴⁾، شاهدا قويا على موضوعية الإسلام، والخطأ يعود إلى المرسل وليس إلى الإسلام، والحل لمن تجاوز الموضوعية كما وصفه عمر عبد الفتاح" اذا اخطأنا نعترف بخطئنا برجولة، لا نفتعل أعدارا لا تغني عن الكذب شيئا"⁽⁵⁾.

يصل الباحث الى الآتي:

- 1- تعتبر الموضوعية مطلبا شرعا في الحوارات بين الخصوم، ولو كان في قضايا الكفر والإيمان، فالمرسل يستخدم البينة والأدلة والبراهين.
- 2- الإنحياز للدين مطلب شرعي، على أن يتصف بالموضوعية، فالتعصب إثمه أكثر من نفعه.
- 3- الإنحياز لصالح الشعوب على حساب الحكومات، أو لصالح الحكومات، مشروع إذا إتصف بالموضوعية، وكانت النية خالصة للصالح العام.
- 4- الإنحياز للدولة ضد دولة إسلامية أخرى، بهدف التعصب، والبعد عن الموضوعية، مخالفة شرعية ينهى عنها القرآن الكريم: (وَإِنْ طَآئِفَتَانِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 259.

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 261.

⁽³⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 261.

⁽⁴⁾ سورة سبا، الاية 24.

⁽⁵⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 261.

أَقْتَتَلُوا فَأَصْلَحُوا بَيْنَهُمَا⁽¹⁾ وذكر القرآن السبب: (إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ)⁽²⁾ فالإصلاح
مطلوب.

5- الإنحياز للدولة القطرية أو لأي دولة إسلامية، ضد أعدائها المحتلين، واجب
شرعي.

(¹) سورة الحجرات ، الاية 9 .
(²) سورة الحجرات ، الاية 10 .

المبحث الرابع: ضوابط الشرع في المرسل

إجتهد السياسيون والنقابات الصحفية في وضع القوانين للصحفي، وتعتبر هذه القوانين ضابطة للمرسل إذا وجد العقاب وحضر الرقيب، ويكون للرقيب الذاتي دور عند أصحاب الضمانات الحية، ولكن الإسلام أضاف الوازع الديني، فعندما يعلم المرسل أن الله سبحانه مراقب له في السراء والضراء، ويهدف إلى إرضائه، فالإلتزام خوفاً وطمعا من الله يضبط بكل ما نادى به الدساتير الوضعية دون عناء.

الإسلام يحدد عقابه في الدنيا والآخرة للمرسل ولغير المرسل، عن أي تصرف أو كلمة فيها كذب أو كلام منفر أو سخرية، ويمكن إستنباط ضوابط المرسل الشرعية من القرآن الكريم، والتي تتمثل بالآتي:

1- الأصل في المرسل أن لا يزكي نفسه، ويذم خصومه (فَلَا تُرْكُوا أَنفُسَكُمْ^ط

هُوَ أَعْلَمُ بِمَنَ اتَّقَى⁽¹⁾).

2- أن لا يبني أخباره على الظن والتكهن (يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَجْتَبُوا كَثِيرًا مِّنَ

الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ⁽²⁾)، ولا يحدث بكل ما سمع " كفى بالمرء كذبا أن يحدث

بكل ما سمع"⁽³⁾، بل يتثبت ويتيقن من المعلومة (يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ

فَعَبِّئُوا⁽⁴⁾)، فالقول يجب أن يكون على بصيرة، (وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أَوْ

قَالَ أُوْحَىٰ إِلَيَّ وَلَمْ يُوحَ إِلَيْهِ شَيْءٌ وَمَنْ قَالَ سَأُنزِلُ مِثْلَ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَوْ تَرَىٰ إِذِ

الظَّالِمُونَ فِي غَمَرَاتِ الْمَوْتِ وَالْمَلَائِكَةُ بَاسِطُوا أَيْدِيَهُمْ أَخْرِجُوا أَنفُسَكُمُ^ط الْيَوْمَ

تُجْرُونَ عَذَابَ الْهُونِ بِمَا كُنتُمْ تَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ غَيْرَ الْحَقِّ وَكُنتُمْ عَنْ ءَايَاتِهِ

تَسْتَكْبِرُونَ⁽⁵⁾)، قال القرطبي: إنها بحق كل من قال بدا لي وأرى تاركا سنة النبي⁽⁶⁾،

(1) سورة النجم، الآية 32.

(2) سورة الحجرات، الآية 12.

(3) صحيح مسلم، المقدمة، ص 10.

(4) سورة الحجرات، الآية 6.

(5) سورة الانعام، الآية 93.

(6) القرطبي، أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي: الجامع لأحكام القرآن، ج 7 | ص 39. دار النشر: دار الشعب

"إن الإسلام كما يمنع نشر الخبر المخالف للواقع والحقيقة، فإنه يمنع نشر الخبر الذي يكون واقعياً وحقيقياً، ويرى الإسلام أن إخفاءه أحسن من نشره"⁽¹⁾، " ولا ينبغي إستخدام الحرية بطريقة تؤدي إلى السب والشتن، أو إساءة التعبير عن الأديان الأخرى حتى لو كانت منحرفة، لأن ذلك قد يؤدي إلى ضرر أكبر"⁽²⁾.

3- لا يخوض المرسل الإسلامي في الأعراس (كل المسلم على المسلم حرام دمه وماله وعرضه)⁽³⁾، يحرم الإسلام الجهر بالسوء إلا المظلوم (لَا تُجِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ)⁽⁴⁾، ويحرم إشاعة الفواحش (إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ)⁽⁵⁾، (المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده)⁽⁶⁾، ولا يجوز السخرية من المعارضين والمخالفين (لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ)⁽⁷⁾.

4- عدم إطاعة رئيس التحرير أو الجهة المسئولة، إذا كان هدفها من نشر الخبر الفساد وليس الإصلاح (وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾ الَّذِينَ يُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ وَلَا يُصْلِحُونَ)⁽⁸⁾، وعدم تهيج الحروب والفتن، وقد إعتبر الزمخشري " الفساد في الأرض تهيج للحروب والفتن"⁽⁹⁾، فلا فرقة أو إنقسام في أهداف المرسل المسلم بل تعاون على البر والتقوى.

5- الأصل في المرسل الإسلامي أن يكون من خيرة المجتمع (كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ)⁽¹⁰⁾، وأن يدعو المرسل قومه

(1) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص 162.

(2) اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 40.

(3) صحيح مسلم: ج4/ص1986. كتاب البرِّ والصَّلَّةِ وَالْآدَابِ. بَاب تَحْرِيمِ ظُلْمِ الْمُسْلِمِ وَخَذْلِهِ وَاحْتِقَارِهِ وَدَمِيهِ وَعَرْضِهِ وَمَالِهِ . ح(2564).

(4) سورة النساء، الاية 148.

(5) سورة النور، الاية 19.

(6) صحيح البخاري: ج1/ص13. كتاب الْإِيمَانِ . بَاب الْمُسْلِمِ مِنْ سَلَمِ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَيَدِهِ . ح(10) .

(7) سورة الحجرات، الاية 11.

(8) سورة الشعراء، الاية 152 .

(9) الكشاف للزمخشري، ج 1 ، ص 179 .

(10) سورة ال عمران، الاية 110 .

بالليل والنهار، ولا يمل عدم القبول لرسالته، فليس مرسل اليوم بأفضل من نوح عليه السلام (قَالَ رَبِّ إِنِّي دَعَوْتُ قَوْمِي لَيْلًا وَنَهَارًا ﴿٦﴾ فَلَمْ يَزِدْهُمْ دُعَائِي إِلَّا فِرَارًا) (1).

6- التوجه إلى العمل بالقنوات الملزمة دينيا ووطنيا حسب الإستطاعة "إستعمال القناة غير الصحيحة، سوف يعني قلة أو عدم فهم الرسالة، كما أن الرسالة الخاطئة ستؤدي إلى البلبلة، وحدوث إستجابة سلبية" (2).

7 - الإتكال على الله وعدم الخوف من الناس في الحق: (يَتَأْتِيهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ) (3)
فإن الله سبحانه هو الذي يعصم ولا يحق للمرسل أن يخشى غير الله.

(1) سورة نوح، الآية 6 .

(2) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 383.

(3) سورة المائدة، الآية 67

الفصل السادس

المرسل ما بين إختيار الضيوف ومواضيع النقاش

ويقسم إلى أربعة مباحث:

المبحث الأول: المرسل في البرامج الحوارية.

المبحث الثاني: إختيار المرسل لمواضيع النقاش.

المبحث الثالث: إختيار ضيوف البرامج.

المبحث الرابع: إختيار أسئلة الحوار.

المبحث الأول: المرسل في البرامج الحوارية

انتشرت البرامج الحوارية التلفزيونية المباشرة والمسجلة، وساعدت تكنولوجيا البث المباشر على مشاركة الجمهور أحياناً في السؤال، أو المداخلة بفكرة معينة على البرنامج، ويحاور المرسل ضيفاً أو أكثر في البرنامج، وقد يكون الحوار بمشاركة مباشرة للجمهور في قاعة معينة، ويناقش المرسلون مواضيع سياسية ودينية وإقتصادية ورياضية وفنية وعلمية وإجتماعية... الخ، وقد يكون الحوار مع شخصية إعتبارية كرئيس الدولة، أو رئيس الوزراء، وقد يكون مع مواطن أو رجل دين... وهكذا.

خلق الله سبحانه وتعالى الناس مختلفين في صفات كثيرة، فهل هناك علاقة بين وصول المتحاورين إلى نقاط إتفاق، أو الوصول إلى خلاف حاد، وبين الأساليب التي يثير المقدم من خلالها محاور النقاش؟ وهل المقدم الناجح يحرك الرأي العام نحو الرسالة التي ينشدها؟ وهل المرسل المسلم أصبح قادراً على توصيل رسالته؟

تعتبر الشقيقات الأربع كما سماها بعض الإعلاميين مهمة للمتلقي وهي (1):

- حصول المشاهد على معلومات جديدة دون تكرار القديم الذي لا جديد فيه.
- الإثارة والتي تجعل المشاهد متلهفاً للحصول على المعلومة.
- مدى تأثير الموضوع أو القصة على الجمهور.
- مدى الإبتكار والخلق عند المرسل.

نفرق في هذه الدراسة بين نوعين من برامج المقابلات، وبرامج المناقشات الحوارية، فهناك من يخطط بين النوعين "فالهدف من برامج المقابلات هو الحصول على المعلومات والآراء، بينما تستهدف برامج المناقشات تبادل الآراء والمعلومات" (2).

يلاحظ المتابع أن كثيراً من البرامج لا تشبع النهم إلى حد بعيد، سواء من حيث شكل التقديم، أو من حيث إختيار الضيوف ونطاق المناقشة، والأصل في برامج المناقشات أو الحوارات، أن تهدف إلى "تبادل الآراء والمعلومات، للوصول إلى حلول واقعية أو محتملة، حول أسئلة هامة، أو مشكلة معينة" (3)، ولكن بعض المرسلين يرون في أنفسهم نجوماً في المقام الأول، ثم صحفيون في المقام الثاني.

(1) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 283.

(2) المرجع السابق، ص 302.

(3) المرجع السابق، ص 302.

الإعلام يقوم في الأصل على الإقناع، والإسلام ينهى عن الإكراه، والمرسل المسلم لا يجادل في الحقائق، فإن المجادلة تنتشده ارادة الغالب من المتجادلين، وإرادة الغالب تمنع وصول الحق، فعلى محاور التلفزيون ان لا ينتظر الفوز في معارك مع المسؤولين والمختصين.

يحاور المرسل المسلم وفي نواياه وأهدافه محاولة تصحيح خطأ، يعتقدده الآخرون، رحمة بهم، وليس من أجل الانتصار عليهم، فكم كان عيسى عليه السلام رقيقاً بقومه المخالفين في الفكر، حين قال لربه (إِنْ تُعَذِّبْهُمْ فَإِنَّهُمْ عِبَادُكَ¹ وَإِنْ تَغْفِرْ لَهُمْ فَإِنَّكَ أَنْتَ أَلْعَزِيزُ الْكَرِيمُ)⁽¹⁾، فعيسى عليه السلام، كان يأمل رغم المكابرة والمعاندة عند بني قومه، في أن يجد في رحمة الله متسعاً، ويرى عمر عبد الفتاح أنه "بدلاً من مهاجمة أخطاء خصومنا والنيل مما يقدسون، يجب أن يقوم إعلامنا على إثبات فساد ما يقومون به ويعتقدون صلاحه، بالأدلة والأمثلة، حتى إذا ما أوقعنا الحيرة في تفكيرهم، سهل علينا إقامتهم على الطريق السوي المستقيم...ولا نقول لغيرنا أن ما عندنا خير مما عندكم، بل لا بد وأن نقدم البراهين الواقعية على إمتياز ما عندنا وتفوقه"⁽²⁾.

يُعتبر القرآن الكريم مدرسة الحوار لكل مرسل إعلامي، سواء في التلغاف، أم بغيره من الوسائل، حيث نجد نماذج الحوار بين فئات متعددة، فنجد الحوار بين العبد ونفسه، وبين النبي وربه، وبين المرسل والأغنياء والفقراء والمجتمعات، وكل ذلك تمثل في الرسل، وكل رسول حاور بأسلوب يتناسب وطبيعة المخالف، والعصر الذي هو فيه، فموسى عليه السلام كلم ربه وحاور أخاه هارون (إِنِّي خَشِيتُ أَنْ تَقُولَ فَرَّقْتَ بَيْنَ بَنِي إِسْرَائِيلَ وَلَمْ تَرْقُبْ قَوْلِي)⁽³⁾، وحاور فرعون، أما إبراهيم خليل الله فهو مدرسة الحوار ونموذج يحتذى، ويحتاج إلى دراسة تحلل كل سؤال وجواب، وكل حوار قام به عليه السلام.

نتعلم من منهجية إبراهيم عليه السلام في الحوار ما يأتي:

- المرسل يبحث أولاً: ترى هذه الدراسة، أن ابراهيم عليه السلام وضع الأسئلة والفرضيات قبل أي حوار، حتى يكون مؤمناً ومقتنعاً ومحاوراً ضمن قناعاته، فقبل أن

⁽¹⁾ سورة المائدة ، الاية 118

⁽²⁾ الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 254.

⁽³⁾ سورة طه ، الاية 94 .

يحاور غيره حاور نفسه عليه السلام، من هنا بنى عليه السلام أسئلته الإعلامية، سأل أباه وقومه عن التماثيل التي يعبدونها، "وكان حوارهم متمسكاً بمنطق قوي، لا يخلو من البساطة ولكنها بساطة الفطرة الذكية اللامعة، ذات التفكير الواقعي السليم"⁽¹⁾، وبدأ الجواب بسؤال، (فَسَأَلُوهُمْ إِنْ كَانُوا يَنْطِقُونَ)⁽²⁾، وكانت نتيجة السؤال (فَرَجَعُوا إِلَيْنَا أَنْفُسَهُمْ)⁽³⁾، فأين المرسل الذي يجعل محاوره ومستقبلي رسالته يرجعوا إلى أنفسهم؟ وبدل أن يوجه المرسل التهم إلى كبير الأصنام كما فعل إبراهيم عليه السلام، نرى اليوم كبراء الأصنام، يوجهون التهم الباطلة إلى الإسلام.

- على المرسل أن لا يسقط في المكابرة، وينصاع لنداء العقل، ولا يبادر إلى العنف الكلامي، بدلا من المناقشة الحرة المسؤولة، ولا يقع بما وقع به قوم إبراهيم بعد هزيمتهم بالحوار الحق، لجأوا إلى العنف، (أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ حَاجَّ إِبْرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ آتَاهُ اللَّهُ الْمُلْكَ إِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّيَ الَّذِي يُحْيِي وَيُمِيتُ قَالَ أَنَا أُحْيِي وَأُمِيتُ قَالَ إِبْرَاهِيمُ فَإِنَّ اللَّهَ يَأْتِي بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِي كَفَرَ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الظَّالِمِينَ)⁽⁴⁾، وإعلام المسلمين اليوم بحاجة إلى المرسل الذي يجعل الغرب والشرق يبهتون وينبهرون بحضارتنا وبحقوقنا وبصدق أهدافنا، فيغير ويبدل، ومن يعتقد أن هذا مبالغة، فليعلم أن إبراهيم عليه السلام كان بمفرده كأمة (إِنَّ إِبْرَاهِيمَ كَانَ أُمَّةً)⁽⁵⁾.

يعلم القرآن الكريم مقدم البرامج المسلم أن "يقول للمخالفين عند بحث أي موضوع من الموضوعات (وَإِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَّ هُدًى أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ)⁽⁶⁾، وذلك ليشعرهم بالنزاهة التامة في طلب الحقيقة والبحث عنها"⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الإسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 179.

⁽²⁾ سورة الانبياء، الآية 63.

⁽³⁾ سورة الانبياء، الآية 64.

⁽⁴⁾ سورة البقرة، الآية 258.

⁽⁵⁾ سورة النحل، الآية 120.

⁽⁶⁾ سورة سبأ، الآية 24.

⁽⁷⁾ مقومات رجل الاعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 209.

ويعلم المرسل أيضاً، عدم الكلام إلا بما يعلم ولا يحاول التخمين (إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ)⁽¹⁾، ويضع لهم المنهج (وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا)⁽²⁾.

تعتبر البرامج الحوارية، من البرامج التي يتحدث فيها المرسل مع المسؤول وجها لوجه، ويستخرج منه المعلومات التي ينتظر المشاهدون أجوبة أو حلولاً، لما يتعلق بمستقبلهم السياسي أو الإجتماعي، أو مما له علاقة بمعتقداتهم، أو ما يتعلق بواجباتهم الدينية من حلال أو حرام... وهكذا، والبرامج الحوارية لها فؤاد علمية على المتحاورين أنفسهم "فمن الأهداف التي يحققها الإتصال الوجيه زيادة الفهم، وتعميقه بين المشاركين"⁽³⁾.

يعتقد بعض الإعلاميين أن المرسل الجيد هو المرسل الذي يقطع حديث ضيفه بإستمرار، ربما هذا الكلام صحيحاً، إذا كان الضيف من النوع الذي يبتعد عن الإجابة المطلوبة، أو يراوغ بها، أو يحاول البعد عن الموضوع، أو يتحدث عن نفسه، أو يتحدث بالعموم، والمرسل ومن خلفه الجمهور بحاجة إلى إجابة محددة، والأمثلة كثيرة، ولكن هل يقطع كلامه قبل إنتهاء الجملة ؟

قد يكون الخبير الضيف بحاجة إلى المزيد من الوقت لشرح حركة النجوم، أو لشرح معنى الآية، أو توضيح الحديث النبوي الشريف، أو يحتاج إلى عملية حسابية لإثبات قضية إقتصادية،... الخ، فلا يجب معارضة المتحدث كثيراً في آرائه، خاصة إذا كان المرسل غير متخصص في مضمون الموضوع الذي يشير إليه المتخصص، وتكمن الخطورة هنا في تمرير الضيف، "لمقولات لها خطر، وتظهر مقبولة من الناحية السطحية، وتستخدم لتغطية الكثير مما لا يدري الصحفي عنه شيئاً"⁽⁴⁾، من هنا يعتبر فن الإنصات من بديهيات الحوار الجيد، فالناس تحب من يصغي لها، وتحب من يبتعد عن التكلف بالكلام والتصرفات، ومن ينتقي الكلمات الدقيقة، خاصة وأن كل مصطلح تجد له الكثير من المرادفات.

(1) سورة النور ، الآية 15 .

(2) سورة الاسراء، الآية 36.

(3) مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 8.

(4) تغطية الاسلام، مرجع سابق، ص 30.

تجذب الأحداث الجديدة والحوار حولها الجمهور لمعرفة تفسيراتها، ولمعرفة رأي المسؤول أو الخبير فيها، سواء كانت القضية أزمة سياسية أو إقتصادية أو موقف الإسلام من فكر أو فتوى معاصرة، فلا يكون المرسل في واد والأحداث في واد آخر، وهذا ما فعله القرآن الكريم تماما، فالباحث بعلم النزول يعلم أنها واكبت الأحداث إخباراً وتفسيراً وتصحيحاً أول بأول، "وهذا سر نزول القرآن الكريم منجماً، وبتعبير آخر كانت السورة أو الآيات تنزل إستجابة لحادث معين، أو جواباً عن سؤال، أو شرحاً لموقف... فعلمنا القرآن مواجهة الأحداث والوقائع حين حدوثها، كي تتصف بالحرارة والحيوية، وتتميز بقدرة التأثير بالنفوس، أما استباق الأمور والقفز من فوق الأحداث، لا يتفقان مع منهج المعاصرة في المحاوراة والإعلام والمناقشة"⁽¹⁾.

وتجدر الإشارة إلى المراسل الذي يعرف أن أحد ضيوفه عنده مشكلة، ولكنه يخفي أية إثارة لهذه المشكلة، حتى لا يخطر، إن المرسل المسلم يدقق ويبحث ليتبين نوع المشكلة، هل هي خاصة؟ أم لها إرتباط بالدين أو الوطن، فالمرسل يجب أن لا يشارك المسؤول بما لا يرضي الله، أو فيه ضرر بالمصلحة الوطنية، "إن المهنة تتطلب هنا عينا ترى بوضوح، وقدما ثابتة واثقة بنفسها"⁽²⁾.

ينظر بعض المرسلين إلى عملهم بأنه إمتياز على غيرهم من الناس، فيحاول ان يتميز بصفات شكلية متعددة، وليست من متطلبات العمل، وتوجه كارولين لويس هذا النوع من المرسلين بقولها: "مهمتك أن تقدم نفسك كمخلوق عادي مجرد من الأبهة، ولم يهبط من علياء التلفزيون"⁽³⁾، وهذا كلام يتطابق مع المنهج الإسلامي الذي ينهى عن الكبر والغرور، والنهي عن المشي المرح، والنصوص كثيرة، وذلك لأن "المذيع هو ناقل للرسالة وليس هو الرسالة نفسها"⁽⁴⁾، فليس المطلوب أن يعرف الجمهور من يقول؟ ولكن الأهم، ماذا يقول؟ وتضيع الرسالة، وينتقل التركيز على المرسل "عندما ينسى المندوب من هو، وعندما يضطرب لديه الفارق بين العلاقة الشخصية والعلاقة المهنية، فإنه يفقد قدرته على أن يكون منصفاً، هادئاً، وحاسماً"⁽⁵⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 243.

⁽²⁾ أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 24.

⁽³⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 167.

⁽⁴⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 282.

⁽⁵⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 157.

يتميز العصر الحالي بالتكنولوجيا وسهولة نقل المعلومات، وإستمرت "معجزة البيان التي تتمثل في ظاهرة الحوار"⁽¹⁾، "ومما لا شك فيه أن الإعلام الناجح، يتطلب من القائمين صفات الذكاء والخيال الواسع وموضوعية التفكير وتحمل المسؤولية والتفاني بالعمل، والإلمام بعلم النفس، وإمتلاك القدرة على التعبير، ومعرفة الطريقة التي يفكر ويشعر بها الآخرون"⁽²⁾.

(¹) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 242.

(²) المرجع السابق، ص 75.

المبحث الثاني: إختيار المرسل لمواضيع النقاش

تبدأ عملية إختيار مواضيع الحوار في البرامج التلفزيونية، بالحصول على المعلومات أولاً، وهو ما يسمى بالإعلام (مضمون الرسالة)، ثم تأتي المرحلة الثانية، وهي مرحلة تصنيف المواضيع والمعلومات وإختيار الأكثر أهمية للجمهور، ثم تنتهي بنقل المضمون إلى الطرف الآخر،⁽¹⁾ وحدد الدارسون وظائف الإتصال الجماهيري "بالإعلام، والتعليم، والترفيه، والإقناع"⁽²⁾.

يناقش المرسل في برامجه الحوارية، مسائل تتعلق بحقوق متصارعة، تتمثل في حق الله، وحق النفس، وحق المجتمع، وحق الفردي، وحق الغير، ويحتاج النقاش إلى الوضوح والبعد عن الغموض والتعميم، وأن لا يكون المرسل في واد، ومشاكل الناس في واد آخر⁽³⁾، والمرسل الجيد هو الذي يقوم "بالمواجهة الصريحة وتسمية الأشياء بمسمياتها"⁽⁴⁾.

قد يكون هناك خطر يتهدد المجتمع، أو خطأ إرتكبه مسؤول، فالمرسل يقف موقفا إيجابيا في نقاشه، ولا يقتصر دوره على التنبيه، بل لا بد من إقتراح الحلول، وعلى المرسل أن يكون "كالمفتش العمومي"⁽⁵⁾، في برامجه الحوارية.

إن المواضيع على الساحة الإعلامية متعددة ومتنوعة ومتشعبة، فهناك الأفكار السياسية، والأفكار الإجتماعية، والأفكار الإقتصادية، والأفكار العسكرية... الخ⁽⁶⁾، فكم من المواضيع التلفزيونية الجيدة لا تتم مناقشتها أو طرحها، لإفتقارها التأييد المنطقي من أصحاب القرار، والتي قد تتحول إلى توترات تواجه المرسلين والمعددين والمخرجين، الذين يرغبون في الإقتراح والإستنباط لعناوين جديدة، فتقف البيروقراطية، والسياسة، والعلاقات، والمصالح، أمام كل تجديد أو تغيير أو إبداع، "فأصبح الصحفيون مجرد أجهزة جيدة للإستقبال والإرسال، وأي صحفي لا يرضخ لما هو مطلوب منه، يتعرض لأقصى العقوبات"⁽⁷⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 75. (بتصرف)

⁽²⁾ المرجع السابق، ص 171.

⁽³⁾ مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص 268.

⁽⁴⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 244.

⁽⁵⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 557.

⁽⁶⁾ الاعلام في القران الكريم، مرجع سابق، ص 40-41.

⁽⁷⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 550.

تتعدد أساليب ووسائل القوانين والاملاءات البيروقراطية، وهذا ما ينطلى على بعض المقدمين في البرامج، حيث تحدد له من يستضيف ومن لا يستضيف، وتختار الأقوياء فكرياً، لدعم آرائها وتوجهاتها، وكما قيل: "السلطات بعد اليوم قد لا تطرد المفكرين ولا تمنعهم من التفكير والتعبير، ولكنها ترضى بمنافستهم، بحوار غير متكافئ"⁽¹⁾، فيظهر المرسل وأحد ضيوفه كالأسود في النقاش، ضد ضيف آخر.

تناقش علوم الشريعة الإسلامية، فقه الأولويات، فهل الأولوية في البرامج التلفزيونية لدروس العقيدة والعبادات؟ أم المعاملات الاقتصادية؟ أم للسياسة وواقع الأمة؟ أم للثقافية والترفيهية والرياضية وبرامج الأطفال؟ هل الأولوية للرسائل الموجهة للداخل، أم الموجهة للخارج؟ أم ماذا؟

تختلف معايير إنتقاء موضوعات الإعلام من مجتمع لآخر، حسب ما يهم الجمهور ما بين أخبار النخبة السياسية والاقتصادية، والأخبار الأكثر بروزاً، والأحداث الأكبر حجماً، من حيث الكم والكيف، والمواضيع الأحدث، ومواضيع التنمية، والأحداث التي تعكس الصراعات، ما بين خبر سلبي وخبر إيجابي⁽²⁾.

يرى إبراهيم إمام، أن "الإعلام الإسلامي شامل، يعني بالمسائل السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، ويهتم بالعلوم، والآداب، والفكر المتجدد، وي طرح الحلول المناسبة للمشكلات، على هدي الدين، بعد التحليل العلمي الدقيق"⁽³⁾، وعرف السماسيري الشمول: "الإحاطة بجميع أبعاد الظاهرة المدروسة، ومن ثم فهم هذه الظاهرة على حقيقتها، ووضعها في سياقها الطبيعي، دون إهمال أحد عناصرها، ذلك أن مجرد التغافل عن أي عنصر منها، سوف يؤدي إلى إختلال فهمها"⁽⁴⁾.

يعتبر إختيار الموضوعات حسب الأولويات ضرورة إعلامية يهتم بها المرسل، والمتتبع لأهم ما تركزت عليه رسائل الأنبياء عليهم السلام، كانت حسب الموضوع الأكثر أهمية، "وينفرد بعض الرسل بدعوات إصلاحية تناسب المجتمع الذي أرسلوا اليه، فشعيب عليه السلام حارب تطفيف الكيل والميزان، ولوط حارب المثلية الجنسية، وحارب موسى التفرقة العنصرية بين المصريين واليهود، والمسيح حارب حب المال

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 328.

⁽²⁾ الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 123 - 153.

⁽³⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 53.

⁽⁴⁾ فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 104 - 106.

والإهتمام بالمادة، والرسول محمد صلى الله عليه وسلم، جاءت رسالته للعالمين، فشملت الأسس العامة والخطوط الأصلية للديانات" (1).

شدد علماء الحديث في ضوابط وشروط إعتقاد الحديث، وصنفوه ما بين الصحيح والحسن والضعيف، وكتب الأحاديث مليئة بالأحاديث الصحيحة النافعة للأغراض الإعلامية، فعلى المرسل المسلم، وتحديدًا في البرامج الدينية، إختيار الأحاديث الصحيحة، والبعد عن الموضوعة والضعيفة.

يتجنب المرسل المسلم العصبية الشخصية عند إختيار المواضيع، فإذا كان ينتمي إلى الطبقة الوسطى أو المتدنية أو العلمانية أو اللا دينية، فلا يكون أشد ميلًا إليها، يجب أن يفصل رأيه الإجتماعية الخاصة، عن مقتضيات المهنة، في النظر إلى الناس والأحداث والمعلومات دون تحيز، وليكن الحكم الفصل هو المشاهدون، فأساس الإختيار هو "التوازن في تناول، بحيث لا يطغى أحد الأبعاد على الآخر، دون تحيز لجانب دون آخر، وإبراز دوره، وألا يقلل من دور الجوانب الأخرى" (2).

عند إختيار الموضوع "لا يقبل الإسلام نشر كل معلومة تم التوصل إليها في البحث، إذا لم يكن لها أهداف تخدم مصلحة الناس أو الوطن" (3)، "وعلى الصحفيين أن يكونوا يقظين دائماً، وأن يتأكدوا أن كل ما يهتم الجمهور يجب أن يتم علناً، وعليهم أن يكونوا حذرين من أي شخص أو جهة تحاول إستغلال الصحافة لأغراض شخصية" (4)، "فبعض المعلومات التي لا شك في قيمتها الصحفية، قد تلحق الضرر بالأمن القومي إذا تم نشرها" (5).

يواجه مضمون الرسالة إجحافاً من قبل بعض المرسلين، والأخطر هو التدخل في مضمون الرسالة الإسلامية دون علم، أو توجيه المضمون لإشباع رغبة سياسية، أو إقتصادية، أو عصبية حزبية خاصة، "فنرى كثيراً من الدعاة يدخلون على الدين ما ليس منه، بتأويلات خاطئة، ويغرقون الدين بكلمات شكلية، تصرف الناس عن الجوهر

(1) الدعوة الإسلامية والاعلام الديني، مرجع سابق، ص ص 62-63.

(2) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 105.

(3) " بعد ان استولى رجال الحرس الثوري في ايران على سفارة امريكا في طهران عام 1979م، واخذوا مجموعة من الامريكيين كرهائن كان بعض الصحفيين وبعض شبكات التلفزة في امريكا يعلمون طيلة عدة اسابيع ان مجموعة من ستة امريكيين لجأوا سرا الى سفارة كندا في طهران، ولكن كل وسائل الاعلام لم تذكر كلمة واحدة عن الخبر حتى نجح الكنديون في تهريب المجموعة بأمان خارج ايران". (انظر: اخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 25.

(4) المرجع سابق، ص 33.

(5) المرجع السابق، ص 24.

والهدف الأساسي للإسلام، فنرى تعصباً للمذاهب والفرق الدينية، التي لا ترى الصواب إلا في نفسها وتخطيء غيرها⁽¹⁾، فيتحول مضمون الرسالة إلى دعاية "وعندما تطفح الدعاية على جوهر الإعلام، يفقد الناس ثقتهم في كل ما يقدم اليهم"⁽²⁾.

تحتاج بعض المواضيع إلى إشراك أصحاب الشأن، وعدم الإكتفاء بنقاش ضيف أو ضيفين من داخل الأستوديو⁽³⁾، "وعندما يعرض لموضوع تختلف حوله الآراء، يجب أن يكون واضحاً، إن ما يقدمه ليس رأياً شخصياً، ومن الأفضل تناول المواضيع الخلافية بحذر"⁽⁴⁾.

يحتاج المتلقي إلى تغذية عقله وروحه ونفسه، ولم يمانع الإسلام من التغذية ضمن ضوابط الشرع، والموازنة بين متطلبات الجمهور ضرورية، والمشاهد للقنوات الفضائية الإسلامية إما أن يجد "إغفال البرامج الترفيهية"⁽⁵⁾، فيذهب لسد حاجته الترفيهية الترفيهية إلى فضائية أخرى، وهناك قد يشاهد، "مقابلات تلفزيونية مع فنان يجاهر بمعاصيه، ليسأل عن أكله وشربه، وليعلمنا كيف نقود حياتنا، فهل نسي المسلمون قذوتهم محمد صلى الله عليه وسلم؟"⁽⁶⁾.

يلتزم المرسل المسلم بكتاب الله العزيز الذي في مضمون رسالته (لَا يُعَادِرُ صَغِيرَةً وَلَا كَبِيرَةً إِلَّا أَحْصَاهَا)⁽⁷⁾، فمن واجب المرسل المسلم "الإهتمام بكل كبيرة وصغيرة حتى لا تترك أي ثغرة"⁽⁸⁾، وليس في تعاليم الإسلام مجال لإنتقاء العبادات، أو السياسة التي تخدم الحزب، وتترك باقي التوجيهات الربانية، "فتعاليم الإسلام يجب أن تقدم كلها، فلا يخفى منها شيء، بحيث يكون الداعي والمدعو سواء في الإحاطة

(1) مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مرجع سابق، ص ص 266-267.

(2) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي، مرجع سابق، ص 550.

(3) اذا ناقش المرسل موضوع المراهقة على سبيل المثال فلا يكفي الحديث مع استاذ الشريعة الاسلامية فقط، ولا بد من سماع رأي الشباب المراهق، واطباء علم النفس، والقانونيين، اضافة الى معرفة ظروف الاسر، والبيئة، والمستوى العلمي، وهكذا.

(4) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 179.

(5) الاعلام الاسلامي النظري في الميزان، مرجع سابق، ص 52.

(6) "ومن المؤسف في برنامج متلفز على إحدى الفضائيات العربية، كاد المذيع يطير فرحاً، وهو يزف للمشاهدين أن رجلاً أجرى عملية جراحية في وجهه، ليصبح شبيهاً بإحدى المغنيات". انظر: سالم بن علي القحطاني، اثر القنوات الفضائية العربية، السودان - ام درمان - حي المهندسين، 28 /7/1427 هـ - 22/8/2006م ص 20.

(7) سورة الكهف، الاية 49.

(8) الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 245.

بمحتويات هذا الدين⁽¹⁾، وكما قيل فإن "أفضل أنواع الصحافة هو ما يغوص تحت السطح، وينبه الرأي العام إلى شؤون تتطور نحو التأزم"⁽²⁾.

تعتبر وجهة النظر القائلة "تأمل الموضوع من وجهة نظر مشاهد التلفزيون"⁽³⁾ صائبة، لأن المرسل هو الممثل الشخصي للجمهور، ويتكلم نيابة عنهم، فالمواطن العادي "مشغول بحياته الخاصة، وليس لديه الوقت الكافي للتحري، ويتوقع أن تتوب وسائل الإعلام عنه، ومن هنا يتحمل المرسل مسؤولية نقل الحقيقة لا المصطنعة"⁽⁴⁾.

يلجأ بعض المرسلين إلى التظاهر بالمعرفة، خوفاً من ملاحظة المشاهدين أو المسؤولين بأنه لا يعلم، وأكبر خطأ يرتكبه المذيع أن يصر على مواصلة الحديث دون توقف⁽⁵⁾، وهذا ينعكس سلباً على المشاهدين، الذين في معظمهم، قد لا يفهمون مضمون مضمون ما يقصده الضيف، وتوجة الكاتبة الأمريكية المرسل بقولها: "أحياناً يستخدم المتحدث لغة غير مفهومة، عندئذ تدخل قائلاً آسف، ولكني لا أفهم، هل تسمح بإيضاح ذلك؟ إنك مدين بذلك للمشاهد، لأنه من المحتمل أن يكون أكثر عجزاً منك عن الفهم، وأحياناً خلال المقابلة يشير محدثك إلى أمر أو إلى شخص، ومن المحتمل أن الجمهور يجهله، يجب أن تلقي بتقلك (تعني بذلك...أو اعتقد انك تشير إلى...)، فإذا إنتهت المقابلة، وما زال في رأس المشاهد أسئلة فشلت في إثارته، خلفت لدى المشاهد شعوراً بعدم الرضا"⁽⁶⁾.

تأتي معرفة المرسل العلمية من التحضير الجيد، والتحضير يأتي عن طريق القراءة أولاً، وهذا هو المنهج الذي رسمه رب العزة للنبي محمد صلى الله عليه وسلم، قبل أن يبدأ برسالة الإسلام قائلاً له: اقرأ... اقرأ كل شيء يقع تحت يدك، "اقرأ بهمة وإيجابية بدلاً من القراءة السلبية، تأمل جيداً المواد والأفكار، ومن خلال البحث فهناك آلاف القصص التي تنتظر من يفصح عنها، ويشمل البحث أيضاً معرفة صفات وحياة من تتحدث إليهم، ولا سيما هؤلاء الذين يعيشون حياة تختلف عن حياتك... تجنب أن تكون من هذا النوع من المندوبين الذين يمشون دائماً وراء الناس، ويكتفون بمتابعة آخر

(1) المرجع السابق، ص 279.

(2) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 206.

(3) المرجع السابق، ص 139.

(4) المرجع السابق، ص 184.

(5) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 492.

(6) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 148 - 149.

ما يحدث" (1)، ومن عوامل ثقة المشاهدين بالخبر "المذيع الواثق من نفسه، وهذه الثقة لا تتأتى إلا من خلال تمكنه من المادة التي يقدمها"(2).

يستجيب المرسل قليل المعرفة بالمادة المعدة له، لكل ما يقال له من محاوره، دون تحري ما يقوله الضيف، فينقل ويرسل دون نقد كل ما يُقال له، ومن حق المشاهدين على المرسل، أن يزيد رصيد المعرفة عندهم، ويتحدى كل ما يسمع أو يرى، لتزويد المشاهدين بالحقائق التي ينتظرونها دون تضليل.

تعتمد عملية نقاش الموضوعات في برامج التلفاز على أسلوب إدارة محاورها، وتبدأ بمقدمة جيدة "فلا بد من مقدمة جيدة يعرض فيها الموضوع، وأهميته وضيف البرنامج ومؤهلاته"(3)، ويعزز اللقاء الجيد بالصور التي تُظهر للمشاهد مصداقية إدعاء المرسل، "وكلما إختفت صورة المذيع من على الشاشة لتحل محلها أفلام الأحداث الجارية، كانت النشرة أكثر إثارة"(4)، وتحتاج كل قضية إلى توضيحات أو إجابات أو حلول من ضيوف البرنامج، "وهناك طرق ذكية ولماحة وناعمة ودبلوماسية لا حدود لها، لإستخراج أفضل وأعمق ما في الضيف من معلومات وخبرات"(5)، وخاصة إذا كان كان ضيف البرنامج هو المسؤول المباشر عن مثل هكذا قضايا، "فإظهار الشيء في التلفزيون أفضل من مجرد الحديث عنه"(6)، لأن "الصور التي لا تصاحبها معلومات كافية، قد تكون مضللة"(7).

يميل بعض المرسلين إلى حب الذات "مهتمين بما يقوله الناس عنهم شخصيا، أكثر من الإهتمام بما يحق للجمهور أن يعرفه، فالصحفي الذي يريد أن يكون موضع إعجاب ومحبة، ولا سيما من المشاهير أو اصحاب السلطة، يعجز عن تأدية خدمة ذات قيمة للمهنة أو للجمهور؛ لأن الحيدة والموضوعية تتضاءلان إلى جانب الرغبة في كسب المحبة والرضا، وحتى لو ظفر بشيء مهم، فليس من المحتمل أن يذيعه؛ لأنه أصبح يرى نفسه موضع سر وصدافة اكثر منه مراقبا صحفيا"(8).

(1) المرجع السابق، ص 40.

(2) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 489.

(3) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 289.

(4) اساسيات العمل الصحفي المقروء والمسموع والمرئي، مرجع سابق، ص 468.

(5) المرجع السابق، ص 479.

(6) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 75.

(7) المرجع السابق، ص 85.

(8) المرجع السابق، ص 103.

يشكل البعد الإنساني في إدارة الحوار عاملاً مهماً للمرسل المسلم، سواء على مستوى حوارهِ مع البسطاء، أم المتقنين، أم المسؤولين، أم غيرهم من المؤيدين والمعارضين، فلا بد أن يسأل المرسل نفسه، كيف تعامل الناس؟ وكيف تبتسم في وجوه الآخرين؟ وكيف تقدم التحية وتستقبلها؟ وكيف ترحب بالضيوف؟ وكيف تتحدث وكيف تنتبه لمحدثك؟ كيف تدير المناقشة بلباقة؟ كيف تفصل بين النقد الموضوعي والتحامل الشخصي في مواقفك؟⁽¹⁾.

يعتبر باحثوا الإعلام، أن الإنصاف والعدالة مطلب قانوني وإنساني، فعند مناقشة أي قضية "كن منصفاً؛ فالكلمات الرخيصة والإتهامات تنهال بسهولة عند بعض مصادر الأخبار، فإذا إكتفيت بنقل هذه الكلمات والإتهامات دون فحص الدوافع، فإنك عرضة للإضرار ظلماً بالأبرياء، إن لديك سلطة كبيرة تصاحبها مسؤولية، أن تتذكر أنك يمكن أن تدمر حياةً بعدة كلمات مستهترّة"⁽²⁾، وهذا الكلام وإن كان مصدره صحيفة أمريكية، هو ما أمر الله به (إِنْ جَاءَكَ كُفْرٌ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنْ أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِمِجْهَلَةٍ)⁽³⁾.

يؤيد البعض البرامج الحوارية التي تمتاز بمشادات كلامية⁽⁴⁾، والإسلام يطالب المرسل بالقول اللين (فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا)⁽⁵⁾، وعند الكلام الذي يمتليء باللغو (وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا)⁽⁶⁾، ولكن ما نشاهدة على بعض الفضائيات هو "مباراة في تبادل الكلمات اللاذعة، بدل التخفيف على المشاهد وتتويره، أو شرح الموقف، أو تقديم العون للأهالي الذين يعانون"⁽⁷⁾، فالمطلب الشرعي هو إبداء الإحترام، والسماع والإنصات بعناية من مطالب الشريعة الإسلامية لرسالة القرآن الكريم (فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا)⁽⁸⁾، ولكن السماع " ليس لما يقال فقط، بل لما لم يقل بعد"⁽⁹⁾.

⁽¹⁾ الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 329.

⁽²⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 104.

⁽³⁾ سورة الحجرات ، الاية 6 .

⁽⁴⁾ كما يحصل في برنامج الاتجاه المعاكس، والذي يبث على قناة الجزيرة الفضائية كل مساء ثلاثاء، ويقدمه فيصل

القاسم.

⁽⁵⁾ سورة طه ، الاية 44 .

⁽⁶⁾ سورة الفرقان ، الاية 72.

⁽⁷⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 102.

⁽⁸⁾ سورة الاعراف ، الاية 204 .

⁽⁹⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 158.

قبل أن يخوض المرسل المسلم في برامج الدين، لا بد من فهم مقاييس الحلال والحرام، ليميز بين الحق والباطل والخير والشر، ولا يقع في الأخطاء التي تسيء لوظيفته وسمعته كإعلامي مسلم، ويتجنب النقاش في موضوعات تخل بالنظام والأمن، والبعد عن الخوض في أعراض الناس، وتلويث سمعة الأبرياء والإنشغال بالتافه من الحديث.

ومن الضروري معرفة ما يصح نشره وما لا يصح، "فالمشاهد يهمله أن يتلقى المعلومات الصحيحة الحديثة أكثر من مجرد رؤية المرسل على الشاشة"⁽¹⁾، وعلى المرسل "أن يراعي وحدة الفكر في المجتمع، ويحترز عن نشر المواد التي تهدد وحدة المجتمع، ومن واجب الإعلامي المسلم رعاية الواقعية في الحوار، والصراحة في المواجهة، وعدم التسوية للمشاكل الحيوية، على حساب العقيدة والشريعة"⁽²⁾.

(¹) المرجع السابق، ص 67.

(²) الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، مرجع سابق، ص ص 75-82.

المبحث الثالث: إختيار ضيوف البرامج

يقوم المرسل بدور الوسيط بين تساؤلات الجمهور في كافة القضايا، وبين المسؤول المباشر أو الخبير بشؤون قضية ما، فيبحث عن المشكلات واسبابها ونتائجها، ويتساءل عن حلولها، ويضع الجمهور في واقع الاحداث المتعلقة ببلادهم، والبلاد التي تؤثر مواقفها وسياساتها على حياتهم ومستقبلهم السياسي والثقافي والديني والإقتصادي...الخ.

تتعدد إحتياجات الجمهور الفكرية والدينية والإقتصادية والسياسية والثقافية، في قضايا ترتبط بعقائدهم وسلوكياتهم اليومية، والمرسل هو المؤتمن في البحث عن قادة الرأي العام، من الساسة والعلماء والمتقنين، ليزودوا المشاهدين بإحتياجاتهم الفكرية، لأن "غالبية الشعب يؤمنون بكل ما يجيء في وسائل الإعلام"⁽¹⁾، إيماناً منهم بأن من يتحدث في التلفاز، هو خبير ومتخصص، علماً أن " كل عقل عرضة لإصابة الحقيقة أو الإبتعاد عنها، وما يرجح رأي على آخر، هو مقدار الخبرة والعلم"⁽²⁾، (قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ)⁽³⁾.

حدد القرآن الكريم للمرسل صفات من يُسأل في قوله تعالى: (فَسْئَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ)⁽⁴⁾، وقوله تعالى: (فَسْئَلْ بِهِمْ خَبِيرًا)⁽⁵⁾، فمن يا ترى هو الخبير؟ وكيف نعرف خبرته؟ " فإن من يُعد خبيراً في نظر أحد الناس، قد يكون دجالاً في رأي آخر"⁽⁶⁾، وقد تجد الخبير ولكن هناك من هو أعلم منه (وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ)⁽⁷⁾، وقد يكون الخبير "قد فاز بهذه الشهرة، بفضل أصدقائه في التلفاز، أو كان بارعا في تزكية نفسه" فالظهور في التلفزيون عند بعض الناس هو وسيلة للتفاخر"⁽⁸⁾.

بين المنهج الإسلامي وسائل معرفة الخبير من غيره:

(1) الاعلام في القران الكريم ، مرجع سابق ، ص ص 48- 59.

(2) فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 304.

(3) سورة الزمر، الاية 9.

(4) سورة النحل ، الاية 43.

(5) سورة الفرقان ، الاية 59.

(6) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 116.

(7) سورة يوسف ، الاية 76.

(8) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص ص 114 116.

1- العالم المتخصص سواء بمؤهلات علمية عالية في مجاله، أو من خبرته الطويلة في مجال علمي ما، وبين القرآن الكريم أن الذين لا يعلمون، لا يمكن أن يستوتوا بالذين يعلمون (قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ)⁽¹⁾.

2- أن الخبير من يأتي بالدليل والبرهان، ويستطيع المرسل المسلم أن يتبين الخبير من غيره بالمطالبة الدائمة بالأدلة والبراهين (قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ)⁽²⁾، فالمشاهد لا يود سماع الكلام الإنشائي، بل هو بحاجة إلى معرفة الحق من الباطل.

3- أمر القرآن الكريم المرسل أن يتبين كل معلومة ويدققها، ولا يأخذها كمسلمات من المسؤول أو من المحلل السياسي (يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ)⁽³⁾.

يجد المرسل المسلم نفسه أمام تعدد المذاهب الإسلامية والفكرية، ويجد أئمة المذاهب والتيارات والأحزاب الإسلامية، يميلون في بعض الأحيان نحو إستغلال الإعلام الديني في التفاز الموجود في بلادهم، أو الموجود في بلاد إستقبلتهم كلاجئين أو مهاجرين، فعلى المرسل قبل حوارهم أن يعلم أن هناك "رأي منحاز ورأي محايد ورأي مؤيد ورأي مؤيد لإتجاه"⁽⁴⁾، وهذه المعارف عند المرسل تساعده على الوضوح في الهدف وسرعة الرد "والتجاوب مع العقول والنفوس حسب ثقافتهم المختلفة، بلا قهر ولا سيطرة ولا إكراه"⁽⁵⁾.

أسلوب الحوار لا يكون إلا مع المخالفين أو المناقضين في الفكر، وبين القرآن الكريم طبيعة الإنسان (وَكَانَ الْإِنْسَانُ أَكْثَرَ شَيْءٍ جَدَلًا)⁽⁶⁾، ولو نظرنا إلى الرسل جميعاً عليهم السلام، لم يكن جدالهم ونقاشهم العقلاني إلا مع المخالفين، وليس مع المتفقين بالرأي، وكان التوجيه الرباني إلى الحوار بأفضل الأساليب، مهما كان حجم المخالف في الفكر أو السياسة، فمن يا ترى أعظم من فرعون مدعي الألوهية، فجاء

(1) سورة الزمر، الآية 9.

(2) سورة البقرة، الآية 111.

(3) سورة الحجرات، الآية 6.

(4) الاعلام في القرآن الكريم، مرجع سابق، ص 57.

(5) المرجع السابق، ص 58.

(6) سورة الكهف، الآية 54.

الأمر لموسى وهارون: (فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى) (1)، ولم يختلف الأسلوب مع اليهود والنصارى مع مرور الأيام، فجاء التوجيه للنبي محمد صلى الله عليه وسلم (وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) (2)، ويجب على المرسل أن لا ينظر إلى الشخص الذي أمامه على أنه مجرد شيء أو مادة مجردة من الإنسانية، في سبيل الخبر الذي يريده (3)، وهذا لا يعني أن لا يكبح المرسل جماح المعاند والمكابر، ولكن بالسكينة والهدوء وضبط الأعصاب (أَدْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ) (4)، لأن الهدف الإسلامي المنشود هو "هداية المجادل وليس إحراجه أو تحقيره" (5)، ويهدف إلى كشف الحقائق والأخبار من السياسيين، أو التوجيه الفكري والإقتصادي، بما يخدم مصالح الجمهور، ولا سيما المسلمين.

مما سبق يتبين أن الإختيار للضيوف في برامج التلفاز، لا يقتصر على المتفقيين بالرأي مع المرسل، أو المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، بل المطلوب الأول هو إختيار المخالفين بالفكر، وهذا معاكس لما يقوم عليه الإعلام المعاصر.

يحاول بعض المذيعين، إستضافة المسؤولين في برامجهم، ظنا منهم أن عزتهم ونفوذهم ستعكس على مصالح المرسل الشخصية، ولا تتم الإستضافة بناء على متطلبات البرنامج، قد يكون الكلام بالمقياس الدنيوي صحيحاً في بعض الأحيان، وأقول بعض الأحيان، لأن دوام المسؤول من المحال، وكما قيل لو دامت لغيرك ما وصلت إليك، هذا بالمقياس الدنيوي، أما المقياس الرباني، فإن نشدان العزة من الله عز وجل وحدة (مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعِزَّةَ فَلِلَّهِ الْعِزَّةُ جَمِيعًا) (6) والمرسل المؤمن بقوة الله القدير، يتجنب الخضوع والمذلة والإستكانة لمخلوقين، قد يكون من أهدافهم تسخير المرسل لأغراضهم، ويستغلونهم لمنافعهم الذاتية، والله وحدة يرفع الناس (وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ

(1) سورة طه، الآية 44.

(2) سورة العنكبوت، الآية 46.

(3) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 141.

(4) سورة فصلت، الآية 34.

(5) الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، مرجع سابق، ص 95.

(6) سورة فاطر، الآية 10.

دَرَجَتِي⁽¹⁾، ولا يجوز للمرسل أن يرفع من قدر شخص، أو ينزل من آخر من خلال رسائله.

يعتبر التشويق من العناصر الأدبية المحفزة للمشاهدين على متابعة أي عمل أدبي، وينطبق هذا على برامج التلفاز، "فالتشويق هو محور إرتكاز علم (سيكولوجية الإعلام الحديث)، ولا بد للعاملين في مجالات الإعلام الإسلامي أن يتفهموا وسائله"⁽²⁾، وينطلق التشويق المصاحب للصراع في البرامج الحوارية الدينية بين الآراء " في تقديم وجهات النظر الفقهية المتعارضة، في حدود الإختلافات المقبولة الموجودة فعلا بين العلماء"⁽³⁾.

يستخدم بعض ضيوف البرنامج، سواء السياسية أو الفكرية أم غيرهم، مقدم البرنامج كوسيلة لتمرير ما يريدون من الأفكار أو التوجيهات، لكن "دور المرسل لا يجوز أن يقتصر على نقل ما يقال، بل يجب أن يمارس أقصى ما يستطيع لتأصيل ما يقال وتحريه، وليست مهمته في المقابلة، أن يوفر خط إتصال مباشر لما يقوله أي مسؤول، وإنما عليه أن يطبق قواعد التحقيق، وصولاً إلى الصواب"⁽⁴⁾.

قد يستضيف المرسل شخصية ذات نفوذ سياسي أو إقتصادي، أو ذات فكر علمي متميز، ويحاول البعض أن يسيطر على اللقاء، سواء على المرسل، أو على ضيوف آخرين يشاركونه في إبداء وجهات نظرهم، لا بد أن تستقر السيطرة على المقابلة في يد المرسل، وإذا كانت للضيف اليد العليا، فسيحاول أن يقود اللقاء إلى آفاق تهمة ولا تهم المشاهدين، فيعطي إجابات مطولة لأسئلة لم يطرحها المرسل⁽⁵⁾، وهنا على المرسل " التدخل في الوقت المناسب ليحول دون إستحواذ أحد الضيوف على وقت البرنامج"⁽⁶⁾، "ونصت المادة الثانية من بيان جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية حول مبادئ أخلاقيات العمل الصحفي، تحث الصحفيين أن يكونوا يقظين "ضد كل من يحاول إستغلال الصحافة لأغراض شخصية، وهذه مهمة شاقة، فالذين يحاولون إستغلال

(1) سورة الزخرف ، الاية 32.

(2) الاعلام الاسلامي النظري في الميزان ، مرجع سابق، ص 186.

(3) ، المرجع السابق، ص 182.

(4) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص ص 144-145.

(5) المرجع السابق، ص ص 146 - 150.

(6) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 308.

الصحافة كثيرون وفي غاية الذكاء⁽¹⁾، ومن أساليب تسويق المبادئ والأفكار أو تسويق الأشخاص لأنفسهم، ما يقوم به البعض من عقد مؤتمر صحفي، أو ما أشار إليه هاتلونج حينما قال: "ينظم السياسيون عادة إجتماعات خاصة لوسائل الإعلام، على أمل نشر أخبار قد يكون مشكوك فيها، كما أنها توفر لهم دعاية مجانية"⁽²⁾، وهنا للباحثة كارولين لويس كلام جيد عن أساليب الضيف "تعلم السياسيون الأذكياء كيف يستخدمون التلفزيون لرفع شأنهم ودعم أفكارهم، ويمكن لمندوب التلفزيون أن يكون سلبياً مع الجمهور، إذا إتخذ موقفاً يفعل فيه الآخرون ما يريدون، ويمكنه أن يتعلم كيف يتصيد فريسته، عندما يستخدم التأثير المتبادل بين السياسي والكمرا، بحيث يكشف الحقيقة بدلاً من إخفائها، وقد يكون المواطنون العاديون أيضاً أذكياء في إستخدام وسيلة الإتصال، أو قد يذهلون فلا ينطقون، وقد يبالغون في تعليقاتهم حتى يظفروا بالظهور على شاشة التلفزيون، وقد ترهبهم الكميرا ويخشون أن يكشفوا أنفسهم، ولذلك فمرسل التلفزيون يحتاج إلى يقظة خاصة، لكي يقوم بمناورة المواطن أو السياسي، ومن ناحية أخرى، عليه أن يتعلم كيف يريح أعصاب المواطن أو المسؤول، بحيث يستطيع أن يستدرج محدثه إلى النقطة التي يستطيع أن يعبر فيها عن مشاعره الحقيقية، وكأن الكمرا ليست موجودة على الإطلاق⁽³⁾.

ومن الضعف في المرسل إتباع أهواء أو ما يتناسب وضيغه، دون إستفسار وإستيضاح (وَأَسْتَقِمَّ كَمَا أَمَرْتُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ⁽⁴⁾)، وقضية إتباع الأهواء وعدم الإتزام بالحق والعدل والموضوعية، تؤدي إلى فساد الأرض (وَلَوْ اتَّبَعَ الْحَقُّ أَهْوَاءَهُمْ لَفَسَدَتِ السَّمَوَاتُ وَالْأَرْضُ وَمَنْ فِيهِنَّ⁽⁵⁾)، وعلى المرسل التمييز بين الذين يرغبون يرغبون في أن يقولوا أي شيء أمام الكميرا، ومن لديهم بعض المعلومات المهمة الحقيقية.

العدالة والموازنة بين ضيوف البرنامج ليس مطلب الإعلاميين فقط، بل هو مطلب إسلامي بالأساس، مهما كانت الظروف والأحوال "فلا ينحاز إلى شخص أو طبقة

⁽¹⁾ أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 42.

⁽²⁾ أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 43.

⁽³⁾ التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 22.

⁽⁴⁾ سورة الشورى، الاية 14 .

⁽⁵⁾ سورة المؤمنون، الاية 71

أو جنس أو قومية أو منفعة مادية⁽¹⁾، (يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنْفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ ۚ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا ۗ فَلَا تَتَّبِعُوا الْهَوَىَٰ أَن تَعْدِلُوا ۗ وَإِن تَلَوْتُمَا أَوْ تَعَرَّضْتُمَا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا)⁽²⁾.

وضع الإسلام منهجية واضحة للحديث مع الغني والفقير على حد سواء، فإذا إنشغل المرسل مع كبار الساسة ورجال المال، ولم يكن الهدف مصلحة المجتمع، وقع في المحذور الذي عاتب الله سبحانه نبيه عليه، عندما إهتم بمن إستغنى وتلهى عن الفقير (أَمَّا مَنِ اسْتَغْنَىٰ ﴿١﴾ فَأَنْتَ لَهُ تَصَدَّىٰ ﴿٢﴾ وَمَا عَلَيْكَ أَلَّا يَزَكِيَّ ﴿٣﴾ وَأَمَّا مَنِ جَاءَكَ يَسْعَىٰ ﴿٤﴾ وَهُوَ يَخْشَىٰ ﴿٥﴾ فَأَنْتَ عَنْهُ تَلَهَّىٰ ﴿٦﴾)⁽³⁾، فالتصدي للأغنياء والساسة، والتلهي عن مصالح الفقراء وباقي فئات المجتمع، أمر لا يقبله الشرع من المرسل المسلم.

لا يعني أن الضيوف البرنامج يجب أن يكون فيهم الفقراء، فالأغنياء هم أصحاب النفوذ والقرار، ورأيهم ينعكس على كثير من الناس، "ومن الحكمة في الدعوة قصد الرؤوس والشخصيات، لأن إستجابة هؤلاء ستجر وراءها كثيراً من الأتباع"⁽⁴⁾، وكان صلى الله عليه وسلم، يهتم بقيادة الدول والقبائل، كهرقل ملك الروم، وكسرى ملك الفرس، والمقوقس وغيرهم، فلماذا يناقش المرسل الرؤساء والوزراء وأصحاب النفوذ، بينما المرسل المسلم إكتفى بعلماء الشريعة فقط ؟

حدد الإسلام ضوابط للمرسل عند الحديث مع ضيوف برامجه، منها مراعاة المقامات "ومن الحكمة في الدعوة مراعاة مقام المدعو وإختيار الأسلوب المناسب له"⁽⁵⁾، له⁽⁵⁾، وهذا ما فعله النبي صلى الله عليه وسلم مع أبي سفيان، خلال فتح مكة.

من طبيعة البشر وأصحاب النفوذ محاولة إستمالة المرسل وإدعاء صداقته، وهذا ما فعلوه بالرسول صلى الله عليه وسلم، لولا رعاية الله له (وَإِن كَادُوا لَيَفْتِنُونَكَ عَنِ الَّذِي أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ لِتَفْتَرِيَ عَلَيْنَا غَيْرَهُ ۗ وَإِذَا لَا تَخَذُوكَ خَلِيلًا)⁽⁶⁾، والخلاصة أن كل ما

⁽¹⁾ اصول الاعلام الاسلامي، مرجع سابق، ص 49.

⁽²⁾ سورة النساء، الاية 135.

⁽³⁾ سورة عبس، الايات 1-11.

⁽⁴⁾ الاعلام في القران الكريم، مرجع سابق، ص 161.

⁽⁵⁾ المرجع السابق، ص 162.

⁽⁶⁾ سورة الاسراء، الاية 73.

ما يطلب من المرسل هو " القدرة على تنظيم إدارة النقاش، وأن يتيح المجال أمام صراع الأفكار، وليس صراع الأشخاص" (1).

يلاحظ المشاهدون أحيانا أن المرسل يتحدث أكثر من ضيفة، ويحاول أن يبدي رأية بإستمرار، ويتناسى أنه هو المرسل وأن ضيفه هو هدف المقابلة، فالمشاهدون لم يجلسوا أمام التلفاز ليشاهدوا المرسل، "ما يريد المشاهد أن يراه خلال اللقاء، هو وجه الضيف كاملا" (2)، وعند إبداء الرأي، فالمشاهد ينتظر رأي المفكر أو الخبير في شؤون الدين والإقتصاد، ويريد أن يعرف موقف المسؤول وخطط الحكومة، ويريد أن يعرف الكثير من أصحاب الفكر والقرار، فالجمهور لا يهتم كثيراً برأي المرسل، فهو يريد أن يسمع من الضيف، ويقتصر دور المرسل على أنه "عامل مساعد وليس النجم، فلا يتدخل إلا في أضيق الحدود، وليدع محدثه ينهي جملته، قبل أن يدخل بالسؤال التالي، إلا إذا كان يستطرد، فهنا يتدخل لإعادة الحوار إلى مساره، إذا لم يكن هناك من سبيل آخر" (3).

قد يتجه ضيف البرنامج لأهداف دنيوية، تتمثل في إلباس الباطل ثوب الحق، سواء بمسائل السياسة أم الإقتصاد، وهذا ما نهى عنه القرآن الكريم (لَمْ تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُونَ الْحَقَّ وَانْتُمْ تَعْلَمُونَ) (4)، فالمهمة هي خدمة الجمهور، لتصحيح المعتقدات الخاطئة وتوعيتهم بما يدور حولهم من أحداث، وإرشادهم إلى معاش الدنيا والفوز بالآخرة، فالمرسل "ليس في خدمة المسؤول أو خدمة نفسه، إن مهمته أن يتولى حراسة الناس، ويتوقف الكثير على حسن إستخدامه لمهارته كمراقب وناقل أمين، غير متحيز لأعمال المسؤولين وأقوالهم" (5).

يمتاز الفكر الإسلامي بأنه فكر متجدد، وهو ما يعرف بأنه صالح لكل زمان ومكان، وهذا يتطلب من المرسل المسلم أن يطرح الواقع من كافة جوانبه، وعند النقاش عليه أن " يحترم الرأي الآخر ولا يبخسه أو يستهين به، وإنما يدعو إلى الجدل بالتي هي أحسن، سبيلا للإقناع والإقتناع، وإنزال الناس منازلهم ومخاطبتهم قدر عقولهم، وقد

(1) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 307.

(2) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 54.

(3) المرجع السابق، ص 147.

(4) سورة ال عمران، الاية 71.

(5) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 163.

يناقش المرسل من له علاقة مباشرة بقضية ما، فمثل هؤلاء " الأشخاص يجب إعطاؤهم حق الرد في أقرب فرصة"⁽¹⁾، دون النظر إلى مواقعهم في المجتمع.

يميل بعض الضيوف إلى الإنفعال والصراخ أثناء النقاش حول فكرة تتعارض مع فكرهم أو مصالحهم، "فلا يصدر عنها إلا القبيح وكيل التهم وإصطناع العيوب وقذف الأبرياء، بلا وجه حق ولا حجة ولا منطق ولا إتران"⁽²⁾، ونجد هذا النوع من الضيوف يميل إليه بعض المرسلين كأسلوب إثارة للمشاهدين، "وكثيراً ما يهتم التلفزيون بالصخب والإنفعال الفارغ"⁽³⁾، ولكن دور المرسل هو مهم في تخفيف حدة الضيف، " وأن يطلب من المسؤول تقديم الدليل على صحة ما يقول، ولا بد أن يتم ذلك بهدوء وإحترام"⁽⁴⁾.

إن الله سبحانه وتعالى أمر عبادة - والأمر يشمل الحوار والنقاش أيضاً- ان يكونوا (أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ)⁽⁵⁾، فالرحمة هي المطلوب فيما بين المسلمين، ويعذر بعضهم بعضاً، ويبحثو عن الأدلة الدامغة مع الأعداء بكل قوة.

يفضل للمرسل أن لا يدعُ المسؤول العام بإسمه، ويستخدم اللقب، "ومع الإختيار يجب مراعاة ما سوف يؤثر على حساسيات القراء"⁽⁶⁾، ويوجه الأسئلة للضيف، والتي تحمله على الإلتزام بصلب الموضوع، لكي يخرج عن التعميمات " إن مهمتك تستدعي أن تستخرج ما لدى الضيف، ولكن يجب أن تكون حريصاً ألا توحى إليه بالأفكار أو تلقنه ما يقول أو تضع الكلمات في فمه"⁽⁷⁾، ولا بأس أن يحوز المرسل على الحب الذي يفتح بفتح له السبيل، ولكن ليس إلى حد الموالاتة، وفي نهاية اللقاء، من النهايات الموفقة لعدم قطع الفكرة أو إحراج الضيف "لم يبق أمامنا سوى ثلاثين ثانية.. دعني أسالك هذا السؤال"⁽⁸⁾.

يعتبر بعض المرسلين الخلاف الشديد مع وجهات نظر ضيوفهم صحيحاً، ويتبعون ما يسمى بالدفاع عن الشيطان، "إن صحافة الإتهام مزعجة، وتضعف قضية

(1) أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 81 .

(2) الإعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 268.

(3) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 169.

(4) المرجع السابق، ص 107.

(5) سورة الفتح ، الاية 29 .

(6) أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 89 .

(7) التغطية الاخبارية للتلفزيون، مرجع سابق، ص 168.

(8) المرجع السابق، ص 151.

الجانِب الذي يميل إليه المرسل، وتهين ثقافة المشاهد، وهي تشير إلى أن مستهلك الأخبار ليس لديه الإدراك الكافي لإستيعاب الدليل"⁽¹⁾.

تخلص دراسة إختيار الضيف إلى الآتي:

1- كلما كانت لدى المرسل معلومات وافية عن ضيفه قدر الإمكان، كلما أصبحت مهمة الحوار أسهل.

2- ألتحري الجيد عن الضيف، الأكثر خبرة، والأكثر معرفة، والأقرب إلى صنع القرار.

3- أن تُطرح الأسئلة في هدوء، والسعي إلى المعلومات فقط دون تحيز مع طرف.

4- التمييز عند إختيار ضيوف البرنامج، بين من يروج لفكر أو يروج لأشخاص، وبين من يعود بالفائدة على الجمهور.

(¹) المرجع السابق، ص 102.

المبحث الرابع: إختيار أسئلة الحوار

يحاول الإنسان بفطرته أن يتساءل عن كل ما يجد فيه إشكالا، فيحاول أن يتفهم كل شيء يدور بخذه، ويهمه في حياته الدنيا، وهذا ما عبر عنه القرآن الكريم في أكثر من آية، وقد إجتهدت بعض الدراسات الإعلامية النظرية، في كيفية طرح السؤال، ونقتصر على دراسة أمريكية، ودراسة مصرية لمكاوي وزميله السيد، لنلاحظ الإلتقاء، والإختلاف مع المنهج القرآني، ونبدأ بكارولين ديانا لويس الأمريكية⁽¹⁾:

يمكن أن تبدأ بالأسئلة السهلة، حتى تعطي الإحساس بأنك إنسان عادي يقوم بعمله، ثم إتجه مباشرة إلى قلب الموضوع.

ينتظر من المرسل أن يتصدى للإجابات، عندما تخرج عن المسار، وما لم تكن على علم، فلن تنجح في تقييم المعلومات التي تسمعها وستقبل أي شيء، إذ تصبح مجرد محرك للمقابلة، وبمجرد أن يعرف ضيفك حقيقة معلوماتك، سيكون في مقدوره أن يعبت بك فيقول ما يروقه.

لنكن معك في كل مقابلة الأسئلة المعدة، ومع ذلك لا تحصر نفسك في مقابلة مبرمجة سلفا، تواصل فيها أسئلتك المعدة، دون إستماع إلى الإجابات أو الرد عليها. يمكن للمقابلة الحية أن تكشف مستوى المرسل الثقافي والمهني، فالسؤال التافه لا يمكن حذفه، فينشر ويراه ويسمعه كل الناس.

السؤال الشائع الذي يخطيء به معظم مندوبي التلفزيون هو: ما شعورك؟ فعندما يوجه هذا السؤال إلى شخص قد عانى منذ لحظات من خسارة جسيمة، فلا شك أنه يتجاوز حدود اللياقة، وحاول أن تكون أسئلتك مختصرة، وليس هذا سهلاً دائماً، ولا توجه أسئلة مركبة، لتحصل على إجابة واحدة فهذا أيسر على الجمهور الذي يتابعك.

من التوجيهات للمرسل في كيفية طرح الاسئلة، والتي ذكرها مكاوي وزميله السيد⁽²⁾:

لا يعاد إلا السؤال الذي ما زال بحاجة إلى توضيح، ومن المرسلين من يعلق على كلام ضيفه، سلبا أو إيجابا، وهذا ليس بصحيح، وإذا كانت الإجابة كافية فالإنطلاق إلى السؤال الثاني، والبعد عن الأسئلة المغلقة أو المفتوحة، أو الأسئلة التي لا علاقة لها

(¹) المرجع السابق، ص 141 - 148 (بتصرف).

(²) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 298 - 299.

بخبرة الضيف، والبعد عن المقدمات الطويلة، وعدم مقاطعة الضيف إلا إذا خرج عن الموضوع الأساسي، والإبتعاد عن الأسئلة التي تتناول أكثر من موضوع في نفس الوقت، أو تلك التي تفهم على أكثر من وجه⁽¹⁾.

يعتبر هاتلونج أن "الصحفيين الذين يوجهون أسئلة متفقا عليها مسبقا مع المصدر، يسيئون إستغلال وظيفتهم الصحفية"⁽²⁾، يبدو هذا الرأي صحيحاً في بعض الحوارات السياسية، ويرى الباحث أن الأسئلة والمحاور المتفق عليها مع أبحاث العلم والفكر هو الأفضل، وهذا مما يساعد الضيف في البحث عن أقوى الأدلة العلمية أو الفقهية أو الإقتصادية، وينقلها إلى المشاهدين على أكمل وجه.

تعددت أدوات الإستفهام⁽³⁾ ووسائلها في كتب اللغة والبلاغة⁽⁴⁾، ومن الإشكالات على الساحة الإعلامية، أن المرسلين لا يعرفون منها سوى أدوات إستفهام مستهلكة، فهي لا تخرج عن حدود إجابات مفتوحة أو مغلقة، بإستعمال أداة الإستفهام (هل)، والتي إجابتها لا تتعدي نعم ولا⁽⁵⁾.

تستخدم أداة الإستفهام (لماذا) أحيانا لتعليل شئى واضح وصريح، كالسؤال: لماذا قام الإحتلال بهذا الإعتداء الآثم أو الصارخ؟ ومن المعروف أن كلمة لماذا، إستفسار وبحث عن تبرير، أو تفسير، والمرسل بحاجة لتفسير أو تبرير الحدث ما إستطاع إلى ذلك سبيلا، بالأدلة وشهود العيان ورأي أصحاب القرار، وأما الكلمات التي تصاحب السؤال مثل: الآثم والغاشم والصارخ وغيرها ، فهي كلمات لا مبرر لها، لأن الإحتلال هو غاشم وظالم و صارخ وسافر وحاقد ومعتد...الخ.

(1) ، المرجع السابق، ص 215.

(2) أخلاقيات الصحافة، مرجع سابق، ص 45 .

(3) ادوات الاستفهام: الهمزة، هل، من (للعقلاء)، ما(لغير العقلاء)، ماذا، متى(للزمان)، ايان (للزمن المستقبل)، كيف(تعيين الحال)، اين (للمكان) ان (بتشديد النون، وتأتي لمعان عدة)، كم (للعدد)، أي (حسب ما يضاف إليها يتحدد غرضها)، وقد تستعمل ادوات الاستفهام، ولكن معناها ليس الاستفهام، فعندما نقول: متى نصر الله، اعتبرها علماء اللغة استبطاء، وقد نقول: من هذا او ما هذا والمعنى التحقير او التصغير، عندما نسأل بهاتين الاداتين ونحن نعلم الاجابة. وقد تاتي بمعنى الاستبطاء كقولنا كم دعوتك وليس المقصود العدد، وقد تكون للاستبعاد كقولهم اين فلسطين من امريكا؟ وقد تكون للتوبيخ الم اقل لك؟..... (للمزيد انظر: علم المعاني، مرجع سابق، ص ص 101- 121)..

(4) محاضرات في علم المعاني، مرجع سابق، ص ص 70- 85.

(5) وما على المشاهد الا ان ينظر الى التلفاز ليستمع تعبيرات(هل ترى؟ هل تعتبر ما جرى؟ اليس هذا خرقا للقوانين الدولية؟ -وهنا الاجابة اللغوية بلى- كيف تنظر الى ما جرى في قطاع غزة؟ كيف تقيم ما جرى؟

من الأجدر في سؤال الإحتلال: أن يبحث المرسل عن (كيف دخل الإحتلال؟ وبأي الوسائل؟ وما الأساليب التي إتبعها مع المواطنين؟ نتائج عدوانه على عدد الشهداء والجرحى، وعلى البنية التحتية وعلى الإقتصاد؟ ما الحلول اللازمة؟ وكيف؟ ومن المسؤول؟ وما المطلوب منه؟ وإن لم يلتزم؟ ورأي القانون؟ وآلاف الإستفسارات، والبحث لها عن حلول مطروح أمام المرسل، وكل له أسلوبه وأداة الإستفهام الخاصة به⁽¹⁾.

يتميز المرسل المسلم بأخلاقيات السؤال، فلا تكون الأسئلة في صيغة تهكمية أو تهجمية، والمرسل الجيد لا يكتفي بالقول إن هذا الوضع! ثم الإستهجان والإستبشاع، لا بد من البحث عن الأسباب، ووضعها في إطارها الصحيح، ثم البحث عن الحلول المناسبة، دون إلقاء اللائمة على الجهات المسؤلة أو الجمهور.

تساءل العرب حول مواضيع متعددة ومختلفة، فلو رجعنا إلى كتاب الله، فنجد التساؤل في مواضيع شتى (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَهْلِ) ⁽²⁾، (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ) ⁽³⁾، (يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ) ⁽⁴⁾، (وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْيَتَامَى) ⁽⁵⁾، (وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْمَحِيضِ) ⁽⁶⁾، (يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أُحِلَّ لَهُمْ) ⁽⁷⁾، (يَسْأَلُونَكَ عَنِ السَّاعَةِ) ⁽⁸⁾، (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْأَنْفَالِ) ⁽⁹⁾، (وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ) ⁽¹⁰⁾، (وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ ذِي الْقُرْنَيْنِ) ⁽¹¹⁾.

⁽¹⁾ يستطيع المرسل استعمال ادوات الاستفهام كافة حسب ما يحتاج الجمهور من اجابات، فقد يعلم الجمهور ان مرشحين فقط هما للرئاسة وينتظرون النتيجة، وقد تفي همزة الاستفهام بالغرض (أحمد ام علي فاز بالرئاسة) والجمهور لا يعنيه في المرحلة الاولى اكثر من معرفة من فاز، ولكن الاستفسار ب (مَنْ فاز؟) اسهل واقل الفاظا. اما اداة الاستفهام (همزة) فتكون هي الاحدر، عندما يكون حيرة حول معلومة (على سبيل المثال اذا كان هناك شخص يكتب القصص ويلقي الشعر ويمارس الرياضة باحتراف) فيكون للهمزة وقعها ومكانها (أشاعر انت ام اديب ام رياضي؟)

⁽²⁾ سورة البقرة، الاية 189.

⁽³⁾ سورة البقرة، الاية 219.

⁽⁴⁾ سورة البقرة، الاية 219.

⁽⁵⁾ سورة البقرة، الاية 220.

⁽⁶⁾ سورة البقرة، الاية 222.

⁽⁷⁾ سورة المائدة، الاية 4.

⁽⁸⁾ سورة النازعات، الاية 42.

⁽⁹⁾ سورة الانفال، الاية 1.

⁽¹⁰⁾ سورة الاسراء، الاية 85.

⁽¹¹⁾ سورة الكهف، الاية 84.

الْجِبَالِ⁽¹⁾، (يَسْأَلُونَكَ عَنِ الشَّهْرِ الْحَرَامِ فِتْنَالِ فِيهِ)⁽²⁾ كما أن الأنبياء وجهوا إستفساراتهم إستفساراتهم إلى الله عز وجل: (قَالَ رَبِّ أَنَّى يَكُونُ لِي غُلْمٌ)⁽³⁾.

يلمس الباحث في القرآن الكريم ما عرف بالتحقيق الصحفي، ونجد مدلوله بسؤال أهل القرية، عن ملابسات سجن بنيامين، الأخ الاصغر للنبي يوسف بن يعقوب عليهم السلام، (وَسَعَلَ الْقَرْيَةَ الَّتِي كُنَّا فِيهَا وَالْعَيْرَ الَّتِي أَقْبَلْنَا فِيهَا)⁽⁴⁾، من هنا نصل إلى دور المرسل في طرح أسئلته، والتي هي بالأساس تعبر عما يدور في أذهان المشاهدين من إستفسارات شتى، دون مداراة لضيوفه على حساب الحقيقة، التي ينتظر المشاهد الكشف عن ملابساتها.

حذر القرآن الكريم عن السؤال الذي يعود بالسوء، وليس من ورائه فائدة للمجتمع أو الدين (يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَسْأَلُوا عَنْ أَشْيَاءَ إِن تُبَدَّ لَكُمْ تَسْؤُكُمْ)⁽⁵⁾، وهذا وهذا ما وجه علي بن أبي طالب رضي الله عنه السائل إلى السؤال من أجل هدف نبيل (سل تفقها ولا تسأل تعنتا)⁽⁶⁾.

" يعتبر المندوب ممثلاً للمستمع، وعليه أن يوجه أي سؤال قد يطراً على ذهن هذا المستمع"⁽⁷⁾، ولو نظرنا إلى أساليب الأسئلة في القرآن الكريم، نجد أهدافها الوصول إلى نتيجة فيها الخير والهداية للناس جميعاً، فجاء أسلوب السؤال من الله سبحانه وتعالى لإبليس، مع أن الله سبحانه يعلم الجواب، كيف لا وهو علام الغيوب (مَا مَتَعَكَ إِلَّا تَسْجُدَ إِذْ أَمَرْتُكَ)⁽⁸⁾ (قَالَ يَتْلِي لَيْسُ مَا لَكَ إِلَّا تَكُونَ مَعَ السَّاجِدِينَ)⁽⁹⁾، وجاء الأسلوب

(1) سورة طه، الاية 105.

(2) سورة البقرة، الاية 217.

(3) سورة مريم، الاية 9.

(4) سورة يوسف، الاية 82.

(5) سورة المائدة، الاية 101.

(6) علي بن ابي طالب، فُحج البلاغة، طبعة الشعب، كتاب 6، ص 402، رقم 318.

(7) الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 217.

(8) سورة الاعراف، الاية 12.

(9) سورة الحجر، الاية 32.

التسائلي مع الأنبياء (يَعِيسَى ابْنِ مَرْيَمَ ءَأَنْتَ قُلْتَ لِلنَّاسِ اتَّخِذُونِي وَأُمِّي إِلَهَيْنِ مِن دُونِ اللَّهِ)⁽¹⁾، وكذلك سؤال الله للبشر (ءَأَنْتُمْ أَشْدُّ حَلْقًا أَمِ السَّمَاءُ بَنَاهَا)⁽²⁾.

يعتبر إبراهيم عليه السلام نموذجاً للمرسل المسلم في السؤال والجواب معاً، إذ قال لأبيه وقومه ما هداه الّثمائيل الّتي أنتم لها عبكفون ﴿١١٠﴾ قالوا وجدنا آباءنا ها عبدين ﴿١١١﴾ قال لقد كنتم أنتم وآباؤكم في ضلالٍ مبين ﴿١١٢﴾ قالوا أجهننا بالحق أم أنت من اللّعين ﴿١١٣﴾ قال بل ربكم رب السموات والأرض الّذي فطره وأنا على ذلكم من الشّاهدين ﴿١١٤﴾ وتألّله لأكيدين أصنمكم بعد أن تولوا مدبرين ﴿١١٥﴾ فجعلهم جدّداً إلّا كبيراً همّ لعلهم إليه يرجعون ﴿١١٦﴾ قالوا من فعل هذا بهاتين إنّه لمن الظالمين ﴿١١٧﴾ قالوا سمعنا فتى يذكرهم يقال له إبراهيم ﴿١١٨﴾ قالوا فأتوا به على أعين الناس لعلهم يشهدون ﴿١١٩﴾ قالوا ءأنت فعلت هذا بهاتين يتبرهيم ﴿١٢٠﴾ قال بل فعله كبيرهم هذا فسلّوهم إن كانوا ينطقون ﴿١٢١﴾ فرجعوا إلى أنفسهم فقالوا إنكم أنتم الظالمون ﴿١٢٢﴾ ثمّ نكسوا على رؤوسهم لقد علمت ما هتؤلاّ ينطقون ﴿١٢٣﴾ قال أفتعبّدون من دون الله ما لا ينفعكم شيئاً ولا يضركم⁽³⁾.

قبل أن يبدأ المرسل في البرامج الإسلامية، لا بد من عرض الخلفيات المحيطة بالحدث، فكثيراً ما نسمع من يتحدث عن مسلمي الشيشان وافغانستان وكشمير، دون أن يكون على دراية بما يجري بشكل تفصيلي هناك، ودون أن يتعرف على طبيعة البلد، وعدد السكان، والمعتقدات والعادات، والثقافة، والأقاليم، وسبب الصراع، وكل ذلك يحصل عليه من وكالات ووسائل إعلام، قد لا يعترف بإسلاميتها، وإذا ما أراد التعليق لا تسمع إلا صراخ ودعاء على الأعداء.

أما عندما يذهب إلى تحليل الأحداث وأسبابها ونتائجها المتوقعة، فلا تبتعد عن نصوص القرآن الكريم والأحاديث الشريفة، والتي قد لا تمت إلى الحدث بصلة، سواء من حيث سبب النزول، أم من حيث ما فسرها العلماء.

(1) سورة المائدة، الآية 116.

(2) سورة النازعات، الآية 27.

(3) سورة الأنبياء، الايات 48-77.

تخلص دراسة مبحثي إختيار الموضوع والأسئلة إلى الآتي:

- 1- يجب إختيار المواضيع ذات القيمة والمتوعة والشاملة، مع مراعاة التوزيع الجغرافي للعالم الذي ستصله الصورة بعاداته وتقاليده ومعتقداته ومستواه المعيشي ولغته، ومدى إهتمامه بالتلفاز، وأي البرامج أكثر إثارة، وتوقيت البث المناسب والشكل المناسب واللغة المناسبة والأسلوب المناسب، وتوقع رد الفعل هناك...
- 2- التعبير عن المواضيع بالصورة أولاً، وباللغة الإعلامية والسهلة والجذابة والمشوقة والمؤثرة، وعدم الصراخ في وجه المشاهد، بحجة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- 3- إستعمال كافة عناصر التلفاز وتسخيرها للموضوع، كعنصر الصورة والمؤثرات الصوتية والإخراج الجيد والإبداع في المونتاج، من خلال التقارير أو القصص التلفزيونية والأفلام الوثائقية...
- 4- ترتبط طبيعة الأسئلة بأخلاقيات المرسل والتي تتمثل في تقوى الله، والشعور بالمسؤولية أمام الله، وتحرير الإنسان من الخوف إلا من الله.
- 5- الخلاف الفكري الداخلي لا يجوز أن يبيث على الفضاء، لأن الرسالة العالمية ليس لها بهذا الخلاف، وإنما بحاجة إلى ما يقربها إلى المنهج السليم الذي أراده الله منها، وهو هداية الناس أجمعين.

الفصل السابع

تطبيقات على نماذج من المرسلين

وفيه مبحثان:

المبحث الأول: المرسل النمطي:

وفيه مصلبان:

أ- المرسل النمطي في المؤسسة الإعلامية الحكومية

ب- المرسل النمطي في المؤسسة الحكومية ويناقد فكر إسلامي

المبحث الثاني: دراسة نقدية تحليلية لبعض مرسلتي الشريعة والحياة
(قناة الجزيرة الفضائية).

وفيه مطلبان:

أ- نشأة البرنامج وفكرته وأهدافه:

ب- دراسة تحليلية لبعض المرسلين في حلقات ناقشت القضية الفلسطينية
في برنامج الشريعة والحياة.

المبحث الأول:

المطلب الأول: نموذج المرسل النمطي (برنامج حكي عالمكشوف)⁽¹⁾:

يبدأ البرنامج بموسيقى مع كتابة (لنبحث عن الحقيقة)

مقدمة المرسل: ألسلام عليكم ورحمة الله: شهدت المفاوضات قبل إنطلاقها ميلاداً عسيراً، رافقه ولا زال الكثير من الرفض والانتقادات والتحذيرات، التي لو إستبدلها أصحابها بفعل يسند الموقف والنهج الرسمي الفلسطيني، من خلال حوار وطني مسؤول، لكان نفعها أكثر من مجرد ما يشبه المزاد، لمزايدات مدفوعة الأجر من قبل أذعياء الحرص على القضية ومصيرها، إلا قلة من الذين لا ننكر عليهم حرصهم، ولا أحد يشكك في توجهاتهم، ولم يختر المستوى الرسمي الفلسطيني المفاوضات بمحض إرادته، فقد ذهبت إليها مكرهة ليس لعدم الرغبة بالإمتثال للمنطق والواقع وتخليص شعبنا وأرضنا من الإحتلال، وإنما بفعل عدم الرغبة والجدية لدى حكومة تل أبيب بالتقدم خطوة واحدة (نحنحة) نحو السلام.

وهذا ما يؤكد موقف السيد نتتياهو وأركان إئتلافه اليميني، ولم يخفى أن ذهبنا إلى المفاوضات، جاء تحت وقع ضغط هائل تعرضت له القيادة الفلسطينية، التي لم يسعها لم تسعها من هذا الضغط القهري السنة المتشدقين بمفردات العبث السياسي، وبالرغم من إدراك القيادة بعدم الجدية الإسرائيلية، إلا أنها أثرت تحمل تبعات قرارها بمسؤولية عالية، لتعرية الموقف الإسرائيلي، الذي بات عرضة للانتقادات الدولية، بفعل سياسته الطائشة، وعبثه بأرضنا وأمننا وإقتصادنا وقدسنا، وعليه لا بد من المراكمة على ما يشبه الإجماع الدولي، المنادي بضرورة إقامة الدولة الفلسطينية المستقلة، بعاصمتها القدس المحتلة على حدود عام سبعة وستين، وهو نص واضح وصريح، لا يقبل التأويل ولا المتاجرة.

الآن وقد بدأت المفاوضات، وإن لا زالت تحت سقف التعنت الإسرائيلي، فهي من جهة أخرى تحت سقف ثوابتنا الوطنية، وهذا ما أكدته القيادة، من خلال الإعلان صراحة بأن المفاوضات ستكون مدتها شهر، وإذا ما أثبتت إسرائيل صدق نواياها تجاه السلام، فستواصل المسيرة في طريق هذه المفاوضات، وإن لم تفعل ذلك، فلنا مسلك آخر.

(¹) ماهر شليبي، حكي عالمكشوف 24 / 9 / 2010م، لقاء السيد الرئيس/ نيوبيورك/ رقم الكاسيت 7366 / ارشيف تلفزيون فلسطين.

المفاوضات كما أسلفنا بدأت متعثرة بفعل الموقف الإسرائيلي.

آفاقها ومستقبلها ومعيقاتها وأسباب نجاحها وتداعيات فشلها، بالنظر إلى قرب السادس والعشرين من الشهر الجاري موعد إنتهاء التجميد الإستيطاني، موضوع نقاشه في هذه المكاشفة الإستثنائية من نيويورك، مع السيد الرئيس محمود عباس أبو مازن، صباح الخير سيادة الرئيس مساء الخير.

سيادة الرئيس، بداية، أيام قليلة تفصلنا عن نهاية الشهر، أذني أشرت أنت عليه عندما قلت سفاوض لمدة شهر، إشارة إلى السادس والعشرين؛ أي بعد يومين، هل ثمة ما يشير إلى مواصلة هذه المفاوضات؟

ملاحظات:

1- مقدمة طويلة إنشائية، وكأن هناك ناطق إعلامي بإسم الحكومة يتحدث، ومدتها أكثر من ثلاث دقائق بقليل.

2- إنحياز الصحفي الواضح، إلى موقف على حساب موقف.

3- مبادرة الصحفي إلى إتهام خصومه، أنهم يتلقون الأجر من جهات ما، وقليل منهم أحريص على القضية.

4- يسارع إلى استخدام عبارات تقييمية، تكشف إنحيازاً ذاتياً لموقف سياسي، وهذا يبدو واضحاً من إستخدامه لكلمات مثل "المتشدين".

نماذج من أسئلة البرنامج:

1- س : سيادة الرئيس(ايبي) السبت ستلتقون وزراء الخارجية العرب (ايبي) هل يعني وبعد يوم من لقاءكم سيكون هناك إنتهاء لفترة 26 (وفتح يديه) ؟

وهنا لا بد من سؤال المرسل عن سؤاله أين هو؟

2- س: سيد الرئيس إنقيتم بقادة الجالية اليهودية في أمريكا، وهذا ليس اللقاء الأول لكم؛ يعني إنقيتم بهم (بضم الهاء بوضوح) سابقاً في أكثر من دولة، هل هذا يأتي في إطار سياسي جديد للإطلاع والتأثير ؟

وهذا يقود الباحث إلى مسائلة المرسل: لإطلاع من؟ والتأثير على من؟ وأين الإطار السياسي الجديد ما دام إنقيتم أكثر من مرة؟

3-س: سيد الرئيس تكاد تكون متخصص بالشأن الإسرائيلي، ومطل على اختلاف توجهاتها السياسية والدينية، هل الإسقاطات الدينية والسياسية المعاني، تختلف من حيث المضامين، أم أن الهدف واحد، هو ترانسفير للشعب الفلسطيني؟

يرى الباحث أن في السؤال إشكاليات:

أ- لم يختار التعبير المناسب، عندما خاطب رئيس الدولة، والمتخصص أكاديميا بالشؤون الإسرائيلية، عندما استخدم كلمة (تكاد تكون متخصص بالشأن الإسرائيلي)، وتكاد هي كلمة للتشكيك. وهل يشك المرسل هنا أن رئيس دولة في العالم، ويفاوض على كل كبيرة وصغيرة، ليستخدم عبارة معطوفة بالشك على سابقتها ويقول: (ومطل على اختلاف توجهاتها السياسية).

ب- أما كلمات الإسقاطات الدينية، ألمضامين، ترانسفير، فلم يوفق بصياغتها بشكل واضح للمشاهد البسيط.

4-س: ماذا عن خطاب كلنتون في الأمم المتحدة؟ كيف؟ وهل أنت مرتاح لأوباما؟ عفوا خطابه في الأمم المتحدة، هل أنت مرتاح للصيغة وللللال؟ يبدو هنا أن المرسل مرتبك.

5-س: طيب أنا بدي أسأل مرة أخرى عن موضوع الإنقسام، هل سيكون هناك خطوة دراماتيكية من الرئيس محمود عباس لإنهاء الإنقسام؟

ويتساءل الباحث لماذا تسأل مرة أخرى؟

ختام اللقاء:

سيادة الرئيس أشكرك جزيل الشكر أعزائي المشاهدين إلى اللقاء في الحلقة القادمة الأسبوع المقبل.

أولاً: هي حلقة إستثنائية أو خاصة، ولن تكرر إلا في حالة إستثنائية.

ثانياً: الأسبوع القادم والحلقة القادمة، من أين من نيويورك أم من فلسطين؟

ملاحظات :

1- الأسئلة إنشائية وطويلة.

2- بعض الأسئلة فيها موقف ورأي المرسل، وتلكوء وقراءة من الورق.

3- كلمة نعم، لماذا وردت بعد إنهاء الرئيس كلامه؟

4- وضع بعض الأسئلة بصيغة خيارات، هل سيتم بحث كافة القضايا؟ أم على مراحل أم أم أم ؟

5- سؤال هل تكرر ؟ ولو أجاب الرئيس بنعم أو لا ، لقتل كثيراً من الحوار .

6- الإنتقال من سؤال إلى سؤال، وكل سؤال يذهب إلى محور جديد، ولا يوجد نقاش أو حوار .

المطلب الثاني: المرسل النمطي في برنامج يناقش فكر إسلامي: برنامج: (بدون لف ودوران)⁽¹⁾:

قبل الحديث عن البرنامج لا بد من التعريف بهويته، وسبب إختياره مع أن الدراسة ناقشت نموذجاً للمرسل النمطي في المطلب الأول ومن تلافاز فلسطين.

من الواضح أن البرنامج لم تتضح معالم التخصص عليه، فهو يناقش قضايا سياسية وتارة قضايا إجتماعية وأخرى قضايا فكرية... وهكذا.

وسبب إختيار البرنامج هو دخول المرسل في مناقشة قضايا فكرية لها علاقة بالإسلام، فناقش حلقة عن السلفية وناقش الفرقة الأحمدية في حلقة أخرى والتي قامت الدراسة بتحليل أداء المرسل فيها.

مقدمة المرسل: أسعد الله أوقاتكم وأهلاً وسهلاً بكم في حلقة تاسعة في برنامج بدون لف ودوران، برنامج ثقافي فلسفي، يدفعا للإستدراك والإعتقاد، وقد سمعنا عن السلفية والبهائية والإخوانية والشيعية، وسمعنا عن الصوفية، لكننا من جديد في فلسطين سمعنا عن الأحمدية لماما في العام 2005، أصدر مفتي نابلس فتوى بتكفيرهم، قال حينها مفتي نابلس الشيخ أحمد شوباش: إن القاديانية أو الأحمدية فرقة ضالة غير إسلامية، تتبنى عقائد فاسدة، بحثنا من خلال البرنامج، وإستوضحنا وكان من جديد هناك محاولة التطبيق، رجل طلق زوجته من منطقة رام الله، وأيضاً دعوى أخرى لتطبيق رجل آخر من زوجته، لأنه تبنى الأحمدية.

الجماعة ومقرها قرية الكبابير قرب حيفا رفضت بعض، وجهت رسالة للرئيس أبو مازن 2005 تدعو فيها إلى التراجع، ولوزير الأوقاف تدعو فيها للتراجع عن الفتوى.

(¹) تقديم ناصر اللحام ، رقم الكسيت 6391 ، الثلاثاء/ 2010/6/29م ، ارشيف تلفزيون فلسطين ، ام الشرايط ، رام الله ، فلسطين.

وظهرت الأحمديّة في بلدة قاديان الهندية في العام 1989م على يد (ميرزا غلام أحمد)، والذي توفي في العام 1908م، ثم خلفه خمسة خلفاء آخرهم (ميرزا مسرور مزور أحمد)⁽¹⁾.

غلام نفسه إعتبر أن المهدي أو المسيح المنتظر قادم، ألف ثمانين ألف كتاب⁽²⁾، ويقولون إنهم جماعة دينية وليست سياسية، في هذا ما هو لصالحهم وما هو ليس لصالحهم من وجهة نظر البعض، إتهموا بأنهم لا يتدخلون في السياسة، وبالتالي يبتعدون عن الجهاد، وبالتالي يحاربون إنجلترا التي كانت تحتل الهند، في حين هم يقولون بأن إنجلترا سمحت لهم بإعلاء شأن الإسلام والصلاة، وأنهم أمام الشيخ، وبأن ينشروا الإسلام في الهند، في العام 1924م وصلت الأحمديّة فلسطين إلى حيفا عن طريق البحر، وقدم الخليفة الأحمدي الثاني بشر الدين محمود أحمد، وإتخذوا مقراً لهم على جبل الكرمل، بنوا مسجداً في الكبابير يعرف بمسجد سيدنا محمود. هذه القرية في الكبابير ثلاثة آلاف نسمة، معظمهم إذ ليس كلهم أحمديون، لكن لا وجود لهم في مدن الضفة الغربية وقطاع غزة، رغم أنهم موجودون في الهند وباكستان وأوروبا وإفريقيا، وسنستوضح الآن بأن عددهم 200 مليون نسمة بعدد العرب، تم تكفيرهم على يد شوباش مفتي نابلس ليس البداية ولا النهاية، لأنهم يتهمون بمخالفة وجهة نظر وروح الشريعة، من خلال حديثهم خاتم النبيين وليس خاتم كما سنرى من خلال الحلقة، ويقال بأن هناك الكثير من الخلافات في نظر وروح الشريعة الإسلامية.

في كتاب حماسة البشرى يقول مؤسس الجماعة: بأنه خص العرب بحديث لنا؛ أي جعل العرب يحظون بحضانة دعواه.

في العام 1931م ذهب الشاب جلال الدين شمس من حيفا للتبشير في دمشق، فتعرض للطنع، وكاد أن يقتل، ثم غادر إلى قاديان مرة أخرى، لديهم مجلة تدعى مجلة البشارة تم تحويلها إلى البشرى، وهي باللغة أيضا كان لكن ومؤلفات مؤسس الجماعة باللغة الأوروبية، كلهم على جميع الطرق أيضا هاجموا الصوفية.

دعونا أولاً نذهب إلى التقرير ونعرف بالأحمديّة أو القاديانية، كانوا مؤسسوها زاروا حيفا في العام 1924م، وزاروا القدس، زاروا بيت لحم، زاروا الخليل، يقولون

(1) من اللافت التواريخ الغير مضبوطة عند المرسل.

(2) هذه المعلومات اوردها المقدم دون ان يزودنا بالادلة على صحتها.

بأن معظم الأديان تنتظر نبيا منتظر ألهندوس كرشنا، المسيحيون ينتظرون المسيح، والبوذيون ينتظرون بوذا، والمسلمون المهدي المنتظر.
ثم تم عرض تقرير بعد المقدمة عن الأحمديّة.

ملاحظات على المقدمة:

- 1- طويلة (مدة المقدمة 5 دقائق و32 ثانية)، وحجم المقدمة لا يتناسب والمادة التلفزيونية.
- 2- مفككة وغير مترابطة.
- 3 - إنشائية
- 4-جمل بلا معنى وغير مكتملة.
- 5-الأفكار مشتتة وتحتاج إلى تركيز .

يرى الباحث أن التقرير أعاد ما ذكره المرسل بالمقدمة، ولو إكتفى المقدم بتساؤل عن الأحمديّة وأين تواجدتها، وعدد أتباعها، وأهم افكارها، وعلاقتها بالفكر والسياسة، وترك التفاصيل للضيوف..لخفف عبء عشر دقائق على المشاهد، ما بين المقدمة والتقرير .

الأسئلة:

1 - س: إخوتي وأخواتي مشاهدينا الكرام، قبل أن أبدأ إعداد هذه الحلقة قرأت أولاً وكنت لا أعرف عنها الكثير عن الأحمديّة، قرأت ردود الأفعال عليها، ردود أفعال غاضبة جداً من المفتين، وأيضاً من فضيلة الشيخ الإمام الأكبر محمد سيد طنطاوي، من كما لاحظنا من الكثير من العلماء، كان هناك هجوم شديد، درست انا وقرأت، وجدت طبعاً القول في هذا الموضوع، سيكون من الناحية الدينية، سنسأل مفتي جنوب الخليل وأهل العلم، لكن كصحفي أقول قرأت وجدت بأن تشهدون أن لا إله إلا الله، وأن محمداً رسول الله، تؤمنون بالأركان الخمس جذر الأشياء، والدعوة للخير، نبذ الشر، لماذا تكفروا؟ هل أنتم متفاجئون وللا تبتسمون يعني بسخرية من أن الآخرين لم يفهمونكم بعد؟
يرى الباحث الآتي:

ماذا يستفيد المشاهد من أن المقدم درس وبحث ووجد؟ ألا يكتفي المقدم بسؤال لماذا كفركم البعض؟ ما فائدة الحشو بالسؤال على مضمون الحلقة؟

2- س: طيب ندخل في صلب الموضوع، في هناك شيء مستفز لعالم السنة ولأهل الدين، هو قضية محددة، هل أنتم هناك؟ يعني في خطأ في فهم من الجانب

الأخر، لماذا لم تتجاوزوها حتى على الأقل في تكفيركم وتطليق زوجاتكم في المناطق التي لم يكن لكم فيها نفوذ أو غيرو، وبتقوعوا في قضية خلافية، هل هي جذرية لهذه الدرجة حتى لا تتخلوا عنها؛ قضية المهدي المنتظر، وقضية كما سمعنا من الشيخ بأنو هناك يعني علاقة وحي بينكم وبين أو بين مؤسس الجماعة وبين السماء؟

يُلاحظ أن هذا السؤال يمزج بين عدة تساؤلات وهي: سؤال المهدي المنتظر، وسؤال علاقة وفهم الآخرين للأحمدية، سؤال عن فكر الأحمدية ومعتقداتهم، عندما ذكر المقدم الوحي والسماء، سؤال عن موقف الطلاق لمن يتبع الأحمدية.

3- س: طيب دكتور الشيخ إبراهيم محمد بوي الدين، أنا أسأل وحضرتك يعني سأتعلم والمشاهدون من حضرتك، الشيخ بحكي أشهد أن لا إله إلا الله وأن محمد رسول الله، ويقوموا بالمناسك الأخرى وبأركان الإسلام الخمس، أليست كلمة تكفير كبيرة على وخصوصاً أنهم ليسوا مؤسسي الجماعة حتى يتهموا؟ أليست كلمة جديدة في مجتمعنا؟ وإذا تسمح لي أيضاً وحضرتك الآن تأخذ كافة المجال، شاب مثل هذا الشاب؛ يعني تطليق زوجتو، أليست جديدة على المجتمع الفلسطيني؟

4- س: دكتور إبراهيم ولست أنا يعني سوى باحث وصحفي، أقول لك هنا بنوا آلاف المساجد، ترجموا القرآن ل 56 لغة، مدارس وعبادات- ويستمر بالعدد..- كيف يمكن؟ كيف يمكن؟ أن طبعا لا يوجد حل وسط في مسائل دين فهذه عقائد، كيف يمكن أن إذا ينفي ذلك الكلام الدكتور الشيخ محمد، إذا ينفي؛ يعني أنت تتهمني مثلاً بالزندقة، أنت تتهمني بالهرطقة، إستجلبتني سواء في السعودية أو في الخليل أو في أي مكان، سألتني، هل أنت تجاهر بكذا؟ أقول لك لا أنا أنسحب، هل أنت تقول بأن الله كذا، يقول لك لا- بعد إذنك يا دكتور- وأنت عالم، هل تقول بأن الله يوقع بالقلم الأحمر وغيره؟ يقول لك لا. يعني ينفي تنفي هذه التهم؟

يرى الباحث أن من يجمع مقدمة المرسل، وتقرير الحلقة، والأسئلة الطويلة، والكلام الإنشائي المكرر والمفكك والمتشابك، سيجد نصيب الضيفين من الحلقة شيء يسير جداً، وكأن الحلقة للمقدم، والضيف هم شهود على صحة ما يقول.

المبحث الثاني:

المطلب الاول : نشأة برنامج الشريعة والحياة وفكرته وأهدافه:

يناقش المبحث نموذج المرسل المتخصص في برنامج إسلامي وذلك بعد مناقشة المرسل النمطي والمرسل غير المتخصص في المبحث السابق، ويناقش الفروق بين من يعمل ضمن روح الفريق ومن يعمل منفرداً، وذلك من أجل الدراسة التطبيقية للفصول النظرية السابقة.

وسبب إختيار نماذج من مُرسلي الشريعة والحياة، أن البرنامج يدخل ضمن قناة غير متخصصة بالشريعة الإسلامية، وقدم البرنامج أكثر من مرسل ومرسلة، وإستضاف عدداً كبيراً من علماء المسلمين ومن كافة الأقطار العربية والإسلامية، وناقش قضايا إسلامية متعددة ومتنوعة.

وحتى نصل إلى آلية عمل المرسل في البرنامج لا بد من الحديث عن نشأة البرنامج وآلية عمل المرسل وإختيار الضيوف والموضوعات وعلاقة المرسل بها، قبل الدراسة التحليلية لبعض المرسلين.

بدأ برنامج الشريعة والحياة منذ السنة الأولى لإنطلاق قناة الجزيرة الفضائية عام 1996م، وكانت البداية مع المقدم الأول للبرنامج أحمد الشيخ، ويعتبر البرنامج إسلامياً وليس دينياً⁽¹⁾.

(¹) القرضاوي: كانت هذه الانطلاقة الأولى برنامج إسلامي، ولا أقول ديني برنامج إسلامي ينطلق من قناة فضائية إخبارية، الأصل فيها أنها للخبر وليست للتثقيف والتوجيه والفكر، وكان هذا شيئاً جديداً، وقد قلدها يعني فضائيات أخرى كانت هي الأولى في هذه الناحية، (انظر عبد الصمد ناصر، الذكرى العاشرة لانطلاقة الشريعة والحياة، الأربعاء 1427/10/16 هـ - الموافق 2006/11/8 م (آخر تحديث) الساعة 16:16 (مكة المكرمة)، 13:16 (غرينتش)

وتم إختيار إسم البرنامج (الشريعة والحياة) بدقة، من خلال مشاورات بين القائمين على قناة الجزيرة⁽¹⁾ والشيخ يوسف القرضاوي⁽²⁾، وتم إختيار وقت بثه، وإعادة بثه على الهواء، مباشرة بالدراسة والتشاور أيضا⁽³⁾.

ناقش البرنامج في أول حلقة (مفهوم الشريعة ودورها في تنظيم حياة البشر)، وقد تتكرر بعض العناوين، والتي ترتبط بالمناسبات الدينية، كشهر رمضان المبارك، والإسراء والمعراج، والهجرة النبوية، والمولد النبوي، وقد تتكرر الموضوعات السياسية، والتي تواكب الأحداث الكبرى على الساحة الإسلامية، كالعناوين المتعلقة بالإنفاضة⁽⁴⁾، وإعتبر الشيخ يوسف القرضاوي أن "الموضوع الذي تعرضه الجزيرة، قد يتكرر بعنوانه، ولكنه لا يتكرر بجزئياته ومحاوره وتفصيلاته"⁽⁵⁾.

ويميل البرنامج إلى الحوار مع الضيف، والذي تمثل بشكل رئيسي بالشيخ يوسف القرضاوي، إضافة إلى عدد من العلماء والمتخصصين والمفكرين، والذين يتم اختيارهم

⁽¹⁾ عبد الصمد ناصر: فضيلة الشيخ لو عدنا إلى النشأة الأولى، كيف جاءت فكرة برنامج إسلامي، كما تقول في قناة إخبارية متخصصة، كيف انبثقت هذه الفكرة ومن من؟

يوسف القرضاوي: الحق أن هذه الفكرة جاءت من المسؤولين عن قناة الجزيرة، يعني من رئيس مجلس الإدارة ونائبه من الشيخ حمد بن تامر والأخ محمود السهلاوي، هما أصحاب هذه الفكرة، وقد تداولنا هل نسميه الدين والحياة؟ الإسلام والحياة؟ أو الكذا؟ ووجدنا أن أقرب الأسماء، هو اسم جديد على البرامج التلفزيونية، الشريعة والحياة، لأن كلمة الشريعة معناها أننا نريد الإسلام بمنهج للحياة لا مجرد عقيدة لاهوتية، ولا مجرد تفكير نظري تجريدي، ولكن شريعة تنظم للناس حياتهم، حياة الفرد حياة الأسرة حياة المجتمع حياة الأمة حياة الدولة، العلاقات الدولية، هذا معنى الشريعة.. الشريعة والحياة، كيف تنظر إلى حياة الناس؟ وكيف تطلب لها من صيدلية هذا الدين العظيم؟ (المرجع السابق)

⁽²⁾ يوسف القرضاوي: هو أنا حرصت في هذا البرنامج، وطبعاً أنا ظلت أقدم البرنامج فترة طويلة ولا يكاد يشاركني أحد إلا عند الإجازات، فكنت أنا يعني أقدمه يعني باستمرار، وأنا اللي رسمت يعني معاملة ووضحت ملامحه، ووضعت له أسسه، أردت أن يكون برنامجاً إسلامياً لا دينياً بمعنى. عبد الصمد ناصر: مشروع حياة.. (المرجع السابق).

⁽³⁾ عبد الصمد ناصر: وقتها ظهر البرنامج وكان شكله فريداً، ربما كان أول برنامج إسلامي بهذا الشكل، ووقتها أيضاً كسر قاعدة كانت معروفة في التلفزيونات العربية، كانت التلفزيونات العربية تخصص يوم الجمعة للبرامج الدينية، وجاء هذا البرنامج وبث يوم الأحد، لماذا يوم الأحد هذا سؤال يطرحه الكثيرون؟

يوسف القرضاوي: هو روعي في يوم الأحد أن تخاطب الأخوة خارج البلاد العربية والإسلامية، الأخوة في أوروبا، وهذه البلاد وبعض البلاد العربية أيضاً.

عبد الصمد ناصر: المسلمين في الغرب عموماً يعني.

يوسف القرضاوي: المسلمين في الغرب بصفة عامة، وبعض البلاد العربية والإسلامية تعطل يعني يوم الأحد، وتعمل يوم الجمعة، فأردنا أن نخاطب هذه الفئات، وأن كان البرنامج يخاطب الناس في الغرب والناس في الشرق يعني سواء، (المرجع السابق).

⁽⁴⁾ انظر ملحق رقم 1 ، الجدول ، ص 242 وما بعدها.

⁽⁵⁾ <http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=1031426>

ضمن الخط الوسطي الذي يتبناه الشيخ القرضاوي⁽¹⁾، ويتلقى مقدم البرنامج إتصالات الجمهور على شكل مداخلات أو إستفسارات، ويعبر بعض المتصلين عن آرائهم في القضايا المتنوعة، التي يطرحها البرنامج⁽²⁾.

بدأ البرنامج بالفتاوى للجمهور، وكانت مدة الحلقة ساعتين، ثم تحول وقت البرنامج إلى ساعة ونصف، ثم إستقر على ساعة⁽³⁾، وتطور البرنامج فيما بعد من خلال إختيار الموضوعات وتقليص مدة البث لساعة تلفزيونية، ويبدو أن للمقدم دوراً في إختيار موضوعات البرنامج، وهذا ما عبر عنه المقدم الثاني للبرنامج أحمد منصور⁽⁴⁾، ومن الواضح أن الشيخ القرضاوي يشارك في إختيار المواضيع أيضاً⁽⁵⁾.

ويتصف البرنامج بالشمولية، والعالمية " فموضوعاته تشمل ما هو إجتماعي وسياسي وثقافي وإقتصادي، فلم يعد الدين مرتبطاً بالمسجد فقط، ويقدم خطابه للعالم بعيداً عن الخصوصيات القطرية والثقافية"⁽⁶⁾، ومن الواضح أن هناك دراسة لخطورة التنازع

(1) عبد الصمد ناصر: هل أحياناً تكون غير راضٍ عن بعض الضيوف الذين نستضيفهم في غيابك فضيلة الشيخ؟ يوسف القرضاوي: أحياناً فعلاً، لأني أجد أنه في حط ثاني معاكس لخط البرنامج، فكأننا يعني نعمل ضد البرنامج وضد اتجاهه الوسطي الواقعي التوازني، هذا يعني المعاصر، لا نريد يعني من يخرج على هذا ويأتي يشغل الناس بأشياء أخرى.. (المرجع السابق).

(2) معتر الخطيب: وحرص البرنامج في مراحلها كافة على الجانب التفاعلي من خلال اتصالات المشاهدين ومشاركتهم، وبقي له جمهوره الكبير، ومع أن الشيخ القرضاوي كان الضيف الرئيسي للبرنامج، فقد حرص على استضافة شخصيات متنوعة كذلك. (المرجع السابق).

(3) يوسف القرضاوي: البرنامج زمان كان ساعتين.

عبد الصمد ناصر: وتقزم إلى..

يوسف القرضاوي: وبعدين صار ساعة ونصف، وبعدين صار ساعة. (المرجع السابق).

(4) أحمد منصور - بدأت أختار موضوعات من حياة الناس، من واقع الناس، من اهتمامات الناس، من تقلبات الحياة اليومية بالناس، (المرجع السابق).

(5) يوسف القرضاوي: فابتداءً يعني تقريباً من أيام الأخ أحمد منصور، بدأنا نحدد موضوعات لكل حلقة، وكان البرنامج في أول الأمر ساعتين، فكان يعني نجد عندنا من الوقت ما نخدم به الموضوع ونستكمل عناصره بقدر الإمكان. (المرجع السابق).

(6) يوسف القرضاوي: لأن كلمة الدين يعني تختص بالجانب الروحي العقدي العبادي الشعائري، إنما كلمة الإسلام تسع الحياة كلها، يعني تسع الثقافة والتربية والدعوة والاقتصاد والسياسة والاجتماع والأسرة والحياة كلها، فأنا أردته إسلامياً، حتى إحنا في أصول الفقه نقول جاءت الشريعة تراعي الكليات الخمسة، إيه الكليات الخمسة أو الخمس؟ الدين والنفس والعقل والنسل والمال، فالدين إحدى الكليات، فلذلك أنا أردته يكون برنامجاً إسلامياً، وأردت أن لا يكون برنامجاً محلياً، يعني لأهل قطر فقط العالمية وهذه طبيعة الإسلام، أنه رحمة للعالمين {لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا} فنحن نراعي أيضاً البيئة المحلية، ولكن ننظر إلى العالم، وننظر أن إحنا بنخاطب العالم في كل مكان أيضاً الوسطية البرنامج هذا يمثل خصيصة الوسطية {أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ} (8) وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ، لا طغيان ولا إفسار، لا إفراط ولا تفريط، هذا هو برنامج حياتي، كله هو المنهج الذي اخترته للإفتاء وللدعوة والتعليم.. (المرجع السابق).

وأهمية مثل هذا البرنامج، من قبل المقدمين، والضيف، ومن يعمل في إعداد وإخراج البرنامج⁽¹⁾.

نال البرنامج شهرة واسعة لعدة أسباب:

- 1- الشهرة التي حظيت بها قناة الجزيرة.
- 2- الإمكانيات المالية والتقنية، والخبرات المتوفرة في قناة الجزيرة.
- 3- العلم والفكر الذي يحمله الضيف الدائم الشيخ القرضاوي، وأطروحاته الوسطية⁽²⁾، ومستوى معظم الضيوف العلمي والفكري.
- 4- إعادة بث حلقات البرنامج، بما يتلاءم مع الفروق الزمنية بين دول العالم.
- 5- الحديث عن قضايا لها علاقات وتداخلات بين الشرق والغرب، وبين المسلمين والآخر.
- 6- ملامسة قضايا متعددة ومتنوعة.
- 7- إشراك الجمهور بالمداخلات والإستفتاءات.

وهذا ما حفز بعض الباحثين والدارسين والنقاد، للحديث عن البرنامج، فنجد من حاول الكتابة عن الشيخ القرضاوي، وعن طرحه في برنامج الشريعة والحياة، فقدمت الباحثة الألمانية (بتينا غريف)، أطروحة الدكتوراه، حول الشيخ القرضاوي ووسائل الإعلام⁽³⁾.

(¹) عبد الصمد ناصر: ما خطورة الرسالة الدعاوية عبر التلفزيون؟

يوسف القرضاوي: الرسالة الدعاوية هي الأخطر..

يوسف القرضاوي: عبر التلفزيون، طبعاً التلفزيون متهم دائماً بأنه رسالة هدم، يعني ولكن إذا قدم مثل هذا البرنامج، فقد أصبح رسالة هداية وبناء يعني.

عبد الصمد ناصر: تحيات المخرج منصور طلافيح ومعتز الخطيب في الإعداد وميني عبد الصمد ناصر نلتقي مشاهدنا الكرام في الحلقة القادمة بحول الله. (المرجع السابق).

(²) غسان بن جدو: فقط أود أن أقدم شهادة كمرقب ومعرل عن أي علاقة شخصية ومحبة خاصة... أولاً الشيخ يوسف القرضاوي يقدم دائماً كأن فقيه... وبعد قيمته الفقهية هو قيمة فكرية كبرى... المسألة الثالثة شيخ يوسف القرضاوي تميز من خلال الشريعة والحياة، لأنه كان بمواقف شجاعة وجرئية سواء من القضية الفلسطينية، أو من خلال بعض الاستحقاقات الدائمة التي مرت على الأمة، ومفيد وأنا أتحدث من الساحة اللبنانية، أن أذكر بأن الموقف الأخير الذي أعلنه فضيلة الشيخ يوسف القرضاوي في أتون العدوان الإسرائيلي على لبنان، الذي دعم فيه المقاومة بشكل صريح، كان له تأثير كبير وكبير... على شبيعة العالم، وخاصة الذين كانوا ربما يتهمون بعض السنة بالنبرة الطائفية. (المرجع السابق).

(³) عبد الصمد ناصر: الغريب فضيلة الشيخ أنه هذا البرنامج لا يتأثر به أو لا يهتم به المسلمون فقط، وإنما هناك اهتمام أيضا من غير المسلمين، هناك أطروحات دراسات كتابات حول البرنامج، آخرها كانت زيارة لمواطنة ألمانية تحضر أطروحة دكتوراه حول فضيلتكم الشيخ القرضاوي ووسائل الإعلام، بتينا غريف وهي باحثة في مركز الدراسات الشرقية الحديثة في برلين، وهي

المطلب الثاني: دراسة نقدية تحليلية لبعض مرسلي الشريعة والحياة (قناة الجزيرة الفضائية)

إختار الباحث لدراسته مرسلين من برنامج الشريعة والحياة منذ عام 1999م لغاية عام 2009م، وسبب التحديد الزمني، أن التوثيق على شبكة الإنترنت، لم يدون قبل هذا التاريخ، أما سبب إستثناء عام 2010 فيعود لعدم إكتمال العام، خلال مناقشة هذا المبحث من جهة، ولعدم وجود حلقات ارتبطت بالقضية الفلسطينية لغاية 1 / 8 / 2010م.

تم إختيار عينات الحلقات بشكل مقصود، وذلك بعد الإطلاع على (504 حلقات)⁽¹⁾. وتم التركيز على الحلقات التي تتعلق بفلسطين والإحتلال الإسرائيلي، والتي بلغت خلال أحد عشر عاما (25 حلقة)⁽²⁾، فكان التوجه إلى الحلقات التي ناقشت القضية الفلسطينية، والصراع مع الإحتلال الاسرائيلي، وذلك لمركزية وأهمية القضية الفلسطينية، ولأن البرنامج يحمل بُعداً اسلامياً، ويُناقش من خلاله علاقة الإسلام بالآخر، ويناقش أحكام الشريعة الإسلامية في المقاومة، ونصرة المسلم لإخيه المسلم، ودور العلماء والحكام والشعوب في مساندة الشعب الفلسطيني.

يدخل البعد الديني في صلب الموضوع، لأهمية المسجد الأقصى عند المسلمين، وتجاوره مع مقدسات لها إرتباط بالديانات المسيحية واليهودية، ومن جهة ثانية يعتبر ما يجري في فلسطين ومقدساتها، له أبعاده على مستوى العالم ومصالحه وعقائده.

الآن معنا على الهاتف من برلين، أود أن أوجه لها سؤال حول بتينا إذا كنتِ تسمعينني، ما هو التأثير تأثير البرنامج في المسلمين في الغرب؟ ولماذا يتهم المسلمون في الغرب أيضا بالبرنامج؟

بتينا غريف - باحثة في مركز الدراسات الشرقية الحديثة - برلين: السلام عليكم فضيلة الشيخ وعبد الصمد.

بتينا غريف: أنا نفسي أقول تأثير البرنامج على المسلمين في الغرب أولا، لا نعرف كثيرا عن طبيعة تأثير التلفزيون على المشاهدين بشكل عام. ثانيا، طبعاً لازم نسأل أي مسلمين نتحدث عنهم؟ مثلاً أغلبية المسلمين في ألمانيا أتراك، لا يتكلمون العربية، ولكن في زمن هذا الإطار ممكن أقول، نحن نعرف من تصاوير في شمال أوروبا عن تأثير برنامج الشريعة والحياة قوية، من زمن الجيل الأول من المسلمين العرب في الغرب ..

عبد الصمد ناصر: طيب أنتي كباحثة غربية بتينا، نريد أن نسأل، ما سر هذا الاهتمام الغربي بشخصية الدكتور العلامة يوسف القرضاوي وبرنامج الشريعة والحياة؟ هل هناك عوامل أخرى غير التي ذكرت الآن؟=

= بتينا غريف: أنا أفكر يعني هم يهتمون بالبرنامج؛ بسبب الشيخ أولاً، ثانياً ويهتمون بالقرضاوي بسبب هو يهتم بالغرب وبالمسلمين في الغرب ... من ناحية أخرى نهم بالقرضاوي أو يهتم بالقرضاوي حتى صحفيون وسياسيون غير متخصصين بالشرق الأوسط؛ بسبب يعني واحد، هو فتاوى مساعدة العمليات في فلسطين، وثانياً نشر هذه الفتوى عبر التلفزيون مع الإنترنت.. (المرجع السابق).

(¹) انظر ملحق، ص 242.

(²) المرجع السابق.

حددت الدراسة عينات المقدم (المرسل)، وبعد الإطلاع على ثمانية مقدمين تناوبوا على البرنامج، وهم حسب التسلسل الزمني: أحمد الشيخ الذي ليس له أي حلقة على شبكة الانترنت، أحمد منصور، حامد الأنصاري، ماهر عبدالله، خديجة بن قنة، توفيق طه، عبد الصمد ناصر، عبد القادر و عثمان عثمان.

وبما أن الرسالة تُركز على دراسة المرسل فتم إختيار ثلاثة مقدمين من الرجال والمقدمة الوحيدة من النساء خديجة بن قنة وذلك بشكل مقصود، لأنهم هم الأكثر نصيباً في عدد الحلقات وهم الذين ناقشوا القضية الفلسطينية⁽¹⁾. فقدم الإعلامي الراحل ماهر عبد الله (237 حلقة) وعبد الصمد ناصر (87) وخديجة بن قنة (39) وعثمان عثمان (106) وهو ما زال يقدم حتى كتابة الرسالة، وبالطبع إزداد عدد حلقاته.

أما إختيار ضيوف البرنامج فليس للمرسل حرية الإختيار ويعود إلى سياسة المؤسسة، فكان للشيخ القرضاوي (275 حلقة)، مانسبته 54.5% من حلقات البرنامج. وتوزعت باقي الحلقات (229 حلقة) على ما يقارب 150 عالماً ومفكراً ومتخصصاً بعلوم الشريعة، أو ما له علاقة بموضوع الحلقة⁽²⁾، ولم تتجاوز مشاركة أكثر الضيوف عدداً (10 حلقات) عدى الغالبية العظمى، والتي إستضيفت في حلقة واحدة، ولم يتم إختيار الحلقات حسب الضيوف، وإنما حسب المقدم(المرسل) الذي هو مدار البحث، وإختيار الموضوعات والتي لها ارتباط بالموضوع.

وهنا يبرز التساؤل: إلى أي حد يمكن لمقدم الحلقة أن يساهم في وضع أسئلة الحلقة التي سيقدمها؟ فمن يضع الأسئلة؟ ومن يقرر إختيار الضيوف؟ لأن هناك حلقات من برنامج الشريعة والحياة بدت وكأن مقدم الحلقة لم يساهم في وضعها؛ أي أن هناك أسئلة بدت معلّبة وتم تسليمها جاهزة لمقدمة الحلقة، وبالتالي كانت مداخلتها أو تدخلاتها ومقاطعاتها بلا مبرر، ودون أن تشرح أو تضيف شيئاً لإجابات الضيف⁽³⁾. وهناك حلقات كشفت عن أنه في حال تم الإعداد المسبق لكل حلقة، وجرى وضع أسئلة تحت إشراف وإعداد مسبق، وبمشاركة مقدم الحلقة، أمكن تقديم حلقة جيدة من حيث البناء

(¹) المرجع السابق

(²) المرجع السابق.

(³) كانت الاسئلة جيدة ومختارة بدقة، ولكن دون مداخلات واضحة من المقدمة، واقتصرت المداخلات على كلمة او كلمتين فقط، انظر الحلقة (علاقة المسلمين باليهود).

الأربعاء 1425/12/8 هـ - الموافق 2005/1/19 م (آخر تحديث) الساعة 12:44 (مكة المكرمة)، 9:44

(غرينتش)

<http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=112577>

العام، حلقة متماسكة تقدم صورة واضحة لموضوع الحلقة، كما هي الحلقات المقدمة من الأستاذ ماهر عبد الله⁽¹⁾ أو الأستاذ عثمان عثمان.

ويلاحظ المتتبع لحلقات برنامج الشريعة والحياة، وفيما يخص الأسئلة التي يطرحها مقدمو الحلقات، فهي عادة كانت أسئلة موفقة في تناول الموضوع⁽²⁾، إلا في حالات إستثنائية، وذلك يعود إلى ما يمكن أن نسميه؛ إما الإعداد السريع دون إعطائه حقه ووقته والجهد المطلوب⁽³⁾، أو محاولة التدخل الفجائية ذات النتائج غير الموفقة التي لا تضيف شيئاً جديداً لإجابات الضيف. أما عند الإعداد الجيد؛ خصوصاً إذا كان إعداداً من طاقم مهني، عندها يمكن لهذه الأسئلة أن تلم بالموضوع من جوانب شتى. صحيح أن هناك بعض الحلقات التي لم يجر إختيار ضيوفها بشكل موفق؛ من حيث أن موضوع الحلقة يتطلب ضيفاً يحمل فكراً ذو مستوى قادر على تناول الموضوع وطرح إجابات ذات مضمون فكري وعميق، لا أن يتم تناولها بشكل سياسي أو دعائي، وذلك كحلقة (البعد الديني للصراع العربي الإسرائيلي)، وكان الضيف جاسم مهلهل الياسين - جمعية الإصلاح الاجتماعي بالكويت، وعرفه المقدم من العاملين النشطين في جمعية الإصلاح الاجتماعي، ومن المتابعين للقضية الفلسطينية، والمتابعين للعمل الإسلامي على مدار سنوات وعقود طويلة. ومن اللافت أن العنوان بحاجة إلى باحث في الديانات والتاريخ والسياسة، وليس للعمل في الإصلاح الاجتماعي علاقة بمحاور الموضوع، وبالفعل جاءت الإجابات بشكل عام، ودون الغور في صلب الموضوع⁽⁴⁾.

ويلاحظ المتابع لحلقات برنامج الشريعة والحياة أن الإعلامي المرحوم ماهر عبد الله، كان ناجحاً في إدارة حلقاته. صحيح أن هناك عدداً من الإعلاميين تناوبوا على تقديم حلقات أخرى، لكن مع ذلك يمكن تسجيل مجموعة من الملاحظات على مقدمي هذا البرنامج.

(1) انظر نماذج من الاسئلة في الملحق 4، ص الملاحق ص 256

(2) انظر نماذج الاسئلة للاعلامي الراحل ماهر عبد الله من حلقة ذكرى احراق المسجد الأقصى في الملحق السابق، ص 256.

(3) انظر نوعية الاسئلة في الحلقة (مأساة القدس الشريف) الاستثنائية والتي جاءت بعض مطالب الشارع العربي والاسلامي:

الجمعة 1425/4/14 هـ - الموافق 2004/6/4 م (آخر تحديث) الساعة 1:04 (مكة المكرمة)، 22:04 (غرينتش) <http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=89325>

(4) الجمعة 1425/4/14 هـ - الموافق 2004/6/4 م (آخر تحديث) الساعة 1:09 (مكة المكرمة)، 22:09 (غرينتش)

<http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=89674>

ولعل تقديم الحلقة يحمل أهمية لا تقل عن تدخلات المقدم. ويمكن تسجيل التوفيق للأستاذ المرحوم ماهر عبد الله، الذي تمكن من وضع مقدمات حلقاته بشكل أكثر توفيقاً من غيره⁽¹⁾. وربما يتقدم عليه الأستاذ عثمان عثمان بعض الشيء في هذا المجال، مقارنة بالإعلامية خديجة بن قنه أو الأستاذ عبد الصمد ناصر، اللذان لم يصلوا في مقدماتهم إلى ما وصل إليه الأستاذان الإعلاميان ماهر عبد الله وعثمان عثمان. فهناك من كان يدخل في موضوعه مباشرة. أما مقدمات حلقات الأستاذين ماهر عبد الله وعثمان عثمان، فكانتا من التماسك والوضوح والإختصار والكفاية، ما يغني المشاهد وما يوفر عليه طرح تساؤلات حول موضوع الحلقة وحول الضيف. وبالإضافة إلى هذا فقد كان هناك تقديماً موفيقاً للضيف من خلال أعمال ونشاط ضيوف الحلقات، وليس مجرد كلمات إنشائية حول الموضوع وضيف الحلقة⁽²⁾.

وما يمكن الإشارة إليه في هذا المجال، هو إشكالية وجود بعض المقدمات التي تحمل مغالطات وأخطاء، كما جاء في مقدمة تقدم بها الأستاذ عبد الصمد حول العهدة العمرية، التي حسب إدعائه "سمحت لليهود بالإقامة في بيت المقدس"⁽³⁾، وفي هذا مغالطة كبرى.

أما بخصوص سيطرة مقدم الحلقة على موضوعه ومدخلاته، فقد نجح أيضاً المرحوم ماهر عبد الله وعثمان عثمان وعبد الصمد ناصر أكثر من غيرهم. وكان هناك تدخلات مبالغ فيها من حيث الطول من قبل الأستاذ عبد الصمد ناصر، وتحديداً عندما إستضاف الدكتور مصطفى أبو صوي في حلقة تحمل عنوان (القدس بين التاريخ الإسلامي والواقع السياسي) عام 2005، وليس الخطأ في المداخلات الكثيرة، ولكن

(1) مقدمة ماهر عبد الله : في ملحق 3 ، الملاحق ص 255.

(2) انظر الربط في مقدمة ماهر عبد الله بين موضوع احراق المسجد الأقصى والشيخ رائد صلاح، اللحق السابق، 255.

(3) عبد الصمد ناصر [مقاطعاً]: يعني قصدك بالآيات أنك {فَأَخْلَعُ نَعْلَيْكَ إِنَّكَ بِالْوَادِي الْمَقْدَسِ طَوًى} والآية التي يقول سبحانه وتعالى في كتابه {سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ لَيْلًا مِّنَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِلَى الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى الَّذِي بَارَكْنَا حَوْلَهُ} يعني لو نتحدث عن محنة المسلمين مع هذه المدينة، بدايةً دكتور مصطفى في سنة 636هـ فتح المسلمون القدس، وعندما دخل عمر بن الخطاب إليها أعطى المسيحيين عهداً بالأمان لكنائسهم وممارستهم ومعتقداتهم الدينية، وسمح أيضاً لليهود بالإقامة في هذه المدينة، منذ متى بالضبط وبالذات بدأت محنة المسلمين مع هذه المدينة؟

القدس بين التاريخ الإسلامي والواقع السياسي

الأربعاء 1426/6/12 هـ - الموافق 2005/7/20 م (آخر تحديث) الساعة 12:36 (مكة المكرمة)، 9:36

(غريبتش)

<http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=130165>

اللافت للانتباه أن الأسئلة والأجوبة تكاد تكون متساوية، إن لم يكن المقدم تحدث أكثر من ضيفة⁽¹⁾.

نحن نفهم أن يأتي تدخل مقدم الحلقة بأهداف من نوع: إما لشرح فكرة يراها غير واضحة للمشاهد، أو لتعميق فكرة وردت في سياق مداخلة ضيفه، أو لتوسيع مدى الحوار وإعطائه أفقا أكثر اتساعاً؛ أما أن يكون التدخل كما ورد في بعض أسئلة الأستاذ ماهر عبد الله، التي تحمل عنوان دور البعد الإسلامي في معالجة القضية الفلسطينية، فهذا ما يدفع بموضوع الحلقة بعيداً عن الإهتمام، ويدخل المشاهد إلى مواضيع خارج سياق الحلقة⁽²⁾.

أما علاقة المرسل باللغة التي يستخدمها والمصطلحات والتعابير التي يتناول بها أفكاره ومداخلته ومقاطعته لضيوف الحلقة، فقد لاحظ الباحث أن هناك مبالغة في استخدام مصطلحات ومفاهيم مبالغ في حياديتها، إلى حد التنصل من أية روابط إنسانية؛ وبما يعني مساواة الضحية بالجلاد. وهذا يتضح لمن شاهد الحلقة الثانية وموضوعها كان عن وحول القدس. فقد يفاجأ المشاهد، من تعبير استخدمه مقدم الحلقة الأستاذ ماهر عبدالله، حين قال الإرهاب اليهودي والإرهاب المضاد⁽³⁾. فماذا يقصد بالإرهاب المضاد وكيف يمكن أن يبرر لنفسه إقدامه على استخدام ما يساوي بين الجلاد والضحية؟؟ كيف يمكن أن يقدم الفلسطيني وأرضه التي تعرضت للإغتصاب وإستولى عليها الغرباء وهو يدافع عنها؟ كيف يمكن وصف دفاع الفلسطيني عن أرضه ووجوده بالإرهاب؟

الخلاصة:

(¹) انظر نماذج من اسئلة عبد الصمد ناصر، مقارنة بمقدار اجوبة الضيف، في نموذج رقم 5 . الملاحق ص 257.
(²) مولانا عندي سؤال من الأخ صلاح، من تركيا، بالفاكس يقول: إن الرئيس ياسر عرفات اعتذر لإسرائيل عن مقتل اثنين من جنودها، أصلاً كانا يحاولان التسلل إلى رام الله بهدف أعمال تخريبية، بينما قتلت إسرائيل حتى اليوم ما يقارب أكثر من مائة وعشرة شهداء من بينهم أطفال وشيوخ، فمن يعتذر لهؤلاء؟ لماذا نعتذر نحن ولا يُعتذر إلينا؟
(³) طيب.. سؤالنا عن اليهود: ذكرتم أكثر من مرة إرهاب اليهود والإرهاب المضاد، حقيقة معركتنا مع اليهود هي، لماذا نقاتل نحن اليهود، لماذا يحرص اليهود على البقاء هنا، ونريد نحن أن نخرجهم من هنا؟ هل نقاتلهم لأنهم يهود؟ هل لأننا لا يعجبنا الدين اليهودي، أم أن ثمة مسألة غير هذا في صراعنا مع اليهود؟

الجمعة 1425/4/14 هـ - الموافق 2004/6/4 م (آخر تحديث) الساعة 1:04 (مكة المكرمة)، 22:04

(غريبتش)

<http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=89325>

بعد دراسة النماذج التي اختارها الباحث في رسالته، وتناول ثلاثة نماذج من المقدمين تبين التالي:

1- النموذج النمطي المرتبط بالمؤسسة الإعلامية الرسمية، لا يمتلك حرية إختيار موضوعه وحرية إختيار ضيفه.

2- يردد المقدم وجهات نظر المؤسسة التي يعمل بها.

3- يبذل المقدم قصارى جهده لنيل أكبر قدر من الإمتيازات.

4- تختار المؤسسة الإعلامية الرسمية المرسل، حسب قدرته في التعبير عن فكرها وسياستها.

5- يقع المقدم غير المتخصص في الآتي:

أ- الإرتباك في التعامل مع اللغة.

ب- الإنشاء المطول والجمل المفككة (غير المفيدة).

ج- ضعف التركيز وتشتت الأفكار.

د- لا يمتلك المقدم القدرة على إدارة الحوار بشكل علمي، ويمرر الضيف المعلومات المغلوطة من خلاله.

6- المرسل المتخصص يمتاز بالآتي:

أ- المساهمة الجماعية في إختيار المواضيع والضيوف.

ب- اللغة سهلة ومختصرة وواضحة.

ج- السيطرة على مفاصل الحوار العلمية.

د- مقدمة الحلقة تعبر عن مضمونها مع الإختصار.

هـ- المداخلة بالوقت المناسب للحصول على معلومة لم تكتمل بعد⁽¹⁾.

و- رغم كل ما سبق إلا أن التوجه العام للمؤسسة الإعلامية، سواء كانت خاصة أو حكومية، وسواء كانت مؤسسة إعلامية سياسية أو دينية أو إقتصادية أو غيرها، فإن هذا التوجه يلقي بظلاله على المرسل.

(¹) انظر مداخلة ماهر عبدالله عندما تحدث الشيخ رائد صلاح عن تاريخ المسلمين ولم يذكر المسيحيين واليهود، ملحق 4 ، الملاحق ، ص 256.

ز- قدرات المرسل العلمية والمهنية محفز للجمهور على قبول الرسالة الإعلامية.

و- مع الإستناد على الأسس المهنية للمؤسسة، فإن ذلك وحده لا يكفي دون أخذ التوجه السياسي للمؤسسة الإعلامية، الذي له دور هام لا يمكن تجاوزه مهما علت مهنية المؤسسة.

خاتمة الدراسة:

إن مرسل التلفاز هو الأكثر مشاهدة، والأكثر أهمية وخطورة وتأثيراً، ولا سيما بعد سيطرة الأقمار الصناعية، والتي في معظمها غير حريصة على تقديم مفاهيم الإسلام، وسيجد المرسل الذي يرسل الفضيلة من يرسل مقابله الرذيلة، من هنا فهو يواجه سيلاً منهمراً من الأنبياء والمعلومات المتناقضة والملفقة والمضللة والكاذبة، وكل منها له أسانيد و تفسيراته وآراؤه ومقالاته.

ولا ينحصر دور المرسل في الإعلام الإسلامي وعمله في الحدود الإقليمية للإستهلاك الداخلي فقط، وإنما يتجاوز ذلك إلى تخوم ومساحات الفضاء الإعلامي العالمي. (كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ)⁽¹⁾، فهو يتميز عن غيره بأهداف الرسالة، والتي تهدف إلى إيصال الإنسان بخالقه، وضبط علاقته مع المسلمين وغير المسلمين. ثم ليعرف ما بحوزة الغير، ويخاطب العقل، ويترك له الإختيار دون إكراه. فرسالته تجمع بين أهداف الدنيا والآخرة معاً، بينما المرسل غير المسلم، يميل إلى أهداف مادية فقط⁽²⁾.

ويعلق بعض المرسلين المسلمين على الكوارث الطبيعية عند الغرب بالآيات (وَإِذَا أَرَدْنَا أَنْ نُهْلِكَ قَرْيَةً أَمَرْنَا مُتْرَفِيهَا فَفَسَقُوا فِيهَا فَحَقَّ عَلَيْنَا الْقَوْلُ فَندمَرْنَهَا تدميراً)⁽³⁾، وهذا إستشهاد يسيء إلى رسالة المسلم، فيظهر شامتا، والإسلام يطالبه بالعون. والمرسل المسلم، الموضوعي، يلتزم الإستقامة والموضوعية مع الصديق والعدو⁽⁴⁾، والمؤمن وغير المؤمن، وبالتالي يحوز على الثقة وينافس المضللين.

(1) سورة البقرة ، الآية 213.

(2) يرى برجسكي ان "متتحي شرائط التلفزيون ذوي الثقافات الاباحية، لهم ميزة تنافسية على من ليسوا من اصحاب تلك الثقافة، وقد كانت النتيجة النهائية ان التلفزيون الغربي ان اصبح يجمل يوما بعد يوم وبشكل متزايد الى الامور الشهوانية والجنسية والحسية"، (انظر: فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظر الاسلامي، مرجع سابق، ص 237).

(3) سورة الاسراء ، الآية 16.

(4) بعض المرسلين شتمت بحريق الكرملة واعتبره عقاب من الله، وكان الاجدى اظهار ان رسالتنا رسالة رحمة وعون للانسانية، وفي هذا اقرب الى تحقيق اعجاب الاخرين بالاسلام والمسلمين واكثر نفعاً للرسالة الدعوية ، والاحظر عندما يكون الخطاب والرسالة من حزب سياسي اسلامي والدعوة في صلب اعماله ، فكان الموقف الفلسطيني متناقض بين من يعزى ومن يظهر التمني بحلول البلاء على الاعداء، (كما عبر عباس عن تعازيه لإسرائيل في القتلى وكان أغلبهم من الضباط المتدربين من مصلحة السجون وكانوا في طريقهم للمشاركة في إجلاء 500 نزيل من أحد السجون، في مقابل ذلك، قال رئيس الوزراء في الحكومة الفلسطينية المقالة إسماعيل هنية "إن الحريق عقاب من الله" للاحتلال الإسرائيلي)،

http://www.aljazeera.net/NR/exeres/D0C0D76A-5498-4614-8051-4B7FE9FA1DC3.htm?WBCMODE=AuthoringPreview_Current

الاثنين 1431/12/30 هـ - الموافق 2010/12/6 م (آخر تحديث) الساعة 12:41 (مكة المكرمة)، 9:41 (غرينتش)

المرسل المسلم في الإعلام الإسلامي ينبغي أن يقدم صورة واقعية، فلا يتوهم ولا يوهم المشاهدين بالكلام الملصق بالإسلام. وإذا كانت بعض الممارسات في حياتنا بعيدة عن الإسلام، فيجب على المرسل المسلم أن يتحدى البث الوافد، بإعتماده على القدرة والعلم والثقة والصدق والحقيقة، ومن خلال بسط الإسلام بالأدلة.

وعلى المرسل في الإعلام الإسلامي أن لا ينساق خلف الكثير من المثبطات والمغريات. وعليه أن لا يستبعد وجود البرامج المخالفة للإسلام، وهي عادة ما تكون مدعومة بأموال طائلة، أو تلك البرامج التي تهاجم المسلمين. لكن ما يثبت فناعات المرسل في الإعلام الإسلامي ويوطد عزيمته إيمانه بقوله تعالى: (إِنَّ الَّذِينَ كَفَرُوا يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ لِيَصُدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ فَسَيُنْفِقُونَهَا ثُمَّ تَكُونُ عَلَيْهِمْ حَسْرَةً) (1).

وإذا التزم المرسل في الإعلام الإسلامي بصراط الله الإعلامي، فإن ذلك يساعد على وحدة الأمة الإسلامية. وعندما يتبع السبيل الإعلامية المتعددة البعيدة عن المفهوم الإسلامي بكل مفاهيمها، فالفرقة بين العالم الإسلامي حتمية: (وَأَنَّ هَذَا صِرَاطِي مُسْتَقِيمًا فَاتَّبِعُوهُ وَلَا تَتَّبِعُوا السُّبُلَ فَتَفَرَّقَ بِكُمْ عَنْ سَبِيلِهِ) (2). ومن الواجب أن يفهم المرسل في الإعلام الإسلامي الإسلام ويعيشه كما فهمة الجيل الأول، وكما وضحة النبي محمد صلى الله عليه وسلم. ولعل الفهم والأداء الخاطئ، ما جعل بعض المشاهدين، إن لم يكن أكثريتهم، يقفلون التلفاز عند الحديث الديني حتى ينتهي.

والمرسل المسلم المحترف الرباني، المستند على أفضل الوسائل والأساليب، سيظهر برسالته على كافة الرسائل، مهما كثرت وإزمنت ونمقتها أصحابها. (هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظَاهِرَهُ عَلَىٰ الدِّينِ كُلِّهِ) (3)، (وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَىٰ وَكَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا) (4).

إن واقع الإعلام الإسلامي كباخرة وسط الطوفان وعواصف التطورات الجارية، ويعصمها إلتزامها بالعمل الجماعي المنظم وروح المسؤولية المنتمية للرسالة السماوية.

(1) سورة الانفال، الآية 36.

(2) سورة الانعام، الآية 153.

(3) سورة التوبة، الآية 33.

(4) سورة التوبة، الآية 40.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- إن المرسل الإسلامي يواجه تحديات بمفرده فلا يوجد تنسيق ما بين المجامع الفقهية وعلماء الشريعة من جهة، وبين المؤسسات الإعلامية من جهة ثانية.
- العمل في التفاز وعمل المرسل الإسلامي يصل إلى حد العبادة، ما بين فرض العين وفرض الكفاية، فعندما يربط المرسل عمله الإعلامي بالعبادة، تصبح أهدافه ووسائله وأساليبه منضبطة بأحكام الشريعة الإسلامية.
- من واجب المرسل أن يمارس حرسته لصالح الدين والوطن والإنسان والكون، ويعتبر خوفه من القوانين الوضعية والحكومات مخالفة شرعية، إذا كبتت حرسته لمصالحها السياسية والإقتصادية الخاصة.
- لا يحق للمرسل مخالفة قوانين الدولة ومواثيق الشرف، إذا كانت ضوابطها تهدف إلى حفظ أمن الوطن والمواطن وحقوق وأعراض الناس، وتعتبر مخالفة القوانين الوضعية مخالفة شرعية لمخالفة أولي الأمر، ما دامت أهدافهم نبيلة، وتتفق والشريعة الإسلامية.
- لا أولوية للمال أو للشهرة أمام الدعوة إلى الله عز وجل في الإعلام الإسلامي، كما أن المصلحة الوطنية ومصلحة الشعوب مقدمة على مصالح المال والجاه، ويحرم بيع ما فيه مساس بأمن الوطن والمواطن، مع مراعاة أن الكسب المادي والبحث عن الرزق مطلب شرعي دون المساس بما ينهى عنه الشرع.
- المرسل المسلم يستمد الحقائق الغيبية من الوحي، ويستمد معارف الدنيا بالتجربة والبحث العلمي. فالمعارف التقنية تؤخذ من الإجتهدات البشرية، وليس من القرآن والسنة فقط.
- إتقان اللغة العربية الفصحى، وفنون البلاغة والأدب، وإتقان كافة لغات العالم دون إستثناء وهو ما ينعكس إيجاباً على الرسالة الإعلامية.
- الموضوعية مطلب شرعي في الحوارات بين الخصوم، ولو كان في قضايا الكفر والإيمان، وإعتبرت الدراسة الإنحياز للدين مطلب شرعي، على أن يتصف بالموضوعية.
- إن الإنحياز للدولة القطرية أو لأي دولة إسلامية، ضد أعدائها المحتلين، واجب شرعي.

ومن نتائج الدراسة التحليلية:

- المرسل النمطي المرتبط بالمؤسسة الإعلامية الرسمية، لا يمتلك حرية إختيار موضوعه وحرية إختيار ضيفه، ويردد وجهات نظر المؤسسة التي يعمل بها.
- المرسل غير المتخصص يظهر عليه الإرتباك في التعامل مع اللغة، ولا يمتلك القدرة على إدارة الحوار بشكل علمي، ويمرر الضيف المعلومات المغلوطة من خلاله.
- المرسل المتخصص تكون لغته سهلة ومختصرة وواضحة ويسيطر على مفاصل الحوار العلمية، وتكون مداخلته بالوقت المناسب، وهذا ما يؤكد فرضية الدراسة، بأن قدرات المرسل العلمية والمهنية محفز للجمهور على قبول الرسالة الإعلامية.
- الأسس المهنية وحدها لا تكفي دون أخذ التوجه السياسي للمؤسسة الإعلامية، الذي له دور هام لا يمكن تجاوزه مهما علت مهنية المؤسسة، وهذا ما يوضح فرضية الدراسة بأن تدخل المؤسسة تكبح من قدرات وأهداف المرسل أحيانا، ويكون التدخل فاتحا لآفاق جديدة إذا كان بشكل علمي مدروس وبشكل جماعي.

توصيات:

توصي الدراسة بالآتي:

- 1- ضرورة أن تعمل الفضائيات الإسلامية على تشكيل هيئة إستشارية، من الفقهاء والإعلاميين وعلماء اللغة والمحللين السياسيين، وتعتبر المرجعية الأولى للمرسل. وعودة المرسل إليها لضبط المصطلحات حتى يتجنب الفهم المغلوط، في حال التبس المصطلح عليه.
- 2- تكريس مفهوم العمل الجماعي والإستشاري عند المرسل، خاصة مع المتخصص الأكاديمي قبل مباشرة الإعداد، ومع مخرج تلفزيوني قبل مباشرة الإرسال.
- 3- ضرورة أن يتخصص المرسل بالسياسة أو الرياضة أو الإقتصاد أو الأدب والفن... الخ، إضافة لدراسته الإعلامية ومعرفته اللغوية، وأن لا تخرج عن الضوابط الشرعية التي تحددها اللجنة الإستشارية في البند الأول.
- 4- العمل على تأصيل المنهج الإعلامي الإسلامي الذي تمرر منه كافة المناهج المتعلقة بأمور الدين والدنيا، كي يعمل المرسل ضمن منهج الإسلام وعلى قاعدة خدمة الإنسانية، ورحمة للعالمين بكل دياناتهم ومعتقداتهم، ولتشمل رسالته الرحمة للإنسان والحيوان والنبات والجماد.
- 5- العمل على تأصيل الفكرة، وتأصيل الكلمة حماية لها من المصطلحات الوافدة الضارة، وكذلك تأصيل المصدر بحيث يُسند إلى مراجعه الصحيحة وعدم اللجوء إلى الإجتهدات الشخصية إلا في حالات الضرورة والمستندة على أسس علمية.
- 6- أن يسعى المرسل من خلال المؤسسة إلى الإجتهد والتطوير، بدل أن يكون عالة على غيره في كثير من مجالات المعرفة والتقنية.
- 7- البعد عن الهدف التجاري، الذي يجعل للإثارة والتشويق، الأولوية على الإعلام الصحيح، وفي المقابل توصي الدراسة ببيع المواد الثقافية، والتي فيها علم ومعرفة، كعلوم الدين وعلوم الطب والإقتصاد والإجتماع، والمواد التي تعرف بالعادات والتقاليد الإسلامية الأصيلة، وبيع ما فيه فائدة للدين والوطن والإنسانية، على شكل أفلام وثائقية أو قصص إخبارية، فيحقق المرسل مطلبين من مطالب الشريعة معا، مطلب نشر الدعوة والدفاع عن المسلمين، ومطلب الكسب المالي.

8- الإطلاع الواسع، والدراسة العلمية للعوامل الداخلية في العالم الإسلامي، والخارجية التي تستهدف المسلمين أفرادا وجماعات، ضرورة للمرسلم، وأن يرتكز عمل المرسل على الجوهر ويبتعد عن المظهر، مع حسن الاختيار وحسن الإختصار والإبهار.

9- العمل على إثراء الفن والإبداع والإنشاد والطرب المنضبط بضوابط الشريعة الإسلامية، من خلال إستضافة المرسل للمبدعين في هذا المجال كمنافس وبديل للغزو المدمر، ويشترط المنافسة بكلمات أجمل وألحان أفضل وجاذبية أقوى، حتى يكون التحدي عملي، وليس رهن الأوهام .

10- العمل على الإبداع في الأسلوب من خلال لغة فصيحة وبلاغة سهلة واضحة وقوة في الحجة والبرهان وتقبل للواقع المعاش مع دراسة كيفية تعديله أو تغييره بأحدث الوسائل.

11- أن لا يصل تبسيط الفكرة إلى حد الإخلال بالضوابط، ولا يصل حد محاكاة الواقع إلى إلتواء النصوص المتفق عليها.

12- أن نخاطب الناس بما ينفعمهم وليس بما يسرهم فقط.

13- الإهتمام بملابس ومظهر المرسل لما للزى من أهمية مع مراعاة أن هناك من يتحدث بزى تقليدي وعقل مستنير وهناك من يواكب العصر بزىة بينما العقل تقليدي.

المصادر والمراجع

أولاً : كتب التفسير

- 1- الزمخشري, أبو القاسم محمود بن عمر الزمخشري الخوارزمي: الكشاف عن حقائق التنزيل وعبون الأقاويل في وجوه التأويل تحقيق: عبد الرزاق المهدي. ج3. دار إحياء التراث العربي - بيروت.
- 2- صالح, عبد القادر محمد. تقديم الالوسي, محمد صالح. التفسير والمفسرون في العصر الحديث, دار المعرفة , بيروت , لبنان, 1424هـ-2003م, ص. 249
- 3- القرطبي , أبو عبد الله محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي : الجامع لأحكام القرآن . ج7. دار النشر: دار الشعب - القاهرة.
- 4- كفاي, محمد عبد السلام. الشريف, عبد الله. في علوم القرآن, دار النهضة العربية للطباعة والنشر , بيروت , 1981م, ص. 135
- 5- النابلسي, محمد راتب, موسوعة النابلسي للعلوم الإسلامية
<http://www.nabulsi.com/text/02akida/6names-hamd/names-123-05a.php>

ثانياً: كتب الحديث

- 1- ابن جارود, عبد الله بن علي بن الجارود أبو محمد النيسابوري: المنتقى من السنن المسندة. تحقيق: عبد الله عمر البارودي. ج1/ . باب في الحدود .ح(802) . ط1 . دار النشر: مؤسسة الكتاب الثقافية - بيروت - 1408 - 1988 .
- 2- ابن حبان, محمد بن حبان بن أحمد أبو حاتم التميمي البستي: صحيح ابن حبان بترتيب ابن بلبان. تحقيق: شعيب الأرنؤوط. ج12/ح(5482). ط2. دار النشر: مؤسسة الرسالة - بيروت - 1414 - 1993م .
- 3- ابن حجر, أحمد بن علي بن حجر أبو الفضل العسقلاني الشافعي: فتح الباري شرح صحيح البخاري, تحقيق: محب الدين الخطيب, ج12/ . باب قتل الخوارج والملحدين بعد إقامة الحجة عليهم. دار النشر: دار المعرفة - بيروت.
- 4- ابن خزيمة , محمد بن إسحاق بن خزيمة أبو بكر السلمى النيسابوري : صحيح ابن خزيمة , تحقيق: د. محمد مصطفى الأعظمي . ج4/ . باب ذكر البيان أن فرض الزكاة

- كان قبل الهجرة إلى أرض الحبشة إذ النبي صلى الله عليه وسلم مقيم بمكة قبل هجرته إلى المدينة .ح(2260) . دار النشر: المكتب الإسلامي - بيروت - 1390 - 1970 .
- 5- ابن عساكر, أبي القاسم علي بن الحسن ابن هبة الله بن عبد الله الشافعي: تاريخ مدينة دمشق وذكر فضلها وتسمية من حلها من الأماثل, تحقيق: محب الدين أبي سعيد عمر بن غرامة العمري . ج38/ . دار النشر: دار الفكر - بيروت - 1995م.
- 6- أبو يعلى , أحمد بن علي بن المثنى أبو يعلى الموصلي التميمي : مسند أبي يعلى. تحقيق: حسين سليم أسد. ج7/ . مسند عائشة. ح(4386) . ط1 . دار النشر: دار المأمون للتراث - دمشق - 1404 - 1984 .
- 7- البخاري, محمد بن إسماعيل أبو عبدالله البخاري الجعفي, الجامع الصحيح المختصر، تحقيق: د. مصطفى ديب البغا. ج5/ . كِتَاب الرِّقَاق . بَاب حَفْظِ اللِّسَانِ وَقَوْلِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ كَانَ يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَلْيَقُلْ خَيْرًا أَوْ لِيَصْمُتْ وَقَوْلُهُ تَعَالَى : " مَا يَلْفِظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ " . ح(6113) . ط3 , دار ابن كثير , اليمامة - بيروت , سنة 1987م .
- 8- البيهقي, أحمد بن الحسين بن علي بن موسى أبو بكر البيهقي: سنن البيهقي الكبرى. تحقيق: محمد عبد القادر عطا. ج3/ . باب ما يستحب من الارتداد ببرد . ح(5779) . دار النشر: مكتبة دار الباز - مكة المكرمة - 1414 - 1994.
- 9- الترمذي, محمد بن عيسى أبو عيسى الترمذي السلمي: الجامع الصحيح سنن الترمذي, تحقيق: أحمد محمد شاكر. ج5/ . كِتَابُ الْإِيمَانِ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ . بَابُ مَا جَاءَ فِي حُرْمَةِ الصَّلَاةِ . ح(2616) . دار إحياء التراث العربي - بيروت.
- 10- الشقيري, محمد عبد السلام خضر الشقيري: السنن والمبتدعات المتعلقة بالأذكار والصلوات . تحقيق: المصحح: محمد خليل هراس . ج1/ . دار النشر: دار الفكر .
- 11- الصالح, صبحي. علوم الحديث ومصطلحه , دار العالم للملايين، بيروت، لبنان، 1986م ، ص 88.
- 12- القضاعي, محمد بن سلامة بن جعفر أبو عبد الله القضاعي : مسند الشهاب , تحقيق: حمدي بن عبد المجيد السلفي. ج1/ . 89 المؤمن كيس فطن حذر . ط2 . النشر: مؤسسة الرسالة - بيروت - 1407 - 1986 .
- 13- مسلم، مسلم بن الحجاج أبو الحسين القشيري النيسابوري: صحيح مسلم . تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي . ج1/ . بَاب النَّهْيِ عَنِ الْحَدِيثِ بِكُلِّ مَا سَمِعَ . ح(5) . دار إحياء التراث العربي - بيروت .

- 14- المناوي , عبد الرؤوف المناوي : فيض القدير شرح الجامع الصغير، ج1/ . ط1 .
 . دار النشر: المكتبة التجارية الكبرى - مصر - 1356هـ .
- 15- النسائي, أحمد بن شعيب أبو عبد الرحمن النسائي: السنن الكبرى. تحقيق: د.عبد
 الغفار سليمان البنداري, سيد كسروي حسن. ج6/ . ح(11298). ط1 . دار النشر: دار
 الكتب العلمية - بيروت - 1411 - 1991 .
- 16- النيسابوري, محمد بن عبد الله أبو عبد الله الحاكم النيسابوري: المستدرک علی
 الصحيحين، تحقيق: مصطفى عبد القادر عطا، ج1/ح(41). ط1, دار الكتب العلمية -
 بيروت - 1411هـ - 1990م.

ثالثا : كتب الاعلام

- 1- إيلاخ، عناية الله. الإعلام الإسلامي خصائصه وأهدافه، 1999-2000م، عالم
 الفكر، ص 142.
- 2- احمد، محمد عبد القادر. دور الاعلام في التنمية، دار الرشيد للنشر، منشورات
 وزارة الثقافة والاعلام، بغداد ، 1982م، ص 27.
- 3- الاعرجي، زهير. دراسات في الاعلام- الرأي العام الاسلامي وقوى التحريك-
 بيروت، دار التعارف للمطبوعات، 1977م
- 4- الاعلام الاسلامي والعلاقات الانسانية النظرية والتطبيق، ابحاث ووقائع اللقاء
 الثالث للندوة العالمية للشباب الاسلامي المنعقد في الرياض 23 شوال 1396 هـ -
 10/16/1976م ط 3.
- 5- امام، ابراهيم. اصول الاعلام الاسلامي، دار الفكر العربي، 1405هـ- 1985م،
 ص 13.
- 6- امام، ابراهيم. الاعلام والاتصال بال جماهير ، ط 3، القاهرة، مكتبة الانجلو
 المصرية ، 1981م، ص ص 73- 74.
- 7- بن ابي طالب، علي. نهج البلاغة، طبعة الشعب، كتاب 6، رقم 318.
- 8- بن ثابت، سعيد. الحرية الاعلامية في ضوء الاسلام، دار عالم الكتب ، الرياض،
 1412هـ- 1991م.
- 9- بن حالة، فؤاد. الحرب الازاعية ، ترجمة: النشال، انشراح. دار الفكر العربي،
 1993م، ص 14.

- 10- الجمال، راسم محمد. الاعلام والاتصال في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت لبنان، 1991م، ص 143.
- 11- الجندي، انور. تاريخ الصحافة الاسلامية دار الانصار ، مكتبة الثقافة الدينية ، د.ت.
- 12- الجندي، أنور. الصحافة والأقلام المسمومة، ط 1: دار الاعتصام، 1980م
- 13- حاتم، عبد القادر. الاعلام في القران الكريم، مؤسسة فادي برس، لندن، دار قتيبة ، بيروت، 1405هـ- 1985م، ص 17.
- 14- حمزة ، عبد اللطيف. الاعلام في صدر الاسلام، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1970م
- 15- حمزة، عبد اللطيف. الاعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، القاهرة ، 1965م
- 16- حمزة، عبد اللطيف. المدخل في فن التحرير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 2002م
- 17- الحموري، عصمت. سياسة الاعلام في الدولة الاسلامية، (رسالة ماجستير) جامعة القدس، القدس ، فلسطين ، 1430هـ- 2009م.
- 18- دعدوش، احمد. الاعلام الفضائي العربي، العلمانية في عقر دارنا، موقع عودة ودعوة ، www.awda.com
- 19- راضي، سمير جميل. الاعلام الاسلامي رسالة وهدف، رابطة العالم الاسلامي، العدد 172 ، 1417 هـ ، ص 26
- 20- راغب، نبيل. اساسيات العمل الصحفي امقروء والمسموع والمرئي، الشركة المصرية العالمية للنشر، 1999م ص 492.
- 21- رميح، طلعت. مصطلح الشرق الأوسط من التعبير الجغرافي إلى البديل، بحث نشر ضمن التقرير الارتياحي الأول لمجلة البيان.
- 22- زهران، حامد عبد السلام. علم النفس الاجتماعي، عالم الكتب ، القاهرة، 1984م، ص 337.

- 23- سعيد، ادورد. ترجمة:العناني، محمد محمد. تغطية الاسلام، رؤية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006م، ص ص 28- 29.
- 24- السماسيري، محمود يوسف. فلسفات الاعلام المعاصرة في ضوء المنظور الاسلامي(رسالة دكتوراة)، المعهد العالمي للفكر الاسلامي ، 1401هـ- 1981م.
- 25- السيد، سعيد محمد. مكاوي، حسن عماد. الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، 1999م ص 95.
- 26- النشال، انشراح. بث وافد على شاشات التلفزيون، دار الفكر العربي، 1994م، ص 166.
- 27- شتيوي، محمد. الاعلام الاسلامي في ضوء الكتاب والسنة (رسالة ماجستير) جامعة القدس ، القدس، فلسطين ، 1427هـ- 2006م.
- 28- شحاته، عبد الله. الدعوة الاسلامية والاعلام الديني، الهيئة المصرية العامة للكتاب،القاهرة،1986م، ص 33
- 29- شرف، عبد العزيز. الاعلام الاسلامي وتكنولوجيا الاتصال، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة،1998م، ص 117.
- 30- الصاوي، امينة. شرف، عبد العزيز. نظرية الاعلام في الدعوة الاسلامية، القاهرة ، مكتبة مصر ، 1985.
- 31- صيني، سعيد اسماعيل. الاعلام الاسلامي النظري في الميزان، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض ، 1417هـ- 1997م.
- 32- عبد الباقي، زيدان. علم النفس الاجتماعي في المجالات الاعلامية ، مكتب غريب، القاهرة ،1978م، ص 19.
- 33- عودة، محمود. اساليب الاتصال والتغيير الاجتماعي، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت 1977م، ص ص 60- 65.
- 34- غلوش، احمد. الدعوة الاسلامية اصولها ووسائلها ، ط 1، القاهرة ، دار الكتاب المصري، 1987م.
- 35- الفنياني، تيسير محبوب. مقومات رجل الاعلام الاسلامي، دار عمار للنشر والتوزيع،عمان، 1408هـ- 1987م

- 36- كامل، محمود عبد الرؤوف. مقدمة في علم الاعلام والاتصال بالناس، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق، 1997م، ص 123
- 37- كجك، مروان. الأسرة المسلمة أمام الفيديو والتلفزيون، الرياض، دار طيبة للنشر، 1408 هـ - 1988م
- 38- لوثر، جورج. دليل التأليف التلفزيوني، ترجمة: النصيري، عزت. الهيئة المصرية العامة للكتاب ، 1980م ص 233
- 39- لويس، كارولين ديانا. التغطية الاخبارية للتلفزيون، ترجمة: العدوي، محمد شكري. مراجعة وتقديم سعد لبيب. المكتبة الاكاديمية، القاهرة، 1993م، ص 201.
- 40- محجوب، محمد منير. الاعلام الاسلامي المبدئي والنظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002م
- 41- محسن، احمد. مذكرات في الصحافة والإعلام الإسلامي، مكتبة كلية الدعوة والعلوم الإسلامية ، أم الفحم ، فلسطين، د.ت، ص 105.
- 42- مكوي، حسن عماد. اخلاقيات العمل الاعلامي دراسة مقارنة، الدر المصرية اللبنانية، القاهرة ، 1414هـ - 1994م، ص 72
- 43- نجيب، عمارة. المدخل لدراسة الإعلام الإسلامي، القاهرة، الفاروق الحديثة للطباعة والنشر، 1983م.
- 44- نغيمش، هاشم احمد. الاعلام في الجامعات الاسلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، عمان ، مركز البصيرة للبحوث والتطوير الاعلامي ، بغداد ، 1427هـ - 2007م.
- 45- المصطلح في الاعلام والثقافة والسياسة، منشورات وزارة الاعلام، رام الله، فلسطين، ط1، 2009.
- 46- هاتلنج، جون ل. ترجمة: كمال، عبد الرؤوف. اخلاقيات الصحافة، الدار العربية للنشر والتوزيع ، 1981م
- 47- الوشلي، عبد الله قاسم. الاعلام الاسلامي في مواجهة الاعلام المعاصر، دار عمار للنشر والتوزيع، اليمن صنعاء، 1414هـ - 1994م.
- رابعا: كتب اللغة والنحو

- 1- حسن، عباس. النحو الوافي، ج1، ط5، دار المعارف بمصر، القاهرة، دت، ص 13- 17.
- 2- الراجحي، عبده. فقه اللغة في الكتب العربية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1392هـ- 1972م، ص 60.
- 3- عبد الجليل، محمد بدري. المجاز واثره في الدرس اللغوي، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1406هـ- 1986م، ص 11.
- 4- عبد الجليل، محمد بدري. محاضرات في علم المعاني، مكتبة كريدية اخوان ، بيروت، دت، ص 48.
- 5- عبد الحميد، محيي الدين. شرح ابن عقيل على الفية بن مالك، ج1 ، ط1،المجلد الاول، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1394هـ- 1974م، ص 14.
- 6- العتيق، عبد العزيز. علم المعاني، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1405هـ- 1985م، ص 12.
- 7- العشماوي، محمد زكي. قضايا النقد الادبي بين القديم والحديث ، دار النهضة العربية، بيروت، 1404هـ- 1984م، ص 13.

خامسا: المعاجم

- 1- ابن منظور، محمد بن مكرم بن منظور الاريقي المصري، لسان العرب ج1+11/ ط 1، دار صادر، بيروت .
- 2- الزبيدي، محمد مرتضى الحسيني الزبيدي، تاج العروس من جواهر القاموس، تحقيق مجموعة من المحققين، / دار الهداية.
- 3- الطبراني، ابو القاسم سليمان بن احمد الطبراني، المعجم الوسيط . تحقيق : طالرق بن عوض الله بن محمد، وعبد المحسن بن ابراهيم الحسين. ج1/ . دار الحرمين، القاهرة ، 1415هـ.
- 4- الفيروزابادي، الامام مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزابادي: القاموس المحيط. مؤسسة الرسالة، بيروت.
- 5- المقرئ، احمد بن محمد بن علي المقرئ الفيومي، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، ج1/ . المكتبة العلمية بيروت.

سادسا: المراجع الالكترونية:

1- سالم بن علي القحطاني ، اثر القنوات العربية الفضائية.

Microsoft نوع الملف [DOC]سالم بن علي القحطاني، أثر القنوات الفضائية العربية،
HTML. إصدار - Word

www.pv.gov.sa/DocLib2/القنوات%20الفضائية%20العربية/أثر.doc

2- قصص واحداث صحفية شهيرة

<http://www.yabeyrouth.com/pages/index3377.htm>

3- محمد هشام أبو القمبز، <http://www.saaid.net/book/8/1575.doc>

-4

<http://www.aljazeera.net/channel/archive/archive?ArchiveId=103142>

الملاحق:

ملحق 1: برنامج الشريعة والحياة:

عناوين الحلقات واسماء الضيوف والمقدمين في برنامج الشريعة والحياة منذ عام 1999م لغاية 2009م :

تاريخ البث	المقدم	الضيف	عنوان الحلقة
1999/1/3	احمد منصور	يوسف القرضاوي	1 غزوة بدر ومكاتب الشهداء في سبيل الله
1999/01/10	أحمد منصور	علي القرّة داغي	2 فريضة الزكاة في حياة المسلمين
1999/01/17	أحمد منصور	يوسف القرضاوي	3 المسلمون والعيد
1999/01/24	أحمد منصور	يوسف القرضاوي	4 المبشرات بانتصار الإسلام
1999/01/31	أحمد منصور	يوسف القرضاوي	5 التوبة إلى الله
1999/02/14	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	6 عنف الجماعات الإسلامية ج1
1999/02/21	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	7 عنف الجماعات الإسلامية ج2
1999/02/28	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	8 الفقيه المسلم والتحديات لمعاصرة
1999/03/07	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	9 الحج - الجزء الأول
1999/03/14	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	10 مناسك الحج - الجزء الثاني
1999/03/21	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	11 الأمانة في الإسلام
1999/03/28	أحمد منصور	يوسف القرضاوي	12 عوامل الوحدة الإسلامية
1999/04/04	أحمد منصور	يوسف القرضاوي	13 رؤية الإسلام للتعددية السياسية
1999/04/11	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	14 صمت المسلمين أمام قضية كوسوفا
1999/04/18	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	15 الهجرة النبوية
1999/04/25	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	16 الحب في الإسلام
1999/05/02	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	17 فقه الأقليات الإسلامية في الغرب
1999/05/09	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	18 الجاليات الإسلامية في بلاد الغرب ج2
1999/05/16	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	19 فقه الجاليات الإسلامية في الغرب ج3
1999/05/30	حامد الأنصاري	محمد سليم العوا	20 الإسلام والديمقراطية
1999/06/06	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	21 دور المرأة في الحياة
1999/06/13	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	22 رؤية الإسلام للإعلام
1999/06/20	حامد الأنصاري	يوسف القرضاوي	23 الشفاعة وموقف الرافضين لها
1999/06/27	أحمد منصور	سيف عبد الفتاح	24 العلاقة بين الحاكم والمحكوم
1999/07/04	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	25 وفاة الشيخ مصطفى الزرقا
1999/07/11	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	26 الحوار مع الغرب
1999/07/18	ماهر عبد الله	حسين فضل الله	27 الإسلام والعولمة
1999/07/25	ماهر عبد الله	عزام التميمي	28 إخفاق الحركات الإسلامية
1999/08/01	ماهر عبد الله	غالب القرشي	29 الإسلام والحريات العامة
1999/08/08	ماهر عبد الله	د. أحمد الكبيسي	30 الاجتهاد في العصر الحديث

1999/08/15	ماهر عبد الله	فيصل مولوي	أهل الكتاب هل هم ذميون أم مواطنون؟	31
1999/08/22	ماهر عبد الله	محمد العوضي	التعصب الديني	32
1999/08/29	ماهر عبد الله	رائد صلاح	ذكرى إحراق المسجد الأقصى	33
1999/09/05	ماهر عبد الله	د. أحمد الكبيسي	قضايا المرأة	34
1999/09/12	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	اختلاف الفقهاء في الإسلام	35
1999/09/19	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	شروط المجتهد في الإسلام	36
1999/09/26	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	هل الإنسان مسير أم مخير	37
1999/10/03	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	دور الإنترنت كوسيلة للدعوة	38
1999/10/10	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الجدل بين العقل والنقل	39
1999/10/24	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	حقوق المسنين في الشريعة الإسلامية	40
1999/11/07	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	رعاية الطفولة في الإسلام	41
1999/11/14	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	حقوق الشباب في الإسلام	42
1999/11/21	ماهر عبد الله	محمد علي الجوزو	مصطلح العلمانية بين الغرب والإسلام	43
1999/11/28	ماهر عبد الله	حسين أبو بكر	شؤون وهموم الإسلام والمسلمين في أفريقيا	44
1999/12/05	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	استقبال شهر رمضان	45
1999/12/12	ماهر عبد الله	عبد السلام العبادي	فضائل الشهر الكريم	46
1999/12/19	ماهر عبد الله	حسين فضل الله	العلاقة بين الإسلام الرسمي والإسلام الشعبي	47
1999/12/20	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	فضل العشر الأواخر من رمضان	48
1999/12/26	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	فضل العشر الأواخر من رمضان	49
2000/01/02	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	آداب شهر رمضان الكريم	50
2000/01/09	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	صلاحية الشريعة لكل زمان ومكان	51
2000/1/30	ماهر عبد الله	مصطفى المرابط	أزمة العقل البشري في القرن 21	52
2000/02/06	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	قضايا القرن العشرين - الجزء الثاني	53
2000/2/13	ماهر عبد الله	بدر الدين بينو	حرب الروس ضد الشيشان	54
2000/2/20	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	علاقة الإسلام بالغرب	55
2000/3/5	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	تحرير المرأة في العالم العربي	56
2000/5/7	ماهر عبد الله	لويس فرقان	المسلمون السود في أميركا	57
2000/5/14	ماهر عبد الله	د. جاسم الفارس	التعامل مع القرآن الكريم	58
2000/7/9	ماهر عبد الله	المرزوقي	تطور التاريخ الإسلامي	59
2000/7/23	ماهر عبد الله	حسن المالكي	إعادة قراءة التاريخ الإسلامي	60
2000/7/30	ماهر عبد الله	د. طه عبد الرحمن	الحدائق في فهم الدين	61
2000/08/06	ماهر عبد الله	كمال الهلجوي	فقه الجاليات المسلمة	62
2000/8/13	ماهر عبد الله	فؤاد حسين	الخلافة الإسلامية، امكانية تطبيقها	63
2000/8/20	ماهر عبد الله	أحمد الخليلي	الفقه الإسلامي بين ظواهر النصوص ومقاصد الشريعة	64
2000/08/27	ماهر عبد الله	محمد نعماني	التقارب بين المذاهب الإسلامية	65
2000/09/03	ماهر عبد الله	د. هاني البنا	العمل الإغاثي	66
2000/9/10	ماهر عبد الله	حسن الترابي	الدولة الإسلامية	67
2000/09/17	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	العقلانية في الإسلام	68
2000/9/24	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الرياضة في الإسلام	69
2000/10/01	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	مأساة القدس الشريف	70
2000/10/08	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الجهاد ودوره في عزة الأمة	71
2000/10/15	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	دور البعد الإسلامي في معالجة القضية الفلسطينية	72
2000/10/22	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الإسراء والمعراج وواقع المسلمين اليوم	73
2000/10/29	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	القوة في الإسلام	74

2000/11/05	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	جيل النصر المنشود	75
2000/11/12	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	واقع الأمة ومسؤوليات حكامها في قمة الدوحة الإسلامية	76
2000/11/19	ماهر عبدالله	حامد العلي	النصر في الإسلام	77
2000/11/26	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	واجب المسلمين نحو الانتفاضة	78
2000/12/03	ماهر عبدالله	أحمد القطعاتي	التصوير وخطره على آسيا	79
2000/12/10	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	غزوة بدر الكبرى في السيرة النبوية	80
2000/12/17	ماهر عبدالله	ماتع سعيد الجهنني	الشباب عصب الأمة	81
2000/12/24	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	رمضان وصدقة الفطر	82
2000/12/31	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الأعياد الإسلامية ودورها التكافل الاجتماعي	83
2001/01/07	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الفقه الإسلامي بين المحافظة والتجديد	84
2001/01/14	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	عوامل المرونة والسعة في الشريعة	85
2001/01/21	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	ظاهرة التكفير ..	86
2001/01/28	ماهر عبدالله	سهير البابلي	رحلة الفن من الشرك إلى الإيمان	87
2001/2/4	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	أخلاقيات المسلمين في ديار الغربية	88
2001/02/11	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	المجلس الأوروبي للإفتاء	89
2001/2/18	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الجانب الأخلاقي في الإسلام	90
2001/02/25	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الحج ومناسكه	91
2001/03/04	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	كيف يستقبل المسلمون عيد الأضحى؟	92
2001/03/11	ماهر عبدالله	محمد سليم العوا	الشريعة الإسلامية وتراث الأقدمين	93
2001/03/18	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	لماذا فشلت مهمة العلماء في أفغانستان؟	94
2001/03/25	ماهر عبدالله	عبدالرحمن	حقيقة الدعوة السلفية	95
2001/04/01	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	موقف الشريعة من التطورات العلمية	96
2001/04/08	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	واجب المسلمين تجاه الانتفاضة	97
2001/04/15	ماهر عبدالله	علي القرّة داغي	الاقتصاد الإسلامي	98
2001/04/22	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الطفولة وموقف الإسلام منها	99
2001/04/29	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	اللغة العربية ودورها في خدمة الإسلام	100
2001/05/06	ماهر عبدالله	بهيج ملاً حويش	مستقبل الإسلام في أوروبا الغربية	101
2001/05/13	ماهر عبدالله	محمد الحبال	إشكالية الطب والإيمان - الطب والقرآن	102
2001/05/20	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	واجب المسلمين تجاه القدس والانتفاضة	103
2001/05/27	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	عوامل نهضة الأمة الإسلامية	104
2001/06/03	ماهر عبدالله	جاسم الياسين	البعث الديني للصراع العربي الإسرائيلي	105
2001/06/10	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	دلالات المولد النبوي	106
2001/06/17	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الرسول المجاهد	107
2001/06/24	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	ضوابط الاجتهاد الشرعي	108
2001/07/01	ماهر عبدالله	أحمد الريسوني	ماذا يعني تطبيق الشريعة الإسلامية	109
2001/07/08	ماهر عبدالله	إبراهيم الحسيني	الإسلام في أفريقيا	110
2001/07/15	ماهر عبدالله	عبداللطيف محمود	لماذا لم تتحرك الأمة لدعم الانتفاضة؟	111
2001/07/22	ماهر عبدالله	د. زغلول النجار	قضية الإعجاز العلمي في القرآن	112
2001/07/29	ماهر عبدالله	محمد علي أبطحي	الاختلافات الفقهية والمنهجية	113
2001/08/05	ماهر عبدالله	محمد حبش	التخاذه الإسلامي تجاه القدس	114
2001/08/12	ماهر عبدالله	محمد عمارة	خطر الصهيونية على العالم الإسلامي	115
2001/08/19	ماهر عبدالله	كامل الشريف	الحالة الجهادية في فلسطين أمس واليوم	116
2001/08/26	ماهر عبدالله	غازي التوبة	الأخطار التي تواجه الأمة الإسلامية	117
2001/09/02	ماهر عبدالله	عماد الدين خليل	التاريخ الإسلامي وفلسفته	118

2001/09/09	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	موقف الإسلام من التمييز العنصري	119
2001/09/16	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الإرهاب وحملات الكراهية ضد المسلمين	120
2001/09/23	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	المسلمون ضحايا أم معتدون في حوادث الإرهاب؟	121
2001/09/30	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	موقف الغرب من العرب والمسلمين	122
2001/10/14	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	كيف تستجيب الأمة لتحديات الحرب الجديدة	123
2001/10/21	ماهر عبدالله	محمد حسان	واجب الأمة الإسلامية تجاه الشعب الأفغاني	124
2001/10/28	ماهر عبدالله	عبد الحميد آل شيخ مبارك	هل ينفجر الشارع الإسلامي بعد ضرب أفغانستان	125
2001/11/04	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	حوار الأديان	126
2001/11/11	ماهر عبدالله	عائض القرني	كلمة التوحيد.. وتوحيد الكلمة	127
2001/11/18	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	العولمة والسيطرة على الثقافة	128
2001/11/25	ماهر عبدالله	عبد الله التركي	مستقبل الأقليات المسلمة في الغرب	129
2001/12/02	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	دروس من السيرة النبوية	130
2001/12/09	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الانتفاضة الفلسطينية والعمليات الفدائية	131
2001/12/16	ماهر عبدالله	عماد الدين خليل	دراسة التاريخ وفهم أزمت الأمة الإسلامية	132
2001/12/23	ماهر عبدالله	أحمد التويجري	إعادة قراءة لما بعد أحداث أفغانستان	133
2001/12/30	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	تعدد الزوجات حل أم مشكلة؟	134
2002/01/06	ماهر عبدالله	محمد نعماني	جدوى الحوار بين الثقافات	135
2002/01/13	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	محاولات تغيير المناهج الإسلامية	136
2002/01/20	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الإسلام والحداثة وما بعدها	137
2002/01/27	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الحملة الأميركية على العمل الخيري الإسلامي	138
2002/02/03	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	أخلاق الحرب في الإسلام	139
2002/02/10	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الحج شعيرة ومشاعر	140
2002/02/17	ماهر عبدالله	عبد الله التركي	التحديات التي تواجه الأمة المسلمة	141
2002/02/24	ماهر عبدالله	الزندان	الإعجاز العلمي في القرآن	142
2002/03/03	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	عوامل السعة والمرونة في الشريعة	143
2002/03/10	ماهر عبدالله	علي القره داغي	الهجرة النبوية	144
2002/03/17	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الدروس المستفادة من الهجرة النبوية	145
2002/03/24	ماهر عبدالله	أكرم العمري	التربية والتجديد وتنمية فاعلية الشخصية المسلمة	146
2002/03/31	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	واجب الأمة تجاه ما يجري في فلسطين	147
2002/04/07	ماهر عبدالله	منير شفيق	هل تستجيب الأمة الإسلامية للأزمة الفلسطينية؟	148
2002/04/14	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الانتفاضة وواجب المسلمين	149
2002/04/21	ماهر عبدالله	محمد الددو	الانتفاضة وواجب المسلمين ح2	150
2002/04/28	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الانتفاضة علامات النصر وعوامل الإحباط	151
2002/05/05	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الوحدة الوطنية بوصفها شرطاً للنصر	152
2002/05/12	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الإسلام والسياسة	153
2002/05/19	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	وثيقة المثقفين الأميركيين	154
2002/05/26	ماهر عبدالله	د. عبد الله الحامد	تجديد الفكر الديني	155
2002/06/02	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الإسلام والتطبيع مع إسرائيل	156
2002/06/09	ماهر عبدالله	أحمد محمد الحمادي	اليوم الآخر	157
2002/06/16	ماهر عبدالله	د. أحمد نوفل	إعادة صياغة الإسلام والفكر الإسلامي	158
2002/06/23	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الإسلام ومشاكل الفقر والجوع	159
2002/06/30	ماهر عبدالله	الطبري	الانتفاضة وردود الفعل الآتية	160
2002/07/07	ماهر عبدالله	منذر الأسعد	الثقافة الإسلامية والكراهية	161
2002/07/14	ماهر عبدالله	مأمون فريز جزار	الطريق إلى نهضة الأمة الإسلامية	162

2002/07/21	ماهر عبدالله	هاني فحص	جدلية العلاقة بين العروبة والإسلام	163
2002/07/28	ماهر عبدالله	د.جمال أبو حسان	ظاهرة تلبس الجن	164
2002/08/04	ماهر عبدالله	منتصر الزيات	الجماعات الإسلامية والعنف	165
2002/08/11	ماهر عبدالله	أ.د. سعاد صالح	العلاقة الأسرية وأثرها في المجتمع	166
2002/08/18	ماهر عبدالله	د. محمد عمارة	إعادة تقديم الإسلام	167
2002/08/25	ماهر عبدالله	هارون رشيد	كشمير وحقوق المسلمين	168
2002/09/01	ماهر عبدالله	مصطفى المسدي	وضع الجاليات المسلمة في أوروبا	169
2002/09/08	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	مستقبل الإسلام في علاقته بغير المسلمين	170
2002/09/15	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	تدهور أوضاع الأمة الإسلامية بعد سبتمبر	171
2002/09/22	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	تبعات سبتمبر على الأمة الإسلامية	172
2002/09/29	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	تبعات سبتمبر على الأمة الإسلامية ج2	173
2002/10/06	ماهر عبدالله	علي القرعة داغي	الإسراء والمعراج وارتباط الأرض بالسماء	174
2002/10/13	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	أسلحة الديانات الأخرى في محاربة الإسلام	175
2002/10/20	ماهر عبدالله	سعود أبو محفوظ	محاولات تهويد القدس	176
2002/10/27	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الإرهاب والعنف	177
2002/11/03	ماهر عبدالله	كمال الهلباوي	أزمة الأمة الإسلامية وسبل الخروج منها	178
2002/11/10	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	فلسفة العبادة في الإسلام	179
2002/11/17	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الزكاة ووظيفتها الاجتماعية	180
2002/11/24	ماهر عبدالله	موافي عزب	القرآن في شهر القرآن	181
2002/12/01	ماهر عبدالله	د. رحيل غرابية	ليلة القدر وأفضل الطرق لإحيائها	182
2002/12/08	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	أثر الشعائر الإسلامية في توحيد الأمة	183
2002/12/15	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	فلسفة المحنة والابتلاء	184
2002/12/22	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الخطاب الإسلامي في عصر العولمة	185
2002/12/29	ماهر عبدالله	الحبيب الجفري	تتويجات الخطاب الإسلامي	186
2003/01/05	ماهر عبدالله	د.أحمد الحمادي	الكعبة ماضيا ومستقبلا	187
2003/01/12	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الفقه الإسلامي في مواجهة التطور	188
2003/01/19	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الفقه الإسلامي في مواجهة التطور ج2	189
2003/01/26	ماهر عبدالله	جعفر إدريس	التعددية الثقافية وتميز الثقافة الإسلامية	190
2003/02/02	ماهر عبدالله	إيمان بوروخوفا	المسلمون في الجمهورية الروسية	191
2003/02/09	ماهر عبدالله	سميرة الخوالدة	المنظور الإسلامي لمشاركة المرأة في الحياة العامة	192
2003/2/16	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	- دلالات المظاهرات في الغرب لصالح العراق	193
2003/02/23	ماهر عبدالله	د. أحمد الكبيسي	الموقف الإسلامي من الأزمة العراقية	194
2003/03/02	ماهر عبدالله	محمد العيدة	- قيمة الوعي التاريخي في الأمم	195
2003/03/09	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	إمكانات وموارد الأمة الإسلامية	196
2003/03/16	ماهر عبدالله	أحمد القطعاني	مسلمو أوروبا في ظل الدستور الأوروبي	197
2003/05/11	ماهر عبدالله	مثنى الضاري	واقع الإسلام في العراق المحتل	198
2003/05/18	ماهر عبدالله	محمد الكبيسي	رؤية إسلامية لمستقبل الوحدة الوطنية في العراق	199
2003/05/25	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	الأمة الإسلامية والخروج من حالة الإحباط	200
2003/06/01	ماهر عبدالله	إياد السامرائي	مستقبل الإسلام السياسي في العراق	201
2003/06/08	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	- الإيمان وأثره في حياة الشعوب	202
2003/06/15	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	- الإيمان وأثره في حياة الأمة	203
2003/06/22	ماهر عبدالله	يوسف القرضاوي	العلاقة مع غير المسلمين	204
2003/07/06	ماهر عبدالله	د. نشوة العلواني	المراهقة بين الأعراف والشرعية	205
2003/07/13	ماهر عبدالله	د. محمد عمارة	- الأزمات المركبة التي تعاني منها الأمة	206

2003/07/20	ماهر عبد الله	د. سمير الحلو	الطب النبوي والطب الحديث	207
2003/07/27	ماهر عبد الله	د. محمد عويضة	أحاديث الفتن وعلاقتها بالواقع	208
2003/08/03	ماهر عبد الله	أحمد القصص	جدوى المطالبة بإعادة الخلافة الإسلامية	209
2003/08/10	ماهر عبد الله	علي سعيد طه	قضية تجديد الخطاب الإسلامي والموقف منه	210
2003/08/17	ماهر عبد الله	صلاح الراشد	السعادة الغائبة في حياة المسلمين	212
2003/08/24	ماهر عبد الله	ناصر الشيباني	العلم الديني والدنيوي وأثره في حياتنا	213
2003/08/31	ماهر عبد الله	د. ميسرة طاهر	أثر الكلمة في التواصل بين الناس	214
2003/09/07	ماهر عبد الله	حسن عبد الظاهر	التدين بين الغلو والتحلل	215
2003/09/14	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	غزوة الأحزاب وواقع الأمة الحالي	216
2003/09/21	ماهر عبد الله	يوسف الغفص	السلفية وعلاقتها بالتيارات الإسلامية	217
2003/09/28	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	التقريب بين المذاهب الإسلامية	218
2003/10/05	ماهر عبد الله	حسن الشافعي	القرن الماضي من حياة الأمة	219
2003/10/12	ماهر عبد الله	د. سلمان العودة	مفهوم الحرية ونظرة الناس لها	220
2003/10/19	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الخطاب الإسلامي في عصر العولمة	221
2003/10/26	ماهر عبد الله	هاتي البنا	التضييق على العمل الخيري الإسلامي	222
2003/11/02	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الخطاب الإسلامي في العصر الحالي	223
2003/11/09	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الخطاب الإسلامي في العصر الحديث	224
2003/11/16	ماهر عبد الله	حسن الترابي	مصير المشروع الإسلامي	225
2003/11/23	ماهر عبد الله	عمر عبد الكافي	الإيمان في لحظات الشدة	226
2003/11/30	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الحرب الرمزية ضد الإسلام	227
2003/12/14	ماهر عبد الله	عبد الرحيم علي	المناهج في العالم الإسلامي	228
2003/12/21	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	آثار حظر الحجاب في فرنسا	229
2003/12/28	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	تطبيقات مؤسسة الزكاة	230
2004/01/04	ماهر عبد الله	عبد المجيد النجار	مستقبل الجالية الإسلامية في أوروبا	231
2004/01/11	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	خصوصيات الإسلام الأوروبي	232
2004/01/18	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	المطالبة بالتغيير وضرورته	233
2004/02/01	ماهر عبد الله	عكرمة صبري	حالة الأمة الإسلامية في العيد	234
2004/02/08	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الإيمان بالغيب وأثره في حياتنا	235
2004/02/15	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الإيمان باليوم الآخر	236
2004/02/22	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	يوم الحساب	237
2004/02/29	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	علامات الساعة	238
2004/03/07	ماهر عبد الله	حسين فضل الله	الوحدة الوطنية في العراق	239
2004/03/14	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	التعليم الإسلامي في المنطقة العربية	240
2004/03/21	ماهر عبد الله	طه جابر العلواني	فقه الأقليات	241
2004/03/28	ماهر عبد الله	ماهر حتوت	نحو مستقبل فاع للجالية المسلمة في أميركا	242
2004/04/04	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	العربية دين وهوية ولغة	243
2004/04/11	ماهر عبد الله	أحمد حسن الطه	علماء المسلمين بعد عام من احتلال العراق	244
2004/04/18	ماهر عبد الله	محمد الكبيسي	الربط بين القضيتين العراقية والفلسطينية	245
2004/04/25	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الجهاد والاجتهاد وضرورة التوازن بينهما	246
2004/05/09	ماهر عبد الله	عبد الله الفقيه	مبررات تغير الفتوى ج 2	247
2004/05/16	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	مبررات تغير الفتوى ج 3	248
2004/05/23	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	المسلمون والعنف السياسي ج 1	249
2004/05/30	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	المسلمون والعنف السياسي ج 2	250
2004/06/06	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الإسلام وعلاقته بالديمقراطية	251
2004/06/13	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	قضايا العنف والحاكمية	252

2004/06/20	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الحوار الإسلامي المسيحي	253
2004/06/27	ماهر عبد الله	محمد الكبيسي	الفرقة الناجية	254
2004/07/04	ماهر عبد الله	يوسف القرضاوي	الاتحاد العالمي لعلماء المسلمين	255
2004/07/18	ماهر عبد الله	بهيج ملا حويش	المسلمون في إسبانيا بعد تفجيرات مارس	256
2004/07/25	ماهر عبد الله	علي الفقير	المؤسسة الدينية الرسمية	257
2004/08/01	ماهر عبد الله	مصطفى أبو صوي	الحدائث وعلاقتها بالفكر الإسلامي	258
2004/08/08	ماهر عبد الله	زين العابدين	الإسلام والتحديات الأفريقية	259
2004/08/15	ماهر عبد الله	حسين فضل الله	العالم الإسلامي تحدي الخارج وعجز الداخل	260
2004/08/22	ماهر عبد الله	عمر عبد الكافي	المسؤولية الفردية في الإسلام	261
2004/09/05	ماهر عبد الله	المرزوقي	النوع الأسري العربي	262
2004/9/26	خديجة	يوسف القرضاوي	إصلاح مناهج التعليم في الدول والإسلامية	263
2004/10/10	خديجة	يوسف القرضاوي	الاستعداد لشهر رمضان	264
2004/10/17	خديجة بن قنة	طارق سويدان	القيادة في الإسلام	265
2004/10/24	خديجة	يوسف القرضاوي	التطبيقات المعاصرة للزكاة	266
2004/10/31	خديجة	يوسف القرضاوي	رمضان وتفحاته الربانية	267
2004/11/7	خديجة	يوسف القرضاوي	ليلة القدر	268
2004/11/14	خديجة	محمد الكبيسي	الفلوجة بين الفتاوى ورمي الرصاص	269
2004/11/21	خديجة	العبادي والزنداني	فقه الواقع في إعداد العلماء	270
2004/11/28	خديجة	يوسف القرضاوي	مفهوم الأسرة في الإسلام	271
2004/12/5	خديجة	يوسف القرضاوي	الإسلام الديمقراطي المدني	272
2004/12/12	خديجة	محمد هيثم الخياط	الأخلاقيات الطبية في الإسلام	273
2004/12/19	خديجة	يوسف القرضاوي	الإسلام والفن	274
2004/12/26	توفيق طه	يوسف القرضاوي	الشريعة بين الثابت والمتغير	275
2005/1/2	خديجة	عبد الظاهر وسيف	اختلاف الفتاوى وتضاربها	276
2005/1/9	خديجة	يوسف القرضاوي	الحج بين الإيماني والإنساني	277
2005/1/16	خديجة	يوسف القرضاوي	علاقة المسلمين باليهود	278
2005/1/23	خديجة	المبيض والكشاط	مسلمو الغرب.. مشكلات وآفاق	279
2005/1/30	خديجة	يوسف القرضاوي	الحرية الدينية والفكرية	280
2005/2/6	خديجة	يوسف القرضاوي	الحرية السياسية والمدنية	281
2005/2/13	خديجة	وهبة الزحيلي	أصول المعاملات المالية	282
2005/2/20	خديجة	يوسف القرضاوي	شمولية الإسلام نشأة الفكرة ومستقبلها	283
2005/2/27	خديجة	حسن الصفار	المرجعية الشيعية بين الدين والسياسة	284
2005/3/6	خديجة	قطب ساتو	الاجتهاد الجماعي ومشكلات وآفاق	285
2005/3/13	خديجة	يوسف القرضاوي	مقاصد الشريعة وغاياتها	286
2005/3/20	خديجة	يوسف القرضاوي	الأهلية السياسية للمرأة	287
2005/3/27	خديجة	علي القرعة داغي	البنوك الإسلامية والاستثمارات المالية	288
2005/4/3	خديجة	يوسف القرضاوي	المساواة بين الرجل والمرأة وتطبيقاتها	289
2005/4/10	خديجة	جعفر والعريان	الإسلاميون والديمقراطية	290
2005/4/17	خديجة	يوسف القرضاوي	حقوق الطفل في الإسلام	291
2005/4/24	خديجة	فوزي آل سيف	حرية التعبير وتطبيقاتها في الشريعة الإسلام	292
2005/5/1	توفيق طه	يوسف القرضاوي	التراث الفقهي وكيف نتعامل معه	293
2005/5/8	خديجة	رضوان السيد	الدولة الإسلامية ومعالمها	294
2005/5/15	خديجة	يوسف القرضاوي	الإسلام ومشكلة الفقر	295
2005/5/22	خديجة	جودت سعيد	سنن التغيير في الآفاق والأففس	296
2005/5/29	خديجة	أميمة وأماني	النسوية الإسلامية	297

2005/6/5	خديجة	يوسف القرضاوي	التغيير بين العنف واللاعنف	298
2005/6/12	خديجة	يوسف القرضاوي	رعاية البيئة في الشريعة الإسلامية	299
2005/6/19	خديجة	يوسف القرضاوي	الزمن مفهومه وقيمته	300
2005/6/26	خديجة	هيثم الخياط	الجسد المثالي بين العلم والشرع	301
2005/7/3	خديجة	طارق البشري	الإسلام وحق المواطنة	302
2005/7/10	خديجة	العربي الكشاش	مسلمو الغرب ومشكلة الاندماج	303
2005/7/17	عبد الصمد	مصطفى ابوصوي	القدس بين التاريخ الإسلامي والسياسي	304
2005/7/24	عبد الصمد	نزيه حماد	المواد النجسة المحرمة في الأدوية والأغذية	305
2005/7/31	عبد الصمد	منير شفيق	مستقبل الإسلام في عالما المعاصر	306
2005/8/7	عبد الصمد	أحمد الريسوني	عالمية الإسلام	307
2005/8/14	عبد الصمد	عبد المجيد النجار	الإسلام في الغرب كشريك حضاري	308
2005/8/21	عبد الصمد	سعد العثماني	فقه مراتب الأعمال	309
2005/8/28	عبد الصمد	عبد الله بن بيّه	الوقف وطرق استثماره الحديثة	310
2005/9/4	عبد الصمد	يوسف لقرضاوي	مشروعية الدستور وحكم الاستفتاء عليه	311
2005/9/18	عبد الصمد	محمد عثمان شبير	المصارف الإسلامية	312
2005/9/25	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	طلب العلم وحقوق المتعلم	313
2005/10/2	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	هلال رمضان بين الرؤية والحساب	314
2005/10/9	توفيق طه	عمر عبد الكافي	رمضان بين أمس واليوم	315
2005/10/16	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	إخراج الزكاة في رمضان	316
2005/10/23	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	فضائل العشر الأواخر من رمضان	317
2005/10/30	عبد الصمد	البيسوني	زكاة الفطر وأحكام العيد	318
2005/11/6	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	حال المؤمن بعد رمضان	319
2005/11/13	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	حقوق الإنسان في الإسلام	320
2005/11/20	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الألفة بين المسلمين	321
2005/11/27	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	فروض الكفاية ودورها في بناء الأمة	322
2005/12/4	عبد الصمد	طه جابر العلواني	إصلاح التعليم الديني	323
2005/12/11	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	مشاركة المسلم في العمل السياسي	324
2005/12/18	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	كيف نتعامل مع القرآن؟	325
2005/12/25	عبد الصمد	طه جابر العلواني	التفاسير القرآنية	326
2006/1/1	عبد الصمد	الشيخ جعفر الطلحاي	الحج.. معان وأحكام	327
2006/1/8	عبد الصمد	عدنان زرزور	وصية النبي إلى المسلمين في حجة الوداع	328
2006/1/15	عبد الصمد	محمد الجليند	التصوف بين الواقع والمأمول	329
2006/1/22	عبد الصمد	قطب ساتو	حق الاختلاف الفقهي	330
2006/1/29	عبد الصمد	عثمان الخميس	السنة النبوية ومكانتها	331
2006/2/5	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الدين والسياسة ج 1	332
2006/2/12	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الدين والسياسة ج 2	333
2006/2/19	عبد الصمد	سلمان العودة	أزمة الرسوم المسيئة للرسول الكريم	334
2006/2/26	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	حرية التعبير والثوابت الدينية	335
2006/3/5	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	محمد نبي الرحمة	336
2006/3/12	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الطب النبوي	337
2006/3/19	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الجوع وسبل مكافحته	338
2006/3/26	عبد الصمد	محمد ولد الدو	نصرة النبي صلى الله عليه وسلم	339
2006/4/2	عبد الصمد	حازم أبوإسماعيل	الاحتفال بالمولد النبوي	340
2006/4/9	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	دلائل نبوة الرسول الكريم وثمار رسالته	341

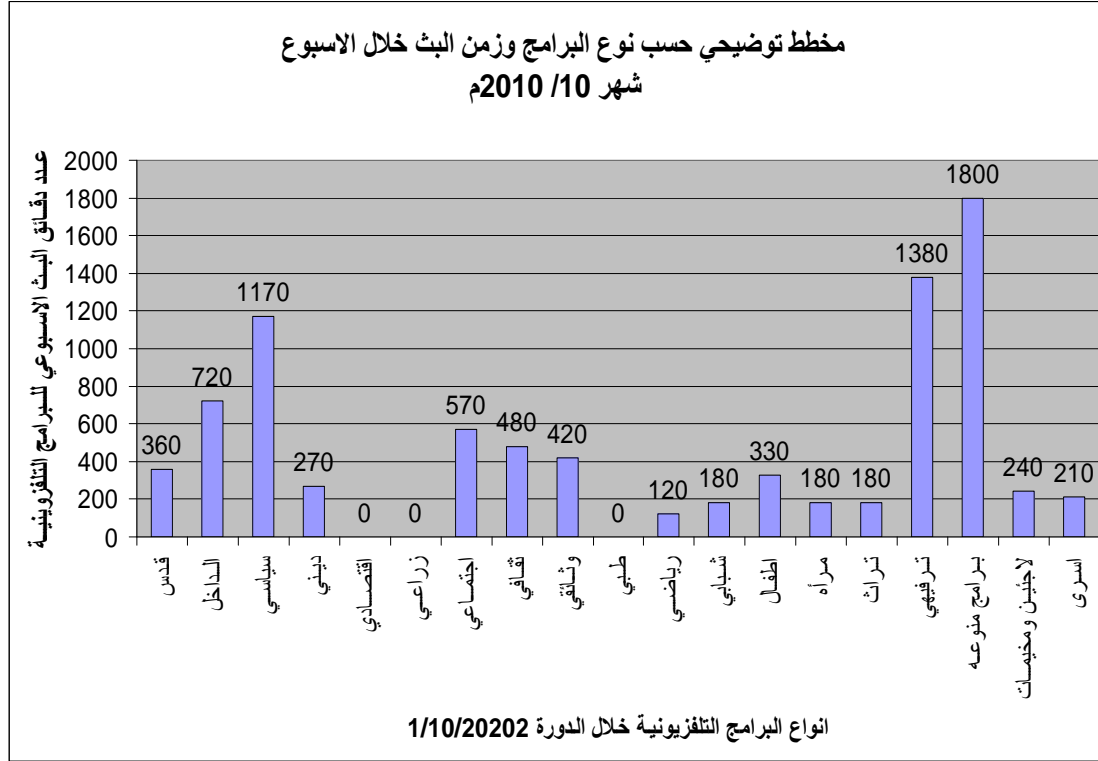
2006/4/16	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الأزهر دوره ورسالته	342
2006/4/23	توفيق طه	محمد سليم العوا	المسلمون والمسيحيون في الوطن العربي	343
2006/4/30	توفيق طه	يوسف القرضاوي	الفقه الإسلامي والبصمة الوراثية	344
2006/5/7	توفيق طه	محمد شبير	حقوق الملكية الفكرية في الشريعة الإسلامية	345
2006/5/14	توفيق طه	يوسف القرضاوي	دور العلماء في الواقع المعاصر	346
2006/5/21	توفيق طه	يوسف القرضاوي	الإعلام وفوضى الفتاوى	347
2006/5/28	توفيق طه	يوسف القرضاوي	الإعجاز العلمي للقرآن	348
2006/6/4	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	فطرة الله في خلقه	349
2006/6/11	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الإسلام ومرضى الإيدز	350
2006/6/18	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	أسباب الطلاق وأحكامه	351
2006/6/25	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	حقوق العمال وواجباتهم	352
2006/7/2	عبد الصمد	محمد عكام	واقع خطبة الجمعة	353
2006/7/9	عبد الصمد	غالب القرشي	العدل بين الحاكم والمحكوم	354
2006/7/16	عبد الصمد	مصطفى بن حمزة	الكفاءة بين الزوجين في الإسلام	355
2006/7/23	عبد الصمد	محمد عمارة	وحدة الأمة والتعددية السياسية	356
2006/7/30	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	المقاومة وفاعلية الأمة	357
2006/8/6	عبد الصمد	سعود الهاشمي	أولويات الأمة الإسلامية	358
2006/8/13	عبد الصمد	محمد سليم العوا	التقريب بين المذاهب	359
2006/8/20	عبد الصمد	فيصل مولوي	الفتوى والسياسة	360
2006/8/27	عبد الصمد	علي جمعة	تصرفات النبي الكريم وآثارها	361
2006/9/3	عبد الصمد	علي القرعة داغي	علاقة المسلم مع الآخرين	362
2006/9/10	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الإسلام بعد خمس سنوات على سبتمبر	363
2006/9/17	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	تصريحات بابا الفاتيكان تجاه الإسلام	364
2006/9/24	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	رمضان وتنمية الإيمان	365
2006/10/1	عبد الصمد	ناصر العمر	الفصام بين الشريعة والحياة	366
2006/10/8	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الإلتفاق وفعل الخبرات	367
2006/10/15	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	ثبوت القرآن	368
2006/10/22	توفيق طه	علي القرعة داغي	زكاة الفطر وشعائر العيد	369
2006/10/29	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الإيمان من المظهر إلى الجوهر	370
2006/11/5	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الذكى العاشرة لانطلاق الشريعة والحياة	371
2006/11/12	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	البعد الإنساني في الإسلام	372
2006/11/19	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	مفهوم العمل النافع في الإسلام	373
2006/11/26	عبد الصمد	محمد العريفي	الوعظ الديني واقعه وآفاقه	374
2006/12/3	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	العلم والعمل في الشريعة	375
2006/12/10	عبد الصمد	إبراهيم الكيلاني	حرمة الدماء في الإسلام	376
2006/12/17	عبد الصمد	طه جابر العلواني	مفهوم الفتنة في الإسلام	377
2006/12/24	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الإصلاح والمصالحة في الشريعة الإسلامية	378
2007/1/7	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	مدنية الدولة الإسلامية	379
2007/1/14	عبد الصمد	عبد الله بن بيّه	نحو حلف فضول جديد	380
2007/1/21	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	تهذيب النفس	381
2007/1/28	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	امراض النفس وعلاجها	382
2007/2/4	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	العلاقة بين الإسلام والعلم	383
2007/2/11	عبد الصمد	وهبة الزحيلي	الهدنة والإسلام	384
2007/2/18	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الدستور ومرجعية الشريعة	385
2007/2/25	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	مستقبل اللغة العربية وتحدياتها	386

2007/3/4	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	المبادئ الكلية للحلال في الإسلام	387
2007/3/11	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	المحرمات ومبادئ الحرام في الإسلام	388
2007/3/18	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	عالم الجن حقائق واوهام	389
2007/3/25	عبد الصمد	قطب سانو	رعاية المصلحة في الإسلام	390
2007/4/1	عبد الصمد	محمد الكبيسي	الفرق الإسلامية ونشأتها	391
2007/4/8	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	التدين المغشوش	392
2007/4/15	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	مشكلات التدين	393
2007/4/22	عبد القادر	يوسف القرضاوي	عالمية الإسلام ومجالاتها	394
2007/4/29	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	التراحم بين الناس	395
2007/5/6	عبد الصمد	محمد كمال إمام	الازدواجية بين الشريعة والقانون	396
2007/5/13	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	استثمار اموال الزكاة	397
2007/5/20	عبد الصمد	سلمان العودة	ثقافة الاستهلاك	398
2007/5/27	عبد الصمد	حسن الحسيني	حب ال البيت وواجبنا نحوهم	399
2007/6/3	توفيق طه	يوسف القرضاوي	موجبات تغير الفتوى	400
2007/6/10	عبد الصمد	يوسف القرضاوي	الصحة الإسلامية ومآلاتها	401
2007/6/17	توفيق طه	يوسف القرضاوي	الاستمتاع بالحياة في الشريعة الإسلامية	402
2007/6/24	توفيق طه	يوسف القرضاوي	السياحة برؤية إسلامية	403
2007/7/1	عبد القادر	يوسف القرضاوي	اخلاقيات التخاطب	404
2007/7/8	توفيق طه	يوسف القرضاوي	لباس المرأة المسلمة	405
2007/7/15	توفيق طه	محمد الخطيب	الحديث النبوي قبل البخاري	406
2007/7/22	عثمان عثمان	فيصل مولولي	المواطنة في الفقه السياسي الاسلامي	407
2007/7/29	عثمان عثمان	د. على الصلابي	فقه النصر والتمكين	408
2007/8/5	عثمان عثمان	د. فتحي ملكاوي	المسلمون ورؤيتهم للعالم من حولهم	409
2007/8/12	عثمان عثمان	أحمد الريسوني	رأي الاكثرية في الشريعة الإسلامية	410
2007/8/19	عثمان عثمان	علي القرعة داغي	التأمين احكامه وصوره	411
2007/8/26	عثمان عثمان	د. رقية العلواني	المرأة بين العرف والدين	412
2007/9/2	عثمان عثمان	إبراهيم الدويش	الشباب والتدين	413
2007/9/9	عثمان عثمان	د. عمر الأشقر	الشيطان بين القران ومعتقدات الناس	414
2007/9/16	عثمان عثمان	عبد المعز حريز	حياة المسلم في رمضان	415
2007/9/23	عثمان عثمان	د. بسام عجك	الصيام وفقه	416
2007/9/30	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	فتنة التكفير ج 1	417
2007/10/7	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	فتنة التكفير ج 2	418
2007/10/14	عثمان عثمان	البسبوني	شعائر العيد	419
2007/10/21	عثمان عثمان	محمد عمارة	خطاب الهوية	420
2007/10/28	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الدين والثقافة	421
2007/11/4	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الغييب وعلم المستقبل	422
2007/11/11	عثمان عثمان	منير شفيق	العمل السياسي الاسلامي	423
2007/11/18	عثمان عثمان	د حسين فضل الله	الحوار الاسلامي الاسلامي	424
2007/11/25	عثمان عثمان	طارق البشري	ثقافة المؤسسات	425
2007/12/2	عثمان عثمان	التيجاني ع. القادر	الاسلاميون والاسلام	426
2007/12/9	عثمان عثمان	صبري الدمرداش	القران بين العلم والايمان	427
2007/12/16	عثمان عثمان	وهبة الزحيلي	البدعة ومجالاتها المعاصرة	428
2007/12/23	عثمان عثمان	سلمان العودة	الخطاب الاسلامي واقعه وافاقه	429
2007/12/30	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	العمل وسبل تحقيقه	430
2008 /1 /6	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	العدل ومجالاته	431

2008/1/13	عثمان عثمان	عائض القرني	الرفق.. ثقافة وممارسة	432
2008/1/20	عثمان عثمان	د. هيثم الخياط	النفور من مرضى الإيدز	433
2008/1/27	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	التدقق العشوائي في المعرفة الدينية	434
2008/2/3	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الإسلام وجذور الاستبداد	435
2008/2/10	عثمان عثمان	سلمان العودة	الدعوة بين الترغيب والترهيب	436
2008/2/17	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	التعددية الدينية	437
2008/2/24	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	مواجهة حملات الإساءة للإسلام	438
2008/3/2	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	غير المسلمين في المجتمع الإسلامي	439
2008/3/9	عثمان عثمان	حسن الترابي	السياسة وتجديد الفقه	440
2008/3/16	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	واجب الحكومات لتأمين ضروريات الحياة	441
2008/3/23	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	حق الكرامة	442
2008/3/30	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	موقف الفقه الإسلامي من التبرع بالأعضاء	443
2008/4/6	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	التسامح ثقافة وممارسة	444
2008/4/13	عثمان عثمان	لشيخ ناصر العمر	الشرعة والمنهاج	445
2008/4/20	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الزواج ومشكلاته	446
2008/4/27	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	العلاقة بين الزوجين	447
2008/5/4	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	حقوق المطلقات	448
2008/5/11	عثمان عثمان	سلمان العودة	فقه الاستطاعة	449
2008/5/18	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	حقوق اليتامى	450
2008/5/25	عثمان عثمان	أحمد الريسوني	جلب المصالح	451
2008/6/8	عثمان عثمان	محمد عوامه	تعامل المسلم المعاصر مع الحديث النبوي	452
2008/6/15	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	النساء في القرآن الكريم	453
2008/6/22	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الروى والأحلام في الإسلام	454
2008/6/29	عثمان عثمان	صلاح سلطان	التمييز بين المرأة والرجل	455
2008/7/6	عثمان عثمان	علي محمد الصوا	حقوق الله وحقوق العباد	456
2008/7/13	عثمان عثمان	علي عمر بادحدح	خطبة الجمعة	457
2008/7/20	عثمان عثمان	سعيد حارب	التعليم وإشكالية التنمية	458
2008/7/27	عثمان عثمان	عدنان زرزور	القرآن والكتب السماوية السابقة	459
2008/8/3	عثمان عثمان	طه العلواني	الصلح وفض المنازعات في الشريعة الإسلامية	460
2008/8/10	عثمان عثمان	عبد الحميد مدكور	العقيدة الإسلامية مجالها ودورها	461
2008/8/17	عثمان عثمان	رفعت العوضي	الإسلام وغلاء الأسعار	462
2008/8/24	عثمان عثمان	عمر الأشقر	الإخلاص في زمن الشهرة	463
2008/8/31	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	العمل الصالح في رمضان	464
2008/9/7	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	أسرار الصلاة	465
2008/9/14	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الزكاة طهارة وتزكية	466
2009/1/25	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	نصرة غزة	467
2009/2/1	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	العلاقة بين الإيمان والنصر	468
2009/2/8	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	صورة الإيمان كما يرسمها القرآن الكريم	469
2009/2/15	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	العلم والمعرفة في القرآن الكريم	470
2009/2/22	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	بداية الخلق ونظرية التطور	471
2009/3/1	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الفتوى والعلوم الحديثة	472
2009/3/8	عثمان عثمان	محمد كمال إمام	فروض التقفية ودورها في بناء الأمة	473
2009/3/15	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الصلاح والصالحون في القرآن الكريم	474
2009/3/22	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	اللغة العربية وتحديات اليوم	475
2009/3/29	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	النفس وأمراضها	476

2009/4/5	عثمان عثمان	بشير أحمد صلاح	الدعوة الإسلامية.. واقع ومشكلات	477
2009/4/12	عثمان عثمان	عبد الله بن بيه	فقه التوقع	478
2009/4/19	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	وظيفة الفقيه اليوم	479
2009/4/26	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	عالم الغيب	480
2009/5/3	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	اتباع الهوى ومجاهدة النفس	481
2009/5/10	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الترف والرفاهية	482
2009/5/17	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	قبول الأعمال الصالحة	483
2009/5/24	عثمان عثمان	الكبيسي	ثقافة التبرير	484
2009/5/31	عثمان عثمان	محمد عمارة	القدس تاريخاً وثقافة	485
2009/6/7	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	المسلم المعاصر وتحديات السينما	486
2009/6/14	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	طريق الهداية	487
2009/6/21	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الفتاوى الشاذة	488
2009/6/28	عثمان عثمان	عماد الدين خليل	الوقائع التاريخية في القرآن الكريم	489
2009/7/5	عثمان عثمان	علي الصلابي	سنن الله في خلقه	490
2009/7/12	عثمان عثمان	مالك شعار	دور عالم الدين في لبنان	491
2009/7/19	عثمان عثمان	المرزوقي	موقع الشريعة في الحياة المعاصرة	492
2009/7/26	عثمان عثمان	سلمان العودة	فقه الخطأ	493
2009/8/2	عثمان عثمان	وهبة الزحيلي	التوابت والمتغيرات في الشريعة	494
2009/8/9	عثمان عثمان	عصام البشير	السلف الصالح مذهب أم منهج	495
2009/8/16	عثمان عثمان	مصطفى بوهندي	الإسرائيليات في تفسير القرآن	496
2009/8/23	عثمان عثمان	محمد الراوي	الصيام والتقوى	497
2009/8/30	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	إعمال العقل	498
2009/9/6	عثمان عثمان	غانم الحمد	تاريخ المصحف وطريقة رسمه	489
2009/9/13	عثمان عثمان	حامد العلي	فقه الجهاد وآلاته	490
2009/9/20	عثمان عثمان	علي القره داغي	قبول العمل وعلاماته	491
2009/9/27	توفيق طه	يوسف القرضاوي	مراعاة أحوال الناس	492
2009/10/4	توفيق طه	أحمد عبادي	أزمة العلوم الإسلامية	493
2009/10/18	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	التلاعب بالدين	494
2009/10/25	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الاستبداد الديني	495
2009/11/1	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	فقه الدعاء	496
2009/11/8	عثمان عثمان	محمد عمارة	العقلانية الإسلامية	497
2009/11/15	عثمان عثمان	عبد الله بن بيه	صناعة الفتوى	498
2009/11/22	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	دعوى الجاهلية اليوم وأشكالها	499
2009/11/29	عثمان عثمان	عبد الجبار سعيد	وصية النبي صلى الله عليه وسلم للمسلمين	500
2009/12/6	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	معركة الرموز الإسلامية في أوروبا	501
2009/12/13	عثمان عثمان	أحمد الريسوني	خطاب الفقهي.. واقعه ومشكلاته	502
2009/12/20	عثمان عثمان	سيف عبد الفتاح	أزمة الدولة اليوم	503
2009/12/27	عثمان عثمان	يوسف القرضاوي	الهوية الإسلامية	504

ملحق 2 : تلفزيون فلسطين :



ملحق 3

1- مقدمة حلقة ذكرى احراق المسجد الأقصى:

ماهر عبد الله: أعزائي المشاهدين السلام عليكم ورحمة الله -تعالى- وبركاته، وأهلاً ومرحباً بكم في حلقة جديدة في برنامج (الشريعة والحياة).

موضوع حلقتنا لهذا اليوم هو الذكرى التي مرت قبل أيام لإحراق المسجد الأقصى، الكثير من المسلمين والعرب يعتقدون أن المحاولات الإسرائيلية لتدمير المسجد الأقصى مازالت قائمة، وأن هناك مؤسسات إسرائيلية تعمل لهذا الغرض، إضافة إلى مجموعة من المحاولات لتهدويد مدينة القدس عموماً، وليس فقط الأقصى، حيث يزعم اليهود أن في مكانه يقع موقع الهيكل الذي هُدم.

وأعتقد أن ضيفنا لهذا اليوم السيد رائد صلاح رئيس بلدية أم الفحم، وهو أيضاً زعيم الحركة الإسلامية في عرب 1948م داخل الخط الأخضر في فلسطين المحتلة عام 1948م، هو من الناس الذين شاركوا في الدفاع عن المسجد الأقصى، وكانت له جهود بارزة و متميزة في الحادث

الذي اشتهر عالمياً باسم حادث (الأنفاق) عندما حاول ننتياهو افتتاح أنفاق تحت المسجد الأقصى، واختلفت الروايات، الإسرائيليون أصروا أن لها طابع تاريخي أثري بحت، في حين أن المسلمين رأوا أن في هذا جزء من مشروع لهدم المسجد الأقصى وإعادة بناء الهيكل مكانه.

أيضا السيد رائد صلاح له مشاركات في إعمار بعض المساجد مثل المصلى المرواني بالتعاون مع اللجان الرسمية المختصة مثل هيئة الأوقاف، ولجنة الإعمار في القدس الشريف، السيد رائد صلاح أهلاً وسهلاً بك في قناة (الجزيرة).

2- مقدمة

أعزائي المشاهدين.. سلام من الله عليكم وأهلاً ومرحباً بكم في حلقة جديدة من برنامج (الشرعية والحياة).

موضوعنا لهذا اليوم هو الانتفاضة الفلسطينية، لماذا فترت عزيمة المسلمين في دعمها بعد أن كانت الأمة قد أبدت تميزاً ملحوظاً في التعاطف معها وفي الاستجابة لمتطلباتها في الأيام الأولى؟ انعقدت قمة إسلامية ثم انعقدت قمة عربية، ولم نر الكثير يتغير من أجل دعم الانتفاضة أو وقف المطامع الصهيونية وممارسات القمع التي تمارسها الحكومة الإسرائيلية ضد الشعب الفلسطيني. لمعرفة ما يجب علينا فعله من وجهة نظر إسلامية، اسبحوا لي أن أرحب باسمكم بداية بالإمام الدكتور يوسف القرضاوي، أهلاً وسهلاً بك.

ملحق 4

نماذج من الاسئلة للمقدم ماهر عبد الله:

ماهر عبد الله: لو ابتدينا معك بسؤال يعني توطئة عن مكانة الأقصى.. مكانة القدس عند الأديان الثلاثة، فالمتفق عليه أنها مقدسة عند اليهود، والمسيحيين، وأخيراً عند المسلمين، يعني باختصار شديد درجة قدسيتها عند هذه الأديان إلى أي حد تصطم ببعضها؟

ماهر عبد الله(مقاطعاً): طب لو سمحت لي بالمقاطعة، هذا موقف المسلمين من الأقصى، المدينة لها وضع مميز عند الأديان الثلاثة، فهل نعرف نحن المسلمين بالمكانة المتميزة للمناطق المقدسة في القدس للديانتين الأخرين؟

ماهر عبد الله: لو رجعنا للذكرى التي اجتمعنا بسببها اليوم، ذكرى إحراق المسجد التي مرت منذ..رائد صلاح: ثلاثين عاماً. ماهر عبد الله: ثلاثين عاماً؟

ماهر عبد الله: وما زال، ففي.. في دراسته يؤكد أن عملية الإحراق كانت مخططة، ويستشهد بمجموعة أدلة أحدها أن الحريق شب في مكانين متباعدين في وقت واحد، بيستشهد بأن المياه قطعت عن القدس حتى لا تتمكن سيارات الإطفاء من استخدام المياه في إطفاء الحريق، وهو يقول - أيضاً- أن سيارات الإطفاء الإسرائيلية تأخرت في القدوم، باعتقادك وأنت أدري الناس بالمجتمع

الإسرائيلي، بالحكومة الإسرائيلية أنت تخالط هؤلاء الناس، هل كانت مؤامرة، أم كانت حدث فردي من رجل مجنون؟

ماهر عبد الله: هل هناك جهود حقيقية ملموسة؟ لأنه في بعض الأحيان العرب والمسلمين مغرمون بنظريات المؤامرة، يعني أنا لا أزعم أن هناك مؤامرة أو لا يوجد هناك مؤامرة، لكن من خلال مخالطتك هل هناك فعلاً محاولات جادة ورسمية لإقامة هيكل؟ أم أن فيه تهويل من جانب العرب والمسلمين في هذا الموضوع؟

ماهر عبد الله [مقاطعاً]: أعطني.. أعطني جزءاً من هذه الخطوات؟

ماهر عبد الله [مقاطعاً]: اسمح لي أن أسألك هنا سؤال، إحنا عايشين في عالم عربي إسلامي فيه حركة صحوة دينية، على أطرافها فيه حركة تطرف إسلامية، أعتقد حنتفق أن فيه حركات تطرف إسلامية، في إسرائيل الذين يقومون بهذه الاعتداءات هل هي جهة رسمية حكومية، هل جزء من خطة رسمية أم أن هناك جماعات يهودية متطرفة لا تعكس بالضرورة لا موقف الشارع اليهودي، ولا موقف الحكومة الإسرائيلية؟

ماهر عبد الله [مقاطعاً]: يعني اسمح لي أنت شاركت في.. في المعمعة التي وقعت في تلك الفترة، يعني ما هو الخطأ بوجهة النظر الرسمية التي كان يعبر عنها نتناها هو أن هذه الأنفاق موجودة من زمن -أصلاً- هي أنفاق رومانية، وكل ما جرى هو زحزحة بعض التراب من بين الحجارة، والتراب هذا ما كانش من القوة بحيث يحمي لا مبنى المسجد الأقصى، ولا مبنى الحرم، يعني لماذا لا تتفقون مع هذا الرأي؟! لماذا يرفض القول بأن هذه أنفاق تاريخية، ونحن فقط كشفنا التراب عنها؟

ماهر عبد الله [مقاطعاً]: اسمح لي، بس، إيش الحاشنومئيم، إحنا جمهورنا عرب.. لا يعرف العبرية كثيراً؟

ماهر عبد الله [مقاطعاً]: لو سمحت لي، بس أنا حبيت أقاطعك، عندي سؤال شوية تفصيلي خلال هذه الحفريات، السبب والتسمية الحاشنومئيم كلها مربوطة بالتاريخ، وفيه سعي حثيث إسرائيلي منذ 67 للبحث عن آثار بقايا الهيكل، خلال كل هذه الحفريات، لما احترق المسجد الأقصى 69، أنا أعتقد لجنة الإعمار حفرت تسعة أو عشرة أمتار حتى وصلت إلى الطبقة الصخرية، هل ظهرت آثار -ولنكن منصفين بعيداً عن الصراع السياسي- هل ظهرت آثار للهيكل اليهودي الذي هدم في منطقة الحرم؟

ملحق 5

نماذج من اسئلة عبد الصمد ناصر واجوبة الضيف:

عبد الصمد ناصر: أهلاً بكم من جديد في برنامج الشريعة والحياة الذي نخصه الليلة لمدينة القدس وضيفنا الدكتور مصطفى أبو صوي المحاضر بجامعة القدس، دكتور مصطفى كنا نتحدث قبل الفاصل حول الأماكن المقدسة بالمدينة لو قدمنا تعريف موجز لبعض ما نسمع عنه من

أماكن كنيسة القيامة لدى المسيحيين أو حائط البراق أو المبكى كما يسميه اليهود، لو تُعرفنا بهذه الأماكن؟

مصطفى أبو صوي: يعني كنيسة القيامة موجودة في داخل البلدة القديمة وطبعاً من اسمها عند في اللاهوت المسيحيين أن المسيح عليه السلام قام من بعد موته بثلاث أيام أو كذا، يعني لا خلاف حول المكان، طبعاً هنالك كلام آخر حول يعني مفاهيم لاهوتية يعني المسيحية يمكن الآن حتى الوقت المناسب لذكرها عند المسيحيين أن القدس في حد ذاتها القدس الأرضية هذه هي استباق لقدس السماء وهكذا يعني الموقف الأصلي من المدينة المقدسة ومادام أن سنذكر قضية الهيكل عند المسيحيين بدلاً من الحجر أو المكان هو الإنسان وفي هذا فرق كبير جداً ما بين اللاهوت المسيحي.

عبد الصمد ناصر: الإنسان عند المسيحيين يعني؟

مصطفى أبو صوي: الإنسان عند المسيحيين هو الهيكل في حد ذاته.

عبد الصمد ناصر: الكثيرين يسمعون كلمة الهيكل.. بناء الهيكل ما المقصود بالهيكل؟

مصطفى أبو صوي: يعني عند اليهود يؤمنون بأن سليمان عليه السلام أقام مكاناً للعبادة وسموه الهيكل وحقيقة هي ليست التسمية الوحيدة لأماكن العبادة عند اليهود، في مصر قديماً استخدموا كلمة مسجداً مسجداً للدليل على الكنيس اليهودي وهذا يعني شيء لطيف الإشارة إليه، الأنبياء من ضمن التصور الإسلامي يعني إنما اتخذوا مساجد وكانوا يسجدون لله عز وجل إنما القضية الأساسية هو أنهم يرون أنه كان هنالك هيكل، تبقى القضية هي تحديد مثل هذا المكان.

عبد الصمد ناصر: نعم بخصوص حائط البراق؟

مصطفى أبو صوي: بخصوص حائط البراق هو جزء من المسجد الأقصى ابتداءً، والمسلمون هنالك حديث حول قضية البراق وحول قضية ربط البراق يعني هي الأحاديث متعددة وهيئات متعددة لكن..

عبد الصمد ناصر[مقاطعاً]: البراق هو اسم أعتقد الدابة التي عرج به الرسول صلى الله عليه وسلم إلى السماء.

مصطفى أبو صوي: البراق اسم الدابة التي يعني أحضرت الرسول صلى الله عليه وسلم وحين أسري به من مسجد الحرام للمسجد الأقصى وبعض الأحاديث تدل على أنه ربط الدابة هذه وهذا هو يعني سبب تسمية الحائط بحائط البراق.

عبد الصمد ناصر: ولكن لماذا سُميَ عند اليهود المبكى؟

مصطفى أبو صوي: هم يبكون على الهيكل المهدوم وطبعاً القضية الأساسية تبقى قضية المكان.

عبد الصمد ناصر: يعني هذا الهيكل هو الذي يتم البحث عنه الآن من قبل أو في عمليات الحفريات التي تجري الآن في المسجد والتي تهدد أثاث المسجد، يعني هناك عمليات كثيرة تجري

الآن ومخاطر تهدد المسجد الأقصى الزميلة جيفارا البديري حاولت أن تضعنا في صورة ما يجري الآن بالقدس ووفتنا بالتقرير التالي.

[تقرير مسجل]

عبد الصمد ناصر: نعم إذا كان المسلمون ليس باستطاعتهم أن يعول كثيراً على الغرب وعلى المسيحيين الغرب بالخصوص في دعم قضيتهم ما واجبات كل مسلم إزاء قضية هي لها ارتباط بعقيدتهم قضية القدس طبعاً، ومكانة القدس في الإسلام تحتم على المسلم واجبات إزاءها كيف تنظر أنت إلى ردة الفعل التي تصدر عن العالم الإسلامي إزاء قضية خطيرة كهذه؟

مصطفى أبو صوي: يعني أقول ما قاله الدكتور محمد العدلوني عن الحاجة الاستراتيجية شاملة يعني عدم الاعتماد على الخطابة وعلى الحماسة طبعاً لا بد من يعني من رؤية واضحة حقيقة لطبيعة هذه المعركة وأعطيك مثال يعني نرى إذا كان الناس ينجحون فيه، أوري شترت وهو مهندس بلدية الاحتلال صار بإخطار لـ 88..

عبد الصمد ناصر: بسلوان.

مصطفى أبو صوي: بلدة في يعني عفوا بيت أو أهل البيت في سلوان وأنه سيكون هناك أوامر يهدم هذه البيوت، هذه البيوت الـ 88 فيها حوالي ألف ساكن وطبعاً السؤال الأساسي هو ليس فيما إذا كان هنالك بيوت بنيت بدون رخصة هي القضية الأساسية التمييز في قضية الرخص والتمييز في الجدار في حد ذاته هو لفضم أرضاً فلسطينية زيادة منذ 1967 ترك 13% فقط لأهل القدس الشرقية للبناء ابتداءً في النهاية يجب أن يعني يكون هنالك ضغط منظم وعمل منظم واستراتيجية منظمة لحل مثل.. هذه مشكلة تعتبر جزئية ونموذجاً يدل هل يمكن أن يعمل العرب والمسلمون شيئاً عن طريق مؤسساتهم وعن طريق مثلاً وزارات الخارجية وعن طريق العلاقات مع العالم الحر كما يسمى.

عبد الصمد ناصر: نعم الكثير من العلماء أفتوا بأن تحرير القدس كأرض إسلامية هو فرض عين على كل المسلمين ونحن نرى الآن أن الوضع وضع المسلمين هو حال من الترددي والانحطاط يعني ما هي الأدوات الأخرى التي يملكها المسلمون لدعم هذه القضية لإنقاذ على الأقل إسلامية القدس؟

مصطفى أبو صوي: أنا أقول يمكن التحرك على أكثر من مستوى، أقول أننا إحنا قصرنا حقيقة في إيصال خطاب معقول ومناسب وبدون نقول يعني جرعة زائدة من العاطفة يمكن يكون مناسبة لي لحضور وجمهور عربي ولكنها غير مناسبة لجماهير أخرى وإسرائيل نجحت حينما نجحت بالتسويق رؤيتها للمشكلة يعني عملياً هنالك خطوات تماماً مثل عمليات التسويق المادية.

عبد الصمد ناصر: البعض يرى بأن الخلل هو أن إسرائيل تنظر إلى الصراع وإن كان غير معن على أنه ديني بينما الكثيرون عندنا في العالم العربي والإسلامي ينظرون على أنه صراع سياسي، هل هذا ما يضعف الموقف العربي والإسلامي بخصوص القدس؟

مصطفى أبو صوي: الموقف العربي ضعيف ليس بسبب الرؤية هل هو سياسي أم ديني،
الموقف العربي ضعيف بسبب التشرذم بسبب يعني المنظومة التي يعني منظومة الواقع العربي
التحالفات مع قوى خارج هذه المنظومة القلب ليس على القلب.

عبد الصمد ناصر: {إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ} دكتور مصطفى أبو
صوي المحاضر بجامعة القدس شكرا لك ونشكر مشاهدنا الكرام لمتابعتهم وملتقي في حلقة قادمة
بحول الله.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
1	1- صفحة الغلاف
3	أ-إجازة الرسالة
4	ب-الاهداء
5	ج- اقرار
6	ب- شكر و عرفان
7	2- الملخص
10	3- المقدمة
12	4- خطة الدراسة ومنهج البحث
12	أ- أهمية الدراسة
12	ب- مشكلة الدراسة
13	ج- أسباب اختيار الموضوع
14	د- الحدود الزمانية والمكانية
14	هـ- أهداف الدراسة
15	و- أسئلة الدراسة
15	ز- فرضيات الدراسة
15	ح- أساليب الدراسة
16	ط- مجتمع وعينة الدراسة
16	ي- صعوبات واجهت الدراسة
17	ك- الدراسات السابقة
23	5- الفصل الأول: تمهيد
24	• المبحث الأول: تعريف عناصر العنوان
24	أ- المرسل

- 26 ب_ البرنامج
- 27 ج- التلفاز
- 27 د- الإعلام
- 29 هـ- الإسلام
- 31 • المبحث الثاني : كلمات بمعنى المرسل
- 31 أ- مراسل
- 31 ب- المندوب
- 32 ج- الموفد
- 33 د- مذيع
- 33 هـ- مقدم
- 34 و- القائم بالاتصال
- 34 ز- رسول
- 35 ح- نبي
- 36 ط- كلمة المخبر
- 38 ي- الفائز (القول)
- 38 ك- الداعية والدعاية والإعلامي
- 40 ل- المعلن
- 43 • المبحث الثالث : نبذة تاريخية
- 46 **6- الفصل الثاني: مرسل التلفاز**
- 47 • المبحث الأول: نشأة التلفاز
- 55 • المبحث الثاني: اثر مرسل التلفاز على المجتمع، وما الذي يميزه عن باقي مرسلي الإذاعة والصحف وخطباء المنابر... الخ.
- 60 • المبحث الثالث: العلاقة بين المرسل في التلفاز والعناصر الإعلامية الأخرى
- 64 • المبحث الرابع: التنافس بين المرسلين
- 67 • المبحث الخامس: التحديات التي تواجه المرسل
- 73 **7- الفصل الثالث: المرسل وضوابط الشريعة الإسلامية**
- 74 • المبحث الأول: المرسل التلفزيوني في الإعلام الإسلامي
- 78 • المبحث الثاني: هل كل مسلم مرسل؟ وهل عمله فرض عين أم فرض كفاية؟
- 87 • المبحث الثالث: كيف يتم اختيار المرسل

- 93 • المبحث الرابع: صفات المرسل
- 97 أ- المطلب الأول: صفات المرسل الشكلية
- 99 ب- المطلب الثاني: صفات المرسل العلمية
- 102 ج- المطلب الثالث: صفات المرسل الفنية
- 104 د- المطلب الرابع: الصفات العامة للمرسل
- 106 • المبحث الخامس: مصادر المرسل
- 110 • المبحث السادس: أهداف المرسل
- 115 **8- الفصل الرابع: لغة المرسل**
- 116 • المبحث الأول: المرسل واللغة
- 123 • المبحث الثاني: المرسل بين الخبر والانشاء
- 129 • المبحث الثالث: المرسل و الكلمات و المصطلحات الوافدة
- 138 • المبحث الرابع: أسلوب المرسل
- 148 **9- الفصل الخامس: المرسل بين الحرية والقيود**
- 149 • المبحث الأول: حرية المرسل.
- 160 • المبحث الثاني: بيع وشراء المادة الاعلامية.
- 164 • المبحث الثالث: الموضوعية والحيادية.
- 177 • المبحث الرابع: ضوابط الشرع في المرسل.
- 180 **10- الفصل السادس: المرسل ما بين اختيار الضيوف ومواضيع النقاش**
- 181 • المبحث الأول: المرسل في البرامج الحوارية.
- 187 • المبحث الثاني: اختيار المرسل لمواضيع النقاش.
- 195 • المبحث الثالث: إختيار ضيوف البرامج.
- 204 • المبحث الرابع: إختيار أسئلة الحوار.
- 210 **11- الفصل السابع: تطبيقات على نماذج من المرسلين**
- 211 • المبحث الأول: المرسل النمطي:
- 211 أ- المطلب الأول: المرسل النمطي في المؤسسة الاعلامية الحكومية
- 214 ب- المطلب الثاني: المرسل النمطي في المؤسسة الحكومية و يناقش فكر اسلامي
- 218 • المبحث الثاني: دراسة نقدية تحليلية لبعض مرسلي الشريعة والحياة
- 218 أ- المطلب الأول: نشأة البرنامج وفكرته واهدافه:
- 222 ب- المطلب الثاني: دراسة تحليلية لبعض المرسلين في حلقات ناقشت القضية الفلسطينية في برنامج الشريعة والحياة.

229
231
233
235
243
260

12- خاتمة الدراسة

- نتائج ادراسة
- توصيات
- المصادر والمراجع
- الملاحق
- فهرس المحتويات