



مسؤولية الإعلام الإسلامي في الدفاع عن رسول الله ﷺ

د. عبد الهادي محمود الزيدي
جامعة بغداد / كلية العلوم الإسلامية
Dr. Abdul Hadi M. Alzaidi
Baghdad University
abdulhadialzaidi@yahoo.com



Research Summary

Employees in media are the most responsible of Da'uaa through media ,and acquisition skill and developing their abilities and goes deeply into the field of media technically and artistically with commitment of Islamic faith and working within Islamic media controls and that's the desired in the employees of media.

The main task in facing the abuses on the prophet (pbuh) must be done by employees in islamic media ,so there must be plans and methodology with high professional specifications and high level persuasive ability showed on the whole world to clarify the prophet graciousness on humanity .

From the research results is :

Muslim media employees shouldn't separate from reality and events trend, and devote the entire of his media message to success it and reach the .

الملخص:

لم يعد خافيا على احد أهمية وخطورة وسائل الإعلام في تغيير الاتجاهات والقيم وتشكيل الرأي العام ، خاصة في هذا الزمن الذي اتسعت فيه وتطورت هذه الوسائل إلى ما يعرف بإعلام التواصل الاجتماعي الذي أصبح متاحا أمام الجميع وفي أي وقت ومكان.

كما ان ما نتج من إساءات إعلامية غربية دفعت المهتمين والعاملين في حقل الإعلام عامة والإسلامي خاصة للتفكير بطرق ناجحة لتوظيف وسائل الإعلام في قضية يتشرف أي مسلم في القيام بها، وهي تفنيد هذه الإساءات والرد عليها بنفس الوسائل وفي غيرها مما يميز العقل المتحضر المتعلم عن غيره، ولهذا ترتبط أهمية هذا البحث: (مسؤولية الإعلام الإسلامي في الدفاع عن رسول الله - صلى الله عليه وسلم -) بالخوض في موضوع اعتلى قمة الاهتمام العالمي في السياسة والإعلام والفكر ، لتحديد مجموعة إجابات لجملة أسئلة تتعلق بمفهوم المسؤولية الإعلامية وصفات الإعلامي المسلم وطريقته في الرد على الإساءات الموجهة لرسول الله - صلى الله عليه وسلم - وذلك في مبحثين، حمل الأول عنوان: الإعلام الإسلامي والمسؤولية، والثاني بعنوان: الإصلاح الإعلامي ومواجهة الإساءات، وفي كل مبحث منهما ثلاثة مباحث في محاولة للإجابة عن تساؤلات البحث.

ثم خرج الباحث بنتائج منها: ضرورة قيام العاملين في الإعلام الإسلامي بواجبهم في مواجهة الإساءات عن طريق خطط وبرامج منهجية وذات مواصفات مهنية عالية متقدمة تعرض على العالم كله لبيان فضل رسول الله ﷺ على البشرية.

كما إن أن ردود الإعلام الإسلامي على إساءات الغرب هي من باب الدعوة إلى الله التي يجب أن تتصف بالحكمة في عرض الإسلام والموعظة الصادقة لمن يجهل مكانة رسول الله ﷺ وبالجدال العلمي الذي لا يفقد فيه صاحب الحق اتزانه فيخسر قضيته.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

رسالة الإعلام اليوم في قيادة الأمة إلى شاطئ الأمان والدفاع عن ثوابتها ليست هواً أو بطراً أو لسد فراغ بل هي مهمة صعبة وحيوية، وهذا ما لا نقوله نحن فحسب بل قاله المفكرون والدعاة وزعماء الأمة والمصلحون في أكثر من مناسبة، وأكدته الشواهد الحضارية ومجريات الحياة المعاصرة بعد أن تعرضت الشريعة الإسلامية وأحكامها ورموزها إلى ما نرى من إهمال وهجوم قاسٍ وتشويه، بحاجة إلى مواجهتها بالعلم والكلمة الهادفة والموعظة، قال تعالى: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَحَدِّ لَّهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾ (سورة النحل) إن ما جرى ويجري من هجوم ظالم، على الإسلام والمسلمين في الإعلام والسياسة والفكر والحرب وغير ذلك، ومنها اعتداء الغرب على مكانة رسولنا الكريم محمد ﷺ دفع المختصين بالإعلام الإسلامي وغير المختصين إلى عد الدعوة الإسلامية من خلال الإعلام فرض عين على كل مسلم ومسلمة، وبعضهم عدّها فرض كفاية وكلتا الحالتين فيهما إشارة واضحة إلى أهمية

العمل الإعلامي اليوم وضرورة عناية الأمة به، لصلاحية وسائل الإعلام للدعوة ونشر دين الله كما تصلح لنشر الرذيلة والإلحاد ولذلك فأمر الدعوة الإسلامية من خلال الإعلام يختلف عن أي أمر آخر، ففي الوقت الذي لم تكن هناك فضائيات أو صحف أو انترنت كانت الدعوة من خلال الاتصال الشخصي وخطب الجمعة وتبليغ الآيات القرآنية، ولو كانت -آنذاك- وسائل الإعلام الحديثة متوفرة، لما تردد المسلمون الأوائل من استخدامها لكونها واسطة العصر في الاتصال، وأداة الوقت في إيصال الدعوة والفكرة والمعلومة، وقد أدرك علماء الأمة هذه الحقيقة فهم يسهمون في الدعوة إلى دين الله تعالى من خلال التلفاز والانترنت والصحافة وغيرها من وسائل وأدوات إعلامية حديثة.

فما دام المسلمون جميعاً مكلفون بالدعوة لدين الله تعالى ومادامت وسائل الإعلام تصلح لهذه الدعوة، يتوجب على كل من يدعو لدين الله ويأمر بالمعروف أن لا يتردد في انتهاج طريق استخدام الوسيلة الإعلامية حين يتمكن من ذلك، فان لم يستطع قصر جهوده على الاتصال الشخصي أو الدعوة في محيطه القريب حسب مقدرته وثقافته التي يملكها، لبيان معنى الإسلام وفضل القرآن على البشرية والدفاع عن رسول الله

ثم خرج الباحث بنتائج تعبر عن ما ورد فيه من تشخيص المشكلة ومعالجتها، داعياً الله تعالى التوفيق والسداد، انه ولي ذلك، تبارك الله من ولي ومعبود.

ﷺ، أما في الجانب الآخر- أي العاملين في الإعلام- فهم الأكثر مسؤولية في هذا الاتجاه: الدعوة والإعلام عبر وسائل الإعلام واكتساب المهارات وتطوير إمكانياتهم والتعمق في مجال الإعلام تقنياً وفنياً مع التمسك بالعقيدة الإسلامية والعمل ضمن الضوابط الشرعية للإعلام الإسلامي، وهذا هو المطلوب في مواصفات العامل في هذا الإعلام.

ومن هنا تأتي أهمية البحث: (مسؤولية الإعلام الإسلامي في الدفاع عن رسول الله ﷺ) للإجابة على أسئلة عدة قد تشغل أي باحث فيه، منها:

* ما معنى المسؤولية بشكل عام والإعلامية خاصة؟

* ما التفسير الإعلامي للإساءات الغرب لرسول الله ﷺ؟

* كيف نواجه هذه الإساءات في الإعلام الإسلامي؟

وقد اقتضت خطة البحث تقسيمه إلى مبحثين، حمل الأول عنوان: الإعلام الإسلامي والمسؤولية، والثاني بعنوان: الإصلاح الإعلامي ومواجهة الإساءات، وفي كل مبحث منهما ثلاثة مباحث في محاولة للإجابة عن تساؤلات البحث.



بكافة إمكانيات وسائل الإعلام والإقناع^(٢). وينظر إليه على أنه: (تزويد الجماهير بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة داخل الأمة الإسلامية وخارجها).^(٣) كما يعرف الإعلام الإسلامي بأنه: تبليغ الجماهير بحقائق الدين الإسلامي ونقل الأخبار والوقائع والمعلومات بصورة صحيحة ومنضبطة عبر وسائل مخصوصة، داخل الأمة الإسلامية وخارجها بقصد الإقناع والتأثير^(٤). ويمكن للباحث تعريف الإعلام الإسلامي بأنه: نشاط اتصالي يهدف منه المرسل إيصال مفاهيم الدين الإسلامي إلى المتلقي في رسائل إعلامية مختلفة وعبر وسائل متنوعة للتأثير في الرأي العام.

وقد يخفي هذا المفهوم حين نجد صعوبة في تحديد الإعلام الإسلامي في بعض الدول وذلك أن المجتمع الإسلامي الذي يطبق الشريعة

(٢) د. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ النظرية التطبيقية، القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٢، ص ٢٥.
(٣) د. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي بالقاهرة، ودار الرفاعي بالرياض، ١٩٨٣، ص ١٩.

(٤) ينظر: د. طه أحمد الزيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، عمان، دار النفائس، ٢٠١٠، ص ٤٦.

المبحث الأول

الإعلام الإسلامي والمسؤولية المطلب الأول: مفهوم الإعلام الإسلامي:

يستند الإعلام الإسلامي في نظريته وتطبيقاته على المفاهيم القرآنية والنبوية فله سماته الخاصة التي يمكن الوقوف عليها من خلال هذه التعريفات، حيث يعرف بأنه: (تزويد الجماهير بصفة عامة بحقائق الدين الإسلامي المستمدة من كتاب الله وسنة رسوله بصفة مباشرة أو غير مباشرة من خلال وسيلة إعلامية دينية متخصصة أو عامة، بواسطة قائم بالاتصال لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي يتناولها وذلك بغية تكوين رأي عام صائب يعي الحقائق الدينية في معتقداته وعباداته ومعاملاته)^(١).

ويعرفه الدكتور محمد منير حجاب بأنه: (جهد فني وعلمي مدروس ومخطط ومستمر وصادق من قبل قائم بالاتصال هيئة كانت أم جماعة أم فردا لديه خلفية واسعة ومتعمقة في موضوع الرسالة التي تناولها، ويستهدف الاتصال بالجمهور العام وهيئاته النوعية وأفراده،

(١) د. محيي الدين عبد الحلیم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، القاهرة، ١٤٠٠ هـ، ص ٤٠.

الإسلامية مجتمع واضح العقيدة، متكامل البناء الاجتماعي، ومن ثم فإن كل شيء فيه إسلامي بدءاً من المرح والمزاح وحتى مواجهة الموت، والإعلام في مثل هذه الحالة إسلامي في صدق أخباره وإسلامي في الترويح والتسلية وإسلامي في إعلاناته وإسلامي في تعليمه وإسلامي في شرح الأخبار وتفسيرها وهكذا، إما المجتمع الذي يطبق من الشريعة شيئاً ويترك أشياء ويتحایل في تطبيقها بالمخالفة أو المنع أو الالتفاف وهو برغم ذلك يسمى نفسه مجتمعاً إسلامياً أو دولة إسلامية فإن الإعلام فيه بصفة عامة لا يسمى إعلاماً إسلامياً وإنما يمثل إعلام تلك المجتمعات.

والإعلام في التصور الإسلامي يحتل جزءاً من منظومة النظام العام الساعي لتحقيق مصالح الناس وسعادتهم، وهو بهذا التوجه لا بد أن يصاغ صياغة متزنة تتوافق وذلك النظام، وتنسجم مع كل معطياته الفكرية والسلوكية، كي لا يحدث صدام بين جزء وآخر في داخل المنظومة الواحدة^(١).

(١) ينظر: محيي الدين خير الله، أثر الإعلام المعاصر في العقيدة والتربية والسلوك، دار النهضة، دمشق ٢٠٠٧، ص ٢٥.

ويوجد خلط كبير في المفاهيم لدى معظم الباحثين الذين خاضوا في ميدان الإعلام الإسلامي، إذ يقصر بعضهم مفهوم الإعلام الإسلامي على الدعوة إلى الدين الإسلامي على حين يخلط بعضهم الآخر بين الإعلام الإسلامي والإعلام المتخصص، ويعود هذا الخلط في المفاهيم إلى إن أكثر الذين تناولوا الإعلام الإسلامي بالدراسة والبحث هم ليسوا من ذوي الاختصاص بالإعلام، بل تجد أكثرهم فقهاء في الدين الإسلامي ممن اصطلاح على تسميتهم بـ(علماء الدين) فتميزت الكتابات في مجال الإعلام الإسلامي بأن ينقسموا إلى: فريق الباحثين الذين درسوا الدين الإسلامي ولم يدرسوا الإعلام، وفريق الباحثين الذين درسوا الإعلام ولم يدرسوا الدين الإسلامي وكلاهما يكتب في حقله متوهماً أنه يأتي بشيء جديد^(٢).

والإعلام يصبح إسلامياً عندما (يعالج مختلف قضايا الحياة وأحداثها من منظور إسلامي استناداً إلى القرآن الكريم والسنة النبوية وما ارتضته الأمة من مصادر تشريعية، وتقديم هذه القضايا والأحداث بلغة مناسبة واستخدام الفنون الإعلامية الملائمة والإفادة من كل

(٢) ينظر: د. طه أحمد الزيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، ص ٤٨ وما بعدها.



مسؤول عن دقة المعلومات التي يقدمها للقارئ وعن عدم التسبب في الأذى لأفراد المجتمع.^(٣) وإن التزام الإعلام بمجموعة مبادئ تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الفرد ومصالح المجتمع يسمح للصحافة أن تؤدي وظيفتها الاجتماعية بكفاية عن طريق تقديم البيانات الكاملة والصادقة عن الأحداث، وخدمة فئات المجتمع كلها، وفي جانبها الأخلاقي ينظر لها على إنها منظومة من المبادئ والمعايير التي تهدف إلى ترشيد سلوك الإعلاميين، مع توجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة، والنظر إلى التقليل قدر الإمكان من الإضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر وضمان حماية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين.^(٤)

والمسؤولية عند الإعلاميين: هي (أهلية الإعلامي أو المؤسسة الإعلامية في تحمل تبعة

الوسائل الحديثة).^(٥) ومن أجل فض اختلاط المفاهيم بعضها عن البعض الآخر في موضوع الإعلام الإسلامي طالب الكثيرون بإنشاء كليات وأقسام لهذا التخصص لإعداد رجال إعلام وفرق عمل تستطيع القيام بمهام ذلك الإعلام.^(٦)

المطلب الثاني: المسؤولية الإعلامية في الشريعة الإسلامية:

ينظر للمسؤولية الإعلامية في جانبها الاجتماعي على إنها: مجموعة الوظائف التي يجب أن يلتزم الإعلاميون بتأديتها إمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، يتوافر في معالجتها موادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للإعلام حرية حقيقية تجعله مسئولا أمام القانون والرأي العام، وهذا يعني أن وجود صحافة مسؤولة يعني وجود صحافة تعمل لخدمة المجتمع وعدم إيقاع الضرر به، فالصحفي

(٣) ينظر: د. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ٩٨.

(٤) ينظر: د. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، الكويت، مكتبة الفلاح، ٢٠٠٥، ص ٧٩.

(١) محمد منصور هيبه، الصحافة الإسلامية في مصر، المنصورة، دار الوفاء، ١٩٩٠، ص ٢٠.

(٢) ينظر: طالب بن محفوظ، وثيقة شرف إعلامية تتمخض عن بلاغ جاكركتا، جريدة عكاظ، عدد: ٣٨٣٤، في ١٦/٩/٢٠١١.

نشاطهم الإعلامي).^(١) وفي جانبها الشمولي يرى الباحث إن المسؤولية الإعلامية في الشريعة الإسلامية يمكن النظر إليها إلى إنها:

مجموعة القيم والأخلاقيات التي يلزم الإنسان بها نفسه إلزاماً فطرياً بالخلقة ومكتسباً بالمهنية لرعاية حق الجمهور في المعرفة الصادقة والهادفة المستندة إلى مفاهيم وأحكام الشريعة الإسلامية ويكون مسئولاً عنها في الدنيا والآخرة. وتتجسد أركان هذه المسؤولية في سيرة الرسول ﷺ إذ علم أمته مبدأ المسؤولية الإعلامية، فقد أمره الله تعالى بتبليغ رسالة ربه للناس جميعاً، وأن يحاج المكذبين والكفار ويخاطب عقولهم انطلاقاً من أدائه لمسؤوليته التي لها أسس وضوابط، حددها له الله تعالى، وأوجب عليه أن يعتمد في اتصاله بالناس على الحكمة والموعظة الحسنة، وأن يجادل الناس بالتي هي أحسن، وأن لا يسب الذين يدعون من دون الله، وأن يقول للناس حسناً، هذه الحدود لحرية القول وللمسؤولية الإعلامية علمها الرسول ﷺ صحابته وحملهم إياها كما علمهم الصلاة.

وهذه المسؤولية الإعلامية لها أثرها في حياة الناس، فهي بلا شك تعود على الأفراد والأمم

(١) د. طه الزبيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، عمان، ١٠١٠، ص ٢١٩.

بالنفع العام، وتؤدي إلى الإخاء والحب والاحترام والتعاون بين الأفراد والهيئات داخل المجتمع الإسلامي وخارجه، وتجمع كلمة أولى الأمر على الحق، وتقضي على النعرات الشخصية والطائفية، وهذا كله ينقص النظام الإعلامي العالمي اليوم، فالمسؤولية الإعلامية في الإسلام حصن لحماية الأخلاق والآداب والنظام من الاعتداء، واحترام لكل حق، بل هي في ذات الوقت حماية للإعلامي نفسه إذا التزم بها وعمل بقواعدها وضوابطها^(٢)، كما إن هناك نوع من الأسس القانونية يجب النظر إليها باهتمام عند مناقشة مفهوم المسؤولية الإعلامية، فالإعلام يعمل وسط ثلاثة من الدوائر القانونية:

الأولى: القوانين التي تسنها السلطة، والمقصود منها -هنا- تلك المتعلقة بالعمل الإعلامي.

الثانية: القوانين والأوامر الإدارية التي تصدرها المؤسسة الإعلامية.

(٢) ينظر: سعيد علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول ﷺ، الرياض، وزارة الأوقاف، ١٤١٧، ص ١٠١.



واجباته احترام خصوصيات الآخرين وأسرارهم وان يمتاز عمله بالدقة والصدق، ومن حقوقه ممارسة العمل الإعلامي وفق مقابل مالي ومعنوي معترف به وله أن ينظم هذا العمل وفق ما يراه مناسباً ولا يخل بنظام المجتمع وبالتالي فهي مسؤولية ذات أبعاد دنيوية وأخرية.

المطلب الثالث: مقومات الإعلامي المسلم:

ونعني بها جملة مقومات وخصائص لا بد أن يتحلى بها الإعلامي المسلم وهو يتصدى لحملة الإساءة الظالمة على سيرة وسنة نبيه ﷺ ومنها:

أولاً: لا بد أن يؤمن الإعلامي نفسه برسالة الإسلام وبشهادة: لا اله إلا الله، محمد رسول الله، إيماناً قطعياً ويتخذ من هذا النبي قائداً وموجهاً وقُدوة، ومثل هذا الإيمان له أثره في القلب؛ بالحب والتوقير والتعظيم؛ قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ ءَامِنُوا بِرَسُولِهِ يُؤْتِكُمْ كِفْلَيْنِ مِنْ رَحْمَتِهِ وَيَجْعَلْ لَكُمْ نُورًا تَمْشُونَ بِهِ وَيَعْفَركُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ﴾ (٢٨) ^(١) والإيمان بالشيء لا بد أن يتبعه عمل: الإيمان وإن كان أصله تصديق القلب، فذلك التصديق لا بد أن يُوجب حالاً في القلب وعملاً له، وهو تعظيم الرسول وإجلاله

والثالثة: موثيق الشرف الإعلامي التي تسنها الهيئات الإعلامية على اختلاف مسمياتها. ^(٢) وبشكل عام نجد الإعلامي (يتحمل المسؤولية تجاه التشريعات التي تحدد طبيعة عمله، وقد يكون مقبولا أن يتحمل الإعلاميون هذه المسؤولية إن صدرت من جهة تحترم حرية الإعلام، ولكن الاعتراض الذي يرد دوماً في شأن القوانين التي تحد من حريتهم). ^(٣)

وفي جميع الأحوال فإن الإعلامي الإسلامي ملتزم بالحفاظ على دينه فلا يجوز له شرعاً أن يعمل بأي أمر يخالف أوامر ربه، أو يدفعه لارتكاب المعاصي والآثام، حتى إن كان ذلك بنص قانوني: لقوله ﷺ: (على المرء السمع والطاعة فيما أحب أو كره، إلا أن يؤمر بمعصية، فإن أمر بمعصية فلا سمع ولا طاعة) ^(٤).

ومن تطبيق تعريف المسؤولية الإعلامية على الواقع المنظور إن مجموعة القيم والأخلاقيات التي يلزم الإنسان بها نفسه يمكن أن تبلور على شكل واجبات وحقوق في العمل الإعلامي فمن

(١) ينظر: اشرف الراعي، جرائم الصحافة والنشر - الذم والقدح -، الأردن، دار الثقافة، ٢٠١٠، ص ٦٩.

(٢) د. ليلي عبد المجيد، تشريعات الصحافة في مصر وأخلاقياتها، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٥.

(٣) أخرجه البخاري (١٩/١٣٢) برقم: ٦٧٢٥.

(٤) سورة الحديد، آية: ٢٨.

ومحبته، وذلك أمر لازم، فإذا لم تحصل هذه الحال، لم ينفع ذلك التصديق ولم يُغن شيئاً؛ وإنما يمنع حصوله إذا عارضه معارض من حسد الرسول، أو التكبر عليه، أو الإهمال له، وإعراض القلب عنه ونحو ذلك، ومتى حصل المعارض، كان وجود ذلك التصديق كعدمه^(١).

ومن لوازم الإيمان به: أن يكون رسول الله ﷺ أحب للإعلامي من نفسه وولده وجميع الخلق؛ كما دل عليه قوله تعالى: ﴿قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ اقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسْكَنٌ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرٍ وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ﴾^(٢) ولقوله ﷺ: (لا يؤمن أحدكم حتى أكون أحب إليه من والده وولده والناس أجمعين)^(٣). وفي جميع الأحوال فإن الإعلامي الإسلامي ملتزم بالحفاظ على دينه فلا يجوز له شرعاً أن يعمل بأي أمر يخالف أوامر ربه وسنة نبيه ﷺ، أو يدفعه لارتكاب المعاصي والآثام، حتى إن كان ذلك

بنص قانوني: لقوله ﷺ: (على المرء السمع والطاعة فيما أحب أو كره، إلا أن يؤمر بمعصية، فإن أمر بمعصية فلا سمع ولا طاعة)^(٤).

ثانياً: طاعته ﷺ وإتباعه، والتحاكم لستته، والانقياد لحكمه بقناعة وتسليم؛ وذلك من لوازم الإيمان بالله عز وجل، قال تعالى: ﴿مَنْ يُطِيعِ الرَّسُولَ فَقَدْ أَطَاعَ اللَّهَ وَمَنْ تَوَلَّى فَمَا أَرْسَلْنَاكَ عَلَيْهِمْ حَفِظًا﴾^(٥) وقال عز وجل ﴿قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ﴾^(٦). فالفرد الصالح المصلح الواعي لما يحدث -وكذا الإعلامي المضل- كلاهما تتضاعف مسؤوليتهما إلى يوم القيامة، بسبب من يتبع أعمالهم، أو يتبنى مواقفهم، فالمسؤولية إزاء وسائل الإعلام لا تنقطع وتبقى دائرتها الزمانية والمكانية في توسع، يقول عليه الصلاة والسلام: (من سن في الإسلام سنة حسنة فله أجرها واجر من عمل بها بعده على أن لا ينقص من أجورهم شيء)، ومن سن في الإسلام

(٤) رواه البخاري برقم (٦٧٢٥) ومسلم برقم (٤٨٦٩).

(٥) سورة النساء، آية: ٨٠.

(٦) سورة آل عمران، آية: ٣١.

(١) ابن تيمية، الصارم المسلول (١/٥١٩).

(٢) سورة التوبة، آية: ٢٤.

(٣) رواه الدارمي في السنن برقم (٢٦٥٨)، والامام أحمد في

المسند برقم (١٢٥٧٣).



يعامل به بعضهم بعضاً؛ تمييزاً له؛ مثل: نكاح أزواجه من بعده، فقال تعالى: ﴿وَمَا كَانَ لَكُمْ أَنْ تُؤْذُوا رَسُولَ اللَّهِ وَلَا أَنْ تَنْكِحُوا أَزْوَاجَهُ مِنْ بَعْدِهِ أَبَدًا إِنَّ ذَلِكَ كَانَتْ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمًا﴾ (٥٣) كذلك يجب على أهل الإعلام ألا يؤثروا أنفسهم أو سمعتهم أو مصالحهم على كل ما يتعلق برسول الله ﷺ وألا يتخلفوا عن نصرة دينه الذي بذل عمره كله من أجله؛ قال تعالى: ﴿مَا كَانَ لِأَهْلِ الْمَدِينَةِ وَمَنْ حَوْلَهُمْ مِنَ الْأَعْرَابِ أَنْ يَتَخَلَّفُوا عَنْ رَسُولِ اللَّهِ وَلَا يَرْغَبُوا بِأَنْفُسِهِمْ عَنْ نَفْسِهِ﴾ (٤).

سنة سيئة فعلية وزرها ووزر من عمل بها بعده من غير أن ينقص من أوزارهم شيء (١).

وكلما تطورت الوسائل الإعلامية واتسع انتشارها وكثر جمهورها وعظم تأثيرها، اتسعت واشتدت المسؤولية على القائمين عليها من الإعلاميين.

ثالثاً: أن يتصف الإعلامي المسلم بتقديم سنة نبيه - عليه الصلاة والسلام - على أي منهج حياتي آخر، وعلى رأيه الشخصي وعدم التقدم بالرأي المجرد على ما جاء به من كتاب وسنة، وعدم رفع الصوت عنده، وعدم دعائه وندائه بمثل ما يدعو الناس بعضهم بعضاً؛ قال تعالى:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقْدُمُوا بَيْنَ يَدَيِ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَاقْبُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ﴾ (١) **يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَرْفَعُوا أَصْوَاتَكُمْ فَوْقَ صَوْتِ النَّبِيِّ وَلَا تَجْهَرُوا لَهُ بِالْقَوْلِ كَجَهْرِ بَعْضِكُمْ لِبَعْضٍ أَنْ تَحْبَطَ أَعْمَلُكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تَشْعُرُونَ﴾ (٢) وينسحب هذا المعنى**

على قيام الإعلاميين بمنع الأذى أو التسبب والسباح به تجاه رسول الله ﷺ فلا تؤذيه بمثل ما يُعامل به بعضنا بعضاً، مما هو مباح بيننا؛ فإن الله تعالى حرم على الأمة أن يؤذوه بما هو مباح أن

(٣) سورة الأحزاب، آية: ٥٣.

(٤) سورة التوبة، آية: ١٢٠.

(١) رواه مسلم (٢/٢٢٧) برقم: ٢٣٩٨.

(٢) سورة الحجرات، الآيتان: ١ - ٢.

المبحث الثاني

الإصلاح الإعلامي ومواجهة الإساءات المطلب الأول: منهجه ﷺ في الإصلاح الإعلامي:

يمكننا تلمس شواهد منهجه ﷺ في
الإصلاح الإعلامي بالنقاط الآتية:

أولاً: في مراحل عدة من حياة رسول الله ﷺ تمثل الإصلاح الواقعي للمجتمع من خلال قوة شخصيته وصدقه وصراحته في قول الحق، فجاءت مساهمته الكبرى في بناء الكعبة المشرفة، قبل البعثة بسنوات، فالكعبة قد تعرضت لسيول جارف بعد حريق أصابها مما سبب أضراراً فادحة بينائها، فرأت قريش أن تعيد بناءها، وقد اشتركت بجميع قبائلها بالبناء، فلما أرادوا وضع الحجر الأسود في موضعه دبّ النزاع في قريش حول من يضطلع بشرف وضع الحجر الأسود في موضعه المعلوم، وودّت كل طائفة أن تنال ذلك الشرف دون سواها، وتأزم الموقف، فاقترح عليهم (أبو أمية بن المغيرة) وهو أكبرهم سناً، أن يحكموا بينهم أول من يدخل عليهم، فاستجابوا لمشورته، وطلع عليهم المصطفى ﷺ، فلما بصروا به قالوا: هذا الأمين رضينا به، فكان النبي المصطفى ﷺ رمزاً موحداً للقبائل في قيادتها، ورمزاً موحداً - حين بعث نبياً - لجمع شمل

الأديان نحو وحدة الخالق وإصلاح الإنسان والمجتمع.^(١)

ودلالات ذلك في المسؤولية الإعلامية: أن يكون الإعلامي صادقاً أميناً فتحقق رسالته النجاح المنشود، ولا بد للإعلامي المسلم من الحرص على وحدة الأمة وجمع كلمتها تحت لواء واحد، مع ضرورة إدراك الإعلامي أنه قائد من قادة المجتمع، مكلف بأمانة الدعوة والإصلاح ما استطاع إلى ذلك سبيلاً.

ثانياً: من الحكمة في الدعوة وإصلاح الناس مراعاة أحوال المخاطبين واختيار الأساليب المناسبة لهم وقد ظهر ذلك جلياً في التحليل الإعلامي لسيرة الرسول ﷺ (فأساليب إقناع المجتمع الجاهلي في خطبة الصفا شيء وأساليب إقناع المسلمين في خطبة أول جمعة صلاها الرسول ﷺ بالمدينة شيء آخر، وكذلك خطب التشويق والترغيب في الجهاد والتضحية والبذل بالنفس والنفس في سبيل الله غير خطب تعليم الناس قيم ومبادئ الإسلام ونظامه كما جاء في خطبة حجة الوداع)^(٢) لقد كان النبي ﷺ يختار الأسلوب

(١) ينظر: المباركفوري، الرحيق المختوم، القاهرة، ط ١٧، ٢٠٠٥، ص ٢٥ وما بعدها.

(٢) سعيد بن علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب النبي ﷺ، مصدر سابق، ص ١١٨.



العطرة بعض ملامح منهجه الإعلامي في الإصلاح ومنها: التركيز على إقامة دعائم لعلاقات حقيقية مع أبناء قومه قائمة على الصدق في التعامل، انعكست بعد ذلك على مختلف حياته بعد النبوة، واعتماد السمو النفسي الذي تمتع به النبي ﷺ في إقامة علاقات ثابتة وذات عظمة، مع النية الخالصة في إصلاح المجتمع وتغييره نحو الأفضل كفيلة بترسيخ القدرات الذاتية التي تعين المصلح على عمله.^(٣)

ثالثاً: يجب أن لا يكتفي الإعلامي المصلح في كل زمان بالحرص على المخاطبين فقط، بل لا بد من الرحمة بهم، تأسيا بالرسول ﷺ والله سبحانه وتعالى أعلم بما أودع في قلبه من حسن الخلق والرحمة؛ ليكون مسموعاً ومطاعاً، يقول الله تعالى: ((لقد جاءكم رسول من أنفسكم عزيز عليه ما عنتم حريص عليكم بالمؤمنين رءوف رحيم)).^(٤)

رابعاً: اتخذ رسول الله ﷺ من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، منهج حياة لتحقيق الإصلاح، فقال ﷺ: (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع

المناسب للطرف الاتصالي المناسب، وفي مقدمة ما يدعو إلى الإصلاح ومراعاة أحوال المدعويين أن يشعر الداعية والإعلامي بما يشعر به مجتمعه يقول ﷺ: (تري المؤمنين في تراحمهم وتوادهم وتعاطفهم كمثل الجسد إذا اشتكى عضواً تداعى له سائر جسده بالسهر والحمى)^(٥).

ولكي لا يحتج الإعلاميون أو غيرهم إذا ما فشلوا في الإصلاح أو أصابهم الفتور، بان رسول الله ﷺ كانت له طبيعة بشرية خاصة، تثبت الشواهد انه ﷺ والذين اتبعوه أقاموا المجتمع الجديد بالجهود العادية للبشر العاديين، وهذه ملاحظة هامة يزيل استحضارها كثيراً من العقبات، ومن أجل هذا صار رسولاً إلى الناس كافة، وكان خاتم النبيين حتى لا يكون للناس على الله حجة بعده، وحتى لا يقول قائل: كيف نتصر على خصومنا وكيف نصلح ولم يعطنا الله ما أعطى رسوله ﷺ وصحابته من التأييد بالمعجزات؟!^(٦)

لهذا فنحن مطالبون باتباع منهج رسولنا ﷺ في تأسيس إعلام عقائدي يستمد من سيرته

(١) ابن حجر، فتح الباري في شرح صحيح البخاري، (٤٣٩/١٠).

(٢) جودت سعيد، العمل قدرة وإرادة، دمشق، مطبعة الأنصاري، ١٩٨٤، ط ٢، ص ٣٦.

(٣) د. اسعد السحمراني، الإعلام أولاً، بيروت، دار النفائس، ١٩٩٤، ص ١٣٥ وما بعدها.

(٤) سورة التوبة، آية ١٢٨

فقبله وذلك اضعف الإيمان^(١). ومن سيرته ﷺ استنبط العلماء إن الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر ضرورة شرعية وحياتية لاستقرار الحياة بالشكل الذي يليق بالفرد والمجتمع في ظل الإسلام، لذا فإن العمل الإعلامي لا بد أن يقوم على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر عبر وسائله، وقد بات لزاما علينا نحن العرب والمسلمين إعطاء درجة عالية من الاهتمام بوسائل الإعلام كإحدى وسائط الدعوة والتربية المعاصرة، مما يتطلب التوجيه والتبصير والتوعية وتربية الفرد في ظل العقيدة الإسلامية المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة^(٢).

خامسا: يربط رسول الله ﷺ بين العمل الإعلامي وبين تقوى الله تعالى، فما يتحقق من الإصلاح في العمل الإعلامي لا يتحقق في غيره، وأهمية الكلمة كونها أداة الإعلام الأولى ترتبط بتقوى من يطلقها ونيتها في نشر الدعوة وخدمة الدين، لذلك قال ﷺ: (أن العبد ليتكلم بالكلمة من رضوان الله لا يلقي لها بالاً يرفعه الله بها

درجات وأن العبد ليتكلم بالكلمة من سخط الله لا يلقي لها بالاً يهوي بها في جهنم)^(٣). وفي هذا الإطار يرصد الباحثون في الإعلام إن رسول الله ﷺ سعى لتحقيق هذه الغاية باستخدامه مختلف فنون الاتصال وأنماط الإعلام مما يدل على تأسيسه لمنهج إعلامي متفرد قلما يوجد في شخصية واحدة وفي هذا الوضوح والعمق، فبدأ دعوته إعلاميا بالاتصال الشخصي ثم بالاتصال الجمعي حين كان المصطفى ﷺ يعلم المسلمين الأوائل أسس الإسلام وعقائده في المرحلة السرية من تاريخ الدعوة الإسلامية في دار الأرقم بن أبي الأرقم ومواقع أخرى امتاز الاتصال فيها بكونها غير معلن عنها إلا في إطار القائم بالاتصال-المصطفى ﷺ-والمستقبل له من المسلمين الأوائل، وكونه ﷺ هنا قائما بالاتصال وداعيا إعلاميا لكل جديد في إطار التبليغ بالإسلام لا يخرج منه من كونه خاتم الأنبياء والمرسلين، وإنما يعزز دوره النبوي والتربوي، ذلك أنه مكلف من الله تعالى بإيصال هذه الدعوة إلى من تصله من الناس^(٤).

(٣) أخرجه البخاري (٨ / ١٢٥).

(٤) ينظر: د. محي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، القاهرة، ص ١٦٠.

(١) رواه مسلم في كتاب الإيمان، (١ / ٦٩).

(٢) محي الدين خير الله، اثر الإعلام في العقيدة والتربية والسلوك، ص ٢٦٧.



إلى غير الصديق^(١)، والدعاية (استخدام مقصود للكلمة وترويج معلومات وآراء موضوعة وفوق تخطيط معين بقصد التأثير على عقول ومشاعر وأعمال مجموعة معينة من البشر لغرض معين قد يكون عسكرياً أو اقتصادياً، أو فكرياً. فالدعاية في معظم الأوقات والحملات مكشوفة المعالم تستهدف جميع أنماط وأشكال الحياة فقد تتناول بخطابها الحياة السياسية أو الاجتماعية أو الاقتصادية وغيرها، فهي بهذا المعنى فن خطير وأسلوب مؤثر جداً في تحقيق الأهداف وقد زاد استخدامها وتأثيرها في العصر الحديث بشكل لافت للنظر.

ومن جانب آخر اعتمدت هذه الإساءات المغرضة منطق الإشاعة في محاولة تحقيق الهدف المطلوب منها، فالشائعات لا تنطلق من فراغ أو من وهم، أي لا تخلق شخصية وهمية أو حدثاً غير موجود لكي تبني حوله أفكارها المسمومة، وفي حالة تطبيق هذا المنطق على إساءات الإعلام الغربي الموجهة لرسول الله ﷺ نجد إنها استندت إلى شخصية حقيقية وذات تاريخ وحوادث

(١) د. حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، العراق، دار واسط، ١٩٨٩، ص ٣٣.
(٢) موسى زناد، الحرب النفسية، بغداد، مكتبة الفكر العربي، ١٩٨٤، ص ١٩.

المطلب الثاني: تفسير الإساءات إعلامياً:

الإساءات التي حدثت في الغرب تجاه رسول الله ﷺ أغلبها إعلامية أو ذات صلات وأبعاد إعلامية، والإعلام في مقدمة الأسلحة الحديثة التي تسهم في إيقاع الهزيمة بالخصم، وفي المنظور الإعلامي تعد هذه الإساءات من باب الحرب النفسية ضد المسلمين، فهي مزيج من الدعاية السوداء التي تهدف إلى تشويه صورة الخصم وترك صورة قائمة لدى المتلقي عن الهدف المقصود من هذه الدعاية: رسول الله ﷺ ومن الدعاية الصفراء التي تهدف إلى خداع من توجه إليه الرسالة الإعلامية لكون المنطلقات التي انبثقت عنها هذه الرسالة براءة ومبهجة تجذب الناظر والمتابع إلى عكس الحقيقة في الواقع، هذا مع إدراكنا إن التعريف العلمي للدعاية ينطبق تماماً على ما حصل من إساءات لتشويه سمعة وشخصية رسول الله ﷺ، فالدعاية هي: (عملية الإثارة النفسية ويقصد بها الوصول إلى تلاعب معين في المنطق فإذا بناء إزاء استجابة ما كان يمكن أن تحدث لو لم تحدث هذه الإثارة العاطفية، الدعاية بهذا المعنى لا تفترض سوى التلاعب بالمنطق كما تتجه إلى الصديق فأنها تتجه

واقعية تم نسج الكثير من الأكاذيب حولها، وهذا هو بالضبط ما تفعله الإشاعة التي تعد من أخطر أساليب الحرب النفسية وأوسعها انتشاراً لسهولة تطبيقها وسرعة انتشارها وتحقيق النجاح في هدفها المقصود من ورائها.

وعرفت الإشاعة بأنها: (كل قضية أو عبارة مقدمة للتصديق، تتناقل من شخص إلى شخص، دون أن تكون لها معايير أكيدة للصدق)^(١) وتعرف أيضاً: (اصطلاح يطلق على رأي موضوعي معين كي يؤمن به من يسمعه، وهي تنتقل عادة من شخص إلى آخر دون أن يتطلب ذلك مستوى من البرهان والدليل)^(٢) وأهم مواصفات الإشاعة هي إنها تعبير عن حالة من الكبت النفسي في الذات البشرية، تنتج عنها عملية (إسقاط) هذه المشاعر المكبوتة على الآخرين بصورة اتهامات وبصيغة إشاعات أو بتحويل بعض المشاهد وتزويدها بما

تكون في اللاشعور ثم تطلق لتكون منها الإشاعة^(٣).

وقد حذر القرآن الكريم من الإشاعة اشد تحذير لأنها تذهب الحقوق وتزرع الباطل وتورث الندم، قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكَ فَاسِقُ بِنَا فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِيحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾^(٤) وعالجها القرآن الكريم بعدم نشرها وإرجاع الحكم والتصرف فيها إلى أولي الأمر، لأنها جهة الاختصاص، كما في قوله تعالى: ﴿وَإِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ أَلْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَلَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنبِطُونَهُ مِنْهُمْ﴾^(٥).

ونأمل أن يكون اجتهادنا في محله إذا ما قرنا إن هذه الإساءات الموجهة لرسول الله ﷺ هي نمط آخر من أنماط الحرب النفسية وهو ما يعرف بغسيل الدماغ الجماعي ذلك إن أحد الأهداف المهمة للغرب من الإساءات هو تكوين رؤية عقلية جديدة لدى المسلمين تتقبل الاهانة وترضى

(٣) ينظر: الدكتور كامل خورشيد الحميري، الحرب

النفسية في المجتمع العربي، مجلة دراسات اجتماعية، بغداد، ج٦، ٢٠٠٠ م، ص ٢٤.

(٤) سورة الحجرات، آية: ٦.

(٥) سورة النساء، آية: ٨٣.

(١) د. احمد نوفل، الاشاعة، دار الفرقان، الاردن، ١٩٩٨، ط ٤، ص ١٥، والتعريف لـ (وليم اولبرت).

(٢) ينظر: كامل علوان الزبيدي، علم النفس في الميدان العسكري، بيروت، ١٩٨٨، ص ٨٢.



القضايا الرئيسة التي يراد تعريضها لعملية غسل الدماغ، بل إن جهات ودول مختلفة تجدد باستمرار وسائل وطرق تعاملها مع الشعوب المستهدفة للوصول بها إلى أقصى ما يمكن من درجة الإتيان لها والتخلي عن تاريخها.

المطلب الثالث: مواجهة الإساءات في الإعلام الإسلامي:

هناك وسائل وأساليب عدة يستطيع من خلالها الإعلام الإسلامي مواجهة الإساءات الموجهة لرسول الله ﷺ وبقية الرموز الإسلامية، ومنها:

١. وسائل الإعلام كانت هي الوسيط الناجح لنقل هذه الإساءات، ومن الأجدي مواجهتها بمنهجية واضحة مستمرة، مستمدة من قول الله تعالى: ﴿إِلَّا نُنْصِرُهُ فَقَدْ نَصَرَهُ اللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ الَّذِينَ كَفَرُوا ثَانِيَ اثْنَيْنِ إِذْ هُمَا فِي الْفَارِ إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيَّدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ تَرَوْهَا وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَى وَكَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ﴾ (٣) فلا بد من خطط وبرامج منهجية وذات

بامتھان رموزھا المقدسة ولا تحرك ساكنا للتعبير عن رفضھا، ونجد إن مفهوم غسل الدماغ يقترب كثيرا من هذه الرؤية، فغسيل الدماغ: هو (كل محاولة للسيطرة على العقل البشري، وتوجيهه لغايات مرسومة بعد أن يجرد من ذخيرته ومعلوماته ومبادئه السابقة)^(١) وإن نفس العملية تقع ضمن إطار التعامل مع الشعوب متخذة أبعادا أخرى تضمن للقائم بخوضها وتوجيهها النجاح الذي يريده أو بدرجة قريبة من ذلك: (إن غسل الدماغ يتم ويمارس على الجماهير، متبعين ومستخدمين الأساليب نفسها التي تستخدم على المستوى الفردي، لان العالم يشهد الآن كثيراً من الجهات التي تخطط إعلامياً للتأثير على الشعوب وعلى أنماط تفكيرها أو انتمائها لفكر معين، مما يمكن تسميته بعمليات غسل الدماغ الجماعي)^(٢).

ويبدو من هذا النص ومن سياق التطورات التي تخضع لها ظاهرة الحرب النفسية في العصر الحديث إنها تجدد أدواتها ووسائلها تبعاً للأحداث وتعاقب الأزمان أو تغير الأمكنة أو

(١) ينظر: د. فخري الدباغ، غسل الدماغ، المؤسسة اللبنانية للنشر، ١٩٧٠، ص ١١.

(٢) د. وفاء مرسى، الإعلام الرشيد وحماية الدماغ من الغسيل، مجلة الدفاع، عدد ١٣٢ في ١/١/٢٠٠٣.

(٣) سورة التوبة، آية: ٤٠.

مواصفات مهنية عالية متقدمة لبيان فضل رسول الله ﷺ على البشرية، وإذا كان الجهد الإعلامي والفكري وإيصال الرسالة الإعلامية يتحمله الإعلاميون فعلى الحكومات تقع مسؤولية المساندة السياسية والمالية مع عدم إغفال أصحاب رؤوس الأموال المسلمين وبقية المتتمين إلى الرأي العام الإسلامي.

وتتضح أهمية التخطيط والمنهجية في دحض الإساءات المغرضة والدفاع عن رسول الله ﷺ إذا أدركنا إن الحماسة الآنية والعاطفة العاجلة لا تغني شيئاً في المواجهة، بل وقد تصدر عنها أفعال تكون عاقبتها سيئة وغير محمودة على الإطلاق، بالرغم من كون العاطفة ضرورية لتجيش الشارع الإسلامي عبر وسائل الإعلام المختلفة، والحماسة المطلوبة لإشعال الغيرة على مقدسات المسلمين في قلوب الأمة، ولكن يجب أن تكون عاطفة باعثة لهمة مستمرة، وحماسة تقود إلى أفعال منضبطة.

٢. من مسؤوليات الإعلام في مثل هذه الأزمات: إظهار عدم التشجيع للقيام بأية أعمال عنف وشغب لها آثار سلبية وتمثل إساءة للإسلام ورسوله ﷺ، وتوفير الذريعة للعدوان على الإسلام وأهله، وقد نهى الله عن ذلك بقوله: ﴿وَلَا تَسُبُّوا

الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدَوًّا بَغِيرَ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِّكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿١٠٨﴾ ﴿١﴾ ومع أن العدوان على الأمة ومقدساتها مستمر بهذه الأعمال وغيرها، ألا أنه يتحتم الالتزام بالمنهج الشرعي في مواجهة تلك الأعمال، فمن حق المسلمين أن يرفضوا وينددوا بهذا العدوان في وسائل الإعلام التي يجب إخضاع برامجها بالكامل في مثل هذه الأحداث لبيان حقيقة الإسلام ومنهجه السامي في بناء الإنسان والحياة على أسس حضارية متقدمة وفي عرض شخصية المصطفى ﷺ كما هو فعلاً: الرسول الأمين المتصف بالرحمة والداعي إلى نبذ الكفر والمعاصي ومصادرة حقوق الإنسان، وأن يعبروا عن رفضهم بشكل قاطع لأية إساءة توجه ومن أي طرف إلى رسولهم الكريم ﷺ، ولكن من خلال الالتزام بهديه القويم في الانتصار للدين والحق.

٣. قوله تعالى: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَحَدِّ لَّهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾﴾ ﴿٢﴾ يرشد الإعلاميين المسلمين

(١) سورة الأنعام، آية: ١٠٨.

(٢) سورة النحل، آية ١٢٥.



يَنْعَيْتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ ءَايَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ ﴿١٣﴾

٤. على الإعلامي المسلم وهو يتصدى لحملة الإساءات الظالمة أن لا ينفصل عن الواقع، وان يوظف رسالته الإعلامية بالكامل لإنجاحها وتحقيق الهدف المطلوب بان يحث الجميع على استغلال طاقات الأمة كلها: الفكرية والاقتصادية والسياسية، وهو توجيه رباني في قوله تعالى: ﴿وَقِنِلُوا الْمُشْرِكِينَ كَافَّةً كَمَا يُقْنِلُونَكُمْ كَافَّةً وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ﴾ (٣٦) وعلى وسائل الإعلام الإسلامي الاستفادة من التجارب السابقة التي مرت بها الأمة، وواجهت بها الإساءة بصورة ناجحة، فقد نجحت المقاطعة الشعبية للمنتجات الدانماركية في عام ٢٠٠٥، وكانت هي الأقوى أثراً عليهم، وتفاعلت مع الشارع العربي والإسلامي، وجعلت القضية شاغله له، مما أوقع خسائر كبيرة في اقتصاد الخصم وهي حرب مشروعة للدفاع عن مقدسات المسلمين ورسول الله ﷺ، ومع إدراكنا بان الإساءة لرسول الله ﷺ ستستمر من

إلى أن ردود الإعلام الإسلامي على إساءات الغرب هي من باب الدعوة إلى الله التي يجب أن تتصف بالحكمة في عرض الإسلام والموعظة الصادقة لمن يجهل مكانة رسول الله ﷺ وبالجدال العلمي الذي لا يفقد فيه صاحب الحق اتزانه فيخسر قضيته، كما يجب أن يدرك الإعلاميون إن هنا كضرورة ملحة في التواصل لإبراز عالمية التحرك المناهض للإساءات، ومن ثم فإن الدعوات الصادرة بترك أمر التعاون بين المسلمين، فيرد كل بلد بمفرده بحجة كونه أعلم بتصريف أوضاعه الداخلية في مواجهة هذه الهجمة الغربية، يقلل من قيمة المواجهة الجماعية، ويفقد المواجهة قوتها الدافعة، بل ويجب أن تستغل هذه الإساءات لإبراز وحدة الأمة، وتجميع صفها؛ في مواجهة العدو المشترك، وإيجاد صلة مستمرة تربط العالم الإسلامي بالجاليات المسلمة في الغرب لمنحهم المبرر الكافي للتمسك بهذا الدين والدفاع عنه وحب رسول الله ﷺ (٣٧)، مستمدين ذلك من قوله تعالى: ﴿وَأَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ

(٢) سورة آل عمران، آية: ١٠٣

(٣) سورة التوبة، من الآية: ٣٦.

(١) ينظر: د. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في

الإسلام، القاهرة، ١٩٨٣، ص ٣١٠ وما بعدها.

قبل الغرب، إلا إن إعلامنا يجب أن تكون رسالته: أن الغرب عليه في كل مرة يُقدم فيها على خطوته الأئمة أن يشعر بحرارة العاطفة الإسلامية نحو مقدساتهم، وحبهم لنبيهم ﷺ فهو وإن استمر في الإساءة فعلينا أن نستمر في النصر، والغلبة حتماً لمن يقف الحق في جانبه، قال تعالى: ﴿كَتَبَ اللَّهُ لَأَغْلِبَنَّ أَنَا وَرُسُلِي إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ﴾ (٦١) ﴿١﴾.

٥. إن تصدي الإعلام الإسلامي لحملة الغرب الهمجية وتعمدهم الإساءة لرسول الله ﷺ هي نوع من الجهاد الإعلامي الذي يجب أن يتحلى به كل إعلامي مسلم حريص على دينه، قال تعالى: ﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَءَاخِرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ﴾ (٦٠) ﴿٢﴾ فيجب أن لا يكتفي إعلامنا بمنطق الدفاع دائماً بل عليه مهاجمة الخصم في عقر داره بإظهار تفشي الفساد الأخلاقي في الغرب وبعدهم عن عبادة الله الواحد الأحد وفضح الصورة الذهنية المشوهة لدى المتلقي الغربي عن

الإسلام وعن رسول الله ﷺ فيكون لرسالة الإعلام الإسلامي أثرها الواضح في تشكيل صورة جديدة عن حقيقة الإسلام الناصعة. (٣)

٦. لا بد أن يدرك الإعلاميون إن اثر العاطفة ليس هينا في تغيير الأحداث واتخاذ القرارات فعلى الإعلام الإسلامي استغلال الكثير من الصفات الأخلاقية الايجابية لدى المتلقي الغربي، وهذا يعني أن تظهر رسالة الإعلام الإسلامي الصدق في عرض الحقيقة والموضوعية في التعامل مع الحدث وتنفيذ ادعاء وسائل الإعلام والجهات السياسية والقانونية الغربية بان الإساءات مجرد أعمال إعلامية أو فنية تتم وفق ضوابط حرية الرأي والتعبير، وذلك ببيان إن حرية الفكر والكلمة لا تعني الإساءة للآخر أو التهجم على عقائده أو اهانة رموزه المقدسة، وان اصطفاف بعض الإعلاميين الغربيين لجانب المسلمين في التصدي لهذه الإساءات إنما هو سعي لإظهار الحق ونصرة الصواب وهو واجب أخلاقي ومهني يجب أن يقوم به كل صاحب قلم شريف، وعلى الإعلام الإسلامي العمل وفق ما يظهر إن إساءة الغرب لرسول الله ﷺ هي إساءة لحقوق الإنسان إذا ما أخذنا بنظر الاعتبار إنها ليست

(٣) د. رشدي شحاتة أبوزيد، مسئولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٢٢٠.

(١) سورة المجادلة، آية: ٢١.

(٢) سورة الأنفال، آية: ٦٠.



موجهة لهذه الشخصية الكريمة فقط، بل لأتباعه الذين تجاوز عددهم المليار وربع المليار مسلم، وإلى كل البشرية باعتبارها تتعرض من قبل نفر ضال إلى هجمة ظالمة وشرسة تستهدف قيم الخير والإصلاح والأمر بالمعروف التي دعا إليها الإسلام وجاهد في سبيل تحقيقها رسول الله - صلى الله عليه وسلم -، قال تعالى: ﴿وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (١٠٤).^(١)

إن مسؤولية الرد على إساءات الغرب من قبل العاملين في الإعلام لا بد أن يتم بكل ما أباحت الشريعة الإسلامية العمل به إعلامياً، فتوظف في ذلك المطبوعات والانترنت والمحطات الفضائية والسينما ما دامت تصلح لنقل الصورة الناصعة للإسلام للمجتمع الغربي عموماً ليكف عن إساءاته المقصودة، بل إن أمر الجهاد الإعلامي ومهاجمة الغرب في عقائده وطريقة حياته ونظرته المشوهة لكثير من الشعوب والقضايا، باتت اليوم من الواجبات الحتمية على المسلمين تجاه أعدائهم.

(١) سورة آل عمران، آية: ١٠٤.

نتائج البحث والتوصيات

١. الإعلام في التصور الإسلامي يحتل جزءاً من منظومة النظام العام الساعي لتحقيق مصالح الناس وسعادتهم، وهو بهذا التوجه لابد أن يصاغ صياغة متزنة تتوافق وذلك النظام، وتنسجم مع كل معطياته الفكرية والسلوكية.

٢. لابد أن يؤمن الإعلامي نفسه برسالة الإسلام وبشهادة: لا إله إلا الله، محمد رسول الله، وبوجوب طاعته ﷺ وإتباعه، والتحاكم لسنته، وأن يتصف الإعلامي المسلم بتقديم سنة نبيه ﷺ على أي منهج حياتي آخر.

٣. اتخذ رسول الله ﷺ من الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، منهج حياة لتحقيق الإصلاح الإعلامي، كما يربط رسول الله ﷺ بين العمل الإعلامي وبين تقوى الله تعالى، فما يتحقق من الإصلاح في العمل الإعلامي لا يتحقق في غيره.

٤. في المنظور الإعلامي تعد إساءات الإعلام الغربي من باب الحرب النفسية ضد المسلمين، فهي مزيج من الدعاية السوداء التي تهدف إلى تشويه صورة الخصم وترك صورة قائمة لدى المتلقي عن الهدف المقصود من هذه الدعاية: رسول الله ﷺ.

٥. اعتمدت الإساءات المغرضة منطق الإشاعة في محاولة تحقيق الهدف المطلوب منها، فالشائعات لا تخلق شخصية وهمية أو حدثاً غير موجود لكي تبني حوله أفكارها المسمومة، والإشاعة تعد من أخطر أساليب الحرب النفسية وأوسعها انتشاراً لسهولة تطبيقها وسرعة انتشارها وتحقيق النجاح في هدفها المقصود من ورائها.

٦. الواجب الرئيس في مواجهة الإساءات يقع على العاملين في الإعلام الإسلامي فلا بد من خطط وبرامج منهجية وذات مواصفات مهنية عالية متقدمة تعرض على العالم كله لبيان فضل رسول الله ﷺ على البشرية.

٧. أن ردود الإعلام الإسلامي على إساءات الغرب هي من باب الدعوة إلى الله التي يجب أن تتصف بالحكمة في عرض الإسلام والموعظة الصادقة لمن يجهل مكانة رسول الله ﷺ وبالجدال العلمي الذي لا يفقد فيه صاحب الحق اتزانه فيخسر قضيته.

٨. على الإعلامي المسلم وهو يتصدى لحملة الإساءات الظالمة أن لا ينفصل عن الواقع، وان يوظف رسالته الإعلامية بالكامل لإنجاحها وتحقيق الهدف المطلوب بان بحث الجميع على استغلال طاقات الأمة كلها.

التوصيات: يوصي الباحث بما يأتي:

١. تدريس مادة الإعلام الإسلامي في الكليات الشرعية والإعلامية لتتولى مهمة إعداد جيل إعلامي واع يتصدى للهجمات على رموز المسلمين.

٢. تأسيس هيئات ومنظمات مجتمع مدني ووسائل إعلام جديدة ومواقع انترنت لنشر الدعوة الإسلامية وإيضاح مكانة رسول الله ﷺ.

٣. تحفيز ردود الأفعال الحكومية وحث بقية مؤسسات المجتمعات الإسلامية على مقاطعة سلع الدول التي تعتمد الإساءة لرسول الله ﷺ والقيام بجهود سياسية لمنع تكرار مثل هذه الأفعال.



المصادر

بعد القرآن الكريم

١٠. صحيح مسلم، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، بدون تأريخ.
١١. طالب بن محفوظ، وثيقة شرف إعلامية تتمخض عن بلاغ جاكوتا، جريدة عكاظ، عدد: ٣٨٣٤، في ١٦/٩/٢٠١١.
١٢. طه أحمد الزبيدي، المرجعية الإعلامية في الإسلام، عمان، دار النفائس، ٢٠١٠.
١٣. فخري الدباغ، غسيل الدماغ، المؤسسة اللبنانية للنشر، ١٩٧٠.
١٤. كامل خورشيد الحميري، الحرب النفسية في المجتمع العربي، مجلة دراسات اجتماعية، بغداد، ٦ع، ٢٠٠٠.
١٥. كامل علوان الزبيدي، علم النفس في الميدان العسكري، بيروت، ١٩٨٨.
١٦. ليلى عبد المجيد، تشريعات الصحافة في مصر وأخلاقياتها، القاهرة، ١٩٩٩.
١٧. المبار كفوري، الرحيق المختوم، القاهرة، ط ١٧، ٢٠٠٥.
١٨. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٣.
١٩. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي بالقاهرة، ودار الرفاعي بالرياض، ١٩٨٣.

١. ابن كثير، تفسير القرآن العظيم، بيروت، دار الكتاب العربي.
٢. احمد نوفل، الإشاعة، دار الفرقان، الأردن، ١٩٩٨، ط ٤.
٣. اسعد السحمراني، الإعلام أولا، بيروت، دار النفائس، ١٩٩٤.
٤. اشرف الراعي، جرائم الصحافة والنشر- الذم والقدح-، الأردن، دار الثقافة، ٢٠١٠.
٥. حامد ربيع، الحرب النفسية في الوطن العربي، العراق، دار واسط، ١٩٨٩.
٦. رشدي شحاتة أبوزيد، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، القاهرة، ١٩٩٩.
٧. سعيد علي ثابت، الجوانب الإعلامية في خطب الرسول-صلى الله عليه وسلم-، الرياض، وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، ١٤١٧هـ.
٨. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، الكويت، مكتبة الفلاح، ٢٠٠٥.
٩. صحيح البخاري، دار ابن الهيثم، القاهرة، ط ١، ٢٠٠٤.



٢٠. محمد منصور هنية، الصحافة الإسلامية في مصر، المنصورة، دار الوفاء، ١٩٩٠.
٢١. محمد منير حجاب، الإعلام الإسلامي، المبادئ النظرية التطبيق، القاهرة، دار الفجر، ٢٠٠٢.
٢٢. محيي الدين خير الله، أثر الإعلام المعاصر في العقيدة والتربية والسلوك، دار النهضة، دمشق ٢٠٠٧.
٢٣. محيي الدين عبد الحليم، الإعلام الإسلامي وتطبيقاته العملية، القاهرة، ١٤٠٠ هـ.
٢٤. موسى زناد، الحرب النفسية، بغداد، مكتبة الفكر العربي، ١٩٨٤.
٢٥. وفاء مرسي، الإعلام الرشيد وحماية الدماغ من الغسيل، مجلة الدفاع، عدد ١٣٢ في ٢٠٠٣/١/١.